

pro

RESTO

horeca-alan ammattilehti

Suuri yleisö on ottamassa
pienpanimotuotteet omakseen

Digital signage sähköistää
koko toimialaa

Kattaustuotteista tukea
brändin korostamiseen

Cafe Pacin perustaja Pasi Petanen:

Tärkeintä on, että ruoka maistuu hyvälle
ja esillepano on luonnollinen



AMMATTILAISEN PARAS OSTOSPAIKKA

Heino

www.heinontukku.fi



HoReCa



Cocktail-Riisipiirakka - kun pieni on kaunista

Valitse tarjoiluusi tutut menekkituotteet pakasteina – varaudut paremmin kysynnän vaihteluihin ja minimoit hävikkisi.
Suosi suomalaisia Avainlippu-tuotteita!

6416 Toffee-Hunajakakku 2 x 700 g
kypsäpakaste, VÄHÄLAKTOOSINEN



6520 Cocktail-Riisipiirakka 6 x 42 x 45 g
raakapakaste, LAKTOOSITON



6201 Pizzapallotaikina 30 x 150 g
raakapakaste, LAKTOOSITON



6836 Pitkä Wiener 40 x 130 g
kypsäpakaste, VÄHÄLAKTOOSINEN



6333 Berliininmunkki 36 x 110 g
kypsäpakaste, LAKTOOSITON



6334 Kinuskimunkki Omenahillolla 36 x 95 g
kypsäpakaste, VÄHÄLAKTOOSINEN



Lisätietoja uutuustuotteistamme: www.myllynparas.fi/horeca

GOOD FOOD GOOD MOOD GOOD TIMES



UUTTA

Haluatko kattaa juhla-aterian kaikille aisteille? Syys- ja talvimallistomme avulla et voi epäonnistua. Mallistomme sisältää yhteensopivia lautas- ja pöytäliinoja, kynttilöitä ja somisteita, jotka lisäävät odotusta, väriä ja iloa jokaiselle kattamallesi aterialle. Uudet viininpunaiset Evolin®-pöytäliinamme sopivasti loistavasti tulevaan juhla-aterian ja näyttävän kattauksen viimeistelet tekemällä upeita liinaitoksia Dunilin®-lautasliinojen avulla. Kun tahdot luoda vieraillesi upeat puitteet syömiseen, juomiseen ja ilonpitoon, saat meiltä kaiken tarvitsemasi!

Löydä lisää inspiraatiota osoitteesta duni.fi

Tarvitsetko lisätietoa? Soita numeroon (09) 8689 810

lähetä sähköpostia osoitteeseen asiakaspalvelu@duni.com tai käy osoitteessa www.duni.fi

Luo tyyliä sopivaa goodfoodmood®-tunnelmaa mallistomme avulla

- Tuotteiden yhdistely ja monipuolisten kattauksien luominen on helppoa,
- Kätevien kertakäyttöisten ratkaisujemme ansiosta henkilökunnalle jää enemmän aikaa keskittyä vieraisiin,
- Tuotteet on valmistettu ympäristöystävällisistä materiaaleista,
- Aina laadukkaat tuotteet.



SUPPLIER OF GOODFOODMOOD®



Kannen kuva
Stuart Scott

3/2015

SISÄLTÖ

08



KUVA: STUART SCOTT

SYDNEYN PARHAIMPIEN RAVINTOLAKÄYNTIEN TAKANA SUOMALAINEN KOKKI

08

Sydneyn parhaimpien ravintolakäyntien takana suomalainen kokki

Pasi Petänen työskenteli kahdeksan vuotta keittiömestarina Marquessa ennen kuin hän avasi Cafe Pacin vuonna 2013. Hän oli suunnitellut avaavansa ravintolan kaksi kertaa aiemmin, ja uhrasi molempina kertoina paljon aikaa ja rahaa sisustukseen yms., kunnes vuokranantaja viime tingassa muutti mielensä. Kuten sanonta kuuluu, kolmas kerta toden sanoo.

16

Sarvesta härkää?

Hyvinvoiva rotukarja on nyt arvossaan – ja ravintoloiden ovella koputtelee Kobe. Lautaselle halutaan yhä enemmän rotukarjaa – ja sekä kotimaiset naudanlihantuottajat että maahantuojat panostavat laatuun. Johanna Jahkola Satafood Kehittämisyhdistys ry:stä toteaa, että kasvatustavoilla on tuntuva vaikutusta ja satsaukset sen mukaisia.

24

Pöytä on katettu

Ravintolat etsivät erilaisia keinoja erottautumiseen, mutta sisustusremontit saattavat viedä satoja tuhansia euroja. Imagonrakennukseen on saatavilla kuitenkin myös huokeampia keinoja. Kaivattu "kilven kiillottaja" voi löytyä kattaustuotteista.

30

Digital signage sähköistää koko toimialaa

Horeca-alalla ollaan heräämässä sähköisten viestintä- ja informaatiojärjestelmien (digital signage) tarjoamiin mahdollisuuksiin markkinoinnissa ja myynnissä sekä brändin vahvistamisessa.

38

Apua oivallisen hymyn saamiseen

Eviran koordinoima Oiva-raportointijärjestelmä on ollut käynnissä kaksi vuotta, ja lähes kaikki ravintolat on tarkastettu elintarviketurvallisuuden osalta. Järjestelmä on yhtenäistänyt puhtaanapitoon ja hygieniasaamiseen liittyvää valvontaa, joten ratkaisuja tarjoavat yritykset voivat antaa helpommin apua ravintola-alan toimijoille.

42

Ravintolakokonaisuuden projektinhallinta ja rakentaminen

Lappeenrannassa Sokoksen kortteli tyhjени kauppatointojen siirtyessä muihin kiinteistöihin keskustassa. Samaan aikaan vieressä sijaitseva ravintolakortteli päätyi purettavaksi asuinrakentamisen tieltä. Etelä Karjalan Osuuskauppa halusi sekä sijoittaa uudelleen ravintolakorttelista muuttamaan joutuvan suosituksen pubinsa että hyödyntää tyhjentyneet tilat keskeisellä liikepaikalla.

46

Lisää oluita ja simoja pienistä panimoista

Pienpanimoissa valmistettuja oluita sanotaan toisinaan käsityöoluiksi. Niitä tuotetaan huolellisesti suunnitellen melko vähäisiä määriä, usein olutravintolan omissa tiloissa tai pienimuotoisessa yrityksessä. Viime aikoina sekä pienpanimoiden määrä että niiden tuotteiden myynti ovat selvästi kasvaneet.



julkaisija

PubliCo Oy
Pätkäneentie 19 A
00510 Helsinki
puh. 020 162 2200
info@publico.com
www.publico.com

päätoimittaja

Jussi Sinkko

tuotepäällikkö

Sebastian Berner
sebastian.berner@publico.com
puh. 020 162 2251

toimituksen

koordinaattori

Liisa Hyvönen

graphic design

Riitta Yli-Öyrä

tilaajapalvelu

puh. 03 4246 5309
tilaajapalvelu@kustantajapalvelut.fi

toimittajat

Sami J. Anteroine
Merja Kihl
Ari Mononen
Jarkko Böhm
Mari Jauhiainen
Ulrika Eriksson

kannen kuva

Stuart Scott

paino

PunaMusta Oy

www.proresto.fi

Aikakauslehtien Liiton jäsen

Bonne soseilla makua keittiöön aidoista raaka-aineista 12 herkullista makuvaihtoehtoa



**Bonne
Trooppinen sose 1 L**

Myyntierä 12 x 1 L
6420610112964

**Bonne Premium
Trooppinen sose 0,5 L**

Myyntierä 6 x 0,5 L
6420610112988

Uutuus! Bonne Trooppinen sose

Raikkaan hedelmäinen Bonne Trooppinen sose on valmistettu tropiikin auringossa kypsyneistä banaaneista, mangoista ja guava-hedelmistä.

Soseen hedelmäpitoisuus on 100 %. Trooppinen sose sopii jälkiruokiin, leivontaan, juomien valmistamiseen sekä sellaisenaan aamupalaksi, välipalaksi tai lisukkeeksi esim. ohukaisten, rahkan, jogurtin tai puuron kanssa.

Kaikki Bonne soseet ovat lisäaineettomia, säilöntäaineettomia ja sokeroimattomia. Bonne sosesarjassa on nyt 12 herkullista makuvaihtoehtoa 1 litran ja 0,5 litran pakkauksissa.

Bonne™
www.bonnejuomat.fi

Valmistaja: Bonne Juomat Oy, Lohja
bonne@bonnejuomat.fi

SAUMAA IHMISENKOKOISELLE YRITTÄMISELLE

MATKAILU- JA RAVINTOLA-ALAN suhdannetilanne on jatkunut heikkona vuonna 2015. Myynnit laskevat, kannattavuus heikkenee, henkilöstön määrä vähenee... mutta uuden alun ituja on niitäkin näkyvissä. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n mukaan alalle on mahdollista saada 30 000 uutta työpaikkaa vuoteen 2025 mennessä. Muissa Pohjoismaissa matkailu- ja ravintolabisnekset kasvavat nimittäin jo ennätysnopeasti, ja esimerkiksi Ruotsissa alalle on syntynyt 52 000 uutta työpaikkaa vuodesta 2006 alkaen.

Kaiken muun hyvän lisäksi uudet työpaikat mara-alalla helpottaisivat Suomessa kasvanutta nuorisotyöttömyyttä, sillä alan työntekijöistä kolmannes on alle 26-vuotiaita.

Lukujen alla voi hyvinkin muhia vielä isompi vallankumous. Nuoret horeca-ammattilaiset saattavat kyllästyä pätäkä- ja silpputöihin toisen renkinä ja perustaa rohkeasti omia yrityksiä. Tutkimusten mukaan Y-sukupolven edustajat – eli milleniaalit – suhtautuvat yrittäjyyteen myönteisesti etenkin, jos se samalla tarjoaa väylän tavoitella omia unelmia. Oma kahvila tai pieni ravintola voi olla juuri sellainen.

Soitellen sotaan ei silti auta lähteä, vaikka nuoruuden innolla jaksaisi kuinka painaa pitkää päivää. Liikeidean, markkinoiden ja taloudellisten sekä henkilökohtaisten ominaisuuksien pitää yhdistyä onnellisten tähtien alla, jotta kaikki sujuu hyvin. Tarvitaan rautainen toiminta-ajatus, liikeideaan sopiva sijainti ja kyky lukea markkinoita, jotta yritys saadaan siivilleen.

Joskus myös konkarin vinkki voi olla tarpeen. Heimo ”Hepe” Nieminen on toiminut pitkään yrittäjänä ravintola-alalla Jyväskylässä ja miehellä on useampikin painava pointti vasta-alkajan pureskeltavaksi.

Ensinnäkin yrittäjän tulee huolehtia omasta taloudestaan. Kun alusta saakka pitää kaikki tositteet tiliotteen mukaisessa järjestyksessä, säästyy paljon turhalta työltä ja kirjanpitäjäkin peukuttaa.

Toinen asia on vauhtisokeus – tai tarkemmin ottaen rahasokeus. Ravintolatoiminnassa tapaa liikkuu – jos hyvin menee – paljon käteistä rahaa. Rahat, jotka ovat yrityksen kassassa ja tilillä eivät lähestulkoonkaan ole omia. Suurin osa rahoista on oikeasti tavarantoimittajien, verottajan, vakuutusyhtiön tai vuokraisännän – vaikka nuori sankariyrittäjä saattaa hetken rahakasaa fiilistelläkin.

Niemisen neuvo on suhtautua kassassa olevaan rahaan kuin työkaluihin. Ne ovat olemassa vain, jotta yritys toimii. Pelimerkit muuttuvat rahaksi vasta, kun raha on siirtynyt omaan lompakkoon kaikkien kulujen ja verojen maksamisen jälkeen.

Jokaisen yrittäjän kannattaa myös muistaa, että yrittäjyys on kestävyysurheilua. Kunhan talouden suunnittelee pitkälle aikavälille ja varautuu mahdollisiin muutoksiin, ei ole ihan polvillaan heti ensimmäisen vastoinkäymisen edessä. Ravintolatoiminta on maraton vaihtelevassa maastossa. Kun maisemat ovat kauneimmillaan, on kiirekin suurin. Yrittämisen onni ja taito on siinä, että onnistumisen hetket pystyy nappaamaan ilmasta ja laittamaan talteen, pahan päivän varalle.

Aika usein näitä helmiä tulee vastaan asiakaspalvelun kautta. Suomalainen asiakas ei useinkaan ihmeellistä palautetta anna, mutta hyvä palvelu kyllä kantaa hedelmää ennen pitkää. Aina silloin tällöin elämässä kahvikuppi voi saada ihmisen taas raiteilleen.

Silloin kupin tarjoajan hymy muistetaan, hyvällä ja pitkään.

Metos – palveleva ammattikeittiöotalo

Keittiösuunnittelu

Ota yhteyttä, suunnitellaan yhdessä toimiva keittiö.

Huolto & ennakkohuoltopalvelut

Ennakkohuolto varmistaa keittiösi häiriöttömän toiminnan.

Verkkokaupasta ammattikeittiölaitteet 24/7

Katso kuumat tarjoukset
www.metos.com

Rahoitus- ja huoltoleasing

Saat parhaat laitteet heti käyttöön.

Koulutus

Parhaat laitteet ovat parhaita vain osaavissa käsissä. Yli 100 idea- ja koulutusvideota netissä.



Metos SelfCooking Center – helppo ja nopea à la carte -tuotanto.
KATSO METOS-VIDEOITA:
<http://vimeo.com/album/2982082>

**Innovatiiviset
laiteratkaisut maan
kattavimmasta
valikoimasta**



Metos Oy Ab

Ahjonkaarre, 04220 Kerava
Puh. 0204 39 13
metos.finland@metos.com
www.metos.com

SYDNEYN PARHAIMPIEN RAVINTOLAKÄYNTIEN TAKANA SUOMALAINEN KOKKI

TEKSTI: ULRIKA ERIKSSON

KUVAT: STUART SCOTT

*Aamulehti Sydney Morning Herald julkaisee kerran
vuodessa arvostetun ruokaoppaan, the Good Food
Guiden. Se kertoo mitkä kaupungin ravintolat ovat
tutustumisen arvoisia.*

” Ruokaani voisi
mahdollisesti
luonnehtia eurooppalaiseksi
tai itäeurooppalaiseksi.





”Tärkeintä on, että ruoka maistuu hyvälle ja esillepano on luonnollinen.

THE GOOD FOOD GUIDE jakaa myös hattuja oikein hyvälle ravintoloille, aivan kuten Michelin-opas antaa tähtiä. Ravintola voi saada enintään kolme hattua, joiden lisäksi opas antaa erilaisia palkintoja kokeille ja ravintoloille. Tänä vuonna niin kutsuttu keksintöpalkinto annettiin suomalaiselle kokille Pasi Petaselle.

The Good Food Guiden mukaan Pasi on muuttanut tapaamme syödä. Hän yhdistää suomalaisia ruokia ja aasialaisia klassikoita. Pasiin keittiössä esimerkiksi Pho-keittoa kutsutaan Photatoksi. Annos koostuu ruskistusta naudanlihasta, valkosipulilastuista, grillatusta sitruunasta, vesikrasista, enokisienistä ja perunanuudeleista.

The Good Food Guiden kriitikot kirjoittavat, että yhden hatun ansainneen Cafe Pacin outous ja ruokalista tekevät vierailusta yhden mieltä ylentävimmistä, kaikista vuoden 2014 ravintolakäynneistä.

Pasi Petanen työskenteli kahdeksan vuotta keittiömasterina Marquessa (kaksi hattua) ennen kuin hän avasi Cafe Pacin vuonna 2013. Hän oli suunnitellut avaavansa ravintolan kaksi kertaa aiemmin, ja uhrasi molempina kertoina paljon aikaa ja rahaa sisustukseen yms., kunnes vuokranantaja viime tingassa muutti mielensä. Kuten sanonta kuuluu, kolmas kerta toden sanoo.

Cafe Paci sijaitsee entisessä meksikolaisessa ravintolassa, autovuokraamon yläkerrassa. Rakennuksen kirkkaan punaisessa julkisivussa näkyy mustalla kirjoitettu teksti Pacifico. Sisäänkäynnin yläpuolella olevasta Pacifico-kylistä on tummennettu -fico, ja – voilä – jäljelle jää Paci! Äännetään Pasi, vaikka kirjoitetaankin toisin. ”Olemme hyödyntäneet kaiken

mitä täällä oli, kalusteita ja keittiövarusteita myöden”, Pasi Petanen kertoo, kun istumme ravintolassa harmaan pöydän ääressä.

Koko sisustus on Pasiin jäljiltä harmaa; tuolit, seinät ja katto. Kaikki edustavat eri sävyisiä harmaita. Suomalaiset vaikutteet näkyvät tuolien huovutetuissa istuintyynyissä sekä seinällä, jossa on mustalla maalattu muutokuva Gustaf Mannerheimista.

Kaveri sisustuksen takana, George Livissianis, on yksi ravintolasisustamisen kuumimmista nimistä Sydneyssä.

”Hän oli myös suunnitellut kaksi aikaisempaa kohdettani, joten kolmannen sain ilmaiseksi”, Pasi kertoo.

Cafe Paci on niin kutsuttu pop-up-ravintola, joten se on väliaikainen. Alkuperäisenä ajatuksena oli pitää ovet auki vuoden vuokrasopimuksen mukaisesti. Toimitilan omistaja oli anonut lupaa rakennuksen purkamiseen ja pilvenpiirtäjän rakentamiseen korttelissa. Näin ollen Pasi sai edullisen vuokrasopimuksen.

Kunta ei kuitenkaan hyväksynyt omistajan hakemusta, joten rakennus sai jäädä paikalleen. Näin ollen Cafe Paci voisi jatkaa. Pasilla ei kuitenkaan ole lukkoon lyötyjä suunnitelmia joulukuun jälkeiselle ajalle, kun sopimus päättyy.

”Joko neuvottelemme uudestaan vuokranantajan kanssa tai vaihdamme toimitilaa ja nimeä.”

Pasiin ystävät ja vaimo eivät nimittäin pidä Cafe Paci -nimestä. ”Markkinoinnin puolelta sanotaan toisaalta, että nimi on pidettävä, sillä se liitetään suoraan minuun. Saa nähdä. Itse pidän nimeä hauskana.”

Brand Factory apuna brändinrakentamisessa



BrandFactory

Ruukinmestarintie 5-7, 02321 Espoo p. +358 10 3442 00

myynti@brandfactory.fi





Juuri hauskuus on tärkeää Pasille. "Ruoka ja tila kuuluvat tyyliltään yhteen. Vanhassa ravintolassa työskenteleminen antoi minulle vapaat kädet, ja itse menu on saanut inspiraationsa vanhasta meksikolaisesta ravintolasta, jossa on meksikolainen keittiövarustus. Täällä esimerkiksi karjalanpiirakat tehdään tacoraudan avulla."

"Suomen presidentti oli Australian vierailunsa aikana täällä syömässä. Kun menin salin puolelle juttelemaan hänen kanssaan, hän totesi, että piirakat eivät ole karjalaisia. Vastasin, että se pitää paikkansa, ne ovat suomalais-meksikolaisia. Nauroimme molemmat."

Pasin mukaan hänellä ei ollut mitään menetettävää. Hän ja hänen kokkitiiminsä tulivat vain paikan päälle ja tekivät ruokaa, heidän ei tarvinnut tehdä suurempaa vaikutusta ihmisiin. "Oli vapauttavaa tehdä ruokaa ilman suoritusvaatimuksia. Meidän piti tietysti ajatella ravintolakriitikoita, mutta jos tämä ei olisi toiminut, olisimme vain sulkeneet paikan vuoden jälkeen."

Pasin päätös maistelumenusta juonsi hänen vapaudesta valita itse. Jos hän olisi joutunut ottamaan lainan, hän ei todennäköisesti olisi päätenyt kyseiseen vaihtoehtoon. "Moni vieras haluaa itse valita mitä syö. Tarjoamalla maistelumenuun myös asiakaskunta on suppeampi. Toisaalta on helpompaa arvioida henkilökuntakustannuksia. Pärjäämme vähemmällä keittiössä ja tiedämme aina mitä valmistamme, joten ruokakustannusten suunnittelukin helpottuu."

Pasin mukaan hänen ruokansa ei ole pikkutarkkaa verrattuna siihen mitä hän valmisti Marquessa. Cafe Pacissa on rennompaa tyyli. Täällä raaka-aineet saavat puhua omasta puolestaan. "Tärkeintä on, että ruoka maistuu hyvälle ja esilepano on luonnollinen."

Menyy vaihtuu jatkuvasti, mutta kaksi annosta pysyvät toistaiseksi listalla; lakritsijälkiruoka (porkkanaa, jogurttia ja lakritsaa) ja Photato. Moni ruokailija kysyy juuri niiden annosten perään, sillä niistä on kirjoitettu paljon. "Ne jäävät listalle pidemmäksi ajaksi."



Ankka-annos (ankkaa, hasselpähkinää, rosésalaattia, vadelmia) on kuitenkin poistumassa listalta, samoin parsakaali ja taskurapu. "Mikään annos ei palaa samassa muodossa, toisin kuin ainekset. Ankka on aina ankkaa, mutta se tarjoillaan vastaisuudessa eri tavalla."

Pasi ei alkuun halunnut liian vahvaa kytkentää suomalaiseen ruokaan, sillä moni australialainen mieltää sen raskaaksi ja täynnä kermää, kastikkeita sekä perunaa. "Tulin kuitenkin katumapälle", hän kertoo hymyillen. Suomalainen ruokahan on nykyään erittäin modernia. "En kuitenkaan halua lyödä leimaa ruoalleni, sillä se rajoittaa sekä minua että vieraita, jotka löytävät tiensä tänne. On parempi löytää laajempi alue. Ruokaani voisi mahdollisesti luonnehtia eurooppalaiseksi tai itäeurooppalaiseksi."

”Ruoka ja tila kuuluvat tyyliltään yhteen.

Perjantai on ainoa päivä, kun Cafe Pacissa tarjoillaan lounasta, ja samalla keittiö kokeilee uusia ruokia. Onnistuneet annokset lisätään illan ruokalistaan. Keittiössä työskentelee arkisin neljä kokkia, viikonloppuisin kutsutaan vielä viides mukaan. Pasi menee silloin tällöin seurustelemaan vieraiden kanssa, sillä moni haluaa nähdä kuka seisoo ruoan takana.

Australiassa kaikki pohjoismaalainen koetaan hyvinkin muodikkaana, jopa supertrendikkäänä.

"Vieraat kuulevat mielellään suomalaisen aksenttini ja kertomuksia ruoista. Minun pitäisi itse asiassa seurustella enemmän, mutta minunhan täytyy tehdä ruokaa, jonka lisäksi olen hieman ujo."

Pasi Petanen varttui Tampereella, missä hän kävi kokki- ja ravintolakoulua. Hän muutti Helsinkiin ja työskenteli lyhyen ajan ravintolassa ennen asepalvelusta. Asepalveluksen jälkeen hän muutti takaisin Helsinkiin.

"Vähän ajan päästä ystäväni lähti Lontooseen töihin. Oli vuosi 1996. Lähdin pian hänen jälkeen ja sain töitä Hyatt Hotellista." Pasi työsken-



Suomalaiset tuotteet ammattilaisille



Kehitämme ja valmistamme tuotteemme Suomessa vastuullisesti ihmisistä ja ympäristöstä huolehtien.

KiiltoClean
www.kiiltoclean.fi



teli kuusi kuukautta hotellilla, jonka jälkeen hän sai töitä Chez Nicosta (kolme Michelin-tähteä). "Siellä työskentelin puolitoista vuotta. Opin paljon, mutta oli se rankkaakin." Hänen mukaan työympäristö poikkesi suuresti niistä suomalaisista ravintoloista, joissa hän oli aiemmin työskennellyt. Siellä kaikki oli mukavaa ja ihmiset ystävällisiä.

"En tiennyt millaista olisi työskennellä Michelin-ravintolassa."

Alkuun Pasi vihasi työtään Chez Nicossa, hän oli Commis Chef (oppipoika). Oli enemmänkin sääntö kuin poikkeus, että keittiömestari rähisi 22 hengen henkilöstölle silkasta stressistä, joka oli seuraus erinomaisen laadun ylläpitämisestä. "Ensimmäisellä viikolla hän ojensi minulle padan, joka oli niin lämmin että tiputin sen lattiaan. Keittiömestari nosti minut vaatteistani seinää vasten ja haukkui minut pystyyn."

Välikohtauksesta huolimatta Pasi ei jättänyt työnantajaansa, sillä oli tärkeää kerätä referenssejä tulevaisuuden kannalta sekä oppia mahdollisimman paljon. "Eräänä iltana keittiömestari antoi potkut kondiittorille, jolloin sain astua hänen rooliinsa. Viimeiset kahdeksan kuukautta vietin jälkiruokien ja leivonnain parissa. Työskentelimme erillisessä keittiössä, johon keittiömestari ei tullut niin kauan kun hoidimme työmme. Niinhän me teimme."

Lontoossa Pasi asui Earls Courtissa, joka on australialaisten ja

”Moni vieras haluaa itse valita mitä syö.”

uusiseelantilaisten reppureissaajien aluetta. "He sanoivat minulle: Tule Australiaan. Siellä on parempi olla. Joten tulin tänne 1998. Yksi vanhoista kämppäkavereistani on nykyään vaimoni."

Australiassa hän työskenteli alkuun Sydneyn vanhassa kaupunginosassa the Rocksissa, ja myöhemmin Quayssa. Siellä hän tutustui Mark Bestiin, joka nykyään pitää Marque-ravintolaa.

Pasi kertoo nauttivansa matkustamisesta ja eri ruokien kokeilemisesta. Makusilmuja on tärkeä harjoittaa. Hänen vaimonsa harmiksi lomilla syödään usein kaksi lounasta ja vielä päivällistä illalla.

"Vaimoni olisi tyytyväinen yhteen valmistettuun ateriaan päivässä", Pasi nauraa.

Pasin mukaan eri ruoat muistaa parhaiten maistamalla niitä, kerta toisensa jälkeen. Hänen mielestä nuoret kokit eivät riittävän usein maista valmistamia ruokia. "Australialaiset kokit eivät aina maista ruokaansa, kun sitä itse asiassa tulisi maistaa monta kertaa."

Keskustelun keskittyessä maisteluun ja syömiseen sekä siihen, että Pasi usein pyörii töihin eikä ole kovinkaan pyöreä vatsan kohdalta, hän toteaa, että kokkien ruokavalio yleensä on katastrofaalinen. "Nautin runsaan aamiaisen ja syön päivällistä viiden aikaan ravintolassa. Työskennellessä ei tule nälkä, mutta saapuessani kotiin olen aivan nääntynyt. Silloin syön ruisleipää Kallen mätitahnalla ja juustolla." ■



SMART MAT



VIHDOINKIN

Maistuvaa, ravitsevaa ja ympäristöystävällistä kasvisruokaa



Uutta!

- Hirssipihvi Original
- Italialainen Hirssipihvi
- Italialainen Hirssinugetti



Uudet Smart Mat -hirssipihvit ja -nugetit on kehitetty yhdessä ravitsemusasiantuntijoiden kanssa. Ne sisältävät runsaasti ja monipuolisesti proteiinia, täysjyvää, hirssiä ja palkokasveja. Jokaisen rasvakoostumus on terveellinen. Ei lisäaineita, lisättyä sokeria eikä soijaa, ja suolaakin on enimmillään vain prosentin verran.

Suomalaiset ravitsemus-suositukset kehottavat:

- vähentämään punaisen lihan käyttöä
- lisäämään kasvikunnan tuotteiden ja palkokasvien syömistä
- suosimaan täysjyväviljaa
- vähentämään suolan käyttöä

Hirssipihvi Original
5,0 kg, 100 kpl x 50 g

K 21289045
T 0469056
MN 1059013

808900
ME 1
ME/LA 60

EAN



Hirssipihvi Italialainen
5,0 kg, 100 kpl x 50 g

K 21289046
T 0469171
MN 1059012

808901
ME 1
ME/LA 60

EAN



Hirssinugetti Italialainen
5,0 kg, 166 kpl x 30 g

K 21289047
T 0469189
MN 1059014

808902
ME 1
ME/LA 60

EAN



SARVESTA HÄRKÄÄ?

HYVINVOIVA ROTUKARJA ON NYT ARVOSSAAN – JA RAVINTOLOIDEN OVELLA KOPUTTELEE KOBE

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: 123RF.COM

”Lautaselle
halutaan yhä
enemmän rotukarjaa.



*Lautaselle halutaan yhä enemmän rotukarjaa
– ja sekä kotimaiset naudanlihantuottajat että
maahantuojat panostavat laatuun. Johanna
Jahkola Satafood Kehittämisyhdistys ry:stä
toteaa, että kasvatustavoilla on tuntuva
vaikutusta ja satsaukset sen mukaisia.*

”**Turvallisuus
ja moitteeton
elintarvikelaatu ovat
itsestäänselvyyksiä.**

”**SUOMESSA ON** kasvava määrä tuottajia, joille eläinten hyvinvointi ja tuotanto-olosuhteet ovat ykkösasia. Nämä tuottajat ovat valmiita jopa ylittämään normaalit tuotantovaatimukset varmistaakseen eläimille erinomaiset ympäristöolosuhteet ja lajinmukaisen käyttäytymisen”, Jahkola arvioi.

Jahkola on tutkinut emolehmätilojen eläinainesta osana projektia, joka pureutui rotukarjan hyvinvoinnin ja taloudellisten toimintaedellytysten kehittämiseen. Raportissa todetaan, että emolehmätuotannon kannattavuudessa on eläinaineksen toimivuudella keskeinen osa.

Homma hanskassa?

Se, miten eläimet pystyvät tuotannossa onnistumaan on hyvin riippuvainen karjanhoitajan management-osaamisesta. Huonolla eläinaineksella ei päästä parhaisiin tuloksiin hyvälläkään osaamistasolla ja toisaalta: parhainkaan eläinaineksestä ei saavuta tuloksia, jos karjankasvatuksen taidossa tai asenteessa on puutteita.

Johanna Jahkolan mukaan viime vuosien muutoskehitys on suunnattu voimakkaaseen laajentamiseen. Tuotannon kannattavuutta on nojattu paljolti eläinmäärään. Jos laadun kehittäminen ja tuotannon tavoit-

teet unohtetaan, tuloksissa jää saamatta se, mitä ammattitaidolla ja kiinnostuksella on saavutettavissa.

Raportti korostaa, että hyvät tulokset karjankasvatuksessa ovat monen tekijän summa ja karjankasvattajan rooli on keskeinen. Vasta kun ruokinta, olosuhteet ja tuotantorytmi ovat kohdallaan, on eläinten permallä ja potentiaalilla täysi mahdollisuus tulla esiin. Karjamiestaito – tai sen puute – määrittää minkä tahansa kokoisen karjan tuottavuuden.

”Hyvien tulosten takana on hyvää karjasilmää, osaamista ja aitoa kiinnostusta”, Jahkola listaa.

Katse tuotantoon

Atria on yksi kotimainen toimija, jossa lihan laatu on jatkuvassa seurannassa.

Tuotantoeläinten sairauden ja terveydenhoidon erikoiseläinlääkäri, eläinlääketieteen tohtori ja Atrian laatujohtaja Tuomas Herva kertoo, että alkutuotannossa seurataan teuraiden päiväkasvua, lihakkuutta, rasvaisuutta ja tuotanto-olosuhteita sekä tilojen tuotantotulosten että riippumattomien eläinlääkärien tekemien NASEVA-terveydenhuoltokäyntien kautta.



Cafitesse
*Enemmän kuin
hyvää kahvia.*



NOVACAFI
(09) 2750 971 novacafi.fi

"Riittävä päiväkasvu ja hyvät tuotanto-olosuhteet ovat merkittävimpiä lihan laatuun vaikuttavia tekijöitä", Herva toteaa.

Atrian laatujohtaja Seija Pihlajaviita kertoo, että ruohojen jäähtymisnopeutta ja -lämpötilaa, lihan pH:ta sekä aistittavaa laatua seurataan jatkuvasti osana prosessia.

"Oikea jäähtymisnopeus on mureuden kannalta tärkeää. Lisäksi lihan hygieenistä laatua seurataan jatkuvasti ja sille on sekä lakisääteisiä vaatimuksia että yrityksen itse asettamia tavoitteita", Pihlajaviita toteaa.

Toleranssit kohdalleen

Laatutarkkailuun on panostettu mm. määrittelemällä tuotantotuloksiin perustuvat toimenpiderajat, joiden alittuessa otetaan yhteyttä tiloihin ja korjataan tuotantoa yhdessä tuottajan kanssa.

"Myös NASEVAN kattavuutta ja toimivuutta on parannettu. Eläinten hyvinvointia on alettu seurata NASEVA-järjestelmästä saatavien tietojen avulla", kertoo Tuomas Herva ja lisää, että samalla tuotannon jäljitettävyyden on otettu keskeiseksi laatutyökaluksi.

Seija Pihlajaviitan mukaan laaduntarkkailumenetelmissä sinänsä ei

N-CLEAN Raikasta siivouspalvelua

Raikkautta ilmassa?



Valtakunnallisesti toimiva N-Clean Oy on erikoistunut monipuolisiin siivous- ja toimitilapalveluihin. Tuomme uusia, raikkaita tuulia koko toimialalle. Erityisosaamisalueenamme on majoitustilojen siivouspalvelut. Tuotamme Suomessa usean kymmenen hotellin ja kymmenen kylpylähotellin siivouspalveluja. Asiakashotelleihimme kuuluu sekä kansainvälisten hotelliketjujen hotelleja sekä yksityisiä hotellitoimijoita.

Hotellien lisäksi ominta osaamisalueettamme ovat lomahuoneistojen, laivayhtiöiden, liikekiinteistöjen, ravintoloiden, toimistojen ja taloyhtiöiden siivouspalvelut. Palvelemme nykyaikaisin konein ja menetelmin yksilöllisistä projekteista laajoihin palvelukokonaisuuksiin.

Meille on tärkeää luoda asiakkaaseen toimiva ja luottamuksellinen kumppanuussuhde. Olemme lähellä asiakasta ja ketteriä reagoimaan asiakkaidemme toiveisiin. Asiakasperehdytys ja sovittujen työtehtävien suorittaminen ammattitaitoisesti mahdollistavat pitkäaikaisen ja hedelmällisen yhteistyön.

N-Clean Oy on kotimainen perheyritys, jonka omistajilla Rauno ja Helena Nurmella on laaja-alainen kokemus siivouspalvelualalta.



Kun etsit luotettavaa ja palvelevaa kumppania, ota yhteyttä, Rauno Nurmi, toimitusjohtaja, 040 730 1563, www.nclean.fi

” Oikea
jäätymisnopeus on
mureuden kannalta tärkeää.



**Ennennäkemätön
oma radio- ja tv-kanava
asiakastiloihisi.**

Ennenkuulumatonta: taustamusiikit, videot
ja räätälöidyt sisällöt yhdestä paikasta.
Tutustu heti: djonline.com tai pinesker.com

djonline

Pinesker
MEDIA COMPANY

"Meillä on kymmenkunta asiakasta, joilla Kobe on listalla", Lillrank vahvistaa.



@eskimofin



**” Angus-rotu
tunnetaan
luonnonmukaisesta ja
maukkaasta lihasta.**

Naudan kissanpäivät

Marmoripinnastaan, terveellisestä rasvastaan ja pehmeästä rakenteestaan tunnetulla Wagyu-lihalla on tarkat laatuksiteerit puhtaan perimän varmistamiseksi. Japanilaisen häränlihan laatu selittyy paikallisilla ympäristöolosuhteilla ja karjasta huolehtimisella. Japanissa karjalle on tarjota neljä vuodenaikaa sopivissa lämpötiloissa, raikkaan vuoristoveden ja laadukkaan rehun äärellä.

Ravintogurujen mukaan kaikkein tärkeintä on kuitenkin taata karjalle stressitön elämä: ruoasta huolehtimisen lisäksi eläimiä usein hierotaan ja harjataan, ja niiden hyvinvointia tarkkaillaan.

Onnellisen naudan elämään kuuluu myös mm. rentouttava musiikki ja sosiaalisuuteenkin on panostettu: jokaiselle yksilölle on jopa valittu seuralaiseksi sopiva nautakaveri. Jokainen lauma identifioidaan omalla 10-numeroisella sarjallaan, jonka avulla myös terveysviranomaiset pääsevät valvomaan karjan laatua.

Wagyu-karjaan kuuluu neljä japanilaista rotua, jotka ovat Japanese Polled, Japanese Shorthorn, Japanese Brown ja Japanese Black. Kobe – ja myös Gastorian valikoimista löytyvä Satsuma-härkä – edustavat kummatkin Japanese Black -lihaa. Laatuilhojen nimet viittaavat alueisiin, joilta härkä on peräisin.

Löytyykö sertiä?

Kobe on ”Japanin kansallisaarre”, jota on jalostettu 1600-luvulta lähtien. Suomessa Kobe-härän kilohinta on noin 400 euroa, joten huipubrändi ei ihan arkiruuksi sovellu. Jos japanilaisen palkintohärän haluaa omaksi, se voi kustantaa jopa 250 000 dollaria. Hullut hinnat

kertovat sekä onnistuneesta brändinrakennuksesta että todellisen huipuraaka-aineen kasvaneesta arvostuksesta.

Menestys on tuonut tullessaan myös paljon jäljittelijöitä: useilla ravintoloilla on listallaan Kobe-tyylistä lihaa esimerkiksi Australiasta, mutta se ainoa aito ja oikea japanilainen Wagyu-karja on sekä syntynyt että kasvatettu Japanissa. Jos ravintolassa on tarjolla ”aitoa Kobe-härkää”, voi asiakas varmistaa rahoilleen vastineen vaatimalla aitoustodistuksen nähtäväksi – jokaiselta ehdalta Kobe-ravintolalta sellainen sertifiikaatti löytyy.

Always Bet On Black

Gastorialla on lyödä tiskiinkin myös 100 % aitoa Black Angusta. Alkuaan skotlantilainen Angus-rotu tunnetaan luonnonmukaisesta ja maukaasta lihasta. Gastorian yhteistyökumppanit PM Beef (USA) sekä Rangers Valley (Australia) antavat eläintensä laiduntaa vapaina ympäri vuoden. Näin eläimet välttyvät myös turhilta kasvuhormoni- ja antibiootikäsittelyiltä, josta lopputuloksena on stressivapaa, marmoroitunut liha.

”Black Angus tuottaa eniten marmoroitunutta lihaa”, Lillrank vahvistaa.

Tämäkin väkivahva brändi on toki saanut omat jäljittelijänsä – australialaista lihaa mainostetaan surutta autenttisena Anguksena, vaikka aitous tulee markkinointimiehen kynästä.

”Sekarotuisissa laatu voi vaihdella, mutta vain puhdasrotuinen Black Angus takaa sen tasalaatuisen lopputuotteen joka kerralla. Näin keittiömestari tietää aina, mitä salin puolelle viedään”, Lillrank huomauttaa. ■

Robert Paulig

FRESH FIVE COLLECTION



Robert Paulig Roastery

Aloitimme kahvin paahtamisen Helsingin Katajanokalla vuonna 1987. Valmistusperiaate on tähän päivään asti pysynyt samana. Kahvin paahtaminen on tarkkaa käsityötä, jota tehdään kaikilla aisteilla – aina raakapavuista valmiiseen kahvikupilliseen. Se on valmistettu asiantuntemuksella ja täydestä rakkaudesta kahviin. Näin voit olla varma, että Robert Pauligin kahvi on joka kerralla parasta gourmet-laatua.

Robert Paulig -kahvit paahtetaan hitaasti ns. slow roast -menetelmällä. Slow roast -paahto tuo esiin kahvin hienovaraisimmat maut ja takaavat erinomaisen kahvinautinnon. Yleisin hidas paahto aika on 12–15 minuuttia, mutta Robert Pauligin paahtimolla se on jopa 16–18 minuuttia.

KPL/M-ERÄ : 10 x 500 g

ESPRESSOPAVUT:

ESPRESSO EXTREME DARK ROAST

Pähkinäinen ja vahva espresso, jonka kruunaa samettinen ja paksu crema. Paahtoaste 5.

TUOTENUMERO: 16700

AFTER DARK ESPRESSO

Samettinen ja pehmeä espresso, jossa häivähdyks tummaa suklaata. Paahtoaste 4.

TUOTENUMERO: 16694

BRAVE BLONDE ESPRESSO

Pehmeän tasapainoinen kahvi, jonka mausta voi löytää vivahteen paahtettua kaakaota. Paahtoaste 3.

TUOTENUMERO: 16701

SUODATINKAHVIPAVUT:

FULL HOUSE DARK SLOW ROAST

Ryhdikäs ja tumma kokonaisuus – paahteisuutta ja kaakaomaisia vivahteita tyyliä! Paahtoaste 4.

TUOTENUMERO: 16702

WHITE KNIGHT LIGHT ROAST

Rytmikäs vaaleapaahtoinen kahvi, josta löytyy toffeemaista makeutta. Paahtoaste 2-3.

TUOTENUMERO: 16703

Robert Paulig Fresh Five Collection -kahvit yksinmyyntioikeudella:

PAULIG PROFESSIONAL / OY GUSTAV PAULIG AB

Puh. 020 737 0000

professional.fi@paulig.com

WEBSHOP: WWW.PAULIGPROFESSIONAL.FI

PÖYTÄ ON KATETTU

KATTAUSTUOTTEET TUOVAT RAVINTOLOIDEN MARKKINOINTIIN UUSIA ULOTTUVUUKSIA

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVA: DUNI OY

Ravintolat etsivät erilaisia keinoja erottautumiseen, mutta sisustusremontit saattavat viedä satoja tuhansia euroja. Imagonrakennukseen on saatavilla kuitenkin myös huokeampia keinoja. Kaivattu "kilven kiillottaja" voi löytyä kattaustuotteista. Esimerkiksi erilaiset pöytäliinat ja servietit voivat tukea brändiä ja kertoa talon tarinaa erittäin tehokkaasti.



FIBLON OY:N viestinnästä ja markkinoinnista vastaava johtaja Anne Ekberg katsoo, että lautasliinojen merkitys kattauksessa on aliarvostettu.

"Ensiarvoisen tärkeää on korostaa omaa brändiä, visuaalista ilmettä tai omaa konseptia. Lautasliinat on edullinen ja helppo tapa sisustaa ja erityisesti korostaa omia vahvuuksiaan", Ekberg toteaa.

"Jos ravintolalla on jotain erityistä kerrottavaa, jota halutaan alleviivata, kannattaa se tehdä lautasliinan avulla", Ekberg linjaa. Näin tarjoukset, sloganit ja tarinat tuodaan asiakkaiden tietoisuuteen.

Trendien perässä juoksemiseen Ekberg ei usko, vaan enemmän kannattaa panostaa siihen, että oma ilme ja brändi tulevat näkyviin.

"Lautasliinoilla on helppo nostaa omat erityispiirteet ja sanoma esiin."

”Lautasliinoilla on helppo nostaa omat erityispiirteet ja sanoma esiin.

Tunnusta väriä!

Kattaustuotteet ovat myös kelpo konsti ravintolatilailmeen muuttamiseksi. Fyysistä sisustusta ei voi muuttaa jatkuvasti, mutta lautasliinat ovat edullinen tapa vaihtaa ilmettä hetkessä. Asiantuntijan vinkki kuuluu: käytä ehdottomasti värejä.

Erilaisten interiöörien värimaailmasta Ekberg toteaa, että luonnonläheiset värit ovat olleet pinnalla jo pitkään ja niillä on edelleen kannattajansa. Viime aikoina ovat nousseet esiin myös vahvemmat värit:

"Pinnalla on street food, joka innostaa värien käyttöön. Aasialainen ja Lähi-Idän ruokakulttuuri ovat saaneet rinnalleen väliamerellisiä ja meksikolaisia makuja ja nämä vievät myös sisustusta värikkäämpään ja vahvempaan suuntaan.

Mutta kuinka valvutuneita Suomessa sitten ollaan kattaus-asioiden suhteen? Ekbergin mukaan ainakaan lautasliinoin ei vielä panosteta juuri ollenkaan.

"Käytetään yleensä sitä mitä ennenkin tai mitä sattuu löytymään. Joskus jopa näkee tiloja, joissa selvästi on panostettu sisustukseen, mutta viimeistely on jäänyt kesken."

Muista kokonaisuus

Tätä Ekberg pitää vähintäänkin outona, mutta pahimmillaan bisnekselle haitallisena. Esimerkki: jos kahvi valmistetaan aidolla käsityöllä, mutta kylkeen tarjotaan snagari-servietti, tunnelma väkisinkin latistuu hieman.

"Kannattaa ajatella kokonaisuutta ja pitää huolta siitä, että tällaiset pienet yksityiskohdat ovat kunnossa", Ekberg toteaa ja lisää, että asiantuntijan käyttö on suositeltavaa etenkin tapauksissa, joissa yrittäjän kädet ovat jo täynnä.

Dunin kattaustuotteiden myynnistä vastaava johtaja Miisa Jallow on samoilla linjoilla kollegan kanssa. Erottumisen markkinoilla on horeca-alan toimijoiden elinehto ja kaikki keinot ovat käytössä. Fiksu toimija ei mieti lautasliinoja pakollisena kustannuksena – joka on minimoitava – vaan osana markkinointia.

"Brändäyksen merkitys kasvaa koko ajan", Jallow toteaa ja lisää, että viesti ei kohdistu pelkästään talon ulkopuolisiin: myös työntekijät saavat lisäpuhtia ryhdyttyä visuaalisesta kokonaisuudesta.



Maailman Merien Herkut



ÄYRIÄISTUKKU
FRISCH HAUS FINLAND OY



Kotkan Klubi

**Perinteikäs Kotkan Klubi
hakee
ravintoloitsijaa**

Kotkan Klubi on yli 130 vuotta vanha yhdistys. Etsimme nykyaikaista, aktiivista, energistä ja markkinointiin panostavaa yrittäjää A-oikeuksilla varustettuun ravintolaamme.

Asiakaspaikkoja käytössä kaikkiaan 150.

Klubi tarjoaa myös mainiot tilat erilaisille koulutuksille ja tapahtumille.

Klubi sijaitsee Kirkkokatu 2, 48100 Kotka, Kotkan torin tuntumassa.

Lisätietoja:
Kotisatama LKV
Ari Nuutinen
puh. 0440 747 100
ari.nuutinen@kotisatamalkv.fi
www.kotkanklubi.fi

"Työntekijöille se luo tiettyä yhteenkuuluvaisuuden tunnetta ja ylpeyttä omasta työpaikasta."

Terveisiä keittiöstä!

Jallow'n mukaan kentällä elää edelleen tietty rouhea minimalismi, back-to-basics-linja. Esimerkkinä hän mainitsee keittiöpyyhkeen näköiset lautasliinat, jotka on "heitetty" tuolin selustalle – näennäisesti huolettomasti, mutta kirjasta ajatusta on takana.

"Tässä on taas yksi tapa korostaa keittiön ja asiakkaiden välistä suhdetta ja lähentää sitä."

Samanlaista "tavernan lämpöä" tavoitellaan esimerkiksi luonnonmateriaalien käytöllä – vaikkapa nahka, korkki ja puu puskevat pintaan tämän trendin harjalla. Tekstuuria saa olla rutkasti: roso luo fiilistä ja vahvistaa ravintolaelämystä.

"Nousevista väreistä voi mainita pähkinän, hunajan, meripihkan ja eri harmaan sävyt – kaikki luontoon viittaava on vahvoilla", Jallow summaa. Samaan "vihreään kaavaan" kuuluu, että tuotteet ovat kompostoituvia.

”Brändäyksen merkitys kasvaa koko ajan.

Mustaa ja valkoista

Taidemuseo Göstan yhteydessä palveleva ravintola Göstä on saanut paljon kehuja vahvasta visuaalisesta linjastaan. Mäntässä ruokaillaan avarassa tilassa, jossa huomattavassa roolissa ovat isot lasipinnat ja tumma puu. Pöytien ja tuolien ollessa mustia, kontrastia saadaan luonnollisesti valkoisia kaitaliinoja käyttämällä. Ravintolapäällikkö Anna-Liisa Vuokko kertoo, että sisustuksessa on yksinkertainen periaate: mennään "kauneus edellä".

"Me olemme varta vasten valinneet kauniita tuotteita, jotka sopivat yleisilmeeseen", hän kertoo. Esimerkiksi erikoistilauksena painetut paperiservietit herättävät huomiota, sillä ne on kirjailtu säätiön omien taiteilijoiden nimillä.

"Niitä on vain meillä", Vuokko toteaa.

Toinen sisustusteesi on "vähän mutta hyvää": ravintolan pöydästä halutaan raivata pois kaikki tarpeeton. "Rentoa, selkeää ja toimivaa", Vuokko kuvailee konseptia.

"Bistrotyyliin kuuluu, että kaikki pönöttäminen riisutaan pois", hän toteaa ja lisää, että jäykkä esillepano on nyt passé.

Sali jossa silmä lepää

Vuokon mukaan isot linjat ja detaljitason pienet säädöt menevät käsi kädessä: kun salin kaikki elementit ovat tasapainossa, sen kyllä huomaa – ja kuulee ruokailijoiden kommentteissa.

Entä sitten muunneltavuus? Vuokko tietää, että esimerkiksi erilaisilla kankailla voi sävyttää vähällä vaivalla – ja vaikkapa sifonki on tässä omiaan.

"Esimerkiksi illallispöytään sifonki tuo väriä." Lisäksi tietenkin kynttilät ja kukat löytyvät arsenaalista – Göstassa käytetään paljon peikonoksaa.

Anna-Liisa Vuokko toteaa, että kattaustuotteissa on tänä päivänä aika mukavasti valikoimaa, mutta pienten erien tilaaminen ei aina ole kustannustehokasta. Pienelle yritykselle ei ole mielekästä tilata vaikkapa 10 000 servietin "minimierää".

"Varsinkin pieniin erikoistilauksiin toivoisi joustavuutta." ■



Olemme rakentaneet valmiita ”avaimet käteen” -myyntiratkaisuja helpottamaan herkullisten jäätelöannosten myyntiä asiakkaillesi. Ratkaisut pitävät sisällään toimivan annosreseptiikan, myyinnedistämismateriaalit, irtojäätelövitriinit eri kokoluokkiin sekä tarvittaessa myös henkilökuntasi koulutuksen jäätelömyynnin ammattilaisiksi. Kysy lisää myyntiratkaisuista alueesi Nestlé Jäätelöt HoReCa myyntiedustajalta tai katso lisätietoja osoitteesta www.pingviini.fi/ammattilaiset.

Pingviini-myyntiratkaisut

Pingviini-myyntiratkaisut eri kokoluokkiin kioskeille ja kahviloille. Vaihtoehtoina ovat 2, 4, 6 ja 7 makuun perustuvat kokonaisuudet arjen herkutteluun.

Pingviini Pienille -myyntiratkaisu

tuo uusia tuulia lapsille ja lapsenmielisille. Annokset perustuvat suosituimpiin irtojäätelömakuihin; soveltuu käytettäväksi sellaisenaan tai yhdistettynä muihin Pingviini myyntiratkaisuihin.

Pingviini Onnenpäivät -myyntiratkaisu

nostaa vanhat suosikit uudelleen esille. Annokset perustuvat suosituimpiin irtojäätelömakuihin. Soveltuu käytettäväksi sellaisenaan tai yhdistettynä muihin Pingviini myyntiratkaisuihin.

Aino Hetki -myyntiratkaisut

Suomalaisen jäätelöosaamisen huipputasoa edustavat Aino Hetki -myyntiratkaisut eri kokoluokkiin kahviloille ja ravintoloille kohottamaan herkutteluhetken arjen yläpuolelle.

Mövenpick Coupe -myyntiratkaisut

Kansainvälisen gastronomisen osaamisen huippua edustavat korkealuokkaiset Mövenpick Coupe -myyntiratkaisut eri kokoluokkiin kahviloille ja ravintoloille.

Pehmis-myyntiratkaisu

Pehmis Vanilja -myyntiratkaisu mahdollistaa useiden erilaisten jäätelöannosten myynnin yhdellä Pehmis-perusmaulla.

HORECA 2.0



DIGITAL SIGNAGE SÄHKÖISTÄÄ KOKO TOIMIALAA – VAIKKAKIN MALTILLISIN ASKELIN

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVA: DELITAZ OY

Horeca-alalla ollaan heräämässä sähköisten viestintä- ja informaatiojärjestelmien (digital signage) tarjoamiin mahdollisuuksiin markkinoinnissa ja myynnissä sekä brändin vahvistamisessa. Brand Factory Finlandin toimitusjohtaja Kimmo Laaksonen katsoo, että viimeisen parin vuoden aikana tällä kentällä on menty selvästi eteenpäin.

”TEKNIikka JA ERILAiset jakamisen tavat ovat kehittyneet valtavasti”, toteaa Laaksonen ja lisää, että potentiaalia piisaa edelleen. Hänen mukaansa digital signage -työkaluilla voidaan ottaa asiakkaan päivittäiset rytmit ja rutiinit haltuun ennennäkemättömällä tavalla – ja ulosmitata huomattavia hyötyjä.

”Viesti pystytään nyt kohdentamaan paljon paremmin.”

Esimerkki: isolla ravintolaketjulla voi olla omat markkinointiviestit, jotka juoksevat screeneillä läpi valtakunnan, mutta yksittäinen ravintola voi luoda omat täsmäviestinsä liittyen vaikkapa happy hour -tarjouksiin tai juuri takaovesta saapuneeseen rapulähetykseen.

Asiakkaan iholle

Jos joka pöydässä on oma ruutu, viesti voidaan kohdistaa pöytäkohtaisesti tai ruokailijakohtaisesti. ”Päivittäinen reagointi eri asioihin menee valtavasti eteenpäin sähköisten työkalujen avulla. Kun tähän lisätään vielä sosiaalisen median eri kanavat, voidaan puhua isosta muutoksesta.”

Kimmo Laaksonen muistuttaa, että digital signage sinänsä on varsin taktinen väline: hän puhuukin tässä yhteydessä ”viimeisen mailin sisidodasta.”

”Tärkeää olisi nähdä digital signage osana markkinointiviestinnän kokonaisstrategiaa, ei minään erillisenä härpäkkeenä. Brändi-ilmeen ja markkinointiviestien jakaminen kokonaisvaltaisesti eri kanavissa: ostopöydässä mediassa, myymälän fyysisissä pinnoissa ja digitaalisissa näytöissä, on se millä saavutetaan paras tulos.”

Kuinka fiksu menu teillä on?

Älykäs ruokalista – smartmenu – on yksi uuden aikakauden työkaluista, joka mahdollistaa ravintolan valikoiman esittelyn aiempaa helpommin ja laajemmin. ”Smartmenu on tablettitietokoneissa toimiva ruokalista, jota käyttämällä tehostetaan henkilökunnan työntekoa ja lisätään ravintolan kannattavuutta”, kertoo Antti Auno Delitaz Oy:stä.

Miten älymenu sitten toimii? – Asiakas voi selata listaa, tutus-

tua annosten sisältöön ja nähdä annoskuvat. Myös tilaaminen onnistuu Smartmenun avulla.

"Smartmenu on tarkoitettu ensisijaisesti Á la carte -ravintoloille, joissa asiakkaille tarjotaan pöytiin. Käyttövastusta riippuen sitä voidaan käyttää monenlaisissa ravintolatyypeissä. Minimissään pahvinen ruokalista korvataan 'tablettimenulla', jolloin se on moderni tapa toteuttaa ruokalista", kuvailee Auno.

Smartmenun avulla voidaan saavuttaa lisämyyntiä suosituksilla ja aktiivisella menun päivityksellä. Kieliversioita voi olla useita ja menun visuaalisuus ja koko ovat asiakkaan mieleen.

"Lisäksi ruoka-annosten lisätietojen saatavuus – vaikkapa allergien osalta – on nyt interaktiivista. Nopea päivitettävyyden ajankohtaisen tilanteen mukaiseksi on myös huomattava etu, samoin kannattavuuden kasvu mm. hävikin pienentymisenä."

Ajan hermolla

Smartmenua käyttämällä asiakas saa aina sitä mitä on tilaamassa, eikä henkilökunnan koskaan tarvitse sanoa "valitettavasti loppu". Tarjoilijakutsutoiminto taas tuo tarjoilijan viivana pöytään ja tabletin avulla palautteen antaminenkin helpottuu.

"Myös erilaisia promootio- ja sponsoritoimintoja löytyy", lisää Auno. Smartmenun ansiosta henkilökunnan aika vapautuu asiakkaiden palvelemiseen, jolloin asiakkaat saavat aiempaa sujuvampaa ruokailukokemuksen. Smartmenu auttaa laajennettuna mm. tarjoilijoiden ja keittiön välisessä tiedonkulussa, kun asiakkaan palveleminen ja annosten valmistaminen helpottuu ja selkeytyy. Keittiöpäänteen avulla kokit näkevät tilauksen pöydittäin ja annoksittain, jolloin koko seurueen tilaukset saadaan pöytään yhtä aikaa entistä varmemmin.

**Tekniikka ja erilaiset
jakamisen tavat ovat
kehittyneet valtavasti.**

Huolella hiottu

Smartmenu kehittäminen aloitettiin muutama vuosi sitten Centriassa erään toisen projektin yhteydessä. Kun älymenuprojektin tuloksia esiteltiin televisiossa loppuvuonna 2011, Antti Auno kuuli asiasta ensi kertaa – ja kiinnostui välittömästi.

"Tuote oli tuolloin vielä konseptiprototyyppiasteella, mutta useat ravintoloitsijat olivat siitä kiinnostuneita. Päätin lähteä mukaan kuvioon ja perustin Delitz Oy:n helmikuussa 2012", Auno kertoo.

Smartmenua päästiin kokeilemaan ja kehittämään ravintola Rantakallassa Kalajoella kesällä 2012. Samana kesänä se asennettiin ravintola Origoon Hankoon. Kummassakin paikassa tuotetta kehitettiin eteenpäin yhdessä asiakkaiden kanssa. Varsinainen lanseeraus tapahtui vuotta myöhemmin.

Auno korostaa, että Smartmenulla ei ole tarkoitus tehdä Á la carte -ravintoloista itsepalvelupaikkoja, vaan parantaa ravintolan asiakkaiden palveluja ja sen tuotteiden esittelymahdollisuuksia sekä mahdollistaa ravintolahenkilökunnan keskittymisen palvelemaan asiakkaita eikä juoksemaan turhaan edestakaisin.

"Sähköisessä tilauksenhallinnassa suurin hyöty tulee siitä, että tieto kulkee keittiön ja salin välillä kahteen suuntaan. Näin tarjoilijat voivat maksimoida henkilökohdaisen myyntityön ja suosittelemisen annosten toimittamisen asiakkaille."

Ei kaikkien pirtaan

Aunon mukaan suurin osa asiakaspalautteesta Smartmenun suhteen on ollut erittäin positiivista – joskin epäluulojakin esiintyy.

"Osa ravintolan henkilökunnasta kokee tablettikäyttöisen sähköisen ruokalistan uhkana", hän tietää.

"Jatkossa pyrimme integraatioihin yleisimpien kassajärjestelmien kanssa, jotta sähköisen tilauksenhallinnan hyödyt saadaan täysimääräisesti ravintoloiden käyttöön." ■



Ravitsemis- ja puhdistuspalvelualan koulutusta työyhteisöille

- + Työyhteisöille räätälöidyt koulutukset
- + Asiakslähtöiset ateria- ja puhdistuspalvelut
- + Erityisruokavalioiden suunnittelu ja valmistus
- + Siivoustyön ohjaaminen ja perehdytys
- + Toiminnan prosessien, talouden ja laadun hallinta
- + Toimintojen suunnittelu, kehittäminen ja johtaminen
- + Anniskelupassi ja hygieniapassi
- + Clean Card
- + Ravitsemis- ja puhdistuspalvelualueiden ammattilliset tutkinnot

Kysy lisää!

Eija Lenkkeri, p. 040 776 8728, eija.lenkkeri@edupoli.fi

LUE LISÄÄ
WWW.EDUPOLI.FI

edupoli

Helsinki / Kerava / Porvoo / Vantaa



Meiltä nopeat, varmat ja laadultaan tasokkaat lihatoimitukset.

Ota yhteyttä ja kysy lisää!

Puh. 09 761 470
www.heikinlihaoy.com



proresto 3/2015 on joassa myös Heimon tukkumessuilla.

Tapahtuma järjestetään Messukeskuksessa tiistaina 1.9.2015!

Tervetuloa!



ESITYSTEKNIikka LUO Viihtyisyyttä

– JA TEHOSTAA RAVINTOLAN MARKKINOINTIA

TEKSTI: MERJA KIHl JA ARI MONONEN

KUVA: MAINOSTOIMISTO SUHDE

Tamperelainen Kutalab ja Pinesker Helsingistä toimittavat yhteistyönä oman radio- ja TV-kanavan ravintoloihin, pubeihin ja baareihin sekä muihin julkisiin tiloihin.

vuonna 2004 Kutalab alkoi kehittää uudenlaista musiikinjakelujärjestelmää ravintoloiden tarpeisiin.

"Kehitimme tekoälypohjaisen järjestelmän DjOnline, joka valikoi musiikkikirjastosta sopivia kappaleita asiakkaalle luodun musiikkityylin ja aikataulun pohjalta automaattisesti. Kuvapuolelle palvelu laajeni karaoke-palvelun myötä", yrittäjä Pablo Harju Kutalab Oy:stä kertoo.

"Kehitimme myös info-TV-palvelun, johon voi tehdä kuvamainontaa esimerkiksi ruuasta, tarjouksista ja lounastarjonnasta. Sellaiset alkavat jo käydä vanhanaikaisiksi", Harju arvioi.

Nyt Kutalab on kehittänyt yhdessä Pinesker Oy:n kuvatuottajien kanssa Mediacone-nimisen kokonaismedian, joka soveltuu erityisesti ketjujen käyttöön. Siinä sisältö on olennaista – samoin kuin ravintolan oma tyyli ja brändi.

"Kyse on asiakaskohtaisesti suunniteltavista informaatiojärjestelmistä, joissa kuva- ja musiikkipalvelu ovat samassa paketissa", Harju tiivistää.

"Systeemi toimii joustavasti. Kun videon ääni loppuu, järjestelmä jatkkaa musiikin soittamista."

Harju muistuttaa, että nykyaikana lyhyiden videopätkien kuvaaminen ja animaatioiden tuottaminen sujuu nopeasti ja kustannustehokkaasti.

"Kartoitamme aluksi asiakasryityksen tarpeet. Jos asiakas haluaa järjestelmään pääasiassa taustamusiikkia, musiikin taustalla voidaan käyttää

vaikkapa still-kuvia tai äänetöntä videokuvaa. Kuvasisällön osalta toteutetaan aina myös asiakkaan näköinen kanavailme."

"Palvelu voidaan toteuttaa mainosrahoitteisena. Se vähentää ratkaisevasti asiakkaan kustannuksia."

Ravintola- tai aulatilin koosta riippuen kuvaa voidaan esittää yhdellä tai usealla näyttötaululla tai vaihtoehtoisesti videotykillä.

"Tekoälyn perustuvalla musiikkijärjestelmällä luodaan soittotyylejä, jotka sopivat ravintolan brändiin. Näistä voidaan luoda radiomainen ohjel-makartta, jossa musiikkityyli muuttuu vaikka joka tunti esimerkiksi pelkäs-tään energisyyden lisääntyessä iltaa kohti. Järjestelmä hakee myös uudet asiakasprofiiliin sopivat kappaleet tietokannasta automaattisesti. Musiik-kityylejä siis voidaan muuttaa vaivattomasti ilman käsintehtyjä soittolistoja. Nekin kuuluvat lähinnä menneisyyteen."

Musiikki- ja kuvapalvelu toimii 'avaimet käteen' -periaatteella, mutta varsinainen palvelu alkaa kun avaimet on luovutettu. "Useissa tutkimuk-sissa on vahvasti osoitettu, että laadukas musiikki ja kuva ravintolassa vaikuttaa myönteisesti asiakastytyväisyyteen", toteaa Harju.

Hän uskoo esitystekniikan tehostavan ravintola- ja hotelliketjujen markkinointia.

"Tekniikan kehitys tuo tähän toimintaan koko ajan uusia mahdolli-suuksia ja me seuraamme ja kehitämme niitä jatkuvasti." ■

KUINKA ONNISTUT MAINOS- JA INFONÄYTTÖJEN KÄYTÖSSÄ?

Varmista, että kaikki hyödyt saadaan irti

Mainos- infonäyttöjärjestelmien käyttö ravintoloissa on yleistynyt voimakkaasti viime vuosina. Parhaimmillaan järjestelmä tuo lisämyyntiä, parantaa asiakaskokemusta ja nopeuttaa päivittäistä toimintaa, mutta jotta hyödyt saadaan irti, täytyy järjestelmää käyttää aktiivisesti ja suunnitella sisältö omaan ravintolaan sopivaksi.

Näyttöjen teho mainosvälineenä perustuu siihen, että esitysisältö on kohdennettua ja muuttuu ajankohdan asiakasprofiiliin perusteella. Tyypillisiä esimerkkejä ovat lounaslistan näyttäminen lounasaikaan tai jäätelöiden mainostaminen kesähelteillä, mutta nykyisin on myös mahdollista mitata asiakaskunnan koostumusta automaattisin mittauksin.

Korvaa painettu materiaali näytöillä

Useimmiten ravintolan tai kahvilan tuotteista viestitään paperille tulostetuilla mainoksilla ja hinnastoilla. Tuotetarjonnan esilletuonti on usein sekavaa ja asiakkaan voi olla vaikea hahmottaa, mitä kaikkea on saatavilla. Kun päätetään hankkia digitaaliset hinnastot, pyritään yleensä uudistamaan kokonaisuus ja siirtämään ainakin valtaosa paperisesta materiaalista näytöille.

Onnistuneen toteutuksen jälkeen:

1. Hinnastokokonaisuus on selkeä ja yhtenäinen.

Ilme paranee ja asiakkaan on helppo tehdä valinta.

2. Ostoja voi ohjata haluttuihin tuotteisiin.

Esimerkiksi parempikatteisia oman keittiön annoksia voidaan korostaa tuomalla niitä isoilla ateriakuvilla esille.

3. Sisältö on aina ajankohtaista. Jos esimerkiksi ravintolan menu on suppeampi yöaikaan niin hinnastoissa näytetään ainoastaan tarjolla olevat annokset. Hinnastonäytöillä esitettävä tarjonta voi muuttua täysin eri kellonaikoina asiakastarpeiden mukaisesti.



Picnic kahvilaketjussa myynti kasvoi, kun julisteet korvattiin näytöillä. Seasamin toimittama järjestelmä on käytössä kaikissa Picnic kahviloissa.

PERJANTAI, KLO 12-16.
ASIAKKAISTA 75% NAISIA

**KOHDENNETAANKO
MAINONTAA
NAISILLE?**

Nykyaikainen mainos-
näyttöjärjestelmä tuot-
taa automaattisesti tietoa,
jonka avulla voidaan kehittää
toimintaa ja parantaa tuloksia.

4. Näytöt toimivat myös mainospintana. Hinnastonäytöt ovat otollinen mainospinta, koska kaikki kahviossa asioivat varmasti katsovat niitä. Esimerkiksi kassapisteessä kannattaa tuoda esille lisämyyntituotteita ja aseman palveluita.

Kahvion linjastolla ja kassapisteessä asiakkaan kohtaamisaika on lyhyt. Näyttöjen näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että esitettävä mainoskierto kannattaa myös pitää lyhyenä. Kahviossa ja ravintolassa tilanne on toinen. Asiakas viettää pöydässä aikaa ja näin ollen myös näytöllä esitettävää sisältöä voi olla enemmän. Kahvion seinällä olevalle näytölle kannattaakin ajastaa myös viihteellistä sisältöä, esimerkiksi uutisotsikoita.

Varmista helppokäyttöisyys ja tee sisältösuunnitelma

Teknisesti näyttävästäkin ratkaisusta ei ole hyötyä, jos sisällön päivitys ei ole suunnitelmallista. Hankittavan järjestelmän täytyy olla niin helppokäyttöinen, että esimerkiksi lounaslistojen päivitys, hinnastomuutokset ja mainosten teko onnistuvat kauppiaalta tai henkilökunnalta. Jos esitysaineisto täytyy aina tilata esimerkiksi mainostoimistosta, jää se helposti tekemättä tai ainakin syntyy viive ennen kuin viesti on näytöllä.

Jo hankintavaiheessa tulisi ideoida ja listata mitä kaikkea näytöillä haluaa näyttää ja varmistaa että siihen on työkalut olemassa, kun järjestelmä otetaan käyttöön. Dokumentoimalla sisältösuunnitelman saa eväät järjestelmän aktiiviseen hyödyntämiseen. Näyttöjen hyödyntäminen pitää olla osa jokapäiväistä tekemistä.

**AUTOMAATTISTA
ASIAKASTIETOA**

VINKKI: Kaikkea tietoa ei ehdi itse kerätä, mutta automaattisten järjestelmien avulla voit saada helposti tärkeitä tietoa asiakkaistasi:

- asiakasmäärä kellonajoittain ja päivittäin
- asiakaskunnan ikä- ja sukupuolijakauma
- mainosten huomaaminen ja katseluaika
- jonojen muodostuminen

Ville-Pekka Kuusisto, Seasam Digital Oy

Kirjoittajalla on 10 vuoden kokemus digitaalisen myymälämainonnan toteutusten suunnittelusta.

AMMATTIKEITTIÖT VAATIVAT ERIKOISSUUNNITTELUA – TOTEUTA HANKE YHDESSÄ ASiantuntijan kanssa





Ammattikeittiöiden suunnittelu ymmärretään nykyisin yhä paremmin omaksi erikoissuunnittelun alakseen. Investointi keittiötilaan ja -laitteisiin on kustannuksiltaan merkittävä, joten on selvää, että asianmukaisesti johdetussa hankkeessa käännetään lähes poikkeuksetta asiansa osaavan ammattikeittiösuunnittelijan puoleen.

AMMATTIKEITTIÖIDEN SUUNNITTELUN voidaan todeta olevan räätälöityä asiantuntijapalvelua. Mikäli kyseessä ei ole täysin konseptoitu keittiötoiminta, liittyy jokaiseen suunnitteluprojektiin omat erityispiirteensä ja tarpeensa. Jokaisen ravintolayrityksen liikeideaan soveltuva 200 asiakasta palvelevaa vakioitua ravintolakeittiötä ei ole olemassa, ei myöskään kopioitavaa mallia 5 000 annoksen cook-chill -menetelmää hyödyntävästä sairaalakeittiöstä. Ammattikeittiösuunnittelman ratkaisut ovat siis lähtökohtaisesti yksilöllisiä, kunkin asiakkaan tarpeisiin mahdollisimman optimaalisesti sovitettuja.

Ajatus keittiöstä – tarpeet ja tavoitteesta sopiminen

Onnistuneen suunnitteluprojektin toteuttaminen lähtee liikkeelle tarpeen tunnistamisesta. Suunniteltaessa ammattikeittiötä pääosassa tulee olla ruokatuote. Laajemmin ajateltuna kyse on ruokapalveluiden tarjoajan liikeideasta. Parhaasen lopputulokseen pääsemiseksi olisi kyettävä vastaamaan kysymyksiin mitä ja miten. Mitä ruokaa tarjotaan ja miten valmistus aiotaan toteuttaa. Osalle uuteen keittiöhankkeeseen lähtevistä edellyksiin kysymyksiin on olemassa valmiina hyvinkin yksityiskohtaiset ajatukset. Aina näin ei kuitenkaan ole. Tällöin ammattikeittiösuunnittelijalta otetaan teknisen suunnittelun lisäksi mielellään vastaan innovatiivisia näkemyksiä myös itse ruokatuotteesta sekä sen valmistus- ja tarjoilutavasta.

**” Onnistuneen
suunnitteluprojektin
toteuttaminen lähtee liikkeelle
tarpeen tunnistamisesta.**

Mikäli tulevan keittiön operoijalla on vankat visiot siitä, miten keittiö tulee toimimaan, on keittiösuunnittelijan yhtenä tehtävänä varmistaa näiden visioiden realistisuus. Riittävätkö tilat, ovatko ajatukset teknisesti toteutettavissa, täyttyvätkö viranomaismääräykset ja ennen kaikkea – onko hankkeen budjetti mahdollisuuksien rajoissa.

Useimmille ammattikeittiön suunnitteluhankkeeseen ryhtyville lukuisat, usein pienetkin yksityiskohdat, eivät kuitenkaan ole itsestään selviä. Kuten kaikki hyvän ruoan parissa työtään tekevät tietävät, keittiötyö on pääosin käytännössä tekemistä. Hyvien reseptien löytämistä ei voi takuuvarmasti tehdä kirjoituspöydän takaa. Tämä pätee myös ammattikeittiösuunnitteluun. Ammattikeittiöiden suunnittelun yhtenä merkittävimmistä riskeistä onkin se, että tulevan keittiön arjen toimintaan vaikuttavat ratkaisut tehdään yksinomaan teoreettisen tiedon perusteella.

Erityisesti uusien menetelmien tai konseptien käyttöönottoa suunniteltaessa on tärkeää, että asiakas voi yhdessä ammattikeittiösuunnittelijan kanssa kokeilla käytännössä ajateltujen ratkaisujen toimivuutta. Näin esimerkiksi silloin kun halutaan hyödyntää eri cook-chill -menetelmiä, valmistaa ruokaa elävän tulen avulla tai varmistaa pikaruokakonseptin toimivuutta. Testaus on usein osa suunnittelua, sillä esimerkiksi todellisia kypsennys- ja jäähdytysaikoja ei valitettavasti löydy viranomaisten taulukoista tai laitetuotteiden esitteistä.



Uusia ja entistä kilpailukykyisempiä ratkaisuja etsittäessä on joskus hyödyllistä katsoa myös kotimaan rajojen ulkopuolelle. Hyvällä ja näkemyksellisellä ammattikeittiösuunnittelijalla on usein suoria kontakteja esimerkiksi eurooppalaisiin keittiöihin. Joissakin tilanteissa vierailu toiseen keittiökulttuuriin saattaa avata tien siihen parhaaseen ammattikeittiösuunnitelmaan.

Ammattikeittiösuunnittelun ollessa yksilöllistä palvelua, korostuu palvelun tilaajan ja suunnittelijan luottamuksellisen yhteistyön merkitys. Parhaaseen lopputulokseen päästään silloin kun tilaajan ja suunnittelijan ajatusten vaihto on aktiivista. Ammattikeittiösuunnittelija on alansa ammattilainen, mutta tilaaja on kuitenkin oman toimintansa paras asiantuntija. Kaikkien suunnitteluprojektiin osallistuvien on siis syytä varata riittävästi aikaa halutun lopputuloksen saavuttamiseksi.

Keittiön neliöt – laskelmat tilasuunnittelun tukena

Ennen varsinaista luonnoksen suunnittelua on tarpeen määrittää, kuinka paljon ajateltu keittiötoiminta tarvitsee tilaa. Tässäkin ohjenuorana toimivat keittiössä valmistettavat ruokatuotteet. Varastojen tilatarpeeseen vaikuttavat itsestään selvästi varastoitavien artikkelien määrä sekä varaston kiertonopeus. Edelliset tarjoavat lähtötiedon tarvittavien varastoneliöiden määrittelemiseksi. Mikäli kyseessä on kokonaan uusi liiketoiminta eikä käytettävissä ole yrityskohtaista historiatietoa, ammattikeittiösuunnittelija esittää tila-arvion omaan kokemukseensa sekä suunniteltuun toiminta-ajatuksen pohjautuvan laskelman avulla.

Varsinaisen keittiötilan neliötarpeen määrittämiseen päästään laatimalla alustava tuotantosuunnitelma. Sen aineistoa ovat mm. ruokalaji-

tyyppien määrä, valmistettavat kilomäärät sekä valmistuksen ajoitus. Tässä yhteydessä arvioidaan myös tarvittavat henkilöstöresurssit. Tuotantosuunnitelmasta jatketaan mm. astianpesuosaston mitoittamiseen

sekä tarjoiluun tarvittavien kalusteiden määrän laskentaan. Laskelmien lopputuloksena saadaan selvitettyä keittiössä tarvittavat laitteet sekä pääosa kalusteista tilatarpeineen.

**” Keittiölaite
tulee ajatella
tuotantohyödykkeeksi, jolla
on tietty tuntiveloitus.**

Tavoitteena korkea käyttöaste ja alhaiset ylläpitokulut

Keittiösuunnittelun yhtenä tavoitteena on optimoida keittiölaitteiden määrä. Ajatuksena on määritellä laitemitoitus siten, että yksittäisen keittiölaitteen käyttöaste nousee mahdollisimman korkeaksi. Keittiölaite tulee ajatella tuotantohyödykkeeksi, jolla on tietty tuntiveloitus. Mitä suurempi käyttöaste, sitä nopeampi on luonnollisesti investoinnin takaisinmaksuaika. Keittiö-

laitteiden suurella käyttöasteella voidaan toisaalta saada myös keittiön tilatarpeet kohtuulliselle tasolle, sillä silloin laitteita ja samalla tilaa tarvitaan tietysti vähemmän. Tämä puolestaan alentaa rakennuskustannuksia sekä myöhemmin tilojen ylläpitokustannuksia.

Yleisesti voidaan sanoa, että mitä suurempi keittiö on kysymyksessä, sitä todennäköisemmin tehdään kannattamattomia tila- ja laiteinvestointeja. Mittakaavan kasvaessa pätevän ammattikeittiösuunnittelijan laatimat tarkat laskelmat pienentävät riskiä tehdä väärästä mitoittamisesta johtuvia tarpeettomia investointeja. Mikäli laskelmat tehdään kohtuuttomasti yleistäen, on vaarana, että varataan turhaa tilaa tai vaikkapa tuplasti tarvetta isompi astianpesukone ihan vain varmuuden vuoksi. Tilavauksia ja ennakointeja mm. laitehankinnoille on toki syytä tehdä, mikäli tiedossa on, että niille lähitulevaisuudessa on tarvetta. Muuten yliresur-



sointiin ei ole järkevää ryhtyä, vaan tavoitteena tulisi olla mahdollisimman optimaalinen kokonaisinvestointi.

Itse keittiölaitteiden valinnassa on syytä muistaa, että joillakin laitteilla investointikustannus saattaa olla vain 10 % laitteen koko elinkaaren aikana muodostamista kuluista. Hankintahinnaltaan halvin laite saattaa kuluttaa vettä ja sähköä elinkaarensa aikana siinä määrin, että sen kokonaiskustannukset nousevat hankintahinnaltaan kalliimpaa laitetta korkeammiksi. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö halpa laite voisi myös joskus olla käyttökustannuksiltaan edullinen. Ammattikeittiösuunnittelijalta saa kuitenkin apua myös keittiölaitteiden elinkaarelaskelmiin, joten osaa-mista tämänkin asian hallintaan on tarjolla.

Alustavien tila- ja laitetarpeiden määrittämisen jälkeen voidaan laskea kustannusarvio, joka on luonnollisesti koko hankkeen toteutumisen kannalta oleellinen tieto. Tässä vaiheessa on vielä edullista arvioida kokonaisuutta ja säättää lähtökohtia siten, että hankkeen toteuttaminen on taloudellisesti mahdollista.

Vihdoinkin piirtämään – luonnosvaihe

Tilarpeiden ja budjetin kestävyysvarmistuttua voidaan lähteä luonnossuunnitteluvaiheeseen. Mikäli tilasuunnitelman yhteydessä ei vielä mietitty keittiön yksityiskohtia niin nyt on sen aika. Tässä vaiheessa hankkeessa ovat mukana entistä aktiivisemmin myös muut suunnitellun osallistuvat tahot – mahdollisesti arkkitehti pääsuunnittelijana sekä LVIS-suunnittelijat.

Luonnossuunnitteluvaiheessa voidaan sanoa olevan keskimäärin kolme kierrosta. Ammattikeittiösuunnittelija luo kertyneiden lähtötieto-

jen perusteella parhaan näkemyksensä luonnospiirustukseen, jota arvioidaan yhdessä asiakkaan kanssa. Mikäli lähtötiedot ja tarpeet on määriteltä suunnittelun aloitusvaiheessa perusteellisesti, voidaan jo kahden

muutoksilla täsmennetyn luonnoksen jälkeen päästä lopulliseen luonnokseen eli pohjapiirustukseen. Kun pohjapiirustus on yhdessä asiakkaan kanssa todettu valmiiksi, voidaan suunnitelma lähettää edelleen muun suunnittelijaryhmän käyttöön mm. taloteknisten suunnitelmien eteenpäin viemiseksi.

Luonnossuunnitteluvaiheessa on hyvä pyytää ammattikeittiösuunnittelijalta pohjakuvan ohella myös havainnekuvia useista eri perspektiiveistä. Usein nämä näkymät antavat paremman kuvan esimerkiksi työtasojen ja laitteiden korkeuseroista, käytävien leveyksistä ja muista tilassa työskenneltäessä tärkeiksi muodostu-

vista tekijöistä. Ammattikeittiösuunnittelija voi laatia suunnitelmasta myös walk through -mallinnuksen, jossa pääsee ikään kuin kulkemaan keittiön sisällä – ja huomaamaan ajoissa ne mahdolliset ahtaumat, joihin sitten keittiön valmistuttua löisi päänsä ja polvensa päivittäin.

Pohjapiirustuksen valmistuttua siirytään toteutusvaiheeseen, rakentamiseen ja laitteiden sekä kalusteiden hankintaan. Moni saattaa luulla, että ammattikeittiösuunnittelijan tehtävät päättyisivät siihen kun keittiö on luovutuskunnossa. Loppuun saatettu yhteistyö tarkoittaa kuitenkin sitä, että ammattikeittiösuunnittelija osallistuu myös keittiön käytännön käynnistämiseen. Asiakkaan ei siis kannata tyytyä perävalotakuksen suunnittelunkaan osalta. Vasta kun ammattikeittiösuunnittelija on itse varmistanut käytännössä suunnitelmansa toimivuuden, voidaan todeta projekti ammattimaisesti loppuun viedyksi. ■

**” Parhaaseen
lopputulokseen
päästään silloin kun tilaajan
ja suunnittelijan ajatusten
vaihto on aktiivista.**

APUA OIVALLISEN HYMYN SAAMISEEN

TEKSTI: JARKKO BÖHM

KUVA: ESKIMO FINLAND OY

Eviran koordinoima Oiva-raportointijärjestelmä on ollut käynnissä kaksi vuotta, ja lähes kaikki ravintolat on tarkastettu elintarviketurvallisuuden osalta. Järjestelmä on yhtenäistänyt puhtaanapitoon ja hygieniaosaamiseen liittyvää valvontaa, joten ratkaisuja tarjoavat yritykset voivat antaa helpommin apua ravintola-alan toimijoille.



” Järjestelmä mittaa,
kuinka hyvin
lainsäädöksiä noudatetaan.

OIVA-PROJEKTIN PROJEKTIPÄÄLLIKKÖNÄ toimiva ylitarkastaja Marina Häggman on huomannut, että järjestelmän myötä HoReCa-alan toimijat ovat alkaneet suhtautua vakavasti omalta toimipisteeltään löytyviin epäkohtiin. Projekti on tuonut myös apua vaatimusten täyttämiseen, koska jokaisesta tarkastettavasta kohteesta on arviointiohje julkisesti nähtävillä Oivan internetsivuilla, josta toimija voi käydä ne lukemassa.

"Siellä on esimerkkejä muun muassa siitä, milloin lämpötila on sellainen, että se voi vaarantaa elintarviketurvallisuuden. Siivouksen osalta kerrotaan, että pinttynyt lika vaarantaa elintarviketurvallisuutta", Häggman nostaa esille.

Oivan avulla toimija nojaa entistä vahvemmin lainsäädäntöön. Marina Häggman sanoo, että järjestelmä mittaa, kuinka hyvin lainsäädöksiä noudatetaan.

"Se pitää muistaa, että moni tekee huomattavasti enemmän kuin laki määrää."

**”Oiva-raportointi on
tuonut tarkkuutta
vaatimuksiin ja nostanut
ihmisten tietoisuutta.**

Omaavalvontasuunnitelmassa usein puutteita

Häggmanin mukaan suurkeittiöt saavat enemmän hymyileviä naamoja, koska toiminta on niissä virtaviisempaa, päivittäistä ja tasaisempaa verrattuna esimerkiksi pikaruokaloihin, joiden kesken on enemmän eroavaisuuksia ruokaturvallisuuden suhteen. Eroa ei voi tehdä sen mukaan, onko kyseessä ketjuravintola vai yksityinen, pieni vai iso ravintola. Edes ravintoloitsijan työkokemuksesta ei voi päätellä, hoidetaanko asiat hyvin vai huonosti.

"Asiat ovat todella toimipaikkakohtaisia. Hygieniasta ja puhtautesta huolehditaan juuri niin hyvin kuin paikan omistaja tai vuoropäällikkö haluaa."

Marina Häggmanin mukaan tiettyjä kipukohtia on löydettävissä. Omaavalvontasuunnitelma puuttuu yllättävän monesta paikasta, tai sitä ei ole päivitetty jopa kymmeneen vuoteen. Puhtaanapidon työvälineistä pidetään pääsääntöisesti hyvää huolta, mutta muu keittiö välineiden ympärillä on juuri niin siivottu kuin vuoropäällikkö päättää.

"Tarkastaja kyllä erottaa, onko keittiössä päivittäisestä työstä johtuvaa likaa, joka siivotaan illalla pois, vai eikö siellä ole siivottu kuukausiin, eli siellä on pinttynyt likaa."

Myös lämpötilan hallinta aiheuttaa joskus vaikeuksia.

"Elintarvikkeille on laissa säädetty tietty säilytyslämpötila. Niissä on välillä huomautettavaa tai jopa korjattavaa", Häggman sanoo.

Jos oivallisen puhtauden ja ruokaturvallisuuden tavoittaminen tuntuu haasteelliselta, ravintola voi hakea apua erilaisilta yhteistyökumppaneilta. Omaavalvontasuunnitelman tekemistä ja noudattamista voidaan helpottaa esimerkiksi Eskimo Finland Oy:n OVA-omavalvontajärjestelmällä. Se on pilvipalvelualusta, joka mahdollistaa erilaisten mittaus-, valvonta- ja raportointiratkaisujen rakentamisen. Ohjelmaa voidaan käyttää internetselaimella monilla eri laitteilla, kuten mobiilipäätteillä.

Eskimo Finland Oy:n asiakkuusjohtaja Markku Lukkari kertoo, että OVA-palvelujärjestelmä on kokonaisratkaisu keittiöhygienian, puhtauden ja ruokaturvallisuuden varmistamiseen.

"Pystymme hallitsemaan järjestelmällä asiakkaamme koko tuotantoprosessin alkaen siitä hetkestä, kun hän suunnittelee raaka-aineiden hankintaa, ostaa ja kuljettaa ne keittiöön, valmistaa, säilyttää, puhdistaa sekä mahdollisesti myös kierrättää", Lukkari kuvailee.

"Voimme luoda järjestelmään sähköisen omaavalvontasuunnitelman asiakkaamme puolesta siten, että määritellään yhdessä riskiarviot prosessin eri osioissa. Sähköinen omaavalvontasuunnitelma kaikkine kohteineen ja toimenpiteineen muistuttaa asiakasta joko päivä-, viikko- tai vuosittain. Ohjelma ohjaa, ajastaa ja muistuttaa viranomaisvaatimuksista."

KUVA: KIILTOCLEAN OY



Siivousvälineet kuntoon

OVA-palvelun pääkäyttäjä voi hallinnoida etäältä vaikka 200 eri toimipistettä. Jos omaavalvontasuunnitelmaa tarvitsee muuttaa, muutokset voidaan tehdä yhteen paikkaan, jolloin ne päivittyvät kaikkiin toimipisteisiin.

"Tämä tuo liiketoiminnan hyötyjä, kun yksi tai muutama henkilö tekee muutoksia eikä kaikki. Lisäksi se minimoi hävikkiä ja parantaa laadullista kilpailukykyä", Lukkari kertoo.

Sähköiset palvelut auttavat hygienian valvonnassa, mutta varsinainen puhdistustyö tehdään siivousvälineillä. Näitä ovat koneelliseen astianpesuun ja keittiön pintahygieniaan liittyvät tuotteet sekä desinfektioaineet.

**”Puhtaanapidon
toteutumista voi seurata
erilaisilla hygieniatesteillä.**

KiiltoCleanin myyntipäällikkö Lea Uuksulainen huomauttaa, että yksi keskeinen osa-alue hygieniavaatimusten täyttämässä on henkilökohdaisesta hygieniasta huolehtiminen. Tätä varten ovat asianmukaiset ihonpesunesteet, ihonhoitotuotteet, pesuvoiteet ja käsihuuhteet. Lisäksi pitää muistaa työvaatteille soveltuvat tekstiilipesuaineet. Puhtaanapidon toteutumista voi seurata erilaisilla hygieniatesteillä.

Yritys järjestää myös omaavalvontakoulutuksia. Lea Uuksulainen kehuu, että heillä on ammattitaitoisesta henkilökunnasta koostuva maan kattava verkosto.

"Tuoteasiantuntijamme luovat yhdessä asiakkaamme kanssa omaavalvontasuunnitelman, jossa käydään kaikki tuotteemme läpi: mikä soveltuu mihinkin käyttötarkoitukseen, koneeseen, laitteeseen tai millekin pinnalle. Tämän jälkeen asiakkaamme saa meiltä omaavalvontaohjeet, joissa on ohjeistus, tuotetiedot, käyttöturvatiedotteet ja erilaisia hoito-ohjeita", Uuksulainen kertoo.

Uuksulaisen mukaan Oiva-raportointi on tuonut tarkkuutta vaatimuksiin ja nostanut ihmisten tietoisuutta hygienian merkityksestä ja oikeista työtapoista. Myös Markku Lukkari kiittää, että Oiva on yhtenäistänyt tapaa, jolla valvontaa suoritetaan ja tehostetaan. Raporttien julkisuus helpottaa myös avun tarjoamisessa.

"Me näemme, keillä on hieman puutteita näiden asioiden kanssa, jolloin meillä on mahdollisuus tarjota ratkaisua ja auttaa yritystä", Lukkari toteaa. ■

MOCCAMASTER PROFESSIONAL



AUTO-
FILL

Molemmat mallit saatavana myös vesiliitännällä

RESPECT THE COFFEE BEAN

Moccafour- ja Moccaserver -kahvinkeittimet on suunniteltu ammat-
tikäyttöön kestäämään kovaa kulutusta ja useiden tuntien päällä oloa.

ECBC-sertifiointi takaa parhaan kahvin ja laadukkaat osat takaavat
tehokkuuden vuosiksi.



LAATUA
VUODESTA
1969

www.moccamaster.com

RAVINTOLAKOKONAISUUDEN PROJEKTIHALLINTA JA RAKENTAMINEN

TEKSTI: MARI JAUHAINEN

KUVAT: METRITISKI OY



A photograph of a restaurant interior. In the foreground, there are two tables with dark grey tablecloths, each set with a white folded napkin, a glass of water, and a glass of wine. A red pepper mill is on the right table. In the background, there is a bar area with a menu board and a chandelier. The ceiling has a grid pattern with recessed lighting.

Lappeenrannassa Sokoksen kortteli tyhjjeni kauppatoimintojen siirtyessä muihin kiinteistöihin keskustassa. Samaan aikaan vieressä sijaitseva ravintolakortteli päätyi purettavaksi asuinrakentamisen tieltä. Etelä Karjalan Osuuskauppa halusi sekä sijoittaa uudelleen ravintolakorttelista muuttamaan joutuvan suosituksen pubinsa että hyödyntää tyhjentyneet tilat keskeisellä liikepaikalla.

” Laajan
ravintolakokonaisuuden
suunnittelu vastaa
kaupunkitilan suunnittelua.

NÄIN SAI ALKUNSA Etelä Karjalan Osuuskaupan rakennuttama ravintolakokonaisuus, jonka ytimen muodostaa Amarillo ravintola viihdemaailmoineen. Amarillon ravintolaan liittyy esiintyvien bändien Areena yökerho sekä karaokeravintola, mutta haluttaessa ravintolan osat voidaan sulkea omiksi kokonaisuuksikseen. Lisäksi kiinteistöön houkutteliin Lappeenrannassa arvostettu pihvi ja viiniravintola Tassos ja kokonaisuuden täydensi uuteen paikkaan sijoittuva The Old Corner Bankiksi uudelleen nimetty pubi. Tassoksen nimi muuttui Angus Steak & Wineksi, ja ravintolalle järjestettiin tilat kiinteistöön siten että ravintolan toisesta kerroksesta avautuu näkymät paikalliseen kirkkopuistoon.

Uuden yökerhon suunnittelussa on otettu huomioon nykyinen yökerhomaailman lyhyt elinkaari. Tila on suunniteltu siten, että kokonaisuutta ja sen tunnelmaa voidaan tulevaisuudessa muuttaa esiin nousevien tarpeiden ja trendien mukaan helposti. Pelkistetty tila elää voimakkaasti led tekniikan ja screenien mahdollistamien värin ja valaistuksen muutosten mukaan.

Suosittu irlantilaisytyyppinen pubi muuttui matkalla kiinteistön historian varaan rakennetuksi, tunnelmalliseksi pubiksi, joka sai nimensä pubin tiloissa aikanaan toimineen pankin mukaan. Sisustuksessa hyödynnettiin vanhaa pubin irtaimistoa. Mukaan tuotiin myös pankin ajan toiminnasta kertovat kuvat ja niiden mukana paikallinen historia.

Projektinjohdosta ja urakoinnista vastasi Metritiski. Metritiski on erikoistunut julkisten tilojen kokonaisvaltaiseen rakentamiseen, kalustamiseen ja sisustamiseen. Oma puusepäntehdas Valkeakoskella ja ammattitaitoinen henkilökunta takaavat kokonaisvaltaisesti laadukkaat lopputulokset, jonka myötä yritys on noussut ravintolarakentamisen markinajohtajaksi Suomessa.

Eero Korpelainen kutsuttiin Lappeenrantaan suunnittelemaan uutta

”Pääsuunnittelijan rooliin kuuluu katsoa kaikkien suunnitelmien ristiriidattomuus.

ravintolakokonaisuutta. Korpelaisen Design Lights on toteuttanut satoja ravintoloita ympäri Suomen. Korpelaisen tiimin ensimmäinen tehtävä oli toteuttaa monimuotoiselle kokonaisuudelle toimiva pohja, missä eri toiminnot ja tekniset ja turvallisuusvaatimukset on huomioitu. ”Laajan ravintolakokonaisuuden suunnittelu vastaa kaupunkitilan suunnittelua. On mentävä asiakkaiden pään sisään ja mietittävä kuinka he liikkuvat tilassa jouhevasti ja löytävät tarvitsemansa palvelut. Toisaalta on huomioitava myös ravintoloiden henkilökuntaa ja ravintolatoiminnan vaatimuksia.” Toiminnallinen suunnittelu pohjapiirroksella elää myös esiin tulevien lisätilarakenteiden mukaan, kuten tapahtui hankkeen aikana esiin tulleen Amarillon keittiön vaatiman laajennuksen kohdalla.

Suunnitelmat esitettiin asiakkaalle toiminnallisen suunnittelun ohessa heti myös Design Lightsin kehittämällä, riittävän yksinkertaistetulla metodilla laadituilla 3D-kuvilla. Näin asiakas pääsee heti kiinni suunnitelmaan ja antamaan palautetta, ja kuvat ovat sujuvoittaneet toimintaa urakoitsijoiden kanssa Design Lightsin kiivas tahtisissa hankkeissa.

Metritiskin projektipäällikkö Priit Nukka pitää 3D-suunnittelua selkeästi kohteiden suunnitteluprosessia ja toteutusta helpottavana työkaluna: ”3D-skissit auttavat tilaajaa merkittävästi tilan ja toteutettavan kokonaisuuden hahmottamisessa ja ne auttavat toteuttajaa laskentavaiheessa. 3D-kuva avaa nopeasti rakentajille mitä ollaan tekemässä ja vähentää väärinymmärryksen paikkoja.”

Eero Korpelainen on tyytyväinen tiiviiseen yhteistyöhön Metritiskin työnjohdon kanssa. ”Saimme päivittäin valokuvia työmaalta, ja niiden avulla rakentaja varmisti epäselvyydet ennen työvaiheeseen siirtymistä. Useinhan sitä kysytään vasta sitten kun on kertaalleen tehty väärin.”

Metritiskin projektipäällikkö Priit Nukka kuvailee ravintolahankkeiden





**TERVETULOA AITON
PANIMORAVINTOLAAN**

Finlaysonin
historiallisessa
miljöössä toimiva
panimoravintola
Plevna tarjoaa
ainutlaatuisia
elämyksiä hyvän
ruoan ja juoman
ystäville.


**PANIMORAVINTOLA
PLEVNA
TAMPERE**

Itäinenkatu 8, Tampere (Finlayson)
Puh. (03) 2601 200 • myynti@plevna.fi • plevna.fi



Kotimaiset
hunajasimat
eli hunajaviinit.


Innkeeper's Daughter
Maken hunajajoma
2014
6.5% vol 0.75 l


Wandering Minstrel
Savonhunan
2014
6.5% vol 0.75 l

Myös tilausvalmistus.
www.sima.fi



**TEERENPELIN
UUTUUS
IPA**

**RUIS
RIPA**
RUIS-IPA -OLUT
TEERENPELI

Ravintolamyynti:
samuli.eskola@teerenpeli.com


TEERENPELI
www.teerenpeli.com



vaativan enemmän tarkkuutta keittiötilojen ja erilaisten tarjoilu- ja baaritiskien vaatimien lvi- ja sähköasennusten vuoksi. Keittiöt koneineen ja baaritiskit laitteineen tarvitsevat huolellista suunnittelua ja toteutusta, että tekniset vaatimukset tulevat huomioiduiksi toisinaan visuaaliselta ilmeeltään vaativien kokonaisuuksien estetiikan ja käytettävyyden kärsimättä.

**”Laadukas työnjälki
lähtee motivoituneista
työntekijöistä.**

Priit Nukka teroittaa pääsuunnittelijan tehtävää hankkeissa: ”Pääsuunnittelijan rooliin kuuluu katsoa kaikkien suunnitelmien ristiriidattomuus. Monesti unohtuu, että hankkeen pääsuunnittelijan tulisi tarkistaa omien ja teknisten suunnitelmien yhteen sovittaminen ajoissa, että rakentaminen sujuu jouhevasti ja että kokonaisuus saadaan toteutettua alkupe-
räisen ajatuksen ja laaditun aikataulun mukaan. Usein virheet huomataan vasta liian myöhään ja korjausliikkeet muodostuvat vaikeiksi ja kalliiksi.”

Metritiskillä on pitkät alihankintasuhteet luotettujen alirakojen kanssa lvi- ja sähköpuolella, ja voidessaan käyttää tuttua tiimiä, on yhteistyö vaivatonta. Luotettavien kumppanien kanssa työnjohtokin pääsee helpommalla, koska kokonaisvaltaisempi työote liittyy eri urakoiden liitoskohdat luotettavasti yhteen, eikä jokaista reiän porausta ja listan asennusta tarvitse käydä läpi urakkarajaliitteen kanssa.

”Todellinen laadukas rakentamisen työnjälki lähtee kuitenkin motivoituneista työntekijöistä; timpurista, sähköasentajasta ja jokaisesta tekijästä työmaalla. Meillä porukka on viihtynyt pitkään talossa ja sen huomaamme jäljessä ja tunnelmassa työmaalla”, virmistää Metritiskin Priit Nukka. ■



PANINORAUTOTOLA
PLEVNA
TAMPERE

LISÄÄ OLUITA JA SIMOJA PIENISTÄ PANIMOISTA

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

KUVA: PLEVNA / SEBASTIAN TRZASKA

Pienpanimoissa valmistettuja oluita sanotaan toisinaan käsityöoluiksi. Niitä tuotetaan huolellisesti suunnitellen melko vähäisiä määriä, usein olutravintolan omissa tiloissa tai pienimuotoisessa yrityksessä. Viime aikoina sekä pienpanimoiden määrä että niiden tuotteiden myynti ovat selvästi kasvaneet. Suuri yleisö on ottamassa pienpanimo-oluet omakseen.

OLUTKOULUTTAJA SANTTU KORPISEN sekä Hannu Nikulaisen kirja 'Suomalaiset pienpanimot' ilmestyi kesällä 2014.

"Siihen aikaan Suomessa toimi noin 35 pienpanimoa. Nyt niitä on jo yli 50", Korpinen kertoo alan nopeasta kehityksestä.

"Tosin pienpanimoiden osuus koko olutmyynnistä on edelleen vain muutamia prosentteja."

Korpinen muistuttaa, että merkittävä määrä Suomessa myytävistä erikoisoluista tuodaan ulkomailta.

"Osa pienpanimoista toimii harrastajapohjalta ja osalla kyse on selkeästi vakiintuneesta liiketoiminnasta. Varmastikin yhdistävänä tekijänä pienpanimoilla on, että ne tuovat markkinoille valtavirrasta poikkeavia oluita, limonadeja ja siidereitä."

"Monet kehittävät voimakkaampia makuja kuin kotimaisissa lageroluissa on. Myös tuotteiden paikallisuus on useille pienpanimoille tärkeä kysymys", Korpinen arvioi.

Myyntirajoitukset hämmentävät

Suomalaisissa ravintoloissa pienpanimo-oluet on Korpisen mukaan otettu myönteisesti vastaan.

"Varsinkin isoimmissa kaupungeissa tällaisia oluita myydään ravintoloissa paljon. Ilmeisesti pienpanimoilta viedään suurin piirtein käsistä kaikki oluet, joita panimoissa ehditään tehdä."

Nykyisin vähittäismyyntikin on kehittynyt, ja alle 4,7-prosenttisia mietoja pienpanimo-oluita saa jo suurista ruokakaupoista. Niitä myydään joillakin huoltoasemillakin.

Vahvojen oluiden vähittäismyyntiä rajoittaa edelleen se, että mitään oluita ei lain mukaan voida myydä asiakkaille suoraan panimoilta. Rajoitus ihmetyttää tuottajia, koska samaan aikaan viiniloilta saa myydä viinejä ja sahtipanimoilta sahtia.

"Prosenttiraja on järjetön, sillä se hankaloittaa pienpanimoiden tuotekehitystä. Oluen vahvuus ei ole tuottajille itseisarvo, mutta monille olisi luontevaa valmistaa esimerkiksi 5,5-prosenttisia oluita", Korpinen kertoo.

"Pienpanimo-oluiden myynti Alkoissa on kuitenkin helpottunut. Aiemmin Alko vaati, että kaikkia juomia piti olla myynnissä kaikkialla Suomessa. Se oli pienpanimoiden kannalta hankala vaatimus."

Uudet verosäädökset tuovat myös monille pienpanimoille aiempaa enemmän verohelpotuksia.

Korpisen mukaan Pohjoismaista Tanska on pienpanimo-oluiden ykkösmaa. Siellä on yli sata pientä olutpanimoa. Ruotsissa niitä on jo selvästi yli 60.

"Suomessakaan pienpanimot eivät enää ole vain pienen porukan juttu."

Hunajasimaa Helsingistä

Joissakin nykyajan pienpanimoissa syntyy muutakin kuin olutta ja sahtia.

"Totesimme, että ainoa tapa saada Suomessa simaa on valmistaa sitä itse", sanovat yrittäjät Laura Husu ja Mats Bergström helsinkiläisestä Simapaja Oy:stä.

Bergströmin mukaan simaa valmistetaan Euroopan ja Pohjois-Amerikan lisäksi esimerkiksi Jordaniassa, Intiassa ja Etiopiassa. Sen sijaan Suomessa ei ole pitkään aikaan valmistettu muuta kuin vappusimaa.

"Sijoitin perintörahani yrityksen perustamiseen. Simapanimolle oli Suomessa selvä markkinarako", kertoo Bergström.

Siman raaka-aineena on hunaja, joten Euroopan Unioni määrittää hunajasiman jalostetuksi maataloustuotteeksi.

"Suomessa valmisteveron pienpanimoalennus koskee vain oluita, ei siis simaa tai siidereitä. Lisäksi yritystukea ei tälle toimialalle saada. Simapanimoille pitäisi hakea maataloustukea", Laura Husu ihmettelee.

Hänen mukaansa hunajan laatu vaikuttaa paljon lopputuotteen makuun. Simapaja Oy:lle raaka-ainetta saadaan tätä nykyä hunajantoimittajilta Kirkkonummelta ja Sipoosta.

"Esimerkiksi Englannissa siman valmistukseen käytetään tummaa kanervahunajaa, mutta sellaisesta valmistettua simaa olisi ikäännyttävä pitkään ennen käyttöä."

Pulloja ja laitteistoja Etelä-Euroopasta

Suomessa hunajasima on uutuustuote. Simapaja Oy perustettiin 2013 ja sen tuotanto alkoi syyskuussa 2014.

Simalla sinänsä on pitkä historia, johon viitataan myös yrityksen ensimmäisten kaupallisten simojen etiketeissä ja tuotenimissä. Makeaa 6,2-prosenttista ja kuivaa 10-prosenttista hunajasimaa on jo kaupan muun muassa Turun linnaravintolassa sekä Alkon tilausvalikoimassa.

Kolmantena tuotteena markkinoille on tulossa kuorimavahunajasima, joka on tarkoitettu pelkästään ravintolamyyntiin.

Tuotantomäärät ovat alkuvaiheessa pieniä. Simaa valmistetaan 500 litran sammioissa, joista sitä saadaan kerralla 465 litraa eli runsaat 600 pullollista.

Yhden sammiollisen valmistukseen kuluu yli sata kiloa hunajaa. Helsingin Roihupellossa toimivalla pienpanimolla on kolme isoa sammiota käytössä. Lähiaikoina kapasiteetti aiotaan tuplata.

Toiminnan kasvaessa saattaa tulla tarvetta myös kylmiökapasiteetin lisäämiselle sekä automaattiselle pullootuskoneelle. Tähän mennessä panimon osakkaat ovat hoitaneet pulloituksen ja etikettien liimaamisen talkootyönä.

"Tällä hetkellä Simapaja Oy:llä on 28 osakasta. Simaa pulloetaan viikonloppuisin", Husu mainitsee.

Simapulloina käytetään Ranskasta tuotuja bordeaux-viinipulloja. Korkit valmistetaan Portugalissa. Käymiskalusto on Ferrari Groupin tehtaalta Pohjois-Italiasta.

"Kokeilisimme mielellämme monenlaisten sima-laatuja valmistusta. Aluksi on kuitenkin lähdettävä liikkeelle muutamalla tuotteella, jotta saamme jalansijaa markkinoilta", Husu pohtii.

Olut kuohuu Tammerkoscilla

Panimoravintola Plevnassa Tampereella olutta valmistetaan Koskipanimossa keskellä ravintolaa, joka aloitti toimintansa – samoin kuin oluen valmistuksen – Tammerkosen tuntumassa Finlaysonin entisessä kutososalissa vuonna 1994.

"Alkuvaiheessa toiminnassa oli mukana nyt jo edesmennyt ylipanimomestari Boris Orlo, joka samalla toimi opetusmestarina", panimoravintolayrittäjä Marika Tähtinen-Hakala toteaa. Hänen isänsä Timo Tähti-

Pienpanimoissa valmistettuja oluita sanotaan toisinaan käsityöoluiksi.

nen ja panimomestari Sam Viitaniemi ovat hekin olleet mukana kuvioissa alusta pitäen.

Nyt Koskipanimon Oy:n pienpanimo tuottaa viittätoista olutta, kahta siideriä sekä 5-prosenttista panimosimaa. Lisäksi kausioluita tuotetaan noin kymmentä laatua vuosittain.

Koko panimon tuotanto menee ravintolakäyttöön, sillä mitään ei pulloeta, muutamaa erikoiserää lukuun ottamatta. Noin 40 prosenttia tuotannosta myydään muille ravintoloille, muun muassa pääkaupunkiseudulle. Myyntiastioiden koko on 30 litraa.

"Vuosittain valmistamme olutta ja siideriä yhteensä 200 000 litraa", Tähtinen-Hakala kertoo.

Kesäkaudella Koskipanimon valmistaa muun muassa kolmea erilaista kausivehnaolutta.

"Meillä on innovatiivinen panimomestari. Hän on kehittänyt muun muassa Suomen humaloiduimman oluen", Tähtinen-Hakala kehuu.

Omenasiideripiirakka ja stout-jäätelö ovat päätyneet Plevna-ravintolan ruokalistallekin, sillä keittiö käyttää paljon oman panimon tuotteita ruoanvalmistuksessa.

Kapasiteetti kasvaa Lahden pienpanimossa

Lahdessa toimiva Teerenpelin Panimo & Tislaamo perustettiin 1995.

KOSKIPANIMO

Panimoravintola Plevnan sydämessä sijaitseva Koskipanimon Oy on jatkanut Tamperelaista panimoperinnettä vuodesta 1994. Nykyään panimo valmistaa lähes kahtakymmentä tuotetta: oluita, siideriä ja panimosimaa. Vuosittain valmistuu myös useita pienempiä eriä erilaisia kausi- ja erikoistuotteita. Panimon vuosituotanto on kaikenkaikkiaan noin 200 000 litraa.

Panimomestari Sam Viitaniemi henkilökuntineen kehittää jatkuvasti uusia tuotteita sekä ylläpitää vakiovalmistuserien tuotantoa. Oluet valmistetaan saksalaisen puhtaussäädöksen mukaisesti, ilman minkäänlaisia lisäaineita. Koskipanimon valikoimiin kuuluu mm. aito luomuolut ja saksalaistyyppinen Pils luomu.

proreston toimitus maistoi ja arvioi seuraavat tuotteet



Severin Extra I.P.A. 5,9 %

Kuparinvärinen samettisen vaahtoinen olut. Tuoksultaan aromaattisen hedelmäinen. Maussa maistuu runsaan humaloinnin tuoma katkeruus, jota keventää jälkimaussa sitruksinen hedelmäisyys sekä havumetsän aromit.



Plevnan vehnä 5 %

Samea oljenkeltaisen värinen ja kuohkeavaahtoinen olut. Tuoksultaan mausteinen, aistittavissa mm. neilikkaa. Maultaan raikas ja banaaninen, varsin tasapainossa oleva kokonaisuus, jossa jälkimaussa maistuu lempeä mausteisuus.



Siperia stout 8 %

Läpinäkymätön sysimusta olut, jossa kermainen beigen värinen vahto. Tuoksu on huumavan runsas, jossa löytyy paahteisuutta, siirappia ja lakritsaa. Maultaan täyteläinen, runsas hedelmäisyys ja tuoksussa esiintyvät aromit maistuvat sulassa harmoniassa. Toimituksen suosikki

SIMAPAJA PANIMO

Simapaja Oy perustettiin marraskuussa 2013 siksi, että perustajia harmitti se, että Suomesta on niin vaikea saada hunajasimaa. Toimitila löytyi puoli vuotta myöhemmin, alkoholin valmistusluvut saatiin sen jälkeen, ja tuotanto alkoi syksyllä 2014. Ensimmäiset kaksi tuotetta ovat olleet Alkon tilauslistalla kevästä 2015 alkaen.

Simapanimo toimii Helsingin Roihupellossa, entisessä ravintolakeittiössä. Tuotantokapasiteetti on tällä hetkellä n. 1 800 litraa. Yrityksellä on jo toinen osakeanti käynnissä, ja tällä hetkellä omistajia on jo kolmisen kymmentä.

proreston toimitus maistoi ja arvioi seuraavat tuotteet



Innkeeper's Daughter 6,2 %

Väriiltään vaalea ja sameahko juoma, kuplii kuohuviinin lailla. Tuoksu on kukkea ja hunajainen, siitä löytyy myös trooppista hedelmää. Maku vastaa tuoksua, makeahko trooppisen hedelmäinen, keveän hunajainen viininomainen pirskahteleva juoma. Toimituksen suosikki



Wandering Minstrel 10 %

Väriiltään vaalea ja sameahko. Tuoksussa sitruunaa ja herukanlehteä. Keskitäyteläinen sitruksisen mineraalinen kukkean hunajainen maku. Eleganttii.



Vuosien mittaan panimo on siirtynyt Vapaudenkadulta Lotilan teollisuus-alueelle. Sammiodien tilavuuskin on kasvanut alkuaikojen 50 litrasta jo 3 000 litraan.

Pienpanimoiden joukossa Teerenpelin Panimo ei ole aivan pienimmästä päästä, vaikka toimiikin edelleen perheyrittäjänä.

"Viime aikoina käymiskapasiteettia on tullut lisää. Tuotanto on nyt useita satoja tuhansia litroja vuodessa", toimitusjohtaja Anssi Pyysing mainitsee.

Hänen panimonsa toiminta lähti liikkeelle nuoren yrittäjän innostuksesta ja oluen valmistusta kohtaan tunnetusta mielenkiinnosta. Lisäksi 1990-luvulla muuttunut lainsäädäntö helpotti olutpanimoiden perustamista.

Oppia alalle haettiin Pyysingin mukaan aluksi Saksasta. Sitten yritykseen pestattiin koulutettu panimomestarikin.

"Nykyään esimerkiksi Indian Pale Ale -oluet ovat kuluttajien suosiossa. Tuotamme myös vaaleita lagereita, sillä hyvien lager-oluiden valmistus on panimomestarille kunnia-asia."

"Panimo toimii nykyään uusiutuvalle energialla. Voimanlähteenä on oma puupellettilaitos."

Pullotettuja Teerenpelin oluita myydään vähittäiskauppojen ketjuissa sekä muun muassa oman Teerenpeli-konsernin ravintoloissa viidessä kaupungissa. Myös pienpanimotapahtumat tekevät tuotteita tunnetuiksi.

"Olisi mainio juttu, jos olutta voisi jouhevasti myydä suoraan asiakkaille pienpanimoista", Pyysing toivoo. ■

TEERENPELI PANIMO & TISLAAMO

Panimo & Tislaamo Teerenpelissä on näyttävällä ja tehokkaalla tavalla yhdistetty oluen valmistus ja tislaaminen. Teerenpeli on aloittanut oluen valmistamisen vuonna 1995 laajentaen vuonna 2002 tislaamotoimintaan. Periaatteenamme ovat alusta saakka olleet valmistuksessa käytettävät aidot raaka-aineet, puhtaat, helposti nautittavat makuelämykset ja suomalaisen juomakulttuurin edistäminen.

Olutvalikoimamme on runsaan monisäikeinen kuten tuotenimetkin. Valmistamme pohja- ja pintahiivaoluita. Teerenpelin juomien kotipesä ja alkulähde, uudistuvaa energiaa käyttävä panimo on rakennettu vuonna 2009 Lahden Lotilan teollisuusalueelle erinomaisten pohjavesien äärelle. Tislaamomme tuotteet tislataan suomalaisesta ohramaltaasta aidolla pannutislausmenetelmällä. Teerenpelin tislaamo sijaitsee Lahden keskustassa, Ravintola Taivaanrannan yhteydessä.

proreston toimitus maistoi ja arvioi seuraavat tuotteet



Hippaheikki T.E.S.B. 4,7 %

Kirkas kuparinruskea olut, jossa hento pitsinen vaahto. Tuoksu on hedelmäisen humalamainen. Maultaan miellyttävän humalamainen ja hedelmäinen, jopa paahteinen. Raikkaan rapsakka kokonaisuus.



Hanihannu 4,5 %

Tumman hunajan värinen olut, jossa hento vaahto. Tuoksu maltainen ja runsaan hunajainen. Oluen käytetty lähihunaja maistuu runsaana. Maltillinen humalointi sekä jälkimaussa tuntuva raikas siiderimäinen omenaisuus tekee lopputuloksesta raikkaan siiderinystävien oluen.

Ruisreiska 4,7 %

Kirkas tumman kuparinruskea olut, jossa pitsinen vaahto. Tuoksu on makeahko ja rukiinen. Maku on tumman leipämäinen, hedelmäinen ja karamellinen. Erittäin miellyttävä tasapainoinen nautinto. Toimituksen suosikki



Jenni Höijer



Kokinasut ammattilaisille
CLEMENT
DESIGN

Asuja ammattilaisille



Pajunen Oy, PL 141, 38700 Kankaanpää
Puh. (02) 572 1082, 050 598 1057
pajunen@pajunen.fi • www.pajunen.fi
Helsingin toimipiste:
Pohjoinen Rautatiekatu 29
Avoinkin sop. mukaan. Soita ja sovi tapaaminen.



RUOKALISTA TABLETISSA!

Nykyaikainen tablettimenu
lisää myyntiä,
parantaa palvelua
ja tehostaa toimintoja.

smartmenu.fi



AINUTKERTAINEN TILAISUUS RAVINTOLATOIMINNALLE MERIKAUPUNKI KOTKASSA



KOTKAN KLUBIN arvokiinteistössä kaupungin keskustassa ja kehittyvän Kantasataman kupeessa sijaitseva Ravintola Kotkan Klubi etsii ravintolayrittäjää. Kauniit ja toimivat puitteet antavat hyvät mahdollisuudet toiminnan välittömään aloittamiseen. Toisaalta kiinteistö itsessään suu erinomaiset mahdollisuudet kehittyä yrittäjän mukana moneen uuteen ulottuvuuteen. Rakennus itse on vuonna 1928 klubirakennukseksi alun perin rakennettu ja huolella ylläpidetty kaunotar.

Ravintolarakennuksen välittömässä läheisyydessä on lukuisia virasto-, toimisto- ja palvelutyöpaikkoja, joiden työntekijät lounastavat alueella.

Ravintolan monipuoliset tilat soveltuvat erinomaisesti yhtä lailla suurten kuin pientenkin illanistujaisten, juhlien, koulutusten ja kokousten järjestämiseen.

Kotkan Klubi ry on yksi vanhimpia yhä toimivia Klubeja Suomessa. Yleishyödyllinen yhdistys haluaa vuokranantajana yhdessä ravintolayrittäjän kanssa olla luomassa toiminnalle ja menestymiselle edellytyksiä. ■

Lisätietoja: www.kotkanklubi.fi

MERTEN HERKKUJA PÖYTIIN 20 VUOTTA

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

Äyriäistukku Frisch Haus Finland Oy viettää juhluvuotta. Yritys perustettiin 20 vuotta sitten, kesäkuussa 1995.

KAaksi vuosikymmentä sitten Tom Liemola oli veljensä Kim Liemolan kanssa töissä isänsä Lasse Liemolan hedelmä- ja vihannestukussa.

"Kun Suomi liittyi Euroopan Unioniin, tullimaksut poistuivat. Päädyimme tuomaan maahan äyriäisiä", Äyriäistukun perustajaosakas Tom Liemola kertoo.

Alkuvaiheessa 1990-luvun puolivälissä markkinatilannetta selviteltiin Kölnin Anuga-elintarvikemessuilla.

"Toimme 20–30 tuotteen äyriäisvalikoimia suurkeittiöille ja ruokakaupoille. Ensimmäisinä yhteistyöhön lähtivät mukaan Heinon Tukku, Metron Tukku ja K-Supermarket", Liemola muistaa.



Valikoima laajenee

Äyriäistukun tuotevalikoima on jalostunut 20 vuoden kuluessa. Liikevaihtokin on nelinkertaistunut.

"Mukaan on tullut marinoituja tuotteita, ja asiakaskunta on laajentunut. Tänä vuonna myynti on lisääntynyt poikkeuksellisen paljon, noin 30 prosenttia", Tom Liemola mainitsee.

Kala-ala kasvaa toki muutenkin, koska ihmiset haluavat terveellistä ja kevyttä ruokaa.

"Ravintoloissa äyriäisten menekki on vakiintunut, mutta vähittäismyyntiin äyriäisiä menee jatkuvasti enemmän", Liemola arvioi.

Äyriäistukku tuo Suomeen simpukoita Tanskasta ja Uudesta-Seelannista, katkarapuja Norjasta ja mustekalaa Välimeren maista. Myös rapuja, hummereita ja mätiiä tuodaan.

"Rapukausi on meille tärkeä. Sen aikana myydään noin 250 000 kotimaista joki- ja täplärapua."

"Syyskuun alussa osallistumme Heinon tukkumessuille Helsingissä. Sinne meiltä on tulossa jotain uutta ja erikoista", vihjaa Liemola. ■

Lisätietoja: www.ayriastukku.fi



MYLLYN PARAS -UUTUUEDET SYKSYN TARJOILUUN

KAHVILEIPIEN TUTUT menekkituotteet **Pitkä Wiener**, **Berliininmunkki** ja **Kinuskimunkki** ovat nyt saatavilla Myllyn Paras -pakasteleivonnaisvalikoimassa. Kypsäpakasteina tarjoilutuoreita tuotteita sulatetaan vain tarvittava määrä kerrallaan, jolloin tuotteista ei synny turhaa hävikkiä. Sulatusaika on reilu tunti ja herkulliset kahvileivät ovat sulatuksen jälkeen heti valmiita tarjoiltavaksi, voit myös koristella Pitkä Wienerin myyntierän mukana tulevalla pomadalla.

Juhlaviin hetkiin sopii uutuustuotteemme **Cocktail-Riisiipiirakka**, erilaisin täyttein siitä syntyy suolaista tarjottavaa myös isoihin tarjoiluihin ja kahvin kanssa maistuu herkullinen, suussa sulava **Toffee-Hunajakakku**.

Pizzapallo-pakastetaikinaa voit ottaa sulamaan tarpeen mukaan. Sulatusaika jääkaapissa on 8–10 tuntia ja sulatettu taikinapallo säilyy kylmiössä vuorokauden. Taikinapallosta leivotaan halkaisijaltaan 28 cm:n pizzapohja, täytetään mieleisellä täytteellä ja paistetaan 330-asteisessa uunissa n. 4 minuuttia.



Pitkä Wiener 40x130g, kypsäpakaste, vähälaktoosinen, Avainlippu-tuote.
Berliininmunkki 36x110g, kypsäpakaste, laktoositon, Avainlippu-tuote.
Kinuskimunkki Omenahillolla 36x95g, kypsäpakaste, vähälaktoosinen, Avainlippu-tuote.
Cocktail-Riisiipiirakka 6x42x45g, raakapakaste, laktoositon, Avainlippu-tuote.
Toffee-Hunajakakku 2x700g, kypsäpakaste, vähälaktoosinen, Avainlippu-tuote.
Pizzapallotaikina 30x150g, raakapakaste, laktoositon, Avainlippu-tuote. ■

Katso lisää tuotteitamme: www.myllynparas.fi/horeca



SMART MAT



FELIX SMART MAT

Kasvisruoan suosio on kasvussa, koska se on ympäristölle ystävällistä ja eettisesti kestävä. Suomalaiset söisivät mielellään useammin kasvisruokaa myös kotien ulkopuolisilla aterioilla. Kasvisruokapäivä ei kuitenkaan välttämättä ole viikon suosituin, eikä kasvisruoka aina ravitsemuksellisesti riittävän monipuolista pitääkseen nälän poissa.

RAVINNOLLA ON kuitenkin suuri merkitys oppimiselle ja keskittymiskyvylle. Kun ruoka maistuu ja on ravitsemuksellisesti täysipainoista, edellytykset oppimiselle ja tehokkaalle työnteolle paranevat eikä pikaruokaa tai sokerisia välipaloja tarvita.

Felix Smart Mat on uusi ateriakonsepti, joka vastaa näihin tarpeisiin. Smart Mat on hyvän makuista ja ravitsemuksellisesti tasapainoista kasvisruokaa. Tuotteissa on runsaasti proteiinia useasta eri lähteestä, palkokasveja ja suomalaista superfoodia eli täysjyväviljaa. Niissä on myös hyvä rasvakoostumus eikä lisättyä sokeria tai soijaa.

Smart Mat -tuotteet onkin kehitetty yhdessä ravitsemus- asiantuntijoiden kanssa ja ne ovat suomalaisten ja pohjoismaisten

ravitsemussuosittelujen mukaisia. Tuotteet ovat myös lisäaineettomia ja suolaa niissä on enimmillään vain prosentin verran.

Syystä voi sanoa, että Felix Smart Mat on tulevaisuuden ruokaa jo tänään: Maistuvaa, ravitsemuksellisesti tasapainoista kasvisruokaa. ■

Felix Smart Mat -tuoteperhe 1.9.2015 alkaen:

Felix Smart Mat Hirssipihvi Original 5 kg / noin 100 kpl à 50 g.

Felix Smart Mat Hirssipihvi Italialainen 5 kg / noin 100 kpl à 50 g.

Felix Smart Mat Hirssinugetti Italialainen 5 kg / noin 166 kpl à 30 g.

Lisätietoja: www.orklafoods.fi/foodservice

MIKÄ ON JÄÄTELÖAKATEMIA?

SUOMEN NESTLÉN jäätelöammattilaiset ovat jo vuosia kehittäneet erilaisia myyntiratkaisuja HoReCa- ja vähittäiskauppa-asiakkailleen sekä kouluttaneet satoja uusia jäätelömyyjiä ympäri Suomea.

Jatkossa kaikki Suomen Nestlén jäätelöön liittyvä tietotaito- ja koulutustoiminta keskitetään yhden, JäätelöAkatemian otsikon alle.

JäätelöAkatemian koulutustilaisuuksia tullaan toteuttamaan valtakunnallisesti joka keväisellä koulutuskierroksella, sekä Turengin jäätelötehtaan yhteydessä jo vuodesta 1987 toimineessa, vaativatkin tuotekehitys- ja koulutustilaisuudet mahdollistavassa Pingviini-jäätelökahvilassa.

Koulutuksissa perehdytään mm. jäätelömyynnin perusteisiin, asiakaspalveluun, hygieniasoihin ja tietysti jäätelön käsittelyyn. Käytännön harjoituksissa opetellaan mm. jäätelöpallojen ja -annosten tekemistä.

Perusmyyntikoulutusten lisäksi järjestetään koulutuksia myös erilaisiin laitteisiin, ja jäätelömyyntiratkaisuihin liittyen. Jäätelöakatemian toimintaa kehittää ja koordinoi Suomen Nestlén asiakaskoulutuksista jo vuosia vastannut Armi Liljeroos-Räsänen.



Lisätietoja JäätelöAkatemian toiminnasta ja tulevista koulutuksista voit tiedustella sähköpostitse osoitteesta: jaateloakademia@fi.nestle.com ■

Lisätietoja: www.pingviini.fi/ammattilaiset/

JUVENES FRAMIN ELÄMYS- JA KOKEILUPALVELUIDEN TUOTTAJAKSI

JUVENES-YHTIÖT OY aloitti 3.8.2015 Seinäjoen kokous- ja kongressikeskus Framin elämys- ja kokeilupalveluiden tuottajana. Seinäjoelle uutena yrityksenä sijoittuva Juvenes vastaa Framin B- ja D-talojen ravintolatoiminnasta ja tarjoaa ruokaketjun yrityksille avoimen tuotekehitysalustan.

Elämysten ympäristö molemmissa avattavissa ravintoloissa, Komiassa ja Ideassa, tulee olemaan yllätyksellinen ja uudistuva. Ravintoloissa voi kokea kokonaisvaltaisen, kaikki aistit huomioivan ravintola-, kahvila- ja tapahtumaelämyksen. Ravintoloiden yksilöllisyys on ollut suunnittelussa tärkeää, joten ne täydentävät toisiaan tarjoten päivittäin asiakkaille normaalia laajemmin valikoiman ja vaihtelumahdollisuuden. Lounasajan ulkopuolella ravintolat toimivat myös tilausravintolina.

Ravintolat tulevat toimimaan myös avoimena kehitysalustana uusille ruokaketjun tuotteille ja palveluille, kuten elintarvikkeille, ravintolateknologialle ja -ohjelmistoille. Yhdessä asiakkaiden kanssa tehtävien kokeilujen kautta yritykset saavat arvokasta palautetta ja referenssejä kehittämilleen tuotteilleen sekä mahdollisen ponnahduslautan kansallisille ja jopa kansainvälisille markkinoille.

"Odotamme innolla alkavaa yhteistyötämme, uusia elämyksiä sekä ennakkoluulotonta ja kokeilevaa kehitystyötä uusien asiakkaidemme kanssa niin arjessa kuin juhlassa", toteaa Juvenes-Yhtiöiden toimitusjohtaja Pekka Markkula. ■

Lisätietoja: www.juvenes.fi/frami, pekka.markkula@juvenes.fi



UUTUUS: BONNE TROOPPINEN SOSE

NYT BONNEN SOSESARJASSA on kaikkiaan 12 herkullista makuvaihtoehtoa. Uutuus Bonne Trooppinen sose on valmistettu tropiikin auringossa kypsyeistä banaaneista, mangoista ja guava-hedelmistä. Soseen hedelmäpitoisuus on 100 % hedelmää, ei mitään lisättyä – ei lisäaineita, ei säilöntäaineita eikä lisättyä sokeria.

Soseen muodossa hedelmät ovat helppokäyttöisiä, eikä mitään mene hukkaan. Trooppinen sose sopii jälkiruokiin, leivontaan ja juomien valmistamiseen sekä sellaisenaan aamupalaksi, välipalaksi tai lisukkeeksi esim. ohukaisten, kermavaahdon, rahkan, jogurtin tai puuron kanssa.

Bonne soseet ovat pastöroituja ja ne säilyvät avaamattomana huoneenlämmössä jopa vuoden ja avattuna jääkaapissa noin viikon.

Kaksi pakkauskokoa:

Bonne Trooppinen sose 1 L, myyntierä 12 x 1 L 6420610112964

Bonne Premium Trooppinen sose 0,5 L kätevässä korkkipakkauksessa, myyntierä 6 x 0,5 L: 6420610112988. ■

Lisätietoja: www.bonnejuomat.fi



OSAAMISKARTTOITUS AVASI TIEN AMMATTIOPINTOIHIN

14 ONNELLISTA maahanmuuttajataustaista henkilöä valittiin noin 80 hakijan joukosta Edupolin kokon ammattiin valmistavaan koulutukseen. Hakijoille tehtiin osaamiskartoitus, joka toteutettiin Uudenmaan ELY-keskuksen rahoittamana. Fazer Food Service oli mukana valitsemassa koulutukseen soveltuvia henkilöitä. Koulutukseen valituilla henkilöillä oli jo aiempaa kokemusta ruoanvalmistustehtävistä erilaisissa keittiöissä joko lähtömaassaan tai Suomessa.

Kesäkuun lopulla 13 opiskelijaa sai osatutkintotodistuksen. Tutkintotilaisuudet pidettiin Fazer Food Servicellä, jossa myös työssäoppiminen on tapahtunut opintojen aikana. Osa tutkinnon osan suorittaneista työllistyi FFS:n palvelukseen, jossa he jatkavat opintojaan oppisopimuksella saattaakseen loppuun hotelli-, ravintola ja catering-alan perustutkinnon kokon osaamisalan opinnot. Osalla tavoitteena on Suurtaloustutkinnon ammattitutkinto, johon he jatkavat omaehtoisena opiskeluna Edupolissa. ■

Lisätietoja: www.edupoli.fi



Osatutkintotodistus plakkarissa on helppo hymyillä. Seuraavaksi tähtäimessä ovat opintojen loppuun saattaminen ja koko tutkinnon suorittaminen joko oppisopimuksella tai omaehtoisena opiskeluna Edupolissa.



Janne Tuomisto



Sanni Laine



Ilkka Nurminen



Heikki Ahopelto



Jari Lehtonen-Reitti



Päivi Kallio



Marjo Kantola



Laura Hiltunen



Esa Dahlström

Saarioisten Foodservice-liiketoimintayksikkö

Foodservice-liiketoimintayksikköä johtaa 1.1.2015 alkaen liiketoimintajohtaja **Janne Tuomisto**. Foodservice-johtotiimiin on nimitetty myyntijohtaja **Sanni Laine**, business controller **Ilkka Nurminen**, tuoteryhmäpäällikkö **Marjo Kantola** (valmisruoka), tuoteryhmäpäällikkö **Esa Dahlström** (liha, lihavalmistukset, teolliset), myyntipäällikkö **Päivi Kallio** (teollisuusmyynti), asiakasmarkkinointipäällikkö **Laura Hiltunen** sekä kehityspäällikkö **Heikki Ahopelto**.

Foodservice-myynti on myös nimitetty 20.4.2015 alkaen asiakaspäälliköksi **Jari Lehtonen-Reitti** toimipisteensä Saarioisten Vantaan yksikkö.

Lisätietoja: www.saarioinen.fi

KAHVINKEITTIMET AMMATTIKÄYTTÖÖN:

MOCCAMASTER PROFESSIONAL -KONEET
VOI KYTKEÄ VESIJOHTOVERKKOON

Kahvinkeitinvalmistaja Moccamasterin ammattilaiskäyttöön suunniteltu tuotevalikoima on laajentunut.

MOCCAMASTER PROFESSIONAL -kahvinkeittimet on suunniteltu ammattikäyttöön: kaikkien osien mitoitus on tehty kestämään kovaa kulutusta ja laitteet suunniteltu kestämään tuntien päälläoloa. Tehokas kuparinen lämmitysvastus ja kuminen tai teräksinen putkitus takaavat vuosikausien tehokkuuden. Lasipannujen koko on 1,8 litraa eli 15 kupillista. Auto-Fill-toiminnolla varustetut keittimet voidaan kytkeä vesijohtoverkkoon, jolloin laite täyttää vesisäiliönsä automaattisesti.

Kuten myös kotitalouskäyttöön myytävät Moccamasterit, Moccamaster Professional -kahvinkeittimet valmistavat kahvin ECBC:n* tiukkojen laatustandardien mukaan.

"Ammattilaiskäytössä tärkeimpiä tuoteominaisuuksia ovat käytettävyyssä ja kestävyys. Nämä asiat on pyritty huomioimaan Moccamasterin Professional -tuotesarjassa mahdollisimman hyvin", kertoo Moccamasterin Suomen maajohtaja Tiina Airola.



Maistuvaa kahvia myös kiireisessä suurtalouskeittiössä

Moccamaster Professional -sarjan keittimet kuumentavat kahvin keittoveden optimaaliseen lämpötilaan ja suodattavat sen tarkasti oikeassa ajassa kahvijauheen läpi. Tuloksena on maistuvaa suodatinkahvia, jossa juoman aromit toistuvat tarkasti.

"Kahvin suodatusprosessissa moni seikka vaikuttaa siihen, miltä valmis kahvi maistuu. Hyvän kahvin kulmakiviä ovat tehokas ja puhdas keitin, raikas vesi sekä laadukas kahvi. Jos kahvi maistuu kitkerälle, jokin on mennyt keittoprosessissa pieleen. Kiireisessä suurtalouskeittiössä toimiva ja tehokas kahvinkeitin on erityisen tärkeä työkalu maistuvan kahvin valmistuksessa", Airola toteaa.

40 vuotta käsityötä – pienintä yksityiskohtaa myöten

Moccamaster-kahvinkeittimet lanseerattiin Hollannissa 1969 ja mullistivat tullessaan kahvinkeittimien markkinat. Moccamasterin tarinan takana on laitteiden kehittäjä Gerard Clement Smit. Hän halusi kehittää kahvinkeitin, joka keittäisi kerta toisensa jälkeen maistuvaa kahvia myös kotioiloissa. Keskittymällä suodatusprosessin eri vaiheisiin, laitteen toiminnallisuuteen ja käytettävyyteen, Smit onnistui kehittämään visionsa mukaisen kahvinkeitin.

Kaikki Moccamaster-kahvinkeittimet valmistetaan, testataan ja pakataan edelleen käsityönä Hollannissa Amerongenin tehtaalla. Moccamaster-kahvinkeittimien takuu on 5–10 vuotta kotitalouskäytössä. Yritys- ja suurtalouskäytössä tuotteiden takuu on 2 vuotta. ■

* Sitoutumaton kahvilaboratorio European Coffee Brewing Centre.

Lisätietoja: www.moccamaster.com, tiina.airola@moccamaster.com



Ateria¹⁵

*Koko Suomi
saman pöydän ääressä*

Julkisen ruokahuollon
ja sopimusruokailun
ammattilaispäivä

Tiistai 3.11.2015 klo 9-16
Wanha Satama, Helsinki
Ilmoittaudu veloitusetta:
www.julkinenateria.fi

Yhteistyössä:

pro
RESTO

**Elintarvike
ja Terveys**
Ammattikeittiö- ja elintarvikeseuran ammattilehti
elintarvikejaerveys.fi

Tapahtumajärjestäjä:

WANHA SATAMA
ONNISTUNEITA KOHTAAMISIA®

gastro HELSINKI



16.-18.3.2016 Messukeskus



"Yhteistyö-
kumppaneiden
ja meidän
tavoitteemme
toteutuivat
hyvin."

Kohtaa
uudet ja tutut
ammattilaiset

"Onnistuimme
tunnettuuden
kasvattamisessa
hyvin"



"Runsaasti uusia
asiakaskontakteja
ja suoraa kauppaa
asiakkaitten
kanssa".



Vuoden Kokki
ja
Vuoden Tarjoilija
-kilpailut



Gastro Helsinki 2016 on Suomen johtava hotelli-, ravintola- ja suurkeittiöalan ammattitapahtuma.

Tule mukaan, teet kauppaa ja varmistat samalla vuoden tärkeimmät kontaktit. Esillä uusimmat trendit, innovaatiot ja uutuudet. Tavoita ostajat niin Suomesta kuin lähialueilta. Varaa paikkasi nyt!

Ota yhteyttä! Ritva Becker, myyntipäällikkö, puh. 0500 609 456, ritva.becker@messukeskus.com

gastrohelsinki.fi

#gastrohelsinki

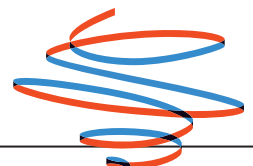


Päämediayhteistyö-
kumppani:

aromi

Samaan aikaan:

VIINI EXPO
19.-21.3
2014

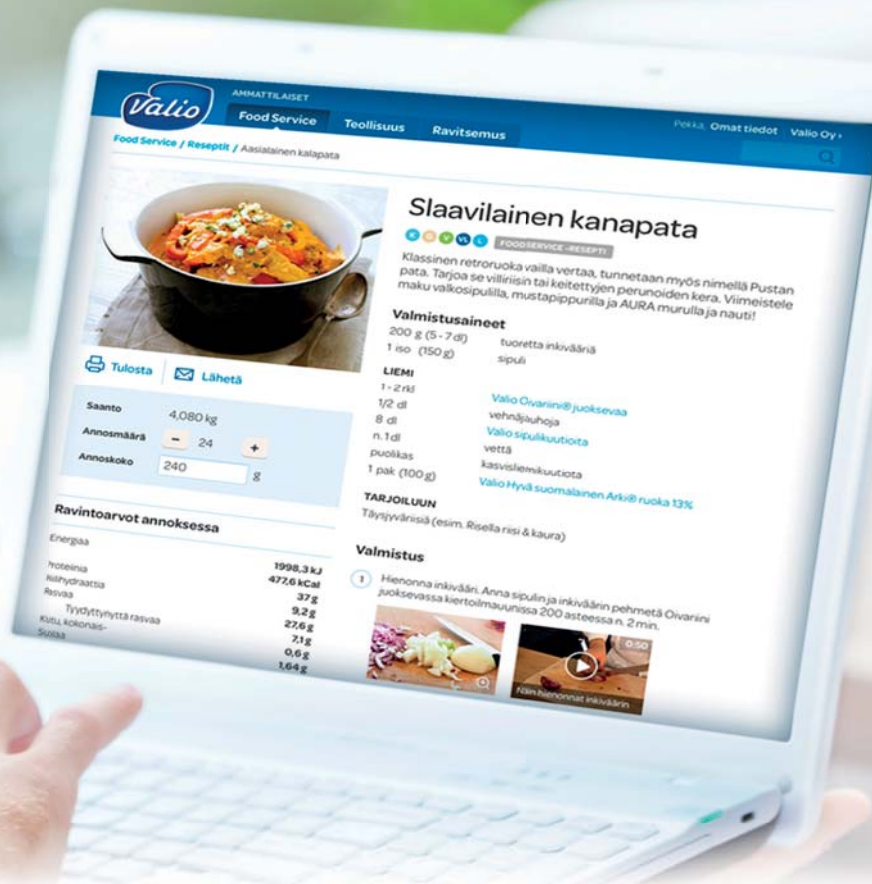


OIKEITA KOHTAAMISIA. AITOJA ELÄMYKSIÄ. KOSKETUS TULEVAISUUTEEN.

Messukeskus



*Inspiraatiota
ja ideoita
työhösi!*



Valio ammattilaiset -palvelu on uudistunut!

Food Service asiakkaillemme suunnattu **Valio ammattilaiset -palvelu** on uudistunut entistä monipuolisemmaksi ja helppokäyttöisemmäksi.

Parempi hakutoiminto ja selkeämpi näkymä

auttaa löytämään
tiedot helpommin.

Uudistunut tuote- ja reseptihaku

inspiroi ja antaa
ideoita omaan
työhön.

Materiaalipankissa

löytyy laaja kattaus
mm. Valion esitteitä ja
myyntiä tukevaa
materiaalia.

Uusi osoite valio.fi/foodservice