

PRORESTO

horeca-alan ammattilehti

Ympäristöystävällisiä
elämyksiä kattaukseen

Tulosta tulee, kun
tunnelma on kohdallaan

Ruokahävikin vähentäminen vaatii
kokonaisvaltaisia ratkaisuja

Leivonnaispakasteet helpottavat
ammattikeittiöiden arkea

Fazerin vastuullisuusjohtaja Sari Sarin:

Fazer kirittää vastuullisuutta
neljän vastuullisuustavoitteen kautta

MOCCAMASTER

HANDMADE



Suomen
Barista-mestari
2019
Kaisa Kokkonen
suosittelee



Aina tuoretta. Takuuvarmasti.

Tutustu Professional-mallistoon:
moccamaster.com/fi/ammattikeittimet

FASTFOOD & CAFÉ & RESTAURANT EXPO

3.-4.3.2021 MESSUKESKUS HELSINKI

SAVE THE DATE

Nähdään maaliskuussa Helsingissä.

Lue lisää tulevasta tapahtumasta, mukana olevista yrityksistä ja turvallisuudesta tapahtumissamme osoitteesta

ffcr-helsinki.com

#FFCRHKI #FFCR2021



Fastfood & Café & Restaurant Expo



/showcase/ffcrfin



@ffcrfin

TAPAHTUMASSA TEEMOINA MM.

EXPERI-
ENCES

FUTURE
FOOD

N E W
NORMAL

THE COST
OF
SUSTAIN-
ABILITY

PASSION
FOR
DRINKS

ORGANIC
& LOCALLY
PRODUCED

TILAA PRORESTO KESTOTILAUKSENA HINTAAN 36,30€ / VUOSI

Hinta sisältää alv 10 %.

Tarkemmat tilaustiedot: www.proresto.fi/vuositilaus

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

julkaisija

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

päätoimittaja

Jussi Sinkko

tuotepäällikkö

Ulla Höckerstedt
ulla.hockerstedt@publico.com
puh. 020 162 2251

toimituksen koordinaattori

Liisa Hyvönen

graphic design

Riitta Yli-Öyrä

tilaajapalvelu

puh. 03 4246 5309
tilaajapalvelu@jaicom.com

toimittajat

Sami J. Anteroine
Merja Maukonen
Kaisu Venho
Jari Peltoranta
Esa Pesonen
Tanja Karpasto

kannen kuva

Fazer Group

paino

Printall AS

www.proresto.fi

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



proresto (Facebook)



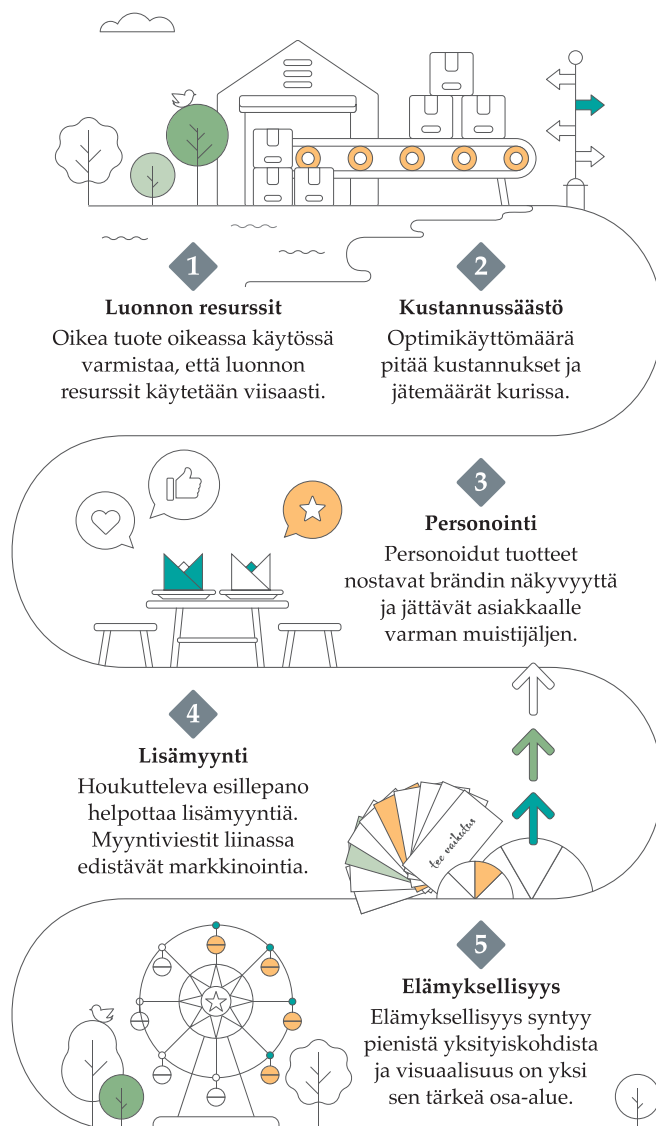
prorestomedia (LinkedIn)

SOFTLIN

NÄYTÄ KUKA OLET

*Ammattilaisten toiveista kehitetystä
Softlin-tuoteperheestä löydät laadukkaat,
personoitavat ja vastuullisesti tuotetut tuotteet
kattaukseen ja esillepanoon.*

Miksi Softlin-liinat?



Tutustu meihin ja tuotteisiimme verkossa **fiblon.com**

Oy Fiblon Ab, Pori • p. 020 123 6600



fiblon
Lautasliinatehdas
Porista

08 Esipuhe

10 Fazerin rima on korkealla sustainability-asioissa

Toukokuussa 2020 Fazerin vastuullisuusjohtajana aloittanut Sari Sarin pitää tuoretta pestiään erittäin motivoivana: Fazerin kaltainen iso toimija on monessa mukana ja senpä tähden sillä on aitoa vaikutusta sustainability-kentässä. "Kyllä se innostaa, kun tässä ollaan isojen ja merkityksellisten asioiden kanssa tekemisissä päivittäin."

18 Ruokahävikin vähentäminen vaatii kokonaisvaltaisia ratkaisuja

Ruoan tuottaminen, kuljettaminen, valmistaminen ja kuluttaminen aiheuttavat noin kolmanneksen kulutuksen ympäristökuormasta. Luonnonvarakeskuksen tutkimusten mukaan ravitsemispalveluissa noin 16 prosenttia valmistetusta ruoasta päätyy hävikkiin. Määrä on merkittävä sekä talouden että ympäristön kannalta.

24 Terrasille oma musiikkibrändi

30 Ympäristöystävällisiä elämyksiä kattaukseen



10

18



48



36 Tulosta tulee, kun tunnelma on kohdallaan

40 Tunnelmallinen boutiquehotelli U14

48 Leivonnaispakasteet helpottavat ammattikeittiöiden arkea

Leivonnaispakasteista uunituoreet leipomotuotteet valmistuvat nopeasti, ja samalla hävikin hallinta helpottuu. Ammattikeittiöiden käyttöön on tarjolla laaja valikoima erilaisia leivonnaispakastetuotteita raaoista nostattamattomista taikinoista sulattamisen jälkeen tarjottaviin tuotteisiin.

52 Koronaepidemia jatkuu, miten ravintola pidetään puhtaana?

Ravintola- ja ruokailutilojen siisteyteen on kiinnitettävä erityistä huomiota korona-aikana, johon normaalin ylläpitosiivouksen lisäksi auttaa tehostettu ylläpitosiivous. Hygienenisyys on huomioitava myös kattauksissa. Jokaiselle ruokailijalle on parempi tuoda omat aterimet pöytään kuin antaa heidän valita omansa pöydällä olevasta purkista. Lisäksi henkilöstö kannattaa erikseen kouluttaa toimimaan hygieenisesti poikkeusoloissa.

56 Uutispuuroa

52



KESTÄVÄSTI HERKULLINEN

VASTUULLISUUS JA VÄHÄHIILISYYS viitoittavat HoReCa-kentän askellusta 2020-luvulla. Esimerkiksi elintarviketeollisuus on viime aikoina selvittänyt elintarvikkeiden tuotannossa syntyvien kasvihuonekaasupäästöjen määrää ja lähteitä sekä keinoja vähentää toiminnan aiheuttamaa ilmastokuormitusta. Samalla toimiala on raapinut kasaan oman tiekarttaansa vähähiilisyyteen.

EU:ssa taas julkaistiin toukokuussa laaja Farm to fork -strategia, jolla pyritään nopeuttamaan siirtymistä kestäväan ruokajärjestelmään. Tarkoituksenmukaisesti toteutettuna sillä on mahdollisuus vauhdittaa yrityksiä evoluutiossa eteenpäin. Ruoan tuotannon kestävyysnäkökohtien huomioiminen ohjaa elintarviketeollisuusyritysten toimintaa strategiatasolla.

Ruoka- ja juomatuotteiden valmistaminen Suomessa tuottaa varsin vähän suoria kasvihuonekaasupäästöjä. Välillisesti päästöjä aiheutuu mm. ostoenergiasta, raaka-aineista, logistiikasta ja pakkauksista. Päästöjen hillintään kiinnitetään yritysten toiminnassa jo nyt paljon huomiota.

Alan toimijoilla on kovia näyttöjä erilaisista ilmasto- ja ympäristötoimenpiteistä: vähähiilisyyttä kohti suunnataan esimerkiksi investoimalla energiatehokkuuteen sekä uusiutuvaan energiaan, optimoimalla kuljetuksia, hyödyntämällä sivuvirtoja, vähentämällä hävikkiä sekä tehostamalla pakkausmateriaalien käyttöä. Myös yhteistyö ruokaketjun muiden toimijoiden kanssa on yksi toimiva keino vähentää elintarvikkeiden tuotantoketjuissa syntyviä ilmastopäästöjä.

Vaikka ruokien ja juomien valmistus itsessään ei aiheuta merkittäviä päästöjä, ala tavoittelee tiekartassaan selkeää vähennystä. Elintarviketeollisuusliitto pyrkii hiilineutraaliuteen ja tavoittelee toimialatasolla 75 prosentin kasvihuonekaasupäästöjen vähenemää vuoteen 2035 mennessä. Päästövähennys lasketaan suhteessa alan liikevaihtoon.

Viime vuoden helmikuussa elintarviketeollisuus, päivittäistavarakauppa ja pakkausala tekivät materiaalitehokkuuden sitoumuksen, joka tähtää ympäristövaikutusten vähentämiseen ruuan valmistuksessa, jakelussa ja kulutuksessa. Sitoumus oli laatuaan ensimmäinen Suomessa.

Tämä elintarvikealalle suunnattu toimintamalli tekee näkyväksi ja ymmärrettäväksi yritysten arvokasta työtä materiaalitehokkuuden edistämisen ja ilmastomuutoksen torjumisen eteen. Materiaalitehokkuuden parantamista elintarviketeollisuuden ja kaupan yhteisenä aloitteena alettiin suunnitella jo vuosia sitten ja se päätettiin lopulta toteuttaa sitoumusmuodossa.

Esikuvan toimintamallille antoivat elintarviketeollisuudessa jo pitkään käytössä olleet energiatehokkuussopimukset, joiden ansiosta yritykset ovat säästäneet vuosittain satoja gigawattitunteja energiaa, kymmeniä miljoonia euroja kustannuksia ja vähentäneet hiilidioiksepäästöjä kymmenillä tuhansilla tonneilla.

Maailmassa, jossa ruokaan kohdistuu yhä enemmän vaatimuksia, sinivalkoinen, laadukas elintarvike voi olla kovan luokan valttikortti. Tähän seikkaan kenties jotenkin liittyen: maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden viennissä saavutettiin viime vuonna kaikkien aikojen ennätys. Elintarvikkeita vietiin Suomesta yhteensä 1,7 miljardin euron arvosta, mikä oli peräti 13 prosenttia edellisvuotista enemmän. Koronakaan ei ole trendiä nitistänyt, vaan viennin kasvu on jatkunut myös kuluvana vuonna.

Luonnonvarakeskuksen mukaan viennin arvoa on kasvattanut uusien markkinoiden lisäksi vientimäärien ja -hintojen nousu. Vientimaista kasvussa on mm. Kiina, jonne on viety erityisesti sianlihaa ja maitojauhetta. Vientiryhmistä nousussa ovat erityisesti maitojalosteet, kaura, muut elintarvikkeet ja alkoholituotteet.

Torilla on silti turha tavata aivan vielä. Vienninedistämisessä riittää tehtävää, sillä vuonna 2019 elintarvikkeita tuotiin Suomeen 5,3 miljardin euron arvosta, joten elintarvikekaupan alijäämä oli lähes 3,6 miljardia euroa.

Mutta tässä se valopilkku: maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden tuonnin kasvu on hidastunut merkittävästi vuodesta 2013 lähtien ja aivan viime vuosina lähes pysähtynyt. Omavaraisuusasteen ohella nousee toivottavasti myös arvostus.

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.

WORLD
COFFEE
PROJECT

Señoras!
Kahvi tasa-arvoisemman
maailman puolesta.



SEÑORAS

GROWN BY WOMEN

Arvid Nordquistin uusi World Coffee Project
– kahvalikoima tukee kestävän kehityksen
hankkeita eri puolilla maailmaa.

SEÑORAS – kahvi on peräisin naisten hoitamilta tiloilta.
Naisviljelijöiden liiketoiminnan tukeminen pitkällä
ostosopimuksilla parantaa naisten toimeentuloa
ja laadukkaan kahvin saatavuutta.



SEÑORAS – yhdessä voimme saada aikaan muutoksen.

SEÑORAS pavut 750g
ean 17310760041251

SEÑORAS jauhettu 125g
ean 17310760041268



ARVID
NORDQUIST



**// Fazer kirittää
vastuullisuutta neljän
vastuullisuustavoitteen
kautta.**

FAZERIN RIMA ON KORKEALLA SUSTAINABILITY-ASIOISSA

SUOMALAISTEN RAKASTAMA BRÄNDI ANKKUROI VASTUULLISUUSAJATTELUNSA NEIJÄÄN PÄÄTAVOITTEeseen

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: FAZER GROUP

Toukokuussa 2020 Fazerin vastuullisuusjohtajana aloittanut Sari Sarin pitää tuoretta pestiään erittäin motivoivana: Fazerin kaltainen iso toimija on monessa mukana ja senpä tähden sillä on aitoa vaikutusta vastuullisuuden kehittämisessä koko ruokaketjussa.





”Kyllä se innostaa, kun tässä ollaan isojen ja merkityksellisten asioiden kanssa tekemisissä päivittäin”, hän toteaa.

Fazer kirittää vastuullisuutta neljän vastuullisuustavoitteen kautta. Vuonna 2018 sorvatut tavoitteet ovat Sarinin mukaan oleellinen osa konsernin strategiaa. Samalla ne kertovat, kuinka vastuullinen Fazer aikoo olla vuosikymmenen loppuun mennessä.

Vastuullisuustavoitteiden valinnassa painoi myös vaikuttavuus: miten resursseja kannattaa käyttää, jotta saadaan aikaan mahdollisimman paljon hyvää.

Fazerin vastuullisuusjohtaja Sari Sarinin mukaan Fazer kirittää vastuullisuutta neljän vastuullisuustavoitteen kautta: ”Vuonna 2018 sorvatut tavoitteet ovat oleellinen osa konsernin strategiaa. Samalla ne kertovat, kuinka vastuullinen Fazer aikoo olla vuosikymmenen loppuun mennessä.”



Puolitetaan päästöt...

Ensimmäinen tavoite on 50 % vähemmän hiilidioksidipäästöjä. Koska ruokajärjestelmä ja sen aiheuttamat päästöt ovat olennaisia tekijöitä ilmastomuutoksessa, elintarviketuotannon vaikutusten vähentämisellä on suuri merkitys. Ilmastomuutos vaikuttaa myös suoraan raaka-aineiden saatavuuteen, käyttöävyteen ja hintaan.

”Päästöjen puolittaminen vuoteen 2030 mennessä on kova tavoite, koska se tarkoittaa kaikkien Fazerin operaatioiden hiilijalanjäljen puolittamista, alihankintaketjut mukaan lukien. Tämä vaatii toimia koko organisaatiolta”, toteaa Sarin.

Fazer on vastikään liittynyt mukaan Baltic Sea Action Groupin (BSAG) ja Ilmatieteenlaitoksen vetämään Carbon Action -hankkeeseen, joka etsii tapoja vauhdittaa hiilen varastoitumista ilmakehästä peltoon ja edistää hiiltä varastoivaa viljelyä suomalaisilla maatiloilla.

”Tällä hiiliviljelyllä on suuri vaikutus päästöjen vähentämisessä”, Sarin uskoo.

Seuraavan kymmenen vuoden aikana tällä saralla on kuitenkin odotettavissa enemmän sinnikästä, jatkuvaa paran-

Päästöjen vähentämisessä kaikki kivet pitää kääntää, jotta tuloksiin päästään.

tamista kuin yksittäisiä läpimurtoja, arvelee Sarin. Päästöjen vähentämisessä kaikki kivet pitää kääntää, jotta tuloksiin päästään.

...ja samalla hävikki!

Fazerin toinen vastuullisuustavoite on ruokahävikin puolittaminen. Joka vuosi noin kolmannes kaikesta maailmassa tuotetusta ruuasta jää käyttämättä tai heitetään pois – ja tämä

Erityistä huomiota kiinnitämme tiettyjen erikoisraaka-aineiden arvoketjuihin.

hävikki aiheuttaa huomattavaa haittaa ilmastolle, vedelle, maaperälle sekä luonnon monimuotoisuudelle. Tutkimusten mukaan ruokahävikin vähentäminen on yksi keskeisimmistä keinoista minimoida elintarviketuotannon negatiivisia ympäristövaikutuksia, joten Fazer haluaa karsia hävikkiä kovalla kädellä kautta ketjun.

”Ensisijaisesti katsomme omaa toimintaamme, kuten leipomoitamme, mutta kiinnitämme huomiota myös koko toimitusketjuun.”

Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kun Fazerin leipää toimitetaan kauppoihin, tarkkojen kulutusennusteiden tekemisessä nähdään vaivaa, jotta tuotetta on sopivasti – ei liikaa, eikä liian vähän. Mutta kun hävikkiä syntyy, Fazer tekee yhteistyötä mm. suomalaisten startupien kanssa, jotta se hyödynnetään.

”Hävikin vastaisessa taistelussa uskon verkostoitumiseen ja siihen, että meillä on hyviä yhteistyökumppaneita, joiden kanssa näitä pulmia ratkotaan.”

Fazer on myös osoittanut ilahduttavaa ketteryyttä koronakriisissä laittamalla ”suita makeaksi” yllättävillä tavoilla. Esimerkki: kun korona hiljensi Helsinki-Vantaan lentokentän, myymättä jäi konvehtirasia poikineen. Parasta ennen -päivämääriä ei jääty odottamaan, vaan orvot konvehdit kiidätettiin mm. sairaaloihin ja palvelutaloihin.

Vastuullisesti pellolta pöytään

Kolmannessa tavoitteessaan Fazer linjaa, että kaikki hankinnat ovat 100 prosenttisesti vastuullisesti hankittuja. Tämä tarkoittaa, että yritys huolehtii koko arvoketjun vastuullisuudesta viljelijältä kuluttajalle saakka. ”Tähän päästään asettamalla kaikille toimittajille selkeät perusvaatimukset”, toteaa Sarin.

”Erityistä huomiota kiinnitämme tiettyjen erikoisraaka-aineiden, kuten kaakaon, palmuöljyn, viljan ja soijan arvoketjuihin.”

Esimerkiksi Länsi-Afrikassa Fazerilla on 6 000 sopimusviljelijää. Sarin kertoo, että kaakaotilat ovat tyypillisesti muutama hehtaarin kokoisia perheviljelmiä, joita sama perhe viljelee sukupolvesta toiseen. Monellakaan perheitä – joiden viljelijöiden keski-ikä on usein korkea – ei ole sertifiointia, mutta he voivat olla juuri niitä viljelijöitä, jotka tarvitsevat tukea vastuullisen kaakaonviljelyn edistämiseksi.

”Meillä on omia suorja viljelijäohjelmia, koska haluamme auttaa juuri eniten apua tarvitsevia viljelijöitä.”

Tuki voi tulla monessa muodossa: joskus tarvitaan kaivo, joskus koulu – ja esimerkiksi työkalut ja tuholaiistorjunta nielevät resursseja myös. Suorien viljelijäohjelmien tavoitteena on tehdä kaakaonviljelystä yhä mielekkäämpää työtä, joka tarjoaa viljelijöille ja heidän perheilleen tien parempaan toimentuloon.

Koska paremman toimeentulon taustalla ovat paremmin tuottavat viljelmät, ohjelmissa keskitytään koulutukseen. Kun viljelijät oppivat moderneja viljelykäytäntöjä, he voivat parantaa kaakaoviljelmiensä tuottavuutta.

Fazerin ostamasta kaakaosta kolme neljäsosaa tulee Länsi-Afrikasta, mutta tuiki tärkeä neljäsosa Ecuadorista. ”Ecuadorilainen Arriba-kaakaomassa on se kaikkein tärkein tekijä Fazerin Sininen -suklaan maun kannalta”, paljastaa Sarin.

Kasvipohjainen tulee, oletko valmis?

Fazerin neljäs vastuullisuustavoite on ytimekäs: enemmän kasvipohjaista.

Fazerin strategiassa linjataan, että yritys haluaa tukea kuluttajia terveellisten ja vastuullisten elämäntapojen noudattamisessa. Kasvipohjainen ruoka on tässä tärkeässä roolissa, koska se alentaa useiden eri sairauksien riskiä ja myös hiilijalanjälkeä.

Fazer onkin sitoutunut kasvattamaan kasvipohjaisten tuotteiden osuutta tuotevalikoimastaan kaikissa liiketoiminoissaan vuoteen 2030 mennessä – mutta mihinkään tiettyyn prosentilukuun tätä tavoitetta ei ole haluttu lukita. Kasvipohjaisten tuotteiden osuus on kuitenkin selvästi nousussa: kun vuonna 2015 se oli reilu kolmasosa (36 %), viime vuonna tuo osuus oli jo lähes puolet (48 %).

Kasvipohjaisen ruoan esitaistelijana toimii Fazer Lifestyle Foods -liiketoiminta-alue, joka on viime vuosina tuonut markkinoille esimerkiksi paljon kaurapohjaisia tuotteita – mm. kaurajuomia, tofun tapaan käytettäviä kaurapaloja ja erilaisia lusikoitavia välipaloja.

”Kaura on monella tapaa tämän muutoksen ytimessä”, Sarin linjaa ja lisää, että esimerkiksi kauran kuorta voidaan tulevaisuudessa hyödyntää ksylitolipurukumin valmistuksessa.

”Fazerilla kauramyllyn sivutuotteena syntyy runsaasti kauran kuorta. Kauran kuoret taas sisältävät ksyloosia, josta voidaan valmistaa ksyliolia.” ■



CASE: MAKEA MOKA

FAZER LANSEERASI Makea Moka -hävikkikarkkipussin lokakuussa 2019. Hävikkikarkkipussista saattaa löytyä karkki, joka on normaalia pienempi, sokerisempi tai toiseen karkkiin kiinni tarttunut.

Makea Moka on yksi uusi keino ruuantuotannon ympäristövaikutusten minimoimiseksi. Lappeenrannan makeistehtaalla pienennetään ruokahävikkiä pakkaamalla ulkonäöltään viallisia, mutta muutoin moitteettomia karkkeja uniikkeihin Makea Moka -pusseihin. Makea Moka -konseptin ansiosta Lappeenrannan makeistehtaan tuotantohävikki on pienentynyt merkittävästi.

Jokainen pussi on sisällöltään uniikki, mutta karkit ovat tuttuja Fazerin tuotebrändeistä Aarrearkusta, Tutti Frutista, Remixistä, Panterista ja Ässästä.

Tyypillisesti hävikkiä syntyy eniten tuotantoerien valmistuksen alussa ja lopussa. Yleisimmät laatuvirheet hävikkierissä ovat värivirheet, karkkien liian suuri tai pieni koko tai väärän karkin eksyminen karkkisekoitukseen.

Pussit pakataan kerran kuukaudessa, ja ne rakentuvat yhteensä 88 mahdollisesta erilaisesta karkista, riippuen kuukauden aikana syntyvästä hävikistä. Tavoitteena on saada vähintään 5–6 erilaista karkkia mukaan, ei kuitenkaan suklaata tai maitoa sisältäviä karkkeja. ■



CASE: KAAKAON ALKUPERÄ

FAZER KEHITTÄÄ yhteistyössä alan toimijoiden kanssa arvoketjua entistä vastuullisemmaksi ja läpinäkyvämmäksi, työkaluina suorat viljelijäohjelmat sekä sertifiointijärjestelmät.

Vuonna 2019 kaakaosta 72 prosenttia hankittiin UTZ-, Rainforest Alliance – ja Fairtrade Cocoa Programme -sertifiointijärjestelmien mukaisesti ja 28 prosenttia suorien viljelijäohjelmien kautta (Nigeria, Norsunluurannikko). Samana vuonna viljelijöiden koulutukset, viljelykäytäntöjen kehittäminen, naisten vaikutusmahdollisuuksien lisääminen, viljelyn monipuolistaminen ja yhteisöä tukevat toimet toteutettiin suunnitelmien mukaisesti, yhtiöstä kerrotaan.

Fazerin mukaan yritys voi jäljittää suorien ohjelmien kautta ostamansa kaakaon taipaleen Fazerin suklaatehtaalta Vantaalta aina yksittäiseen viljelmään ja viljelijään asti.

Yhtiön vastuullisen kaakaohankinnan lähtökohdat ovat jäljitettävyyden lisäksi ihmisten hyvinvointi, elinkeinon kannattavuus ja elinympäristöstä huolehtiminen. ■



CASE: KSYLITOLIA KAURASTA

FAZER TUO kotimaisen ksylitolin valmistamisen takaisin Suomeen rakentamalla kauran kuoresta ksylitolia valmistavan tuotantolaitoksen Lahteen. Kauramyyllyn sivutuotteesta valmistettava ksylitoli on mainio esimerkki modernista kiertotaloudesta.

Ksylitoli on makeutusaine, joka valmistetaan ksyloosista. Ksyloosia esiintyy useissa kasveissa ja puissa, kuten koivussa, pyökissä, maississa ja marjoissa – sekä kaurassa. Ksylitolin valmistaminen kauran kuorista on todellinen innovaatio, jossa käytetään uutta teknologiaa. Valmistusprosessi on uniikki, koska kauran kuorta ei ole aiemmin hyödynnetty ksylitolin kaupallisessa valmistuksessa. Aiemmin kauran kuoria on käytetty pääasiassa energiantuotantoon.

Ksylitolitehdas sijaitsee Fazerin kauramyyllyn naapurina Lahdessa ja se on maailman ensimmäinen ksylitolitehdas, jonka raaka-aine tulee yrityksen omasta tuotannosta. Tehdas valmistaa useita ksylitolililaatuja, joita voidaan käyttää elintarvike-, kosmetiikka- ja lääketeollisuudessa.

Kansainväliset ksylitolimarkkinat ovat kasvussa, ja Fazerin tavoitteena on olla ainut suomalaisesta kasvipohjaisesta raaka-aineesta ksylitolia valmistava yritys. ■





A hand is shown holding a metal lid, which is being placed over a trash can. The trash can is filled with food waste, including a banana, lettuce, and a piece of salmon. The background is a plain, light color.

RUOKAHÄVIKIN VÄHENTÄMINEN VAATII KOKONAISVALTAISIA RATKAISUJA

TEKSTI: MERJA MAUKONEN

KUVA: 123RF

Ruoan tuottaminen, kuljettaminen, valmistaminen ja kuluttaminen aiheuttavat noin kolmanneksen kulutuksen ympäristökuormasta. Luonnonvarakeskuksen tutkimusten mukaan ravitsemispalveluissa noin 16 prosenttia valmistetusta ruoasta päätyy hävikkiin. Määrä on merkittävä sekä talouden että ympäristön kannalta.

HÄVIKKIÄ TORJUMALLA ruoan ympäristövaikutuksia voidaan pienentää. YK ja EU ovat asettaneet tavoitteeksi vähentää ruokahävikkiä 50 prosentilla vuoteen 2030 mennessä, ja Suomi on sitoutunut tavoitteisiin. EU:n jäsenmaiden on raportoitava elintarvikejätteensä määrä komissiolle kuluva vuodesta alkaen.

”Ravintola-alan yritykset ovat erilaisia, joten hävikin vähentämiseen ei ole yksittäistä ratkaisua, joka sopii kaikille. Jokaisen yrityksen on tunnistettava omaan toimintaansa sopivat keinot hävikin ehkäisemiseksi. Hävikin vähentäminen hyödyttää yritystä taloudellisesti ja lisää ravintolan toiminnan kestävyyttä”, sanoo tutkija Kirsi Silvennoinen Luonnonvarakeskukselta, jossa ruokahävikkiä on tutkittu useissa tutkimushankkeissa.

Silvennoinen on tutkinut muun muassa ravitsemispalveluiden elintarvikejätteen määrää ja seurannan kehittämistä. Tehokas keino ruokahävikin vähentämiseksi onkin mittaaminen ja hävikin alkuperän selvittäminen.

Ruokahävikkiä syntyy useista lähteistä

Ruokahävikkiä syntyy keittiö- eli valmistushävikkinä, varasto- ja kuljetushävikkinä, tarjoiluhävikkinä ja lautashävikkinä. Eri hävikkityyppien osuus kokonaishävikistä riippuu ravintolan liikeideasta, ravintolatyyppistä ja tarjoilutavasta.

”Ravitsemispalveluissa tarjoiluhävikki on usein suurin yksittäinen ruokahävikin aiheuttaja. Linjastoravintoloissa tarjoiluhävikkiä syntyy muun tyyppisiä ravintoloita helpommin, sillä asiakasmäärien ja ruoan menekin ennakoiminen



on haastavaa eikä ruoka saisi loppua kesken”, toteaa Silvennoinen.

Runsaan näköinen tarjoilupöytä on kutsuva. Vaihtamalla tarjoiluastiat pienempiin noutopöytä näyttää runsaalta, mutta

// Hävikkiä torjumalla ruoan ympäristövaikutuksia voidaan pienentää.

tarjolla on vähemmän ruokaa ja siten hävikin määrä vähenee. Ruokaa kannattaa mahdollisuuksien mukaan valmistaa vaihteittain siten, että jonkun ruoan käydessä vähiin sitä valmistetaan lisää.

”Myös ruokalistaan kannattaa kiinnittää huomiota ja pohdita onko tarjolla olevien ruokalajien määrä sopiva. Kun hävikkiä seurataan pitkäjänteisesti päivittäin, saatetaan havaita, että jotkut ruokalajit eivät maistu asiakkaille. Tällöin voi harkita kannattaako kyseistä ruokaa valmistaa tai voisiko reseptiä muuttaa maistuvammaksi”, Silvennoinen kertoo.

Ennakoi mahdollisuuksien mukaan

Ruoan menekkiin voivat vaikuttaa monet tekijät, joiden ennakointi on haastavaa. Esimerkiksi virhe tavarantoimituksessa



tai laiterikko voivat aiheuttaa hävikkiä. Ravintolassa voidaan-kin käydä ajatusleikkejä odottamattomien tapahtumien varalle etukäteen. Pohdittavia seikkoja ovat esimerkiksi, kuinka lounaslistalle aiottu ruokalaji voidaan vaihtaa nopeasti tai kuinka laiterikon vuoksi sulavat pakasteet saadaan hyötykäyttöön.

”Ylijääville ruoille voi pohtia uusia käyttökohteita. Esimerkiksi kuivahtanutta leipää voi käyttää krutonkeina tai puurolla voi maustaa sämpylätaikinan. Asiakkaiden mieltymykset saatavat vaihdella vuodenajan, viikonpäivän, kellonajan ja jopa säätilan mukaisesti. Myös lähestyvät juhlapyhät ja tapahtumat kannattaa huomioida tarjonnassa”, Silvennoinen sanoo.

Myös varastoinnin hävikki saattaa olla luultua suurempi. Tällöin hävikin vähentämisessä parhaiten toimivat tutut ja hyvät toimintatavat kuten varaston järjesteleminen uudelleen ja varastosta huolehtivan vastuuhenkilön valitseminen. Varasto kannattaa pitää mahdollisimman pienenä ja varmistaa, että tarvikkeet ja raaka-aineet käytetään päiväysten mukaisessa järjestyksessä.

Lukeloki seurannan avuksi

Hävikki syntyy usein kuin huomaamatta, joten silmämääräinen arviointi ja mutu-tuntuma harvoin riittävät hävikin todellisten lähteiden selvittämiseen. Tarkka ja systemaattinen mittaaminen sekä hävikin seuranta ovat avainasemassa hävikin vähentämisessä. Kun hävikin lähteet on selvitetty voi henkilökunnan kanssa pohtia yhdessä millaiset keinot hävikin vähentämiseksi olisivat toimivia.

”Alan ammattilaisina keittiöhenkilökunta tietää tehokkaimmat keinot hävikin vähentämiseksi. Yhteisiä keskusteluita ja ideointipalavereita voi pitää vaikkapa kuukausittain ja kannustaa henkilöstöä hävikin vähentämiseen”, Silvennoinen sanoo.

Ravitsemispalveluille ei ole tällä hetkellä yhtenäistä mittaamenetelmää ruokahävikin mittaamiseen. Tähän haasteeseen vastaa Luonnonvarakeskuksen kehittämä kuukausimaksullinen online-sovellus Lukeloki. Maksun suuruus riippuu toimipisteiden määrästä, ja ohjelmaan voi tutustua maksutta ottamalla yhteyttä Luonnonvarakeskukseen.

”Lukeloki on kehitetty ravitsemispalveluiden tarpeisiin, ja ruokahävikkitutkimuksiimme osallistuneet ravintolat ovat käyttäneet sitä. Käyttäjäystävälliseen ohjelmaan voidaan syöttää etukäteen ruokalista ja kirjata päivittäin tuotettu ruokamäärä, eri lähteistä aiheutuvat hävikit ja asiakasmäärät”, kuvailee Silvennoinen.

Lukelokia voi hyödyntää sekä seurannassa että suunnittelussa. Hävikin alkuperää ja kehittymistä voi tarkastella päivä-, viikko- tai kuukausikohtaisesti sekä yksittäisen toimipisteen että kaikkien toimipisteiden osalta. Ajantasainen tieto hävikistä auttaa kohdentamaan hävikin vähentämiseen tähtäävät toimenpiteet oikein.

”Hävikki kirjataan syntypaikan mukaan, ja ohjelma laskee hävikin sekä valmistettua ruokamäärää, että asiakasta kohti. Ohjelma sopii käytettäväksi sekä annos- että linjasto-ravintoloissa ja sitä voi käyttää puhelimella, tabletilla ja tietokoneella”, Silvennoinen kertoo. ■

KUVA: PIXABAY



Ravitsemispalveluissa tarjoiluhävikki on usein suurin yksittäinen ruokahävikin aiheuttaja.



SUOSIKKI CHEDDAR SAATAVILLA HEINON TUKUSTA
JA MEIRA NOVALTA NYT 1 KG PAKKAUKSENA

com
au
met
je
with

Cheddar

**JOKO OLET TESTANNUT
CHEDDARDIPPIÄ
RUOANLAITOSSA?**

Poista muovit, laita cheddar
viipaleet kattilaan, lisää tilkka
kermaa tai maitoa ja sulata
miedolla lämmöllä.

Tarjoile lämpiminä natchojen
kanssa, tortilloissa ja tacoissa.
Dippailuun tai testaa vaikka
Amerikan klassikkoon,
Mac 'n' Cheese.



EAN



4 002468 175951

HOCHLAND CHEDDAR 1033 G X 8
84 VIIPALETTA

MN TUOTTEEN NUMERO 33564
HT TUOTTEEN NUMERO 8042963



TERASSILLE OMA MUSIKKIBRÄNDI

TEKSTI: JARI PELTORANTA

KUVA: PEXELS





Tarkoin harkittu musiikkitarjonta on erittäin tärkeä tunnelman luoja sekä ravintolassa että terassilla.

KUVA: UNSPLASH

RAVINTOLASSA JA TERASSILLA soiva musiikki on äärimmäisen tärkeä asia viihtyvyyden kannalta. Moni ravintolanpiti valitsee itse musiikin ravintolaansa. Tarjolla on myös paljon valmiita soittolistoja ja ammattilaisia musiikkivalintoja helpottamaan. Musiikin soittaminen vaatii kuitenkin taustamusiikkiluvan.

Luvan kanssa

Kun musiikkia soitetaan julkisesti, tarvitaan lakisääteinen musiikinsoitolupa molemmilta tekijänoikeusjärjestöiltä, Gramexilta ja Teostolta. Tekijänoikeusjärjestöt perustivat vuonna 2016 GT Musiikkiluvat, jotta taustamusiikkiluvan hankkiminen ja hallinnoiminen olisi yrityksille yksinkertaisempaa ja helpompaa. GT Musiikkiluvista hankittava lupa kattaa kummankin tekijänoikeusjärjestön edustaman musiikin soittamisen julkisesti.

GT Musiikkiluvat myy musiikin julkiseen esittämiseen tarvittavat musiikinsoitoluvat yrityksille ja välittää kerätyt korvaukset tekijänoikeusjärjestöjen kautta musiikin tekijöille, esittäjille, tuottajille ja kustantajille. Musiikkilupa mahdollistaa taustamusiikin hyödyntämisen liiketoiminnassa – ja takaa, että musiikin tekijät ja esittäjät saavat työstään ansaitsemansa korvauksen.



KUVA: GT MUSIIKKILUVAT OY

GT Musiikkiluvat Oy:n toimitusjohtaja Harri Kaasinen sanoo, että on tutkittu, että musiikki vaikuttaa taustalla tunteisiimme ja oloomme silloinkin, kun keskustelemme toisen kanssa ja musiikki soi taustalla. Tiedostamaton musiikin kuuleminen on jopa vaikuttavampaa asiakaskokemuksen osalta kuin tietoinen kuunteleminen.





Brändistrategiasta liikkeelle

”Opastamme yleensä ravintolanpitäjiä määrittelemään oman brändistrategian, eli mistä halutaan olla kuuluisia, mitä ei haluta olla ja mitä mielikuvaa kaikissa kohtaamispaikoissa halutaan tukea. Tätä kautta osataan määritellä ne ominaisuudet ja musiikkityylit, jotka tukevat valittua brändiä”, GT Musiikkiluvat Oy:n toimitusjohtaja Harri Kaasinen sanoo.

Tutkimusten mukaan kaikkein parhaiten toimii ravintolanbrändin mukainen soittolistalla, joka tukee haluttua tunnelmaa sisustuksen, valaistuksen ja ruokalistojen ohella. Musiikki luo tunnelmaa, tarjoaa asiakkaille yksityisyyttä ja saa usein asiakkaat myös viihtymään pidempään ravintolassa.

”Ravintolassa ja terassilla pitää olla riittävän laaja musiikkikattaus. Soittolistalla pitää olla paljon ja vaihtelevaa erityyppistä musiikkia, jotta asiakkaat tai henkilökunta eivät kyllästy soitettavaan musiikkiin. Ihmisillä on erilaisia tarpeita, ja se musiikin määrä, jonka aivot tunnistavat tutuksi, on suuri. Musiikkivalinnan voi viedä ihan taiteenlajiksi saakka”, Kaasinen sanoo.

Saatomme tunnistaa jonkun kappaleen ja se vaikuttaa aivoihimme samalla tavoin kuin tiedostettu kuuleminen.

”On tutkittu, että musiikki vaikuttaa taustalla tunteisiimme ja oloomme silloinkin, kun keskustelemme toisen kanssa ja

musiikki soi taustalla. Tiedostamaton musiikin kuuleminen on jopa vaikuttavampaa asiakaskokemuksen osalta kuin tietoinen kuunteleminen. Hissimusiikki ei aiheuta näitä positiivisia reaktioita, mutta tunnettu musiikki vaikuttaa, vaikka se ei olisi aktiivisesti tunnettua. Ihmiset pitävät tutkitusti huomattavasti laajemmasta musiikkikappaleiden määrästä kuin he pystyvät itse sanomaan”, Kaasinen sanoo.

Terassi on omanlaisensa

”Terassilla saattaa olla aivan erilainen asiakaskunta kuin ravintolassa sisällä. Siksi terassilla soitettava musiikki voi olla aivan erilaista kuin sisällä ravintolassa. Jos kyseessä on ruokaravintola, sisällä voi olla hyvin hillitty tunnelma. Terassille taas voidaan tulla käymään oluelle, ja terassiasiakas ei välttämättä asioi sisällä ruokaravintolan puolella ollenkaan, paitsi wc:ssä. Peruspubissa taas voi olla tarkoituksenmukaista, että sisällä ja ulkona soi sama musiikki”, Kaasinen toteaa.

Esimerkiksi kolmensadan kappaleen soittolistalle voidaan laittaa samojakin kappaleita toistumaan, jos niin halutaan. Soittolistojen laatimiseen löytyy päteviä ammattilaisia musiikkiluvat.fi-sivustolta. Myös radiokanavia soitetaan terasseilla.

”Musiikin voi ostaa palvelunakin. Suomessa on aika paljon erilaisia musiikkitoimijoita, kuten Viihdeväylä, joka toimii



KUVA: PEXELS

MARKIISIT KAIHTIMET SUURVARJOT PERGOLAT



FINNKAIHDIN

Sahaajankatu 21, 00880 Helsinki
www.finnkaihdin.fi kysy tarjoust

taa paljon musiikkia ravintoloihin. Heiltä saa tietokoneen ja musiikkipaketin kuukausimaksulla," Kaasinen toteaa.

Työntekijöiden työviihtyvyys on myös äärimmäisen tärkeä asia asiakaspalvelussa. Siksi työntekijöitäkin on kuunneltava musiikkivalintoja tehtäessä. Epämieluisa musiikki voi olla iso stressin ja ärtymyksen lähde, kun taas mieluisa musiikki luo hyvää oloa, joka näkyy myös asiakkaille.

Musiikkimaksu on investointi viihtyvyyteen

Taustamusiikkiluvan hinta määräytyy toimialan ja yrityksen tilojen koon tai asiakaspaikkojen määrän perusteella. Luvan hintaan vaikuttaa myös se, käytetäänkö musiikkia yrityksessä läpi vuoden vai vain tiettyinä kuukausina.

"Musiikkimaksu voidaan ja kannattaa ajatella investointina asiakkaiden viihtyvyyteen ja asiakaskokemukseen ylipäättään. Musiikki voi olla tärkeämpi tunnelmanluoja kuin sisustus tai valaistusratkaisut. Taustamusiikki on hyvin pieni investointi verrattuna moneen muuhun asiaan, joilla samaa asiaa yritetään saada aikaiseksi. Hyvälle asiakaskokemukselle musiikin

kautta tulee hintaa vain muutama euro päivää kohti", Kaasinen sanoo.

Terassimusiikin soittamiseen tarvitaan Taustamusiikki ravintolassa -lupa. Ravintoloiden musiikkimaksut määräytyvät asiakaspaikkojen määrän mukaan. Esimerkiksi satapaikkaisen ravintolan musiikkiluvan hinta on noin 89 euroa/kk, johon tulee vielä 10 prosentin arvonlisävero päälle.

Jos kyseisellä ravintolalla on kesäterassi auki vaikkapa neljä kuukautta, terassin asiakaspaikkojen määrä lisätään maksuperusteeseen niin pitkäksi aikaa kuin terassi on auki. Esimerkiksi 20-paikkaisen kesäterassin osalta lisätään tämä paikkamäärä maksuperusteeseen, jolloin neljältä kuukaudelta maksu määräytyy 120 paikan mukaisesti. Tässä esimerkissä neljän kuukauden ajan lupamaksu olisi 107 euroa/kk plus arvonlisävero.

"Hinnoittelumalli on tavallaan aika monihaarainen, mutta toisaalta se on oikeudenmukainen. Lähtökohta on, että maksetaan siitä, mistä yrityksellä on mahdollisuus saada tuloja. Nettsivuiltamme löytyy kohtuullisen hyvin tietoa yksittäisistä luvista ja niiden hinnoittelusta", Kaasinen toteaa. ■

YMPÄRISTÖYSTÄVÄLLISIÄ ELÄMYKSIÄ KATTAUKSEEN



VASTUULLISESTI VALMISTETTU JA KÄYTTÖTARKOITUKSEENSA SOPIVA LAUTASLIINA VIIMEISTELEE RAVINTOLAEELÄMYKSEN

TEKSTI: MERJA MAUKONEN

KUVAT: LAUTASLIINATEHDAS FIBLON

**// Kattauksen
viehättävyydestä tai
esteettisyydestä ei tarvitse
tinkiä ekologisuuden
vuoksi.**

*Ravintolaelämys syntyy herkullisesta ruoasta,
ystävällisestä palvelusta ja kauniista kattauksesta.
Lautasliinoilla kattauksen ilmettä on helppoa muuttaa.
Toimiva lautasliina on myös ympäristöystävällinen ja
vastuullinen valinta.*

KAUNIS KATTAUS viehättävine lautasliinoineen on oleellinen osa ravintolaelämystä maistuvan ruoan ja ystävällisen palvelun ohella. Koronaviruksen aiheuttamat poikkeusolosuhteet ovat tuoneet entistä vahvemmin esille sen, miten suuri osa ravintolaruokailun nautinnollisuudesta muodostuu elämyksestä.

”On ollut hienoa nähdä kuinka nopeasti ravintolat ovat pystyneet ottamaan käyttöön noutoruokakonseptin. Täysi elämys voidaan kuitenkin tavoittaa vain ravintolassa, jossa saa palvelua ja voi nauttia huolellisesti suunnitellusta ja toteutetusta kattauksesta. Myös ruoka on herkullisimmillaan, kun se tarjoillaan ja nautitaan heti valmistamisen jäl-



keen”, pohtii porilaisen lautasliinatehdas Fiblonin brändi- ja viestintäjohtaja Anne Ekberg.

Ravintola voi parantaa asiakkaan noutoruokailukokemustakin pakkaamalla ruoka-annoksen mukaan personoidut lautasliinat, jotka liittyvät ruokailun ravintolan brändiin. Ravintoloissa ja terasseilla lautasliinoilla voidaan parantaa myös ruokailuvälineiden hygieenisyyttä sujauttamalla aterimet aterinliinan taskuun. Samalla kattaminen nopeutuu ja sujuvoituu.

Yksilöllisesti suunniteltu tuote vähentää hävikkiä

Kattauksen viehättävyydestä tai esteettisyydestä ei tarvitse tinkiä ekologisuuden tai yhteiskunnallisen vastuullisuuden vuoksi. Huolellisesti valituista lautasliinoista ei synny turhaa hävikkiä taloudellisesti eikä ympäristön kannalta. Vastuullisesti valittu tuote sopii mahdollisimman

Keveillä yksikerroksisilla tuotteilla voidaan piristää kahvikattausta.

hyvin siihen käyttötarkoitukseen, mihin se on hankittu. Tuotehävikkiä voidaan vähentää ravintolan tarpeisiin sopivien yksilöllisten ratkaisuiden avulla.

”Lautasliinaa käytetään sylin suojana, suupielien pyyhkimiseen ja ravintolaelämyksen luomiseen. Eri käyttötarkoitukset on otettava huomioon, jotta ruokailija hyödyntää tuotetta kaikilla aiotuilla tavoilla”, kuvailee Ekberg.





Tuotetta valitessa kannattaa pohtia liinan kokoa, toimivuutta, esille asettamista, painatusta, monikäyttöisyyttä ja käyttäjämääriin mitoitettua pakkauskokoa. Ruokailuun varataan kahvitarjoilua kookkaampi liina, ja illallisravintoloiden pidemmät ruokailuhetket vaativat kestävämmät liinat.

”Meidän toimintamallimme perustuu asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin. Lautasliinat voidaan suunnitella yhdessä asiakkaan kanssa, ja painatukset ja pakkauskoot on räätälöitävissä ravintolakohtaisesti. Tavoitteena on, ettei yksikään lautasliina päätyisi käyttämättömänä roskiin. Materiaalivalinnalla varmistetaan, ettei lautasliinoja tarvitse myöskään tuhata, vaan yksi liina riittää käyttötarkoitukseensa”, sanoo Ekberg.

Keveillä yksikerroksisilla tuotteilla voidaan piristää kahvikattautusta, ja kaksi- tai kolmikerroksiset tuotteet sopivat paremmin ruokailuun ja suupielten pyyhkimiseen. Tuotteen turvallisuus on tärkeä osa käytettävyyttä. Liimattomat ja vesipohjaisiin painovärein painetut lautasliinat ovat sekä ympäristöystävällisiä että turvallisia käyttää. Malja ja haarukka -merkki viestii tuotteen turvallisuudesta elintarvikekäytössä.

Kotimaisuus lyhentää toimitusketjuja

Lautasliinan käytettävyyden ohella vastuullinen valmistus ja lyhyet toimitusketjut lisäävät tuotteen ympäristöystävällisyyttä. Vastuullisesti valmistetussa tuotteessa raaka-aineet valitaan huolella ja logistiikkaketjut pidetään mahdollisimman lyhyinä.

”Fiblonin tuotteet valmistetaan Suomessa ja käytämme kotimaisia raaka-aineita mahdollisimman paljon, joten toimitusketju pysyy lyhyenä. Tuotantomme hiilijalanjälki onkin



ollut 0 % vuodesta 2012 lähtien. Ravintolan ei tarvitse huolehtia tuotteiden vastuullisesta valmistamisesta ja hiilijalanjäljestä, vaan se kuuluu meidän ammattitaitomme piiriin”, kertoo Ekberg.

Fiblon on panostanut toimintansa ympäristöystävällisyyteen, yritysvastuuseen ja tuotantoprosessin hiilijalanjäljen pienentämiseen. Pääasiassa Fiblonilla käytetään kotimaista puupohjaista raaka-ainetta, ja muutenkin raaka-aineet pyritään hankkimaan mahdollisimman läheltä. Raaka-ainetoimittajien tuotanto- ja logistiikkaketjut ovat täysin läpinäkyviä siten, että puun alkuperä tunnetaan metsän tarkkuudella.

Kotimaisissa tuotteissa toimitusketjut pysyvät lyhyinä, jolloin kuljetuksista aiheutuu vähemmän päästöjä. Pitkien toimitusketjujen kautta toimitettavissa tuotteissa saattaa olla poikkeusolosuhteissa paljon hallinnoitavaa ja odottamattomia muutoksia. Mitä lähempänä tuote valmistetaan ja mitä lyhyempi toimitusketju on, sitä luotettavampaa, nopeampaa ja joustavampaa toimittaminen on.

”Kotimaisia tuotteita valitsemalla saadaan työtä Suomeen. Mikäli tuotteissa ei muutoin ole eroa, voi pohtia yhteiskunnallista näkökulmaa ja toimituksen joustavuutta”, Ekberg sanoo. ■

**Kotimaisia tuotteita
valitsemalla
saadaan työtä Suomeen.**



TULOSTA TULEE, KUN TUNNELMA ON KOHDALLAAN

TEKSTI: KAISU VENHO

KUVA: UNSPLASH



Nyt on oikea aika nostaa hotelli- ja ravintola-ala uuteen kukoistukseen rohkeasti ja luovasti, olemalla ketterä kaaoksessa. Maailma ei kaatunut koronan myötä, mutta reagointikyky on huolien myötä ehkä hidastunut ja stressi on syönyt kykyä muun muassa kuunnella asiakasta. Kun asiakkaat tauon jälkeen palaavat, ovat he erityisen herkkiä kohtaamalleen tunnelmalle. Siksi juuri nyt kannattaa miettiä ketteriä tapoja toimia sekä uusia palvelukonsepteja.



HENKILÖKUNNAN KYVYLLÄ ottaa asiakkaat vastaan positiivisesti ja kauhistelematta on suuri merkitys. Ei ehkä tarvitse heti etuovella toivottaa, että pidämme huolta asiakkaidemme terveydestä, vaikka käsidesiä onkin tarjolla. Osoita, että ei ole hätää ja toivota asiakas hymyillen tervetulleeksi.

Nyt ei vielä ole uusi normaali, vaan se on meillä vielä edessäpäin. Ravintoloiden kotiin myynti ei tule loppumaan, kun siihen on opittu. Nyt on ihmisillä kuitenkin jo patoutunutta kysyntää tulla ravintolaan tai hotelliin tapaamaan ihmisiä ja lataamaan akkuja. Monet viime aikojen juhlat ovat olleet pakostakin pienmuotoisia ja ehkä latteita kotiin kuljetetulla take away -ruoalla. Ammattimainen kokonaispalvelu on arvossa silloin, kun on syytä juhlaan! Eikä tarvitse itse tiskata.

KUVA: PIXABAY

Uudistumis- ja oivalluskykyä tarvitaan ottamaan rohkeasti käyttöön uusia toimintatapoja.

Vinkkejä ketteryyteen

Asiakastilojen täyttöasteelle on vielä rajoituksia, joten kiinnitä huomiota sisustukseen ja tee siitä mahdollisimman viihtyisä. Esimerkiksi tilojen valaistukseen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Valaistus ei saa olla liian hämärä eikä liian kirkas, vaan juuri sopivasti tunnelmaa luova.

Yritykset, jotka ovat ketteriä ja luovia sekä osaavat luoda asiakkaille hyvän tunnelman, voivat päästä nopeastikin takaisin jaloilleen. Johdon tyyli ja kyvykkyydet ovat ensisijaisessa asemassa. Johdon on syytä jalkautua kentälle ja osata ottaa huomioon henkilöstön tunnelmat ja motivaatio. Yrittäjämäinen esimies, joka osaa innostaa henkilöstöään omalla esimerkillään tekee siirtymästä helpompaa. Nyt kannattaa listata aikaisemmat vahvuudet ja kehittää niitä edelleen.

Marjo Rantanen, asiakaskokemuksen erityisosaaja kertoo näkemyksestään

Usein johtoryhmä haluaisi puhdistaa pöydän liiankin nopeasti, mutta nyt ei ehkä vielä ole aika liian radikaaleille muutoksille. Luo ensin asiakkaille miellyttävä ja viihtyisä ympäristö ystävällisellä palvelulla. Ota huomioon ihmisten perusteet ja panosta viihtymiseen. Monen toive on nyt vain päästä pakoon arkea. Viime aikojen tyhjä sali ei vielä tarkoita, että itse konsepti olisi jotenkin epäonnistunut.



Nyt on paras aika harjoitella tunnelmajohtamista ja keskustella vaikka kerran viikossa henkilöstön kanssa siitä, miten meillä menee. Joidenkin motivaatio-ongelmat voivat johtua menneestä stressistä, mutta siihen aika auttaa. Kaikilla on taustalla kannettavanaan myös esimerkiksi perheensä tai kaveripiirinsä tunnelmat. Luo yhteenkuuluvuuden tunnetta vaihtamalla kuulumisia, sillä uutisista ja maailman menosta keskustelevat kaikki. Myös asiakkaat haluavat ehkä kertoa, miten heillä on viime aikoina mennyt. Näitä tunteja kannattaa kuunnella.

Aloita kehittäminen olemassa olevista vahvuuksista

Kaikilla meillä on omat kyvykkyytemme ja vahvuusalueemme.



Ilman valmennusta näitä kykyjä ei saada täysin käyttöön yhteiseksi hyväksi. Jos kommunikointi ei suju, eikä ole yhteistä ymmärrystä tavoitteista, ei menestystäkään voi tulla. Yrityksen arvot näkyvät myös ulospäin ja esimiehillä on tässä suuri rooli. Jos on itse innostunut, pystyy saamaan myös henkilöstön mukaan. Jos esimies ei ”muista” antaa korjaavaa palautetta tai kertoa huonoja uutisia, turhautuu henkilökunta siihenkin. Muista olla palautteessa kannustava.

Johtoryhmä tilaa helposti konsultteja apuun, vaikka henkilöstö toivoisi enemmän omien ideoiden kuuntelua. Pahimmillaan peilataan strategiaan, joka voi olla jo vanhentunut eikä tue sitä, mitä kentällä ja arjessa juuri nyt tapahtuu.

Tunneäly auttaa ottamaan kyvykkyudet käyttöön

Uudistumis- ja oivalluskykyä tarvitaan ottamaan rohkeasti käyttöön uusia toimintatapoja, eikä jäädä toistamaan vanhoja malleja. Uudista ja kokeile rohkeasti uusia asioita.

Johtoryhmä tarvitsee analysointi- ja organisointikykyä pitääkseen langat käsissä. Liika analysointi voi tehdä päätöksenteosta kuitenkin turhan nopeaa. Varmista, että kaikki ehtivät mukaan muutokseen.

Kehittäkäämme kykyjämme, sillä niistä nousee kasvun mielentila ja alku parempaan tulevaisuuteen. Korona-aika on ollut pilotti. Seuraavan kriisin tullessa osaamme jo paremmin ja selviämme helpommalla! ■



HOTEL U14

TEKSTI: TANJA KARPASTO

KUVAT: HOTEL U14

*Tunnelmallisen boutiquehotellin
sisustusarkkitehtuuri on mieltä inspiroivaa ja
täynnä yllätyksellisiä yksityiskohtia.*



Kohdetiedot:
Hotel U14

Tilaja: Barings Real Estate Advisers Europe ja Unioninkatu 14 Oy
Rakennuttaja: Barings Real Estate Advisers Europe
Arkkitehtisuunnittelu: Jaakko Puro Oy
Sisustusarkkitehtisuunnittelu: Puroplan Oy
Rakennesuunnittelu: Stockwise Oy
Rakennuttajakonsultti: Sweco Oy
Urakointi: Peab Oy



HELSINGIN KAARTINKAUPUNKIIN heinäkuussa avatun hotellin suunnittelussa kaikki palaset loksativat kohdalleen. Perheomisteinen Hotel U14 sijaitsee Unioninkadun ja Eteläisen makasiinikadun kulmassa entisessä toimistorakennuksessa, aivan ydinkeskustan palveluiden äärellä.

”Rakennus määrittä paljon tilakonseptin suunnittelua”, kertoo yrittäjä Roni Saari. ”Tärkeää ovat mittasuhteet: huonekorkeudet, ikkunajärjestys, käytävät”, Saari kuvailee. ”Katutaso oli aikaisemmin parkkitilaa, joka pystyttiin tekemään kokonaan uudelleen ja siitä saatiin juuri sellainen, kun haluttiin. Rakennuksesta näki, että siinä on edellytykset tehdä hyvä lopputulos.”

Hotel U14 on saman tiiviin työryhmän käsialaa kuin esimerkiksi Fabianinkadulle vuonna 2016 valmistunut Hotel F6 sekä neljä muuta perheyhtiön aiemmin toteuttamaa hotellia.

”Teemme niin hyviä hotelleja, joissa voisimme asua itsekin”, sanoo Saari.

Modernin ja tunnelmallisen boutiquehotellin sisäarkkitehtuurissa on käytetty paljon laadukkaita materiaaleja, tekstiilejä ja tapetteja. Roni Saaren mukaan on tietoinen valinta panostaa viihtyisyyteen kuten esimerkiksi hyvään sänkyyn, toimivaan kylpyhuoneeseen tai tavallista runsaampiin verhoihin. ”Ajatuksena on, että sisustuksessa on käytetty sellaisia asioita, joita ihmiset voisivat haluta kotiin-

sakin”, muotoilee Saari. ”On tärkeää, että hotelli miellyttää myös omaa silmää.”

Toimistorakennuksesta hotelliksi

Hotellin näyttävä sisäänkäynti, vastaanottoaula, ravintola ja baari sijaitsevat entisen pysäköintihallin paikalla katutasossa. Kokoustilat, kuntosali ja sauna ovat alimmassa kerroksessa vanhojen toimistotilojen paikalla. Seitsemän kerroksessa hotellissa on yhteensä 117 huonetta.

”Yläkertaan rakennettiin kokonaan uusi hotellikerros entisten saunatilojen paikalle”, kertoo hankkeen pääsuunnittelusta ja koko toteutuksesta vastannut Puroplan Oy:n toimitusjohtaja, sisustusarkkitehti Jaakko Puro. ”Ylimpään kerrokseen saatiin korkeita huoneita, joissa on yli kolme metriä korkeat ikkunat ja merellinen näköala”, Puro kertoo.

Olemassa olevan rakennuksen muuntaminen kokonaan toiseen käyttötarkoitukseen on isotöinen ja vaativa prosessi, mikä ei aina ole täysin mutkatonta. Arkkitehti Kurt Simbergin suunnittelema toimistorakennus on valmistunut vuonna 1969 ja sitä on kunnostettu myöhemmin 2000-luvulla. ”Ensimmäisen kerroksen 1 500 m²:n muuttaminen kylmästä tilasta lämpimäksi vaati asemakaavamuutoksen”, kertoo Puro. ”Pysäköintikansi oli kalteva ja tasoeron muutos vaati paljon järjestelyitä, jotta rakennuksen kulmaan saatiin sisäänkäynti.”

Muutoshankkeen yhteydessä L-kirjaimen mallisen rakennuksen kainaloon oli mahdollista toteuttaa myös viihtyisiä sisäpiha, josta on suora kulkuyhteys kolmeen hotellihuoneeseen.



”Tavoitteena oli niin mielenkiintoinen ja itsessään houkutteleva hotelli, että sen myötä koko ympäristö vilkastuu”, Puro sanoo.

Rohkeaa ja rehevää

Valoisassa ja raikkaassa vastaanottotilassa on käytetty paljon lämpimän tammen sävyisiä puupintoja, lattiat ovat kivi-pintaista laattaa. Tilan peräseinällä on erikoinen suuri kello, joka pysäyttää asiakkaat. ”Sisustuksen täytyy sisältää yllätyksellisyttä; rohkeita asioita niin, että niistä halutaan kertoa kaikille, mieluummin rehevää kuin minimalistista”, Jaakko Puro visioi.







Kolmeen osaan jakautuva ravintola Version on hahmotettavissa koko tilana, mutta moniosaisuus tekee siitä Puron mielestä hauskemman: "Kaikki on mietitty, mutta ei yritetä hallita asioita liikaa. Täällä on vapaus lentää laajemmin."

Baariosio on lasiseinillä avattavissa aulatilaa ja ravintolaan, josta on myös näkymät sympaattiselle sisäpihalle. Ravintolan sydän on viimeisen päälle nykyaikaisella tekniikalla varusteltu avokeittiö. Tiloissa on käytetty runsaasti puuta; palokestävän levyn päälle asennettua viilua ja värejä sekä lat-

tioissa toistuu tähtikuvio, mikä näkyy eri puolilla hotellia. Tunnelma on juuri niin kuin suunnittelija on ajatellutkin: lämminhenkinen, värikylläinen ja hersyvän viihtyisä.

"Sisustuksessa voi nähdä Afrikkaa tai Kaliforniata", Puro sanoo. "Tiloissa saa oleilla ja olla, ei tarvitse niin tarkasti määritellä. Työskentely ja vapaa-aika voivat sekoittua täällä."

Hyväntuulinen ja älykäs hotellihuone

Hotellihuoneiden sisustuksessa jatkuu sama hyväntuulisuus





kuin ensimmäisen kerroksen julkisella vyöhykkeellä. Esineissä ja kuoseissa esiintyy eläinteema, joka jättää hymyn huulille niin lapsille kuin aikuisille. "Olen ollut Intiassa tekemässä hankintoja ja teettänyt muun muassa itse suunnittelemani valaisimia", kertoo Jaakko Puro.

Yksilöllinen ajattelu välittyy myös kerrosten käytävillä, joiden varrella on persoonallisia peilitauluja ja sisustusarkkitehdin varta vasten suunnittelemat, messinkitangosta taivutetut opasteet. "Käytävän ei tarvitse olla vain tylsä putki, herätel-

lään tunteita myös sillä matkalla", Puro luonnehtii ja jatkaa: "kaikissa perheyhtiön hotelleissa on aina aitoa taidetta seinillä, niin aulatiloissa kuin huoneissa."

Tiloista huokuukin, että sama työryhmä on toiminut pitkään yhdessä ja uusi hotelli on kuin hiottu timantti. "Minun mielestäni hotelli itsessään kasvattaa tarinan, eikä toisinpäin."

Tarkkaan mietityn ympäristön lisäksi modernit älyjärjestelmät tekevät hotelliasiakkaille vierailusta entistä hel-





pompaa. Nykyisin on mahdollista tallentaa muistiin omat sähkö- ja valosäädöt seuraavaa kertaa varten, esimerkiksi sopiva vedenlämpö suihkussa tai valojen hallinta sängystä käsin. Avainkorttiakaan ei enää tarvita, koska älykäs hotelli tunnistaa asiakkaansa. ”Valaistustekniikka on yksi tärkeimmistä asioista”, sanoo Puro. Hotellissa on käytetty energia- tehokkaita ledejä, joita voi säätää tilanteen mukaan; aamutunnelmasta iltamenoihin. ”Huomioitavaa on sekin, että hotellin ympärillä on paljon asuinrakennuksia, joten valomainoksia täytyy pystyä säätämään muun valomäärän mukaan”, Puro kertoo ja antaa samalla kiitosta Helsingin rakennusvalvonnan kanssa käydylle yhteistyölle. Erityiskiitokset projektin onnistumisesta saavat myös irtokalustetoimitusten yhteistyökumppani Kari Wahlgren Projektisistustus WM Oy:ltä sekä kiintokalusteiden toteutuksesta vastannut Mika Wahlgren Palokan Puutuote Oy:ltä.

Marriott Autograph Collection

Hotel U14 aloitti toimintansa osana kansainvälistä Marriott Autograph Collection -ketjua. Suomessa ketjun hotelleja on kaiken kaikkiaan kolme. Maailman suurimman hotelliketjun kumppanuus tarkoittaa laajoja verkostoja ja merkittäviä hyötyjä. ”Yhteistyö tuo huikean määrän kanta-asiakkaita, mikä on hyvä asia tulevaisuutta ajatellen”, kertoo Roni Saari.



Työryhmän vahvaan osaamiseen ja koko prosessiin tyytyväinen Saari sanoo lopuksi, että myös neljä upeaa kokoustilaa odottaa valmiina käyttöä. ”Pidän erityisesti aulasta ja ravintolasta, niistä tuli tosi kivat ja viihtyisät, paljon yksityiskohtia.” ■

proresto-media tavoittaa ammattilaiset – tutkitusti

proresto julkaisu tavoittaa alan ammattilaiset sekä todelliset päätöksentekijät valtakunnallisella kohderyhmäjakelulla.

Kokonaislukijamäärä, kun huomioidaan printti- ja verkkomedia on yli 85 000 / vuosi.



Verkkomediastatistiikka



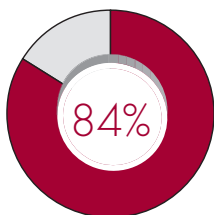
Google Analytics 3 kk:n KA.

Page/Views
11,014

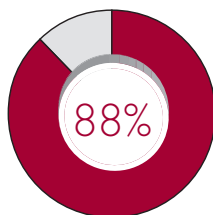
Unique Page Views
8,878

Avg. Time on Page
00:01:22

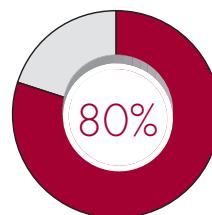
Lukija-analyysi



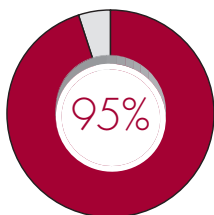
osallistuu yrityksen
hankintapäätöksiin



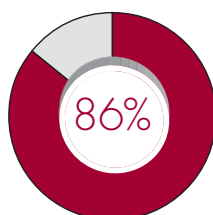
kokee saavansa mediasta
jäsennehtyä ja hyödyllistä tietoa



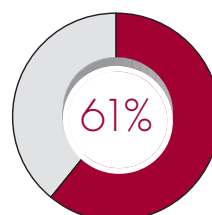
on hankkinut lisätietoa mediassa
olleen mainoksen tai artikkelin
perusteella



kokee median nostavan esiin
mielenkiintoisia aiheita



hyödyntää mediassa esitettyjä
tuotteita ja ratkaisuja työssään



työskentelee yli 1 milj. euron
liikevaihdon tekevässä yrityksessä

LEIVONNAISPAKASTEET HELPOTTAVAT AMMATTIKEITTIÖIDEN ARKEA

TEKSTI: MERJA MAUKONEN
KUVAT: LANTMÄNNEN UNIBAKEN

Leivonnaispakasteista uunituoreet leipomotuotteet valmistuvat nopeasti, ja samalla hävikin hallinta helpottuu. Ammattikeittiöiden käyttöön on tarjolla laaja valikoima erilaisia leivonnaispakastetuotteita raaoista nostattamattomista taikinoista sulattamisen jälkeen tarjottaviin tuotteisiin.

”ERI TYYPPISIÄ tuotteita yhdistelemällä syntyy omaan liiketoimintaan sopiva kokonaisuus. Taikinatuotteista ja paistovalmiista tuotteista saadaan uunituoreita ja tuoksuvia leipomotuotteita, ja sulattaen valmiit tuotteet vapauttavat uuniaikaa”, sanoo keittiömestari Marko Hirvonen Lantmännen Unibakelta.

Hirvonen työskentelee Lantmännen Unibaken keittiömestarina, asiakaskoulutusten, reseptiikan, tuotekehityksen ja tapahumien parissa. Tuotekehityksessä luodaan makumaailmoja reseptiikkaan ja ideoidaan uusia tuotteita joko nykyisistä tuotteista tuunaten tai kehittämällä uusia. Erityisruokavaliot kiinnostavat nykypäivän kuluttajia, ja leivonnaispakasteissa onkin tarjolla laaja vegaaninen valikoima. Tuotteita on saatavilla myös gluteenittomina.

”Leipomoissamme on huomioitu erityisruokavaliot ja ruoka-aineallergiat huolehtimalla allergeenivapaista linjoista, ja suurin osa tuotteistamme on laktoosittomia”, sanoo Hirvonen.

Tuoreen leivän tuoksua

Raaoista nostattamattomista taikinapakasteista voi sulattamisen jälkeen muotoilla ja paistaa haluamiaan leipomotuotteita. Nostattamattomat leipä- ja pullataikinapakasteet säästävät pakastetilaa. Vastapaistetun leivän tuoksu ja persoonallinen valikoima houkuttelevat asiakkaita, ja taikinapakasteista leivottu leivä ovat tasalaatuisia.

”Leipien ja sämpylöiden muotoilussa vain taivas on rajana. Lisäksi eri taikinoita yhdistelemällä saa lisää vaihtelua ja monipuolisuutta leipäpöytään”, kuvailee Hirvonen.

Pakastetut taikinat voidaan sulattaa ja nostattaa erilaisin työtavoin. Seuraavan päivän lounaalle leivät valmistuvat sulattamalla taikinaa yön yli kylmiössä, muotoilemalla aamulla ja nostattamalla vielä huoneenlämmössä ennen paistoa. Saman päivän aikana valmista syntyy sulattamalla ja nostattamalla taikina huoneenlämmössä. Mikäli aamut ovat kiireisiä esimerkiksi aamiaistarjoilun vuoksi, voidaan taikina sulattaa ja muotoilla edellisenä iltana, nostattaa yön yli kylmiössä ja paistaa seuraavana päivänä.

”Samaa leipää voidaan hyödyntää eri tavoin. Esimerkiksi kokoustarjoiluja varten leipä voidaan leikata pienemmiksi viipaleiksi kuin vitriinituotteena myytävä täytetty leipä, ja sama leipä sopii kokonaisena tai valmiiksi siivutettuna lounaspöytään. Mikäli liikeideaan kuuluu tuotteiden myyminen asiakkaalle mukaan, voidaan sama leipä pakata ja myydä mukaan kotiin”, Hirvonen kertoo.

**Vastapaistetun
leivän tuoksu ja
persoonallinen valikoima
houkuttelevat asiakkaita.**





Valmiiksi nostatut raakataikinat nopeuttavat leivontaa. Esimerkiksi pullataikinaa voidaan tuunata erilaisilla täytteillä ja muokata haluttuun muotoon ennen paistoa.

Leipomotuotteita nopeasti tarjolle

Paistovalmiilla tuotteilla saadaan tarjolle nopeasti tuoreita ja lämpimiä leipomotuotteita. Tällöin leipomossa viittä vaille valmiiksi paistetut tuotteet tuoreutetaan lopuksi ennen tarjoilua.

”Paikan päällä paistettaviin leipiin saadaan lämpöä, kuorta ja rapeutta. Lämmintä ja tuoretta leipää saadaan tarjolle noin kymmenessä minuutissa suoraan pakastimesta otet-

**// Sulattaen
valmiit leivät ja
makeat leivonnaiset
säästävät uuniaikaa
muille ruoille.**



tuna. Osan paistovalmiista tuotteista voi tarjolla myös sulatettuna, jolloin pinta jää pehmeämmäksi”, kertoo Hirvonen.

Sulattaen valmiit leivät ja makeat leivonnaiset säästävät uniaikaa muille ruoille. Tuotteiden käyttö ja tarjoilu on nopeaa ja helppoa, eikä vaarana ole tuotteiden palaminen uunissa.

”Erityisesti suuret henkilöstöravintolat ja julkisen puolen keittiöt hyötyvät sulattaen valmiista tuotteista. Kun leivän kierto on nopeaa, voidaan sulattaen valmiit tuotteet varastoida suoraan kylmiöön, jossa ne säilyvät muutaman päivän eivätkä vie tilaa pakastimesta”, Hirvonen sanoo.



Lantmännen Unibaken keittiömestari Marko Hirvonen sanoo, että erityisesti suuret henkilöstöravintolat ja julkisen puolen keittiöt hyötyvät sulattaen valmiista tuotteista. Kun leivän kierto on nopeaa, voidaan sulattaen valmiit tuotteet varastoida suoraan kylmiöön, jossa ne säilyvät muutaman päivän eivätkä vie tilaa pakastimesta.

Koulutus varmistaa osaamisen

Lantmännen Unibake tarjoaa asiakkailleen koulutuksia, joissa tutustutaan kattavasti leivonnaispakasteiden käyttämiseen ja tuunaamiseen.

”Me olemme asiakkaidemme tukena taikinalaivonnassa, oikeanlaisessa paistamisessa, tuotteiden tuunaamisessa ja tuottavassa vitriinimyyntissä. Koulutuksia voidaan järjestää joko asiakkaan tiloissa tai koekeittiöllämme Pajalla, Helsingin Salmisaarella”, kertoo Hirvonen.

Täytettyjen leipien koulutuksissa käydään läpi erilaisten leipien ja täytteiden tarjoamia mahdollisuuksia. Esimerkiksi leivän muodolla ja leipää vaihtelemalla voidaan vaikuttaa vitriinin ulkonäköön.

”Täytetyissä leivissä perinteiset kinkku-juusto, juusto ja meetvursti ovat suosittuja ja myyvät hyvin läpi Suomen. Näiden suosikkien rinnalle voi nostaa erilaisia makuyhdistelmiä erityisruokavaliot huomioiden. Olemme kehittäneet useita maistuvia reseptejä, joilla luodaan vaihtelua leipävitriiniin”, Hirvonen sanoo. ■



**// Henkilöstö kannattaa
erikseen kouluttaa
toimimaan hygieenisesti
poikkeusoloissa.**

KORONA- EPIDEMIA JATKUU

MITEN RAVINTOLA PIDETÄÄN PUHTAANA?

TEKSTI: ESA PESONEN

Ravintola- ja ruokailutilojen siisteyteen on kiinnitettävä erityistä huomiota korona-aikana, johon normaalin ylläpitosiivouksen lisäksi auttaa tehostettu ylläpitosiivous.

PERUSPUHDISTUKSEN LISÄKSI kosketuspinnat, kuten WC-tilojen ovenkahvat, hanat ja annostelijat desinfioidaan huolella. Samoin puhdistetaan myös tuolin selkämykset, kai-
teet, valokatkaisijat, pöytäpinnat ja asiakaspalvelutiskit. Kannattaa varmistaa, että siivooja desinfioi kosketuspinnat säännöllisesti. Samoin kannattaa myös varmistaa saippuan ja käsi-desinfiointiaineen riittävyys kaikille.

Hygieenisuus huomioitava kattauksissa

Hygieenisuus on huomioitava myös kattauksissa. Jokaiselle ruokailijalle on parempi tuoda omat aterimet pöytään kuin antaa heidän valita omansa pöydällä olevasta purkista. Pöytäpinnat on hyvä pitää tyhjinä ja kaikki ylimääräiset tavarat on hyvä jättää odottamaan pandemian väistymistä, jotta pöydät on mahdollisimman helppo pyyhkiä puhtaaksi ruokailijoiden välissä. Mitä tyhjempi pöytä, sitä helpompi se on pyyhkiä puhtaaksi.

Kannattaa muistaa, että palvelutiskien pystypinta ja pöydän reunat ovat usein likaisempia kuin itse pöytäpinta ja niiden puhtaanapitoon on kiinnitettävä erityistä huomiota. Myös keittiötilojen siivousta on tehostettava koronan aikana.

Lisäksi henkilöstö kannattaa erikseen kouluttaa toimimaan hygieenisesti poikkeusoloissa. Näin epidemian leviäminen ei ole ainakaan tiedon puutteesta kiinni. Ohjeistuksen avulla pidetään huolta siitä, että kaikki tietävät miten toimia. Tähän auttavat viranomaisten hygieniaohteet sekä yskimis- ja aivastusohjeet ravintolan WC-tiloissa ja käsienspesupisteiden läheisyydessä. Koronaviruksen aikana hygienian lisäksi on huolehdittava myös turvaväleistä.

Huolellinen ja riittävän usein tapahtuva käsienspesu vedellä ja saippualla on työntekijälle erityisen tärkeää. Koskettelua kasvojen alueelle on vältettävä. Kädet on pestävä myös aina

Hygieenisuus on huomioitava myös kattauksissa.



KUVA: PEXELS

yskimisen, aivastamisen tai niistämisen jälkeen. Elintarvikkeisiin, ruoan valmistusvälineisiin ja tarjoiluastioihin kosketaan vain puhtain, terveisin käsin.

Sairaana ei saa tulla töihin, vaikka flunssan oireet olisivatkin vain vähäiset. Mahdollinen sijaistyövoima on myös perehdytettävä hygieenisiin työtapoihin. Työntekijöiden terveydentilaan liittyvästä ohjeistuksesta vastaa työterveydenhuolto.

Näin ravintola desinfioidaan koronavirustartunnan jälkeen

Jos ravintolassa käyneen henkilön todetaan saaneen koronavirustartunnan, on riittävä desinfiointi erittäin tärkeää.

Siivousvälineiden tulee olla helposti pestäviä käytön jälkeen ja ne on puhdistava ennen seuraavaa käyttöä. Tilojen puhdistuksessa on mahdollisuuksien mukaan käytettävä kertakäyttöisiä siivousvälineitä kuten siivousliinoja.

Siivous tehdään pääasiassa tavanomaisesti käyttäen heikosti emäksistä yleispuhdistusainetta. Desinfiointiainetta käytetään kosketuspintojen, saniteettitilojen ja näkyvien erite- ja roisketahrojen puhdistamiseen. Erite- ja roisketahrat tulee imeyttää kertakäyttöiseen imukykyiseen liinaan ennen desinfektioaineen käyttöä.

Yleispuhdistuksen jälkeen kosketuspinnat käsitellään alkoholipitoisella vetyperoksidipitoisella tai klooripitoisella desin-

fektioaineella. WC-tilojen saniteettikalusteet tulee käsitellä vahvemmalla klooripitoisuudella. Valmistajien suositeltuja käyttö- pitoisuuksia ja vaikutusaikoja tulee noudattaa.

Siivouksessa syntyneet jätteet pakataan erilliseen jätessäkkiin, joka suljetaan ja toimitetaan välittömästi sekajäteastiaan. Pyyhkeet ja muut tekstiilit pestään ensisijaisesti 60–90 asteen pesuohjelmalla. Mikäli tekstiili ei kestä riittävän korkeaa lämpötilaa, on käytettävä desinfioivaa pesuainetta.

WC-tilojen siivousohjeissa on eroja. Harkittua, hyvää aseptista työohjetta ei ole tarvetta muuttaa. WC:n siivousohjeissa on kuitenkin huomioitava, että virukset erittyvät ulosteeseen ja wc-pöntön pesussa roiskuu pieniä pisaroita.

WC:n siivouksessa on käytettävä koko ajan kertakäyttöisiä suojakäsineitä. Jos on saatavilla pitkävartisia kertakäyttökäsineitä, niin kannattaa käyttää niitä. Jos pitkävartisia kertakäyttökäsineitä ei ole saatavilla WC-pöntön pesun ajaksi, laiteaan kertakäyttökäsineiden päälle pitkävartiset suojakäsineet, jotka puhdistetaan käytön jälkeen desinfiointiaineella. ■

Aluehallintovirastojen valtakunnallinen koronainfo neuvoo ravintoloihin liittyvissä kysymyksissä: koronainfo@avi.fi, puhelinnumero: 0295 016 666, ma–pe klo 8–11.30 ja 12.30–16



LISÄÄ ASIAKASPAIKKOJA TERASSILLE

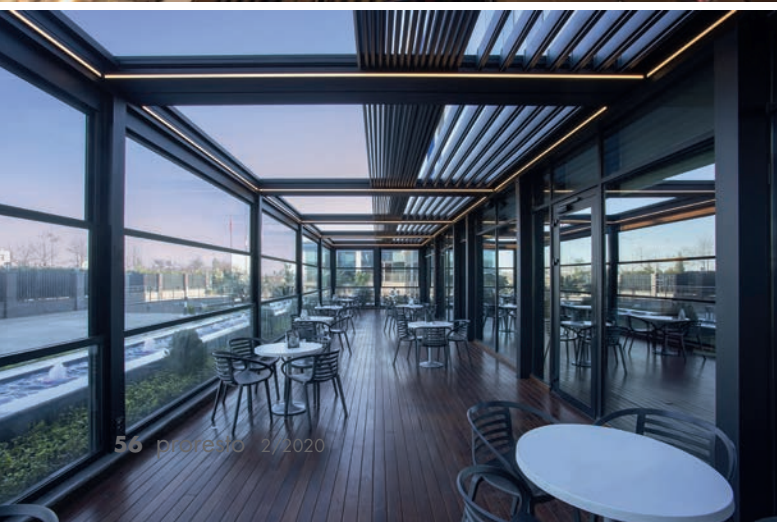
Sisätilojen rajoitusten aikana terassille lisätyt asiakaspaikat voivat korvata vähentyneet asiakaspaikat osittain tai kokonaan turvavälit huomioiden. Asiakaspaikat ulkotiloissa kannattaa pitää käytössä mahdollisimman pitkään.

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



KORONAKEVÄT KURITTI PANIMOTEOLLISUUDEN VALMISTAMIEN JUOMIEN MYYNTIÄ

KUVA: PIXABAY

Suomalaisten panimojen valmistamien juomien kotimaanmyynti laski huhti-kesäkuussa. Verrattuna viime vuoden vastaavaan aikaan alkoholia sisältävien juomien eli oluen, siiderin ja lonkeron kotimaanmyynti väheni huhti-kesäkuussa kolme prosenttia. Virvoitusjuomia juotiin yhtä paljon, vain kivennäisvesien myynti kasvoi hieman.

VALTIOVARAINMINISTERIÖ ESITTÄÄ ehdotuksessaan ensi vuoden talousarvioksi alkoholiveron korotusta. Tavoitteena on kasvattaa verotuloja noin 50 miljoonalla eurolla.

”Suunnitelmista nostaa oluen ja muiden mietojen panimajuomien veroa on luovuttava. Työllisyyden turvaaminen on nyt nostettava arvokkaimmaksi asiaksi. Se ei tapahdu veroja korottamalla”, sanoo Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton hallituksen puheenjohtaja Lasse Aho.

Koronaviruksen aiheuttaman poikkeuksellisen tilanteen vuoksi ravintolat olivat kesäkuun alkuun asti kokonaan kiinni ja matkustajatuonti väheni ulkomaanmatkailun lähes loputtua. Panimotuotteiden myynti siirtyi ravintoloista ja laivoilta vähittäiskauppaan, mutta kulutus ei kasvanut, vaikka korona-keväen aikana julkisessa keskustelussa pelättiinkin päinvastaista.

”Kuluva vuosi on ollut panimoteollisuudelle ja ravintolalalle erittäin raskas, joten alkoholiveron korotus tässä tilanteessa olisi kohtuuton. Alkoholiveron korotussuunnitelmien sijaan hallituksen on ohjelmansa mukaisesti syytä seurata matkustajatuonnin kehitystä.”

Alkoholiveron korotus ei automaattisesti lisää valtion verotuloja

Suomen alkoholivero on jo nyt EU-maiden korkein. Esimerkiksi

oluestaan suomalainen maksaa liki 20 kertaa enemmän veroa kuin saksalainen. Viroon verrattuna vero on yli kaksinkertainen. Suuri ero alkoholiverossa kasvattaa matkustajatuontia erityisesti Virossa, jossa alkoholiveroa laskettiin viime vuoden heinäkuussa peräti 25 prosenttia.

Suomen valtio menetti viime vuonna verotuloja 176 miljoonaa euroa, kun suomalaiset toivat Virossa alkoholijuomia 309 miljoonan euron arvosta. Tuloista 116 miljoonaa olisi tullut alkoholiverosta ja 60 miljoonaa euroa arvonlisäverosta.

Tulokset selviävät Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy:n tutkimuksista: vuodesta 2014 lähtien toteutetusta haastattelututkimuksesta suomalaisten Viron-matkailusta sekä kesäkuussa 2020 käynnistyneestä Suomalaisten matkailu -tutkimuksesta. Jälkimmäisessä tiedustellaan viikoittain noin 250 satunnaisesti valitulta suomalaiselta, ovatko he tuoneet alkoholijuomia ulkomailta joko tuomalla itse tai ostamalla verkkokaupasta.

Tutkimukset ovat tilanneet Palvelualojen ammattiliitto PAM, Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto, Päivittäistavara-kauppa ry PTY, Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ja Suomen alkoholijuomakauppayhdistys SAJK. ■

Lähde: Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto





NÄKÖALOJA BUSINESS-ASUMISEEN?

Liikemiestason huoneistohotelli Helsingin ydinkeskustassa

Alkaen 51 euroa/vrk



**KATRIN®**

SIISTI WC, SIISTI RAVINTOLA

88 % suomalaisista on sitä mieltä, että
persoonallisesti suunniteltu wc parantaa
ravintolavierailua.*

Puhtaat ja tyylikkääät hygieniatilat jäävät tutkitusti mieleen ja kertovat asiakkaille, että heitä arvostetaan. Ravintolaan myös todennäköisemmin palataan uudestaan, jos sen wc-tilat ovat raikkaat ja toimivat. Katrin-hygieniaratkaisujen avulla luot parhaan mahdollisen ravintolakokemuksen, jossa puhtaudesta ja tyylistä ei tarvitse tinkiä.

*Katrin Toilet Report 2020.

Metsä Tissue Oyj | Asiakaspalvelu: 010 464 7222 | www.katrin.com

