PRO RESTO

horeca-alan ammattilehti

Kaunis kattaus tuo hymyn huulille

Bocuse d'Or -edustajuudesta kisataan lokakuussa

Ravintolatilojen sisustukseen haetaan rohkeita ratkaisuja

Hotellikonseptoinnissa palveluiden paketoiminen kannattaa

Riikka Pakarinen luotsaa Panimoliittoa 2020-luvulle

www.proresto.fi

HELLMANN'S
'BRING OUT THE BEST'™

OLEMME HEINON TUKKU-MESSUILLA!

KASVIKSET RAKASTAVAT HELLMANN'S MAJONEESIA!

100 % VAPAAN KANAN MUNIA

ufs.com

Unilever Food Solutions

Valio

ODDLYGOOD®

UUSI TÄYSIN GLUTEENITON KAURAJUOMA KAHVIKÄYTTÖÖN

- Kehitetty yhteistyössä baristojen kanssa ammattikäyttöön
- Toimii sekä suodatinkahvissa että espressopohjaisissa kahvijuomissa
- Vaahtoutuu hyvin ja sekoittuu tasaisesti
- Gluteeniton, tehty suomalaisesta puhdaskaurasta
- Myyntiin viikolla 34

Valio Oddlygood® Barista kaurajuoma 1 l UHT gluteeniton

Tuotenumero 10206
EAN 6408430102068
ME=10 kpl

Millac

Millac-tuotteet ammattilaisten käyttöön

Millac Gold 33 on kehitetty huomioiden suomalaisten erityistarpeet laktoosittomaan ruokavalioon. Se sopii kaikkeen ruoanvalmistukseen sekä vaahtoutuu erinomaisesti.

Millac Ruoka 15 on sydänmerkkituote ja sopii laktoosittomaan ruokavalioon. Se kestää pitkää haudutusta ja sopii kaikkeen ruoanvalmistukseen kuten patoihin, kiusauksiin ja keittoihin.

MIXTEC OY

Myynti ja markkinointi | Mixtec Oy | www.mixtec.fi
tilaukset@mixtec.fi | 09 862 36600

PRO RESTO
2–3/2019

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

päätoimittaja
Jussi Sinkko

tuotepäällikkö
Paul Charpentier
paul.charpentier@publico.com
puh. 020 162 2220

toimituksen koordinaattori
Liisa Hyvönen

graphic design
Riitta Yli-Öyrä

tilaajapalvelu
puh. 03 4246 5309
tilaajapalvelu@jaicom.com

toimittajat
Sami J. Anteroinen
Ari Mononen
Merja Maukonen
Mari Jauhiainen

kannen kuva
Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry

paino
PunaMusta Oy

www.proresto.fi

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

100 1919 2019 anuga

COLOGNE,
05. – 09.10.2019

AMAZING!

Meet old and new friends.
Priceless networking since 1919.

Secure admission tickets at
www.anuga.com/tickets

Edelte Oy
Ms. Päivi Ahvenainen
Sahakyläntie 5
FIN-04770 Sahakylä,
Tel. +358 10 6168400
Fax +358 10 6168402
koelnmesse@kolumbus.fi

koelnmesse

sisältö | proresto 2–3/2019

08 Esipuhe

10 Vastuu eka, vastuu vika
Panimoliitto sai ärhäkkään ja sanavalmiin vetäjän, kun ex-meppi Riikka Pakarinen aloitti toimitusjohtajana vuoden alussa. Pakarinen kertoo, että ensimmäinen puoli vuotta on ollut sopivan kiireistä: oppimista on ollut paljon, etenkin henkilölle, joka ei tunne kotimaista elintarvikealaa entuudestaan kovin hyvin.

16 Kaunis kattaus tuo hymyn huulille
Viehättävään kattaukseen kuuluvat astiaston lisäksi huolellisesti valitut lautasliinat. Hyödyntämällä värejä ja liinojen taittelua lautasliinat samalla somistavat kattauksen ja viestivät ravintolan arvomaailmasta. Käyttötarkoitukseensa sopiva lautasliina on vastuullinen valinta.

21 Keittiö on täynnä kiirettä ja teräviä veitsiä…

22 Bocuse d'Or -edustajuudesta kisataan Viini ja Ruoka 2019 -messuilla

26 Sinivalkoinen tapas-herkku pesi paikalliset espanjalaiset

30 Luomun tuplaaminen julkisissa ammattikeittiöissä on mahdollista

32 Ravintolatilojen sisustukseen haetaan rohkeita ratkaisuja
Hotellien sisustus suunnitellaan tyypillisesti pitkäikäisiksi – sen on kestettävä aikaa, vähintäänkin kymmenen vuotta. Myös ravintolasisustuksilla on aiempaa pitempi elinkaari. Suunnittelussa on kiinnitettävä huomiota tiettyihin klassisiin suunnitteluelementteihin, käytettävyyteen ja puhdistettavuuteen sekä oikeisiin materiaaleihin.

40 Maailman suurin panimo tehostaa toimintaansa Suomessa

42 Hotellikonseptoinnissa palveluiden paketoiminen kannattaa
Suomessa hotellit kamppailevat koko ajan alhaisten käyttöasteiden ja suurten sesonkivaihteluiden kanssa. Hotellien jaottelu eri tasoihin ja sitä kautta eri asiakaskuntiin on yleistä, mutta kuinka usein hotelli uskaltaa selkeästi suunnata markkinansa vain yhden käyttäjäkunnan mieltymyksiin ja tarpeisiin? Kirjoittajat tutustuivat tilanteeseen Saksassa ja Itävallassa.

46 Näyttävä ja persoonallinen Original Sokos Hotelli Puijonsarvi

52 Uutispuuroa

VALMIINA VASTUUSEEN?

’VASTUULLISUUS’-SANALLA ON aina erityinen klangi, kun toiminta liittyy alkoholiin. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton uudessa strategiassa vastuullisuus on nostettu tekemisen keskiöön monin tavoin.

Panimoliiton uusi toimitusjohtaja Riikka Pakarinen kertoo tässä lehdessä, että liiton jäsenyritykset kantavat yhteiskuntavastuun niin sosiaalisissa kysymyksissä kuin ympäristöasioissakin. Panimoteollisuus on mm. sitoutunut kestävän kehityksen periaatteeseen ja vastuulliseen tuotteiden mainontaan ja markkinointiin.

Valtaosa suomalaisista osaa nauttia alkoholijuomia kohtuullisesti, mutta ongelmia riittää yhä. Perinteisen suomalaisen juomakulttuurin muokkaaminen pari piirua eurooppalaisempaan suuntaan on prosessi, jota ei kuitata valistuskampanjalla tai kahdella.

Pakarinen vakuuttaa, että panimoteollisuus suhtautuu vakavasti alkoholin väärinkäyttöön ja siitä aiheutuviin ongelmiin. Ala pyrkii edistämään kohtuukäyttöä valistuksella, tutkimuksella ja tiedottamisella. Panimoliiton jäsenyritykset ovat sitoutuneet vastuulliseen alkoholimainontaan – ja liiton omavalvonta on tiukempaa kuin viranomaisen.

Jos tarkastellaan vastuullisuuden toteutumista laajemmin – koko matkailu- ja ravintola-alan kentällä – huomataan, että käytännöt eivät ole yhdestä muotista. Tämä johtuu siitä, että toimijatkaan eivät ole: yrityksiä on pienistä yhden hengen kioskeista isoihin kansainvälisiin toimijoihin. Vastuullisuuteen vaikuttaa yrityksen koon lisäksi sen toimintaympäristö. Tunnusomaista alan vastuullisuudelle on, että se on konkreettista ja yhteydessä jokapäiväiseen liiketoimintaan.

Apuakin on saatavilla. Esimerkiksi Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa tukee ja neuvoo jäsenyrityksiään vastuullisuusasioissa – ja itse asiassa jäseneksi hyväksytään ainoastaan yritys, joka on huolehtinut viranomaisvelvoitteistaan.

MaRa on kehittänyt – yhteistyössä viranomaisten ja sidosryhmien kanssa – lukuisia vastuullisuutta tukevia käytänteitä ja liittynyt esimerkiksi Energiatehokkuussopimukseen.

Tällä hetkellä Suomessa on käynnissä energiatehokkuussopimuskausi vuosille 2017–2025. Energiatehokkuussopimukset ovat tärkeä osa Suomen energia- ja ilmastostrategiaa ja ensisijainen keino edistää energian tehokasta käyttöä Suomessa. Lisäksi Suomi on yksi niistä harvoista Euroopan maista, joissa vapaaehtoinen energiatehokkuussopimusmenettely todella toimii ja tuottaa tulosta.

MaRa on tehnyt hartiavoimin töitä myös ruokahävikin vähentämiseksi. Ilmastonmuutoksen aikakaudella onkin irvokasta, että noin viidennes kaikesta ravintolaruuasta päätyy Suomessa jätteeksi. Koko maassa ravintola-alan ruokahävikki on massiiviset 75–85 miljoonaa kiloa vuodessa.

Hiilijalanjäljen lisäksi puhuttaa eurojalanjälki. Matkailu- ja ravintola-ala tuo valtiolle verotuloja 5,2 miljardia euroa vuodessa, ja matkailu on ainoa vientiala, joka maksaa Suomeen myös arvonlisäveron.

Verojen osuus alan liikevaihdosta on tunnetusti suuri. Esimerkiksi ravintolassa nautittu ateria työllistää ja tuo verotuloja moninkertaisesti ruokakaupasta hankittuun ateriaan verrattuna. MaRan mukaan ravintolaillallisen hinnassa on veroja 28 prosenttia ja henkilöstökulujen osuus ravintoloiden liikevaihdosta on 35–40 prosenttia.

Matkailu- ja ravintola-alan yritykset maksavat käytännössä kaikki veronsa Suomeen. Vastuullisesti toimiva yritys maksaa veronsa ja hoitaa myös muut yhteiskunnalliset velvoitteensa. Tämä on lähtökohta silloin, kun puhutaan toimialan taloudellisesta jalanjäljestä.

Ravintola-alan ”pimeä puoli” on totta sekin. Harmaa talous on tyypillisesti veronkiertoa, ohimyyntiä ja pimeästi maksettuja palkkoja. Viranomaisarvioiden mukaan noin 10 prosenttia ravintola-alan liikevaihdosta on harmaan talouden piirissä.

Vastuunkantajia ei ole koskaan liikaa.

JUSSI SINKKO

PRORESTO
horeca-alan ammattilehti

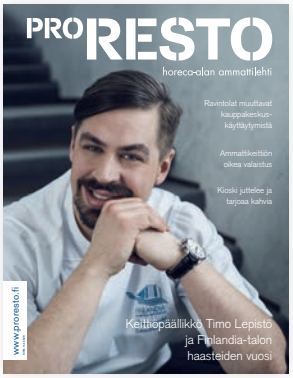
Lukeaksesi sähköisen proreston klikkaa itsesi osoitteeseen:
www.proresto.fi

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

TILAA PRORESTO KESTOTILAUKSENA HINTAAN 29 € / VUOSI

Hinta sisältää alv 10 %.
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

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

PRORESTO

VASTUU EKA, VASTUU VIKA

RIIKKA PAKARINEN LUOTSAA PANIMOLIITTOA 2020-LUVULLE

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: PANIMO- JA VIRVOITUSJUOMATEOLLISUUSLIITTO RY

Panimoliitto sai ärhäkkään ja sanavalmiin vetäjän, kun ex-meppi Riikka Pakarinen aloitti toimitusjohtajana vuoden alussa. Pakarinen kertoo, että ensimmäinen puoli vuotta on ollut sopivan kiireistä: oppimista on ollut paljon, etenkin henkilölle, joka ei tunne kotimaista elintarvikealaa entuudestaan kovin hyvin.

”ALA ON TODELLA mielenkiintoinen, koska se tulee niin vahvasti asiakasrajapintaan ja osaksi ihmisten elämää. Lisäksi alkoholin ympärillä käytävä keskustelu herättää tunteita laidasta laitaan”, toteaa Pakarinen.

Uuden toimitusjohtajan alaisuudessa Panimoliitto lähti myös uusimaan strategiaansa. Yhteisvastuu, oikeudentunto ja vastuu Suomesta ja suomalaisista nousivat keskeiseen asemaan strategiatyössä – ja panokset ovat kovat, myöntää Pakarinen.

”Meillä panimoteollisuus työllistää 20 000 ihmistä, kun mukaan lasketaan alkuteollisuus ja tehtaat.”

Ei kaikkia paukkuja lillukanvarsiin

Pakarinen haluaa painottaa yhteiskunnallista vastuuta: keskustelu pitäisi johtaa alkoholiongelman taustalla oleviin syihin, oli se sitten yksinäisyys, turvattomuus tai sisäinen pahaolo. Hänen mukaansa Panimoliitto haluaa olla tässä yhteiskunnallisessa keskustelussa yhä enemmän mukana ja kantaa vastuuta puuttumalla pahaa oloa aiheuttaviin juurisyihin.

”Se, tuleeko kaljatölkin hintaan vaikkapa 50 sentin korotus, ei varmasti poista ongelmaa silloin kun puhutaan ihmisistä, jotka täyttävät sisällään olevaa tyhjyyttä päihteiden avulla”, Pakarinen heittää esimerkin.

Kysymys siitä, miksi Jeppe juo, on ikiaikainen, eikä varmasti väisty kansallisesta debatista ihan pian. Pakarinen näkee kuitenkin paljon hyviä trendejä, jotka muokkaavat härmäläistä alkoholikulttuuria: suomalaiset ovat entistä vastuullisempia alkoholin kuluttajia ja nuoret käyttävät entistä vähemmän alkoholia.

”Tällä hetkellä puolet panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden tuotteista on alkoholittomia, ja alkoholittoman oluen myynti kasvaa prosentuaalisesti eniten.”

Mitä teet, regulaattori?

Mutta vaikka kansalaiset – nuoriso etunenässä – ovat fiksua porukkaa, lainsäätäjän toimia Pakarinen ihmettelee useampaankin otteeseen. Esimerkiksi oluen verotus on meillä EU:n korkein, vaikka ohjaava verotus alkoholijuomien sisällä miedompaan päähän voisi tuoda ratkaisua alkoholiongelmaan.

Panimoliiton kanta tässä asiassa on kossunkirkas: verotuksen pitäisi ohjata kulutusta kohti miedompia juomia. Nykyiset luvut kuitenkin juoksevat vastavirtaan tavoitteisiin nähden: miedosta (< 20%) viinilitrasta veron osuus on 0,31 euroa alkoholitilavuusprosenttia kohden, väkevän viinin (>21%) 0,35 euroa. Oluen (< 5,5 %) osuus on 0,37 euroa, siiderin (< 4,7 %) 0,41 euroa.

”Meillä tilanne on nyt se, että olutta yliverotetaan, viiniä aliverotetaan”, Pakarinen vertailee. Oluen myynti on Suomessa vähentynyt useita vuosia peräkkäin.

Suomi on kolmantena EU-maiden joukossa vertailtaessa verotuksen pienintä ohjaavuutta. ”Tämä on iso epäkohta enkä näe sille mitään perusteita”, Pakarinen napauttaa.

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton toimitusjohtaja Riikka Pakarinen harmittelee että, vuosi toisensa jälkeen panimo- ja virvoitusjuoma-alaa pidetään maksuautomaattina ilman, että pohditaan laajemmin vaikutuksia suomalaiseen työllisyyteen ja teollisuuteen kokonaisuutena.

”Suomalaiset ovat entistä vastuullisempia alkoholin kuluttajia.

Ohjaavan alkoholiverotuksen ykkösmaa on Saksa, joka ei verota kotimaista olutta ollenkaan. ”Olut katsotaan siellä elintarvikkeeksi ja kotimaisen teollisuuden tukemista pidetään tärkeänä.” Vastaavasti perinteiset viinimaat – kuten Portugali ja Espanja – eivät nekään verota viinejään.

Kun maksuautomaatin mitta täyttyi

Uusi hallitus ei sekään kerää kehuja uudelta toimitusjohtajalta. Pakarisen mukaan Rinteen hallitusohjelmassa panimotuotteista ja virvoitusjuomista on tehty – jälleen kerran – lypsylehmä.

”Tämänkertainen alkoholiveron nosto ei ole mitenkään perusteltua. Vuosi toisensa jälkeen panimo- ja virvoitusjuomaalaa pidetään maksuautomaattina ilman, että pohditaan laajemmin vaikutuksia suomalaiseen työllisyyteen ja teollisuuteen kokonaisuutena”, Pakarinen harmittelee.

Panimoliitto on hyvin huolissaan alkoholiveron nostamisesta tilanteessa, jossa Viro laskee alkoholiverotusta 25% ja Latvia 15%. Suomessa esimerkiksi oluen verotus on kaksinkertainen Viroon verrattuna ja yli 8-kertainen Latviaan verrattuna. Panimoliiton mielestä kipuraja tuli ja meni jo: olutveroa ei yksinkertaisesti voi enää nostaa.

”Hallitusohjelmassa mainitaan erikseen, että alkoholiveron osalta tuonnin kehitystä seurataan tarkasti. Tämä on erittäin tärkeä ja hyvä kirjaus. Jatkon kannalta on keskeistä, että näin myös toimitaan”, Pakarinen vaatii.

> **”Tämänkertainen alkoholiveron nosto ei ole mitenkään perusteltua.**

Makeaa elämää

”Oikeudenmukaisuuden pitäisi näkyä nykyistä paremmin myös virvoitusjuomien verotuksessa”, toteaa Pakarinen. Hän muistuttaa, että ihmisten sokerinsaannista noin kolme prosenttia tulee virvoitusjuomista – ei sen enempää.

”Tällä hetkellä verotetaan ainoastaan virvoitusjuomia, jotka ovat kuitenkin marginaalisessa roolissa, kun puhutaan ihmisten sokerin saannin lähteistä.” Hänen mukaansa epäjohdonmukaista on myös se, että sokerittomat juomat kuten vedet ja kivennäisvedet ovat niin ikään virvoitusjuomaveron piirissä.

”Kuitenkaan kahvia, maitoa ja teetä ei meillä veroteta. Tätä taustaa vasten voisi ajatella, että ainakin vedet pitäisi saada pois virvoitusjuomaveron alaisuudesta.”

KUVA: PIXABAY

Juomista pahin

Yksi pieni – mutta terävä – kivi toimitusjohtajan kengässä on pahamaineiset energiajuomat. Niiden demonisointi on mennyt Pakarisen mielestä jo liian pitkälle.

”Tutkimusten mukaan 10–18-vuotiaiden kofeiininsaannista kuusi prosenttia tulee energiajuomista. Ne eivät ole sellaisen kokoluokan ongelma kuin uskotellaan”, hän toppuuttelee.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL) on suosittanut ja suosittaa edelleen – viimevuotiseen tutkimukseensa nojaten – että vähittäiskaupat eivät myy energiajuomia alle 15-vuotiaille. Useat kaupat ovatkin alkaneet noudattaa suositusta ja rajoittaneet energiajuomien myyntiä lapsille.

”Ala säätelee hyvin tarkasti, että energiajuomat eivät päädy pienten lasten käsiin, minne ne eivät kuulu”, linjaa Pakarinen.

Oma ennakkotarkastus mainoksille

Pakarinen puhuu ”vapaaehtoisesta vastuullisuudesta”, jossa toimiala tunnistaa kipukohtia ja keksii itse niihin toimivia ratkaisuja. Välillä panimoala on regulaattoriakin kovempi vahtikoira, kuten on huomattu esimerkiksi mainonnan ja markkinoinnin suhteen.

Panimoalan yritykset ovat nimittäin itse säädelleet omaa mainontaansa jo vuosia. Jäsenyritykset noudattavat lakiakin tiukempaa sääntelyä ja ovat perustaneet oman ennakkotarkastustoimikunnan vuonna 2011. Toimikunta mm. tarkastaa kaikki Panimoliiton jäsenyritysten alkoholijuomien televisiomainokset ennen julkista esitystä.

Vihreä linja pitää

Vastuullisuuteen kuuluvat tietenkin myös ympäristöasiat. Pakarisen mukaan Suomen panimo- ja virvoitusjuomateollisuudessa ympäristöystävällisyys on ”kansainvälistä huipputasoa” ja yhteistyötä tehdään pakkausteollisuuden kanssa kestävän kehityksen periaatteet mielessä. Esimerkiksi juomapakkausten kierrätys syntyi Suomeen alun perin juuri panimoteollisuuden ansiosta, sillä kierrätettävä pakkaus on koko bisneksen perusta.

”Vahvuuksiin lukeutuvat myös puhdas suomalainen vesi – ja muut kotimaiset raaka-aineet – sekä erilaiset energiansäästötoimet.”

Lisäksi Pakarinen tuo esille vapaaehtoisuuteen perustuvat ainesosaluettelot ja ravintoainemerkinnät. Laki ei tätä edellytä, mutta jäsenyritykset ovat jo vuosia lisänneet ne olut-, siideri- ja lonkerotuotteisiinsa. ■

KUVA: PIXABAY

”Oikeudenmukaisuuden pitäisi näkyä nykyistä paremmin myös virvoitusjuomien verotuksessa.

SUURI SIIDERISOTA

TULLI PELÄSTYTTI kansalaiset – ja panimoteollisuuden – kesäkuussa, kun se ilmoitti, että suomalaiskuluttajille tutut maustetut siiderit ja käymispohjaiset long drink -juomat tullaan vastaisuudessa luokittelemaan korkeamman valmisteveron tulliluokkaan.

Aiemmin esimerkiksi mansikalta tai mustikalta maistuvat siiderit oli luokiteltu tulliluokkaan 2206, ja nyt juomat olivat vaarassa joutua luokkaan 2208. Tämä tarkoitti, että tuotteen alkoholipitoisuudesta riippuen vero voisi nousta jopa 40 prosenttia.

Toimialalla ehdittiin povata jo kyseisten suomalaistuotteiden valmistuksen loppumista ja niiden katoamista kaupan ja ravintoloiden tarjonnasta, kun Tulli jo veti ”juhannusyllätyksensä” pois.

Tullin täsmennyksen mukaan ”hedelmästä, kasvista tai muusta luonnontuotteesta käymisteitse valmistetut juomat kuuluvat yleensä edelleen nimikkeeseen 2206, jos niiden alkoholipohjaa (esimerkiksi rypäle- tai omenaviini) ei ole ultrasuodatettu eikä tuotteeseen ole lisätty etyylialkoholia”. Tämä tarkoittaa, että makusiiderit ja -lonkerot säilyvät luokassa 2206 ja siiderisota kuivui kokoon.

”Tullin uusi linjanveto saatiin torpattua alkuunsa ja siitä täytyy olla tosi iloinen. On hienoa, että Tulli pystyi muuttamaan omaa tulkintaansa”, toteaa helpottunut Riikka Pakarinen.

Pakarinen ja Panimoliitto olivat luonnollisesti barrikadeilla heti alkuperäisen ukaasin iskiessä ja ihmettelivät, miksi Tullin piti vetää niin kovaa linjaa EU-asetuksen jalkautuksessa. EU:n asetuksissa on yleensä kansallista tulkintavaraa, mutta Tulli veti kaikki löysät pois panimoalan selväksi vahingoksi.

Kun Tulli sitten perääntyi vanhoihin asemiinsa, panimobisneksellä oli syytä korkata – ainakin noin kuvainnollisesti.

”Jatkossa tulemme tiivistämään yhteistyötä Tullin kanssa entisestään, jotta vastaavaa ei pääse tapahtumaan aivan helposti”, Pakarinen toteaa. ■

MEPISTÄ TULI PANIMOPOMO

RIIKKA PAKARINEN aloitti Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton toimitusjohtajana vuoden 2019 alussa. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry on olutta, siideriä ja long drink -juomia sekä virvoitusjuomia ja kivennäisvesiä valmistavan kotimaisen elinkeinon edunvalvoja, joka edustaa yhtä maamme vanhimmista teollisuudenaloista.

Pakarinen toimi Euroopan parlamentin jäsenenä vuosina 2009–2014. EU:n Maatalousvaliokunnan toiminnassa Pakarinen oli paljon tekemisissä alkutuotannon kanssa ja kokee nyt uudessa toimessaan hyvin tärkeäksi suomalaisen maatalouden kannattavuuden turvaamisen. Vastuullisuuselementtejä Pakarinen on pohtinut jo aiemmin EU:n Ympäristö- ja elintarviketurvallisuus -valiokunnassa.

”Ennen minua lobattiin, nyt lobbaan minä”, Pakarinen kuvailee alanvaihtoa. ■

SUOMESTA

VUORAA GN-ASTIA
VUOKAPAPERILLA

+1

SAGA Vuokapaperilla
- ruoka on mehevää reunasta reunaan
- ruoka ei pala kiinni vuoan reunoihin
- ruokahävikki vähenee
- säästät yhden ruoka-annoksen jokaista GN 1/1-vuokaa kohden

SAGA Vuokapaperin hyödyt
- helppo ja nopea ottaa käyttöön
- vahva ja kosteudenkestävä
- biohajoava ja kompostoituva
- pitää GN-vuoan puhtaampana
- tehostaa pesua ja säästää aikaa

GN 1/1 PLUS
GN 1/1
GN 1/2

3 kätevää kokoa

Pieniä ihmeitä keittiössä
SAGA®
www.sagacook.com

KAUNIS KATTAUS TUO HYMYN HUULILLE

TEKSTI: MERJA MAUKONEN
KUVAT: FIBLON

Viehättävään kattaukseen kuuluvat astiaston lisäksi huolellisesti valitut lautasliinat. Hyödyntämällä värejä ja liinojen taittelua lautasliinat samalla somistavat kattauksen ja viestivät ravintolan arvomaailmasta. Käyttötarkoitukseensa sopiva lautasliina on vastuullinen valinta.

”Ravintolan visuaaliseen ilmeeseen panostaminen on keino erottua kilpailijoista.

”Kattaus ja koristelu on onnistunut, kun ravintolaan astuvan asiakkaan huulille nousee hymy”, sanoo lautasliinatehdas Fiblonin brändi- ja viestintäjohtaja Anne Ekberg.

RAVINTOLA-ALALLA ELÄMYSTEN tuottaminen asiakkaille on yhä vahvemmassa roolissa. Onnistuneeseen ravintola-elämykseen kuuluvat hyvän ruoan lisäksi asiantunteva ja ystävällinen palvelu, miellyttävä ääniympäristö ja ravintolan visuaalinen ilme.

”Ravintolaan mennessä ollaan kriittisiä, mikä haastaa ravintoloita kehittämään konseptiaan jatkuvasti paremmaksi”, sanoo lautasliinatehdas Fiblonin brändi- ja viestintäjohtaja Anne Ekberg.

Ravintolan visuaaliseen ilmeeseen panostaminen on keino erottua kilpailijoista, ja kauniilla kattauksella luodaan esteettisiä elämyksiä.

”Viehättävä kattaus viimeisteillään persoonallisilla ja tarkoitukseensa sopivilla servieteillä”, Ekberg kuvailee.

Kattauksella voidaan korostaa ravintolan toiminta-ajatusta ja tuoda näkyviin ravintolalle oleelliset elementit. Esimerkiksi kala- ja äyriäisravintolassa sisustus ja kattaus voidaan suunnitella meren läheisiksi.

”Kattauksella ohjataan ravintola-asiakkaan ajatukset ravintolan teemaan ja vahvistetaan elämystä. Kaunis kattaus ja visuaalinen ilme jäävät asiakkaan mieleen”, sanoo Ekberg.

Kattaus suunnitellaan ravintolan tyylin ja ravintola-asiakkaiden odotusten mukaisesti. Lounasravintolassa visuaalinen ilme on erilainen kuin fine dining -paikassa.

Väreillä luodaan tunnelmaa

Värit vaikuttavat tilan tunnelmaan ja ravintola-asiakkaiden sekä henkilökunnan tunnetiloihin ja hyvinvointiin. Väritrendit

ovat nyt menossa kirkkaampaan, vahvempaan ja leikkisämpään suuntaan, ja noususssa ovat myös odottamattomat väriyhdistelmät.

Väriteemoilla voidaan korostaa esimerkiksi itseilmaisua, luovuutta, inhimillisyyttä tai yksilöllisyyttä. Lautasliinan valinnassa ei välttämättä kannata tarttua suoraan trendeihin, vaan pohtia liinan käyttötarkoitusta ja ravintolan ilmettä.

”Lautasliinoja valitessa kannattaa huomioida värimaailman yhteensopivuus ravintolan brändin kanssa”, Ekberg sanoo.

Tunnelmaan voi vaikuttaa käyttämällä saman värin eri sävyjä tai vastavärejä. Lautasliinojen väritystä vaihtelemalla kattaukseen voi luoda kausittaista vaihtelua, muokata tunnelmaa tilaisuuteen sopivaksi, vahvistaa ravintolan brändiä ja tuoda iloa ravintola-asiakkaille.

”Sesongeittain vaihtuvan värimaailman täyttä potentiaalia ei vielä hyödynnetä”, Ekberg pohtii.

Lautasliina on nopeasti kiertävä tuote, joten servieteillä on helppoa ja nopeaa kokeilla eri värien toimivuutta kattauksessa.

Lautasliinoja voi käyttää ravintolatilan ja kattauksen koristeena, jolloin koristeluun ei tarvitse erikseen hankkia kertakäyttöisiä materiaaleja. Liinat voi taitella vaikkapa kukan mallisiksi tai pom pom -palloiksi.

”Kattaus ja koristelu on onnistunut, kun ravintolaan astuvan asiakkaan huulille nousee hymy”, sanoo Ekberg.

Somistamisen ja visuaalisuuden lisäksi lautasliinat voivat helpottaa ravintolan arkea. Esimerkiksi ravintoloissa, joissa käy paljon ryhmiä, voidaan eri ryhmien pöydät merkitä eri värisillä lautasliinoilla. Tällöin asiakkaiden ohjaaminen pöytiin helpottuu ja nopeutuu.

Lautasliina viestintävälineenä

Sylin suojaamisen, suupielien pyyhkimisen ja esteettisen elementin lisäksi lautasliinaa voi käyttää viestintävälineenä.

”Fiblon on erikoistunut personoitujen lautasliinojen valmistukseen. Sopivan tuotteen valinta tapahtuu vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa”, Ekberg kertoo.

Ravintola-asiakkaat jakavat usein annoskuvia sosiaalisessa mediassa, ja lautasliina on tavallisesti kuvissa mukana osana kattausta. Personoitu ja hyvin brändätty lautasliina liittää annoskuvan ravintolaan.

”Sosiaaliseen mediaan jaetut kuvat mainostavat ja suosittelevat ravintolaa”, sanoo Ekberg.

Personoidulla liinalla ravintola voi tuoda esiin omaa viestiään asiakaskunnalle. Lautasliinaa tulee katsottua useita kertoja ruokailun aikana, joten viesti painuu tehokkaasti ravintola-asiakkaan mieleen.

”Ravintolan logon painaminen lautasliinaan alkaa olla mennyttä maailmaa. Nykyään liinalla voi viestiä vaikkapa vastuullisuudesta”, Ekberg sanoo.

Personoidulla servietillä voidaan kertoa asiakkaille ravintolan arvoista ja ajatusmaailmasta. Esimerkiksi UniCafe viestii liinalla organisaation arvoista, kierrätettävyydestä ja ympäristöystävällisyydestä. Käyttämällä lautasliinaa viestintävälineenä sen muiden käyttötarkoitusten lisäksi tuote muutetaan kustannuksesta lisäarvoksi.

”Fiblonin personoidut lautasliinat voi tilata myös valmiiksi taiteltuina, jolloin henkilökunnalle jää enemmän aikaa asiakkaiden huomioimiseen”, Ekberg kertoo.

Vastuullinen valinta

Kertakäyttöisen tuotteen kohdalla saatetaan ajatella, että materiaalivalinta tekee siitä vastuullisen. Kertakäyttöliinat ovat tyypillisesti biohajoavia, jolloin materiaalivalinta on ympäristövastuullinen.

”Kierrätetyn materiaalin sijasta Suomen sertifioiduista metsistä saatava lautasliinamateriaali on vastuullisempi valinta, koska logistiset kustannukset ja kuljetuspäästöt jäävät pienemmiksi. Tärkeämpää on pohtia, käytetäänkö liinoja tarkoituksen mukaisesti”, sanoo Ekberg.

Lautasliina on sopiva ja oikein valittu, kun ravintola-asiakas kokee yhden liinan riittävän sen sijaan, että asiakas ottaisi varmuuden vuoksi useita. Tuotteesta tulee helposti suoraan hävikkiä, mikäli ravintolassa lautasliinaan suhtaudutaan vain kustannuseränä.

”Jos liina ei sovi käyttötarkoitukseensa se laitetaan pahimmillaan käyttämättömänä suoraan pois”, Ekberg harmittelee.

Kokonaiskulutus ja hävikin määrä kasvavat, mikäli liina on liian pieni tai sen imukyky on huono. Vastuullisuus syntyy kokonaisuudesta. ■

KEITTIÖ ON TÄYNNÄ KIIRETTÄ JA TERÄVIÄ VEITSIÄ...

Tiesitkö, että Työturvallisuuslain 46§ edellyttää ensiapuvalmiuden ylläpitämistä sinunkin työpaikallasi; olosuhteisiin nähden asianmukaista ensiapuvarustusta, riittävästi ensiaputaitoisia henkilöitä sekä toimintaohjeet onnettomuustilanteissa?

KEITTIÖN TYYPILLISIÄ tapaturmia ovat viiltohaavat, palovammat ja liukastumiset. Kun vahinko sattuu, on tärkeää, että ensiaputarvikkeet ovat käden ulottuvilla ja saat ensiapua välittömästi. Siksi keittiöstä tulisi aina löytyä asianmukainen ensiapupiste, esimerkiksi Cederroth Ensiapuasema Pro, josta laastareiden lisäksi löytyy myös riittävästi sidostarvikkeita sekä jäähdyttävät palovammatuotteet. Varaudu myös pesukemikaaliroiskeiden ensiapuun neutraloivilla Cederroth silmänhuuhtelupulloilla.

Tämän vuoden uutuutena on ensiapuasemaa täydentämään lanseerattu **Cederroth Haavanhoitoautomaatti Blue**, joka sisältää kätevästi kaiken, mitä tarvitset pienten haavojen nopeaan ensiapuun. Haavanhoitoautomaatti Blue on suunniteltu erityisesti keittiöihin sekä elintarvikealan työpaikoille, joissa pienet haavat ovat arkea. Haavanhoitoautomaatin tuotteet on pakattu läpinäkyvän kannen alle, joten ne ovat hyvin näkyvillä, mutta suojassa keittiön kosteudelta ja roiskeilta.

Cederroth Haavanhoitoautomaatti Blue on sijoitettavissa juuri niihin työpisteisiin, missä viiltohaavojen riski on suurin. Siitä löytyy mm. kolmea erikokoista sinistä muovilaastaria, joista yksi on sormenpäälaastari. Siniset, erittäin joustavat ja hyvin kiinnittyvät muovilaastarit on helppo havaita, jos ne joutuvat elintarvikkeiden joukkoon. Laastarit ovat myös jäljitettävissä useimmissa metallinpaljastimissa.

Haavanhoitoautomaatista löytyy lisäksi liimaton, itsekiinnittyvä ja kosteissakin olosuhteissa hyvin pysyvä Soft-laastari, josta leikkurin avulla leikataan tarvittavan pituinen pala. Runsas valikoima erityyppisiä laastareita varmistaa, että niitä riittää pidempään. Haavanhoitoautomaatti Bluen helppoa ja nopeaa käyttöä täydentää myös yksittäispakatut haavapyyhkeet. ■

Lisätietoa tuotteista löydät: www.cederroth.com/fi

KUVA: SANTERI STENVALL

Mikko Kaukonen

KUVA: OSCAR GRANQVIST

Kalle Tanner

BOCUSE D'OR -EDUSTAJUUDESTA KISATAAN VIINI JA RUOKA 2019 -MESSUILLA

TEKSTI: MERJA MAUKONEN

Suomen edustaja maailman arvostetuimpaan kokkikilpailuun valitaan lokakuussa Viini ja Ruoka 2019 -messuilla. Bocuse d'Or -edustajan paikasta kisakaudelle 2019–2021 kilpailee neljä alan rautaista ammattilaista. Suomen karsinnat voittavalla kandidaatilla on edessään yhdestä kahteen vuotta täysipäiväistä harjoittelua.

KUVA: ANTTI LEINO

Erik Mansikka

KUVA: LILI ERMEZEI

Tommi Tuominen

”Odotukseni tämän vuoden kilpailijoita kohtaan ovat korkeat.

ARVOSTETTU KANSAINVÄLINEN kokkikilpailu Bocuse d’Or järjestetään kahden vuoden välein Ranskan Lyonissa. Kilpailuun osallistuu edustajia 24 maasta. Kilpailua on järjestetty vuodesta 1987 alkaen ja Suomi on ollut kisassa mukana vuodesta 1991 lähtien.

Suomen Bocuse d’Or -karsinnat alkavalle kisakaudelle järjestetään 26.10.2019 Viini ja Ruoka 2019 -messuilla, ja tapahtuma on yleisölle avoin. Karsinnan voittaneella edustajalla on edessään tiukka harjoitterurupeama kesäkuussa 2020 Tallinnassa järjestettäviin Euroopan karsintoihin. Eri maanosien karsinnoista jatkoon päässeet kisaavat Lyonissa tammikuussa 2021.

”Odotukseni tämän vuoden kilpailijoita kohtaan ovat korkeat”, sanoo keittiömestari Matti Jämsén.

Jämsén toimii Bocuse d’Or Team Finlandin presidenttinä sekä kilpailussa Suomen tuomarina. Hänellä on vuosikymmenen kokemus kilpailusta ensin Suomen edustajana ja sittemmin valmentajana, presidenttinä ja tuomarina.

Suomen kilpailuvati Bocuse d'Or 2019 -kilpailuissa. Suunnittelijat Niko Mankinen & Jinghua Zeng.

KUVA: ELO-SÄÄTIÖ / KIM ÖHMAN

"Presidentti vastaa Suomen joukkueen oikeuksista ja julkisuuskuvasta. Tuomarina toimiminen on presidentin tehtävien paras osuus", Jämsén kertoo.

Jämsén on tähän mennessä Suomen menestynein kilpailija, joka sijoittui kilpailussa viidenneksi vuonna 2011 ja neljänneksi vuonna 2015.

"Kilpailuun osallistuminen kandidaattina on auttanut valtavasti joukkueen valmentajan ja presidentin roolissa toimimista. Omien kokemusten myötä edustajalle pystyy tuomaan oikeaa ja ajantasaista tietoa, jonka avulla edustaja voi menestyä", Jämsén kuvailee.

"Voittaminen on unelma, jonka takia kisaan hakeudutaan mukaan.

Neljä suomalaisen keittiömaailman kärkinimeä

Viini ja Ruoka 2019 -messuilla kisakeittiöissä nähdään Mikko Kaukonen Food Camp Finlandista, Erik Mansikka ravintola Kaskiksesta, Tommi Tuominen ravintola Demosta ja freelance-yrittäjä Kalle Tanner. Kaukonen, Tanner ja Mansikka ovat voittaneet Vuoden Kokki -kilpailun, ja Tanner ja Tuominen ovat olleet Suomen Bocuse d'Or -joukkueessa aiemmin, mutta eivät edustajan roolissa.

"Vuoden Kokki -kilpailu on hyvä ponnahduslauta Bocuse d'Or -kisaan", Jämsén sanoo.

Jämsénin mukaan Kaukosella on eniten kilpailukokemusta. Tanner on kisannut vähemmän, mutta tuntee Bocuse d'Or -kilpailun kakkosvalmentajan roolissa, ja Tuominen on kokenut kokki, joka on toiminut kilpailussa valmentajana. Mansikan luotsaamat ravintolat Kaskis ja Kakolanruusu antavat hänelle perspektiiviä kisaamiseen.

Kilpailukokemus auttaa edustajaa ymmärtämään, mitä edustajana toimiminen vaatii. Tämän vuoden kisaan ei järjestetty esikarsintaa, sillä kaikki neljä hakijaa ovat ammattilaisia, jotka tietävät, mihin ovat ryhtymässä.

"Edustaminen vaatii ruoanlaittotaidon lisäksi sosiaalisia taitoja ja joukkuehengen luomista. Tämän vuoden edustajan paikasta kisaavista on mahdotonta nimetä ennakkosuosikkia, sillä kilpailijoiden taso on korkea", sanoo Jämsén.

Bocuse d'Or -kilpailun voittaja on kahden vuoden ajan maailman paras yksittäinen kokki, ja voittajan ura saa valtavaa nostetta. Voittaja voi valita vapaasti missä haluaa työskennellä.

"Voittaminen on unelma, jonka takia kisaan hakeudutaan mukaan. Olisi upea suoritus päästä kolmen parhaan joukkoon", Jämsén sanoo.

Joukkue treenaa päätoimisesti

Kilpailujoukkueen muodostavat edustaja eli kandidaatti, assistentti, valmentaja ja presidentti. Suomen joukkueen toiminta on kehittynyt ammattimaiseksi viimeisen vuosikymmenen aikana.

"Osallistuessani kilpailuun Suomen edustajana vuonna 2009 toiminta oli vielä lapsenkengissä. Minä ja assistenttini Ismo Sipeläinen saimme juuri ja juuri kasaan budjetin, jonka turvin harjoittelimme ja valmistauduimme täysipäiväisesti. Kaikesta oli säästettävä. ELO-säätiö on kehittynyt sittemmin valtavasti", Jämsén sanoo.

Suomalaista ruokakulttuuria edistävä ELO-säätiö tukee stipendeillä edustajan kokopäiväistä valmistautumista kilpailuun. Ensimmäinen stipendi myönnetään Suomen karsinnan voittajalle ja seuraavan saa, mikäli pääsee jatkoon Euroopan karsinnoista.

"Ennen omaa osallistumistani kandidaatti tavallisesti harjoitteli päivätyönsä ohella. Nykyään edustaja harjoittelee kahden vuoden ajan kokopäiväisesti, ja organisaatiomme alkaa olla jo muiden pohjoismaiden tasolla", kertoo Jämsén.

KUVA: ELO-SÄÄTIÖ / SANTERI STENVALL

Bocuse d'Or Team Finlandin presidentti ja keittiömestari Matti Jämsén sanoo, että edustaminen vaatii ruoanlaittotaidon lisäksi sosiaalisia taitoja ja joukkuehengen luomista. Tämän vuoden edustajan paikasta kisaavista on mahdotonta nimetä ennakkosuosikkia, sillä kilpailijoiden taso on korkea.

Kisassa valmistetaan kaksi kilpailuruokaa, jotka ovat tavallisesti liha- ja kala-annokset. Raaka-aineet kerrotaan joukkueille vasta noin 5–6 kuukautta ennen kilpailua, joten siihen saakka annoksia voi vain spekuloida. Vuonna 2017 koettiin yllätys, kun kala-annos korvattiin vegaanisella annoksella.

Harjoittelu edellyttää pitkäjänteistä työskentelyä. Edustaja hioo annoksia yhä paremmiksi siten, että ehtii valmistamaan 5 tunnin ja 35 minuutin aikarajan puitteissa. Aikaraja on tiukka, sillä valmistamiseen kuuluu useita kymmeniä erilaisia tekniikoita ja ainesosia.

"Raaka-aineille on löydettävä parhaat mahdolliset valmistustavat, esillelaitot ja väriyhdistelmät siten, että vati on käytännöllinen, näyttävän näköinen, maistuva ja nykypäivän vaatimusten mukaisesti pohjoismaisittain vaatimaton ja yksinkertainen", Jämsén kuvailee.

Vadit suunnitellaan yhteistyössä arkkitehtien ja taiteilijoiden kanssa. Lisäksi harjoitellessa kandidaatin ja assistentin yhteistyö hioutuu saumattomaksi. ■

Sabores Bistron ravintoloitsijoille Marco Kaasiselle (vas.) ja Jukka-Pekka Viita-aholle kerran vuodessa järjestettävä Ruta de la Tapa -kilpailun voitto tuli täysin yllätyksenä.

SINIVALKOINEN TAPAS-HERKKU PESI PAIKALLISET

SKANDIRUOKAA TARJOILEVA SABORES BISTRO NAPPASI YKKÖSSIJAN TORREMOLINOKSEN PERINTEISESSÄ TAPAS-KILPAILUSSA

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: SABORES BISTRO

Kun suomalaiset ravintoloitsijat Jukka-Pekka Viita-aho ja Marco Kaasinen päättivät laittaa pystyyn skandinaavista ruokaa tarjoavan bistron Espanjan Torremolinokseen vuonna 2016, he arvelivat, että vastaan voi tulla kaikenlaista. Sitä he eivät kuitenkaan mitenkään voineet arvata ennalta, että kolmen vuoden päästä kaksikko juhlisi umpiespanjalaisen tapas-kisan voittoa – ja rannalle ruikuttamaan jäi 54 paikallista ravintolaa.

MUTTA EI MENNÄ asioiden esille. Ennen kuin suomalaisravintolasta sukeutui tapas-mestari, oli tapahtunut jo vaikka mitä. Kaasinen ja Viita-aho olivat esimerkiksi vierailleet Kuppilat kuntoon, Jyrki Sukula! -ohjelmassa helmikuussa 2018. Kyseinen jakso jäi mieleen kipakasta sananvaihdosta, kun maestro Sukula kritisoi miesten ”käyntiä yhdellä” ennen uudistetun ravintolan avaamista – eikä voimasanoiltakaan vältytty.

Jukka-Pekka Viita-ahon mukaan Sukula oli hyvinkin hyödyllinen piiskuri, jolle kuuluu iso kiitos ravintolakonseptin kirkastamisesta.

”Kun aloimme tehdä tätä hommaa, meillä oli hieno konsepti, joka lähti sitten menemään vähän metsään”, hän myöntää. ”Sukula palautti meidät taas oikealle tielle.”

”Meille tärkeintä on aina asiakkaiden tyytyväisyys ja iloinen mieli.

Rehti meininki

Calle Casablancalla sijaitseva Sabores Bistro syntyi perustajakaksikon halusta tarjota puhtaista ja tuoreista paikallisista raaka-aineista valmistettua ”konstailematonta ja rehtiä skandinaavista” ruokaa. Pieni ja intiimi kortteliravintola vannoo mutkattoman palvelun nimeen ja hoitaa pöytään maukkaat kasvis-, kala- ja lihamurkinat.

”Meille tärkeintä on aina asiakkaiden tyytyväisyys ja iloinen mieli”, linjaa Viita-aho.

Esimerkiksi erikoisruokavalioita noudattavat asiakkaat otetaan huomioon kaikin mahdollisin tavoin – ja mikäli menusta ei löydy sopivaa vaihtoehtoa, keittiö osaa myös improvisoida.

Linja pitää

Ravintolan hyvän startin jälkeen periaatteet olivat kuitenkin joutuneet hiukan unholaan, jolloin Sukulan ruoska tuli tarpeeseen. Ihan helpolla ei kaksikko kameroiden ristituleen kuitenkaan suostunut.

”Meitä nimenomaan pyydettiin Sukulan ohjelmaan mukaan. Kolme pitkää puhelua se vaati”, Viita-aho kertoo.

Sukulan peruja on uudenlainen suunnitelmallisuus: nyt ravintolassa on linjauksena, että ruokalista vaihdetaan kolme kertaa vuodessa. Näin saadaan asiakkaiden mielenkiinto pidettyä yllä ja keittiön väen motivaatio pysyy hyvänä, kun on uusia reseptejä tapetilla.

Tapas-kilpailun musta hevonen

Ryhtiliikkeen jälkeen alkoi kypsyä idea osallistumisesta Torremolinoksen kaupungin tapas-mittelöön eli Ruta de la Tapa -kilpailuun. Ruta de la Tapa on kerran vuodessa järjestettävä tapas-kilpailu, joka kestää 11 päivää. Asiakkaat päättävät kuka voittaa – ja äänestää saa vasta, kun on ruokaillut vähintään kymmenessä eri paikassa.

Saboreksella oli halua osallistua jo vuonna 2018, mutta byrokraattiset esteet torppasivat aikeet.

”Tänä vuonna olimme valmiit ja meillä oli laittaa kisaan tapas, jossa on sekä suomalaista että espanjalaista otetta.”

Sabores Bistron keittiössä oli loihdittu tapas, johon kuului appelsiinivinaigretella marinoitu endiivi ja salaatti, skagenia, lämminsavustettua lohta, yrttiruohosipuliöljyä, marinoitua punasipulia, pikkuperunaa sekä grillattu patonkiviipale.

”Olimme ottaneet omasta ruokalistasta makuja, joiden arvelimme sopivan tapakseen”, Viita-aho kertoo.

”Ei voi olla totta!”

Pian viidakkorumpu kantoi viestiä uudenlaisesta, sinivalkoisesta tapaksesta läpi Torremolinoksen ja väki tungeksi maistiaisiin. ”Teimme 11 päivän aikana 700 tapasta”, Viita-aho muistelee huhti- ja toukokuun saumaan sijoittunutta urakkaa.

Sabores Bistro nappasi samalla kerralla kaksi voittoa. Toinen tuli parhaasta tapaksesta ja toinen parhaasta palvelusta.

Lopulta itse voittokin tuli yllätyksenä. Viita-aho ja Kaasinen seisoivat hölmistyneinä, kun naapurin ravintoloitsija tuli onnittelemaan voitosta.

”Ja tämä oli vielä ensimmäinen kerta, kun kilpailun voitti ulkomaalainen eikä espanjalainen ravintola”, Viita-aho lisää.

Itse asiassa Sabores Bistro nappasi samalla kerralla kaksi voittoa. Toinen tuli parhaasta tapaksesta ja toinen parhaasta palvelusta. Parhaan palvelun takuumiehenä oli bistron ”tarjoilijaässä” Alexis Francisco Cuenca Haakana.

”Näiden kahden ykkössijan lisäksi saimme kolmossijan luovuudessa”, lisää Viita-aho.

TripAdvisorilta iso peukku

”Keväisen tuplavoiton myötä asiakkaita on tullut lisää. Erityisesti espanjalaisten asiakkaiden määrässä on nähty mukavaa kasvua”, vahvistaa Viita-aho.

”Tietenkin laitoimme voittaja-tapaksen ruokalistalle ja hyvin se on myynyt.”

Nykyisellään asiakkaista noin 40 prosenttia on suomalaisia. Luku tuntuu isolta, mutta toisaalta Espanjan Aurinkorannikolla asuu suomalaisia (eri arvioiden mukaan) jopa 15 000–20 000. Ei siis ihme, että talon lihapullia ja paistettua lohta menee tasaiseen tahtiin.

Kesällä bistro sai lisää hyviä uutisia: TripAdvisor myönsi kortteliravintolalle Erinomainen kohde -sertifikaatin. Tämä kunnianosoitus myönnetään sille noin 10 prosentille TripAdvisorissa olevista yrityksistä, jotka ovat edellisen vuoden aikana saaneet jatkuvasti erinomaisia arvosteluja. Erinomainen kohde -sertifikaattia ei voi erikseen hakea, vaan tunnustus ansaitaan ajan myötä.

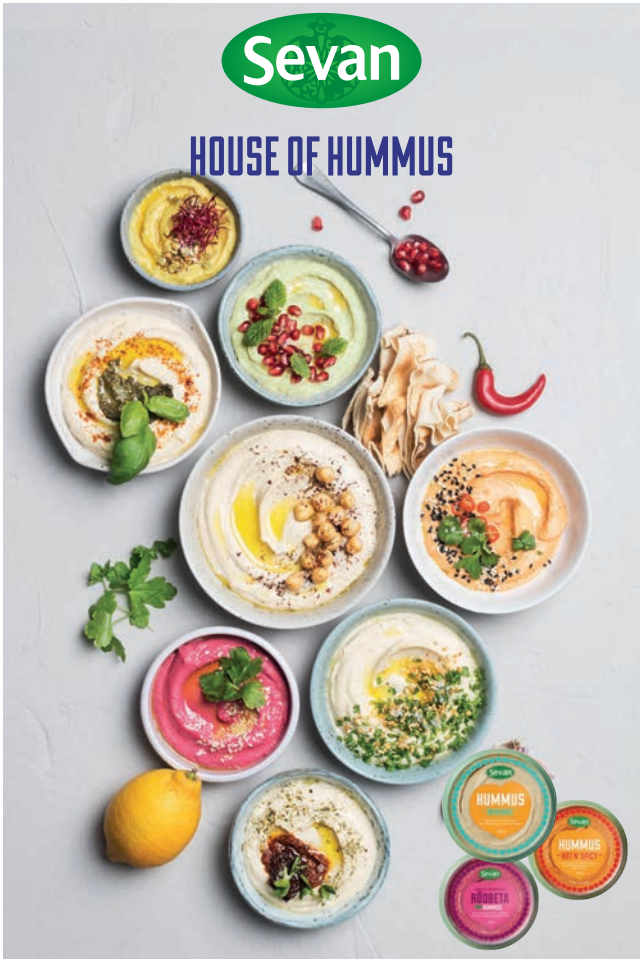
”Erinomainen kohde -sertifikaatin saaminen on meille iso juttu. Siitä kuuluu kiitos meidän asiakkaille”, toteaa Viita-aho, jonka mukaan parasta työssä on juuri asiakaspalaute.

Paikalliset paperisotaniksit haltuun

Kahden hullun suomalaisen unelma omasta ravintolasta Aurinkorannikolla on toteutunut komeasti. Mutta miten ravintolatoiminta Espanjassa eroaa raflan pyörittämisestä Suomessa? – Viita-aho pohtii, että kaikenlainen byrokratia on komeasti kukassa Espanjassa ja kotimaassa toimiva suomalainen yrittäjä pääsee paperisodan läpi vähemmin kolhuin.

”Eka vuosi me oltiin aivan hukassa kaikkien sääntöjen ja määräysten kanssa”, hän myöntää. Paine alkoi helpottaa, kun hätiin saatiin hyvä paikallinen kirjanpitäjä, joka tiesi tarkalleen, miten regulaatioiden ristipaineessa luovitaan.

”Erilaiset säännökset vaihtelevat kaupungista kaupunkiin, joten se ei edes auta, vaikka tietäisit jotain kansallisista käytännöistä, kun linja on kuitenkin erilainen joka paikkakunnalla. Onneksi löysimme osaavan kirjanpitäjän, joka tietää miten Torremolinoksessa pitää toimia joka tilanteessa”, kiittelee Viita-aho.



Muista ladata akkuja!

Sen lisäksi, että kannattaa värvätä fiksu tilitaituri, pitää muistaa levon tärkeys tai muuten polttaa itsensä helposti loppuun. Sabores Bistro on auki joka päivä – tiistaita lukuun ottamatta – joten Viita-ahon ja Kaasisen täytyy olla tarkkoja, että työtunteja ei kerry liikaa. Sitäkin pitää varoa, että työasiat eivät valtaa liikaa ilmatilaa pääkupolin sisältä vapaalla ollessa.

”Lepoa tarvitaan myös siihen, että saa aikaa itsensä kehittämiseen. Voi miettiä asioita ja kokeilla uusia juttuja”, Viita-aho pohtii. Tällä hetkellä työn ja vapaa-ajan balanssi on varsin toimiva – työ on innostavaa ja motivoivaa, ja kuormitus sopivalla tasolla.

Pidä kiinni asiakkaasta

Mikä sitten on vaikeinta yrittämisessä Espanjan auringon alla? – Markkinointi, vastaa Viita-aho epäröimättä.

Umpikilpailtu ravintolabisnes elää tietenkin siitä, että sana hyvästä ruokapaikasta leviää – ja uutta paikkaa mennään herkästi katsomaan jo ihan uteliaisuudesta. Asiakkaan mielenkiinnon jatkuva ylläpitäminen vaatii sitten jo kokonaisvaltaisempaa markkinointikanavien hallintaa.

”Pärjääminen tapas-kisassa ja TripAdvisor-sertifikaatti kuitenkin auttavat huomattavasti myös sillä puolella”, Viita-aho toteaa. ■

HEINZ KETSUPPIKANISTERI

- 11,4 ja 5,7 kg
- Saatavilla annostelupumppu
- Keittiökäyttöön
- Helppo annostella
- Kustannustehokas ratkaisu

HEINZ CONDIMENT GUN KETSUPPI

- Siistiin sarjatyöhön
- Tasalaatuisuus
- Annostelijassa ketsuppi säilyy avattuna 4 viikkoa huoneenlämmössä

Ota yhteyttä niin kartoitetaan tarpeisiinne soveltuva ratkaisu!

HEINZ DIPPIKIPPO

- Viestii asiakkaalle laatua
- Kestävä posliinikippo
- Annoskoko kontrolloitu

HAUGEN-GRUPPEN OY
Finland

Haugen-Gruppen Oy Finland | Tiilitie 6 B 2, 01720 Vantaa
Puh. 010 30 90 700 | info@haugen-gruppen.fi | www.haugen-gruppen.fi

LUOMUN TUPLAAMINEN JULKISISSA AMMATTIKEITTIÖISSÄ ON MAHDOLLISTA

KUVAT: PIXABAY

Lähes puolet julkisista ruokapalveluista on päättänyt lisätä luomun käyttöä, kertoo hiljattain tehty selvitys.

JULKISTEN AMMATTIKEITTIÖIDEN kiinnostus luomua kohtaan on kasvanut merkittävästi parin viime vuoden aikana. Viime vuodenvaihteessa tehdyn kyselyn mukaan 47 % julkisista ruokapalveluista on tehnyt strategisen päätöksen lisätä luomuraaka-aineiden käyttöään. Vuonna 2016 vastaavan päätöksen oli tehnyt vain 22 %. Tällä hetkellä julkisten ruokapalvelujen käyttämistä raaka-ainekiloista luomua on 12 %. Projektipäällikkö Anu Arolaakso Savon koulutuskuntayhtymästä pitää strategista päätöstä tärkeänä tekijänä luomun käytön nostamiseksi julkisissa ammattikeittiöissä.

”Lisäksi olisi hyvä laatia luomun lisäämiselle numeraaliset tavoitteet ja niiden seurantamittarit, jolloin päätöksiä olisi helpompi viedä konkreettisesti ruokapalveluiden toimintaan”, hän toteaa.

Luomukysynnän ja -käytön kasvua tukee myös Portaat luomuun -ohjelmassa mukana olevien lähes 2 400 ammattikeittiön lisääntynyt luomun käyttö ja kysyntä. Portaat luomuun -keittiöille huhtikuun 2019 alussa tehdyn kyselyn mukaan kysytyimpiä luomutuotteita ovat maito ja maitotuotteet, peruna ja perunatuotteet, juurekset, vihannekset, mylly- ja leipomotuotteet sekä liha ja lihatuotteet. Ammattikeittiöt olisivat valmiita lisäämään näiden luomutuotteiden käyttöä keskimäärin 1 000–5 000 kiloa/tuote.

Savon koulutuskuntayhtymän ja Pro Luomun teettämän Luomutuotteiden käyttö ruokapalveluissa -selvityksen toteutti Taloustutkimus Oy 20.11.2018–14.1.2019. Kaikki vastaajat eivät antaneet vastausta kaikkien tutkimuskysymysten osalta, jolloin vastaajamäärät jäivät joidenkin asiakokonaisuuksien osalta vajaiksi. Siten kaikilta osin tulokset eivät ole yleistettävissä koko toimialaan. Ruokapalveluhankinnoista päättäville henkilöille suunnattua kyselyä rahoitti maa- ja metsätalousministeriö.

Luomumaito tuplaamisen veturina

Suomen hallitus asetti vuonna 2013 tavoitteen, jonka mukaan julkisen sektorin ammattikeittiöiden tarjoamasta ruoasta tulisi olla 20 % luomua vuoteen 2020 mennessä. Luomun käyttö on kuitenkin lisääntynyt hitaasti kotimaisten luomutuotteiden heikon saatavuuden takia.

Arolaakso uskoo, että ammattikeittiöiden luomutavoite on mahdollista saavuttaa. Hän muistuttaa, että esimerkiksi luomumaidon lisääntynyt käyttö tuplasi julkisen sektorin luomuosuuden kahdessa vuodessa: vuonna 2016 luomun osuus oli 6 %, ja nyt se on n. 12 %.

”Korkeampi tuki luomumaidolle sekä rasvattoman homogenoidun luomumaidon D-vitaminointi ovat vauhdittaneet julkisen sektorin luomun käytön lisäämistä. Kun markkinoille saadaan luomutuotteita, jotka ovat ammattikeittiöiden käyttöön sopivia ja hinta ei ole liian korkea sekä saatavuus varmaa, niin hallituksen 20 % luomutavoite on saavutettavissa”, Arolaakso arvioi.

Luomumaidon käytön lisääntymisen taustalla on maa- ja metsätalousministeriön päätös maksaa luomumaidolle korotettua koulujakelutukea syksystä 2017 lähtien. Ruokaviraston tukitilaston mukaan luomumaidon osuus kaikesta koulujakelutukea saaneesta maidosta oli noin 9 % lukuvuoden 2017–2018 aikana. Kouluissa ja päiväkodeissa juotiin luomumaitoa yhteensä noin 1,5 miljoonaa litraa ja luomumaidon korotettua koulujakelutukea hyödynsi yhteensä 78 kuntaa tai kaupunkia.

Ympäristön hyvinvointi ensimmäistä kertaa syyksi valita luomu

Ympäristön hyvinvointi nousi ensimmäistä kertaa julkisten ruokapalvelujen syyksi suosia luomua. Selvitykseen mukaan luomu valitaan myös hyvän laadun ja maun vuoksi.

”Luomun käytön lisääminen nähdään ruokapalveluissa yhtenä osana kestävän kehityksen toimintoja. Myös ymmärrys luomun ympäristöhyödyistä on lisääntynyt. Tämä omalta osaltaan lisää luomun arvostusta ja käyttöä”, arvioi Arolaakso. ■

Lähde: Savon koulutuskuntayhtymä

Amarillo Kuopio

RAVINTOLATILOJEN SISUSTUKSEEN HAETAAN ROHKEITA RATKAISUJA

TEKSTI: ARI MONONEN

KUVAT: VISIONARY DESIGN PARTNERS HELSINKI OY

Helsingin Eirassa toimiva Visionary Design Partners Helsinki Oy (VDP) on yksi harvoja suomalaisia suunnittelutoimistoja, jotka keskittyvät ravintolatilojen ja hotellien suunnitteluun. Parin viime vuoden aikana VDP on tuonut uutta tyyliä monien ravintoloiden sisustuksiin muun muassa Kuopiossa ja Tampereella.

”SUUNNITTELEMME SISUSTUSKONSEPTEJA, emme pelkästään sisustuksia. Omaa alaamme on nimenomaan ravintoloiden ja hotellien suunnittelutyö”, kertoo Jaana Ekman Visionary Design Partners Helsingistä (VDPHelsinki Oy).

”Esimerkiksi hotellien sisustus suunnitellaan tyypillisesti pitkäikäisiksi – sen on kestettävä aikaa, vähintäänkin kymmenen vuotta. Myös ravintolasisustuksilla on aiempaa pitempi elinkaari. Suunnittelussa on kiinnitettävä huomiota tiettyihin klassisiin suunnitteluelementteihin, käytettävyyteen ja puhdistettavuuteen sekä oikeisiin materiaaleihin.”

Ekmanin mukaan VDPHelsinki suunnittelee ravintoloiden ja hotellien sisäympäristöt keskimääräistä rohkeammin. Liian pelkistettyjä minimalistisia ratkaisuja – jotka muutenkin ovat poistumassa – pyritään välttämään.

Amarillo Kuopio

”Tilassa on oltava elämyksellisyyttä, jonka asiakas muistaa pitkään.

Amarillo Kuopio

Amarillo Kuopio

Amarillo Kuopio

Amarillo Kuopio

Amarillo Kuopio

Saunaravintola Kuuma

”Haluamme toteuttaa elämyksellisiä ja moniaistisia tiloja, joissa on sopivasti valoa, ääntä ja materiaalien tuntua – siis jotakin kokonaisvaltaista kaikille aisteille. Myös toimeksiantajamme haluavat tämäntyyppisiä ravintolaympäristöjä ja ovat pitäneet ratkaisujamme onnistuneina.”

”Tilassa on oltava elämyksellisyyttä, jonka asiakas muistaa pitkään, vaikka seinien värit ja muut yksityiskohdat unohtuisivatkin”, Ekman linjaa.

Tyyliä ja mukavuutta

Jaana Ekman korostaa, että ravintolatila on saatava tilankäyttäjien näkökulmasta kaikin puolin viihtyisäksi. Sisustus ei saa vaikuttaa liian hienolta tai liian kalsealta, jotta ravintolaan on helppoa ja luontevaa tulla sisään.

”Pieni sattumanvaraisuus on enemmän kuin sallittua ravintolasisustuksissa.”

”VDPHelsinki on esimerkiksi suunnitellut sellaisia ravintoloita, joiden sisustuksessa on paljon erilaisia yksityiskohtia. Olen kuullut, että meidän sanotaan suunnittelevan erityisen kauniita ravintolatiloja”, toteaa Ekman.

”Ravintolasuunnittelijoiden on varsinaisen arkkitehtuurin lisäksi ymmärrettävä ravintoloiden liiketoimintaa sekä ravintolatilan toimivuutta. Pohjimmiltaan ravintolan liiketoiminta on elämysbisnestä, joten myös tilan on oltava ennen kaikkea elämyksellinen.”

Saunaravintola Kuuma

”Hyvä ruoka ja hyvä musiikki eivät vielä riitä ravintolan menestymiseen. Tarvitaan myös oikeaa arkkitehtuuria ja sisustusta, jotta päästään parhaaseen tulokseen. Sisustus on lisäarvo ravintolalle.”

Tilasuunnittelussa on otettava huomioon, että tilan on myös vanhettava tyylikkäästi.

”Aiemmin oli yleistä, että ravintolan sisustus uusittiin ehkä kahden vuoden välein, mutta nykyisin niin ei enää toimita. Nyt asioita pohditaan alusta pitäen kaikista kulmista ja sisustus tehdään kerralla valmiiksi”, Ekman selittää suunnitteluperiaatteita.

Kansainvälisen tason sisustussuunnitelmia

Ravintolakonseptien suunnittelussa ja trendeissä on Ekmanin mukaan selviä eroja eri maiden välillä, koska liiketoimintaympäristöt ovat hyvin erilaisia. Suurissa metropoleissa on enemmän potentiaalisia asiakkaita kuin suomalaisilla paikkakunnilla.

”Miljoonakaupungeissa ravintoloiden on mahdollista tehdä sisutuksensa suunnittelussa rohkeitakin kokeiluja ja silti menestyä, koska asiakkaita varmasti riittää”, Ekman pohtii.

”Toisaalta VDPHelsingin:n projektit ovat hyvinkin kansainvälistä tasoa. Sellaisia ravintoloita, joita me suunnittelemme, voisi olla missä päin maailmaa tahansa. Suomessakin on paljon hyviä ravintoloita, joiden sisustus- ja arkkitehtisuunnittelu on tehty hienolla tavalla.”

Saunaravintola Kuuma

Saunaravintola Kuuma

Saunaravintola Kuuma

Saunaravintola Kuuma

Apteekkari

Yhtenä esimerkkinä tällaisista ravintoloista Ekman tuo esiin Amarillo Kuopion, joka on mukana kansainvälisen ravintolasisustuksen Restaurant & Bar Design Awards -kilpailussa. Kyseessä oli ensimmäinen kokonaan uudistetuista Amarillo-ketjun ravintoloista ja se avattiin uudessa asussaan tammikuussa 2017.

Restaurant & Bar Design Awards -kilpailu on järjestetty jo kymmenen kertaa. Vuoden 2018 kilpailu keräsi yli 900 kilpailutyötä ja osallistujia yli 70 maasta ympäri maailmaa. Kilpailua seuraa maailmanlaajuisesti arviolta 40 000 alan johtavaa arkkitehtiä, suunnittelijaa, matkailu- ja ravintola-alan ammattilaista sekä median edustajaa. Loppukilpailu järjestetään joka vuosi lokakuussa Lontoossa.

Kilpailun laaja-alainen tuomaristo vaihtuu vuosittain. Edellisten vuosien tuomaristoissa ovat olleet mukana esimerkiksi kuuluisat arkkitehdit Zaha Hadid ja Kengo Kuma sekä keittiömestari ja ravintoloitsija Gordon Ramsay.

Asiakkaat arvostavat hienoja interiöörejä

Kuopion Amarillo-ravintolan suunnittelukilpailussa oli VDPHelsingiltä alun perin mukana kaksi eri ravintolaprojektia.

”Loppukilpailuun valittujen töiden joukossa VDPHelsingin suunnitelma oli ainoa pohjoismainen kilpailuehdotus Ruotsin lisäksi”, Ekman muistaa.

Apteekkari

"Työn tilaajana oli SOK-osuuskauppa. Suunnitelmalle oli määritetty tietyt reunaehdot, joiden mukaan ravintolasta haluttiin rento, kansainvälinen ja tietylle kohderyhmälle soveltuva, mutta muutoin saimme sisustussuunnittelussa melko vapaat kädet."

"Sittemmin samojen suuntaviivojen mukaan on uudistettu seitsemän muutakin Amarillo-ravintolaa, mutta Amarillo Kuopio – ketjun ravintoloista toiseksi vanhin – oli näistä ensimmäinen. Kaikkien Amarillojen sisustuksessa eri paikkakunnilla on sama kantava idea, mutta sitä on matkan varrella hieman muunneltu ja pyritty samalla lisäämään aina uusia elementtejä uusien paikkakuntien myötä. Konsepti elää tulevaisuudessa."

Periaatteina suunnittelussa olivat Ekmanin mukaan erityisesti sisustuksen moniaistillisuus ja rohkeus. Ravintolatila haluttiin saada tuoreeksi, selkeäksi ja energiseksi.

"Ajatuksena oli, että asioita ei tehdä samalla tavalla kuin on ennen tehty."

"Amarillon sisustuksessa on paljon rekvisiittaa, esimerkiksi vanhaa antiikkia. Asiakkaat arvostavat ravintolan hyvää interiööriä ja ottavat sen omakseen."

Valaistus keskeistä saunaravintolassa

Toinen VDP:n viime aikojen suunnitteluprojekteista, Ravintola Kuuma Tampereella, on Lumo Nordicin tilaama saunaravin-

Apteekkari

Apteekkari

Apteekkari

Sunsystems

MARKIISIT
KAIHTIMET
SUURVARJOT
PERGOLAT

FINNKAIHDIN
Sahaajankatu 21, 00880 Helsinki
www.finnkaihdin.fi kysy tarjousta

tola. Se avattiin kesäkuun 2018 lopussa. Hankkeessa oli alun perin mukana myös Tampereen kaupunki.

”Ravintolassa on hiukan sama periaate kuin Helsingin Löyly-saunaravintolassa, mutta Kuuma on pienimuotoisempi”, Ekman selventää.

”Saunaravintolalla on terasseja kahdessa kerroksessa, kaksi erilaista saunaa – puulla ja sähköllä lämpiävät – sekä kylmävesiallas. Ravintolasta tuli nopeasti tamperelaisten suosikki.”

Vaikka Helsingin Löyly-ravintola oli eräänlainen Kuuman esikuva, VDPHelsinki pyrki suunnittelemaan Tampereelle ikään kuin rosoisemman ja maanläheisemmän saunaravintolan. Tilaaja toivoi sisustuksesta kotoisaa, mutta samalla eleganttia ja ekologista.

”Sisustuksessa on käytetty aitoja ja aikaa kestäviä materiaaleja, kuten puuta ja kivilaattoja. Tila on rauhoittava ja siinä voi pysähtyä”, Ekman luonnehtii.

”Valolla on tärkeä rooli sisustuksessa. Rakennuksessa on isot ikkunat ja niistä on näköala järvelle. Teimme valaistuksen toteutuksessa paljon töitä, mutta saimme lopulta aikaan juuri oikean tunnelman.”

”Sekä asiakkaat että tilaaja ovat pitäneet ravintolan toteutusta onnistuneena. Itse asiassa muissakin maissa kuin Suomessa rakennetaan juuri nyt saunaravintoloita, koska saunomisesta on tulossa maailmanlaajuinen trendi.”

Uusia värisävyjä

Kuopiossa sijaitsevan Ravintola Apteekkarin sisustussuunnittelu on myös VDPHelsingin käsialaa. Tämä ravintola, johon kuuluu myös yökerhotila, avattiin vuonna 2016.

”Nimestään huolimatta Apteekkarin sisustus ei ole apteekkityylinen, vaikka yksi baaritiskeistä muistuttaakin apteekkitiskiä. Ravintolan nimi periytyy toiselta ravitsemusliikkeeltä, joka siirtyi uuteen osoitteeseen”, kertoo Ekman.

Ravintola Apteekkarin ala- ja yläkerta poikkeavat sisustukseltaan toisistaan varsin paljon. Alakerran ravintolatila toimii viihtyisänä olohuoneena ja elävän musiikin tanssiravintolana.

”Yläkerroksessa on kansainvälinen klubi, eräänlainen yökerhon ja klubin yhdistelmä. VDPHelsinki visioi sen sisustusta yhteistyössä tilaajan kanssa. Siinä on käytetty rohkeita värivaihtoehtoja, wc-tiloissa jopa vaaleanpunaista laattaa naisten puolella ja vaaleanvihreää miesten puolella.”

”Luovat ja elämykselliset ravintolatilat tekevät muuallakin vahvasti tuloaan. Ihmiset kaipaavat uudenlaisia tiloja. Olemme tässä ajan hermolla ja noudatamme jatkossakin omaa rohkeaa näkemystämme tilasuunnittelussa”, Ekman vakuuttaa. ■

Olemme ABInBev
Tuomme ihmisiä yhteen paremman maailman puolesta

Maailman suurin panimo tehostaa toimintaansa Suomessa – AB InBevin brändivalikoiman saatavuus paranee

Coronan, Stella Artoisin, Budweiserin, Hoegaardenin, Leffen ja muiden suosittujen olutmerkkien saatavuus tulee paranemaan kautta maan. Me Anheuser-Busch InBevissä, maailman suurimmassa panimossa, olemme itse vastanneet Suomen tuotevalikoimamme markkinoinnista, myynnistä ja jakelusta tammikuusta 2019 lähtien.

Suomalaisten kiinnostus oluita kohtaan on suurta ja he vaativat tuotteilta korkeaa laatua. AB InBevin olutvalikoima vastaakin erittäin hyvin asiakkaiden kasvavaan premium-oluiden kysyntään. Pystymme nyt vastaamaan paremmin suomalaisten asiakkaidemme tarpeisiin. Samalla voimme parantaa Anheuser-Busch InBevin tuotevalikoiman saatavuutta ja näkyvyyttä kaikkialla Suomessa yhteistyössä logistiikkakumppanimme Skanlogin kanssa.

Meillä Anheuser-Busch InBevillä on haaveena tuoda ihmiset yhteen paremman maailman puolesta. Tämä toteutuu rakentamalla vahvoja kumppanuussuhteita HoReCa-toimijoiden kanssa, jotta voimme luoda ainutlaatuisia kokemuksia tuotteidemme parissa ja yhdistääksemme suomalaisia kuluttajia kautta maan. Olemme sitoutuneet rakentamaan suuria brändejä, jotka kestävät aikaa sekä panemaan oluita parhaista ja luonnollisista raaka-aineista.

Ota yhteyttä ja kysy lisää tuotteistamme!

Sascha Cordes
Maajohtaja
welcome@ab-inbev.com

Tommi Pulli
Avainasiakaspäällikkö, HoReCa
050 567 3607

HOTELLIKONSEPTOINNISSA PALVELUIDEN PAKETOIMINEN KANNATTAA

TEKSTI JA KUVAT: TIINA TUOVINEN JA ANU RANTANEN

Suomessa hotellit kamppailevat koko ajan alhaisten käyttöasteiden ja suurten sesonkivaihteluiden kanssa. Hotellien jaottelu eri tasoihin ja sitä kautta eri asiakaskuntiin on yleistä, mutta kuinka usein hotelli uskaltaa selkeästi suunnata markkinansa vain yhden käyttäjäkunnan mieltymyksiin ja tarpeisiin? Kirjoittajat tutustuivat tilanteeseen Saksassa ja Itävallassa.

Onko kyse vain uskaltamisesta?

Tutustuimme Itävallassa ja Saksassa hotelleihin, joiden liikeidea ja asiakaskunta oli tarkasti mietitty ja kaikki toiminnot kohdennettu tämän liikeidean ympärille. Kaksi tutustumiskohteista sijaitsi Itävallassa ja yksi Saksassa.

Bregenzderwald on kuvankaunis alue läntisessä Itävallassa, jossa jo pelkkä maisema on myyntivaltti. Alue on tunnettu arkkitehtuuristaan ja suomalaisena ensimmäiseksi kiinnittää huomion rakennusten materiaaleihin. Valtaosa kaikista rakennuksista on tehty puusta. Useimmat hotellit yhdistävät vanhan uuteen todella taitavasti tai ovat kokonaan uudelleen rakennettuja kunnioittaen vanhaa rakennusperinnettä. Täällä todella voi sanoa, että uusi kohtaa vanhan täydessä harmoniassa. Rakennusten lisäksi kannattaa ehdottomasti tutustua pienten maatilojen tuotteisiin, parhaiten tunnettu alueen tuote on alppijuusto.

Alueen hotellit toki saavat etuja pelkästä sijainnistaan ja maisema tarjoaa lomailijoille elämyksiä. Aiemmin matkailijat

Kuschelhotel Gamsi.

Hotelli Post Bezau.

tyypillisesti majoittuivat majataloihin, mutta nykyään alueelle nousee mitä hienompia hotelleja. Hotellit ovat äärimmäisen korkeatasoisia ja useimpien tähtiluokitus on neljän tähden luokkaa.

Ensimmäisenä tutustuimme Bezaussa sijaitsevaan Kuschelhotel Gamsiin (www.hotel-gams.at). Kuchel tarkoittaa saksankielessä ”halailua” yhdessäoloa. Tämä onkin hotellin liikeidean ydin. Hotellivieraat ovat pariskuntia, jotka haluavat viettää kahdenkeskistä aikaa rentoutuen ja nauttien hotellin palveluista. Lomalla on täysi ylläpito eikä koko loman aikana tarvitse poistua hotellista. Sesonkiajoista kuulimme, että ne ovat lähinnä kevät ja syksy, mutta toisaalta yhtä erityistä sesonkia ei ole, koska heidän mukaansa rakkauden sesonki on aina. Hotelliin tullaan myös useita kertoja, mikä kertoo palveluiden laadukkuudesta.

Lapsilta kielletty

Hotellissa tilat, sisustus, palvelut, ruoka ja tunnelma on kaikki mietitty keskittyen tähän tiettyyn kohderyhmään. Arkkitehtuurissa on yhdistelty taitavasti uutta ja vanhaa, värit ovat toisella puolella hotellia tummia ja toisella puolella vaaleita ja avaria. Huoneiden parvekkeilta avautuu näkymä luontoon. Erikoisuutena tuo sama näkymä suoraan huoneesi kylpyammeesta.

Heti hotellin aulassa sinua on vastassa katosta roikkuva kymmenen metrin korkuinen viinikellari. Vastaanottotiskin läheisyyteen on sijoitettu ”karkkibaari”, valaistus tuo hämyisän tunnelman ja voit nauttia lasillisen kuohuvaa rakkaasi kanssa punaisella plyysituolilla istuen. Kylpylässä on mahdollisuus rentoutua ja nauttia elämästä, ilman häiriötekijöitä. Lapset, alle 16-vuotiaat, eivät ole tervetulleita tähän hotelliin. Yksityisyys ja rauha on se, mitä hotelli haluaa erityisesti asiakkailleen tarjota.

Persoonallista otetta

Toinen tutustuttava kohde oli Bezaun kylässä sijaitseva hotelli Post Bezau (www.hotelpostbezau.com/en). Hotellin omistaa Kaufmannin suku jo tällä hetkellä viidennessä polvessa. Post Bezau on valittu useita kertoja Euroopan yhdeksi parhaimmista boutique-hotelleista vuosituhannen alussa. Boutique-hotelli on tyypillisesti persoonallisesti ja tyylikkäästi sisustettu ja sen tiloissa saattaa olla jokin tietty teema luomassa tunnelmaa. Post Bezau -hotellissa tunnelma on luotu pelkistetyllä tyylillä luonnonmateriaaleja käyttäen. Ajaton ja tyylikäs tunnelma taattu! Hotellikonseptin lisäksi hotellin tämän hetkinen johtaja Suzanne Kaufman on luonut menestyksekkään kauneudenhoitosarjan, joka oli alun perin tarkoitettu vain Hotel Bezaun spa-osastolle, mutta on jo myynnissä useissa muissakin maissa.

Ihmiseltä ihmiselle

Vierailimme myös Saksan ”Mustan Metsän” alueella, Schwarzwaldissa. Schwarzwald-nimi kuvaa tummia havumetsiä, joita alueella on runsaasti. Suomalaisin silmin maisemassa ei liene kovin paljon ihmeellistä, mutta esimerkiksi amerikkalaiset vieraillessaan alueella kokevat olevansa osa satua. Tällä alueella onkin kuvattu useita satuihin perustuvia elokuvia, esim. Hannu ja Kerttu ovat osa Schwarzwaldia.

Saksan Schwarzwaldissa sijaitseva Hotelli Bareiss luottaa perinteisiin, palveluun ihmiseltä ihmiselle, korkealaatuiseen ruokaan ja lasten hyvinvointiin. Heidän ajatuksenaan on, että jos lapset on palveltu hyvin ja tyytyväisiä he haluavat, että sama kohde valitaan uudelleen. Lapset valitsevat minne matkustetaan. Hotellissa on perinteiseen tapaan täydenpalvelun kylpyläosasto kauniissa maisemassa.

Hotelli Bareissin yksi vetonauloista on erityisen korkeatasoinen ruoka ja herkulliset ”kuchenit” ovat yrityksen tavaramerkki. Hotelli on perheyritys jo kolmannessa polvessa. Hotellin johtajan mukaan 100 huonetta on raja sille, että pystytään tarjoamaan uniikkia ja täysin asiakkaiden toiveisiin perustuvaa palvelua. Heidän ajatuksenaan on tehdä se, mihin isot hotelliketjut eivät pysty. Hotellin ympäristöön on rakennettu useita ulkoilureittejä eri teemoilla, mikä on nerokasta, koska turistit, jopa saksalaiset kotimaassaan, ovat usein arkoja kulkemaan ilman tarkkoja reittejä.

Mitä Suomessa kannattaisi tehdä?

Esitimme tämän kysymyksen saksalaisessa DHBW:n yliopistossa professoreina työskenteleville Jan Spechtille ja Wolfgang Fuchsille. Molemmat vastaavat matkailun opetuksesta DHBW:ssä. Sekä työnsä että oman kiinnostuksensa puolesta he ovat matkustaneet ympäri maailmaa.

Molemmilla professoreista on kokemusta myös Suomesta useiden vierailujen pohjalta. He ovat vierailleet sekä pääkaupunkiseudulla että maakunnissa, lähinnä Itä-Suomessa sijaitsevissa kohteissa. Specht on vahva hotelliliiketoiminnan asiantuntija. Ennen opetusuraansa hän työskenteli pohjakoulutuksensa mukaisesti arkkitehtina muun muassa Arabiemiraateissa. Professori Fuchsin osaaminen on erityisesti gastronomiassa ja palveluiden laadun kehittämisessä.

Kysyimme professoreilta Suomi-kokemustensa perusteella, mitkä ovat Suomen matkailun haasteet. Professori Spechtin mielestä Suomessa on samat vahvuudet kuin Saksassa esim. Schwarzwaldin alueella: puhdas luonto, puhtaat raaka-aineet ja ystävälliset ihmiset. Sinne asiakkaat tulevat aina uudestaan, koska haluavat tuttuja asioita, mutta myös aina jotain uutta.

Hotelli Bareiss.

Alue sijaitsee kaukana suurista kaupungeista, mutta yritykset ovat onnistuneet pysymään kilpailukykyisinä uusiutumalla säännöllisesti. Alueen toimijoiden vahvuutena on vahva verkostoituminen. Ei ole sellaista asiaa, jota hotellit eivät asiakkailleen pysty toteuttamaan oli vuorokauden aika mikä tahansa. Erikoisuutena tällä alueella on yhteensä 8 Michelin-tähteä, joista kolme on hotelli Bareissilla, jossa myös vierailimme. Kun muistetaan, että sijainti on ”keskellä ei mitään”, voidaan tätä pitää varsin erinomaisena suorituksena.

Paikallisuus ja yksilöllinen palvelu

Ongelmina Suomen näkökulmasta Specht toteaa olevan sijainnin, tuotteistamisen puutteen sekä uusiutumattomuuden. Suomessa palvelukulttuuri on hyvää, mutta kuitenkaan asiakkaan yksityiskohtaisia toiveita ei kysytä ja niitä ei haluta oma-aloitteisesti tyydyttää. Pääkaupunkiseudulla tarjontaa ja mahdollisuuksia on hänen mielestään huomattavasti enemmän kuin Itä-Suomessa, jossa kaikki kaupungit muistuttavat toisiaan ja tarjoavat hyvin samantasoisia ja -sisältöisiä palveluita.

Professori Fuchs puolestaan totesi, että Suomen haasteet matkailun kehittymiselle ovat maamme sijainti ja sää. Näihin emme voi vaikuttaa. Saksa ja Itävalta, jotka tässä artikkelissa olivat vertailukohteena, sijaitsevat väestörikkaalla ja sään suhteenkin houkuttelevammalta alueella verrattuna pohjoisiin maihin. Lisäksi saksalaisilla on mielikuva Pohjoismaista hintatasoltaan kalliina maina. Markkinoinnin näkökulmasta hän korosti tarinallistamista ja vahvaa keskittymistä paikallisuuteen. Verkostojen merkitys tulee myös muistaa. Saksassa ja Itävallassa valtaosa toimijoista on pieniä perheyrityksiä, jotka toimivat tiiviisti yhdessä ja voivat kukin keskittyä omaan ydinosaamiseensa.

Asiakaslähtöisyys ei saa olla pelkkää puhetta

Itävallassa luonto on keskeinen elementti palveluiden myynnissä. Puhtaat vedet, luontoaktiviteetit, lähellä ja puhtaista raaka-aineista tuotettu ruoka sekä hyvinvointiin liittyvät palvelut. Kuulostaako tutulta? Näillä samoilla elementeille me Suomessa asioita teemme. Erotuksena se, että Itävalta on parempien kulkuyhteyksien päässä ja ympärillä olevat ihmismassat ovat suuremmat. Mikä muu erottaa meidät? Kokemuksemme pohjalta: ylpeys ja rohkeus tuoda oma osaaminen esille, tuotteistaa ja tarinallistaa asioita. Tärkeintä olisi tehdä asioita keskittyen ja uskoen valittuun suuntaan. Puhumme paljon tuotteistamisesta, mutta rohkeus tehdä asioita ja keskittyä puuttuu vielä monessakin kohdassa.

Toisaalta voimme monessa asiassa katsoa myös peiliin. Miten turismi ja matkailu Suomessa voi kehittyä, jos itse suuntaamme aina ulkomaille etsimään uusia elämyksiä, jotka toisaalta perustuvat samoihin vahvuuksiin kuin meillä kotimaassammekin on. Palvelukulttuurimme ei voi kehittyä, jos emme itse aktiivisesti myös toimi kuluttajina ja vaadi palveluiden laadulta enemmän. Meidän täytyy myös panostaa taloudellisesti omiin palveluihin, jotta kehittyminen tätä kautta olisi mahdollista. Palveluosaamista opetettaessa puhutaan paljon asiakaslähtöisyydestä, mutta olemmeko todella sisäistäneet mitä se asiakasrajapinnassa tarkoittaa ja kuinka se käytännössä tehdään? ■

Tiina Tuovinen toimii lehtorina Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutuksessa Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulussa, Xamkissa. Työtehtävät ovat opetus, opiskelijavastaavan tehtävät sekä projektityö. Opettajavaihdossa Tiina Tuovinen on ollut Saksassa useita kertoja sekä Hochschule Niederrhein Mönchengladbachissa että Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburgissa. Vaihto-opettajana opetusaiheet ovat liittyneet prosesseihin matkailu- ja ravitsemisalalla.

Anu Rantanen toimii lehtorina Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutuksessa Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulussa, Xamkissa. Työtehtävät ovat opetus, opiskelijavastaavan tehtävät sekä koulutusvastaavana toimiminen. Opettajavaihdossa Anu Rantanen on käynyt useita kertoja Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburgissa. Vaihto-opettajana opetusaiheet ovat liittyneet prosesseihin matkailu- ja ravitsemisalalla.

NÄYTTÄVÄ JA PERSOONALLINEN ORIGINAL SOKOS HOTELLI PUIJONSARVI

TEKSTI: MARI JAUHIAINEN

KUVAT: LASSI SAIJETS

KUOPION ORIGINAL SOKOS Hotelli Puijonsarvessa Visionary Design Partners Helsinki Oy sai vapaat kädet omaleimaisen tilakokonaisuuden luomiseen tilaajan luoman palvelukokonaisuuden ympärille. Hotellin vastaanotto, aulatilat ja koko sisääntulokerros muotoiltiin uudelleen. Hotelli luopui paikallisesta klassikko yökerhosta ja tilat muutettiin kokous- ja tapahtumakäyttöön, kun huomattiin niille olevan ajassa yökerhoa enemmän tarvetta. Klassinen bankettisali muuntuu niin tapahtumien auditorioksi kuin näyttäväksi juhlatilaksi erilaisiin tilaisuuksiin. Tilaaja halusi myös tarjota erilaisia, elämyksellisiä kokoustiloja asiakkailleen.

Historiallinen ympäristö sai arvoisensa, näyttävän ja tunnelmallisen tulkinnan. Eri vaiheissa rakennetut rakennusosat ja monimuotoinen tilakokonaisuus liittyvät yhteen saumattomasti ja sisääntulokerroksen eri tilojen rohkeasti erilaiset tunnelmat täydentävät toisiaan.

Original Sokos Hotelli Puijonsarven kohdalla Visionary Design Partnersin Jaana Ekman nostaa esiin tilaajan merkityksen. ”Puijonsarvessa tilaajalla oli valtava ymmärrys ajan hengestä ja siitä mitä asiakkaat haluavat. He luottivat suunnittelijaan täydellisesti kerrottuaan oman toiminnallisen visionsa kerrokselle. Suunnittelijan on helppo tehdä yhteistyötä rohkean

”Historiallinen ympäristö sai arvoisensa, näyttävän ja tunnelmallisen tulkinnan.

”Hotelleilta odotetaan elämyksellisyyttä ja tarinaa kaiken takana.

ja ennakkoluulottoman tilaajan kanssa. Olimme heti samalla aaltopituudella.”

Jaana Ekman avaa ajatuksia Original Sokos Hotelli Puijonsarven persoonallisen kokonaisuuden takana: ”Puijonsarvessa haettiin hieman boutique hotellin yksilöllisyyttä, viihtyisää urbaania olohuonemaista ympäristöä. Tilaajalla oli halu saada hotellivieraiden lisäksi myös kaupunkilaiset istumaan iltaa ja järjestämään palavereitaan hotellin laajassa sisääntulokerroksessa, minne luotiin monipuolinen tilakokonaisuus hotellivieraiden ja kaupunkilaisten käyttöön. Ja tilaajan mukaan tässä on onnistuttu hienosti. ”

Kohti kansainvälisen tason hotelleja

Elämyksellisistä ja näyttävistä hotelleistaan tunnettu Jaana Ekman näkee hotellien nousevat trendit osana kansainvälistä kehitystä: ”Myös suomalaiset hotelliasiakkaat ovat muuttuneet rohkeammiksi ja matkustelleet maailmalla ja ulkomainen asiakasvirta kasvaa hyvää vauhtia. Siksi suomalaistenkin hotellien on noustava kaikilta osa-alueiltaan kohti kansainvälistä tasoa. Hotellien on oltava riittävän persoonallisia ja yksilöllisiä erottuakseen, ja toisaalta hotellien täytyy miettiä myös omaa profiiliaan paikallisesti. Hotelleilta odotetaan elämyksellisyyttä ja tarinaa kaiken takana. Viime vuosina myös tilaajien ymmärrys on muuttunut, ja rohkeuden ja oman näkemyksen merkitys on sisäistetty, että hotelleista ja hotelliketjuista muodostuu riittävän erilaisia suhteessa kilpailijoihin.”

”Niukkuus ja viileä, pelkistetty skandinaavinen ympäristö on jäämässä tältä erää taakse, ja hotelleilta odotetaan voimakkaammin yksilöllisyyttä ja persoonallisuutta. Myös ilmeeltään jäykän yhtenäiset hienostohotelliympäristöt jäävät taakse. Toki hotellibisneksessäkin tilat ovat vain yksi osa kokonaisuutta: myös hotellien palvelun on noustava korkealle tasolle. Tilat ovat lisäarvo, ja kokonaisuuden kaikki osat tukevat toisiaan.”

Nousevana trendinä Jaana Ekman näkee rosoisen elämyksellisyyden kaikille aisteille: ”Hotelleilta vaaditaan omaa per-

soonaa. Sattumanvaraisuus, jossa voidaan yhdistellä asioita, jotka eivät näennäisesti sovi yhteen, mutta silti näkemyksellinen kokonaisuus, tekee myös hotellisisustuksesta mielenkiintoisen ympäristön. Tottakai myös yleiset sisustamisen isot trendit, värikkyys ja boheemius, viherkasveilla sisustaminen, toisaalta kierrätysteema ja luonnonmukaisuus tulevat myös hotelleihin. Sitä kutsuvampi mitä sykähdyttävämpi, ja kaikille aisteille suunnattu elämyksellisyys – ja aina tulee parempi, kun suunnittelijaan luotetaan", nauraa Jaana Ekman päälle.

Arkkitehdin ja sisustussuunnittelijan yhteistyöllä rikkaampia lopputuloksia

Arkkitehti Sampo Valjus on ollut vuosikymmenten varrella säännöllisesti mukana hotellihankkeissa, kehittäen hotellikokonaisuutta asiakkaan kanssa tarvittaessa vuosien ajan, ennen kuin projekti lopulta rakennetaan ja valmistuu. Esimerkkinä viimeisimmistä Torni hotelli Tampereella.

Sampo Valjus näkee sisutussuunnittelijoiden kiistattoman arvon hankkeissa: "On aina ollut ilo työskennellä Suomen parhaimpien ammattilaisten kanssa. Sisustussuunnittelijat ovat aina tuoneet hankkeisiin uuden, elämyksellisemmän tason, mikä olisi muuten jäänyt tavoittamatta. Vertaisin tätä työskentelyä suosittuun Vain elämää- konseptiin: on ollut aina kosketttavaa nähdä näiden näkemyksellisten suunnittelijoiden tulkinta rakennuksestani. Hankkeiden suunnittelutiimin useammat näkökulmat tekevät lopputuloksesta rikkaamman."

Valjus näkee arkkitehdin roolin hankkeissa muuttuvan yhä selvemmin järjen ja turvallisuuden ääneksi, joka miettii, kuinka kokonaisuus sovitetaan yhteen, ja sisustussuunnittelija saa rauhassa keskittyä tilojen tunnelman ja elämyksellisyyden luomiseen. Hotellihankkeissa pääsuunnittelijan vastuullinen rooli korostuu, että kaikki tulee varmasti otetuksi huomioon erilaisten määräysten voimakkaasti säätelemässä ympäristössä, sekä toiminnallisesti ruuhkaisten aula- ja ravintolatilojen osalta, että hotellihuoneiden mikrokosmoksessa. Sujuvassa yhteistyössä sekä arkkitehti että sisus-

tussuunnittelija auttavat toisiaan tekemään kohteesta parhaan mahdollisen.

Vastuullisuutta ja ympäristöarvoja

”Elämyksellisyys korostuu hotelleissa. Jokaisella hotellilla täytyy tänä päivänä olla oma persoonallinen tarina. Tämä on ollut jo vuosia voimistuva trendi, että jokaiselle hotellille luodaan omanlaisensa tarina, mitä tuodaan selkeästi sisustukseen. On ollut myös tärkeää korostaa paikallisuutta ja yksilöllisyyttä”, summaa Valjus.

Yhtenä keskeisenä trendinä hotellisuunnittelussa Valjus näkee hotellien toiminnallisuuden vaatimusten paremman huomioimisen. ”Käyttäjänäkökulmaan, henkilökunnan tarpeiden huomioimiseen ja hotellin asiakkaille näkymättömän toiminnan tehokkaampaan järjestämiseen on alettu kiinnittää huomiota eri tavalla kuin aikaisemmin. Koska henkilökunnan toiminnan sujuvuus on hotelliliiketoiminnassa myös keskeinen kustannustekijä, itse hotellitoiminnan organisoimiseen panostaminen on karsinut aiemmin usein rakentamisen ehdoilla tehtyjen ympäristöjen epäkäytännölliset asiat pois.”

Valjus näkee seuraavana hotellirakentamisessakin voimistuvana trendinä vastuullisuuden ja ympäristöasiat, joihin hankkeissa halutaan kiinnittää merkittävästi aiempaa enemmän huomioita myös itse hotelliliiketoiminnan vaatimuksesta. Erilaiset rakennuksia ja hotelleja määrittelevät laatu- ja ympäristösertifikaatit ovat nousseet merkittäviksi, ja ne ohjaavat myös hotelleissa materiaalivalintoja, rakenteita ja talotekniikkaakin. Myös rakennusmääräykset ohjaavat tänä päivänä entistä voimakkaammin energia- ja ympäristöasioiden huomioimiseen hotellihankkeissa.

Hotellimaailman vaikutteet leviävät kiinteistökehityksen puolelle

Sampo Valjus näkee hotellimaailman vaikutteiden valuvan väistämättä myös kiinteistökehityksen puolelle. Hän nostaa esiin esimerkiksi Ouluun toteutetun Lipporannan alueen, missä rakennusten maantasokerroksiin suunniteltiin ja toteutettiin näyttävät yhteiset tilat.

”Asuntorakentamisen puolella yhteistiloja on pyritty toteuttamaan jo vuosikymmeniä. On ollut kuitenkin aivan selvää, etteivät nämä tilat toteudu riittävän kutsuvina ja valovoimaisina, ellei hankkeessa ole mukana sisustussuunnittelijaa, joka saa yhteistilat ottamaan vatsanpohjasta elämyksellisyydellään. ”

Lipporantaan toteutettiin hotellitasoiset yhteistilat, missä asukkaiden käyttöön on tarjolla esimerkiksi vierailijahuone, kokous ja oleskelutiloja kuntosalin lisäksi. Lipporannan sisustussuunnittelun on toteuttanut VDP Helsinki. ”Nämä tilat todella palvelevat asukkaita sillä ajatuksella, että pienempikin kämppä riittää, kun vierailijat kehtaa ottaa vastaan talojen yhteistiloissa sisustuksen ansiosta. Yhteistiloissakin sisustuksen on oltava riittävän korkeatasoinen ja laadukas, että se muuttuu osaksi asukkaiden arkea”, Valjus toteaa. ■

NÄKÖALOJA BUSINESS-ASUMISEEN?

Liikemiestason huoneistohotelli Helsingin ydinkeskustassa

Alkaen 51 euroa/vrk

Citykoti.com
Downtown City Apartments

VALITSE OIKEA KERMA OIKEAAN KÄYTTÖTARKOITUKSEEN

Kuohukerman vahvuudet ovat monikäyttöisyys ja tuoreus

Kuohukerma on kermojen aatelia. Se sopii sellaisenaan kruunaamaan maun ruoanvalmistuksessa sekä vaahdotettuna viimeistelee jälkiruoat ja leivonnaiset. Vaahdotettaessa sen tilavuus kaksinkertaistuu. Kuohukerma käy leivontaan, kakkuihin, laskiaispulliin, uuniruokiin, kastikkeisiin, keittoihin ja kinuskin keittämiseen.

Kakkuihin ja leivonnaisiin vispikerma

Vispikerma on todellinen konditoriatuotteiden ja kakkujen kerma: sen vaahto on rakenteeltaan kestävää ja säilyttää lämpiminäkin vuodenaikoina ryhtinsä. Vispikermalla täytetty ja kuorrutettu kakku on helpompi käsitellä ja kuljettaa, koska kermavaahto on kestävää ja käyttötarkoitukseen soveltuvaa. Vispikerma on oikea valinta täytekakkuihin, leivonnaisiin ja kylmiin jälkiruokiin.

Valio kermat ja niiden käyttötarkoitukset:

Valio kuohukerma 1 l laktoositon ja Valio suurtalous kuohukerma 1,75 l laktoositon*
Lämpimään ja kylmään ruoanvalmistukseen. Jälkiruokiin ja leivonnaisiin, hyydytettäviin tuotteisiin. Sellaisenaan tai vaahdotettuna. Kestää hyvin kuumennusta.

Valio suurtalous kuohukerma säilyy ESL-lämpökäsittelyn ansiosta avaamattomana 25 vuorokautta, mikä helpottaa hävikin hallinnassa.

Valio täyteläinen kuohukerma 2,5 dl
Täyteläinen, runsasrasvainen double cream -tuote, jolla saadaan kestävä tiivis vaahto. Jopa 70 % nopeammin vaahtoutuva kuin perinteinen kuohukerma. Sopii kastikkeisiin, keittoihin, pataruokiin, mousseihin ja hyydytettäviin jälkiruokiin. Erinomainen Irish coffee -juomissa.

Valio vispikerma 1 l UHT laktoositon*
Konditoriatuotteisiin, leivonnaisiin, jälkiruokien ja juomien koristeluun, kahviin. Kylmään ruoanlaittoon ja lämpimiin ruokiin valmistuksen loppuvaiheessa. Kun halutaan sileää, valkoista ja kestävää vaahtoa.

Valio ruokakerma 15 % 1 l UHT laktoositon*
Tuo kerman täyteläisyyttä ja makua kevyemmällä rasvaprosentilla, suolaisiin leivonnaisiin ja ruoanvalmistukseen. Kestää hyvin kuumennusta.

Valio Hyvä suomalainen Arki® Ruoka 13 % 1 l UHT laktoositon*
Kaikkeen ruoanvalmistukseen kerman täyteläisyyttä ja makua kevyemmällä rasvaprosentilla. Suolaisiin leivonnaisiin. Kestää hyvin kuumennusta.

Valio kahvikerma 1 l laktoositon
Kahvin kanssa. Valkaisee ja pehmentää kahvijuomia.

Valio kevytkerma 1 l UHT laktoositon
Kahvin kanssa, lämpimiin ruokiin lisättynä valmistuksen loppuvaiheessa.
** Myös novot / suurpakkaus*

Muistathan kerman vaahdottamisen "kultaiset säännöt"

- Puhtaat ja kuivat välineet
- Vaahdotettavan kerman lämpötila (+4 astetta)
- Nopea ja tehokas vispaus (ei voiksi)
- Vaahto käyttöön välittömästi
- Leivonnaiset asianmukaiseen pakkaukseen
- Säilytys hajuttomassa kylmävarastossa
- Kylmäketju katkeamattomaksi

Kaikki ideat ja reseptit: valio.fi/ammattilaiset

JEPO-PERUNA ON ILMASTOYSTÄVÄLLINEN VALINTA

JEPO ON suomalaisten perunanviljelijöiden omistama yritys, joka tuottaa ammattikeittiöille kypsiä ja raakoja perunatuotteita. Vastuullisuus on osa JEPOn toimintakulttuuria ja aitoja tekoja, joilla huolehdimme kestävistä toimintatavoista kokonaisvaltaisesti läpi koko tuotantoketjumme.

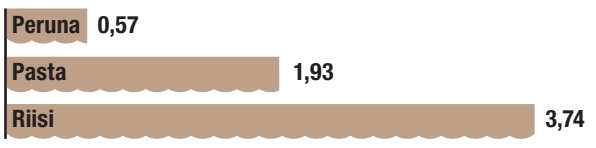
JEPO-perunatuotteiden valmistuksessa käytämme ainoastaan suomalaista perunaa. Ilmastoystävällinen peruna jalostetaan erilaisiksi tuotteiksi ympäristöä kunnioittaen. Kiinnitämme erityistä huomiota siihen, että myös raaka-aineiden hankinnan ja tuotteiden valmistuksen sekä kuljetusten aiheuttamat ilmastovaikutukset ovat mahdollisimman vähäiset.

Perunat toimitetaan tuotantolaitoksiimme lyhyiden kuljetusmatkojen päässä olevilta sopimusviljelytiloiltamme. Tuotteiden korkean laadun varmistamiseksi teemme yli 6 600 laatutestiä vuodessa aina perunan viljelystä valmiisiin tuotteisiin asti. Olemme lisäksi edelläkävijöitä elintarvikealan kiertotalouden ja kestävän ruokajärjestelmän edistämisessä huolehtimalla valmistusprosessissamme syntyvien sivutuotteiden hyötykäytöstä siten, että kuorimassa hyödynnetään eläintenrehun käytön lisäksi biokaasun valmistukseen.

JEPOn raa'at ja kypsät tuotteet ovat heti käyttövalmiita ja säilyvät tuoreena pitkään. Ne auttavat vähentämään ruoanvalmistuksen ilmastokuormitusta ja hävikkiä ammattikeittiössä.

JEPO-perunatuotteet ovat jäljitettävissä myyntipakkauksessa olevan päiväyksen ja viljelijäkoodin perusteella sopimusviljelytilalle peltolohkoon asti. Tiedon saa syöttämällä viljelijäkoodin jepo.fi -sivuilla kohtaan Hae Viljelijä. Viljelijätieto auttaa asiakkaitamme viestimään tarjotun ruoan alkuperästä ja ilmaston kannalta paremmista vaihtoehdoista omille asiakkailleen.

HIILIJALANJÄLKI kg CO_2 e/kg* (* hiilidioksisiekvivalentti)



VESIJALANJÄLKI H_2O l/kg

Lähde: MMM, Maa- ja kotitalousnaiset

JEPO-peruna – nauti huoletta

Peruna on käyttömahdollisuuksiltaan monipuolinen raaka-aine ja tärkeä osa suomalaisten ruokavaliota. Se on myös ykkösvalinta aterian lisäkkeeksi, sillä se on kevyempää ja ympäristön kannalta kestävämpi vaihtoehto kuin pasta tai riisi. Lisäksi peruna sisältää kosolti hyviä ravintoaineita, kuten C-vitamiinia, kaliumia ja magnesiumia.

JEPO raa'oissa ja hellävaraisella valmistusmenetelmällä valmistetuissa kypsissä tuotteissa ovat tallella kaikki perunan tärkeät ravintoaineet, hyvä maku, rakenne ja aromi. JEPO-perunoista voit nauttia huoletta – suosimalla ilmastoystävällisiä ruokavalintoja huolehdit oman hyvinvointisi lisäksi myös ympäristön hyvinvoinnista. ■

Lisätietoja: www.jepo.fi

SAGA HELPOTTAA KEITTIÖN ARKEA

TEKSTI: MERJA MAUKONEN

SAGA Vuokapaperi on ympäristöystävällinen ja ammattikeittiön työskentelyä tehostava valinta.

ISS RUOKAILUPALVELUIDEN kokemusten mukaan suurkeittiöihin suunniteltu SAGA Vuokapaperi vähentää hävikkiä sekä säästää vettä ja energiaa. Astiahuollolta vapautunutta työaikaa voidaan kohdentaa asiakastyöhön.

SAGA Vuokapaperi on suunniteltu suurkeittiöiden tarpeisiin ympäristövastuullisuus huomioiden. Vuokapaperit sopivat ammattikeittiöiden GN-vuokiin. Vuoan vuoraaminen vuokapaperilla vähentää ruokahävikkiä, sillä se estää ruoan palamisen kiinni vuokaan ja ruoka irtoaa paperilta helposti.

ISS:n ruokailupalveluilla on noin 50 erilaista ravintolaa koulumaailmasta henkilöstö- ja edustusravintoloihin. Oululaisen Monitoimitalo Kastellin ravintolassa SAGA Vuokapaperia on käytetty jo reilut puoli vuotta.

”Vuokatiskin vähenemisen aikaansaama veden ja energian säästäminen ovat SAGA Vuokapaperin tuomia hyötyjä, joista asiakkaammekin ovat kiinnostuneita”, kertoo ISS Palvelujen hankintapäällikkö Ulla Jousimaa.

Ympäristöystävällisyyden lisäksi SAGA Vuokapaperin käyttö tuo hyötyä myös työntekijöiden näkökulmasta ja helpottaa astiahuoltajien työtä.

”Paperi nopeuttaa vuokatiskiä, jolloin työaikaa säästyy asiakkaiden kohtaamiseen”, Jousimaa sanoo.

Vastuullinen valinta hyödyttää taloudellisesti

Sertifioidusta puusta valmistettu ja biohajoava SAGA Vuokapaperi on vastuullinen valinta. Veden, energian ja pesuaineiden säästäminen, ruokahävikin väheneminen sekä työajan kohdentaminen muihin tehtäviin hyödyttävät ravintolaa taloudellisesti.

”GN-pakit kestävät pidempään, koska niiden pinta ei enää naarmuunnu niin herkästi. Pesuaineetkin syövyttävät pintaa ja paperin kanssa tämä ongelma poistuu”, Jousimaa kertoo.

Monitoimitalo Kastellin käyttökokemusten perusteella ISS Ruokailupalveluissa aiotaan laajentaa vuokapaperin käyttöä muihinkin ravintoloihin. Sama paperi kestää vettymättä kaikki työvaiheet ruoan valmistelusta kypsennykseen, kuljetukseen ja tarjoiluun saakka, ja soveltuu siten esimerkiksi keskuskeittiöiden käyttöön.

”Näemme vuokapaperissa potentiaalia erityisesti julkisen sektorin ravintoloissamme. Paperi sopii erittäin hyvin esimerkiksi laatikko- ja vuokaruokien valmistukseen ja tarjoiluun”, sanoo Jousimaa. ■

Lisätietoja: www.sagacook.com

MISSION PUNAJUURITORTILLA 30CM

Uusi innovatiivinen pakastettu punajuuritortilla Mission Foodsilta!

PUNAJUURI ON yksi trendikkäimmistä kasviksista tällä hetkellä ja Mission Foods on kehittänyt tästä todellisen katseen kääntäjän. Tortillojen valmistuksessa on käytetty aitoa punajuurta, josta tuote saa houkuttelevan purppuran värisen ulkonäön ja myös maussa on hienostuneesti punajuurta.

Tuote monipuolistaa kahviloiden, ravintoloiden ja pitopalvelu tarjontaa. Rakenteeltaan tuote on erittäin kestävä ja sopii hyvin lämpimiin Burritoihin tai kylmiksi rullattaviksi wrapeiksi. ■

Ota meihin yhteyttä niin autamme sinua resepti- ja tuoteideoinnissa. Tutustu koko tuotevalikoimaamme: www.haugen-gruppen.fi

HELLMANN'S – MAJONEESIEN YKKÖNEN

Kasvikset rakastavat Hellmann's majoneesia. Lisää burgerin väliin, dippeihin, salaatinkastikkeisiin, uuniperunan täytteeksi tai tarjoile sellaisenaan. Majoneesi sisältää runsaasti rapsiöljyä ja hyviä rasvoja.

Maukkaita valintoja vastuullisesti

Hyvien tuotteiden lisäksi haluamme toimia ympäristöystävällisesti. Tästä syystä olemme päättäneet valmistaa tuotteemme yksinkertaisista ja luonnollisista raaka-aineista. Majoneesissa käytettävät kanamunat ovat vapaan kanan munia sekä käyttämämme rapsiöljy on kestävästi viljelty. Pyrimme jatkuvasti löytämään uusia tapoja minimoida ympäristövaikutuksia Unilever Sustainable Agriculture Code -hankintaohjelmalla, joka sisältää ohjeistukset kestävän kehityksen maataloudelle. ■

Lisätietoja: www.unileverfoodsolutions.fi

LAHJAKORTTIKAUPPA TUO LISÄÄ MYYNTIÄ RAVINTOLOIHIN

TEKSTI: ARI MONONEN

LAHJAKORTTI RAVINTOLAAN on suosittu lahja, joka on helppo antaa. Myös ravintolat ovat olleet tyytyväisiä lahjakortteihin ja ottaneet ne omakseen. Lahjakorttikaupasta onkin monenlaista hyötyä ravintoloille ja ravintolaketjuille.

Turkulainen PK Verkkotaito Oy on erikoistunut lahjakortteihin. Valtaosa yrityksen lahjakorttiasiakkaista toimii ravintolasektorilla.

"Viime vuosina lahjakorttien myynti on kasvanut lähes 50 prosenttia joka vuosi", kertoo PK Verkkotaito Oy:n myyntijohtaja Andreas Backlund.

"Varsinkin sellainen lahjakortti, joka on yksilöity tiettyyn ravintolaan – ja ehkäpä tiettyyn menuunkin – on samalla suositus ystävälle. Se ilmaisee, että lahjan antaja on pitänyt kyseisen ravintolan ruuista ja palveluista."

Ravintolatkin suosivat lahjakortteja. Ne ovat ymmärtäneet, että lahjakortit ovat hyvä markkinointikanava.

Nykyaikaisen lahjakorttijärjestelmän avulla ravintolaketjujen omistajat voivat myös seurata, milloin ja missä lahjakortteja lunastetaan eniten.

"Suomessa on esimerkiksi paljon kausiravintoloita, joiden lahjakortit voivat olla johonkin tiettyyn vuodenaikaan kohdennettuja ajankohtaisia lahjoja. Tällaisia erikoisia lahjakortteja on helppo myydä", Backlund selittää.

Lahjakortin formaatti on nykyään varsin vapaasti valittavissa. Saatavilla on perinteisiä painettuja kortteja, joita voi ostaa paikan päältä ravintolasta. Toisaalta verkosta voi hankkia pdf-muotoisen lahjakortin, jonka sitten voi lähettää lahjan saajalle sähköpostitse.

"Lahjakorttijärjestelmä on joustava. Se taipuu erilaisiin toimintamalleihin ja soveltuu yhtä hyvin pienille ravintoloille kuin suurille ravintolaketjuille."

"Viime aikoina pdf-lahjakortit ovat yleistyneet. Ne ovat ravintolan kannalta helpompia ja säästävät työaikaa", Backlund sanoo.

Hän toteaa, että ravintolaan saapuva lahjakorttiasiakas käyttää ravintolan palveluja usein enemmänkin kuin kortin nimellisarvon verran. Lahjakorteilla voidaan toisaalta saada ravintoloille lisää käyttöastetta hiljaisten sesonkien aikoina.

"Lahjakorttikauppa tuo myös ravintoloille uusia kanta-asiakkaita. Jos ruoka on maukasta, ravintolan ilmapiiri elämyksellinen ja palvelu hyvää, asiakkaat jäävät", muistuttaa Backlund. ■

Lisätietoja: www.lahjakortti.eu

TEEAJAT MUUTTUVAT!

Carpe Diem Kombucha -juomat muuttavat teeajat.

Mixtec tuo markkinoille kaksi makua:
Classic ja Cranberry.

Laadukas Kombucha-juoma on teejuoma, joka on perinteisesti valmistettu. Se on terveellinen vaihtoehto, joka virkistää kehoa ja mieltä. Fermentoitu teejuoma on 100% luonnollinen ja vegaaninen. Se sisältää maitohappobakteereja ja vähemmän sokeria kuin virvoitusjuomat. Carpe Diem Kombucha -juoma sopii mihin tahansa tilanteeseen. Ainutlaatuinen teen maku on virkistävä ja helmeilevä. ■

Kokeile ja ihastu!

Lisätietoja: www.mixtec.fi, tilaukset@mixtec.fi

HUMMUS ON NIIN YUMMUS!

MONIKÄYTTÖISET, TERVEELLISET ja ennen kaikkea hyvänmakuiset Sevanin tuorehummukset kuuluvat niin arkeen kuin juhlaan, kotikeittiöön ja ravintola-annoksiin. Täysin vegaaniset ja gluteenittomat tahnat, joihin on helppo rakastua! Hummus on valloittanut suomalaisten sydämet ja nautimme näistä tahnoista kellon ympäri.

Hummus Clock'around:
Aamulla sipaistaan Hummusta leivälle, välipalaksi siihen dipataan herkullisia kasviksia. Lounaalla Hummus antaa maun lisäksi salaattiisi lisäpotkua kasviproteiineista. Päivällisellä Hummus käy kastikkeena ja lisukkeena – ja vaikka maustajana, niin arki- kuin gourmet annoksiin. Illalla tarjotaan jaettavaksi topping Hummuksia snackien kanssa. ■

Sevanilta löydät hummuksia useassa koossa, kaikkien makuun:

Hummus Original 275g, 400g ja 2,5kg
Hummus & Punajuuri 150g ja 2,5kg
Hummus & Vihreä herne 150g ja 2,5kg
Hummus Hot'n Spicy 150g ja 2,5kg
Hummus Valkosipuli 150g
Hummus & Aurinkokuivattu tomaatti (topping) 275g
Hummus & Basilika (topping) 275g

Lisätietoja: www.sevan.se/fi

PIDENNÄ TERASSIN KÄYTTÖAIKAA

Kesä on ollut ja mennyt, mutta terassin neliöt saa jopa ympärivuotiseen hyötykäyttöön kattamalla oleskelutila sopivalla markiisilla, suurvarjolla tai terassikatoksella. Asiakaspaikat ulkotiloissa kannattaa pitää käytössä mahdollisimman pitkään.

MARKIISILLA ON helppo kattaa perustarpeet seinän vieressä tai omilla jaloillaan seisovana yksikkönä.

Kun seinäpintaa ei voida käyttää hyväksi, on suurvarjo joustava ratkaisu isoillakin terasseilla ja suurvarjoonkin voi integroida haluttaessa valaisimet tai lämmittimet. Sivutuulelta voi suojautua muuntautuvilla lasiseinäkkeillä. Suurvarjon voi asentaa painojalkaan tai maahan/terassiin valettavaan upotusjalkaan, jolloin tärkeää tilaa ei menetä varjon alla.

Vaativammassa käytössä omilla jaloillaan seisovilla terassikatoksilla voidaan kattaa suuriakin pinta-aloja ja suojautua täysin myös tuulelta, sateelta ja jopa lumelta.

Terassikatos voi olla kangas- tai alumiinikattoinen tarpeen mukaan ja mallien osalta voi valita jopa arkkitehtonisesti upeita ja silmää miellyttäviä ratkaisuja.

Terassikatokseen integroidut screen-seinät tai liukuvat lasiseinät muuntavat terassikatokset suojaisaksi keitaaksi myös huonommalla säällä ja RGB-LED valaistus sekä lämmittimet viimeistelevät oleskelutilan trendikkääksi sosiaalisten tapahtumien keskipisteeksi. ■

Lisätietoja: www.finnkaihdin.fi

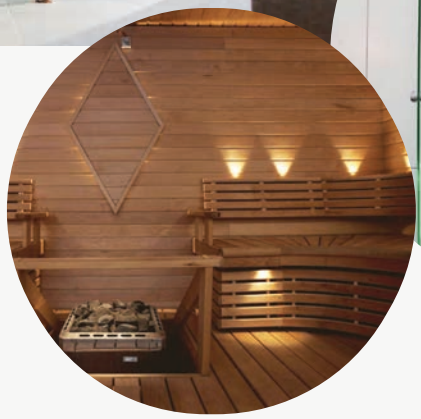
Löydä uudelleen työn syvempi merkityksellisyys ja tiimin voima.

Kokemustyöpaja, jossa työn merkityksellisyys, tavoitteet ja yhdessä tekeminen vahvistuvat.

Purpose Camp on pienryhmille suunnattu intensiivinen 1½ päivän kokemustyöpaja, joka toteutetaan Salon Teijolla keskellä vanhaa, luonnonkaunista ruukkikylää. Osallistujat majoittaa meren rannalla upeissa maisemissa sijaitseva Villa Seaview Guesthouse & Spa.

Kokemustyöpaja on paluu juurille, takaisin tekemisen merkitykseen. Se on tarkoitettu erityisesti yritysten avainhenkilöille, jotka elävät uudistumisen ja kasvun haasteessa. Työpajaan sisältyvä ammattitaitoinen valmennus kannustaa avoimeen keskusteluun, jolla luodaan tiimin jäsenten välille luottamuksen ja arvostuksen ilmapiiri. Valmennus auttaa yksilöitä löytämään työstään merkityksellisyyden, selkeyttää tiimille yhteiset tavoitteet ja auttaa kääntämään haasteet mahdollisuuksiksi. Lopputuloksena on uudenlainen työn palo ja konkreettinen muutos yhteisessä tekemisessä.

Purpose Camp syntyi Stara Consultingissa päivittäin yritysjohtajia valmentavien Lauran ja Patrickin intohimosta auttaa yksilöitä, tiimejä ja yrityksiä uudistumaan, kirkastamaan työn merkityksellisyyden ja sitä kautta valjastamaan käyttöön näiden todellisen potentiaalin. Viimeisen viidentoista vuoden aikana Laura ja Patrick ovat olleet mukana kehittämässä yli kahtasataa suomalaista ja kansainvälistä yritystä.



Villan viihtyisät tilat, luonnonläheisyys ja levollinen ilmapiiri luovat turvalliset puitteet ajatustenvaihdolle, valmentautumiselle ja kehittymiselle, virkistäytymistä unohtamatta.

Keskity olennaiseen - Villa Seaview Guesthouse & Spa

Purpose Camp toteutetaan rauhallisen ruukkikylän sydämessä, laadukasta majoitusta ja virkistäytymistä tarjoavassa Villa Seaview Guesthouse & Spassa. Villan suurista ikkunoista siintävä merimaisema, ympäröivä luonto ja loppuun saakka ajatellut, yksilölliset palvelut tukevat kaikkien aistien levollista virittymistä ja luovat turvallisen tilan rentoutumiseen. Rauhoittumisesta, elämyksistä ja yhdessäolosta syntyy vahva tunnekokemus, joka avaa mielen vastaanottavaiseksi uusille ajatuksille ja kehittymiselle.

Villan viihtyisiin ja kauniisti sisustettuihin tiloihin mahtuu kerrallaan valmentautumaan jopa 14 henkilön pienryhmä. Henkilökunta hoitaa kaikki käytännön järjestelyt ruokailuineen ja ohjelmineen, jolloin vieraiden tehtäväksi jää vain keskittyä olennaiseen - lepäämiseen ja ajatustyöhön.

Villan puutarhan terasseilla on mahdollisuus viettää aikaa, ihailla merimaisemia ja antaa ajatusten levätä. Ruokailuista huolehtii Villan oma keittiömestari, jonka käsissä pientuottajien lähiraaka-aineista syntyy todellisia Slow Food -nautintoja vieraiden iloksi. Päivän päätteeksi oman kylpylän poreallas, sauna ja höyrysauna kutsuvat rentoutumaan. Villalla on myös oma yksityinen ranta-alue ja venelaituri. Rantasauna lämpiää kesäiltoina ja saunomisen välillä pääsee pulahtamaan uinnille vilpoiseen meriveteen.
Tutustu Villaan lisää osoitteessa: www.villaseaview.fi.

Haluamme kutsua teidät Purpose Campiin rauhoittumaan, virkistäytymään, voimaantumaan tiiminä ja löytämään uudelleen työnteon merkityksellisyys!

Lue lisää!
www.purposecamp.fi
www.staraconsulting.fi

Stara Consulting

Heinon Tukkumessut

Messukeskuksessa 4.9.2019 klo 10-18

Tervetuloa Tukkumessuille tarkistamaan alan uusimmat trendit – katselemaan, kuuntelemaan ja maistamaan, mitä maassa ja maailmalla tapahtuu. Messuilla on tänäkin vuonna mahtava määrä näytteilleasettajia esittelemässä tuotteitaan ja palveluitaan.

Tukkumessut tarjoaa täyttä asiaa alan ammattilaisille. Älä siis missaa näitä messuja!

Tavataan Tukkumessuilla!

Heinon Tukkumessut ravintoloiden, suurkeittiöiden ja kaupan alan ammattilaisille

Messujen alaikäraja on 18 vuotta, mikä tarkoittaa myös syli-ikäisiä lapsia.

www.heinontukkumessut.fi

Heino

Ainekset hyvään