

PRORESTO

horeca-alan ammattilehti

Älyvaatteet ja smart-materiaalit ovat ammattikeittiön lähitulevaisuutta

Koronavirusta torjutaan innovatiivisilla ratkaisuilla

Ravintolaruoka tuli kotiin

Vino Nostrumin Thomas Pahlberg:

Meillä ideana ei ole tehdä nimenomaan luomuviinejä tai biodynaamisia viinejä, vaan ennen kaikkea laadukkaita viinejä, jotka tuovat esille oman kasvuympäristönsä parhaalla mahdollisella tavalla



PURPOSE CAMP

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 kehitymiselle, 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 kehitymiselle.

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 - leppäämiseen ja ajatustyöhön.

Villan puutarhan terasseilla on mahdollisuus viettää aikaa, ihaila 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



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



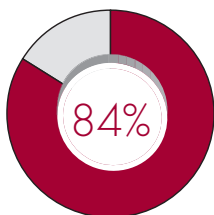
Google Analytics 3 kk:n KA.

Page/Views
11,014

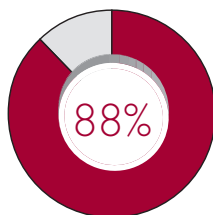
Unique Page Views
8,878

Avg. Time on Page
00:01:22

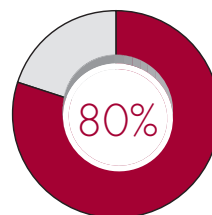
Lukija-analyysi



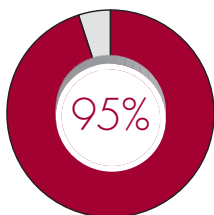
osallistuu yrityksen
hankintapäätöksiin



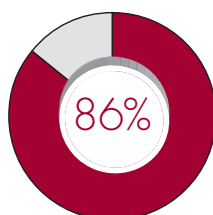
kokee saavansa mediasta
jäsennehtyä ja hyödyllistä tietoa



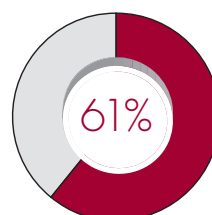
on hankkinut lisätietoa mediassa
olleen mainoksen tai artikkelin
perusteella



kokee median nostavan esiin
mielenkiintoisia aiheita



hyödyntää mediassa esitettyjä
tuotteita ja ratkaisuja työssään



työskentelee yli 1 milj. euron
liikevaihdon tekevässä yrityksessä

julkaisija

PubliCo Oy
Pätkäneentie 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
Esa Pesonen
Ari Mononen

kannen kuva

Vino Nostrum

paino

Printall AS

www.proresto.fi

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



 proresto (Facebook)



 prorestomedia (LinkedIn)

TILAA PRORESTO
KESTOTILAUKSENA
hintaan 70,40 €/vuosi

Hinta sisältää alv 10 %.

Lehti ilmestyy 4 kertaa vuodessa.

Tarkemmat tilaustiedot:

www.prorestofinland.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.



Tilaajapalvelu

Arkisin klo 8–16, puh. 03 4246 5309 tai

sähköpostilla tilaajapalvelu@kustantajapalvelut.fi

www.proresto.fi

PRO RESTO

08 Esipuhe

10 Artesaaniviinien esiinmarssi

Suomalaispariskunta Thomas ja Saara Pahlberg innostui luonnonmukaisista viineistä vuonna 2014 – ja sillä tiellä ollaan edelleen. Aikaisemmin Italiassa, tällä hetkellä Ranskassa asuva pariskunta oli aina pitänyt Välimeren viinikulttuurista, mutta kun kohdalle osui italialaisia luonnonviinejä, se oli rakkautta ensikulauksella.

16 Älyvaatteet ja smart-materiaalit ovat ammattikeittiön lähitulevaisuutta

Ammattikeittiön haastavissa työskentelyolosuhteissa työvaatteelta vaaditaan kestävyttä ja turvallisuutta. Työvaatteen on kestävä käyttöä ja useita laitospesukertoja sekä oltava miellyttävä käytössä. Vaatteen hygieenisyyttä voidaan parantaa antimikrobisella käsittelyllä. Älyvaatteet puolestaan tarkkailevat käyttäjänsä hyvinvointia.



16



22 Koronavirusta torjutaan innovatiivisilla ratkaisuilla

Korona-aika on edellyttänyt majoitus- ja ravintola-alalta monenlaisia muutoksia. Yritysten asiakasmäärät ovat tilapäisesti vähentyneet, mutta samalla asiakkaita on pitänyt suojella tehokkaasti tartuntavaaroilta. Uusi tilanne on tuonut alalle myös uudenlaisia teknologia- ja tilaratkaisuja. Innovatiivisia käytäntöjä ja tekniikoita tarvitaan alalla varmasti vielä tulevaisuudessakin.

28 The Folks Hotel Konepaja – urbaani lifestyle-hotelli Vallilan sydämessä

36 Korona pakotti ravintolayrittäjät kekseliäiseksi

41 Sisusta ravintolasi musiikilla

42 Pandemia on lisännyt ravintoloiden wc-tilojen hygieniavaatimuksia

45 Yhdistelmäkoneella ammattikeittiöiden sekä ravintoloiden lattiat puhdistuvat tehokkaasti ja nopeasti

46 Katrin-hygieniaratkaisut turvaavat Koskenrannan terassielämyksiä



48 Korona vahvisti kehitystä – kuluttajat haluavat tukea kotimaista

54 Maistuva ja terveellinen annos valmistuu laadukkaista raaka-aineista

Terveellisyys, keveys ja annosten muokattavuus kiinnostavat ravintola-asiakkaita yhä enemmän. Kasvisvaihtoehtojen suosio kasvaa edelleen. Laadukkaista raaka-aineista valmistettu maistuva ruoka houkuttelee valvetuneita asiakkaita.



HORECA MYRSKYN SILMÄSSÄ

KORONAKRIISIN JOHDOSTA matkailu- ja ravintola-alan yritykset ovat menettäneet suuren osan liikevaihdestaan. Matkustus-, kokoontumis- ja ravintolarajoitukset sekä etätyösuositus ja oppilaitosten siirtyminen etäopetukseen ovat romahduttaneet monien matkailu- ja ravintolayritysten palvelujen kysynnän.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:stä todetaan, että käytännössä kaikki sen edustamat matkailu- ja ravintola-alan toimialat ovat menettäneet suuren osan liikevaihdestaan. Hotellien lisäksi suurimpia kärsijöitä ovat olleet henkilöstö- ja opiskelijaravintolat, yökerhot ja muut ravintolat, huvipuistot, festivaalit sekä kongressi- ja messukeskukset.

MaRan jäsenkyselyn mukaan esimerkiksi pääkaupunkiseudun hotellien liikevaihto laski vuonna 2020 noin 70 prosenttia edeltävään vuoteen verrattuna. Lähes 60 prosenttia pääkaupunkiseudun hotellien työntekijöistä oli viime vuonna lomautettuna.

Matkailu- ja ravintola-alan yritysten ja niiden työntekijöiden ahdingon odotetaan syvenevän aina siihen asti, kunnes riittävä osa väestöstä kotimaassa ja ulkomailla on rokotettu koronavirusta vastaan. Samalla yritysten tappiot kasvavat mitä pidemmälle aikaa kuluu.

MaRan arvion mukaan liiketoiminta normalisoituu huomattavalla viiveellä rajoitusten purkamisen jälkeen.

Marraskuussa 2020 valmistuneen MaRan ravintolaruokailun trenditutkimuksen mukaan ravintolaruokailun määrä tulee kuitenkin palaamaan ennalleen koronapandemian jälkeen. Tutkimuksen valossa lähes kolme neljästä kuluttajasta aikoo käyttää ravintolapalveluja tulevaisuudessa yhtä paljon kuin ennen koronakriisiä. Lisäksi 12 prosenttia aikoo käyttää ravintolapalveluja enemmän kuin ennen koronakriisiä ja 13 prosenttia vastaavasti vähemmän kuin ennen koronakriisiä.

Ravintolaruokailun trenditutkimus myös paljastaa, että 75 prosenttia kuluttajista aterioi ravintolaruokaa vähintään kerran kahden viikon aikana viime vuonna. Koronapandemia on pudottanut tätä prosenttia, mutta kolme neljästä suomalaisesta on siis edelleen käyttänyt ravintoloiden palveluja ainakin pari kertaa kuussa.

Tutkimus paljastaa, että ruoan laatu on palannut – yhden välikauden jälkeen – tärkeimmäksi ruokailupaikan valintaan vaikuttavaksi tekijäksi. Valintaperusteista merkitystään ovat nostaneet laadun lisäksi mm. tietyn ruokalajin saanti ja ravintolan maine tai imago. Ravintolan sijainnin merkitys puolestaan on pudonnut kärkisijalta toiseksi tärkeimmäksi perusteeksi. Edullisen hintatason merkitys ruokailupaikan valintakriteerinä on laskenut huomattavasti.

MaRan pääekonomisti Ari Peltoniemi on arvioinut, että korona-aajan voittajia ovat hampurilaiset ja pizzat, joiden tarjonta ja valikoima ovat kasvaneet samalla kun ihmiset himoavat lohturuokaa. Hampurilaisten ja pizzojen yhteenlaskettu määrä aterian pääruokana kasvoi vuoden 2018 tutkimuksen 24 prosentista 31 prosenttiin. Kasvisruoan ja salaattien kysyntä aterian pääruokana vastaavasti laski vuoden 2018 tutkimuksen 11 prosentista 9 prosenttiin.

Koronan vuoksi aterioita on luonnollisesti nautittu ravintoloissa paikan päällä huomattavasti aiempaa harvemmin. Kun vuoden 2018 ja 2016 trenditutkimuksissa noin 90 prosenttia kuluttajista oli syönyt edellisen aterian paikan päällä ravintolassa, nyt tuo osuus oli laskenut 68 prosenttiin. Tämä tarkoittaa, että lähes kolmannes kuluttajista ottaa aterian mukaan tai se toimitetaan heille kuljetuspalvelua käyttäen.

Ravintolaruokailun kuljetuspalveluille on tilausta myös tulevaisuudessa, sillä 13 prosenttia kuluttajista aikoo käyttää niitä jatkossakin enemmän kuin ennen koronakriisiä.

Myrsky raivoaa vain aikansa – eikä syöminen lopu koskaan.

TILAA PRORESTO KESTOTILAUKSENA HINTAAN 70,40€ / VUOSI

Hinta sisältää alv 10 %. Lehti ilmestyy 4 kertaa vuodessa.
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

Tilaaajapalvelu
Arkisin klo 8–16 puh. 03 4246 5309 tai
sähköpostilla tilaaajapalvelu@jaicom.com

PRORESTO

ARTESAANI- VIINIEN ESIINMARSSI

THOMAS PAHLBERG
VANNOO
LUONNONMUKAISEN
VIININ NIMEEN
– MUTTA
LOPPUPELEISSÄ MAKU
ON AINA SE, MIKÄ
RATKAISEE

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: VINO NOSTRUM

Suomalaispariskunta Thomas ja Saara Pahlberg innostui luonnonmukaisista viineistä vuonna 2014 – ja sillä tiellä ollaan edelleen. Aikaisemmin Italiassa, tällä hetkellä Ranskassa asuva pariskunta oli aina pitänyt Välimeren viinikulttuurista, mutta kun kohdalle osui italialaisia luonnonviinejä, se oli rakkautta ensikulauksella.





Suomalaispariskunta Thomas ja Saara Pahlberg oli aina pitänyt Välimeren viinikulttuurista, mutta kun kohdalle osui italialaisia luonnonviinejä, se oli rakkautta ensikulauksella.



”SILLOIN HERÄSI se intohimo kokeilla jotain uutta”, kuvaillee Thomas Pahlberg.

Pariskunta alkoi kiertää italialaisia viinitiloja tavoitteenaan löytää laadukkaita luonnonmukaisia viinejä. Pian Pahlbergit saivat tiimiinsä mukaan Fabio Cagnettin, joka on yksi Italian arvostetuimpia luonnonmukaisten viinien asiantuntijoita ja uusien viinikykyjen löytäjiä. Yhdessä kolmikko rakensi portfolion, joka koostui Italian tärkeimpien viinialueiden parhaimmista viineistä – ja samalla syntyi yritys Vino Nostrum.

Saisiko olla luomua?

Thomas Pahlbergin mukaan Vino Nostrum kasvaa samalla, kun luonnonmukaisten viinien kysyntäkin kasvaa.

”Ihmiset ovat hyvin valveutuneita kulutus päätöksensä suhteen. Jos ensin haluttiin ruoan olevan luomua, niin nyt halutaan myös viinin olevan”, hän toteaa. Vino Nostrumin savotta helpottuu jatkuvasti sitä mukaa, kun kuluttajien tietoisuus viinien eri valmistusmenetelmistä kasvaa – mutta mitään valtavirtaa eivät luomuviinit vielä ole.



**// Kun
lisäaineita
ei ole lainkaan,
rypäleen pitää olla
todella hyvä.**

Yhtenä kivenä kengässä on sangen laajalle levinnyt harhaluulo, jonka mukaan kaikki viinit ovat luonnollisesti tuotettuja – eli toisin sanoen valmistettu puristetusta rypälemehusta, joka fermentoidaan. Mistä moinen luulo? – No, se ainakin on selvää, että viinien suhteen on olemassa merkittävä tietovaje: viinien etiketeistä puuttuu ainesosaluettelo, joka kaikista alkoholittomista juomista kyllä löytyy.

”Teollisessa viininvalmistuksessa sallitaan jopa 200 eri valmistus- ja lisäaineen käyttö”, huokaa Pahlberg. ”Pahimmassa tapauksessa viinin voi valmistaa ilman viinirypäleitä.”

Viini ilman sielua

Pahlberg muistuttaa, että viinitarhassa käytetyt myrkyt tappavat rypäleiden luonnollisia ominaisuuksia, kuten esimerkiksi luonnollisia hiivoja ja säilöntäaineita. Tällöin rypälemehu ei enää alakaan käymään itsestään ja valmistukseen pitää käyttää teollisia hiivoja. Ja kun rypäleen kuoreissa olevat luonnolliset säilöntäaineet kerran on tuhottu, pitää prosessiin lisätä sulfiitteja.

Eikä teollinen tuunailu tähän jää: mitä elottomampi maaperä ja heikkolaatuisempi rypäle, sitä enemmän hamutaan mm. erilaisia makuaineita, väriaineita ja kirkastusaineita viinin ominaisuuksia ”parantamaan”. Noidankehä on pian valmis.

Myös luomuviinien valmistuksessa sallitaan erilaisten lisäaineiden käyttö – ero on vain siinä, että niitä on käytetty vähemmän ja ajatuksella. Täysin luonnonmukaisissa ja biodynaamisen menetelmän mukaan valmistetuissa viineissä lisäaineet sen sijaan ovat pannassa.

”Kun lisäaineita ei ole lainkaan, rypäleen pitää olla todella hyvä”, kuittaa Pahlberg. ”Luonnollisten hiivojen pitää toimia.”

Kuuviiniä kuppiin

Biodynaamisesti valmistetut viinit voivat kuitenkin olla tavalliseen kuluttajalle melkoinen jokerikortti, koska ne ovat herkempiä reagoimaan kuun vaiheisiin. Biodynamiikka nimittäin jylää viinin kaikissa kehitysvaiheissa, aina sen nauttimiseen asti. Vääränä päivänä siemaittu viini voikin olla mustapekka.

Pahlbergin mukaan sekä luomu- tai biodynaaminen viljely ovat ensisijaisesti työkaluja, joilla pyritään valmistamaan mahdollisimman luonnonmukaisia viinejä.

”Meillä ideana ei ole tehdä nimenomaan luomuviinejä tai nimenomaan biodynaamisia viinejä, vaan ennen kaikkea laadukkaita viinejä, jotka tuovat esille oman kasvuympäristönsä



Viininteko on yksi maailman vanhimmista bisneksistä.

parhaalla mahdollisella tavalla. Maku on aina kaiken lähtökohta.”

Käsityöläisyys kunniaan

”Luomuviinin ja biodynaamisen viinin lisäksi puhutaan välillä myös esimerkiksi alkuviinistä, orgaanisesta viinistä tai natuviinistä. Eri käsitteiden sekamelska voi uuvuttaa ammattilaisenkin”, myöntää Pahlberg.

”Jos joku termi pitää nostaa ylitse muiden, niin olkoon se artesaaniviini. Se kertoo parhaiten siitä, mistä tässä on kyse, kun mennään ihan ytimeen: nyt puhutaan pientuotannosta ja käsityöstä.”

Tänä päivänä Vino Nostrum tuo yhteen tasokkaan nipun artesaanituottajia eri puolilta Italiaa.

”Me olemme tehneet yhteistyötä noin 50 eri viinitilan kanssa ja voidaan sanoa, että aktiivista yhteistyötä on tästä porukasta noin 20–30 tilan kanssa.” Viinitilat ovat pieniä, pienteillä tekeviä toimijoita, jotka ponnistavat maailmalle kenties 10 000–50 000 pulloa vuodessa.

Nenänmitan verran edellä

Mutta miten viinibisneksessä seulotaan jyvät akanoista – tai löydetään se kultainen rypäle tavisten joukosta? – Pahlbergin

mukaan verkostoituminen auttaa, mutta jalkatyölle ja innokalle nenälle ei vielä kukaan löydä korviketta.

”Kun on itse käynyt paikan päällä useamman kerran ja maistellut montaa erilaista viiniä ja vuosikertaa, alkaa syntyä käsitys siitä, millaisesta toimijasta on kyse”, kuvailee Pahlberg.

Vino Nostrumilla on verkkokauppa, joka palvelee etupäässä Ranskan markkinaa – toiminnan pääpaino on ranskalaisessa ja suomalaisessa horeca-kentässä.

”Erilaiset ravintolat ja viinibaarit ovat löytäneet tuotamme aika hyvin”, Pahlberg toteaa. Potentiaalia kasvaa on silti rajusti, kun vertaa Keski-Eurooppaan: esimerkiksi Italiassa ja Ranskassa on paljon ravintoloita, joille luomuruoka ja -viini on kunnia-asia.

”Eikä siis mitään turistipaikkoja, vaan nimenomaan paikalliselle yhteisölle tärkeitä ravintoloita. Tässä kehityksessä Suomi tulee jälkijonassa, mutta tulee kuitenkin.”

Pahlbergin mukaan 5–10 pientä yritystä tuo luonnonmukaisia viinejä Suomeen ja etenkin Helsingin keskustan ravintolat ovat ottaneet tuotteet avosylin vastaan.

Alkosta vetoapua

Vino Nostrum on breikannut viinejään myös Alkon valikoimiin ja Pahlberg kiittelee Alkoa trendin harjalla pysymisestä.

”Alkossa on selvästi tunnistettu luonnonmukaisten viinien laatu ja vetovoima ja se näkyy hyllyillä.” Alkon valikoimissa on tällä hetkellä noin 70 erilaista luonnonmukaista viiniä tai ”alkuviiniä”, kuten Alko niitä kutsuu.

Covid-tilanne on tietenkin hämmentänyt myös viinikuvioita isolla kauhalla. ”Kun ravintolat ympäri Euroopan ovat sulke-neet oviaan, ei tarvetta aina ole minkään sortin viinipullolle. Mutta samalla kun rokotukset ovat käynnissä, optimismia on taas ilmassa”, pohtii Pahlberg.

Mistä on luonnonmukainen viini tehty?

- valmistetaan pääsääntöisesti rypäleistä, jotka ovat luomu- ja/tai biodynaamisesti viljeltyjä
- käytettävien rypäleiden viljelyssä ei siis käytetä synteettisiä lannoitteita tai torjunta-aineita
- myös harvinaisempia rypälelajikkeita esiintyy
- tuottajatilat ovat tyypillisesti pieniä kooltaan
- viinikäyminen tapahtuu villihiivojen avulla; valmistuksessa käytetään vähän tai ei lainkaan rikkidioksidia eli sulfiitteja
- viiniä ei myöskään välttämättä stabiloida, suodateta tai kirkasteta

”Viininteko on yksi maailman vanhimmista bisneksistä. Sitä juodaan aina, menee sitten hyvin tai huonosti.”

Rakkaudesta lajiin

Thomas Pahlbergiä itseään motivoi – upeiden viinien lisäksi – upeat ihmiset ympärillä. Yhteistyökumppanit viinitiloilla ja ravintoloissa jakavat saman arvomaailman, jossa luonto ja puhtaus korostuvat.

”Tämänkin kriisin aikana olen kokenut vahvasti, että samaan hiileen tässä puhalletaan. Tämä ei ole teknologia-bisnestä, vaan ehdottomasti rakkaus- ja intohimobisnestä.”

Toinen asia mikä pitää yrittäjän silmät kirkkaana on se, että koskaan ei tiedä millainen makuelämys löytyy jo ihan seuraavan mutkan takaa, kenties matkalla uudelle, huippukiinnostavalle viinitilalle.

”Uusia viinejä tulee koko ajan – ja se on tosi hienoa tässä bisneksessä.” ■





ÄLYVAATTEET JA SMART-MATERIAALIT OVAT AMMATTIKEITTIÖN LÄHITULEVAISUUTTA

TEKSTI: MERJA MAUKONEN

KUVAT: PIXABAY



Keittiötyöhön suunnitellussa Medantan Chef-mallistossa keskeisenä innovaationa on antibakteerinen hopeaionikäsittely, jonka ansiosta bakteerit eivät kasva ja lisäännä tekstiilin pinnalla.



Ammattikeittiön haastavissa työskentelyolosuhteissa työvaatteelta vaaditaan kestävyyttä ja turvallisuutta. Työvaatteen on kestävä käyttöä ja useita laitospesukertoja sekä oltava miellyttävä käytössä. Vaatteen hygieenisyyttä voidaan parantaa antimikrobisella käsittelyllä. Älyvaatteet puolestaan tarkkailevat käyttäjänsä hyvinvointia.

”LÄHDIMME VUONNA 2008 tutkimaan terveydenhoitoalan vaatetusta ja havaitsimme, että työvaatteet oli pääsääntöisesti tehty joustamattomista materiaaleista. Aloimme tuoda maahan elastaania sisältävistä materiaaleista tehtyjä työvaatteita, mutta ne eivät kestäneet laitospesuja. Näin innostuimme suunnittelemaan omia materiaaleja ja mallistoja”, kertoo Medantan tuotanto- ja muotoilujohtaja Taina Steiner.

Terveydenhoitoalalta Medantan toimintaa laajennettiin ravintola-alalle. Materiaalien kehittämisessä tärkeinä kriteereinä ovat olleet alusta saakka kestävyys, pestävyys ja rypistymättömyys, jonka ansiosta asuja ei tarvitse silitellä. Näin työ-

asujen kuljettaminen ja varastointi sujuvat helpommin. Elintarvikealalla työvaatteen on oltava turvallinen, hygieeninen ja joustava sekä tuettava ammatti-identiteettiä ja uskottavuutta. Lisäksi vaatteen on oltava mukava päällä, hengittävä ja näytettävä hyvältä.

”Keittiötyöhön suunnitellussa Chef-mallistossamme keskeisenä innovaationa on antibakteerinen hopeaionikäsittely, jonka ansiosta bakteerit eivät kasva ja lisäännä tekstiilin pinnalla. Käsittely kestää laitospesut”, Steiner kertoo.

Käsittelyn kehittämisessä on ollut mukana Medantalle työskentelevä italialainen tekstiili-insinööri ja tekstiilialan edellä-

Työvaatteen on kestettävä käyttöä ja useita laitospesukertoja sekä oltava miellyttävä käytössä.

kävijä Matteo Vallarsa. Hopeaionikäsittely estää happea kuljettavien entsyymien toimintaa, mikä hidastaa bakteerien kasvua sekä inaktivoi rikkiä sisältäviä proteiineja ja estää siten pahanhajuisten bakteerien kasvua, jolloin työvaate pysyy hygieenisenä ja hajuttomana. Metropolia Ammattikorkeakoulussa tehdyissä laboratorioanalytiikan testauksissa Medanta Flex -kankaan antimikrobinen käsittely vähensi *Staphylococcus aureus* -bakteerin kasvua 99,8 prosenttia.

”Antimikrobinen käsittely parantaa vaatteiden hygieenisyyttä ja on merkittävä osa ammattikeittiön omavalvontaa. Työvaatteiden lisäksi olemme hyödyntäneet antibakteerista käsittelyä koronan myötä markkinoille tuoduissa kankaisissa kasvomaskeissa. Maskien materiaaliksi valitsimme mikrokuitupolyesterin, joka on kankaana joustava ja tiivis, ja estää pisaroiden läpäisyä puuvillaa tehokkaammin”, sanoo Steiner.

Asiakkaat ovat ottaneet maskin vastaan hyvin. Maski on miellyttävä käyttää sekä helppo pukea ja riisua, sen kanssa on helppoa hengittää eikä se läpäise helposti pisaroita. Vähäeleisen tyylikäs design sopii niin keittiöön kuin ravintolasaliinkin.

Älyvaatteet tukevat hyvinvointia

Ammattikeittiöiden ja ravintoloiden tarpeisiin suunnitellun Chef-malliston materiaalien tuotekehitys on jatkuvaa. Tällä hetkellä Medanta kehittää yhdessä Movesense-anturiteknologian luoneen Suunton kanssa älykkäitä työvaatteita, jotka parantavat turvallisuutta, hyvinvointia ja työssä viihtymistä.

”Ammattikeittiöissä työskentely on hektistä, ja ympäristön lämpötila saattaa nousta korkeaksi, mikä on haaste sekä työturvallisuudelle että koetulle hyvinvoinnille. Lämpökuormitusta olisi hyvä pystyä tarkkailemaan. Tähän haasteeseen me haluamme vastata älykkäillä työvaatteilla, joita on jo pilotoitu muutaman ravintolan kanssa. Tämän uskomme nostavan alan ammattilaisten arvostusta, koska mittaamalla lämpökuormaa, työnantaja viestii siitä, että arvostaa ammattilaistensa hyvinvointia ja jaksamista. Samaan aikaan lämpökuorma vaikuttaa myös tuottavuuteen, joten mittaaminen on hyödyllistä sekä työntekijälle, että työnantajalle”, kertoo Steiner.

Kehon ja ympäristön lämpötila sekä käyttäjän liike ja syke kertovat reaaliaikaisesti, koska olisi tarvetta tauolle. Älykkäät vaatteet eivät ole vielä ammattikeittiöiden arkea, mutta äly-



vaatteet tulevat osaksi arkea todennäköisesti jo lähitulevaisuudessa.

Kontaktilämpöanturit on ommeltu takkeihin kiinni, ja tiedonsiirrosta huolehtiva irrotettava radiolaite kiinnitetään napparilla. Sensoriteknologiaa kehittävällä Suunnolla on alalla pitkä kokemus, ja vaatteisiin liitettävää mittausteknologiaa on hyödynnetty aiemmin urheiluvaatteissa.

Ammattikeittiöiden älykkäiden työasujen tuotekehityksessä on panostettu myös anturien pesunkestävyyteen, sillä työvaatteen on kestettävä teollisessa pesuprosessissa ilman aikaa vievää anturien irrottamista ja kiinnittämistä takaisin paikoilleen. Laitospesun kestävyyttä testataan Medantan pesulassa Jämsässä.

Ympäristövastuullisia materiaaleja

”Älyvaatteiden lisäksi kehitämme parhaillaan uusia Smart 3D-materiaaleja, joissa ei käytetä lainkaan puuvillaa. Meillä on kehitteillä neljä materiaalia. Ammattikeittiöiden olosuhteisiin tarkoitetut materiaalit ovat iholla viileitä ja auttavat kehon lämmönsäätelyssä. Lisäksi materiaalit ovat hyvin hengittäviä ja

päästävät kosteutta haihtumaan iholta, mikä helpottaa keittiötyöskentelyä”, Steiner kertoo.

Uusien materiaalien kehityksessä huomioidaan ennen kaikkea kestävyys, käytettävyys ja tuotantoketjun vastuullisuus. Työvaatteissa käytetäänkin pääsääntöisesti korkealaatuisempia materiaaleja kuin muotivaatteissa. Lisäksi designissa kiinnitetään huomiota käyttötarkoitukseen.

”Vaatteessa ei saa olla ylimääräisiä läppiä tai remmejä, jotka voivat tarttua johonkin kiinni. Joustavista materiaaleista valmistetut vaatteet voidaan tehdä vartalonmyötäisiksi, jolloin vaateen liepeet eivät ole tiellä tai tartu mihinkään”, sanoo Steiner.

Medantan tavoitteena on korvata materiaaleistaan puuvilla täysin muilla kuiduilla. Smart-materiaaleissa käytetään pitkälle kehitettyjä smart-polyesteriä ja -polyamidia. Puuvillalle on kehitteillä useita vaihtoehtoisia kuituja, kuten hamppu, muuntokuidut ja sellupohjaiset kuidut sekä Good Earth Cotton eli luomu/vastuullisesti tuotettu puuvilla.

”Osa kehitteillä olevista kuiduista on vasta alkuvaiheessa, mutta uskon, että tulevaisuudessa muut materiaalit korvaavat puuvillan. Puuvillan tuotannossa on tällä hetkellä sekä ympäristöongelmia että yhteiskunnallisia ongelmia”, Steiner sanoo.

Antimikrobinen käsittely parantaa vaateen hygieenisyyttä.

Puuvillan viljelyssä käytetään haitallisia torjunta-aineita ja muita kemikaaleja, jotka aiheuttavat haittaa sekä puuvillan tuotantoketjun eri vaiheissa työskenteleville ihmisille että paikallisille ekosysteemeille. Lisäksi puuvillan viljely köyhdyttää maaperää ja aiheuttaa ravinteiden valumista pois pelloilta kasteluveden mukana. Medantan käyttämä puuvilla on tuotettu vastuullisesti Better Cotton Initiative -standardien mukaisesti. Materiaalivalintojen lisäksi Medanta tekee ympäristövastuullisia valintoja kuljetuksessa ja kierrätyksessä.

”Tällä hetkellä kuljetamme materiaalejamme ja raaka-aineitamme pääasiassa rautateitse, sillä se on ekologisin vaihtoehto. Huolehdimme myös myymiemme käytöstä poistettujen vaatteiden asianmukaisesta hävittämisestä. Tällä hetkellä neuvottelemme eurooppalaisten yritysten kanssa käytöstä poistettujen vaatteiden kierrättämisestä takaisin kuiduksi”, Steiner kertoo. ■



TESTAA UUDET PATROS-MAUT, VUOHENMAITO JA AITO FETA!

TÄYTETYT HERKKUSIENET

Herkkusieniä
Fetajuustoa
Kirsikkatomaatteja
Oliiviöljyä

Poista herkkusienistä jalka. Laita koloon huuhdeltu kirsikkatomaatti ja peitä feta-juustolla, lorauta päälle hieman oliiviöljyä.

Kypsennä kuumassa öljytyssä grillissä, grillivuoassa tai 220–240-asteisessa uunissa, kunnes sienet ja fetajuusto alkaa pehmentymään. Halutessasi voit myös kääriä pekoniivun herkkusienien ympäri paistumaan.

*Glorian ruoka & viini
aito feta -makutestin voittaja*



Löydät kesän herkulliset reseptit @patros_finland

SnackFood®

www.snackfood.fi

**UUTUUS JOTA
ET SAA MUUALTA!**



Bubble Tea

**Kaikki tarvikkeet Bubble teen
myyntiin SnackFoodista!**

Bubble Tea / Boba tee / kuplatee voi olla kylmää tai kuumaa teetä ravistettuna tai sekoitettuna joko hedelmien tai maidon kanssa. Kun lisäät juomaan Tapioka-helmiä tai hedelmä-mehulla täytettyjä helmiä ja makeutat juoman makusiirapilla, on kuplatee valmista nautittavaksi!

**Aloita nyt suosituksen Bubble teen myynti!
Tilaa Bubble Tea -aloituspaketti SnackFoodista!**

info@snackfood.fi

**FUNFOOD-KONSEPTIT,
VALMISTUSLAITTEET
JA RAAKA-AINEET**

p. 0207-343 930



KORONAVIRUSTA TORJUTAAN INNOVATIIVISILLA RATKAISUILLA

TEKSTI: ARI MONONEN

Korona-aika on edellyttänyt majoitus- ja ravintola-alalta monenlaisia muutoksia. Yritysten asiakasmäärät ovat tilapäisesti vähentyneet, mutta samalla asiakkaita on pitänyt suojella tehokkaasti tartuntavaaroilta. Uusi tilanne on tuonut alalle myös uudenlaisia teknologia- ja tilaratkaisuja. Innovatiivisia käytäntöjä ja tekniikoita tarvitaan alalla varmasti vielä tulevaisuudessakin.



SUOMESSA BUSINESS FINLAND – entinen Tekes – myöntää pandemiatilanteen takia yrityksille investointirahoitusta erilaisiin kehityshankkeisiin, myös horeca-alalla.

Koronatukea eri alojen yrityksille on jaossa yhteensä noin miljardi euroa. Lähes 50 prosenttia Business Finlandin tukemista yrityksistä kehittää tukirahoilla jonkinlaisia digitaalisia ratkaisuja. Yleensä tuen ehtona onkin, että yrityksiin hankittavat teknologiaratkaisut ovat uudenlaisia ja innovatiivisia.

”Toisaalta alan yrittäjien rahatilanne on asiakkaiden vähenemisen myötä käynyt tiukaksi, mikä osaltaan on vähentänyt intoa investoida uuteen teknologiaan juuri nyt”, muistuttaa Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n varatoimitusjohtaja Veli-Matti Aittoniemi.

Hänen mukaansa MaRa ry:llä ei vielä tässä vaiheessa ole täysin kattavaa kokonaiskuvaa siitä, mitä kaikkia uusia teknisiä ratkaisuja alalla on kokeiltu ja kehitetty. Monenlaista on toki jo nähty, tai vähintäänkin suunniteltu.

”Kehitys vie oman aikansa, ja osa tekniikoista on vielä kokeiluasteella.”

KUVA: TIMO NIEMI



Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n varatoimitusjohtaja Veli-Matti Aittoniemi sanoo, että käteisen rahan käyttö ylipäättään on vähentynyt ja monet yritykset ovat ottaneet valikoimaansa uudenlaisia joustavia maksutapoja. Pandemian aikana käteismaksua on haluttu välttää myös hygieniasyistä.

KUVA: PEXELS



Aterioita tilataan älypuhelimilla

Matkailu- ja ravintola-alalla otettiin pandemian torjumiseksi jo keväällä 2020 käyttöön yritysten omavalvonta.

”Valmiuslain nojalla suljettujen ravintoloiden uudeleen avaaminen edellytti selkeitä omavalvontasuunnitelmia. Samalla rajoitettiin asiakaspaikkoja anniskeluravintoloissa, ja muun muassa niissä otettiin heti käyttöön uudenlaisia tilajärjestelyjä”, Aittoniemi kertoo.

”Suurena muutoksena alalle tuli myös aterioiden tilaaminen kotiin tai mukaan. Nyt alkuvuonna 2021 noin kolmannes ravintola-asiakkaista vie tai tilaa ruoan kotiinsa.”

Nykyään aterioita tilataan monesti ravintoloista älypuhelinsovelluksilla erilaisten palvelualustoiden – kuten Woltin tai Foodoran – kautta. Jotkut ravintolayrittäjät myös ovat tehneet tai ’räätälöineet’ palvelusovelluksia omien ravintoloidensa erityistarpeiden mukaisiksi.



"On myös tullut esimerkiksi sellaisia käytäntöjä, että ateria voidaan sekä tilata että maksaa samalla kertaa älypuheli-
men avulla. Sitten asiakas voi ottaa ravintolasta annoksen heti mukaansa."

Varsinkin pikaruokapaikoissa voidaan nykyisin joskus toimia myös niin, että asiakas tekee puhelintilauksen pöydästä ravintolakeittiöön.

"Tällaiset uudet sovellukset ja niiden ominaisuudet varmasti kehittyvät vielä lisääkin", Aittoniemi uskoo.

Yhtenä uutena teknisenä vaihtoehtona Suomessakin on Aittoniemen mukaan harkittu droonien eli kauko-ohjattavien pienoiskoptereiden käyttöä aterioiden kotiinkuljetuksissa.

"Suomessa ei tietävästi ole vielä käytännössä kokeiltu drooneja ruokakuljetuksissa. Kesäkaudella ne voisivat ehkä toimiakin."

Kortit ja etämaksaminen yleistyvät ravintoloissa
Muutoinkin uudet maksutavat ja -tekniikat ovat yleistymässä horeca-alalla.

Tuoreimman, vuonna 2020 tehdyn ravintolaruokailun trenditutkimuksen mukaan käteisen rahan merkitys maksuvälineenä on ollut laskusuunnassa viime vuosina niin ravintoloissa

Suurena muutoksena alalle tuli myös aterioiden tilaaminen kotiin tai mukaan.

kuin muillakin kassoilla. Korona-aika on lisännyt korteilla maksamista, ja käteisen käyttö ravintolaostoissa on pandemia-aikana laskenut 21 prosentista 10 prosenttiin. Myös lounas-
telien ja -korttien käyttö on lisääntynyt.

Nykyään esimerkiksi älypuhelinsovelluksilla maksaminen onnistuu useissa ravintoloissa.

"Kun käteisen rahan käyttö ylipäätään on vähentynyt, monet yritykset ovat ottaneet valikoimaansa uudenlaisia joustavia maksutapoja. Pandemian aikana käteismaksua on haluttu välttää myös hygieniasyistä", Aittoniemi huomauttaa.

"Uudentyyppiset maksutavat voivat olla myös nopeita ja turvallisia, ja siksi niiden käyttö luultavasti yleistyy myös tulevaisuudessa."

**// Nykyään esimerkiksi
älypuhelinsovelluksilla
maksaminen onnistuu
useissa ravintoloissa.**

Asiakaspaikat vähenivät – lisäpaikkoja terasseille

Monesta ravintolasta on asiakaspaikkarajoitusten myötä siirretty pöytiä ja tuoleja varastoon, joten tilojen sisustus näyttää nyt aiempaa avarammalta.

”Pandemiatilanteen mahdollinen kiihtyminen voi toki johtaa siihen, että paikkojen määrää joudutaan edelleen vähentämään”, pohtii Aittoniemi.

Terassipaikkojen lisääminen ravintolan ulkopuolelle on joissakin tilanteissa ollut mahdollista.

Esimerkiksi Tampereella ravintola Periscopen terassi Ratinan uuden kauppakeskuksen yläkerroksissa laajennettiin koronavuoden 2020 aikana noin 750-neliöiseksi. Tällöin terassille saatiin 320 istumapaikkaa.

Rakennusvaiheessa ei ollut varmuutta, millä ehdoin ravintolat saisivat olla kesällä avoinna. Ratkaisu kuitenkin osoittautui taloudellisesti onnistuneeksi, ja nyt ravintolassa on jo harjattu kattoterassin laajentamista peräti 1500-neliöiseksi.

Varsinkin ulkomailla – mikäli ravintolan edustalla on ollut riittävästi tilaa – on kokeiltu erillisten ruokailukoppien



Meiltä nopeat, varmat ja laadultaan tasokkaat lihatoimitukset.
Ota yhteyttä ja kysy lisää!

Puh. 09 761 470
www.heikinlihaoy.com

Eräissä ulkomaisissa sovelluksissa aterioiden tarjoilussa koppeihin on kokeiltu myös pitkiä tarjoilulautoja, jolloin tarjoilijan ja asiakkaiden välinen suojaetäisyys on saatu varmasti riittäväksi.

Lisää puhdistustehoa

Hygienian on ollut horeca-alalla keskeinen kysymys aiemminkin, mutta uusi aika on tuonut mukanaan tehostettuja puhtausvaatimuksia.

Ensimmäinen tekninen ratkaisu puhtaanapidon ja hygienian tehostamiseksi ovat olleet ravintoloiden ja hotellien oville sekä muualle sisätiloihin sijoitetut käsidesin annostelulaitteet.

"Myös siivousta on tehostettu esimerkiksi ravintoloiden kaikissa asiakastiloissa, ja aiempaa tehokkaampia desinfiointiaineita on tullut käyttöön. Tällaiset toimet ovat myös osa majotus- ja ravintola-alan yhteistä omavalvontasuunnitelmaa."

"Jotkut tällaisista tehokkaista siivoustavoista voivat pandemian jälkeen jäädä pysyviksikin, varmuuden vuoksi. Myös käsidesin tarjoaminen asiakkaille saattaa jäädä pysyväksi käytännöksi."

Joillakin lentokentillä ja muissa yleisötiloissa on jo otettu käyttöön uudenlaisia desinfiointirobotteja. Ne liikkuvat tiloissa automaattisesti samaan tapaan kuin robotti-imurit ja tuhoavat taudinaiheuttajia voimakkaalla ultraviolettisäteilyllä. Desinfioitavassa tilassa ei voi kuitenkaan olla ihmisiä laitteen ollessa toiminnassa, koska voimakas uv-säteily olisi terveydelle haitallista.

Eri tiloja voidaan puhdistaa myös nykyaikaisilla ilmanpuhdistuslaitteilla, jotka keräävät sisäilmasta pöly- ja pienhiukkasia sekä viruksia. Kooltaan ja muodoltaan tällaiset laitteet muistuttavat jääkaappia.

"Tehokkaita ilmanpuhdistimia on jo käytetty sairaaloissa. Varmastikin sellaiset laitteet tekevät tuloaan myös esimerkiksi ravintoloihin", Aittoniemi arvioi.

"Ne ovat kuitenkin vielä melko uutta tekniikkaa. Myöhemmin selviää, millaista hyötyä niistä voisi olla hotelli- ja ravintola-alalla." ■

sijoittamista piha- tai terassialueelle. Tällaiseen koppiin mahtuu yksi perhe tai muu pöytäseurue ruokailemaan turvallisesti keskenään.

"Tämäntyyppisiä ratkaisuja on jo Suomessakin, esimerkiksi Kettu ja Kana -ravintolassa Heinolassa. Kopit eivät välttämättä vaadi rakennuslupaa", Aittoniemi mainitsee.

"Ateriat voidaan tarjota koppiin esimerkiksi luukun kautta. Tosin nykyään ravintoloiden henkilökunnalla on jo käytössään tehokkaita ja turvallisia kasvosuojaimia."

THE FOLKS HOTEL KONEPAJA – URBAANI LIFESTYLE-HOTELLI VALLILAN SYDÄMESSÄ

TEKSTI: HELI MÄKIRANTA

KUVAT: NIKI SOUKKIO

FO



Kohdetiedot:
The Folks Hotel Konepaja

Arkkitehtisuunnittelu: JKMM Arkkitehdit
Sisustusarkkitehtisuunnittelu – hotelli: Pinto Design
Sisustusarkkitehtisuunnittelu – ravintola: Korpijärvi & Johansson
Rakennesuunnittelu: Sitowise Oy
Urakointi: NCC Suomi Oy

THE FOLKS HOTEL



KUVA: HANNU RYTKY

Helsingin Vallilaan VR:n historialliselle Konepajan-alueelle avautui lokakuussa 2020 uusi moderni hotelli The Folks Hotel Konepaja. Hotelli tarjoaa asiakkailleen nimensä mukaisesti yhteisöllisyyttä ainutlaatuisessa miljöössä.

VALLILASSA ALEKSIS KIVEN kadulla VR:n toimesta on huollettu yli sadan vuoden ajan junien vetureita ja vaunuja. Toiminnan loputtua vuonna 2001 VR myi viimeisetkin raken-
nukset Pasilan Konepajan alueelta OP-Palvelukiinteistöt-eri-
koissijoitusrahastolle ja Real Estate Fund Finland III Ky -rahas-
tolle, jonka jälkeen tilat vuokrattiin Folks Hotels Oy:lle.

Folks Hotels Oy:n toimitusjohtaja Aki Keskitalo ker-
too hankkeen lähteneen käyntiin jo vuonna 2016. "Alun
perin kiinteistöihin konseptoitiin pitkäaikaismajoitusta, mutta
nopeasti huomasimme alueen potentiaalin ja päädyimme teke-
mään lifestyle-hotellin. Konepaja on Helsingin kasvavin urbaa-
nin kaupunkikulttuurin keskittymä, joten olemme erittäin tyyty-
väisiä hotellin sijaintiin."

The Folks Hotel Konepaja tarjoaa räätälöityjä matkustus-
kokemuksia upeilla kaupunkinäkymillä sekä lämpimällä tun-
nelmalla. Hotelli on suunnattu niin lapsiperheille kuin elämän-
tapa ihmisille, jotka haluavat mielenkiintoisen majoituskoke-
muksen. Konepajan alueesta on kehittynyt elävä alue, mikä
tarjoaa monipuolista kaupunkikulttuuria sekä se on osa kau-
punkirakennetta.

KUVA: HANNU RYTKY





KUVA: HANNU RYTKY



KUVA: HANNU RYTKY



Albina



// Hotellin
jokainen huone
on vähän eri kokoinen
ja mallinen.

Rakennushistoriallista arkkitehtuuria

Pasilan Konepajan alue pitää sisällään niin teollisuushistoriaa kuin uutta ja vanhaa arkkitehtuuria. The Folks Hotel Konepaja sijoittuu kolmeen VR:n klassisesti tunnistettavaan rakennukseen, jotka on rakennettu kolmessa eri vaiheessa vuosina 1901 (Konttori), 1921 (Ruokala) ja 1981 (toimisto). Rakennusten julkisivut on suojeltu. Rakennusten korjaustöistä vastasi NCC Suomi Oy ja korjaustyöt on tehty yhteistyössä Museoviraston kanssa.

Korjausrakentamiseen haasteita toivat uusien rakenteiden ja vanhan sovittaminen yhteen siten, että ne täyttäisivät uudet rakennusmääräykset.

"Arkkitehtoonisesti arvokkain rakennus vuonna 1901 rakennettu Pieni Noppa oli todella huonossa kunnossa sisältä. Koko rakennus oli sädesienessä, joten se piti purkaa käytännössä kokonaan. Sisälle jätettiin vain porrashuone ja muutama tiilipilari. Rakennukseen tehtiin uudet välipohjat ja seinät

sekä ikkunoita uusittiin. Tärkein tehtävämme oli huolehtia, että kohteen rakennushistorialliset arvot säilyivät sekä saattaa kiinteistöt hotellitoimintaa vastaavaan kuntoon", kohteen pääsuunnittelija Tommi Varis JKMM Arkkitehdit Oy:stä kertoo.

Talotekniikan sovittaminen rakennuksiin toi myös omat haasteensa.

"Rakennukset on kolmelta eri aikakaudelta ja jokaiseen rakennukseen tuli suunnitella omat talotekniset ratkaisut. 80-luvun talossa oli puutteellinen huonekorkeus sekä vuonna 1901 rakennettuun taloon tuli saada nykyaikaisten määräysten mukaan koneellinen ilmanvaihto. IV-konehuoneen sijoittaminen oli erittäin haasteellisista", Varis selventää.

Rakennusten tiilijulkisivut ovat alkuperäisiä. Korjausrakentamisen yhteydessä 1901 valmistuneen Konttori-rakennuksen seinät pestiin ja saumat uusittiin niiltä osin kuin se oli tarpeellista. Vanhoja aukkoja muurattiin umpeen käyttäen purkutiltä





sekä ikkunoita korjattiin ja uusittiin. Rakennuksen vesikatto jouduttiin uusimaan kokonaan.

”On hyvin haastavaa tehdä vanhan näköinen katto uusilla rakennusmääräyksillä. Pieneen noppaan liittyi muutenkin paljon työtä mikä ei maalikolle välttämättä avaudu. Uuden katon ansiosta hotelliin muodostui todella upeita katuhuoneistoja”, Varis kertoo.

Rouheaa teollisuushenkeä

Astuessasi sisään The Folks Hotel Konepajaan tunnet itsesi tervetulleeksi ja vastaanoton miljöö kutsuu viihtymään. Vastaanoton lisäksi hotellista löytyy oleskelutila, myymälä, kuntosali, saunaosasto, neuvotteluhuoneita sekä yhteensä 146 huonetta, joista 19 huonetta sijaitsee Vanhassa Konttori-rakennuksessa sekä 127 Ruokala-rakennuksessa ja siinä kiinni olevassa uudessa Konttori-rakennuksessa.





Kortteliravintola Albina palvelee niin hotellin kuin myös lähialueen asiakkaita.

Hotellin jokainen huone on vähän eri kokoinen ja mallinen. Vanha arkkitehtuuri on sanellut huoneluokkien tyyliä. Vanhan Konttori-rakennuksen ylimmässä kerroksessa sijaitsee hotellin valoisa ja avara sviitti, jossa persoonallista ilmettä antaa vino sisäkatto ja hienostunut värimaailma. Uusimassa rakennuksessa eli 80-luvun uudessa Konttori-rakennuksessa on hotellin Standard-huoneet, kun taas Ruokala-rakennuksessa on hotellin korkeimmat, Loft-huoneet.

”Hotellissa on tarjolla hyvin paljon eri tyyppisiä huoneluokkia, mitkä tuovat asukkaille erilaisia majoituskokemuksia. Hotellihuoneen koko riippuu huoneen sijainnista rakennuksessa”, Aki Keskitalo kertoo.

Ruokala-rakennuksen kivijalkaan sijoitettiin kortteliravintola mikä palvelee niin hotellin kuin myös lähialueen asiakkaita. Ravintola Albinassa on 125 asiakaspaikkaa ja sen on suunnitellut muotoilija Lauri Johansson sekä sisustusarkkitehti Eliisa Korpijärvi.

”Suunnittelun aikana totesimme, että kellari oli liian matala, joten ruokalakerroksessa alapohjaa laskettiin, jotta onnistuimme sijoittamaan ravintolan kellarikerrokseen”, Tommi Varis selventää. Rakennuksen katolta löytyy myös tyylikäs terassi mistä on näkymät Helsingin kattojen ylle.

Ravintoloiden lisäksi hotellista löytyy myös asukkaille yhteinen keittiö ja ruokailutila, missä on hyvin käyttäjälähtöinen lähestymiskulma. ”Yhteiskeittiö on vapaasti hotellin vieraiden

käytössä ja se sopii erinomaisesti esimerkiksi lapsiperheille. Mikäli asiakas ei halua syödä ravintolassa ja haluaa tehdä ruoan itse, voi ruoan valmistaa yhteiskeittiössä”, Keskitalo kertoo.

Uniikkeja kuoseja ja tyylikkäitä värejä

Jykevät punatiiliset rakennukset kätkevät sisäänsä rouhean industrial-tyylisen sisustuksen, mikä sopii hyvin historiallisten rakennusten tunnelmaan. Pinto Designin sisustusarkkitehti Meri Nurmi kertoo Konepajan historian toimineen inspiraation lähteenä ja lähtökohtana Folks Hotel Konepajan sisustuskonseptiä suunniteltaessa. ”Halusimme tuoda alkuperäistä tiilipintaa mahdollisimman paljon esille, koska se ilmentää rakennuksen ikää ja ilmettä. Tiilipinta saneli paljon myös hotellin värimaailmaa. Sisustukseen toimme persoonallisuutta väreillä, mitkä yleensä puuttuvat suomalaisista hotelleista.”

Hotellin värimaailmaan haettiin inspiraatiota myös portaikossa olevista suojelluista 1957-luvulla maalatuista värikkäistä rautatieaiheisista taideteoksista, jotka ovat entisten VR:n työntekijän tekemiä. Maalaukset kunnostettiin ja entisöitiin remontoinnin yhteydessä.



Uuteen The Folks Hotel Konepajaan Meri Nurmi suunniteli myös sisustukseen saumattomasti sopivan uniikin kuosin mikä sopii hienosti hotellin ilmeeseen ja tunnelmaan. ”Halusimme tehdä jotain erityistä ja persoonallista, joten ehdotimme että voisimme suunnitella hotellille oman räätälöidyn kuosin. Kuosin innoittajana on toiminut vanhat rakenteet ja purkuvaiheessa esiin tulleet seinäpinnat. Lukuisat maalikerrokset ja repottavat eristeet muodostivat karun kauniita pintoja sekä niissä oli ajan henkeä ja historian havinaa. Halusimme säilyttää vanhan tunnelman ja tuoda sen jollakin tapaa esille.”

Pinto Designin sisustusarkkitehti Kirsi Kouhia kertoo The Folks Hotel Konepajan sisustuksen tavoitteena olevan yksinkertaisen kaunis, mutta kuitenkin samalla yllätyksellinen kokonaisuus.

”Suunnittelimme huoneiden seinille metallisia yksityiskoh-
tia mitkä sopivat hienosti industrial-tyyliseen sisustukseen sekä halusimme huoneisiin aidot puulattiat, mitkä tuovat lämpöä ja sopivasti kontrastia rouhean tiilipinnan kanssa.”

Yksityiskohtia ja suomalaista designia

The Folks Hotel Konepaja tarjoaa hotellin asukkaille elämyksiä myös valaistuksen muodossa. Punatiilisen päärakennuksen julkisivua koristaa upea valotaide-teos, joka toivottaa hotellin vieraat tervetulleeksi. Inspiraatio valotaide-teokseen on saatu VR:n rautatiekiskoista ja se viittaa Konepajan alueen

historiaan. Valotaide-teoksen on suunnitellut Sun Effectsin Tiiti Hynninen.

Myös sisätilojen valaistukseen on kiinnitetty erityistä huomiota. VR:n entinen historia näkyy hotellin sisätiloissa ja julkisivusta lähtenyt rata-kiskoidea jatkuu hotellin sisätilojen valaistuksessa.

”Hotelliin on tehty mielenkiintoisia valaisinratkaisuja tilan määrittelemissä puitteissa. Rata-tiekisko-tunnelmaa tuotiin myös hotellin aulaan sekä portaikon valaistukseen. Portaikkoon tehtiin epäsuora valaistusta vanhan kiskon taakse”, Kirsi Kouhia kertoo.

Sisustusvalaisimet ovat myös hotellissa isossa roolissa.

”Haimme erilaisia tunnelmia taloihin. A-talon puolelle tuli ronskimpaa ja suoralinjaisempaa, kun taas B-taloon tuli pyöreitä suomalaisia riippuvalaisimia”, Kouhia selventää.

Valotaiteen lisäksi hotellissa pääset kokemaan myös monenlaista kuratoitua suomalaista taidetta. Aulaa koristaa kuparityö sekä hotellihuoneissa on upeita The Folks Hotel Konepajaa varten tehtyjä muraaleja ja edustava kokoelma aitoja maalauksia.

The Folks Hotel Konepaja tarjoaa uusia tapoja nauttia Konepajan historiallisesta alueesta Vallilassa. Perinteisten hotellien rinnalle on saatu ainutlaatuinen ja tyylikäs boutique-hotelli, joka houkuttelee niin turisteja kuin paikalliset asukkaat yhteen. ■

KORONA PAKOTTI YRITTÄJÄT KEKSELIÄÄKSI

RAVINTOLARUOKA TULI KOTIIN

TEKSTI: ESA PESONEN

KUVAT: PEXELS



**// Tulevaisuudessa ruoka
ja juoma löytyvät
yllättävistäkin paikoista, kun
konseptit sekoittuvat.**





Koronatilanteen vuoksi ravintolat ja kuljetuspalvelut ovat joutuneet täysin uuden tilanteen eteen. Samalla on löydetty uusia liiketoimintamalleja tilanteesta selviytymiseksi.

RAVINTOLA FINNJÄVELIN ja Ultiman omistaja Henri Alén on toiminut ravintola-alan äänitorvena koronakriisin aikana. Alén on luonut poikkeuksellisen tilanteen aikana Kotirintama-ruokaa-ravintolakonseptin, jossa ruokaa voi tilata kotiin tai noutaa paikan päältä.

Myös muut huippukokit ovat ryhtyneet toimintaan poikkeuksellisen tilanteen myötä. Ravintola Penelopen omistaja

Hans Välimäki on pistänyt pop-up take away -ravintolan pystyyn. Tuotot menevät suoraan henkilökunnalle perustettuun kriisikassaan. Ruokaa kotiovelle-palvelu taas kuljettaa huippukokien valmistamaa kotiruokaa kotiovelle kahdesti viikossa.

Festareilla ja muissa tapahtumissa näkyvät ruokarekat ovat nyt lähteneet sinne, minne suuri osa lounasruokailijoista on joutunut siirtymään: asukkaiden kotinurkille. Amica on poimi-



nut lounasravintoloidensa suosikkiannoksia kotiruoka-autoon, joka kiertää lounasaikaan ennalta suunnitellun kierroksen Helsingin eri asuinalueilla.

Kaikki tietävät nyt Woltin ja Foodoran

Myös Ravintola Perho tarjoaa nyt take away-annosten ja kotiinkuljetusten lisäksi lounasruokaa takeaway-ruokarekasta

Töölössä ja Lauttasaarella. Myöskään opiskelijoita ei ole unohdettu: Unicafen Foodvan toimittaa opiskelijahintaista ruokaa valituille noutopaikoille opiskelijaravintoloiden ollessa suljettuna.

Suosiotaan kasvattaneet ruoan kuljetus- ja ulosmyyntipalvelut ovat kysyntympiä kuin koskaan ja uusia kuljetuskonsepteja ilmestyy kaupunkikuvaan jatkuvasti lisää. Wolt ja Foodora ovat tulleet tutuksi erityisesti suuremmissa kaupungeissa, mutta nyt myös ravintolat ovat alkaneet järjestää omia tilaus- ja kuljetuspalvelujaan.

Kuluttajat ovat löytäneet kotiinkuljetuspalvelut ravintoloiden mentyä kiinni. Kotipizzan mukaan ravintolayhtiö on saanut runsaasti lisää verkkoasiakkaita. Kotipizza uskookin, että asiakkaiden kulutustottumuksiin voi tulla pysyvämpi muutos vallitsevan tilanteen vuoksi.

// Kuluttajat ovat löytäneet kotiinkuljetuspalvelut ravintoloiden mentyä kiinni.

Ravintolamaailma mullistui odottamatta

Ruokatukku Kespron teettämässä Maailman ravintolatrendit-tutkimuksessa selvitettiin ravintolamaailman muutoksia. Sen tulokset ovat verrattavissa myös Suomen markkinoille.

Ravintola-ala on mullistunut reilun vuoden sisällä enemmän kuin edellisissä tutkimuksissamme on osattu ennustaa. Tästä huolimatta aiemmissa julkaisuissa nousseet muutokset, kuten ulkona syömisen arkipäiväistyminen, take awayn kasvu tai ravintolaruoan saapuminen päivittäistavarakauppojen tarjontaan, ovat vahvistuneet erityisesti koronapandemian myötä.

Eri ruokakulttuureita yhdistävästä fuusio- ja cross kitchen-trendistä siirrytään tutkimuksen mukaan mikroalueiden makuihin. Kun matkustaminen ei ole mahdollista, lomamatkojen makumuistoja haetaan oman lähialueen ravintoloista.

Ravintoloista haetaan elämyksiä, joita kotikeittiöissä ei pystytä toteuttamaan. Samaan aikaan kun keinolihat yleistyvät, mennään ravintoloihin myös yllättymään perinteisemmistä raaka-aineista, kuten sisäelimestä ja muista harvinaisemmista ruhon osista uusin tavoin tarjottuna.

Ilmastotietoisuus näkyy ravintolaruokailussa

Ympäristötietoisuus välittyy ravintoloiden keittiöihin. Samalla kun huoli luonnon monimuotoisuudesta, eläinten hyvinvoin-



nista ja ruoan ilmastovaikutuksista puhuttaa entistä enemmän, kasvavat myös tuotantoon liittyvät ympäristöpaineet.

Kiinnostus ilmaston huomioivaa ruokailua kohtaan on jo nähtävissä etenkin arjessa, ja enemmistö suomalaisista olisi jopa valmis maksamaan enemmän eettisesti ja ilmastoystävällisesti tuotetusta ravintolaruoasta.

Ravintoloiden kehityskaarelle on leimallista kokeilukulttuuri. Ravintoloita tehdään asiakas edellä. Ilmiö näkyy selvästi liikepaikkojen valinnassa: tulevaisuuden ravintolat menevät sinne, missä asiakkaat ovat. Esimerkiksi kauppakeskusten ravintola-
tarjonta on jo nyt tasokkaampaa ja monipuolisempaa.

Ravintoloita tehdään asiakkaita varten, mutta vaihtelevat vaatimukset tekevät muutoksessa mukana pysymisestä haastavaa. Ravintolan konseptissa ei sulkeuduta yhden maan keittiöön tai tiettyyn vakiintuneeseen konseptiin, vaan rikastetaan omaa toimintaa jatkuvasti eri puolilta tulevien ilmiöiden kautta. Kuitenkin niin, että kaikki tämä tehdään ravintolan tyyliin sopivasti.

Raja-aidat murtuvat

Ravintola-alan perinteiset raja-aidat ovat murtumassa: ravintolat tulevat ruokakauppoihin, ravintolaruoka kuljetetaan koteihin. Musiikkifestivaaleille mennään nauttimaan juomasta ja

// Ravintoloista haetaan elämyksiä, joita kotikeittiöissä ei pystytä toteuttamaan.

ruoasta, fine dining -ravintolassa seurataan ruoan valmistusta – tarjolle tulee entistä yksilöllisempiä kokemuksia, ravintola-ala muuttaa muotoaan ja moninaistuu.

Ulkona syöminen on yhtä lailla perinteistä ravintola-ruokailua kuin katuruokaa ja tilauspalveluja, laadukasta fast casualia ja ruokahifistelyä. Lisäksi tästä kaikesta on vieläpä tullut osa päivittäistä arkeamme.

Perinteistä ravintolakenttää täydentävät erilaiset ruokalan toimijat katuruokayrityksistä pop up -ravintoloihin. Yksilöllistyminen näkyy vahvasti myös ketjuravintoloiden toiminnassa; ketju saattaa olla taustatoimija ravintoloitsijan antaessa

konseptille näkyvät kasvot. Toisaalta fast casual -ketjut tarjoavat yksilöllisemmän vaihtoehdon perinteisen pikaruuan tarjontaan.

Ulkona syöminen ei nykyisellään ole niin aika- tai paikkasidottua kuin aiemmin. Asiakkaiden vaatimukset ruoan suhteen vaihtelevat: usein halutaan nopeaa, mutta laadusta ei tingitä. Vaikka arki on kiireistä, halutaan ulkona syömisen elämyksistä nauttia ajan kanssa.

Ravintola voi löytyä, vaikka museosta

Ravintolaan saavutaan yhä useammin tekemättä pöytävarausta. Asiakkaiden vaade joustavasta palvelusta tekee ravintoloiden asiakaspalvelusta vaativampaa. Tulevaisuudessa tähän haasteeseen kehitetään älykkäitä ratkaisuja ja automaatiota helpottamaan henkilökunnan rutiineja esimerkiksi tavarantilaamisen osalta.

Asiakas otetaan henkilökohtaisemmin huomioon ja vastaan ravintoloissa. Kisa ravintoloiden välillä kasvaa, ja erilaista ja kokemukselliset elementit ravintolaruokailussa korostuvat. Tulevaisuuden elämyshakuisuus ilmentyy uusina tapoina paeta perusarjesta, esimerkiksi elokuvateatterin ja ravintolan yhdistelmä löytyy jo Helsingistä. Toisaalta jo asiakkaan huomioon ottaminen ja yllättäminen voi tehdä konseptista sosiaalisessa mediassa leviävän ilmiön.

Tulevaisuudessa ruoka ja juoma löytyvät yllättävistäkin paikoista, kun konseptit sekoittuvat. Ravintoloita löytyy entistä enemmän pop up -hengessä yleisötiloista, vaikkapa museoista tai vaatekaupasta. Laadukkaalla ruoalla voidaan yllättää palvelukonsepteissa, jotka eivät perinteisesti yhdistyisi ruokailuun. ■

Lähteet: Kespron Maailman ravintolatrendit – ja ravintolailmiöt -tutkimukset.

ILMOITUS

SISUSTA RAVINTOLASI MUSIIKILLA – TAUSTAMUSIIKILLA VOIT LUODA RAVINTOLAASI AINUTLAATUISEN TUNNELMAN

Etenkin ravintola-alalla taustamusiikilla on suuri merkitys sekä tunnelman luoja, että yritysmielikuvan rakentajana. Musiikki vaikuttaa suoraan asiakaskokemukseen ja tunnelmaan – sen avulla voi tehdä asiakkaaseen lähtemättömän vaikutuksen.

Huolellisesti valittu, tunnettu taustamusiikki vaikuttaa monipuolisesti ravintolassa:

- Musiikki luo tunnelmaa ja auttaa hallitsemaan äänimaailmaa
- Musiikki auttaa asiakasta rauhoittumaan elämyksen ääreen
- Musiikki saa asiakkaat viihtymään ja ostamaan enemmän
- Musiikki saa asiakkaat palaamaan ja suosittelemaan ravintolaa muille

Kuinka ravintolan taustamusiikki kannattaa suunnitella?

Taustamusiikin valinta kannattaa aloittaa pohtimalla, millainen taustamusiikki sopii ravintolaan ja tunnelmaan, jonka halutaan asiakkaille välittyvän. Myös kohderyhmän miettiminen voi auttaa taustamusiikin valinnassa – millainen taustamusiikki voisi sopia heille?

Genren lisäksi valinnassa kannattaa huomioida myös tempo. Tempo vaikuttaa asiakkaiden viipymäaikaan. Rauhallisempi tempo esimerkiksi lisää ruoan jälkeen nautittavien juomien myyntiä, kun taas nopeammalla tempolla vauhditetaan asiakaskiertoa.



Soittolistojen suunnittelu on myös mahdollista ulkoistaa. Suomesta löytyy monipuolisesti eri palveluntarjoajia, jotka auttavat taustamusiikin valinnassa ja soittolistoissa.

Viihdytä asiakkaitasi taustamusiikilla – ja muista musiikkilupa!

Taustamusiikin soittamiseen ravintolassa tarvitaan lakisääteinen musiikkilupa, jonka voit hankkia helposti osoitteesta [musiikkiluvat.fi](https://bit.ly/musiikkilupa)

Musiikkilupa mahdollistaa taustamusiikin hyödyntämisen yritystoiminnassa – ja takaa, että musiikin tekijät ja esittäjät saavat korvauksen työstään! ■

Lue lisää: <https://bit.ly/musiikkilupa-ravintolaan>

PANDEMIA ON LISÄNNYT RAVINTOLOIDEN WC-TILOJEN HYGIENIAVAATIMUKSIA

TEKSTI: JARI PELTORANTA

KUVAT: METSÄ TISSUE



Koronapandemian myötä ihmiset ovat alkaneet kiinnittää entistä enemmän huomiota käsihygieniaan ja wc-tilojen hygieeniseen käyttöön. Käyttäjät odottavat yleisessä käytössä olevilta wc-tiloilta aiempaa parempaa hygieniatasoa.

KATRININ TEETTÄMÄN tutkimuksen mukaan käyttäjät suhtautuvat aiempaa pelokkaammin ja varovaisemmin julkisiin wc-tiloihin. Henkilökohtainen turvallisuus on tärkeämpää kuin koskaan aiemmin. Tutkimuksen mukaan tyytymättömyys oman työpaikan wc-tiloihin oli noussut jopa 12 prosenttia edelliseen tutkimukseen verrattuna.

”Tämä tuskin johtuu siitä, että nämä wc-tilat olisivat vuodessa huonontuneet edellisen tutkimuksen jälkeen. Näkemyksemme mukaan ihmiset ovat alkaneet entistä enemmän kiinnittää huomiota wc-tilojen hygieeniaan ja siisteyteen, eli odotukset niitä kohtaan ovat muuttuneet pandemian aikana. Se mikä on riittänyt ennen, ei riitä enää”, Metsä Tissuen markkinointipäällikkö Julia Laaksonen sanoo. Tutkimuksen teettänyt Katrin on suomalaisomisteisen Metsä Tissuen hygieniabrändi julkisiin tiloihin, työpaikoille ja horeca-alalle.

Wc-tiloilla suuri imagomerkitys

”Ravintoloissa asiakkaat kokevat wc-tilat tosi tärkeänä osana ravintolan kokonaispalvelua. Hygieeniset wc-tilat lisäävät asiakkaiden turvallisuuden tunnetta. Hyvin hoidettu ja puhdas wc viestii, että hygieniasiat kunnossa myös keittiössä ja muissa tiloissa. Wc:n puhtaus yhdistetään ravintolan laatu-tasoon”, Laaksonen sanoo.

Tutkimuksen mukaan lähes kaksi kolmesta asiakkaasta ei palaa ravintolaan uudelleen, jos wc-tilat ovat epäsiistit. Noin 71 prosenttia asiakkaista mainitsee tuttavilleen huonosta wc-käyntikokemuksesta ravintolassa. Tällaisia asioita nostetaan esiin myös asiakkaiden nettiarvioissa.

Wc-tilat ovat tutkitusti tärkeitä myös työhyvinvoinnin kannalta. Yli 80 prosenttia tutkimukseen vastanneista ilmoittaa, että wc-tilojen laatu vaikuttaa suoraan työhyvinvointiin.

Tarvikkeiden kulutus lisääntynyt

Yli 60 prosenttia tutkimukseen osallistuneista kertoi, että pandemia on pysyvästi vaikuttanut heidän käsihygieniatottumuksiinsa. Selkein uusi asia on käsihuuhteen käyttö, eli siitä on tullut arkirutiinia. Ravintoloissa on huomattu, että käsien pesu on selkeästi lisääntynyt. Ihmiset myös käyttävät vähän aiempaa enemmän saippuaa.

”Yritämme muistuttaa ihmisille, että käsihuuhteella ei saa korvata saippuapesua. Käsihuuhde on täydentävä tuote esimerkiksi ravintolaan saapuessa. Huuhteen käytöstä huolimatta kädet pitäisi pestä saippualla ennen ruokailua ja ruokailun jälkeen”, Laaksonen sanoo.

Hygieniatarvikkeiden kulutus on muutenkin jonkin verran lisääntynyt, vaikka wc:n käyttäjämäärä olisi ennallaan aikaisempaan nähden.

”Sen vuoksi voi olla perusteltua vaihtaa esimerkiksi käsien kuivausjärjestelmä vähän suurempaan tai lisätä paperiannostelijoiden määrää, jotta kuivausvälineet eivät lopu kesken. Se on taloudellisempaa kuin lisätä annostelijoiden täyttömäärää ihmistyövoiman avulla. Työ on kuitenkin suurempi kustannus kuin annostelijan vaihtaminen”, Laaksonen toteaa.



Paperi hygieenisin kuivaustapa

Paperi on selkeästi suosituin ja hygieenisin tapa kuivata kädet pesun jälkeen. Ilmakuivaimet ja tekstiilirullat ovat jo aiemmin olleet vähemmän toivottuja tapoja käsien kuivaamiseen.

”Pandemia toi THL:n viralliset käsienspesuohjeet ja WHO teki myös omat käsienspesuohjeensa. Niissäkin sanotaan selkeästi, että kuivaa kätesi paperiseen kertakäyttöiseen pyyhkeeseen ja heitä se roskeen käyttöön jälkeen”, Laaksonen sanoo.

Kuivaajapuhaltimien ongelmana on se, että ilmapölyn mukana leviää tutkitusti erilaisia mikrobeja ilmaan.

”Vaikka kädet pestäisiin ohjeistetun ajan huolellisesti saippualla ja huuhdeltaisiin, silti käsiin jää mikrobijäämiä. Puhallin puhalttaa näitä mikrobeja ilmaan ja lähellä oleville pintoille. Paperilla kuivatessa mekaaninen hankaus vielä osaltaan poistaa jäämämikrobeja käsistä eli paperi parantaa hygieniaa tältäkin osin”, Laaksonen toteaa.

Kosketusvapaat annostelijat

Jopa 89 prosenttia tutkimukseen osallistuneista suosii kosketusvapaita ratkaisuja saippuan, wc-paperin ja käsipyyhkeen annostelussa.

”Käsipyyhepaperit on suunniteltu sellaisella taitolla, että laite tarjoaa automaattisesti seuraavan arkin valmiiksi, kun paperista vetää. Tietysti tarjolla on myös sähköisiä paperiannostelijoita, jotka syöttävät paperia. Tällaisia laitteita käyttäjät ja laitteiden ylläpitäjät toivovat. Noin 68 prosenttia toivoo paperia käsien kuivaamiseen”, Laaksonen sanoo.

Ravintoloissa asiakkaat kokevat wc-tilat tosi tärkeänä osana ravintolan kokonaispalvelua.

Paperiannostelijoissakin muotoilu ja käytännöllisyys vaikuttavat käyttöhalukkuuteen. Paperia on kätevä ja turvallinen käyttää, kun automaattinen annostelija annostelee valmiin ja puhtaan pehmopaperiarkin käteen.

Paperi on myös lasten kannalta helpompikäyttöinen kuivaustapa kuin kiinteästi seinässä, mahdollisesti aika korkealla sijaitseva tekstiilipyyhe. Paperiarkin voi helposti ojentaa lapselle käytettäväksi.

Tuotteiden vastuullisuudella ja ympäristövaikutuksellakin on merkitystä.

”Katriniemepohjapaperit valmistetaan Mäntän tehtaalla Suomessa, millä on merkitystä huoltovarmuudenkin kannalta. Myös raaka-aine on peräisin läheltä, hyvin hoidetusta pohjoisesta metsästä. Katriniemepaperilla on Pohjoismaiden joutsenmerkki sekä EU-ecolabel”, Laaksonen toteaa. ■



YHDISTELMÄKONEELLA AMMATTIKEITTIÖIDEN SEKÄ RAVINTOLOIDEN LATTIAT PUHDISTUVAT TEHOKKAASTI JA NOPEASTI

TEKSTI: MERJA MAUKONEN

Ammattikeittiöiden, ravintoloiden ja kahviloiden lattioiden pesussa yhdistelmäkone on käsimenetelmiin verrattuna ylivoimainen niin puhdistustuloksen ja kustannustehokkuuden kuin ekologisuuden ja ergonomisuudenkin suhteen. Yhdistelmäkone pesee ja kuivaa lattian yhdellä kertaa nopeasti ja tehokkaasti.

ENSILUOKKAINEN PUHTAUSTASO on osa ravintolan tai kahvilan asiakkaan kokemusta, ja ammattikeittiön sekä ravintolasalin lattioiden huolellinen puhdistaminen parantaa koko keittiön hygieniatasoa. Kiiltävän puhdas, edustavan näköinen ja turvallinen lattia syntyy lattiapesuun suunnitellun yhdistelmäkoneen avulla.

”Yhdistelmäkone puhdistaa lattian huomattavasti käsin tehtävää pesua tehokkaammin. Pesu ja kuivaus tapahtuvat yhdellä kertaa, joten pesty alue on valmis käytettäväksi välittömästi puhdistuksen jälkeen. Lika poistuu tehokkaasti, eikä lattiaan jää liukastumisvaaraa aiheuttavia pesuainejäämiä. Työaikaa säästävä koneellinen lattiapesu on myös kustannustehokas menetelmä”, kertoo Nilfiskin aluepäällikkö Niklas Wallenius.

Nilfisk on maailman johtava puhdistuskoneiden valmistaja ja maahantuoja, ja Nilfiskin tuotteita myydään maailmanlaajuisesti. Suomessa Nilfiskillä on koko maan kattava myynti- ja huoltoverkosto, ja varaosia saa tarvittaessa nopeasti.

Alan teknologisen kehityksen kärjessä oleva Nilfisk tarjoaa laajan valikoiman huippulaatuisia puhdistuskoneita ja muita puhdistustuotteita sekä ammattimarkkinoille että kotitalouskäyttöön. Koneelliseen lattiapesuun siirryttäessä huippuluokan pesutulos saavutetaan nopeammin ja helpommin. Samalla kemikaalikuorma pienenee.

”Koneellinen puhdistus on ekologinen pesumenetelmä, sillä yhdistelmäkone käyttää vettä ja pesuainetta huomattavasti vähemmän kuin manuaalisesti puhdistettaessa kulutetaan. Rasvajäämät ja muu lika irtoavat helposti ergonomisella ja helppokäyttöisellä yhdistelmäkoneella”, sanoo aluepäällikkö Joel Rinne Nilfiskiltä.

Laite valitaan käyttötarpeen mukaisesti

HoReCa-alan tarpeisiin on saatavilla useita laitteita. Yhdistelmäkoneen valintaan vaikuttavat käyttötarve sekä pestävien tilojen pinta-ala ja ahtaus. Saatavilla on eri kokoisia laitteita ahtaiden tilojen kompakteista pystymalleista ja muista kävelen ohjattavista yhdistelmäkoneista aina istuen ohjattaviin laitteisiin.



”Jokainen kohde on erilainen. Palveluumme kuuluu tilojen kartoittaminen, jonka perusteella suosittelemme asiakkaan tarpeisiin sopivaa laitetta. Esimerkiksi pelkkiin keittiötiloihin kannattaa valita melko pieni yhdistelmäkone. Mikäli laitetta käytetään myös ravintolasalin puolella, voi suurempi kone olla kustannustehokkaampi valinta”, sanoo Rinne.

”Keittiötiloissa kävelen ohjattavat yhdistelmäkoneet ovat useimmiten toimivin ratkaisu. Laitteen ohjauskorkeuden voi säätää käyttäjälle sopivaksi, joten koneen käyttäminen on ergonomista ja miellyttävää”, sanoo Wallenius.

Laitteen toimituksen yhteydessä Nilfisk järjestää henkilöstölle koulutustilaisuuden laitteen käytöstä ja huoltamisesta. Nilfiskin kestävät ja pitkäikäiset yhdistelmäkoneet tarvitsevat vain vähän huoltotoimenpiteitä. Koneen puhdistamista heti käytön jälkeen suositellaan koneen käyttöiän pidentämiseksi.

”Lattioiden puhdistukseen suunniteltujen yhdistelmäkoneiden lisäksi valikoimaamme kuuluvat myös kiillotuskoneet, painehuuhtelulaitteet, höyrypesurit, jotka soveltuvat myös pystypintojen puhdistukseen sekä tehokkaat ammattikäyttöön suunnitellut imurit”, lisää Rinne. ■

Lisätietoja: www.nilfisk.com/fi-fi

KATRIN-HYGIENIARATKAISUT TURVAAVAT KOSKENRANNAN TERASSIELÄMYKSIÄ

Tamperelainen suosittu terassiravintola Dam Bar reagoi koronaan kuten monet muutkin ravintolat. Se päätti tehostaa asiakkaiden ja henkilöstön turvallisuutta ajantasaisella hygieniajärjestelmällä ja valitsi taloon Katrin-hygieniaratkaisut.

Pandemia-aika on ajanut ravintolat monin tavoin ahtaalle. Tässä tilanteessa erityisen tärkeää on täyttää kiristyneet hygieniavaatimukset sekä vastata asiakkaiden odotuksiin ja viranomaisten suosituksiin. Dam Bar sai hygieniajärjestelmän valinnassa apua Katrin-tiimiltä. Katrin on Metsä Tissuen hygieniabrändi ammattilaisille.

Vaativuutena yksinkertainen ja toimintavarma ratkaisu

Dam Bar avasi ovensa alkukesästä 2021. Tätä edeltäneen mittavan remontin ja uudistuksen aikana oli jo selvää, että avajaiset osuivat keskelle pitkittynyttä pandemiaa.

Hygieniavaatimukset osattiin siis ottaa heti huomioon, ja hygieniajärjestelmän valinta tehtiin erityisen huolella. Ravintolapäällikkö **Samuli Hyvärinen** ja yrittäjä **Kimmo Sirviö** ovat alalla pitkän linjan osaajia, joten heillä riitti asiasta myös kokemusta ja näkemystä.

"Järjestelmän täytyy olla yksinkertainen ylläpitää ja käyttää jälle toimintavarma. Olemme todenneet paperin parhaaksi kuivaustavaksi – se on myös asiakkaiden toive", kertoo Hyvärinen.

Tämä pitää tutkitustikin paikkansa. Metsä Tissuen teettämän wc-tutkimuksen* mukaan 89 % suomalaisista on sitä mieltä, että ravintolassa tulee olla tarjolla paperisia käsi-

pyyhkeitä. Lisäksi 82 % vastaajista ilmaisi, että hyvin hoidettu wc-tila vaikuttaa mielikuvaan koko ravintolasta.

Kumppanin vastuullisuudella on väliä

Yhdessä Katrin-edustajan kanssa kartoitettiin Dam Barin tilat, kävijämäärä ja tarpeet sekä valittiin niiden mukainen hygieniaratkaisu. Ennen päätöstä käytiin läpi myös vastuullisuuskysymyksiä, sillä niilläkin oli painoarvoa kumppanin valinnassa. Katrin- pehmopaperit valmistetaan Metsä Tissuen Mäntän tehtaalla.

"Meille kerrottiin Metsän arvoketjusta aina metsänhoidosta lopputuotteeksi saakka sekä siitä, kuinka ympäristö otetaan huomioon koko matkalla. Nämä ovat tärkeitä asioita!", korostaa Hyvärinen.

"Yrityksen kotimaisuus ja hyvä palvelu ovat yrittäjän mielestä aina liputettavia asioita", vahvistaa Sirviö.



"89 % suomalaisista on sitä mieltä, että ravintolassa tulee olla tarjolla paperisia käsipyyhkeitä."

Dam Barin ravintolapäällikkö
Samuli Hyvärinen ja yrittäjä
Kimmo Sirviö.



Dam Barissa on tarjolla ruokaa, musiikkia ja tilat myös yksityistilaisuuksien järjestämiseen.

Hygieniatuotteet kovassa käytössä

Dam Barin ensimmäinen kesä sujui korona-ajasta huolimatta hienosti. Suosiota siivittivät upeat säät sekä ravintolan huippusijainti Tammerkosken äärellä.

”Meillä on aurinkoinen terassi koskinäköalalla, eli tunkua toisinaan on. Kesä kuitenkin osoitti, että ihmiset kiinnostavat paljon huomiota hygieniaan ja ovat noudattaneet hyvin terassille määrittyjä istumapaikkoja”, kertoo Hyvärinen.

Esimerkiksi käsihuuhteen käyttö on vakiintunut osaksi asiakkaiden rutiinia, ja Dam Barin vetäjien mielestä ihmiset käyttävät huuhdetta myös oikeaoppisesti.

”Tämä on mututuntuma, mutta en näe, että ihmiset kuitenkaan korvaisivat huuhteella saippuapesua. Myös käsisaippuan kulutus on kasvanut, ja huuhdetta käytetään pesun lisäksi täydentämään hygieniaa, esimerkiksi heti ravintolaan saapuesssa”, Hyvärinen pohtii.

”Molempia tarvikkeita tarvitaan. Ihmiset kyllä huomauttavat välittömästi, mikäli huuhte, saippua tai paperi on loppunut kesken.” Hyvän asiakaskokemuksen takaamiseksi onkin ratkaisevaa, että hygieniajärjestelmä ja huoltovälit vastaavat kohteen kävijämääriä.

Uusi normaali haastaa hygieniaratkaisut

Korona jättää varmasti jälkensä ihmisten ajatteluun ja käyttä-



Mustat
Katrin-annostelijat
sopivat erinomaisesti
wc-tilojen rosoisen
näyttävään tyyliin.



Vastuullisia tuotteita suomalaisesta Metsästä

- Metsä Tissue on maailman ainoa suomalaisomisteinen pehmopaperin valmistaja.
- Yhtiö tunnetaan Katrin-, Serla-, Lambi- ja SAGA-tuotemerkeistä.
- Hyvin hoidettu pohjoinen metsä kasvaa enemmän kuin sitä käytetään.
- Metsä Groupin kestävä arvoketju metsästä lopputuotteeksi asti takaa vastuullisuuden.

tymiseen. Metsä Tissuen tutkimuksen mukaan 64 % suomalaisista uskoo, että käsihygieniatottumukset ovat muuttuneet pandemian myötä pysyvästi. Siksi on entistäkin tärkeämpää, että julkiset, kaupalliset ja yksityiset tilat tarjoavat asianmukaiset puitteet hygieniasta huolehtimiseen.

Dam Bar vastaa kasvaneisiin odotuksiin vastuullisesti kattavalla ja tarkalleen ravintolan tarpeisiin mitoitettulla Katrin-hygieniaratkaisulla. Näin ravintolakeitaan elämyksistä voidaan nauttia turvallisesti niin pandemian aikana kuin sen jälkeenkin.

* Kantar TNS / Metsä Tissue Washroom Survey 2021 -tutkimus

KATRIN ON CLEAN & GREEN. LUE LISÄÄ KATRIN.COM.

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



KORONA VAHVISTI KEHITYSTÄ

KULUTTAJAT HALUAVAT
TUKEA KOTIMAISTA

TEKSTI: ESA PESONEN



KUVA: KESKO OYJ

Suomalaisten ruokaostoksissa korostuvat kotimaisuus, hyvinvointi ja vastuullisuus, selviää S-ruokakauppojen kattavasta tilastokatsauksesta. Toisen kotimaisen ruokajätin, K-keijun myyntidata vahvistaa myös kotimaisten tuotteiden kasvaneen suosion.

KOTIMAIUUSTRENDIN KEHITYS näkyy konkreettisesti Suomessa tuotettujen elintarvikkeiden suosiossa. Keväällä kotimaisten elintarvikkeiden, esimerkiksi kotimaisen lihan, hedelmien ja vihannesten myynti nousi edellisvuodesta ja on jäänyt myös kesän ja syksyn yli entistäkin korkeammalle tasolle.

”Monille kotimaisuus merkitsee luotettavuutta, johon kiinnitetään nyt entistä enemmän huomiota niin tuotteen laadun kuin alkuperänkin osalta. Tämä kulkee käsi kädessä hyvinvointi- ja vastuullisuustrendin kanssa, sillä kuluttajat haluavat tehdä entistä tietoisempia valintoja itsensä ja ympäristön puolesta”, kertoo valikoimajohtaja Katja Tapio S-ryhmän ruoka-kaupoista.

Suomalaista tuetaan ostoskorissa

Myös K-keijusta vahvistetaan, että suomalaiset arvostavat kotimaisia tuotteita. K-keijussa myydään suomalaista ruokaa vuosittain yli neljällä miljardilla eurolla. K-ruokakaupoissa myydyistä ruokatuotteista lähes 80 prosenttia on suomalaista alkuperää.

”Koronaepidemia on vahvistanut kotimaisten tuotteiden arvostusta vielä lisää. Asennemuutos näkyy myös ostokäyttäytymisessä. Näemme myyntidatastamme, että erityisesti alkuperämerkityt tuotteita on valittu tänä vuonna ostoskoriin aiempaa huomattavasti enemmän. Ehkä tuohon arvostukseen liitetään nyt entistä laajemmin pärjäämisen merkitys ja se näkyy suoraan ostopäätöksissä. Alkuperämerkityt tuotteet on helppo tunnistaa suomalaisiksi”, arvelee K-keijun päivittäistavarakaupan toimialajohtaja Ari Akseli.

**Monille
kotimaisuus
merkitsee
luotettavuutta.**

Vastuullisuutta tärkeää

Kotimaisuus, hyvinvointi ja vastuullisuus ovat vahvistuvia valintakriteerejä ruokaostoksilla. Kehityksen taustalla ovat sekä pitkään vaikuttaneet muutosvoimat että lyhyen aikavälin tekijät, kuten korona-aika, joka on luonut kysyntää muun muassa kotikokkaukselle.

Vastuullisuuskulma liittyy myyntitilastojen valossa erityisesti ruokaostosten ympäristövaikutukseen. Tästä esimerkkinä on vegaanisten tuotteiden menekin lisääntyminen ja kalan syönnin vahva kasvu.

”Kotimaiset järvikalat haastavat jo vähitellen keustosuosikki lohien asemaa. Kotimainen kala on erinomainen esimerkki tulevaisuuden menestystuotteesta, koska siinä yhdistyy luontevasti kotimaisuuden, hyvinvoinnin ja vastuullisuuden trendit. Sen kysyntä kasvaa ja tarjonta monipuolistuu edelleen”, kertoo valikoimajohtaja Antti Oksa S-ryhmän marketkaupasta.

Nuoret ostavat kotimaista

Hyvää Suomesta, Avainlippu ja Sirkalehti -merkittyjen tuotteiden myynti on kasvanut alkuvuonna K-ruokakaupoissa. Myynnin kehitys on ollut noin 10–20 prosentin luokkaa.

Erityisesti nuoret haluavat tukea ostoillaan suomalaista työtä.

”Erityisesti nuoret haluavat tukea ostoillaan suomalaista työtä. Alle 35-vuotiaiden ostoksissa on tapahtunut isoin muutos tänä vuonna”, kertoo Akseli.

Valtaosa suomalaisista haluaa, että koronaepidemian aikana ostetaan suomalaisia työllistäviä tuotteita ja palveluita, vahvistaa myös Suomalaisen Työn Liiton, Ruokatieto yhdistys ry:n ja Kauppapuutarhaliitto ry:n teettämä tutkimus. Noin kolmasosa suomalaisista sanoo koronaepidemian muuttaneen heidän suhtautumistaan tuotteiden ja palveluiden alkuperää kohtaan.



KUVA: KESKO OYJ

POLARIN Q. FYBEE



Tutkimuksen mukaan suomalaiset haluavat suosia suomalaisia työllistäviä tuotteita ja palveluita. Samalla kotimaisuudesta ja valmistusmaasta kertovan tiedon etsiminen on yleistynyt selvästi.

Silmiinpistävää tuloksissa on suomalaisten yksimielisyys: peräti 77 prosenttia pitää tärkeänä, että suomalaisia kehoitettaisiin koronaepidemian aikana ostamaan tuotteita ja palveluita, jotka työllistävät suomalaisia. Jopa kolmannes sanoo koronaepidemian muuttaneen heidän suhtautumistaan tuotteiden ja palveluiden alkuperään.

Mitkä tuotteet tekevät nyt kauppansa?

S-ruokakauppojen myyntidatan perusteella Suomessa vallitsee nyt keskeisiä ilmiöitä, jotka kertovat tämän hetken kulutusmieltymyksistä ja ohjaavat suomalaisten ruokaostoksia myös 2020-luvulla.

Korona-aika on saanut suomalaiset kokkaamaan kotona enemmän kuin vuosikymmeniin ja palautti myös perunan takaisin keittiöihin. Peruna on ollut pitkään arkiruokakäytössä laskussa. S-ryhmän ruokakaupoissa perunaa on vuonna 2020 ostettu 8 prosenttia edellisvuotta enemmän.



KUVA: LARI LAPPALAINEN

Korona-aika on saanut suomalaiset kokkaamaan kotona enemmän.

ostoksista, mikä kertoo jauhojen korkean menekin ohella kotitalouksien aktiivisesta otteesta ruoanlaittoon.

Kotona kokkaillaan ravintolaruokaa

Suomalaiset hakevat kotona ruokailuun entistä useammin elämyksiä ravintolatyypisistä ruoista, mistä osoituksena on muun muassa sushin saama suosio. Sushin myynti kasvoi S-ryhmän ruokakaupoissa vuonna 2020 kymmenkertaisesti.

Sokerittomien juomien myynnin kasvussa on nähty merkittävä harppaus. Niitä ostetaan erityisesti suurissa asutuskeskuksissa, joissa niiden osuus virvoitusjuomien myynnistä ylittää jo kolmen osuuskaupan alueella 50 prosenttia.

Erityisesti kasvipohjaiset ruokajuomat ovat lisänneet vahvasti menekkiään, ja niissä näkyy 20 prosentin kasvu verrattuna edelliseen tarkasteluajanjaksoon tammi–syyskuussa 2019. Tämä trendi on nähtävissä erityisesti pk-seudulla.

Valtakunnallisesti suosituimmat yrtit ovat tilli, basilika ja persilja. Yrttien käyttö näkyy myös alueiden välisissä eroissa: esimerkiksi Satakunnassa ja lounaisessa Suomessa tilli on selkeästi suosituin yrtti. Pääkaupunkiseudulla myydään koriante-ria melkein tuplasti enemmän kuin muualla Suomessa. ■

Tuoreen kalan myynti S-ryhmän ruokakaupoissa on kasvanut peräti 20 prosenttia vuoteen 2019 verrattuna. Lohi on yhä suomalaisten suosikki, mutta myös muut kalat kasvattavat suosiotaan. Myydyimmät kotimaiset kalatuotteet ovat kirjolohen jälkeen muikku, silakka, kuha ja siika.

Innostus leipomiseen ja kotikokkaukseen on kasvava trendi. S-ryhmän datan mukaan Suomen kovimmat jauhopeukalat löytyvät tällä hetkellä Itä-Suomesta, jossa ostetaan eniten jauhoja suhteessa ostosten määrään. Itä-Suomessa ostetaan myös keskimääräistä vähemmän valmisruokaa kaikista

Lähteet: Suomalaisen Työn Liiton Kuluttajien ostokäyttäytymisen 2020 -tutkimus, K-keijun asiakasdata, S-ruokakauppojen sekä Food Market Herkku -ruokakauppojen ja ruoan verkko-kaupan myyntidata.



MAISTUVA JA TERVEELLINEN ANNOS VALMISTUU LAADUKKAISTA RAAKA-AINEISTA

TEKSTI: MERJA MAUKONEN

KUVAT: PEXELS

Terveellisyys, keveys ja annosten muokattavuus kiinnostavat ravintola-asiakkaita yhä enemmän. Kasvisvaihtoehtojen suosio kasvaa edelleen. Laadukkaista raaka-aineista valmistettu maistuva ruoka houkuttelee valveutuneita asiakkaita.

TERVEYTTÄ JA HYVINVOINTIA tukeva ravitsemus syntyy pitkällä aikavälillä päivittäisistä valinnoista. Terveellisestä ruoasta puhuttaessa ensimmäinen miellelyhtymä on usein painonhallinta, mutta terveelliseen ateriaan kuuluu sopivan energiamäärän lisäksi myös ravinto- ja kivennäisaineiden tasapaino.

Asiakkaiden tietoisuus ruoan terveellisyydestä on kasvanut 2000-luvulla, ja terveys sekä terveelliset ruokailutottumukset ovat kiinteä osa yhä useamman elämää. Nautinnon ja elämyksen lisäksi ravintolaruualta halutaan korkealuokkaisia ja ravinteikkaita raaka-aineita.

”Maistuvan ja terveellisen aterian perusta ovat tuoreet ja laadukkaat raaka-aineet. Ravintola-annoksessa olisi hyvä olla runsaasti kasviksia ja juureksia, mutta vain vähän vehnää ja valkoista sokeria”, sanoo ravintoloitsija Markus Pajunen Purebitestä.

Purebite on tamperelainen perheyritys. Ravintolan omistajat Markus Pajunen ja May Pansod haluavat tarjota asiakkaille maukasta, kevyttä ja terveellistä ruokaa.

”Olen itse hyvin liikunnallinen ja käyn usein ulkona syömässä. Tampereella 2010-luvun alun lounastarjonnassa oli mielestäni turhan niukasti terveellistä ja maukasta ruokaa tarjoavia paikkoja. Olin jo pidemmän aikaa haaveillut ravintolan perustamisesta, joten päätimme perustaa Purebiten vastamaan tähän tarpeeseen vuonna 2014”, Pajunen kertoo.

Thaimaasta kotoisin oleva Pansod vastaa Purebiten menun suunnittelusta, joten menussa näkyvät thaimaalaiset vaikutteet. Pajunen puolestaan palvelee asiakkaita salin puolella.

Asiakkaiden tietoisuus ruoan terveellisyydestä on kasvanut 2000-luvulla.

Ravitsemuksella terveyttä

Ruokavalio, jossa on runsaasti tyydyttyntä rasvaa ja suolaa sekä niukasti kasviksia ja hedelmiä ei tutkitusti ole hyväksi terveydelle. Suola nostaa verenpainetta lisäten aivoverenvuodon riskiä ja tyydyttyneet rasvat kohottavat sekä kokonaiskolesterolia ja haitallista LDL-kolesterolia.

Kasvikset ja hedelmät keventävät aterialla sekä sisältävät runsaasti hyödyllisiä ravintoaineita kuten ravintokuitua, vitamiineja ja kivennäisaineita. Kasvisten runsas määrä ruokavaliossa pienentää sairastavuusriskiä sydän- ja verisuonitauteihin, syöpä- ja munuaistauteihin sekä tyypin 2 diabetekseen.

”Mikäli lounasravintolan tarjonta pohjautuu einekseen, annosten ravitsemuksellinen sisältö ei välttämättä ole paras mahdollinen. Tämän vuoksi me Purebitessä teemme itse alusta saakka kaiken kastikkeita ja marinadeja myöten. À la carte-annosten lisäksi tarjoilemme myös lounaan lautasannoksina. Buffet ei ole meidän juttumme”, Pajunen kertoo.

Thaimaalaisessa keittiössä käytetään runsaasti kasviksia ja juureksia ruoan valmistuksessa. Maistuvuus syntyy tulisuuden, happamuuden ja makeuden tasapainosta. Lähiruokaa suosimalla raaka-aineet ovat tuoreita ja niiden alkuperä on tiedossa.





“Käytämme mahdollisimman paljon lähiruokaa ja kotimaisia raaka-aineita. Kasviksissa kotimaisuusaste on korkealla, samoin lihat ovat kotimaisia. Haemme myös lihoja, juustoja ja muita tuotteita Kauppahallista ja paikallisilta tuottajilta. Juomapuolella käytämme lähimaiden tuotteita”, sanoo Pajunen.

Tiedostavat ja valveutuneet asiakkaat ovat kiinnostuneita raaka-aineiden alkuperästä ja puhtaudesta, ja lähiruoka kiinnostaa monia. Ravintolassa prosessoimattomista raaka-aineista valmistetut annokset ovat ravinteikkaita.

Makumieltymykset muuttuvat

Terveellisyys ja keventäminen on ollut nousevana ilmiönä jo pidempään, ja asiakkaiden makumieltymyksetkin ovat alkaneet muuttua sen mukaisesti. Raikkaus ja ruoan rouheus suutuntuma miellyttävät sokerisuutta ja rasvaisuutta enemmän.

Terveellinen, maistuva ruoka on ravintolalle kilpailuvallti. Erilaisten ruokavalioiden huomioiminen ruokalistalla varmistaa asiakkaiden tyytyväisyyden. Asiakkaiden muuttuvien toiveiden huomiointi vaatii ennakkointia ja aktiivista keskustelujen seuraamista.

“Asiakkaiden kuunteleminen on tärkeää, mutta jokaiseen trendiin ei kannata kiirehtiä mukaan. Meillä on paljon kanta-asiakkaita, jotka eivät kaipaa radikaaleja muutoksia. Toimivaa menua voi uudistaa myös pienillä muutoksilla ja annosten tuunaamisella. Tänä keväänä uudistamme menumme sala-

Nuoret sukupolvet kaipaavat yksilöllisiä ratkaisuja ja muokattavuutta aiempaa enemmän.

teja ja alkupaloja sekä tuomme tarjolle uusia pikkupurtavia vaikkapa terassilla nautittaviksi”, Pajunen kertoo.

Menun suunnittelussa kannattaa pohtia annosten mukautettavuutta erilaisiin tilanteisiin. Ravintola-asiakkaat kaipaavat vaihtoehtoja lihalle, kalalle ja maitotuotteille, ja vähärasvaisuuden ja keveyden lisäksi kysyntää on gluteenittomille ja vähähiilihydraattisille vaihtoehdoille. Erilaisia kasvisruokavaliota noudattavia on yhä enemmän, ja kasvisvaihtoehtojen suosio on kasvanut myös sekasyöjien keskuudessa.

“Meillä koko ruokalistalla saa halutessaan vegaanisena. Lisäksi ruokamme ovat vehnättömiä ja gluteenittomia”, Pajunen sanoo.

Nuoret sukupolvet kaipaavat yksilöllisiä ratkaisuja ja muokattavuutta aiempaa enemmän. Esimerkiksi mahdollisuus vaihtaa peruna- tai pastalisuke salaattiin tai höyrytettyihin kasviksiin keventää annosta ja tarjoaa asiakkaille enemmän valinnanvaraa, samaten mahdollisuus tilata kastikkeet annoksesta erillään.

Makeutta hedelmistä

Purebiten jälkiruoat on toteutettu ilman vehnää ja valkoista sokeria. Pansodin reseptillä valmistuva kookosjäätelö on ollut listalla alusta saakka. Kookoskermapohjainen jäätelö makeutetaan kookossokerilla, jonka glykeeminen indeksi on valkoista sokeria matalampi. Näin verensokeri ei kohoa yhtä voimakkaasti kuin valkoista sokeria nauttiessa. Lisäksi kookossokeri antaa karamellimaisen maun ja sisältää kivennäisaineita.

”Kookosjäätelömme on gluteenitonta ja maidotonta ja sopii siten moniin ruokavalioihin”, Pajunen lisää.

Menuun voi sisällyttää lisäksi hedelmiä ja smoothieita, joita keveyttä kaipaavat voivat tilata leivonnaisten tai muiden makeiden sijasta. Smoothiet toimivat myös välipalana kii-reisille. Purebiten smoothieihin voi valita lisäksi kananmunanvalkuaista tai pähkinöitä. Näin annokseen saadaan proteiineja ja smoothie pitää nälkää loitolla pidempään. Hedelmien, kasvien, proteiinien ja hyvien rasvojen yhdistelmä antaa energiaa eikä väsyttä raskaamman aterian tapaan. ■

Lähteet: Terveystieteiden tutkimuskeskus, Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta.





NÄKÖALOJA BUSINESS-ASUMISEEN?

Liikemiestason huoneistohotelli Helsingin ydinkeskustassa

Alkaen 51 euroa/vrk



Aterio21

Koko Suomi saman pöydän ääressä.

Ammattikeittiöalan
tärkein
kohtauspaikka

...

julkinenateria.fi

TÄYDEN KATTAUKSEN AMMATILAISPÄIVÄ! 2.11.2021 Messukeskus Helsinki

Tervetuloa Ateriaan tiistaina 2.11.2021! Tapaa kiinnostavimmat tuote- ja palvelu-toimittajat. Näe ja kuule ammatillisesti innostava, laadukas sekä uudistunut ohjelma. Nauti päivän menu.

Lue lisää ja rekisteröidy kävijäksi: julkinenateria.fi

Päämedia-
yhteistyökumppani:

Elintarvike
ja Terveys

Yhteistyössä:

pro RESTO
horeca-alan ammattiliitto

Järjestäjä: **MESSUKESKUS**