PRO RESTO

horeca-alan ammattilehti

Trendejä kupissa
– kun kahvila ei ole
pelkkä kahvila

Ruokatrendit
2017

HoReCa-alan
eettiset ja
ekologiset valinnat

Tomi Björck toteutti haaveensa
ja laittoi ravintolan pystyyn
Sydneyn Bondi Beachille

www.proresto.fi

HINTA 14,50 EUR

RUUTU+ LUISTELI MAESTROON

Ei enää turhia digibokseja tai ylipitkiä sopimuksia

Hinnat alk. 89€/kk

11:27

Lue lisää:

www.viihdevayla.fi

11:32

TULE JA NÄE MILLAISTA ON RAVINTOLAVIIHDE VUONNA 2017

Fastfood & Cafe & Ravintola Helsinki 2017

Helsingin messukeskus

8-9.3.2017

Osasto 1b18

maestro

BUSINESS ENTERTAINMENT

Cold Brew on kesän viilein kahvitrendi!

Yhdysvalloista rantautunut trendikäs Cold Brew -kahvi valmistuu uuttamalla kahvia kylmässä vedessä vähintään kahdeksan tunnin ajan. Suosittelemme tämän kahviherkun valmistamiseen jauhettua kahvia New Yorkin tyyliin!

Nauti valmis kahvidrinkki sellaisenaan tai jäiden, maidon ja makusiirapin kanssa tarjoiltuna. Yksi juoma, monta variaatiota!

Inspiraatio New Yorkista.
Paahto Pauligilta.

PAULIG CAFÉ NEW YORK NYT MYÖS PAPUNA!

Oy Gustav Paulig Ab / puh. 020 737 0000 / professional.fi@paulig.com / www.pauligprofessional.fi

PRO RESTO

1–2/2017

julkaisija
PubliCo Oy
Pälkäneentie 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@jaicom.com

toimittajat
Sami J. Anteroinen
Merja Kihl
Ari Mononen
Sanna Maikkula
Marja-Liisa Torniainen

kannen kuva
Blanca Dining

paino
PunaMusta Oy

www.proresto.fi

ISSN 2243-3295 (painettu)
ISSN 2243-3309 (verkkojulkaisu)

To Another Great Year

ProWein

KÄYNTI DÜSSELDORFISSA VIE SINUT MAAILMAN YMPÄRI:

Joutuisit kulkemaan pitkän tien tämän alan kansainvälisen katsauksen hankkiaksesi: Yli **6000 näytteilleasettajaa** yli **60 maasta** tekee ProWeinista maailman suurimmat viinien ja väkevien alkoholijuomien messut. Tervetuloa ProWeiniin Düsseldorfiin!

The World's No.1:
International Trade Fair for Wines and Spirits

19-21 March 2017

Düsseldorf, Germany www.prowein.com

Edustaja Suomessa:
Messukeskus, INTERFAIR
PL 21 _ 00521 Helsinki
P. 040 450 3250 _ interfair@messukeskus.com
www.messukeskus.com

Messe Düsseldorf

sisältö | proresto 1–2/2017

08 Esipuhe

10 Blanca maksimoi makua

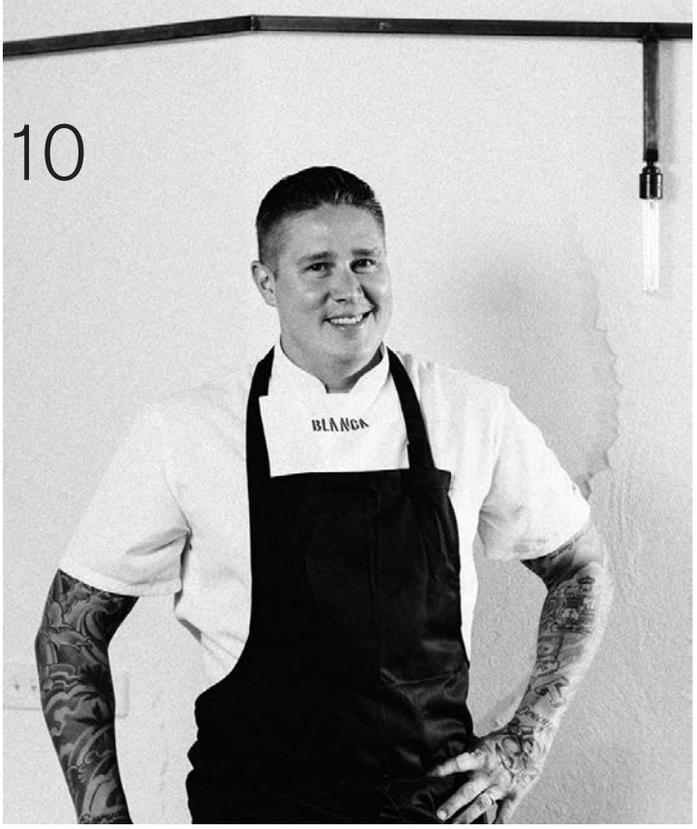
Kun ravintola Blanca avasi ovensa tammikuun lopussa Sydneyn legendaarisella Bondi Beachilla, oli yksi suomalaispoika saavuttanut unelmansa. Mestarikokki Tomi Björck muutti perheineen Australiaan vuoden 2015 lopussa ja siitä lähtien hän oli aktiivisesti tutkinut, olisiko saumaa perustaa taas uusi ravintola – itse asiassa jo kuudes miehen uralla.

16 Ruokatrendit 2017

20 HoReCa-alan eettiset ja ekologiset valinnat

24 Trendejä kupissa

Helsinkiin avattiin kolmisen kuukautta sitten Pauligin kahvila, Paulig Kulma. Kyseessä on kahvilan, pienpaahtimon, kaupan ja baristainstituutin muodostama kokonaisuus. Paulig kutsuukin paikkaa kahvitaloksi. Turkuun taas on tuonut kahvilatrendejä jo kolmen vuoden ajan paikka nimeltä Gaggui Kaffela. Siellä asiakas voi saada kahvinsa monin eri tavoin suodatettuna ja tarjolla on omistajan suunnittelemia ja alusta asti itsetekemiä kakkuja ja suolaista syötävää.



30 Kahvilaitteet kuntoon

34 Monitila-ajattelua henkilöstöravintolaan

40 Ambiente pisti pöydän koreaksi

44 **Uusi teknologia parantaa ammattikeittiön toimivuutta**
Etelä-Lahden aluekeittiö aloitti toimintansa Launeen kaupunginosassa Lahdessa tammikuun 2017 lopulla. Uusi ammattikeittiö, joka pystyy tuottamaan yli 10 000 ateriaa päivässä, korvaa useita erillisiä valmistuskeittiöitä. Innovatiivisella keittiöteknologialla pyritään edistämään ruoanvalmistuksen ekologisuutta, terveellisyyttä, turvallisuutta ja taloudellisuutta.

50 Norjalaisen liikemiehen pitkä pinna toi Jätkäsaarelle oman maamerkin

56 Digitaalisuus on tätä päivää myös hotellibisneksessä

58 **Täydellisen soittolistan metsästäjät**
Musiikki on ylittämätön tunnelmanluoja ravintoloissa – mutta ihan jukebox-meiningillä ei ole enää pärjännyt aikoihin. Digitaalisuus mahdollistaa sen, että asiakkaan kuuloaistia hivellään nyt pari piirua fiksummin.

63 Uutispuuroa

UUDELLA RESEPTILLÄ, MAUSTEITA UNOHTAMATTA

VUOSI 2016 oli varsin mukiinmenevä matkailu- ja ravintola-alan kannalta: yritysten myynti kasvoi tammi-syyskuussa 3,5 prosenttia. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n tekemän kyselyn mukaan alan kasvun uskotaan jatkuvan hyvällä tasolla myös seuraavina vuosina.

Alan yritykset arvioivat liikevaihdon kasvavan vuoteen 2020 mennessä noin 20 prosenttia. MaRan kyselyn mukaan investointeja tehdään seuraavan kolmen vuoden aikana vähintään puolella miljardilla eurolla, ja yli 90 prosenttia yrityksistä arvioi palkkaavansa lisää työvoimaa.

Kasvun moottorina ovat pikaruokaravintolat, jotka ovat olleet hyvässä vedossa viime vuosina. Myös anniskeluravintoloiden myynti on kasvanut, sillä ruuan myynti on lisääntynyt ja alkoholin anniskelumyynnin lasku on pysähtynyt. MaRan arvion mukaan matkustajatuonnin piristyminen ja alkoholin vähittäismyynnin kasvu jarruttavat kuitenkin anniskelumyynnin kasvunäkymiä. Kaupan aukioloaikojen laajentuminen taas vähensi liikenneasemien kauppa- ja ravintolamyyntiä.

Sekä kotimaisten että ulkomaisten yöpymisten määrä lisääntyi vuoden kolmella ensimmäisellä neljänneksellä. Ulkomaiset ja kotimaiset yöpymiset kasvoivat molemmat 1,9 prosenttia. Ulkomaiset yöpymiset ilman venäläisiä kasvoivat tammi-syyskuussa yli viisi prosenttia.

Ilahduttavasti venäläisten matkailijoiden yöpymisten lasku pysähtyi syyskuussa. Ruplan ennakoidaan vahvistuvan ja venäläisten matkailijoiden määrän odotetaan kääntyvän jälleen kasvuun.

Asiat vaikuttavat siis olevan varsin hyvällä mallilla. Yksi tummempi pilvi horisontissa kuitenkin on: kasvun hidasteeksi on muodostumassa ravintoloiden rekrytointivaikeudet. Tilanne on vaikea jo tällä hetkellä, sillä yli 60 prosentilla MaRan kyselyyn vastanneista yrityksistä on vaikeuksia löytää työntekijöitä avoimiin toimiin. Ylivoimaisesti suurimmat esteet avoimien paikkojen täyttymiseen ovat hakijoiden puute tai hakijoiden puutteellinen ammattitaito.

MaRan toimitusjohtaja Timo Lappi on todennut, että pelkästään 150 suurinta alan yritystä arvioi palkkaavansa noin 7 000 uutta kokoaikaista työntekijää vuoteen 2020 mennessä. Tai palkkaisi, jos löytäisi pätevää porukkaa hommiin.

Samalla kun työikäisen väestön määrä supistuu supistumistaan, erilaiset työmarkkinoiden kohtaanto-ongelmat rönsyilevät oikein urakalla. Horeca-ala ei myöskään aina ole niitä vetovoimaisimpia: esimerkiksi työharjoitteluun tulevat, julkkiskokin urasta haaveilevat nuoret törmäävät todellisuuteen, jossa kova duuni on ihan eri roolissa kuin TV:n kokki-ohjelmissa.

Sinnikkäällä asenteella voi kuitenkin päästä pitkälle. Tässä esimerkkiä näyttää norjalainen hotellimoguli Arthur Buchardt, joka yhdeksän vuoden yrittämisen jälkeen sai viimein hotellin Helsinkiin. Buchardt kertoo, millä keinoilla Clarion Helsinki saatiin siivilleen sivuilla 50–52.

Samaa asennetta peräänkuuluttaa myös tämä lehti. Olemme kuunnelleet tarkalla korvalla lukijoitamme ja uudistaneet sekä proreston visuaalisen ilmeen että sisällöt. Uusi, entistä runsaampi lehti käsittelee laajasti koko horeca-alaa ja keskittyy tarjoamaan yhä syvällisempää asiantuntijatietoa sekä ratkaisuja ammatillisen osaamisen ja liiketoiminnan kehittämiseen.

Samalla painetun lehden painos kasvaa 12 000 kappaleeseen ja se tullaan julkaisemaan suurina, näyttävinä tuplanumeroina. Muutoksella teemme itseämme tykö myös uusille lukijaryhmille.

Käsissäsi oleva numero 1+2/2017 on uudistuksen ensimmäinen hedelmä. Toivomme sinun tutustuvan lehteen huolella ja antavan vähän osviittaa siitä, olemmeko mielestäsi oikealla tiellä.

Työ jatkuu.

JUSSI SINKKO

PRO RESTO
horeca-alan ammattilehti

Lukeaksesi sähköisen proreston klikkaa itsesi osoitteeseen:
www.proresto.fi

Lehden sähköisen version lukeminen ei vaadi erillisiä tunnuksia ja on täysin maksutonta.

Cafitesse.
Vastuullinen luomukahvi.

Cafitesse Good Origin on UTZ-sertifioitu luomukahvi. Jokainen kupillinen on vastuullisesti ja ekologisesti viljelty, valmistettu, pakattu ja kuljetettu. EU:n myöntämän luomutunnuksen lisäksi Cafitesse Good Origin täyttää ruotsalaisen KRAV-sertifioinnin vaatimukset.

Miksi Cafitesse?

Vapaus

EI AIKAAN SIDOTTUA SOPIMUSTA

Cafitesse-laitteen voit vuokrata toistaiseksi, irtisanomisajan sovimme toiveidesi mukaan.

Helppous

ILMAINEN ASENNUS JA HUOLTO

Huollamme Cafitesse-laitteesi veloituksetta koko sopimuskauden.

Huolettomuus

TÄYSTAKUU

Pidämme laitteesi aina käyttökunnossa. Myyntimalleille saat viiden vuoden täystakuun.

Jätteettömyys

EI KAHVIJÄTETTÄ TAI VIEMÄRÖINTIÄ

Rasvainen jätevesi ja märkä kahvijäte kuuluvat historiaan! Cafitessea valmistaessa ei synny jätettä tai viemäröitävää.

NOVACAFI

PARTNER OF JDE | PROFESSIONAL

www.novacafi.fi

BLANCA MAKSIMOI MAKUA

TOMI BJÖRCK TOTEUTTI HAAVEENSA JA LAITTOI RAVINTOLAN PYSTYYN SYDNEYN BONDI BEACHILLE

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: BLANCA DINING

Kun ravintola Blanca avasi ovensa tammikuun lopussa Sydneyn legendaarisella Bondi Beachilla, oli yksi suomalaispoika saavuttanut unelmansa. Mestarikokki Tomi Björck muutti perheineen Australiaan vuoden 2015 lopussa ja siitä lähtien hän oli aktiivisesti tutkinut, olisiko saumaa perustaa taas uusi ravintola – itse asiassa jo kuudes miehen uralla.

”Me haluamme vetää maut ihan tappiin. Joka annos on intensiivinen kokemus”, Tomi Björck lupaa.

”Tästä paikasta tuli tyylikäs ihan salaa.

AUSTRALIA EI sinänsä ole mikään kääntämätön kortti Björckille, vaan hän otti tuntumaa aussikeittiöön jo vuosikymmen sitten paikallisissa Longrain- ja Quay-ravintoloissa. Joku kumma kipinä jäi elämään, sen hän myöntää auliisti.

”Kun sitten tultiin tänne takaisin, niin olihan se vähän niin kuin poika olisi tullut kotiin”, Björck virnistää.

Sana myös levisi pian, että skandinaavi superkokki oli taas maisemissa ja useampikin ravintola yritti kiinnittää Björckin keittiöönsä. Björck kuitenkin halusi oman paikan ja kiersi ympäri Sydneytä tutustumassa erilaisiin tiloihin. Ihan ensiksi herätti huomiota pieni, 27-paikkainen paikka, mutta loppupeleissä mies tahtoi jotain vähän isompaa ja näyttävämpää.

Kumppanina Sam Cole

Ja vaikka Australian ”kansallisranta” Bondi Beach on rankasti kilpailtua aluetta raflapuolella, Björck uskoi, että hyvällä konseptilla voisi kisassa pärjätä. 80-paikkainen ravintola Hall Streetillä – vain muutama sata metriä rantaviivalta – tuntui heti omalta. Kumppaniksi hankkeeseen löytyi Samuel Cole, jonka kanssa Björckillä on yhteistä historiaa vuosien takaa.

”Ajattelemme Samin kanssa asioista aika samalla tavalla ja tiesin, että yhteistyömme toimii.”

Kaksikko keksi nimen, joka on samalla ravintolan konsepti: “Blanca” viittaa tyhjään tauluun – tai lautaseen – jonka jokainen taiteilija kohtaa urakan alussa. Tyhjyys täytetään luovalla asenteella ja tiukalla visiolla. Referenssikeittiöitä pyöriteltiin: pitäisikö tehdä välimerellistä, japanilaista, libanonilaista vai eurooppalaista? Mediterranean-osasto haluttiin mukaan, koska esimerkiksi stracchino-juusto, oliiviöljy, jugurtti ja kerma resonoivat vahvasti tekijämiesten mielessä.

Japanilaista linjakkuutta

Mutta loppupeleissä Japania ei ollut ohittaminen: Björck on käynyt Nipponissa puolisen tusinaa kertaa – ja Colekin yhden kerran – ja paikallinen ruokaestetiikka oli tehnyt lähtemättömän vaikutuksen.

Niinpä Blancan tyylipalettiin poimittiin japanilaisia elementtejä, kuten tietty selkeys ja yksinkertaisuus. Raaka-aineet ovat tunnistettavissa vielä lautasellakin, sekä ulkonäkönsä että makunsa puolesta.

”Näin saatiin linjaksi Mediterranean-Japanese, jos jotain nimeä haluaa käyttää”, toteaa Björck, joka kaikkein mieluiten puhuisi vain ensiluokkaisista raaka-aineista alusta loppuun asti tehdystä näkemyksellisestä ruoasta. Vaikutteita toki on, ja niistä media on aina kiinnostunut, joten niistä Björck on jo varsin tottunut puhumaan.

”Media haluaa aina sen oikean lokeron, johon voi sijoittaa ravintolan. Ihan samahan se on, vaikka musiikin puolella.” Sen hän myöntää, että japanilainen asenne on talossa vahva: tavoitteena on tehdä “täydellistä ruokaa.”

”Me haluamme vetää maut ihan tappiin. Joka annos on intensiivinen kokemus”, hän lupaa.

> **”Kilpailu on kovaa, mutta paljon on tullut kiitosta asiakkailta.**

Laaja asiakaskunta

Ihan kaikille ei ”max the taste”-linja putoa, sen Björck arvaa jo etukäteen. Superintensiivisten makumaailmojen rinnalle onkin tuotu lempeämpiä ja täyteläisempiä vaihtoehtoja, sillä asiakaskunta on sen verran kirjavaa, että ihan yhden kortin varaan ei auta heittäytyä.

Bondi Beach on todella melkoinen sulatusuuni, jos ravintoloiden asiakaskuntaa ajatellaan. Björck arvioi, että kolmannes syöjistä on turisteja maailmalta, kolmasosa australialaisia turisteja ja kolmasosa alkuasukkaita eli sydneyläisiä.

Björckin aikaisemmat ravintolat on perustettu Helsinkiin ja Tukholmaan – onko aussimaahan etabloituminen jotenkin helpompaa (tai kenties vaikeampaa)? Björck nauraa: hänen mukaansa ravintoloiden perustaminen on periaatteessa tosi helppoa, kunhan sen ensin tekee kerran, pari. Sen jälkeenhän kaikki menee ikään kuin vanhasta muistista, eiksjee?

”Paitsi että ei se mene yhtään niin. Silloinkin kun tietää tosi hyvin mitä pitää tehdä, niin se ei helvetti mene niin”, manaa Björck. Blancassakin kaikki on salissa ja asiakkaille päin vallan hyvin ja mainiosti, mutta kulissien takana remontti vielä jatkuu.

”Keittiön katostakin roikkuu putki”, hän heittää esimerkin.

Vahingossa fiini?

Vaikka prosessi on vielä päällä, Björck on sitä mieltä, että paikasta tuli aika lailla fiinimpi kuin mitä perustajat alun perin kaavailivat. Ehkä Bondi Beachin sädekehä velvoitti panemaan parastaan ja niin tiloja hiottiin lopulta niin hartaasti, että lopputulos näkyy ja tuntuu.

”Tästä paikasta tuli tyylikäs ihan salaa”, chef naurahtaa.

Ravintolaa startatessa on miljoona eri yksityiskohtaa, jotka täytyy hanskata, mutta Björckin tapauksessa on pidettävä huolta myös ”kotirintamasta”. Tammikuussa hän laati ruokalistat kuuteen ravintolaansa, mikä kuulostaa jo aika extreme-hommalta.

”Ruokalistoissa oli jonkinlaiset pohjat jo olemassa, joten ihan tyhjästä ei tarvinnut lähteä liikkeelle”, Björck täsmentää. Menu-ideointi on myös sikäli hedelmällistä, että kun reseptejä labrassa kehitellään, opittu tietotaito voidaan jakaa useampaan paikkaan.

VUOSI 2017 ON JUHLAVUOSI
SEKÄ SUOMELLE ETTÄ
FINNPOSILLE!
JUHLI KANSSAMME KOTIMAISTA
OSAAMISTA. JO 25 VUOTTA
LÄHELLÄ LIIKETOIMINTAASI

Myynnin yhteystiedot:
010 56 777 00 / myynti@finnpos.fi
www.finnpos.fi

1992 - 2017 25 YEARS **FINNPOS**

RAVINTOLA-ALAN AMMATTILAISTEN VALINTA VUODESTA 1992 LÄHTIEN

KiiltoClean
www.kiiltoclean.fi

Hyvinvointia puhtaudesta

Autamme asiakkaitamme toteuttamaan puhtautta helposti, tehokkaasti ja turvallisesti. Kehitämme ja valmistamme tuotteemme Suomessa vastuullisesti ihmisistä ja ympäristöstä huolehtien.

”Kun raaka-aineet ovat kunnossa, persoonallinen tyyli vie pitkälle.

”Me esimerkiksi olemme Suomessa testanneet tiettyjä juttuja, jotka nyt ovat käytössä Sydneyssä. Ja toisinpäin ajatellen myös: Australiassa oppii sellaista, mikä on hyödyksi Suomessa.” Esimerkiksi ausseista löytynyt herkkukala hamachi on sellainen, mikä sopii suomalaistenkin lautasille.

”Ja hamachia myös saa nykyään Suomesta.”

Rankalla duunilla tuloksiin

Viikko avajaisten jälkeen Björck myöntää, että aika pyöritystä on ollut ja yöunet ovat jääneet vähiin. Hän on kuitenkin erittäin tyytyväinen siihen, millä asenteella keittiössä ja salissa pusketaan hommia:

”Meillä on kunnianhimoinen tiimi, jossa on porukkaa eri puolilta maailmaa”, hän toteaa ja lisää, että kouluttaminen ”talon tavoille” on toki vielä kesken, mutta hyvällä tiellä ollaan.

Kunnianhimoa ja raa’an työnteon eetosta tietenkin tarvitaan, mikäli mielii breikata Sydneyn kaltaisessa miljoonakaupungissa, jossa trendit ja blogien viidakkorumpu nostavat ja kaatavat ravintoloita kuin liukuhihnalta.

”Kilpailu on kovaa, mutta paljon on tullut kiitosta asiakkailta ja pöydät ovat mukavasti täynnä”, Björck pohtii. Sorääniäkin chefin korviin on kuulunut: joidenkin makuun safka on liian eksoottista ja erikoista, mutta ihan kaikkia ei kannata yrittää miellyttää, kokenut yrittäjä tietää.

”Kun raaka-aineet ovat kunnossa, persoonallinen tyyli vie pitkälle”, Björck uskoo. ■

Miksi Rangers Valley liha on niin erinomaista…

Yksinkertaisesti siksi, että kiinnitämme huomioita yksityiskohtiin ja sitoudumme ensiluokkaiseen laatuun. Meitä motivoi halu tuottaa erinomaista naudanlihaa, joka on maukasta, mureaa, marmoroitunutta ja tasalaatuista – joka kerta, ilman kompromisseja.

ANGUS-LIHAMME ON VERIFIOITUA 100% ANGUS-NAUDANLIHAA

Black Angus -naudanlihamme menestyksekäs verifiointi tarkoittaa, että tuotteemme saavat Angus Beef -takuuleiman, joka osoittaa tuotteidemme saavuttaneen tasovaatimuksemme. Standardina on 100% Angus-syntyperä: Angus sire, Angus Dam

NIIN LUONNOLLISTA KUIN MAHDOLLISTA

Emme käytä kasvua edistäviä hormoneja. Olemme ylpeitä sanoessamme, että karjamme on 100% kasvuhormonitonta. Annamme antibiootteja hoitokeinona vain yksittäisille eläimille tarpeen niin vaatiessa.

TIEDÄMME KARJAMME OLEVAN ONNELLISTA

Täydellinen sijaintimme suo optimaaliset olosuhteet karjalle. Tuhannen metrin korkeudessa, New Englandin Tablelandsilla sijaitseva Rangers Valley tarjoaa kuvankauniin, stressittömän ja viileän, runsassateisen ympäristön.

Bergfalk Finland Oy maahantuo laajan lihavalikoiman Rangers Valleyn tilalta ja toimittaa sitä suomalaisille ravintoloille ja vähittäiskaupoille.
Toimitamme Rangers Valleyn tuotteita lounas- sekä illallisravintoloihin, jotka vaativat korkealuokkaista ja tasalaatuista lihaa – joka kerta!

RANGERS VALLEY

black™ THE MARBLED BEEF onyx

MAAHANTUONTI & MYYNTI SUOMESSA YKSINOIKEUDELLA

AB BERGFALK FINLAND OY
Tommi Lillrank
+358405155710 // tilaukset@bergfalk.fi

Lennart Sandgren Diago
044-0301987 // tilaukset@bergfalk.fi

BERGFALK & Co

TRENDIT 2017

ALKANUT RUOKAVUOSI TARJOAA JOTAIN UUTTA, JOTAIN VANHAA, JOTAIN LAINATTUA JA JOTAIN SINISTÄ (OIKEASTI)

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: PIXABAY

Ekologisesti, esteettisesti ja elämyksellisesti; terveellisesti ja tuoreesti – näin voisi summata vuoden 2017 suurimmat ruokatrendit. Lautasiaan ahkerasti kuvaavat visualistit eivät ole menossa minnekään, mutta rinnalle kiilaavat tuoksut ja holistisempi kokemuksellisuus. Fiilistä ei myöskään tarvitse lähteä hakemaan ravintolasta, vaan vahva kotoilu/hyggebuumi jatkuu. Pienellä vaivalla kotonakin saa pöydän koreaksi – tai (vallitsevan trendin mukaan) ennemminkin kauniin karuksi.

RUOKA-ALAN ERI sektoreita luotaava kansainvälinen FoodPeople -verkosto on koonnut ruokatrendikatsauksia vuodesta 2005 lähtien. Vuosi 2017 on FoodPeoplen mukaan ”kotona syömisen juhlavuosi”, eikä tämä tarkoita pelkkää kotikokkausta.

Erilaiset nettipalvelut kiidättävät ruokaa kiireisille kaupunkilaisille ja teknologia auttaa hallitsemaan mahan murinaa muillakin keinoin: esimerkiksi Isossa-Britanniassa yleistyvät erilaiset kännykkäsovellukset, joiden avulla naapurustossa opitaan jakamaan ruokaa.

Tuliko makaronilaatikkoa tehtyä liikaa? Jäikö rapujuhlien saksiniekoista puolet syömättä? – Yhteisöllinen safkaäppi auttaa! Samalla skaalautuvuus pääsee oikeuksiinsa: erilaisten sovellusten kautta sinkkutalous, pariskunta tai bileväki voi löytää hiukopalaa samalla tavalla.

Humoristivegaanit

FoodPeople myös ennustaa, että veganismista tulee valtavirtaa – ja mikäs siinä, tätä on povattu jo ainakin 10 vuoden ajan. Suomessa veganismiin on kuitenkin lisätty uusi lisämauste ja se on huumori: viime vuonna perustettu Facebook-ryhmä Sipsikaljavegaanit pyrkii näyttämään, että vegaanius ei ole pelkkää itujen ja porkkanoiden popsimista, vaan roskaruokamättö saattaa houkuttaa vegaaniakin.

Ryhmään kuuluu tällä hetkellä yli 38 000 ihmistä, jotka jakavat ryhmässä vegaanisten herkkuruokien reseptejä sekä tuotevinkkejä. Sipsikaljavegaani-sana oli jopa yksi Kielitoimiston sanakirjan uudissanoista viime vuonna ja Image-lehti valitsi ryhmän Vuoden 2016 someilmiöksi.

FoodPeople uskoo, että veganismin lupaukset on mahdollista viimein

lunastaa, koska veganismi on kasvanut ”oudosta hippijutusta maailman cooleimmaksi lifestyle-valinnaksi”. Milleniaalien arvoihin vegaanius kolahtaa kybällä, sillä se on eettisempää, terveellisempää ja paljon instampaa kuin mikään muu tällä hetkellä.

Salliva linja

Myös markkinointitutkimustalo Mintel vannoo vihreän nimeen: ravintoloiden ja elintarvikevalmistajien odotetaan tuovan uusia kasvis- ja hedelmäpohjaisia tuotteita sekä ruoka-annoksia markkinoille. Kasvikset, pähkinät, pavut ja siemenet sopivat myös ihan perustaviksen pirtaan – ja erilaiset lempeämmät (pieniä harha-askeleita sallivat) kasvispohjaiset ruokavaliot nousevat esiin.

Terveellisyyden korostamiseen liittyy myös sokerin välttäminen. Superaddiktiivinen sokeri saattaa kuitenkin vaania myös yllättävissä tuotteissa – esimerkiksi makeuttamattomissa täysmehuissa on tuhdisti sokeria, vaikka mehupurkin kyljessä olisikin isolla printattuna ”Ei lisättyä sokeria”. FoodPeoplen mukaan ihmiset etsivät makeahampaan kolotukseen luonnonmukaisempia vaihtoehtoja, kuten kookossokeria ja vaahterasiirappia. Arkipäiväinen ”swapping” voi auttaa myös: ihmisiä kehotetaan vaihtamaan kolajuoma vissyyn ja suklaapatukka myslipatukkaan (edes joskus!).

Sokeri sakkaa

Mintel muistuttaa, että Iso-Britannia ottaa käyttöön sokeriveron vuoden 2018 huhtikuussa – eikä tämä voi olla näkymättä elintarviketalojen tuotelanseerauksissa nyt ja tulevaisuudessa. Mintelin tutkimuksen mukaan esimerkiksi espanjalaisista ja puolalaisista 63 prosenttia lupailee vähentävänsä sokerin kulutusta ja italialaiset (60 %) ranskalaiset (54 %) ja saksalaiset (53 %) tulevat perässä.

Juomateollisuus sopeutuu zeitgeistiin pienentämällä pullo- ja tölkkikokoja sekä korvaamalla ”tappajasokeria” muilla makeuttajilla. Mintel povaa, että tämän muutoksen siivellä juomat, jotka ovat 100-prosenttisesti luonnollisia (esim. tuorepuristetut hedelmämehut, maito) voivat kasvattaa suosiotaan.

Teknovallankumous kulman takana

Entä mitä HoReCa-alalla tapahtuu ihan konkreettisesti vuonna 2017? – Ilmeisesti tänä vuonna on odotettavissa pitkä rivi teknologisia innovaatioita niin keittiöön, saliin kuin respaankin. FoodPeople katsoo, että eri palveluita standardisoidaan ja automatisoidaan nyt kiihtyvällä tahdilla, jotta asiakkaiden toivoma 24/7-meininki saadaan toteutettua.

Toistaiseksi ruokalähetit ovat ihmisiä, mutta ehkä pian fine dining -setti matkaa ilmojen halki robokopterin kyydissä? – Ainakin raflaan voi tehdä varauksen tai tilauksen kätevästi netissä ja iPad-tyyliset menut yleistyvät koko ajan. Ja mistä tulevaisuudessa tietää olevansa kanta-asiakas? – No siitä kun yksi robotti tervehtii ovella nimellä ja toinen kaataa mielidrinkkiä jo ennen kuin ehtii saada palttoon pois päältä.

”Ravintoloiden odotetaan tuovan uusia kasvis- ja hedelmäpohjaisia ruoka-annoksia markkinoille.

”Ihmiset etsivät makeahampaan kolotukseen luonnonmukaisempia vaihtoehtoja.

Make It Bluetiful

Mutta mitä yllätyksiä trendit tarjoavat? Ainakin kauden hittiväriksi trendinikkarien huutoäänestyksellä valittu sininen vaikuttaa hivenen yllättävältä jutulta. Sininenhän ei luonnostaan esiinny ruoassa eikä juomassa, ja luolamiesaivomme ovat oppineet välttämään sinisiä herkkuja tästä syystä.

FoodPeople kuitenkin povaa, että siniseksi värjätyt hampurilaissämpylät, bagelit, jäätelöt, keksit ja kakut vyöryttävät ruokapuolella ja juomissa nähdään sinisiä latteja ja jopa viinejä. Temppuna on toteuttaa värimuutos orgaanisesti, kasvikunnan tuotteita lisäämällä.

Ja niin kuin aina, aika on rahaa – tai, tässä tapauksessa, ruokaa. Mintelin mukaan yksi nouseva ostopäätöksen triggeri on se aika, joka käytetään ruoka- ja juomatuotteeseen. Valmistajat/palvelut kertovat nyt kernaammin, kuinka paljon aikaa kuluu esimerkiksi tuotteen odottamiseen, valmistamiseen tai sen kuluttamiseen. Ajankäyttöön liittyvä tieto on kuluttajalle tärkeää siinä missä ravitsemus- ja sisältötiedot elintarvikepakkauksen kyljessä, Mintel raportoi.

Megatrendejä unohtamatta

Meillä kotimaassa VTT on huomauttanut, että ruoantuotannon neljäs vallankumous on jo käynnissä. Ilmastonmuutos, ruoan riittävyys ja kulutus- ja elintapojen yksilöllistyminen ovat esimerkkejä muutostarpeista, joita kohdistuu tuotantoon, varastointiin, jakeluun ja ostotapahtumaan.

Älykkäämpi, kuluttajakeskeisempi ruokatuotanto voi tuoda tullessaan hurjia, sci-fi:ltä haiskahtavia innovaatioita, kun 3D-printatut elintarvikemateriaalit yleistyvät ja jauhomadot ja kotisirkat muuntuvat hyönteisjakeiksi ja maukkaaksi raaka-aineeksi.

Ihan vuonna 2017 ei kaikki kuitenkaan vielä muutu. ■

REILUN KAUPAN MESSUT

FAIRTRADE

TO 23.3.2017 KLO 10.00 – 16.00
WANHA SATAMA, F-SALI

TARJOLLA MONIPUOLINEN KATTAUS VASTUULLISIA TUOTTEITA

- VASTUULLISUUS
- KESTÄVÄ KEHITYS
- JULKISET HANKINNAT
- KULUTTAJATRENDIT

Kuluttajat odottavat yrityksiltä hyvän palvelun ja laadukkaiden tuotteiden lisäksi vastuullisuutta.

Suomalaisista 85 % tunnistaa Reilun kaupan merkin. Tule tutustumaan, mitkä Reilun kaupan tuotteet sopisivat sinun yrityksellesi. Paikalla kotimaisia ja ulkomaisia toimijoita sekä monipuolinen ohjelma ajankohtaisista aiheista.

PUHUJINA TAPAHTUMASSA MM.

Kai Mykkänen
ulkomaankauppa- ja kehitysministeri

Vernon Henn
toimitusjohtaja
Thandi Wines

VARMISTA PAIKKASI NYT!

KAIKILLE TAPAHTUMAVIERAILLE TARJOLLA KASSILLINEN REILUN KAUPAN TUOTTEITA.

TAPAHTUMAAN ILMOITTAUTUMINEN:

MARKKINOINTI@REILUKAUPPA.FI
WWW.REILUKAUPPA.FI/REILUNKAUPANMESSUT

TAPAHTUMA ON TARKOITETTU HORECA- JA JULKISEN SEKTORIN TOIMIJOILLE.

TILAISUUS ON MAKSUTON.

”Kestävää kehitystä edistävistä tuotteista kannattaa viestiä.

PÄIVÄNVALON TUOTTEET

TEKSTI: SANNA MAIKKULA

KUVAT: REILU KAUPPA RY

HoReCa-alalla on nykyään helppo hankkia eettisiä ja ekologisia ruoan raaka-aineita, astioita ja vaatteita. Kolme tahoa kertoo toiminnastaan ja antaa vinkkejä kestävän kehityksen mukaisiin hankintoihin.

KUVA: TOUCHPOINT

TouchPointin perustaja Carita Peltonen sanoo, että käyttämättä jääneet tai muuten poistettavat vaatteet kannattaa hyödyntää kiertotalouden keinoin.

Reilun kaupan tiedottaja Sanna Räsänen sanoo, että Reilussa kaupassa tuotteesta maksetaan viljelijälle vähintään takuuhinta, joka kattaa ympäristön ja ihmisten kannalta kestävän tuotannon kustannukset.

HORECA-ALALLA ON mahdollisuus tehdä suuria hankintoja, joilla on välittömiä vaikutuksia ympäristöön ja monien ihmisten elämään. Valitsemalla ekologisia ja eettisiä tuotteita voi vaikuttaa positiivisesti näihin asioihin. Yhä useampi yritys on alkanut tuoda maahan, valmistaa ja myydä tuotteita, joiden alkuperä ja ympäristövaikutukset kestävät päivänvalon.

Reilu kauppa on tunnettu toimija eettisten tuotteiden saralla. Yhdistyksen perusajatuksena on, että Reilun kaupan tuotteita tuottavien viljelijöiden on tultava toimeen omalla työllään. Ajatuksen toivat ensi kertaa esiin meksikolaiset kahvinviljelijät 80-luvun lopulla.

”On eri asia tulla toimeen omalla työllään kuin olla avun kohde. Viljelijöille sillä on suuri henkinen merkitys”, Reilun kaupan tiedottaja Sanna Räsänen kertoo.

KUVA: MT COMPANY OY

Reilussa kaupassa tuotteesta maksetaan viljelijälle vähintään takuuhinta, joka kattaa ympäristön ja ihmisten kannalta kestävän tuotannon kustannukset. Takuuhinnan ohella maksetaan lisää, joka on tarkoitettu koko yhteisöä kehittäviin hankkeisiin.

HoReCa-alalla suosittuja Reilun kaupan tuotteita ovat tietysti kahvi, joka on yhdistyksen ensimmäinen, suurin ja tunnetuin tuote, sekä tee, kaakao, hunaja, suklaa, sokeri, banaani, viini, tofu ja monet mausteet.

”Lisäksi puuvillatuotteet, kuten vaatteet, pyyhkeet ja pöytäliinat, voisivat olla Reilun kaupan puuvillasta valmistettuja”, Räsänen vinkkaa.

Tiedottajana Räsänen osaa kertoa, kuinka kestävää kehitystä edistävistä tuotteista kannattaa viestiä. HoReCa-alallakaan ei nimittäin kannata olla hiljaa asioista, joista voi olla ylpeä. Paikkoja, joissa asiat voi nostaa esille ovat esimerkiksi vitriinit, ruokalistat, pöytämainokset, taulut, julisteet ja nettisivut.

”Jos tilaa on vähän, Reilun kaupan tuotteen voi yksinkertaisesti merkitä Reilun kaupan merkillä. Muutoin tuotteen alkuperästä voi kertoa kuvin ja tekstein”, Räsänen sanoo.

Ekologista kertakäyttökulttuuria

Naturesse-merkkiset kertakäyttöiset astiat ja ruokailuvälineet on valmistettu luonnon uusiutuvista ylijäämäraaka-aineista, kuten maahan tippuneista palmunlehdistä. Näin ollen ne ovat kokonaan biohajoavia. Tuotteet on myös valmistettu ilman lisäaineita, sillä ne hylkivät luontaisesti vettä ja öljyä. Tuotteiden valmistus on saanut SA8000-sertifikaatin, joka takaa eettiset työolosuhteet ja palkkauksen. Naturessen palmunlehtiastiat ovat saaneet myös Pohjoismaisen ympäristömerkin, eli Joutsenmerkin.

”Taustalla on ollut halu tehdä mahdollisimman hyvä ekologinen tuote”, kertoo Naturessea maahantuovan ja myyvän MT Companyn yrittäjä Mikael Tötterman.

Töttermanin mukaan esimerkiksi tapahtuman järjestäjän on tärkeää jäädä positiivisesti mieleen. Yksi tapa on käyttää kertakäyttöastioina ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja. Ne voivat olla valmistettu myös biomuovista. Sama pätee Take Away -ruokaan. Ravintolan on hyvä ottaa vastuu myös siitä, mitä lähtee paikasta ulos.

Koska ruoanvalmistuksessa ei voi käyttää kertakäyttötavaraa, on tiskilinjojen oltava vettä ja energiaa säästäviä sekä kemikaalien ympäristöystävällisiä. Lasien taas on hyvä olla sellaisia, että ne voi laittaa lasinkeräykseen. Esimerkiksi kristallissa on lyijyoksidia, joten se ei sovellu kierrätykseen.

”Eikä biohajoavia ja -hajoamattomia astioita pidä sotkea jälkikäsittelyssä keskenään”, Tötterman muistuttaa.

”Tuntuu, että asiakkaat alkavat olla valmiita kierrätysteemalle.

Vaatteella on väliä

TouchPoint on yritys, joka suunnittelee ja valmistaa työvaatteita ja liikelahjoja ekologisista materiaaleista, kuten orgaanisesta puuvillasta, ylijäämämateriaaleista ja kierrätetyistä muovipulloista valmistetusta uusiokankaasta. Esimerkiksi Hesburgerille suunniteltuihin paitoihin on käytetty jo noin 160 000 kierrätettyä muovipulloa. Ylijäämäkankaita TouchPoint hyödynsi esimerkiksi uuden ravintola Kasarmin työvaatteissa ja ravintola Lönkän lautasliinoissa. Hilton Strandissa taas on vanhoista olutpulloista valmistetut Trashtag by TouchPoint-vesilasit.

”Tuntuu, että asiakkaat alkavat olla valmiita kierrätysteemalle”, TouchPointin perustaja Carita Peltonen sanoo.

Myös käyttämättä jääneet tai muuten poistettavat vaatteet kannattaa hyödyntää kiertotalouden keinoin. Esimerkiksi poistotekstiilit voidaan kerätä ja lajitella, ja niistä voidaan valmistaa kankaan koostumuksesta riippuen joko uutta kuitua ja kangasta tai komposiittimateriaalia. Komposiitista saadaan tehtyä esimerkiksi terassikalusteita.

”Kun suunnittelemme asiakkaalle uuden työvaatemalliston, huolehdimme asiakkaan käytetyistä työvaatteista sekä mahdollisista ylijäämävaatteista ja -kankaista”, Peltonen kertoo.

TouchPointilla on varta vasten HoReCa-alalle suunniteltu Rafla-niminen mallisto, jossa on erilaisia ekologisia, eettisiä ja trendikkäitä työvaatteita.

”Erityisesti nuoret ovat olleet lähellä sydäntämme Rafla-mallistoa suunnitellessa. Ekologisuus, eettisyys ja trendikkyys ovat heidän DNA:ssa”, Peltonen sanoo.

Ylipäänsä Peltonen kannustaa yrityksiä tekemään vastuullisia valintoja. Kiertotalous kun voi olla myös kustannustehokkuutta.

”Kestävä kehitys ei ole enää vain kauniita sanoja, vaan monelle yritykselle konkreettisia valintoja maapallomme hyväksi”, Peltonen sanoo. ■

LÄHDEVETTÄ DUBAIHIN?

RAVINTOLAKALUSTEET JAPANISTA?

VIINIÄ RANSKASTA?

Sujuva logistiikkaketju ulkomaankuljetuksille

Kun tilaat tarvikkeita ulkomailta tai suunnittelet tuotteiden vientiä Suomesta, ota yhteyttä Varovaan varmistaaksesi sujuvan ja luotettavan toimitusketjun.

Varova on yksityinen suomalainen logistiikkayritys, jolla on maailmanlaajuinen kuljetusverkosto. Huolella valitut yhteistyökumppanit takaavat palvelun laadun niin Suomessa kuin ulkomaillakin.

VAROVA

Ota yhteyttä!
Puh. 09 773 96 300
myynti@varova.fi
www.varova.fi

hospitality innovations.

HOISTGROUP

TRENDEJÄ KUPISSA

TEKSTI: SANNA MAIKKULA

KUVA: PAULIG / KUVAAJA KIM ÖHMAN

MITÄ KAHVILOISSA JUODAAN TÄNÄ VUONNA? ESITTELYSSÄ MYÖS KAKSI EDELLÄKÄVIJÄÄ

Helsinkiin avattiin kolmisen kuukautta sitten Pauligin kahvila, Paulig Kulma. Paulig Kulmassa halutaan tarjota nautinnollisia kahvihetkiä ja samalla antaa mahdollisuus tutustua kahvin maailmaan. Paulig Kulma onkin oikea kahvitalo, sillä se pitää sisällään kahvilan lisäksi kahvikaupan, mikropaahtimon sekä Barista-koulun. Pauligin Kulmassa halutaan kuunnella kuluttajien mielipiteitä ja toiveita, oppia heiltä. Pauligilla ei ole aikomusta laajentaa liiketoimintaa kahvila-alalle.

PAULIG KULMA eroaa kilpailijoistaan siten, että se on kokonaiselämys, jossa myös sisustus, musiikki ja palvelu on mietitty. Myöskään raakakakkuja ja -ruokia ja eri kahvinvalmistusmenetelmiä ei ole näin laajasti tarjolla muissa Helsingin keskustan kahviloissa. Kulmassa on myös oma paahtaja ja Barista Instituten kouluttajat paikalla, joten kävijällä on mahdollisuus saada tietoa kahvista. Barista Institute tarjoaa myös koulutuksia alan ammattilaisille sekä esimerkiksi kaveri- ja työporukoille.

Turkulainen tuttavuus

Turkuun on tuonut kahvilatrendejä jo kolmen vuoden ajan paikka nimeltä Gaggui Kaffela. Siellä asiakas voi saada kahvinsa monin eri tavoin suodatettuna ja tarjolla on omistajan suunnittelemia ja alusta asti itsetekemiä kakkuja ja suolaista syötävää. Itsetekeminen tarkoittaa Gaggui Kaffelassa sitä, että esimerkiksi sokerimassat, marmeladit, makusiirapit ja levitteet tehdään omin käsin.

Gaggui Kaffela on omistajansa Jonna Sinkkosen mukaan uniikki paikka, jollaiseen Turussa ei ole totuttu. Muista turkulaisista kahviloista Gaggui erottautuu myös laadukkailla kahveilla ja teellä sekä itsetekemisellä. Kakut ovat paikan erikoisuus, erityisesti uniikit tilauskakut, joista jokaisen Sinkkonen suunnittelee omanlaisekseen yhdessä tilaajan kanssa.

Kahvia käsityönä

Paulig Kulmassa ja Gaggui Kaffelassa on mahdollista saada kahvinsa erilaisilla käsinsuodatusmenetelmillä tehtynä. Käsinsuodattaminen onkin tämän vuoden isoimpia kahvilatrendejä. Käytössä on monia erilaisia laitteita, kuten Chemex, Aeropress, Sifoni, Kalita ja Hario V60 sekä sitä vastaavat laitteet. Pääsääntöisesti käsinsuodatusmenetelmillä valmistuu yksi kuppi kahvia. Esimerkiksi Chemexillä kuitenkin voi kannun koosta riippuen tehdä kaksi, neljä tai kuusi kupillista kahvia. Ilmeisesti juuri siksi laite onkin erityisen suosittu.

KUVA: GAGGUI KAFFELA

Ainakin Helsingin kahviloihin on rantautunut uusi espressopohjainen kahvi, Flat White, joka on cappuccinon ja latten välimuoto. Flat White on yleensä noin cappuccinon kokoinen, siihen kuuluu kaksi annosta espressoa, maitoa ja juuri sen verran maitovaahtoa, että Latte Art on mahdollista. Juoma sopii asiakkaille, joiden mielestä lattessa on liikaa maitoa.

Ylipäänsä tänä vuonna juodaan laadukasta kahvia. Moni suomalainen haluaa parempaa kahvia kuin mihin on totuttu ja on valmis maksamaan siitä.

Niin kutsutut kolmannen aallon kahvilat, joihin Paulig Kulma ja Gaggui Kaffela kuuluvat, perustuvat erityisesti laatuun. Nyt on jo nähtävillä neljäskin aalto, jossa kahvin valmistus on tieteellisen tarkkaa. Mitataan esimerkiksi uuttoprosentti, jonka perusteella voidaan määritellä täydellinen kahvi.

”Suosituimmat kahvilaadut tulevat tänä vuonna Afrikasta ja Kolumbiasta.

KUVA: GAGGUI KAFFELA

Käsinsuodatusmenetelmillä voi vaikuttaa huomattavasti enemmän kahvin makuun kuin tavallisella suodatinkahvilaitteella. Esimerkiksi Hario V60:tä käytettäessä kahvin makuun vaikuttavat jauhatuksen karkeus, purujen määrä ja kuinka nopeasti veden kaataa suodattimen läpi. Toki myös käytetyllä pavulla on suuri merkitys makuun. Käsinsuodatettaessa parasta kahvia syntyy, kun pavut jauhaa juuri ennen kahvin valmistamista käytetylle menetelmälle sopivaksi karkeudeksi.

Papu edellä

Vaalea paahto on trendikästä myös espressopohjaisissa kahveissa. Kahvipiirit ovat jo pidempään arvostaneet vaaleaksi paahdettuja kahveja, sillä kevyt paahto ei peitä pavun makua. On myös trendikästä valita kahvinsa pavun perusteella. Barista päättää valmistusmenetelmän, joka tuo pavun ominaismaut parhaiten esille. Paulig Kulmassa hinnastoon on merkitty, mikä papu sopii parhaiten millekin menetelmälle.

Suosituimmat kahvilaadut tulevat tänä vuonna Afrikasta ja Kolumbiasta. Lajikkeista trendikäs on erityisesti panamalainen Gesha, jota kylläkin saa harvoin mistään sen kalleuden vuoksi.

Teemaailmassa trendien kärjessä ovat hedelmä- ja yrttihaudukkeet sekä kylmäuutettu tee. Haudukkeisiin ei kuulu teepensaan lehtiä, joten ne ovat kofeiinittomia. Kylmäuutettu tee valmistetaan kylmäuutetun kahvin tapaan yön yli muhittamalla. Paulig Kulmassa tehdään alkoholittomia drinkkejä muun muassa jatkamalla kylmäuutettua teetä soodalla ja laittamalla sekaan marjoja.

Latte Art ja Flat White

Kahvimaailmassa kylmäuuttaminen jatkaa suosiotaan. Latte Artista, eli kuvioiden tekemisestä maitovaahdon pinnalle, on tullut enemmänkin sääntö kuin kiva yllätys. Kahvilassa työskentelevän onkin osattava tehdä maitovaahtoon vaikkapa sydän tai lehti.

KUVA: PAULIG / KUVAAJA KIM ÖHMAN

Vaalea paahto on trendikästä myös espressopohjaisissa kahveissa.

KUVA: GAGGUI KAFFELA

TRENDIEN HUIPULLA

Menetelmät

Chemex: Lasinen tiimalasin muotoinen pannu. Purut annostellaan suodatinpaperiin pannun suulle ja vesi kaadetaan tasaisesti pyörittäen läpi. Vaatii tarkkuutta käyttäjältään. Valmis kahvi on maultaan puhdasta, kirkasta ja aromikasta. Saatavilla kahden, neljän ja kuuden kupillisen pannuja.

Aeropress: Muovinen, kevyt ja helppokäyttöinen. Toimii, kuten pressopannu, mutta mukana on ilmanpaine. Paine ja lyhyempi uutto poimivat kahvin runsaat ja pehmeät maut talteen. Nopea menetelmä suodattaa yhden kupin kerrallaan.

Hario V60: Keraaminen tai lasinen kartion muotoinen suppilo, jonka sisäpuolella on spiraalinmuotoiset kohoumat. Pohjassa olevan suuren reiän ansiosta veden virtausnopeuden voi määrätä itse ja siten vaikuttaa tarkasti kahvin makuun. Käsinsuodatuksen perusmenetelmiä.

KUVA: PAULIG / KUVAAJA VALTTERI KANTANEN

KUVA: PAULIG / KUVAAJA VALTTERI KANTANEN

”Flat White sopii asiakkaille, joiden mielestä lattessa on liikaa maitoa.

Kahvilaadut

Kenialainen: Hapokasta ja marjaisaa. Maku, josta suomalaiset pitävät. Joidenkin mielestä liian mehumaista.

Etiopialainen: Herkkää ja kukkaista. Maku peittyy ruoan kanssa.

Kolumbialainen: Suosittu, koska monen makuisia papuja. Löytyy niin pähkinäistä kuin marjaisaa.

Juttua varten haastateltiin Paulig Kulma Manager Charlotta Nylundia, Paulig Barista Instituten koulutuspäällikkö Ulla Suoraniemeä ja Gaggui Kaffelan yrittäjä Jonna Sinkkosta. ■

N·CLEAN·

Raikasta siivouspalvelua!

Palvelemme sinua ja asiakkaitasi raikkaalla asenteella ja osaamisella, meihin voit luottaa. Raikkaus on meille sydämen asia!

Hotellisiivous

Laivasiivous

Toimitilasiivous

Kotisiivous

www.nclean.fi

Sunsystems

MARKIISIT SUURVARJOT

FINNKAIHDIN.

Sahaajankatu 21
00880 Helsinki
www.finnkaihdin.fi
info@finnkaihdin.fi

RAFLA

BY TOUCHPOINT

ROHKEASTI *suunniteltu* VASTUULLISESTI *tuotettu* KESTÄVÄSTI *ajateltu*

Olemme nähneet työvaatteiden tulevaisuuden: se on ***kestävä***, ***oivaltava*** ja ***ajattoman tyylikäs***. Se asuu tuotteissa, joita tehdessä on ajateltu asiakkaan lisäksi myös maapalloamme. Nuorilta suomalaisilta suunnittelijoilta se luonnistuu. Oivaltavan designin lisäksi tuotteidemme toiminnallisuus, kestävyys ja mukavuus ovat suunnittelun keskiössä. Kaunis kestää aikaa. Suunnittelumme lähtökohtana on ***100-prosenttiset ekomateriaalit***, ylijäämän hyödyntäminen, tuotteen kestävyys ja elinkaari sekä no waste -ajattelumalli.

www.touchpoint.fi

KAHVILAITTEET KUNTOON

TEKSTI: SANNA MAIKKULA

KUVA: PIXABAY

Mitä tulee huomioida, kun hankitaan kahvilaitteet kahvilaan tai ravintolaan? Entä mitä tulee huomioida laitteiden käytössä ja huollossa?

SUOMESSA ON kahvinkulutuksen kärkimaana ja laatutietoisen asiakaskunnan myötä paine laadukkaalle ja monipuoliselle kahvitarjonnalle. Suodatin- tai erikoiskahvilaitteita hankittaessa on huomioitava monia asioita.

Uuteen kahvilaan tai ravintolaan kahvilaitteita valittaessa arvioidaan kahvinjuojien lukumäärä, kuinka paljon kahvia kuluu ja missä muodossa sitä juodaan. Tärkeää on myös huomioida, kuinka suuri tila kahvilaitteille on käytettävissä sekä se, ovatko vesi-, sähkö- ja viemäriliitännät kahvilaitteiden sijoituspaikan lähellä.

”Paras tapa hankkia kahvilaitteet uuteen toimipaikkaan, on antaa ammattilaisen auttaa. Hyvä yhteistyökumppani valitsee kanssasi oikean laitteen, auttaa kahvilan suunnittelussa, antaa baristakoulutusta ja tarjoaa huollon ja varaosat tehokkaasti”, Espresso Servicesin toimitusjohtaja Aki Nurminen sanoo.

Kahvilaitteen valintaan vaikuttaa myös paikan konsepti. Jos laite hankitaan kahvilaan, on kahvi pääroolissa, mutta ravintolassa saattaa riittää, että laite palvelee jälkiruokatarpeita. Mitä enemmän kahvia myydään, sitä järeämmät laitteet tarvitaan.

> **Jokainen kahvilaite on hieman erilainen, mutta pääperiaatteet niiden käytössä ovat samat.**

KUVA: AKI JÄRVINEN

Espresso Servicesin toimitusjohtaja Aki Nurminen sanoo, että paras tapa hankkia kahvilaitteet uuteen toimipaikkaan, on antaa ammattilaisen auttaa.

Suodatinkahvilaitetta hankittaessa lasipannukeitin tai termoskeitin valitaan sen mukaan, miten paljon tilaa keittimelle on, kuinka suurta on kahvin menekki ja miten kahvi aiotaan laittaa esille. Erikoiskahvilaitteen valintaan vaikuttaa erityisesti, onko kahvilaite toimipaikan sydän. Jos on, kannattaa valita perinteinen kahvalaite. Automaattinen erikoiskahvilaite on hyvä valinta, kun erikoiskahvien tekemiseen käytettävää aikaa halutaan vähentää. Ulkonäölliset seikat korostuvat, jos laite on osa sisustusta.

Jo olemassa olevaan kahvilaan laite valitaan sen laadun perusteella. Siihen vaikuttavat keitto-ominaisuudet, lopputuloksen laatu, käytön helppous, laitteen huollettavuus ja toiminta huoltotilanteessa sekä käyttökoulutus ja -tuki.

”Lisäksi on huomioitava käytettävissä oleva tila, sillä monesti tiski on valmiiksi suunniteltu eikä yhtään ylimääräistä tilaa ole käytössä”, Nurminen sanoo.

Käytä ja huolla oikein

Jokainen kahvilaite on hieman erilainen, mutta pääperiaatteet niiden käytössä ovat samat. Kahvilaitteita tulee aina käyttää oikein, eli esimerkiksi koulutuksessa saatujen ohjeiden mukaan. Kun lopputulos, eli kahvi, on laadukasta, tietää käyttäneensä laitetta oikein. Kahvin ollessa huonoa, voi syy olla heikkolaatuisessa kahvissa tai väärässä annostelussa, mutta useimmiten huonossa puhdistuksessa.

Yleisiä kahvilaitteiden käytössä tehtyjä virheitä ovat maidonvaahdottimen höyryputken jättäminen likoamaan yöksi vesiastiaan, liian suurien kuumavesimäärien ottaminen erikoiskahvilaitteesta sekä laitteen peseminen sille epäsopivilla aineilla. Nämä kaikki voivat aiheuttaa kalliin huollon.

”Kahvilaitteita tulee puhdistaa päivittäin ja viikoittain. Lisäksi erikoiskahvilaitteet tarvitsevat säännöllisiä mielellään ammattilaisen tekemiä määräaikaishuoltoja. On parempi huoltaa laitetta ennakoivasti, kuin korjata isoja ongelmia sitten, kun laite on rikki. Se johtaa nimittäin väistämättä myynnin keskeytymiseen”, Nurminen sanoo.

Suodatinkahvilaitteen pannut tai termossäiliöt, suodattimen suppilo ja suihkusihti on pestävä päivittäin. Manuaalisesti täytettävään laitteeseen tulee kaataa vesi aina erillisellä kannulla, ei kahvikannulla. Näin kahvirasva ei kerry laitteeseen ja kahvin maku pysyy hyvänä. Erikoiskahvilaitteen päivittäinen pesu tarkoittaa gruppojen ja niiden sihtien, kahvojen ja niiden sihtien sekä höyryputken puhdistamista. Viikoittain laitteet puhdistetaan paremmin päältä ja tarkastetaan, että vesivuotoja ei löydy. ■

Fastfood & Café & Ravintola 2017

8.–9. MAALISKUUTA | MESSUKESKUS, HELSINKI

VUODEN TÄRKEIMMÄSSÄ AMMATTITAPAHTUMASSA KOET ENEMMÄN!

Kahdessa päivässä näet ja koet kaiken ravintoloista, pikaruoista ja kahviloista.

MAKUPALOJA TAPAHTUMAN OHJELMASTA:

Kaksi seminaarilavaa täynnä asiantuntija-puheenvuoroja

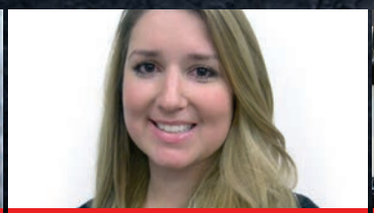
Luomu-tori

Pizzamestari 2017 –kilpailu

TAPAHTUMAN LAVOILLE NOUSEVAT MUUN MUASSA:

TOPI KAIRENIUS
hyönteiskokki, pienpanimoyrittäjä

JYRKI SUKULA
toimitusjohtaja, keittiömestari



KATELINE PORRITT
Food and Beverage Trends Writer, thefoodpeople

JAAKKO HALMETOJA
ravitsemusasiantuntija, tietokirjailija ja luennoitsija

Samaan aikaan Messukeskuksessa:

SHOP 2017 | 2017 HELSINKI e-commerce

Pääyhteistyökumppaneina:

MA-RA | RESTAMARK | VITRIINI

MAKSUTON PÄÄSYLIPPUSI KEVÄÄN HUIPPUTAPAHTUMAAN!
Ennakkorekisteröidy osoitteessa: **www.easyfairs.com/ffcr**

Organised by EASYFAIRS Visit the future

OLE'S COCKTAIL BURGERPIHVI

ISO MAKUELÄMYS PIENESSÄ MUODOSSA

Ole's uutuustuote, 45 gramman cocktail burgerpihvi on mehevä, murea ja 100-prosenttisesti kotimainen hampurilaispihvi. Minipihveillä, minisämpylöillä ja omilla lempimausteillasi saat täydellisen kokoelman miniburgereita. Tarjoa asiakkaillesi useampia eri makuja ja järjestä porukalle herkullinen miniburgerfiesta!

OLE'S COCKTAIL BURGERPIHVI

EAN 6 416748 330455
Tuotekoodi 33045

Uusi moderni tuotantolaitos, hyvä raaka-aine, innostunut ja osaava henkilökunta takaavat korkean laadun tuotteillemme.

Ole's on ISO- ja FSSC 22000 -sertifioitu. Lihojen alkuperä on täysin jäljitettävissä.

OLE'S FAST FOOD
Marjasaarentie 13, 68870 EDSEVÖ
info@oles.fi | **www.oles.fi**

MEAT – OUR PASSION

RUOKAA OMASTA MAASTA

MONITILA-AJATTELUA HENKILÖSTÖRAVINTOLAAN – UUDET KONSEPTIT INNOITTAVAT ELISAN PÄÄKONTTORISSA

TEKSTI: MARJA-LIISA TORNIAINEN

KUVAT: KOHINA OY

KUVAAJA: MIKKO SINERVO

Elisan ravintolamaailma ja kokouskeskus puhaltavat elämää pääkonttorin kaikkiin kerroksiin.

NEUVOTTELUT JA muut kohtaamiset, tapahtumat, hyvä ruoka ja kahvilakulttuuri limittyvät Elisan Pasilan Kampuksen ravintolamaailmassa. Pääkonttorin remontin viimeisimpänä valmistuivat katutason kerrokseen ravintola ja kahvila, tapahtumien tori sekä neuvottelutilat.

Kuten seitsenkerroksisen pääkonttorin hankkeessa kokonaisuudessaan, Elisan kehittämän *Elisa Ideal Work* -filosofian mukaiset muuttuvat tavat tehdä työtä asettivat tavoitteet korkealle.

Ravintolamaailman suunnittelu lähti toiminnoista, joita alimpaan kerrokseen haluttiin. Suuri muutos tilojen toiminnallisuuden taustalla liittyy ravintolamaailman aukioloaikoihin: uudet tilat ovat työntekijöiden käytössä ilman rajoituksia.

”Ravintolamaailmasta haluttiin rakentaa vetovoimainen keskus, pääkonttorin sielu. Laadukas ravintola ja kahvila houkuttelevat paljon etätyötä tekeviä työntekijöitä toistensa pariin”, tila- ja konseptisuunnitteluun erikoistuneen Kohinan toimitusjohtaja **Susanna Kallio** kertoo.

Kun tilat avataan joustavalle työskentelylle, mahdollistuvat sekä

”Elisan pääkonttorin uusi ravintola-maailma ja neuvottelutilojen keskus on tapahtumien keskipiste.

Kohdetiedot:
Elisan pääkonttori, Pasila, muutos- ja perusparannus, henkilöstöravintola ja kokouskeskus

Tilaaja: Elisa Oyj
Rakennuttaja: c/o Nordea Henkivakuutus Suomi Oy ja c/o Varma Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö
Pää-, arkkitehti- ja sisustusarkkitehtisuunnittelu: Kohina Oy / Susanna Kallio, Sirpa Luukkonen, Eva Kober, Noora Hokkanen, Lotta Blomqvist ja Riikka Jalava (graafinen suunnittelu)
Pääurakoitsija: Fira Oy

Assembly verkottuu digitaalisten ratkaisujen myötä kaikkialle kampuksen kerroksiin ja Elisan muihin toimipisteisiin.

Torialue on muunneltavan tilan taidonnäyte. Tunnelmaltaan levollisessa ympäristössä on kevyet kalusteet, jotka on helppo pinota ja siirtää varastoon, kun torialue täyttyy elämästä.

”Tilojen AV-tekniikka taipuu vaikka bändi-iltaan, ja valaistuksella voidaan luoda erilaisia tunnelmia”, sisustusarkkitehti Eva Kober Kohinalta sanoo.

Assembly ja kahvila *Kivi* muodostavat olohuoneen, joka tarjoaa puitteet työskentelyyn ja virkistäytymiseen ravintola- ja kahvilapalveluista vastaavan Sodexon *Coffice*-ideologian hengessä. Assemblyä ympäröi varattavien neuvottelutilojen kokonaisuus, joka palvelee sekä elisalaisia että yhteistyökumppaneita.

Kokouskeskuksen huutomerkki on innovointiin suunniteltu tila, josta Elisa toivoi kaikkiin muihin kiinteistön tiloihin verrattuna täydellisen poikkeavaa.

”Syntyi *Kieppi,* jonka tärkein tehtävä on tukea ideointia ja innovointia. *Kiepissä* on karnevaalimeininkiä ja hullunkurisuutta jokaista yksityiskohtaa myöten”, Kober kuvailee.

Henkilöstöravintola *Juurakossa* on huomioitu erilaiset ruokailijat ja mahdollisuudet hyödyntää tiloja myös työympäristönä. Ruokailija voi syödä itsekseen tai isossa porukassa, lämmittää omat eväät tai valita ravintolan tarjonnasta haluamansa lounaan.

Muunneltava tapahtumatori taipuu vaikka bändi-iltaan. Four Real pöytä Fenix matta nanolaminaatti kannella toimii hyvin Maxdesign Appia tuolin kanssa, Sologrey Oy

suunnitellut että spontaanit kohtaamiset. Tilat tarjoavat paikkoja kokoontua tai vetäytyä työskentelemään yksin: jokainen voi tulla ja mennä oman tilanteensa mukaan.

Tapahtumatorista pieniin soppeihin

Ravintolamaailman sydän on tapahtumatori ja kokoontumisten piazza *Assembly. Assemblyä* voivat käyttää sekä tiimit että yhteistyökumppanit: muuntuva tila on omiaan erilaisiin tapahtumiin, infoihin, juhliin ja demoihin.

Näyttävä viherelementti on ravintolamaailman katseenvangitsija.
Innogreenin aidoilla kasveilla toteutettu viherseinä taipuu myös kaarevaan muotoon. Keltaiset Inclass Dunas XS tuolit, Sologrey Oy.

Valon voitto

Kiinteistön alin kerros purettiin kantavia rakenteita lukuun ottamatta lähes kokonaan. Tulevaisuuden tavoitteet tilan käyttäjämäärille loivat haasteita tilan toimintojen sijoittumiselle. Kun tilan käyttäjiä on nyt viitisensataa, tulevaisuudessa tilat palvelevat jopa tuhatta henkilöä.

”Tilan muoto oli yllättävän haasteellinen. Vaikka melkein kaikki vanha purettiin, vanhan ja uuden yhdistäminen asettaa aina omat reunaehtonsa. Monien toimintojen sisällyttäminen tilaan, tilojen löydettävyys ja sujuvan kulun järjestäminen vaati paljon suunnittelutyötä”, sanoo Kohinan sisustusarkkitehti Sirpa Luukkonen.

Ison tilan syvyys haastoi suunnittelijoita: miten saada tilasta valoisa ja viihtyisä, kun luonnonvaloa on tarjolla vain tilan yhdeltä sivulta?

Kallio iloitsee lopputuloksesta, jossa eri alueet ja toiminnot on nivottu kiinnostavaksi ja toimivaksi kokonaisuudeksi. Tilan jokaisesta kolkasta saatiin esiin parasta.

”Onnistuimme luomaan kaksi tunnelmaltaan täysin erilaista tilaa: avaran, valoisan ja raikkaan henkilöstöravintola *Juurakon* sekä tumman ja viihtyisän kahvila *Kiven*. Ennen hämärä ja syvä tila on nyt kutsuva, aivan oma maailmansa.”

Juurakko ei ole aivan tyypillisin henkilöstöravintola. Vaihtelevin kalustein, värein ja tilaa jakavin elementein syntyi kokonaisuus, joka luontuu monipuoliseen käyttöön läpi päivän.

Eliksiiriä aamusta iltaan

Ravintolatoimintoja Elisan Pasilan Kampuksella pyörittävä Sodexo on ottanut Elisan edelläkävijyyden myös tarjoamiensa palvelujen johtotähdeksi. Elisan ravintolaan valittiin Sodexon globaali *be*-konseptin mukainen palveluratkaisu, *Be – Born of Evolution*. Elisan *Juurakko* on yksi kolmestasadasta ravintolasta ympäri maailman, jossa nautitaan jatkuvasti uudistuvasta ravintolakonseptista.

”Ravintolamaailman aukioloajat poistettiin, ja tilat avattiin elisalaisten vapaaseen käyttöön.

Sodexo ja Kohina aloittivat yhteistyön määrittelemällä asiakaspolun. Tilojen layout, palvelupisteiden, linjastojen ja kassapisteiden sijainnit, kahvilakalusteiden sijoittelu; kokonaisuus syntyi toimivassa vuoropuhelussa.

”Kiitos Kohinan, pääsimme ajoissa mukaan hankkeeseen. Arvostan heidän ammattitaitoaan ja osaamistaan ravintolamaailman suunnittelussa. Ja vaikka projekti vietiin läpi tiukassa aikataulussa, kaikki sujui täsmällisesti. Kohinan sisustusarkkitehdeilla narut pysyivät tiukasti käsissä läpi projektin”, konseptipäällikkö **Kristiina Ahopelto** Sodexolta kiittää.

VISUAALISET ILMEET, KONSEPTISTA TOTEUTUKSEEN.

BrandFactory

www.brandfactory.fi

Sillit ja silakat

SUOMEN SSK SILLIKONTTORI

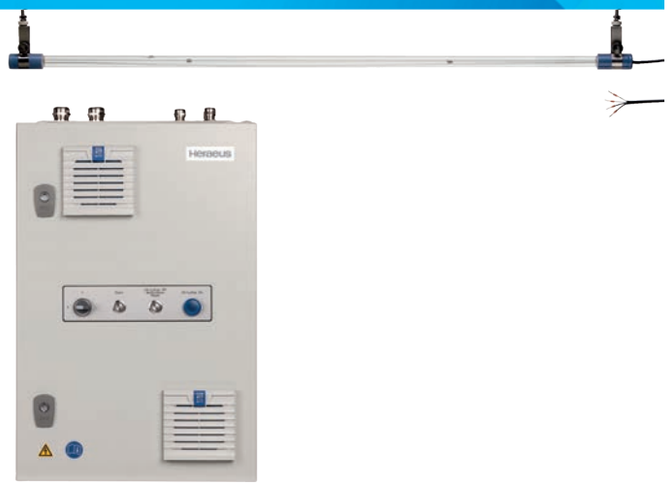
Suomen Sillikonttori Oy
Kaarinantie 270, 20660 Littoinen, Kaarina • Puh. 0207 49 7770
myynti@sillikonttori.fi • www.sillikonttori.fi

IPL Heraeus

1904 Heraeus valmisti maailman ensimmäisen UV-kvartsilampun

2017 Heraeus tuo markkinoille jälkiasenteisen

UVCS- keittiö UV järjestelmän



MAAHANTUOJA: IPL OY – WWW.IPL.FI
FISKARSINKATU 8, 20750 TURKU | 010 – 292 0410 | IPL@IPL.FI

Neuvottelutilat mahdollistavat joustavasti ideointipalaverit, pikaiset tapaamiset ja neuvottelut. Alakatto Rockfon Color-All 1800X600, väri Concrete.

Tilat tarjoavat ravintoloitsijalle loistavat puitteet.

”Emännöimme monitoimitilaa, jossa elisalaiset yhteistyökumppaineen tulevat ja menevät, pysähtyvät ja virkistäytyvät. Meidän tehtävämme on huolehtia heidän jaksamisestaan ja tarjota heille hyvää ja energiaa ylläpitävää syötävää ja juotavaa läpi työpäivän”, Ahopelto sanoo.

Kohinan suunnittelemat tilat ja Sodexon palvelut vetävät elisalaisia puoleensa. Elisalaisia hemmotellaan paitsi lounailla ja ravitsevilla välipaloilla myös laatukahvilla. Kahvila *Kivi* baristoineen palvelee talon väkeä iltaselle asti.

Eikä mikään houkuttele suomalaisia toimistotyöntekijöitä kuin hyvä kahvi!

”Erikoiskahvit ja tuoksuvat teet kutsuvat henkilökuntaa viettämään aikaa ravintolamaailmaan. Elisalaisten kahvihammasta kolottaakin tosi paljon”, Ahopelto nauraa.

Tilat onnellistuttavat

Elisan pääkonttorin kivijalka on talon henkinen sydän, johon vievät kaikki tiet jokaisesta kerroksesta.

”Kaiken kokoava kohtaamispaikka tarvitaan. Tämä korostuu erityisesti isossa talossa, jossa on paljon työntekijöitä ja jossa suositaan etätyötä”, Kallio muistuttaa.

Paras palaute lopputuloksesta tulee tietysti tilan käyttäjiltä.

”Erään elisalaiselta kummunneen viestin mukaan tilat onnellistuttavat häntä joka päivä”, Kallio kuvailee paljon kertovaa palautetta.

Hankkeessa mukana olleet lukuisat tahot iloitsevat onnistuneesta projektista.

”Koko hanketta on leimannut kaikkien osapuolten jakama vahva halu tehdä yhdessä hyvää työtä. Esimerkiksi urakoitsijan ratkaisukeskeinen ote on motivoinut ja innostanut läpi koko matkan”, Kallio summaa tuntoja yli kaksivuotisen hankkeen päättyessä. ■

”Kokouskeskuksen neuvottelutilat palvelevat elisalaisia ja heidän yhteistyökumppaneitaan.

Ravintolamaailman linjastot on mitoitettu kasvaville käyttäjämäärille. Alakatto Rockfon Sonar M 2400X600. Kohteen akustiset alakatot toteutti Sisärakennustekniikka SRT Oy.

Viihtyisissä tiloissa lounas maistuu. Maxdesign Appia tuoleja eri väreissä, Sologrey Oy

Viihtyisä Kahvila Kivi on elisalaisten suosittu olohuone. Innogreen toteutti silkkikasveista huoltovapaan viherkaton.

packaging that cares

Faerch plast

Faerch Plast rasiat nyt Multipakista!

Salaateille, leiville, jälkiruoille, take-awaylle...

Myös uunin- ja mikronkestäviä rasioita

KYSY LISÄÄ!

PAKATAAN YHDESSÄ!

multipak oy FINLAND

02-2550111 • www.multipak.fi

AMBIENTE PISTI PÖYDÄN KOREAKSI

“HORECA-HUBI” KÄÄNSI KATSEET FRANKFURTIIN

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN
KUVAT: MESSE FRANKFURT GMBH

Frankfurtin Ambiente-messut (10.–14.2.2017) ovat maailman suurimmat kulutustavaramessut. Tänä vuonna HoReCa-alan toimijoita kiinnosti erityisesti laaja Dining-alue, joka on yksi Ambienten kolmesta pääteemasta.

DINING-OSASTON JOHTAJA Thoma Kastl kertoo, että tänä vuonna messuilla oli hienoista kasvua. ”Näytteilleasettajien määrä kasvoi 68 yrityksellä viime vuoteen verrattuna. Yhteensä paikalla oli 4 454 näytteilleasettajaa 96 eri maasta”, Kastl toteaa. Lähes puolet kokonaismäärästä oli Dining-puolen toimijoita. Vastaavasti vierailijamäärä messuilla oli yli 140 000 kävijää ja kasvua edellisvuoteen tuli noin 4 prosenttia.

Dining-osaston tuoteryhmät olivat Kitchen Trends, Kitchen, Houseware & Storage, Table Contemporary Design, Table Prestige,

Table Daily Life, Table Top Trade ja Sourcing. Kaiken kaikkiaan Ambiente-messut veivät tilaa 43 futiskentän verran – ja Dining nappasi neliöistä komeasti puolet.

Koko paketti tarjolla

HoReCa-alan ammattilaisille Ambiente on alkuvuoden varma rasti. Kastlin mukaan HoReCa on ollut yksi kovimpia taloudellisia draivereita Diningin menestyksen takana jo usean vuoden ajan – eikä siis ole mikään ihme, että Dining-osastosta on muodostunut todellinen ”HoReCa-hubi”, kuten Kastl asian ilmaisee.

Kastl katsoo, että HoReCa-alalla etsitään nyt niitä koukkuja ja täkyjä, joiden avulla satunnainen kävijä muutetaan kanta-asiakkaaksi. Asiakkaan huomiosta kilpailtaessa tarvitaan myös esimerkiksi visuaalisuutta ja kunnon show-meininkiä.

”Toisaalta tarvitaan tietenkin myös laadukkaita tuotteita, jotka kestävät päivittäistä kovaakin käyttöä.”

Ostajat etsivät kuumeisesti uusia, päät-kääntäviä tuotteita, joilla on mahdollisuus nousta puheenaiheiksi sekä HoReCa-alalla että asiakkaiden keskuudessa; some-aikakaudella hittejä voi nousta esiin mistä tahansa, kunhan noste vain on tarpeeksi vahvaa. Dining-osasto tunnetaan timanttisesta osaamisestaan: täältä löytyvät asiantuntijat, joilla on vahva näkemys esimerkiksi kustomoinnista ja kestävästä kehityksestä. Ambiente tarjoaa messukävijöille tuntuvaa lisäarvoa varmistamalla vahvan ja monipuolisen tuotekirjon vuosi toisensa jälkeen.

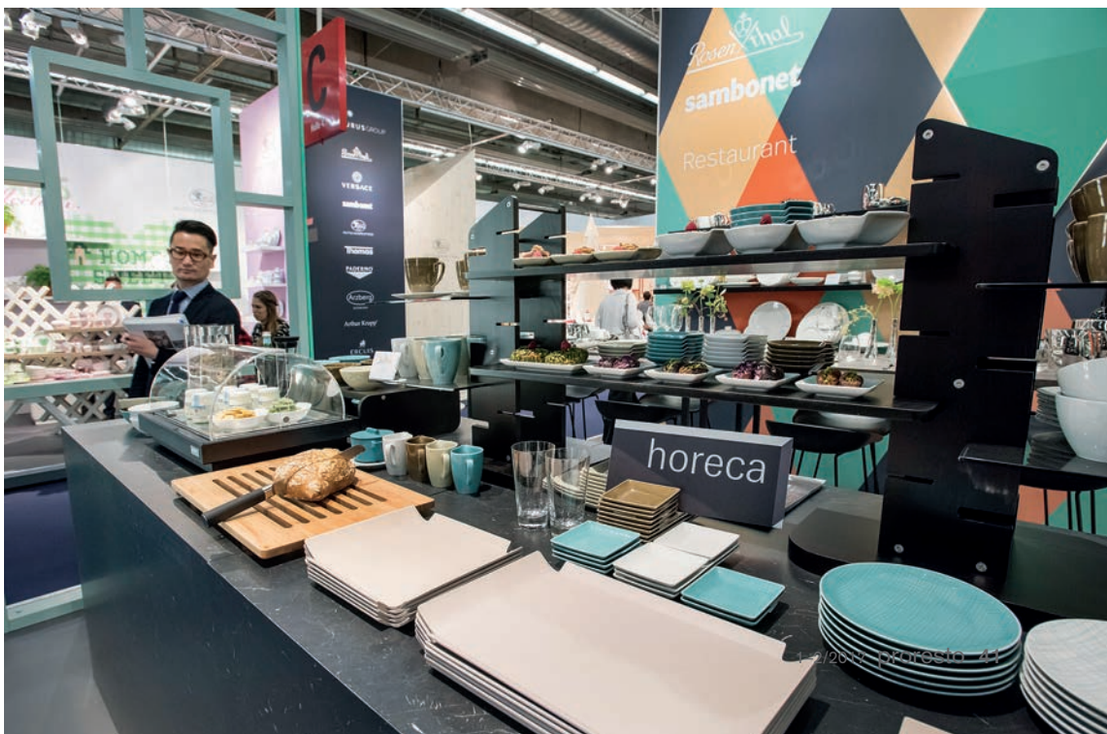
Elinvoimainen Dining

Ambienten Dining-osastolla oli taas kelpo kattaus tarjolla. Kastlin mukaan Dining oli tänä vuonna – jälleen kerran – elinvoimainen ja tärkeä segmentti. Tämä saattaa liittyä myös jollakin tavalla ajan henkeen – zeitgeist painottaa nyt ruoanlaittoa kotona, kivaa ravintolailtaa tai ylipäänsä elämänlaatuun panostamista. Ei siis ihme, että esimerkiksi tehosekoittimet ja muut pienet kodinkoneet herättävät kiinnostusta messuilla. Myös ruokapöydän tarpeisto aterimista lautasiin olivat erittäin hyvin edustettuna ja keräsivät katseet.

“Ihmiset syövät ulkona paljon ja näin saadaan ideoita siitä, miten vieraita voisi kestitä kotona. Tällöin keittiön varustetason tulee olla riittävä ja ruokapöydän mahdollisimman edustava”, hän linjaa.

Takaisin luontoon

Viime vuosien trendi, jossa luonnonmateriaaleja käytetään mahdollisimman luovasti mix-and-match-mentaliteetilla, oli vahvasti esillä Frankfurtissa.



”Valurauta, kupari, puu, korkki, keramiikka… artesaanin kädenjälki – tai sitä läheisesti muistuttava – on usein se asia, joka vangitsee katseen”, pohtii Kastl.

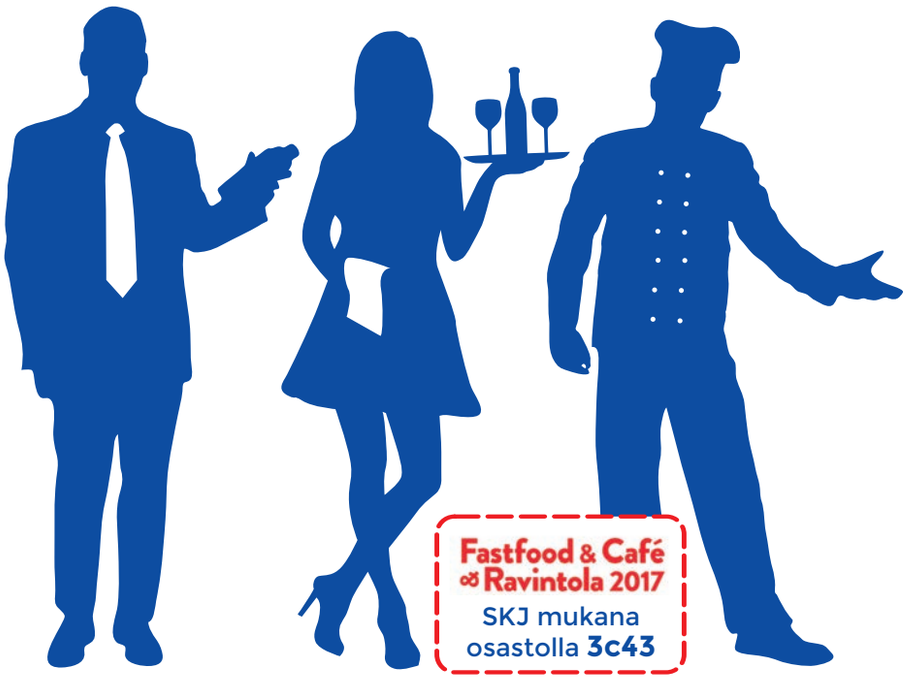
Aivan erityistä lisäväriä messuille toi Iso-Britannia, joka oli messujen partnerimaa tänä vuonna. Huippudesigner Janice Kirkpatrickin johdolla kukin Union Jackin alainen maa – Englanti, Wales, Skotlanti ja Pohjois-Irlanti – pääsi näyttämään kyntensä designin saralla.

”Kirkpatrick oli luonut kokonaisuuden, jonka myötä pääsimme näkemään ikonisia tuotteita kaikista neljästä maasta”, Kastl hehkuttaa.

Suuren tuntemattoman äärellä

Kastl on Ambienten veteraaneja: tänä vuonna tulee täyteen jo 17 vuotta messuympyröissä. Konkarin mukaan koko 2000-luku on mennyt hauskoissa merkeissä, mutta haasteitakin silti piisaa vuodesta toiseen:

”Mikään ei koskaan pysy samana, vaan kaikki on jatkuvassa muutoksen tilassa. Tämä kehitys ei ole pelkästään jännittävää, vaan myös äärimmäisen inspiroivaa”, toteaa Kastl ja lisää, että työ palkitsee tekijänsä joka päivä. ■



Citykassa®

SKJ®
BUSINESS

Citykassa on tuotteistettu valmisratkaisu ravintolan kassajärjestelmäksi. Citykassa on paljon enemmän kuin asiakaspalvelun kassa. Se on ravintolan myynninohjaus, joka mahdollistaa laadukkaamman asiakaspalvelun ja liiketoiminnan hallinnan. Kaiken tyyppisissä ravintoloissa.

Katso esittelyvideo: skj.fi/ravintola

Citykassa
Ravintolan kassajärjestelmä, joka laajenee yritystoimintasi mukana.

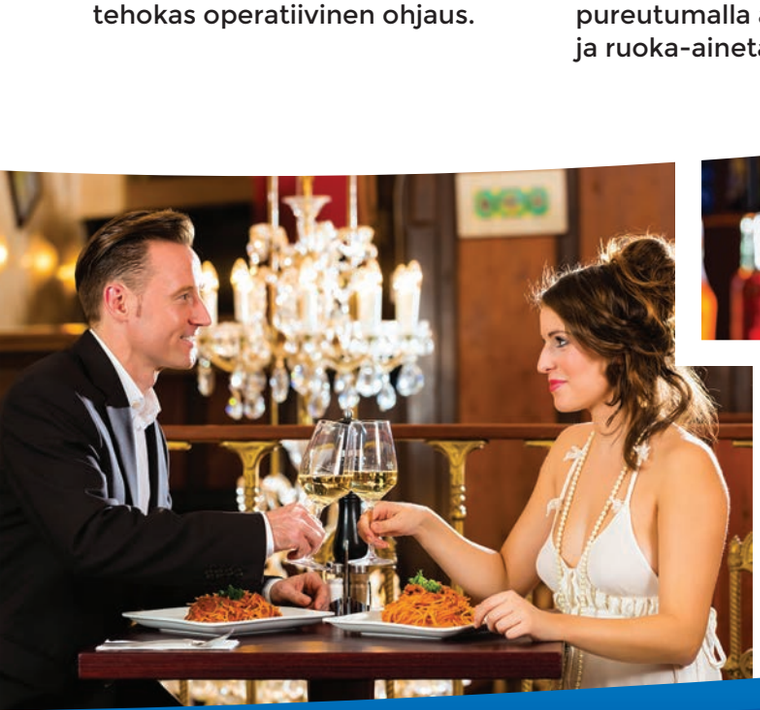
Citykassa Tablet
Tarjoilijan mobiilikassa, joka nopeuttaa ja selkeyttää asiakaspalvelua.

ToimittajaHub
Sähköinen kuormakirja automatisoi varastokirjaukset ja -seurannan.

SKJ Business
Ravintolan ja Ravintolaketjun tehokas operatiivinen ohjaus.

Sähköinen Menu
Tuotteiden kuvaus asiakkaille, pureutumalla aina ravintosisältöön ja ruoka-ainetasolle saakka.

Mobiili-inventointi
Reaaliaikainen ja nopea inventointi Piccolink-päätteellä tai älypuhelimella.



ravintolassa jo vuodesta 1991 lähtien

SKJ®
SUOMEN KASSAJÄRJESTELMÄT OY

050 44 55 393
myynti@skj.fi
www.skj.fi

UUSI TEKNOLOGIA PARANTAA AMMATTIKEITTIÖN TOIMIVUUTTA

TEKSTI: MERJA KIHL JA ARI MONONEN

KUVAT: LAHDEN ATERIA

Etelä-Lahden aluekeittiö aloitti toimintansa Launeen kaupunginosassa Lahdessa tammikuun 2017 lopulla. Uusi ammattikeittiö, joka pystyy tuottamaan yli 10 000 ateriaa päivässä, korvaa useita erillisiä valmistuskeittiöitä. Innovatiivisella keittiöteknologialla pyritään edistämään ruoanvalmistuksen ekologisuutta, terveellisyyttä, turvallisuutta ja taloudellisuutta.

LAHDEN UUDEN ammattikeittiön rakennustyöt Apilakatu 5:ssä valmistuivat runsaassa vuodessa. Työt aloitettiin syksyllä 2015.

”Päätös tällaisen suurkeittiön rakentamisesta tehtiin jo vuonna 2013”, kertoo kaupungin ruokapalveluyhtiön Lahden Aterian toimitusjohtaja Tuulia Pelli.

”Keittiössä on paljon sellaista teknologiaa, jota ei ole aiemmin käytetty Lahden Aterian keittiöissä. Se helpottaa *cook'n'chill* -ruokien jäähdyttämistä valmistuksen jälkeen, samoin kuin aterioiden kylmäkokoamista.”

Lahden uuden ammattikeittiön rakennutti Spatium Toimitilat Oy. Ammattikeittiöiden suunnittelutoimisto Design Lime Oy vastasi keittiösuunnittelusta.

Kun Lahden kaupunki keskittää keittiötoimintojaan, vanhoja koulukeittiöitä voidaan sulkea – mutta se olisi jouduttu lähiaikoina tekemään muutenkin.

”Esimerkiksi Liipolan ja Jalkarannan koulujen yhteydessä toimineet valmistuskeittiöt oli pakko korvata, koska koulut olivat saaneet purkutuomion”, Pelli perustelee.

Keskittäminen tehostaa prosesseja ja logistiikkaa

Ruokaa voidaan Pellin mukaan valmistaa entistä joustavammin uusien valmistusprosessien myötä.

”Nyt ruokia tuotetaan ilman tiukkoja aikatauluja kouluihin ja päiväkoteihin. Valmistusaikatauluja ei tarvitse laatia yhtä tiukoiksi kuin ennen, kun ruoka toimitettiin kuumana.”

”Nykyaikainen jäähdytysteknologia parantaa nopeutta ja tehokkuutta. Samalla tilaratkaisut ja tekniikka takaavat aterioiden korkean hygieniatason”, toteaa Pelli.

”Erityisruokavaliot tehdään nyt vakioiduilla resepteillä. Se helpottaa sekä valmistusta että kustannuslaskentaa.”

”Kuljetukset ja henkilöstön työt voidaan myös järjestellä aiempaa vapaammin.”

Ruokatoimitusten logistiikkaa seurataan, koska sen on toimittava koko ajan joustavasti. Aterioita kuljetetaan pisimmillään Nastolan alueelle, noin 30 kilometrin etäisyydelle.

”Tarvittaessa voimme valmistaa nykyjärjestelyillä jopa 11 000 ateriaa päivässä. Jos tarve siitäkin lisääntyy, ruokaa voidaan tehdä kahdessa vuorossa, mutta silloin kuljetusjärjestelyjä on uusittava. Raaka-aineiden varastoinnissa pyritään mahdollisimman nopeaan kiertoon.”

”Kunnilla on paljon säästöpaineita. Prosesseja tehostamalla voidaan säästää muissa asioissa kuin tuotteiden laadussa”, Pelli tähdentää.

Koska tuotantokeittiön tilat on keskitetty yhteen rakennukseen, kaupunki saa säästöä tilavuokrissa ja energiakustannuksissa.

Uudenlaisia ratkaisuja kiinteistötekniikkaan

Uusi keittiö toimii entisellä henkilöstöllä, joka jatkokoulutettiin käyttämään nykyajan prosesseja ja laitteita. Keittiöiden vähentämisen jälkeen henkilöstön kokonaismäärä on kuitenkin pienempi kuin ennen.

”Etelä-Lahden aluekeittiössä on nyt seitsemän kokkia. Kun tuotanto pääsee vauhtiin, niin nähdään, onko kokkeja tarpeeksi.”

”Nykyaikainen jäähdytysteknologia parantaa nopeutta ja tehokkuutta.

Uuden aluekeittiön kiinteistötekniikassa on kiinnitetty paljon huomiota ilmanvaihtoon.

”Ympäristöystävällisyyttä parantaa ilmanvaihtoon kytketty lämmöntalteenottojärjestelmä”, Pelli mainitsee.

Rakennuksen katolle on asennettu sähköä tuottavat aurinkopaneelit. Jos sähköä syntyy yli oman tarpeen, sitä voidaan myydä ulkopuolisillekin käyttäjille.

”Keittiön ilmanlaatua seurataan antureilla. Jos ilman CO_2-pitoisuus nousee, ilmanvaihtoa tehostetaan automaattisesti. Näin varmistetaan hyvät työolosuhteet.”

Kiinteistöautomaatio antaa myös automaattisesti hälytyksen, jos kylmälaitteiden lämpötiloissa ilmenee ongelmia. Lämpötiloja voidaan seurata myös etävalvontajärjestelmällä.

”Käsin tehtävää työtä on pyritty mahdollisuuksien mukaan minimoimaan”, sanoo Pelli.

Erikoista automaatiotekniikkaa edustaa myös aluekeittiön itsepesevä ilmastointikatto.

Automaattinen pesujärjestelmä puhdistaa kerran viikossa keittiön ilmastointikattokennot, joihin kerääntyy likaa ja pölyä. Kennoja ei siis tarvitse irrottaa katosta käsin puhdistettaviksi, joten puhtaanapito helpottuu.

Menetelmä on melko uusi, mutta Lahdessa sitä sovelletaan jo aluekeittiön lisäksi myös Koulutuskeskus Salpauksen Kulinaaritalossa sekä Päijät-Hämeen keskussairaalan keittiöissä.

Toiminta laajenee – virheet vähenevät

Keittiöpäällikkö Outi Saikkonen korostaa, että Etelä-Lahden aluekeittiön käyttöönoton myötä kunnallisten aterioiden tuotantotapa Lahdessa muuttuu oleellisesti.

”Muut tuotantokeittiöt toimittavat ruokaa kuumana. Uusi keittiö tuottaa ruokaa, joka toimitetaan kouluihin ja päiväkoteihin kylmänä. Palvelukeittiöt kuumentavat tai kypsentävät ruoan tarjoilukuntoon”, hän sanoo.

”Keittiön toiminta laajenee asteittain. Huhtikuussa 2017 aterioita toimitetaan jo 17 palvelukeittiöön. Elokuuhun mennessä toimituskohteita on peräti noin 30.”

Uuteen ammattikeittiöön on asennettu paljon uudenlaista tekniikkaa. Ruokien jäähdytyksessä käytetään isoa jäävesipankkia, joka voi jäähdyttää kaikkia patoja. Kylmäkalusteisiin kuuluu myös läpivientiperiaatteella toimivia pikajäähdytyskaappeja eli chillereitä.

Padat ovat pääosin 50–300 litran vetoisia sekoittavia patoja. Uunit ovat monitoimiuuneja.

Tuoteturvallisuuden varmistamiseksi kylmävalmistustila on rakennettu erilliseksi suljetuksi tilaksi. Sen lämpötila pidetään +12 °C:ssa.

”Kun kylmät ateriat on koottu valmiiksi Gn-astioihin, ne kannetetaan ja viedään lähettämöön. Siellä kylmäkuljetusvaunut pakataan +3 °C:n lämpötilassa. Ruokia vastaanottavassa palvelukeittiössä on +3 °C:n kaappi, jotta kylmäketju säilyy”, Saikkonen selostaa.

”Nyt kaikki valmistusprosessit ehditään suunnitella paremmin kuin ennen, joten virheiden mahdollisuus vähenee.” ■

Millac Gold
nyt entistä kermaisempi!

www.uniquefoodnordic.com

Maahantuoja:

Espresso Services Europe Oy
Tiilipojanlenkki 4, 01720 Vantaa
0200-1-4559
info@espressoservices.fi

cimbali.com
www.espressoservices.fi

Herkulliset kala- ja kasvisuutuudet Lagerblad Foodsilta!

Uutuus

4067 FALAFELPYÖRYKKÄ 16 G
Kypsä. Pakaste.
375 x 16 g = 6 kg
GLUTEENITON. LAKTOOSITON. MAIDOTON. VEGAANINEN. EI SISÄLLÄ KANANMUNAA.

6 405263 040673

Uutuus

4071 VEGEKOFTA 40 G
Kypsä, pakaste.
n. 150 x 40 g = 6,0 kg
MAIDOTON. LAKTOOSITON. EI SISÄLLÄ KANANMUNAA.

6 405263 040710

Uutuus

8225 PAISTETTU SILAKKA
Kypsä, pakaste.
n. 3,5 kg
LAKTOOSITON.

6 405263 082253

RUOKAA OMASTA MAASTA

Tule maistamaan uusia vege– ja kalatuotteitamme 8.–9. maaliskuuta Fastfood & Café & Ravintola 2017 –messuille — löydät meidät osastolta 3b22!

LAGERBLAD FOODS

lagerbladfoods.fi

LAUREA
SINUN KORKEA-KOULUSI
& mahdollisuutesi
oman osaamisen kehittämiseen.

Matkailu- ja palveluliiketoiminta
restonomi (AMK), päiväopintoina

Hakuaika:
15.3.-5.4.2017
Lisätietoja koulutuksista:
www.laurea.fi

Palvelumuotoilu
restonomi (YAMK), monimuoto-opintoina

LAUREA AMMATTIKORKEAKOULU | Yhdessä enemmän |

Fastfood & Cafe
OSASTO 3f36

Paikallisesti tuotettua
kuplilla tai ilman

THOREAU
STILL & SPARKLING WATER

TEGERA®

TEGERA® 84301
200 kpl/rasia
Kertakäyttökäsine, nitriili
Paksuus 0,06 mm /
pituus 240 mm

TEGERA® 849
Kertakäyttökäsine, nitriili
Paksuus 0,19 mm /
pituus, 290 mm

TEGERA® 848
Kertakäyttökäsine, nitriili
Paksuus 0,12 mm /
pituus 290 mm

TEGERA® 795
Viileisiin olosuhteisiin

TEGERA® 992
Viiltosuojakäsine

TEGERA® 184
Kestävä nitriilikäsine
Nukaton

TEGERA® 12910
Kemikaalisuojakäsine,
pcv/vinyyli Pituus 700 mm

STYL

Olemme mukana Fastfood & Café & Ravintola – tapahtumassa
8.-9. maaliskuuta. Messukeskus, Helsingissä. Tervetuloa osastollemme **1b15**.

ejendals.com/tegera

VAIN YHDEN HOTELLIN TÄHDEN

NORJALAISEN LIIKEMIEHEN PITKÄ PINNA TOI JÄTKÄSAARELLE OMAN MAAMERKIN

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: KUVATOIMISTO KUVIO OY

Helsingin hotelliskenen uusi tulokas Clarion Hotel Helsinki kirvoittaa ohikulkijan huulilta sen vau!:n jota vastaavilta kohteilta yleensä odotetaan. Mutta ennen kuin hotelli marraskuussa 2016 avasi ovensa, takana oli yhdeksän vuoden odysseia.

19 HOTELLIA Ruotsiin ja Norjaan rakentanut norjalaissijoittaja Arthur Buchardt iski silmänsä Helsinkiin jo 2007, mutta ensimmäinen yritys – sveitsiläisvoimin kehitetty rynnäkkö Katajanokalle – oli epäonnistunut.

Buchardt oli ihmeissään, mutta ei lannistunut. Hän oli sentään rakentanut ensimmäisen hotellinsa Lillehammeriin jo 1990-luvun alussa ja tiesi, että hyvää kannattaa odottaa. Helsingin kaupungin vinkki oli kokeilla maihinnousua vähän lännempää, Jätkäsaaresta.

Sitten helsinkiläisen arkkitehti Aki Davidssonin puhelin soi. Toisessa päässä oli Buchardt, jolla oli aikaa kolme tuntia ennen lentoa takaisin Osloon – ja halua keskustella hotelliprojektista. Miehet tapasivat ja yhteinen sävel löytyi yllättävänkin helposti.

33 vai 16 kerrosta?

Davidsson-Tarkela Oy sommitteli Jätkäsaareen upean, 33-kerroksisen tornihotellin, jolle tuli mittaa 113 metriä. Hanke kuitenkin kaatui kaupunginvaltuuston äänestyksessä, tiukimmalla mahdollisella erolla (43–42). Kyseessä oli pysäyttävä hetki, koska vähään aikaan ei tiedetty, mitä tapahtuu seuraavaksi – vetääkö norjalaismiljonääri pelimerkkinsä turhautuneena pois vai jatkuuko vääntö?

Umpikujan mursi olemassa oleva asemakaava, joka mahdollisti 16-kerroksisen rakennuksen pystyttämisen tontille. Mutta ”puolet pois” -ohjeistus sisälsi omat haasteensa: 33-kerroksiseen torniin oli ladattu kosolti konferenssitilaa, joka ei enää mahtuisi mukaan matalammassa versiossa. Ratkaisu löytyi yhteistyössä Helsingin kaupungin kanssa: Buchardtille tarjottiin vanhaa makasiinirakennusta käyttöön, ja arkkitehdit ryhtyivät oitis selvittämään asiaa.

Makasiinista ankkuri

Pian huomattiin, että makasiinista saataisiin kokonaisuudesta puuttuva kongressiosa. Lars Sonckin suunnittelema makasiini oli suojeltu rakennus, jolle oli vaikea löytää järkevää käyttöä – mutta Davidsson-Tarkelan suunnitelma sopi kuin hansikas käteen. Pieneksikään kongressiosaa ei voi väittää, sillä uuteen tapahtumakeskus Makasiiniin mahtuu tuhat vierasta.

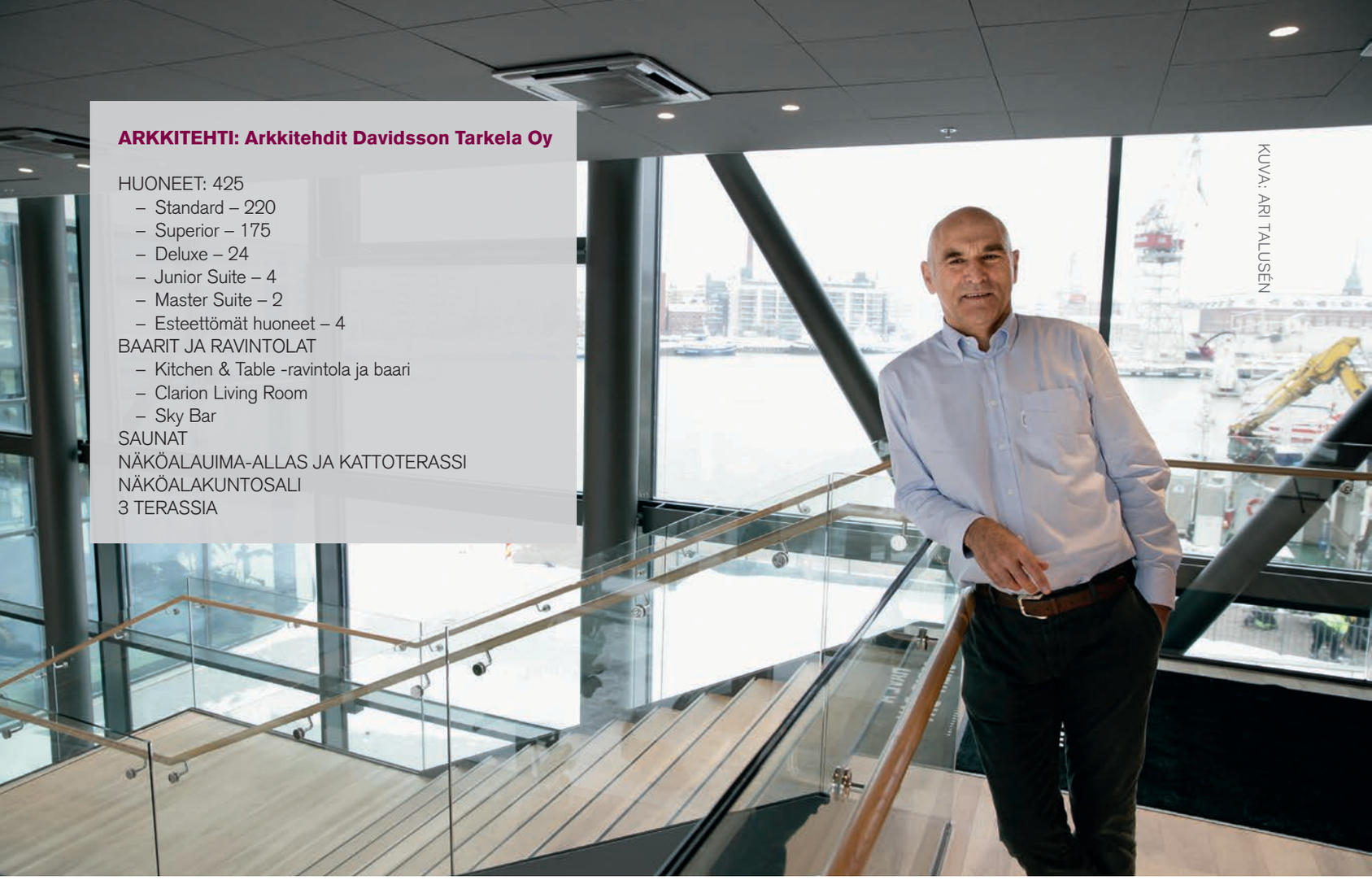
Kun makasiini otettiin mukaan kokonaisuuteen, hahmottui myös kahden tornin konsepti, joka kantoi maaliin asti. Rakennusmassa jaettiin kahdeksi torniksi, joilla oli nostattavaa fiilistä: torneihin haluttiin vetreää vertikaalisuutta.

ARKKITEHTI: Arkkitehdit Davidsson Tarkela Oy

HUONEET: 425
- Standard – 220
- Superior – 175
- Deluxe – 24
- Junior Suite – 4
- Master Suite – 2
- Esteettömät huoneet – 4

BAARIT JA RAVINTOLAT
- Kitchen & Table -ravintola ja baari
- Clarion Living Room
- Sky Bar

SAUNAT
NÄKÖALAUIMA-ALLAS JA KATTOTERASSI
NÄKÖALAKUNTOSALI
3 TERASSIA



KUVA: ARI TALUSÉN

Norjalaissijoittaja Arthur Buchardt sanoo että hotelliin, jossa on aitoa paloa ja tunnetta, ihmiset palaavat uudestaan ja uudestaan.

Hotellivieraan ei liioin tarvitse varata sviittiä ylimmästä kerroksesta tuota ”nostetta” löytääkseen. Koska huoneissa on korkeat, lattiasta kattoon ulottuvat ikkunat, jo toisessa kerroksessa tulee tunne, että ollaan ikään kuin meren yläpuolella.

Meri tuntuu olevan läsnä hotellissa lähes kaikkialla – ja niin myös suomalaisuus. Jo aulassa on rivissä koivuja ja lattiat vaaleaa puuta. Seinillä on maalauksia valtakunnan ikoneista Juha Miedosta Tom of Finlandiin.

”Meri tuntuu olevan läsnä hotellissa lähes kaikkialla.

Helpottunut mies

Arthur Buchardt on ikionnellinen siitä, että haave helsinkiläisestä hotellista on viimein toteutunut. Mies on itse käynyt pääkaupungissa omien sanojensa mukaan 140 kertaa 30 vuoden aikana ja hän on suomalaisen designin ja arkkitehtuurin vankkumaton ystävä.

”Sain 50 vuotta sitten lahjaksi Aallon tuolin ja siitä se lähti”, hän muistelee. Aallon kädenjäljen yksinkertaisuus miellyttää: siinä on Buchardtin mukaan jotain hyvin suomalaista, se on rehellistä ja luonnollista designia.

Ei siis ole suurikaan yllätys, että se oli juuri Artekin toimitusjohtaja Mirkku Kullberg, joka sai Buchardtin innostumaan designhotellin perustamisesta Helsinkiin. Kokonaan ”Aalto-hotelliksi” Clarion ei heittäydy, mutta esimerkiksi maestron suunnittelema Artekin klassikkotuoli 611 hotellista löytyy, ja vieläpä eri väreissä. Huippudesignia edustavat myös yli 200 Vitran valmistamaa Eames Lounge Chair -tuolia.

Buchardt myöntää olevansa melko lailla ”hands-on” hotelliensa sisustuksen suhteen:

”Haluan ajatonta, kaunista ja sopivan diskreettiä sisustusta”, toteaa Buchardt, joka ei erityisesti usko mihinkään designrevittelyyn.

Hotelleja kuin Monopolissa

Lähes 10 vuotta pitkästä prosessista puhuessaan Buchardt ei vaikuta olevansa tippaakaan pahoillaan – kohdatut vaikeudet vain kasvattivat sisua. Hän myöntää, että muut hotellit ovat syntyneet vähemmällä vaivalla, mutta ymmärtää hyvin, että virkamiehen ehdotus voi törmätä poliittiseen miinaan.

Mutta miten huippuhotelleja sitten tehdään? Onko norjalaisella jokin salainen resepti, jota hän seuraa? Buchardt kiistää olevansa kiinnostunut trendeistä – hän peräänkuuluttaa ajatonta kvaliteettia kaikissa hotelleissaan. Mies kopauttaa aulan marmoripöytää:

”Marmoripöytä kestää sata vuotta. Maksaa ehkä vähän ekstraa, mutta kestää.”

Persoona peliin

Buchardt ei myöskään pelkää lyödä omaa, persoonallista puumerkkiään projekteihinsa: esimerkiksi Juha Miedon kuva on seinällä miehen nimenomaisesta vaatimuksesta.

”Muistan aina Juha Miedon, hänessä on jotain samaa kuin meissä norjalaisissa”, Buchardt toteaa ja lisää, että jos hotellin omistajat ja suunnittelijat suhtautuvat asiaansa intohimoisesti, se ei voi olla välittymättä asiakkaille.

Ja sellaiseen hotelliin – jossa on aitoa paloa ja tunnetta takana – ihmiset haluavat tulla uudestaan ja uudestaan. ■

Kokinasut ammattilaisille

CLEMENT DESIGN

Asuja ammattilaisille

Pajunen

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

Halton MobiChef

Ravintolatoimintaa ilman rajoituksia!

Ravintoloiden ilmanvaihdon rakentaminen on aina haaste. Halton MobiChef tarjoaa vaihtoehdon raskaille ilmanvaihtoremonteille mahdollistaen ammattimaisen ruuanvalmistamisen tiloissa, joihin ei voida, tai haluta, rakentaa rasvakanavaa.

Halton MobiChef on kanavaton ruoanvalmistusasema, joka integroidun puhaltimensa ja tehokkaiden suodattimiensa ansiosta pitää tilan käryttömänä ja savuttomana.

Tuo ruuanlaitto yleisön keskelle ja luo asiakkaillesi elämys Halton MobiChefin avulla!

Lisätietoja tuotteesta löytyy verkkosivuiltamme tai ota rohkeasti yhteyttä:
Aku Laamanen, aku.laamanen@halton.com, +358 44 970 5364.

www.halton.com/foodservice
Enabling Wellbeing

Halton

TILAA PRORESTO KESTOTILAUKSENA HINTAAN 29 € / VUOSI

Hinta sisältää alv 10 %. Lehti ilmestyy 2 kertaa vuodessa.
Tarkemmat tilaustiedot: www.proresto.fi/vuositilaus.html

PRORESTO on korkeatasoinen HoReCa-alan ammattilaisille suunnattu julkaisu. Lehti lyö rumpua laadukkaiden raaka-aineiden puolesta ja esittelee valmistajien ja tuotantoketjujen takaa osaajia ja tarinoita.

HoReCa-alan pelikentällä on paljon nuorekasta asennetta ja raikkaita näkemyksiä. Lehden missiona on tuoda ne esiin ja katsoa tulevaisuuteen perinteitä kunnioittaen.

www.proresto.fi

PRORESTO

Tilaajapalvelu
Arkisin klo 8–16 puh. 03 4246 5309 tai
sähköpostilla tilaajapalvelu@jaicom.com

MUNKKIMIEHET

Olemme
Fastfood & Café & Ravintola
2017 messuilla
osastolla 3C17
TERVETULOA!

MAISTUVAT KYPSÄT PAKASTETUOTTEEMME

Tuorejuustokierre 48x100g, L
EAN 6416553004404
Herkullinen makea Amerikan unelmapulla

Munkkirinkilä 40x100g, L
EAN 6416553002097
Pakkasesta mikron kautta vitriiniin!

Lihapiirakka 30x200g, L
EAN 6416553001663
Lihapiirakka lihalla!

Uutuus

Suomimunkki 64x70g
Mustikkahillolla, kypsä pakaste
Munkki laktoositon, suklaanappi sisältää laktoosia
EAN 6416553001717

Munkkimiehet Oy
+358 10 439 9060
www.munkkimiehet.fi

Horeca-myynti

Harri Gröhn	+358 400 624 971	harri.grohn@munkkimiehet.fi
Kirsi Öman	+358 40 530 8158	kirsi.oman@munkkimiehet.fi
Satu Lietsamo	+358 400 848 366	satu.lietsamo@munkkimiehet.fi

NORDQVIST 1979

KEISARIN MORSIAN

COLD BREW ICE TEA

AIDOSTA KEISARIN MORSIAMESTA
HAUDUTETTUA JÄÄTEETÄ

Salaisella reseptillä ja perinteitä kunnioittaen Keisarin Morsian valmistetaan Nordqvistin tehtaalla Vantaalla, Suomessa. Täällä tee maustetaan, pakataan ja toimitetaan Laitilan Wirvoitusjuomatehtaalle, missä teetä haudutetaan vuorokauden ajan ainutlaatuisella kylmähaudutustekniikalla, jonka jälkeen valmis tee pullotetaan Laitilan tinkimättömällä ammattitaidolla.

Ainekset: Vesi, kylmähaudutettu tee (musta tee, kuivattu ananas, aromit), sokeri, hiilidioksidi, happamuudensäätöaine (sitruunahappo), säilöntäaine (kaliumsorbaatti).

TeAqua by: NORDQVIST

NORDQVIST

Suomen Elintarviketuonti Oy Nordqvist. Tiilitie 6 B 1, 01720 Vantaa. Puh 0207 871 710, info@nordqvist.fi

JOUSTAVUUTTA JÄHMEISIIN JÄRJESTELMIIN

DIGITAALISUUS JA UUDENLAINEN ASIAKASLÄHTÖISYYS TUOVAT MONIPUOLISUUTTA HOTELLIEN VARAUSJÄRJESTELMIIN

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

Digitaalisuus on tätä päivää myös hotellibisneksessä – mistä yhtenä esimerkkinä erilaiset varausjärjestelmät. Parhaimmillaan hotellin varausjärjestelmä on tehokkaasti skaalautuva, eli järjestelmää voidaan laajentaa hotellin toimintojen mukaisesti. Hotellin ei tällöin myöskään tarvitse ottaa käyttöön sellaisia toimintoja, joita ei välttämättä tarvitse.

HYVÄ ESIMERKKI skaalautuvuuden tärkeydestä on kokoustilatoiminnot, joihin voi liittyä esimerkiksi tarjoiluja ja muita lisäpalveluja pelkän tilanvuokrauksen lisäksi. Hotellin varausjärjestelmän tulee olla myös yhdistettävissä ulkopuolisiin järjestelmiin kuten esimerkiksi nettisivuilla oleviin varausmoottoreihin, hinnoitteluohjelmistoihin, kirjanpidon järjestelmiin…

Hoist Group on yksi hotellijärjestelmien pioneereista: ensimmäisen hotellijärjestelmän kehitystyö aloitettiin jo liki 30 vuotta sitten. ”Nykyinen HotSoft 8 -järjestelmä on lanseerattu vuonna 2012 ja tämän jälkeen on järjestelmää aktiivisesti kehitetty eteenpäin toimintoja laajentaen ja monipuolistaen”, kertoo Antti Käppi Hoist Groupin myynnistä.

”Uusia päivityksiä julkaisemme neljä kertaa vuodessa ja näissä tuodaan käyttöön uusia toiminnallisuuksia.” HotSoft 8 koostuu täysin integroiduista moduuleista ja tarjoaa ominaisuuksia, jotka tukevat kaikenlaisia yrityksiä retkeilymajoista hotelliketjuihin. Järjestelmä sopii hyvin myös vain kokouksia tarjoaville yrityksille.

Jatkuvaa kehitystyötä

Antti Käpin mukaan varausjärjestelmää tulee jatkuvasti kehittää, koska maailmakaan ei pysy paikoillaan: tämän päivän ”kuuma uutuus” on pian eilisen uutisia.

”Etenkin hinnoittelu- ja varauskanavamahdollisuudet ovat monipuolistuneet viime vuosina ja tulossa on yhä enemmän mobiileja ratkaisuja, jotka tuovat lisäarvoa niin asiakkaalle kuin yritykselleKin.”

Kaukana ovat ne päivät jolloin hotellin pääasiallisina varauskanavina toimivat lankapuhelin ja telefax-laite. ”Nykyisin on tärkeää, että varaukset pystytään ottamaan vastaan niistä kanavista, missä asiakkaatkin liikkuvat”, Käppi huomauttaa.

”Älypuhelin on muuttanut maailmaa, sosiaalinen media on myös hyvin tärkeä viestintäväline ja tulevaisuuden mahdollisuudet siellä ovat edelleen suuret.”

Platform-bisnestä

Käppi näkee, että hyvän varausjärjestelmän täytyy mahdollistaa hotelliyritykselle hyvä toiminta-alusta yrityksen operaatioille. ”Parhaimmillaan mm. asiakasrekisteri, markkinointi ja varaukset voidaan toteuttaa yhdellä järjestelmällä”, hän toteaa.

”Tämä tuo selkeyttä toimintoihin ja mahdollistaa hyvän raportoinnin eteenpäin, jolloin toiminnanohjaus on helppoa.”

Hoist Groupilla on tarjota myös HotSoft Online -varausmoottori, jonka avulla voi hallita kaikkia toimintoja kuten hinnoittelua, lisämyyntituotteita ja rajoituksia HotSoft 8:ssa. Tiedot päivittyvät automaattisesti varausjärjestelmästä yrityksen verkkosivuille.

HotSoft Onlinea käyttämällä hotellivieraalla on pääsy ‘My page’ -sivulle, jossa hän voi hallinnoida varauksiaan. HotSoft Online skaalautuu moniin eri laitteisiin kuten älypuhelimiin, tabletteihin tai tietokoneisiin.

Pilvipalveluna, kiitos!

Toimialalla trendinä on, että tilojenvarausjärjestelmä toimitetaan yhä useammin pilvipalveluna ja paikallisia asennuksia tehdään vähemmän. ”Pilvipalvelun myötä asiakkaan ei tarvitse investoida kalliisiin palvelinratkaisuihin – eikä myöskään murehtia päivityksistä ja varmuuskopioinneista”, huomauttaa Käppi.

”Yksinkertaisesti työasema ja internet-yhteys riittää palvelun käyttämiseen ja ylläpidosta vastaa järjestelmätoimittaja. Tämä vapauttaa esimerkiksi hotellin resurssit käytettäväksi varsinaisen loppuasiakkaan palvelukokonaisuuteen.” Kun asiakas käyttää HotSoft 8:a pilvipalveluna, tämä voi hyödyntää koko hotellille tarkoitettua tilojenvarausjärjestelmää ilman raskaita investointeja laitteisiin ja ohjelmistoihin.

Pilvipalvelun yleistymisen lisäksi muutoksen tuulet puhaltavat laajemminkin: järjestelmät integroituvat yhä monipuolisemmin muiden ohjelmistojen kanssa ja varaukset voidaan tehdä yhä useampia kanavia hyödyntäen.

”Muunneltavuus kasvaa ja palveluntarjoajan tulee pystyä vastaamaan nopeasti muuttuviin trendeihin”, summaa Käppi.

Ketterästi haasteiden kimppuun

Käppi toteaa varausjärjestelmän kehitystyön olevan monisyinen prosessi, johon vaikuttaa monta asiaa. ”Hoist Group on kuitenkin omavarainen kehitystyön suhteen ja riittävän ketterä, että tarvittavia – esimerkiksi asiakaspalautteeseen perustuvia – uusia toiminnallisuuksia saadaan tarvittaessa nopeastikin ulos. Pilvipalvelun myötä kehityskaari on nopeutunut huomattavasti”, toteaa Käppi.

”Varausjärjestelmää tulee jatkuvasti kehittää, koska maailmakaan ei pysy paikoillaan.

KUVA: HOIST GROUP

Antti Käppi Hoist Groupista sanoo, että älypuhelin on muuttanut maailmaa, sosiaalinen media on myös hyvin tärkeä viestintäväline ja tulevaisuuden mahdollisuudet siellä ovat edelleen suuret.

Hoist Group on halunnut tehostaa myyntiä ja markkinointia lisäämällä HotSoftiin monipuolisen CRM-toiminnon. CRM-työkalun avulla voi suunnitella ja toteuttaa yksilöityjä vierailuja entistä kätevämmin.

Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että myyntipuolella voidaan ylläpitää selkeää ja ajan tasalla olevaa asiakasrekisteriä; kaikki asiakasviestintä (kokoukset, sähköpostit, tarjoukset jne.) kirjataan suoraan hotellijärjestelmään, joka tunnistaa niin trendit kuin kanta-asiakkaatkin.

Markkinoinnissa taas voidaan hyödyntää erilaisia ajastettuja viestintämahdollisuuksia ennen ja jälkeen vierailujen. Asiakaskontaktointi on oikea-aikaista ja kohdennettua; uutiskirjeet sekä muu viestintä yksilöidään asiakasprofiilien mukaan. Sopivasti ”asiakkaan iholle” tuleva viestintä ja parempi palvelu myös kasvattavat kanta-asiakkuuksien määrää.

Älä säästä väärässä paikassa

Toimialaa kokonaisuutena tarkastellen Käppi arvioi, että majoitusala on hyvin suhdanneherkkä ja tällöin vaikeampina aikoina investoinnit ovat luonnollisesti tiukemmassa. Asian kääntöpuoli on sitten jo positiivisempi:

”Oikeanlaiseen, hyvin toimivaan järjestelmään investoimalla saadaan aikaan merkittäviä säästöjä hotellin toiminnassa, kun resurssit voidaan kohdistaa entistä tehokkaammin.” ■

KUVA: SHUTTERSTOCK

TÄYDELLISEN SOITTOLISTAN METSÄSTÄJÄT

RAVINTOLOIDEN MUSIIKKI ON HAASTAVA COCKTAIL TIEDETTÄ, TAIDETTA JA SILKKAA MAGIAA

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: SEBASTIAN BERNER

Musiikki on ylittämätön tunnelmanluoja ravintoloissa – mutta ihan jukebox-meiningillä ei ole enää pärjännyt aikoihin. Digitaalisuus mahdollistaa sen, että asiakkaan kuuloaistia hivellään nyt pari piirua fiksummin.

”Vaatii ammattitaitoa laatia ravintolan brändin mukainen musiikkiprofiili.

TUTKIMUSTEN MUKAAN mieluisat sävelet saavat asiakkaan juhla- ja ostotuulelle.

Kansanväliset tutkimustulokset kertovat esimerkiksi että kauppakeskuksessa taustamusiikki vaikuttaa mm. asiakkaiden mielihyvään ja innostukseen – mitkä taas vaikuttavat ostohalukkuuteen. Myös impulssien yhteensopivuus on tärkeää: kun jouluista musiikkia käytetään jouluisen hajusteen kanssa, asiakkaiden arviot myymälästä ovat suotuisammat.

Kotimaassakin aihepiiriä on tutkittu: esimerkiksi Helsingin yliopiston tutkimuksessa tavaratalojohtajat katsoivat musiikin todella vaikuttavan ostokäyttäytymiseen. Taustamusiikki voi olla erittäin tärkeä markkinoinnin työkalu asiakaspalvelutilassa.

Käyttäjäystävällisyyden aika

Myyntiä on kuitenkin vaikea saada nousuun, jos ei ole selvää kokonaiskuvaa siitä, mitä oikein pitäisi tehdä. Takavuosina sormi menikin helposti suuhun, kun systeemit olivat monimutkaisia ja valikoimat rajallisia – ja musiikkia ”hallinnoitiin” esimerkiksi tietokoneella tai läppärillä baaritiskin tuntumasta. Nyt käyttäjäkokemus on kuskin paikalla ja järjestelmät kätevät käyttää: tabletit ja muut kosketinnäytöt yleistyvät ja asiakas ”aktivoidaan” osaksi prosessia muutenkin kuin karaoken kajahtaessa.

Erilaisia tunnelmia ja draaman kaaria on nyt helpompi rakentaa kuin koskaan. Ravintoloitsija saa jo pienellä vaivannäöllä itselleen kelpo työkalun – ja kentällä tämä helppous on kyllä huomattu. Gramexin arvion mukaan 20–30 prosenttia kaikista ravintoloista käyttää jonkun taustamusiikkioperaattorin palveluita, eli puhutaan tuhansien ravintoloiden ekosysteemistä.

Viihdepalvelut ravintolassa eivät toki ole pelkkää musiikkia. Esimerkiksi urheilu, karaoke, pubivisat ja pelikoneet ovat myös osa kokonaisuutta.

Mediat haltuun!

Taustamusiikkibisneksessä on vakiintuneita kotimaisia palveluntarjoajia puolisenkymmentä ja sitten joitakin Spotifyn kaltaisia isoja kansainvälisiä toimijoita. Pellolainen perheyritys Viihdeväylä Oy on alalla jo veteraani ja sen Maestro-tuoteperhe on ravintolaskenessä varsin tuttu. Maestro on ammattikäyttöön tarkoitettu musiikintoisto-, karaoke- ja medianhallinta-ohjelmisto, joka toimii sekä tabletilla että tietokoneella Windows 10 -käyttöjärjestelmässä. Maestro poikkeaa muista toimijoista siinä, että samaan ohjelmistoon on pakattu musiikin lisäksi myös Sport-TV-, karaoke-, media-, radio- ja jukebox-toiminnot.

Maestro-palvelusta löytyy yli 16 miljoonaa biisiä – ja lisää tulee jatkuvasti, sillä tuorein musiikki päivittyy palveluun automaattisesti heti julkaisun jälkeen. Toimitusjohtaja Kalervo Vanha Viihdeväylä Oy:stä toteaa, että musiikissa määrä ei tosin ole se juttu:

”Vaatii ammattitaitoa laatia ravintolan brändin mukainen musiikkiprofiili. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jokainen biisi on kuunneltu etukäteen. Maestro sisältää valmiita musiikkiprofiileja lähes kaikkiin ajateltavissa oleviin tilanteisiin”, lisää Vanha.

Ruokala vai ravintola?

Vanha on pohtinut paljon taustamusiikin ja viihdepalvelujen vaikutusta asiakasviihtyvyyteen. Hänen mieleensä on jäänyt yksi asiakkaalta kuultu helmi: mitä eroa ruokalalla ja ravintolalla? – Ravintolassa on musiikkia.

KUVA: VIIHDEVÄYLÄ OY

”Tärkeintä on tietää, kenelle ollaan tekemässä ja mitä tämä asiakas oikeasti tarvitsee viihtyäkseen.

”Se oli hyvin sanottu, sillä ei esimerkiksi koulun ruokalassa koskaan soi musiikki. Ravintolan tunnelman tekemisessä musiikki on ratkaisevan tärkeää.”

Vanhan mukaan musiikki- ja viihdepuolella tulee tapahtumaan vielä paljon tulevina vuosina: suunta on kohti brändättyä, keskitetysti hoidettua viihdekokonaisuutta, jossa henkilökuntaa ei enää fasilitaattoriksi saati tiskijukaksi tarvita.

”Jo nyt monet ravintolaketjut hoitavat brändin mukaisen musiikin keskitetysti kaikkiin toimipisteisiin. Taustamusiikkioperaattorin tehtävä on musiikkiprofiilin laadinta ja tekninen toteutus ajastuksineen ja muine detaljeineen.”

Asiakas kuskin paikalle

Mutta vaikka ravintolan henkilökunnan kädet vapautetaan ei-musikaalisiin hommiin, asiakkaille tehdään ovia ja ikkunoita musiikkiin: esimerkiksi älypuhelimilla pääsee selailemaan soittolistoja ja toivomaan suosikkejaan soittoon.

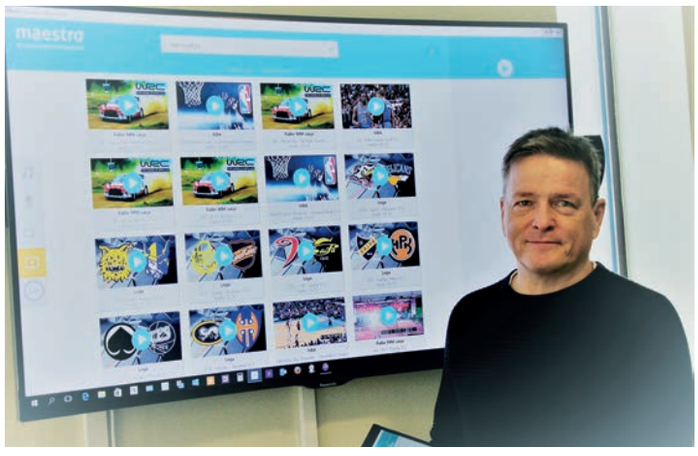
”Silloinkin on kysymys valinnasta ravintolan oman soittolistan puitteissa. Hevimestassa ei voi kajauttaa Säkkijärven polkkaa”, Vanha toteaa.

Toimitusjohtaja tietää, että vaikka ravintolat ymmärtävät jo digin päälle, niillä on silti taipumusta säästää väärässä paikassa. Tavallinen virhe on hankkia muutaman kympin muovikaiutin, jolla on kauniisti sanottuna rajallinen suorituskyky.

”Äänentoiston laadussa, kun yritetään säästää, niin se kostautuu melkein aina. Ainoastaan laadukas kaiutinsysteemi toistaa musiikkia oikealla voimakkuudella ja tasaisesti.” Vanhan mukaan kaiuttimia kyllä testataan, mutta liian usein pikaisesti ja tyhjässä ravintolassa.

”Kannattaa aina testata kaiuttimia talon ollessa täynnä. Silloin selviää äänentoiston todellinen laatu.”

Viihdepäällikkö Lauri Domnick Restel Oy:stä tietää, millainen tunnelmanvirittäjä musiikin ja muun viihteen käyttö voi parhaimmillaan olla ravintolaympäristössä. Domnickilla on lähes 15 vuoden kokemus viihde-elementtien käytöstä asiakaskokemuksen, myynnin ja brändimielikuvien vahvistamiseksi – mutta mikä on kaikkein olennaisinta tällä saralla? – Domnickin mukana tärkeintä on tietää, kenelle ollaan tekemässä ja mitä tämä asiakas oikeasti tarvitsee viihtyäkseen.



KUVA: VIIHDEVÄYLÄ OY

Toimitusjohtaja Kalervo Vanha Viihdeväylä Oy:stä sanoo, että äänentoiston laadussa, kun yritetään säästää, niin se kostautuu melkein aina. Ainoastaan laadukas kaiutinsysteemi toistaa musiikkia oikealla voimakkuudella ja tasaisesti.

Aina ei myöskään ole kysymys siitä, mitä asiakas sanoo tarvitsevansa. Domnick tietää, että usein varsinkin musiikin suhteen käy niin, että ihmiset kyllä saattavat sanoa pitävänsä tietynlaisesta musiikista, mutta sen soidessa he viipyvätkin kaupassa lyhyemmän aikaa ja ostavat vähemmän.

”Tärkeää asiakkaan viihtyvyyttä miettiessä on se, että pystyy hylkäämään omat mieltymykset viihteen tai musiikin suhteen ja tarkastelemaan asiaa melko analyyttisestikin. Esimerkiksi musiikkia voidaan tänä päivänä mitata ja testata aika hyvin, jolloin nähdään parhaiten, mikä todella saa asiakkaan viihtymään ja löysentämään kukkaron nyörejä”, Domnick toteaa.

Taikapiiri toimii

Viihdepäällikön mukaan kaikesta datasta ja testauksesta huolimatta tarvitaan kuitenkin – yhä edelleen – pieni ripaus ”taikuutta”, jotta homma toimii. ”Moinen alkemia on mahdollista, kunhan vain työskentelee riittävän pitkään asian parissa”, Domnick uskoo.

Musiikki- ja viihdepalvelut eivät enää aikoihin ole olleet yhdestä puusta veistettyjä. Domnick vahvistaa, että personoitu ja uniikki sisältö on päivän sana.

”Suomessakin ollaan vihdoin herätty siihen, että ei ole välttämättä hyvä, jos meidän ravintolalla on samanlainen sisältö kuin naapurilla. Brändit – tai ihmiset niiden takana – kiinnittävät yhä enemmän huomiota moniaistillisuuteen, jolla pystytään erottautumaan kilpailijoista pienilläkin ratkaisuilla”, hän pohtii.

Kokonaisuus ratkaisee

”Kuvaan kuuluu, että myös kaikki nähty ja kuultu – ja toki myös haistettu – sisältö puhuvat saumattomasti keskenään samaa kieltä. Tutkimusten mukaan visuaalisen sisällön vaikuttavuus kasvaa jopa 12-kertaiseksi, kun siihen yhdistyy sitä tukeva ääni”, Domnick muistuttaa.

”Tekniset ratkaisut kehittyvät jatkuvasti tälläkin saralla ja uskon, että lähivuosina tullaan näkemään paljon hienoja kuvaa ja ääntä yhdistäviä kokonaisvaltaisia toteutuksia ympäristöissä, joissa emme ole sellaisia tottuneet näkemään.”

Toki homma voi mennä myös metsään – esimerkiksi silloin, kun annetaan päätösvalta taustamusiikin tai muun viihteen osalta sellaisen ihmisen käsiin, joka ei sitä riittävästi tunne. Domnickin mukaan musiikki on vaikuttava työkalu mestarin käsissä, mutta amatööri saa herkästi aikaan vain

KUVA: LAURI DOMNICK

Viihdepäällikkö Lauri Domnick Restel Oy:stä sanoo, että tärkeää asiakkaan viihtyvyyttä miettiessä on se, että pystyy hylkäämään omat mieltymykset viihteen tai musiikin suhteen ja tarkastelemaan asiaa melko analyyttisestikin.

vahinkoa. Hän hakee vertailukohtaa ruoanlaitosta: lähes jokainen meistä osaa kokata jotain syötäväksi kelpaavaa kotona, mutta harva haluaisi mennä ravintolaan, jossa keittiömestarilla on oman tasoiset taidot.

”Sama pätee mielestäni kaikkeen musiikkiin ja viihteeseen: on ylitettävä asiakkaan odotukset, tarjottava yllätyksellisyyttä ja ennen kaikkea sellainen ympäristö, jossa ihmisen on hyvä olla”, hän linjaa.

Tunne miljöö

Domnickin mukaan ravintolassa täytyy olla lähtökohtana soittaa sellaista musiikkia, joka siihen ympäristöön sopii – ja vasta sen jälkeen voidaan lähteä miettimään niitä nyansseja, joilla taotaan huipputuloksia.

”Tuunasimme esimerkiksi viime vuonna yhden ravintolaketjun musiikkia niin, että se sai asiakkaat viipymään pidempään ja kuluttamaan jopa 22% enemmän rahaa käyntinsä aikana”, hän paljastaa. ■

MOOD:

KAIKKI MITÄ TARVITSET

SINULLE SUUNNITELTU

- TAUSTAMUSIIKKI
- KARAOKE
- MUSIIKKIVIDEOT
- ÄÄNI- JA KUVAMAINOKSET
- NÄYTÖT / JUMBOSCREENIT
- MOBIILIMARKKINOINTI
- DIGITAL SIGNAGE -JÄRJESTELMÄT

Pertti Kainulainen
Myynti Etelä- ja Itä-Suomi
0400 718 087
p.kainulainen@moodmedia.com

Matti Piippo
Myynti Länsi- ja Pohjois-Suomi
0400 718 044
m.piippo@moodmedia.com

www.moodmedia.fi

KUVAT: HEIROL OY

PRORESTO

HALUAMME KUULLA MIELIPITEESI!

Kädessäsi on uudistunut
PRORESTO-lehti 1+2/2017.
Kerro meille, mikä on lehden paras ja
mielenkiintoisin juttu?
Otamme myös juttuehdotuksia vastaan.
Onko työyhteisössänne tekijä, joka ansaitsisi
valtakunnallista huomiota?
Onko teillä mielenkiintoinen projekti
käynnistymässä tai
lanseeraatteko uutta konseptia?
Juttuehdotuksia voi lähettää osoitteeseen:
proresto@publico.com

Kaikkien joko palautteen tai ehdotuksen
lähettäneiden kesken arvomme laadukkaita
Heirol Pro -tuotteita
Arvonta suoritetaan 10.3.2017

Voitosta ilmoitamme henkilökohtaisesti
puhelimitse tai sähköpostitse.
Palkinto postitetaan voittajille arvonnan
järjestäjän Publico Oy:n toimesta.

VUODEN KOKKI JA VUODEN TARJOILIJA 2017 -TITTELISTÄ KISAAVAT SELVILLÄ

KUVA: EMILIA KANGASLUOMA

Matka 2017 -messujen ruokamatkailuosastolla on vietetty kaksi päivää suomalaisen ravintolaosaamisen ja suomalaisten raaka-aineiden juhlaa. Kahdeksan kokki- ja neljä tarjoilijahuippua ovat selvittäneet tiensä Vuoden Kokki- ja Vuoden Tarjoilija -kilpailujen finaaleihin.

VUODEN TARJOILIJA -semifinaalissa mitattiin erityisesti osallistujien teknisiä taitoja. Kilpailutehtävinä oli muun muassa cocktailin valmistus, liekitys, proseccon tarjoilu sekä viinin ja ruoan paritus. Neljä finalistia näyttävät seuraavassa vaiheessa kyntensä palvelukokemuksen tuottajina.

”Vaikka tehtävissä painotettiin tekniikkaa, kiinnitimme huomiota myös kandidaattien kykyyn huomioida asiakas. Kilpailijoiden oli tärkeää hyvien teknisten taitojen lisäksi pystyä viestimään siitä, mitä he tekevät ja miksi. Neljä finaaliin selviytynyttä erottuivat selkeästi taidoillaan – tehtävien suorituksissa näkyi varmuus”, kertoo Vuoden Tarjoilija -kilpailun päätuomari Petra Savolainen.

Vuoden Tarjoilija 2017 -finaalissa tehtävät painottuvat palvelukokemuksen luomiseen. Finaaliin jatkavat Noora Sipilä Ravintola Murusta, Ronny Malmberg Farangista, Matias Pietarinen Ravintola Teatteristä ja Heidi Martikainen Ravintola Solnasta.

Vuoden Kokki -semifinalistit valmistivat kilpailussa yhden suomalaisuutta ilmentävän ja 100-vuotiaan Suomen raaka-aineita kunnioittavan modernin annoksen. 16 semifinalistin taso oli tänä vuonna kautta linjan korkea ja tasainen, ja kilpailuannokset keskenään hyvin erilaisia.

”Kilpailuannosten suuri variaatio kertoo siitä, että meillä on Suomessa valtavasti hyviä ja inspiroivia raaka-aineita. Vaikka keskenään hyvin erilaisia annoksia on vaikeaa verrata toisiinsa, saamme tasoerot esiin arvioimalla muun muassa raaka-aineiden kypsyysasteen ja rakenteen, maut ja niiden yhteensopivuuden”, kertoo kilpailun päätuomari Henry Tikkanen.

”Muutama kilpailija nousi esiin selkeästi. Sen jälkeen kisaajat olivat tasaväkisiä. Finaalin ulkopuolelle jääneet olivat erittäin hyviä, mutta virheet – esimerkiksi myöhästyminen – jättivät rannalle. Maukas ja varma suoritus ratkaisi”, Tikkanen sanoo.

Monipuolinen suomalainen raaka-ainemaailma näkyi annoksissa; lautasille nostettiin muun muassa puikulaperunaa, juureksia, poroa, puolukoita, sieniä ja kotimaista kalaa. Myös perinneruokaa varioitiin, lautasella näkyi muun muassa muunnoksia kalakukosta ja verikampsusta.

Vuoden Kokki 2017-finaaliin selvittivät tiensä:

- Mattias Åhman (Bhoga, Göteborg)
- Teemu Boman (Finnjävel, Helsinki)
- Niko Lehto (Bistro Sinne, Porvoo)
- Pauli Ojala (Ravintola Savoy, Helsinki)
- Ville Korhonen (Ravintola Savoy, Helsinki)
- Kozeen Shiwan (Ask, Helsinki)
- Joonas Kyllönen (Café Huvila, Helsinki)
- Teemu Boman (Finnjävel, Helsinki)
- Ville Leminen (Smör, Turku)

Vuoden Kokki 2017 ja Vuoden Tarjoilija 2017 -finaalit käydään 10.4. Rafla 2017-messuilla Peurungalla. ■

BOCUSE D'OR: USA VOITTOON, SUOMI KUUDES

KUVAT: JUSSI ULKUNIEMI

Suomen Bocuse d'Or -joukkue tuli kuudenneksi maailman vaativimmissa kokkikisoissa. Edustaja Eero Vottonen, 33, hänen avustajansa Miikka Manninen, 21, sekä valmentaja Matti Jämsén veivät 5 tuntia 35 minuuttia kestävän tulikokeensa päätökseen tyylikkäästi ja ilman virheitä. Tiimi päätti kauden ylpeänä suorituksestaan, mutta pettyneenä sijoitukseen.

LÄHES KAKSI vuotta tiiviisti harjoitelleen tiimin työ päättyi tänään Lyonin messukeskuksen Paul Bocuse-hallissa kuudenteen sijaan. Tulos on mitalisijaa jahdanneelle joukkueelle pettymys. Vuoden 2017 Bocuse d'Or -kilpailun voitti USA, hopeaa otti Norja ja pronssille tuli Islanti.

"Olin todella varma, että palkinto tulee tällä kertaa. Kisa-alueen käytäväpuheissa meille ennustettiin korkeita mitalisijoja. Olemme ehdottoman ylpeitä suorituksestamme mutta pettyneitä sijoitukseen, koska tähtäin oli korkeammalla", joukkueen valmentaja Matti Jämsén sanoo.

Rennosti koko kilpailun ajan työskennellyt Suomen joukkue teki virheettömän kisasuorituksen. Annoksissa maistui suomalainen metsä, raaka-aineina oli muun muassa suomalaista herkkutattia, kuusta ja mäntyä. Kilpailujen kohutuin uudistus, vegaaniannos näkyi tuomareiden lautasilla vaihtelevana tasona. Suomen joukkueen vegaaniannoksen vahvat maut miellyttivät tuomaristoa, mikä näkyi pisteissä: toiseksi sijoittunut Norja sai annoksestaan samat pisteet.

"Vegaaniannoksissa oli suurta vaihtelua, lautasilla nähtiin kaikkea minimalistisesta monimutkaiseen. Eeron annos erosi monista muista hienostuneisuudellaan, se oli ensimmäisen kilpailupäivän tasapainoisimpia ja harmonisimpia annoksia. Pohjoismaat osasivat suunnitella annokset oikean kokoisiksi, muutamien maiden annoskoko oli selkeästi liian pieni", kertoo vegaaniannosten tuomaripöydässä istunut Pekka Terävä.

Eero Vottosta oli kannustamassa ensi kertaa yli satapäinen yleisö yhteistyökumppaneita, ruoka-alan ammattilaisia ja kilpailijoiden läheisiä. Koko joukkue kiittää kaikkia kumppaneita ja yleisöä upeasta tuesta matkan varrella ja äänekkäästä kannatuksesta kisahallissa. ■

SUOMEN KANSALLISRUOKA ON RUISLEIPÄ

Syksyllä 2016 kansallisruoasta järjestettyyn kansanäänestykseen osallistui lähes 50 000 suomalaista. Satavuotiaan Suomen kansallisruoaksi valittiin ruisleipä. Kärkijoukossa olivat myös karjalanpaisti, karjalanpiirakka sekä paistetut kalat perunamuusin kanssa.

ENSIMMÄISESSÄ ÄÄNESTYSVAIHEESSA kesällä 2016 noin 10 000 ihmistä antoi yhteensä yli tuhat erilaista ehdotusta kansallisruokafinalisteiksi. Ruoka-alan asiantuntijoista muodostettu raati valitsi suosituimmista ehdotuksista 12 kotimaista ruoka-aarretta: pitsa, hernekeitto, ruisleipä, mämmi, kalakeitto, viili, karjalanpiirakka, mustikkapiirakka, paistetut muikut/silakat/ahvenet perunoilla, karjalanpaisti, graavi kala ja maksalaatikko.

Kansallisruoka valittiin finalistien joukosta uudella kansanäänestyksellä alkutalvella 2016. Äänestykseen saatiin noin 40 000 ääntä, joista reilut sata saapui perinteisellä postikortilla.

Kansallisruokaäänestyksen järjestivät ELO – Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiö yhdessä Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry:n ja maa- ja metsätalousministeriön kanssa.

Kansa ja raati samaa mieltä

Ruisleipä oli selvä voittaja lähes 10 000 äänellä. Se oli myös alle 30-vuotiaiden äänestäjien ylivoimainen suosikki. Nuorten suosikki oli myös muun muassa karjalanpiirakka, kun taas yli 60-vuotiaiden joukossa äänestettiin eniten karjalanpaistia ja paistettuja muikkuja tai silakoita muusilla. Mustikkapiirakka oli suosituin jälkiruoka kaikenikäisten keskuudessa.

Kansallisruoka valittiin kansanäänestyksellä. Äänestyksen tukena toimineen raadin tehtävänä oli varmistaa, että kilpailun finalistit edustavat monipuolisesti suomalaista ruokakulttuuria tarinoiltaan, raaka-aineiltaan ja valmistustavoiltaan. Raadin oma suosikki oli sesonkeihin soveltuva kalakeitto, joka sopii tarjoiltavaksi aina ruisleivän kanssa. ■

Lisätietoja: www.kansallisruoka.fi

GRAND CHAMPAGNE HELSINKI 11.–13.5. ON TÄYNNÄ KUPLIVAA ILOA JA UPEITA SAMPPANJOITA!

GRAND CHAMPAGNE HELSINKI 2017 -tapahtuma kokoaa yhteen samppanjan ystävät, nautiskelijat ja alan huippunimet. Kaksipäiväisessä yleisötapahtumassa tietotaitoaan jakavat muun muassa Louis Roedererin huippuarvostettu kellarimestari Jean-Baptiste Lécaillon sekä maailman suosituimman samppanjatalon Moët & Chandonin kellarimestari Benoît Gouez. Kellarimestaritiimiämme vahvistaa Duval-Leroyn Sandrine Logette, eräs alueen harvoista naispuolisista kellarimestareista. Mahtavista persoonallisuuksista Grand Champagnessa tapaa myös Philipponnatin visionäärin Charles Philipponnat'n ja Drappierin karismaattisen Michel Drappierin.

”On ilo esitellä tämän vuotinen huippuesiintyjäkaartimme erittäin merkittäviä samppanjavaikuttajia ja loistavia samppanjan sanansaattajia. Tavoitteenamme on, että tänä toukokuisena viikonloppuna Helsinki on maailman samppanjakeskus!”, kommentoi toinen tapahtuman pääjärjestäjistä, Master of Wine ja samppanja-asiantuntija Essi Avellan.

Vanhalla Ylioppilastalolla järjestettävässä rennossa ja tunnelmallisessa tapahtumassa pääsee maistelemaan niin maineikkaita samppanjaklassikoita kuin harvinaisempia herkkuja. Samppanjataloja on mukana noin 50 ja tarjolla on yli 200 samppanjaa. Uusia tuottajia 2017 tapahtumassa ovat muun muassa Armand de Brignac, Barons de Rothschild, Bérêche, Cattier, Charles Dufour, De Sousa, Drappier, JL Vergnon, Pascal Doquet, Piper-Heidsieck, Roger Coulon ja Savart.

Näiden ohella tapahtumassa on tarjolla samppanjaan sopivia ruokaherkkuja ja maistelupaloja.

Tapahtumassa voi myös syventää tietämystään ja kokea ainutlaatuisia juomanautintoja osallistumalla joko kotimaisten asiantuntijoidemme Essi Avellanin, Jukka Sinivirran ja Samuil Angelovin luennoille tai champagnelaisten tähtivieraidemme Master Classeille, joita meille tarjoaa 13 huippunimeä ja taloa. Näihin maksullisiin asiantuntijatastingeihin on rajattu määrä paikkoja ja niihin voi ilmoittautua etukäteen.

Tarkempi tieto luennoista löytyy tapahtuman nettisivuilta: www.grandchampagnehelsinki.fi Master Classes -kohdasta. ■

Lisätietoja: www.grandchampagnehelsinki.fi

BERGFALK RANTAUTUI SUOMEEN

Ruotsalainen elintarviketukku vannoo laadun ja palveluasenteen nimeen yhdessä suomalaisen Bergfalk Oy:n kanssa – ja lupaa yllättää asiakkaansa

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

Perinteikäs ruotsalainen elintarviketukku Bergfalk & Co aloitti toimintansa Suomessa lokakuussa. Suomen operaatioiden nokkamiehet Lennart Sandgren Diago ja Tommi Lillrank kertovat, että ensimmäiset neljä kuukautta ovat sujuneet erittäin hyvin.

”IDEANA ON tuoda Suomen ravintolapuolelle huippulaadukasta kalaa ja lihaa”, Lillrank toteaa.

Esimerkiksi kalan suhteen vuonna 1840 perustettu ruotsalaisemo on Itämeren ykkösnimiä. Tarjolla on jatkuvalla syötöllä erikoisempia kalalajeja, jotka herättävät keittiömestarien huomion niin Tukholmassa kuin Helsingissä.

”Tärkeä osa kuviota on toimiva logistiikka, jotta toimitukset ravintoloihin onnistuvat moitteettomasti kuusi kertaa viikossa. Herkuilla lastatut toimitukset tehdään kaksi kertaa päivässä, aamulla ja iltapäivällä”, Sandgren Diago kertoo.

Luottamusbisnestä

Satakunta ravintolaa Suomessa luottaa siihen, että tavara tulee ajoissa – ja on laadultaan tip-top.

”Kaikki perustuu luottamukseen. Toimitusvarmuus on kaiken lähtökohta, mikä tarkoittaa sitä, että aika ajoin meidän täytyy osoittaa melkoista venymiskykyä”, toteaa Lillrank.

Esimerkiksi japanilaisen hamachi-kalan saaminen helsinkiläisravintoloiden pöytään on aikamoinen operaatio: Japanista lennätetään kulttikalaa kahdesti viikossa Ruotsiin, josta se tulee pikatoimituksena laivalla Suomeen.

”Kala on pöydässä kolmen päivän sisällä kalastamisesta.”

Kalaa Lappiin!

Lillrankin mukaan vaikkapa kotimainen kuha tai siika ovat molemmat erinomaisia tuotteita. Bergfalkin fokus on kuitenkin erikoisemmassa segmentissä. ”Ihmiset reissaavat nykyään paljon ja ovat uteliaita erilaisista kaloista. Tämän vuoksi meidän tuotteillamme on kysyntää.”

Välillä kysyntää on Lappia myöten. Esimerkiksi Pohjois-Norjan Lofotenissa kalastettu skrei-turska nostatti sellaisen myrskyn, että sitä toimitettiin Leville asti.

”Palaute oli ihan ennennäkemätöntä”, toteaa Lillrank tyytyväisenä.

Mustaa magiaa

Lihapuolella Lillrank luottaa Black Anguksen taikavoimaan. Alkujaan skotlantilainen Angus-rotu tunnetaan luonnonmukaisesta, tummasta ja maukkaasta lihasta. Bergfalk tuo yksinoikeudella Suomeen australialaisen Rangers Valleyn Black Angus -lihaa, joka tuottaa eniten chefien himoitsemaa marmoroitunutta lihaa.

Rangers Valleyn Black Angus -reseptiin kuuluu, että eläimet saavat laiduntaa vapaina ympäri vuoden (free range). Näin ne välttyvät myös turhilta kasvuhormoni- ja antibioottikäsittelyiltä ja lopputuloksena on stressivapaa, murea liha.

”Black Angus -naudat syövät paljon ja niitä ruokitaan viljalla ja maissilla (grain/corn-fed). Rangers Valley -tuotannon kulmakiviin kuuluu ruokkia nautoja tähän malliin vähintään 270 päivän ajan eli aika on sama kuin Wagyu-karjalla.” Suuri osa karjataloista ei tähän long-fed-linjaan panosta.

Black Angus onkin saanut omat jäljittelijänsä – ja Lillrankin mukaan monet hybrituotteet (cross-breed) ovat varsin hyviä, mutta ongelmana on epätasalaatuisuus. ”Rangers Valleyn Black Angus on ainoa tuottaja, joka tarjoaa marmoroitunutta lihaa joka kerta.”

Ei burgerin voittanutta

Rangers Valley liha rantautui Suomeen noin kolme vuotta sitten. Alku oli haastava ennen kuin vahva burgeribuumi toi tuulta purjeisiin. Yhtäkkiä kaikki halusivat huippulihaa halvimman mahdollisen vaihtoehdon sijaan", Lillrank muistelee.

Fileetä ja paistia alkoi mennä lujaa vauhtia ja pian ravintolat oli totutettu "vaatimaan parasta" eli lyömään Rangers Valley -lihaa pöytään. Läpimurtoa on auttanut tinkimätön asenne: Lillrank tiimeineen on alusta asti mennyt keittiöön keskustelemaan keittiömestareiden toivomuksista ja tuotteiden ominaisuudet on esitelty ja testattu huolella.

"Paljon puhetta, mutta myös oikeita tekoja", toteaa Lillrank nauraen.

Suomen markkinoilla hyvää hytinää

Ruotsin Bergfalk & Co:n toimitusjohtaja Lars Bengtsson kertoo, että yhtiö on katsellut Suomen markkinaa sillä silmällä jo jonkin aikaa. Kun ravintola Farang avasi ovensa Tukholmassa, ajatus alkoi itää toden teolla.

"Meidän täytyi vain löytää oikeat henkilöt ja ajoitus", Bengtsson toteaa ja täsmentää sitten, että harjoituksesta ei silti tullut helppoa: tarvittiin lopulta suotuisaa sattumaakin, että Suomen operaatioita vetämään löydettiin Tommi ja Lennart.

Bengtsson uskoo, että Suomeen etabloituminen on järkisiirto, koska maan ravintolaskenessä on nyt hyvänlaista hyrinää. Jo nyt nähdään erilaisia ravintoloita, jotka tarjoavat erikoisia makuja ja valmistustapoja – 'yhdestä ja samasta puusta' -malli ei enää toimi.

"Meidän mielestämme suomalaiset ovat alkaneet omaksua erilaisia trendejä ja ideoita nopeammin kuin ruotsalaiset", toteaa Bengtsson. Hänen mukaansa kiinnostus kokemukselliseen ravintola-iltaan – johon kuuluu hyvä ruoka, hyvä seura, hyvä design, hyvä palvelu jne. – on vahvaa etenkin nuorempien asiakasryhmien keskuudessa.

"Hyvässä ravintolassa syöminen on tärkeä osa nuorten aikuisten sosiaalista kanssakäymistä ja se kasvaa jatkuvasti Suomessa – aivan kuten olemme Ruotsissa nähneet."

Mutta mitä varsinaisesti uutta ruotsalaiset sitten aikovat tuoda Suomeen? Bengtssonin mukaan on useampikin asia, jossa sinikeltainen osaaminen voi auttaa:

"Me tiedämme aika tarkkaan, mitä ravintolat ja keittiömestarit haluavat raaka-ainetoimittajilta", Bengtsson toteaa, eikä väite vaikuta turhalta kehulta: Bergfalkin myyntiväestä puolet on itse asiassa entisiä keittiömestareita.

"Me pystymme auttamaan ravintoloita, jotka haluavat lisää luovuutta ruokalistoihin ja toisaalta tiedämme ne haasteet, joiden kanssa keittiöissä painitaan."

Myös Bengtssonin mukaan tinkimätön laatu on kaiken lähtökohta – ilman sitä ei ole mitään. Toinen asia on saumattomat toimitukset: ravintolat saavat kaiken sortin proteiinit (liha, kala, lintu, äyriäinen) yhdellä puhelinsoitolla ja yhdestä toimitusautosta.

"Koska meillä on sekä tarvittava kapasiteetti että osaava henkilöstö, me pystymme itse prosessoimaan sen minkä toimitamme, jolloin keittiömestarin elämä helpottuu ja homma toimii taloudellisemmin. Kun Bergfalk trimmaa raaka-ainetta ketjun keskivaiheilla, keittiössä tarvitaan vähemmän käsipareja – ja tätä "tulitukea" keittiömestarit kyllä arvostavat", Bengtsson tietää.

Asiakkaan suusta

”Bergfalkin tuotevalikoima on erinomainen, olipa sitten kyse lihasta tai kalasta. Lisäksi yrityksen toimittama palvelu on aina henkilökohtaista: ollaan kiinnostuneita ravintolasta, tehdään ehdotuksia ja otetaan välittömästi huomioon asiakkaan toivomukset. Aivan toiminnan alussa logistiikan puolella oli haasteita, mutta nyt sekin rullaa täysillä.”

– Creative chef Henri “Burt” Kotkavuori, Roster Bar & Restaurant, Helsinki

“Noin 80% meidän naudanlihasta tulee Bergfalkilta hyvin yksinkertaisesta syystä: Suomessa ei vastaavaa laatua ole nähty missään aikaisemmin. Naudanlihan maku on aivan erilainen kuin muilla toimittajilla, mikä taas tarkoittaa aivan mahtavia ruokia. Samalla hinta on sopiva meidän lounastuotteemme kannalta.” ■

– Susanne ”Sanni” Kilponen, Sannin Keittiö, Pietarsaari

Lisätietoja: www.bergfalk.se

VISUAALISET ILMEET, KONSEPTISTA TOTEUTUKSEEN

KILPAILU ALALLA kuin alalla on tänä päivänä kovaa. Yksi keino varmistaa paikkasi, on erottua joukosta ja päivittää toimipaikkasi ilmettä aina ajan hengen mukaan. Kahvila- ja ravintolamaailmassa puhdas ja siisti ympäristö on asiakkaalle laadun tae. Aina ei tarvita mittavia remontteja, vaan olemassa olevat materiaalit ja kalusteet voidaan pinnoittaa uusiksi. Tämä myös suojaa ja pidentää kaluston käyttöikää.

Joskus pienikin muutos auttaa. Ikkunateippauksilla luodaan asiakkaalle ensivaikutelma yrityksestäsi. Sisällä erilaiset pinnat, tiiliseinästä lähtien, on mahdollista teipata yrityksesi ilmeen mukaisilla kuvilla tai sävyillä. Erityiset laminoidut materiaalit sopivat kovassa käytössä oleville pinnoille. Helposti irtoavat ja esimerkiksi magneettitaustaiset materiaalit sopivat usein vaihtuviin kampanjatuotteisiin. Sisustuksessa voidaan käyttää pinkotauluja ja katseenvangitsijana toimii kohokirjaintekstit.

Brand Factory on toteuttanut, niin pienten kahviloiden, kuin suurten lounasravintolaketjujen ilmeenmuutokset. Autamme mielellämme myös sinua. ■

Lisätietoja: www.brandfactory.fi

POHJOISMAIDEN SUURIN KAHVIFESTIVAALI KERÄÄ KAHVIAMMATTILAISET HELSINKIIN

Pohjoismaiden suurin kahvifestivaali Helsinki Coffee Festival järjestetään kolmatta kertaa Kaapelitehtaalla 21.–23.4.2017. Vuoden tärkein kahvitapahtuma kasvoi viime vuonna 40 prosenttia sekä kävijä- että näytteilleasettajamääriltään. Tapahtuma kerää yhteen paahtimot, laitevalmistajat, kahvilat ja muut kahviammattilaiset ja kasvaa edelleen. Perjantain 21.4. ammattilaispäivä tuo yhteen kahvialan vaikuttajat sekä toimisto-, horeca- ja retail-ammattilaiset.

Festivalien lab-osastoilla pääsee tekemään itse laadukasta kahvia baristan opastuksella.

”KEHITÄMME TÄNÄ vuonna festivaalien ammattilaispäivän ohjelmaa niin, että se on osallistavampi sekä syventävämpi. Saimme positiivista palautetta viime vuoden tapahtumasta erityisesti sen tunnelmasta – se on ainutlaatuinen”, kuvailee Maija Kestilä, Helsinki Coffee Festivalin järjestäjä.

Festivaaleilla panostetaan tunnelmaan ja elämyksellisyyteen. Kestilän mukaan intiimi ja rento tunnelma luodaan valaistuksella, musiikilla ja lavastuksella.

”Tavoitteemme on tehdä maailman paras kahvitapahtuma ja Helsinki on siihen oivallinen paikka – se on varmasti yksi maailman kuumimmista tapahtumakaupungeista tällä hetkellä”, Kestilä jatkaa.

Helsinki Coffee Festival kerää yhteen mielenkiintoisia paahtimoita, kahviloita, kahvilaitteita ja kahvin maahantuojia.

”Mukana on ennätysmäärä näytteilleasettajia, niin uusia kuin viime vuosilta tuttuja toimijoita. Tapahtumassa pääsee maistelemaan huippulaatuisia kahveja ympäri maailman ja tutustumaan tämän hetken kuumimpiin laite- ja tuoteuutuuksiin”, kuvailee Kestilä.

Viime vuoden näytteilleasettajista ja kävijöistä 93 prosenttia oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä tapahtumaan ja suurin osa osallistuu myös tänä vuonna.

”Jotkut näytteilleasettajat tekivät viime vuoden festivaaleilla jopa vuoden parhaimmat kaupat! Ammattilaispäivään kannattaa rekisteröityä ajoissa nettisivuillamme.”

Ammattilaispäivän ohjelma koostuu mm.

- Miten kahvilan viihtyisyyttä voi parantaa?
- Mitä tarkoittaa kahvin jäljitettävyys?
- Miten kahvia ostetaan suoraan viljelijältä? Viljelijöitä Brasiliasta ja Kolumbiasta
- Paahtimesta kaupanhyllylle – mikä vaikuttaa kahvin ostoprosessiin?
- Näillä vinkeillä voit parantaa toimistosi kahvia
- Mikä merkitys kilpailuilla on baristojen kehittymiseen ammattilaisina?
- Ravintoloiden menetetty potentiaali – kahvi viimeistelee ateriaelämyksen

Festivaaleilla järjestetään viikonlopun aikana myös kaksi kahvialan suomenmestaruuskilpailua. Lauantaina kisataan SCAE Suomi ry:n järjestämä suodatinkahvinvalmistuksen SM-finaali, Brewer’s Cup, ja sunnuntaina mitellään suomenmestaruudesta Vuoden Barista -kilpailussa. Tämän vuoden uutuus on Vuoden kahvi -äänestys, jossa ruoka-alan ammattilaiset ja vaikuttajat valitsevat vuoden kahvin ja yleisö äänestää vuoden paahtimon. ■

Lisätietoja: www.helsinkicoffeefestival.com, www.facebook.com/helsinkicoffeefestival

Helsinki Coffee Festivalin sisäänpääsy perjantain ammattilaispäivään edellyttää rekisteröitymistä osoitteessa www.helsinkicoffeefestival.com/ammattilaiset/.
Ilman rekisteröitymistä liput ammattilaispäivään ovat ovelta 25 euroa. Lauantain ja sunnuntain aamu- ja iltapäiväliput ovat ennakkoon 12 euroa, ja niitä myy Tiketti www.tiketti.fi/helsinkicoffeefestival.

Helsinki Coffee Festivalin juontaja Lari Järnefelt juttelee Kaffa Roasteryn Sanna Palon kanssa laadukkaan kahvin merkityksestä kahvilalle.

MILLAC GOLD ON NYT ENTISTÄ KERMAISEMPI!

MILLAC GOLD 33 Ruoka & Vispi uudistuu. Tuotteen hyvät ominaisuudet ruoanvalmistuksessa ja vaahdotuksessa säilyvät ennallaan. Maku on vain entistä kermaisempi.

Millac Gold 33 on laktoositon kerman ja kasvirasvan sekoite. Se sopii kaikkeen ruoanvalmistukseen ja vaahtoutuu erinomaisesti. Saatavana helmi-maaliskuun aikana tukuista.

Tervetuloa maistamaan Millac-tuotteita Unique Food Nordic Oy:n ständille 3F36, Fastfood & Café & Ravintola 2017 -messuille. ■

Lisätietoja: www.uniquefoodnordic.com

LAGERBLAD FOODSIN UUSKLASSIKKO ON SUOMALAISESTA BROILERIN RINTAFILEESTÄ VALMISTETTU BROILERMUREKEPIHVI KIEVIN TAPAAN!

LAGERBLAD FOODSIN herkullisen Broilermurekepihvin Kievin tapaan inspiraation lähteenä on ollut ruoka-annosten klassikko Kiovan kana, jonka sanotaan olevan lähtöisin 1900-luvun alun Pietarista Ukrainaan viittaavasta nimestään huolimatta. Perinteisesti Kiovan kana valmistetaan taittamalla nuijittu kananrintafile kylmän voitäytteen ympärille, jonka jälkeen file paneroidaan ja uppopaistetaan öljyssä.

Lagerblad Foodsin uusklassikko — Broilermurekepihvi Kievin tapaan — on suomalaisesta broilerin rintafileestä valmistettu pihvi, joka on valurautapannulla paistettu, ja siksi siinä on kaunis ja rapea kullankeltainen pinta. Makuelämyksen kruunaa erittäin maukas ja runsas persilja-valkosipulivoitäyte.

Broilermurekepihvi Kievin tapaan sopii erinomaisesti sekä lautasannoksiin että lounasbuffetiin. Valmistus on helppoa. Lämmitä Broilermurekepihviä Kievin tapaan suoraan pakkasesta 200-asteisessa uunissa n. 14 minuutin ajan ja tarjoa — kuin itse tehtyä! Suosittelemme pihviä tarjoiltavaksi pakista lämpölampun alla, jotta tuote pysyy lämpimänä ja säilyttää ihanan rapean pintansa. Laita tarjolle esimerkiksi perinteiseen tapaan perunamuusin ja keitettyjen herneiden sekä voisulan kera. Kokeile ja nauti! ■

Myynnissä useimpien tukkuliikkeiden kautta.
EAN 6405263068127

Lisätietoja: www.lagerbladfoods.fi

SUOMI ♡ KAHVI

MIKÄ OLISIKAAN parempi tapa juhlia 100-vuotiasta Suomea, kuin yllättää asiakkaat erityisen kauniilla kahvilla!

Paulig juhlistaa satavuotiasta Suomea lanseeraamalla Suomelle oman latte art -kuvion.

Kyseessä on kuvio, jonka baristat voivat taiteilla esimerkiksi flat white -juoman pinnalle. Maitovaahdon päälle taiteiltu sydänköynnös syntyy etching-tekniikalla espresson cremasta ja siniseksi värjätystä maitovaahdosta.

SUOMI <3 KAHVI -niminen kuvio juhlistaa 100-vuotiasta Suomea ja suomalaisten rakkautta kahvia kohtaan. Sen on suunnitellut Paulig Barista-instituutti. Suunnittelutiimi haluaa kannustaa kahviloita ottamaan juhlavuoden latte art -kuvion rohkeasti käyttöön. Voit katsoa juoman valmistusvideon Paulig Barista-instituutin verkkosivuilta tai Pauligin YouTube-kanavalta ”Paulig Suomi Kahvi”. ■

Lisätietoja: www.pauliginstituutti.fi

KUVA: PAULIG

Monipuolinen kattaus vastuullisia tuotteita ammattikeittiöille

REILUN KAUPAN MESSUT

Helsinki, Wanha Satama 23.3.2017, klo 10.00–16.00.
Tervetuloa Suomen vastuullisimmille messuille!

KULUTTAJAT ODOTTAVAT yrityksiltä hyvän palvelun ja laadukkaiden tuotteiden lisäksi vastuullisuutta. Suomalaisista 85 % tunnistaa Reilun kaupan merkin ja 79 % odottaa yritysten huomioivan ihmisoikeuksien toteutumisen tuotantoketjussa. Ei siis ole yhdentekevää, mitä asiakkaille tarjotaan. Reilun kaupan tuotteiden käyttö on helppo tapa osoittaa omaa vastuullisuutta.

Tule tutustumaan, mitkä Reilun kaupan tuotteet sopisivat sinun yrityksellesi.

Messuilla on esillä laaja valikoima Reilun kaupan tuotteita – myös sellaisia, jotka eivät ole vielä Suomessa myynnissä. Kotimaiset ja ulkomaiset toimijat esittelevät mm. kahvia, teetä, viiniä, hedelmiä, mehuja, mausteita, suklaata ja tekstiilituotteita. Kaikki messuvieraat saavat mukaansa kassillisen Reilun kaupan tuotteita.

Messuilla on myös mielenkiintoisia esityksiä Reilun kaupan vaikutuksista viini- ja mehutuotannossa sekä ulkomaankauppa- ja kehitysministeri Kai Mykkäsen puheenvuoro kaupan kautta vaikuttamisesta. ■

Ilmoittaudu tapahtumaan
markkinointi@reilukauppa.fi tai
www.reilukauppa.fi/reilunkaupanmessut/
Tapahtuman järjestää Reilu kauppa ry.

VASTUULLISIA VAATTEITA

VUONNA 2016 maailman väestö kulutti 1,6 maapallon resurssit ja jos kaikki eläisivät kuten suomalaiset, tarvitsisimme peräti 3,4 maapallon resurssit / per vuosi. Luonnonvarat niukkenevat entisestään ja jätteen määrä kasvaa huolestuttavasti. Joka päivä valmistetaan 100 000 000 muovipulloa ja vuosittain 5 biljoonaa muovikassia, joista suurin osa päätyy ympäristölle haitalliseksi muovijätteeksi. Myös käyttökelvottoman tekstiilin määrä on suuri: pelkästään Suomessa poistotekstiiliä syntyy 70 miljoonaa kiloa vuodessa. Nämä ovat vain muutamia lukuja, mutta melkoisia sellaisia. On aika tarttua toimeen ja kääntää nämä luvut hyviksi ja vastuullisiksi teoiksi.

Me TouchPointilla tarjoamme asiakkaillemme työvaatteita vastuullisesti kiertotalouden keinoin: mm. käyttämällä ylijäämä- ja uusiomateriaaleja. Olemme käyttäneet Hesburger-ketjun työasuihin jo noin 160 000 kierrätysmuovipulloa niistä valmistetun kankaan muodossa. Ravintola Kasarmin työasut valmistimme ylijäämäkankaista. Jokaiseen RAFLA by TouchPoint -mallistomme kokkitakkiin olemme käyttäneet 13 kierrätysmuovipulloa. Lanseeraamme maaliskuussa RAFLA-mallistoon uuden ylijäämäkankaista tehdyn tuoteperheen, jossa vanhat denim- ja samettikankaat saavat uuden elämän.

Milloin Sinä tai edustamasi yritys olette valmiit tekemään valintoja ympäristömme hyväksi, hyödyntämään jo olemassa olevaa? ■

Lisätietoja: www.touchpoint.fi

LOGISTIIKKAKUMPPANI AUTTAA KANSAINVÄLISISSÄ KULJETUKSISSA JA HUOLINNASSA 24/7

Kansainvälisen logistiikan asiantuntijayritys Varova palvelee yrityksiä nyt 24/7. Varovan palvelu avaa yrittäjille ja ulkomaankaupan ammattilaisille mahdollisuuden saada apua logistiikka-asioissa ajasta ja paikasta riippumatta – kellon ympäri, vuoden jokaisena päivänä.

ESIMERKIKSI VIIKONLOPPUNA Ranskassa viinimessuilla kuljetushintaa pohtiva ostaja tai Kiinassa messuilla vieraileva vientipäällikkö saa henkilökohtaista palvelua aikaerosta huolimatta. Asiakkaat saavat asiantuntijaneuvontaa esimerkiksi aikataulukyselyissä ja kuljetustilauksia koskevissa kysymyksissä sekä kuljetusten hinta-arvioita.

Varovalla on pitkä kokemus HoReCa-alan yritysten kansainvälisten kuljetusten hoidosta. Ulkomaanrahtina kulkee mm. alkoholijuomia, aterimia, ravintolakalusteita, keittiölaitteita, baaritarvikkeita ja tekstiilejä. EU:n ulkopuolisille lähetyksille Varova hoitaa myös tuonti- ja vientihuolinnan lähes 70 vuoden ammattitaidolla.

Kotimainen perheyritys Varova tarjoaa kansainvälisiä kuljetus-, logistiikka- ja huolintapalveluita sekä toimitusketjun hallinnan ratkaisuja yhteistyössä maailmanlaajuisen kuljetus- ja logistiikkaverkostonsa kanssa. Yritys on toiminut vuodesta 1948 ja on nykyään yksi suurimmista suomalaisomistuksessa olevista alan yrityksistä. Noin 100 logistiikan ammattilaista suunnittelee asiakkaille kustannustehokkaimmat logistiikkaratkaisut huomioiden lähetysten koon ja toivotun toimitusajan. ■

Lisätietoja: www.varova.fi

PALKITTU BARLAUREA OPETTAA VASTUULLISUUTEEN

BARLAUREA ON Laurea-ammattikorkeakoulun matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutuksen oppimisympäristö, jonka toiminnassa kestävä kehitys ja vastuullisuus ovat tärkeässä roolissa. Espoon Leppävaaran kampuksella sijaitsevassa BarLaureassa restonomiopiskelijat vastaavat lounas- ja à la carte -ravintoloiden, kahvilan sekä kokous ja cateringpalveluiden toiminnasta osana opintojaan.

Taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestävät valinnat ovat kiinteä osa päivittäistä arkea BarLaureassa. Opetusravintolassa on tehty pitkäjänteistä työtä luomu- ja lähiruoan käytön lisäämiseksi. Myös ruokahävikin määrää seurataan ravintolassa päivittäin.

”Haluamme ennen kaikkea opettaa opiskelijoitamme vastuullisuuteen; kyse on asenteesta ja tavasta tehdä asioita joka päivä”, kuvailee itsekin Laureasta restonomiksi valmistunut BarLaurean ravintolapäällikkö Teemu Sirainen.

”Tämä ei kosketa pelkästään BarLaureassa vuosittain opiskelevia 200–300 restonomiopiskelijaa – mukaan lukien kansainväliset opiskelijamme. Lounas- ja kahvilapalvelujen myötä tavoitamme päivittäin noin 1 000 asiakasta kampuksellamme”, Sirainen jatkaa.

Tammikuussa 2017 BarLaurea ylsi kärkikolmikkoon Vastuullisuuskategoriassa ravintola-alan arvostetussa PRO 2017 -kilpailussa. Opetusravintola on myös voittanut kahtena vuotena peräkkäin oman sarjansa ammattikeittiöiden Luomu SM -kilpailussa.

Laurea-ammattikorkeakoulu järjestää restonomiopiskelijoiden valtakunnallisen RESTO-kilpailun vuonna 2018 ja BarLaurea toteuttaa tapahtuman ruokapalvelut. ■

Lisätietoja: www.laurea.fi

PAREMPAA PALVELUA. VÄHEMMÄN VALITUKSIA.

HALLINNOI TEHOKKAASTI päivittäisiä toimenpiteitä ja lisää omaa kontrolliasi varaustilanteessa sekä hinnoittelussa HotSoft-tilojenvarausjärjestelmän avulla. HotSoft koostuu täysin integroiduista moduuleista ja se tarjoaa ominaisuuksia, jotka tukevat kaikenlaisia yrityksiä retkeilymajoista hotelliketjuihin. Räätälöimme järjestelmän sopimaan juuri sinun toiminnallesi.

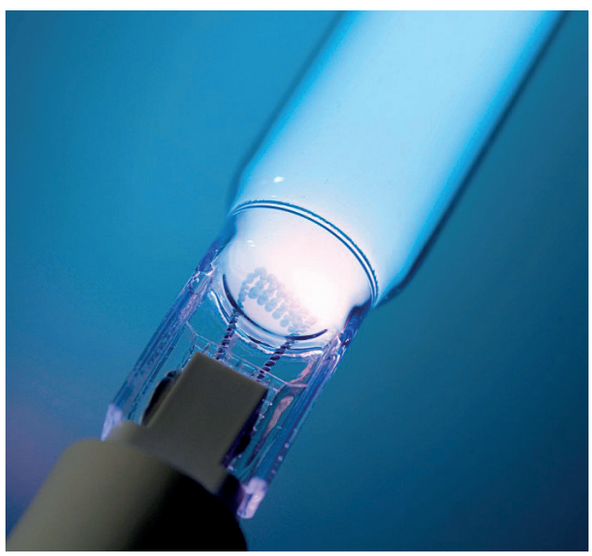
Edistä asiakassuhteitasi Myynti & Markkinointi moduulilla
Sales & Marketing -moduuli yksinkertaistaa ja parantaa asiakassuhteitasi integroidun aktiviteettihallinnan ja ajastettujen asiakassähköpostien avulla. HotSoftin avulla pystyt myös helposti pitämään asiakasrekisterisi ajan tasalla ja luomaan kampanjapostituksia suoraan järjestelmästä.

HotSoft Online – 100 % integroitu varausmoottori verkkosivuillesi
HotSoft Onlinen avulla voit hallita kaikkia toimintoja; hinnoittelua, lisämyyntituotteita ja saatavuutta HotSoftissa. Nämä tiedot päivittyvät automaattisesti varausjärjestelmästä verkkosivuillesi.

Tilojenvarausjärjestelmä pilvipalveluna
Käyttämällä HotSoftia pilvipalveluna voit käyttää koko hotellille tarkoitettua tilojenvarausjärjestelmää ilman raskaita investointeja laitteisiin ja ohjelmistoihin. Me huolehdimme toiminnasta, varmuuskopioista ja ylläpidosta.

HotSoft 8 – Tehokas hotellien varausjärjestelmä Hoist Groupilta. ■

Lisätietoja: www.hoistgroup.com



PITKÄÄ YHTEISTYÖTÄ

IPL JA HERAEUS ovat tehneet yhteistyötä aina 1970-luvulta lähtien. Heraeus on maailman johtava UV-C lamppujen valmistaja ja tuotelinjan NIQ – amalgam lamput takaavat tehokkuuden ja pitkän käyttöiän.

Tänä vuonna 2017 Heraeus ja IPL lanseeraavat UVCS keittiö UV järjestelmän, joka soveltuu jälkiasenteiseksi UV järjestelmäksi sen yksinkertaisen ja helpon käytön ja selkeän asennustavan ansiosta.

Kysy meiltä lisää tuotteesta sekä varalampuista kaikkiin olemassa oleviin keittiö UV järjestelmiin.

Laitteet asennetaan tarvittaessa avaimet käteen toimituksena. ■

Lisätietoja: www.ipl.fi

CAFITESSE TARJOAA VASTUULLISEN KAHVIHETKEN

CAFITESSE ON vastuullisesti ja ekologisesti viljelty, valmistettu, pakattu ja kuljetettu kahvi. Lisäksi Good Origin on luomukahvi, jolla on EU:n luomutunnus ja ruotsalainen KRAV-sertifiointi.

Kahvimme on ollut UTZ-sertifioitua vuodesta 2004. UTZ-ohjelman avulla viljelijät huolehtivat paremmin perheistään ja luonnosta sekä kehittää viljelymenetelmiä ja työoloja.

Tehostamme jatkuvasti koko valmistus- ja kuljetusketjun ekologisuutta. Suodatusjäte kattaa nykyisin yli 80 % paahtimon energiatarpeesta. Pakkausten sisältämät alumiini- ja foliomäärät ovat puolittuneet ja kartonkipakkaukset valmistetaan FSC-kierrätysmateriaalista, jatkossa koko pakkaus on FSC- tai PEFC-materiaalia. Kuljetusten CO_2-päästöt ovat vähentyneet vuosikymmenessä yli 20 %, kun raakakahvi tuodaan Antwerpeniin laivoilla maakuljetusten sijaan.

Cafitesse-laitteilla kahvi valmistuu kupillinen kerrallaan, joten kahvin lämpimänä pitämiseen ei kulu energiaa. Cafitesse-kahvia valmistaessa ei synny märkää kahvijätettä. Kun valmistaa 400 kupillista Cafitesse-kahvia, syntyy jätettä 0 g, vastaava jätemäärä tavallista suodatinkahvia käyttäessä on yli 9 kg. Laitteita ei viemäröidä, joten ne eivät kuormita jäteveden puhdistustakaan. ■

Lisätietojat: www.novacafi.fi

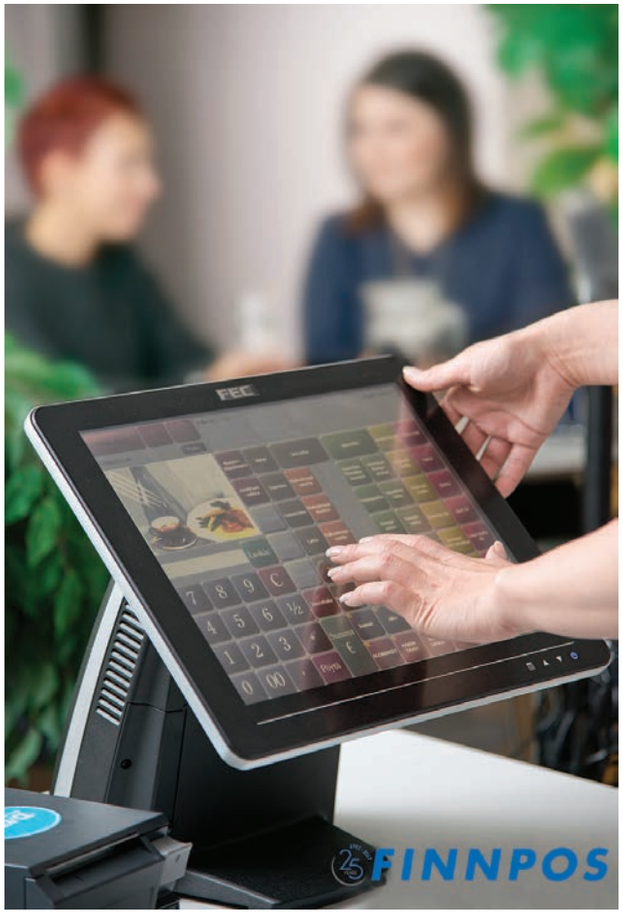
25-VUOTINEN URA KASSAJÄRJESTELMIEN PARISSA

RAVINTOLA –JA HUOLTAMOALAN kassajärjestelmiin keskittynyt Finnpos Systems Oy juhlii 100-vuotiasta Suomea ja siinä samalla myös yrityksen 25-vuotista uraa kassajärjestelmien parissa. Uusimmat ravintolan arkea ja myyntiä tehostavat ratkaisut esitellään Fastfood & Cafe & Ravintola -messuilla maaliskuussa. Finnposin tuotekehityksen ja tekemisen fokuksessa ovat aikaisempien vuosien tapaan perusasiat; asiakkaan liiketoiminnan helpottaminen, järjestelmien käytettävyys ja sujuva maksaminen. Toimivien ratkaisujen suunnittelu edellyttää ravintola-alan tuntemusta joten teemme tiivistä yhteistyötä asiakkaiden kanssa. Me panostamme asiakaslähtöiseen järjestelmäkehitykseen siinä missä nykyaikaiseen teknologiaankin.

Ravintola-alaa puhuttavat tällä hetkellä mm. alkoholilainsäädännön muutokset, henkilöstön sitoutuminen ja toisaalta työvoimapula. Trendeistä esillä ovat mm. vastuullisuus, yksilöllisyys, katuruokakulttuuri, ruokahävikki, elämyksellisyys, ja yhteisöllisyys. Ravintola-ala muuttuu koko ajan ja asiakkaille on tarjottava erilaisia ratkaisuja. Kaikkien näiden muutoksien mukana myös kassajärjestelmän on muututtava, jotta se palvelee mahdollisimman monenlaista ravintolaa. Finnpos Systems Oy pysyy matkassa mukana asiakkaan liiketoiminnan kasvaessa. Ravintolaliiketoiminnan helpottaminen Finnposin järjestelmän avulla tarkoittaa sujuvaa myyntiä ja maksamista, tehokasta myynnin seurantaa, toimivaa tilaustenhallintaa ja hinnoittelua. IT-ratkaisuja toimittava Finnpos haluaa tarjota asiakkailleen ennen kaikkea mahdollisuuden keskittyä palveluiden ja elämysten tuottamiseen asiakkailleen. ■

Finnpos Systems Oy:n löydät
Fastfood&Café&Ravintola messuilta osastolta 3h43!

Lisätietoja www.finnpos.fi



Kansainväliset puhtausalan ammattimessut

Vuoden päätapahtuma!

Finnclean-messut kokoavat yhteen päätöksentekijöitä, yrityksiä, ostajia, vaikuttajia sekä tulevaisuuden tekijöitä myös hotelli- ja ravintola-alalta.

Näe uusimmat siivoustuotteet ja osallistu koulutuksiin. Aiheina ovat muun muassa:

- Mielekäs työyhteisö
- Energisoidu työstäsi
- Työelämän oppimis- ja ohjaamistaidot
- Siistijä epidemioiden ennaltaehkäisijänä
- Ravintola-alan pitkät päivät ja vuorotyö

Huom! Ammattimessujen hyödyntämisestä henkilöstön koulutuksessa saa ylimääräisen laskennallisen verovähennyksen.

finnclean

10.–12.5.2017

Tampereen Messu- ja Urheilukeskus

www.finnclean.fi

Tampereen Messut
Tampere Trade Fairs

SSTL
Puhtausala ry

MOCCAMASTER
PROFESSIONAL

TARJOATKO ASIAKKAILLESI
PARASTA MAHDOLLISTA KAHVIA?

Molemmat mallit saatavana myös vesiliitännällä

Käsintehtyä Moccamaster-laatua nyt myös ammattikeittiöihin. Moccafour- ja Moccaserver -kahvinkeittimet on suunniteltu ammattikäyttöön kestämään kovaa kulutusta ja useiden tuntien päällä oloa. ECBC-sertifiointi takaa parhaan kahvin ja laadukkaat osat takaavat tehokkuuden vuosiksi.

APPROVED
European Coffee Brewing Centre
OSLO
www.ECBC.info

Tule tutustumaan uuteen Moccamaster Professional -konseptiin **Fastfood & Cafe & Ravintola -messuille**, osasto 3c50!

LAATUA VUODESTA 1969

www.moccamaster.com