



KESPRO

Maailman ravintolatrendit

2020 #ravintolatrendit

Sisältö

Lähtökohta tutkimukseen	3
Miten tutkimus toteutettiin	4
Ulkona syömisen muutosvoimat maailmalla	5
Muutosvoimat maailmankartalla	6
Maapalloystävällisyys	7
Raaka-aineet ja valmistustavat kunniaan	9
Ravintolakäyttötymisen uudet muodot	11
Personoitu ruoka	13
Terveys ja turvallisuus ravintola-alalla	15
Makumatkat maailmalta	17
Maailman ravintolatrendien rantautuminen Suomeen	19

Lähtökohta tutkimukseen



Maailman ravintolatrendit -julkaisussa keskitymme erityisesti siihen, millaisia muutoksia maailmalla ulkona syömisessä laajemmin tapahtuu. Emme niinkään paneudu yksittäisten maiden keittiöihin tai tulevien vuosien hittireseptien ennustamiseen, vaan tutkimuksen lähtökohtana on ollut arvioida minkälaisia laajempia ravintola-alan muutosvoimia maailmalta tulevien vuosien aikana Suomeen on saapumassa.

Maailman ravintolatrendit on suoraa jatkumoa aiempina vuosina julkaistuille Kespron trendijulkaisuille. Olemme tutkineet muutosvoimia niin reseptiikan kuin asiakaskokemuksenkin näkökulmasta. Viime vuonna suomalaisten odotukset ravintoloille -raportissa laajensimme perspektiiviä ravintola-

kävijöiden profiileihin: minkälaisia asiakastyyppejä ulkona syöjistä on valtakunnallisesti tunnistettavissa.

Monet aiemmissa raporteissa ennustetut muutokset, kuten ulkona syömisestä arkipäiväistyminen tai ravintolaruoan saapuminen vahvemmin päivittäistavarakauppojen tarjontaan ovat vahvistuneet erityisesti covid-19-pandemian tuomien muutosten seurauksena.

Raportin jokainen teemasivu sisältää yleiskuvauksen lisäksi maailmalla toimivien asiantuntijoiden nostoja sekä konkreettisia esimerkkejä teeman ilmenemismuodoista.

Suomalaisten odotukset ravintoloille -raportti julkaistiin 2019

Kespron ravintolatrenditutkimukset

2017 RAVINTOLAILMIÖT 2018 -tutkimus kartoitti ravintolaruokailua etenkin reseptiikan näkökulmasta – mitä suomalaiset syövät ravintoloissa. Esiin nousi muun muassa hyvinvoinnin merkitys ja vaikutus valintoihin.

2018 ULKONA SYÖMISEN TULEVAISUUS -tutkimus selvitti ulkona syömisestä kehitystä huomioiden ruoan ja reseptiikan lisäksi asiakaskokemuksen laajemmin. Ulkona syömisestä kenttä monipuolistuu ja perinteiset raja-aidat häilyvät.

2019 SUOMALAISTEN ODOTUKSET RAVINTOLOILLE 2020 tunnisti suomalaisista ravintolakävijöistä neljä erilaista asiakasprofiilia: spontaanit kokeilijat, laatu-tietoiset nautiskelijat, käytännölliset vatsantäyttäjät ja harkitsevat kotikokkaajat.

2020 MAAILMAN RAVINTOLATRENDIT luotaa maailmalla tunnistettavia laajempia ulkona syömiseen vaikuttavia muutosvoimia sekä kertoo, kuinka kiinnostuneita suomalaiset erilaisista ilmiöistä ovat.



Miten tutkimus toteutettiin

Tutkimus jakaantui kolmeen vaiheeseen: olemassa olevan tiedon analyysiin, asiantuntijahaastatteluihin ja K-ryhmän Kylä-asiakasyhteisössä tehtyyn tutkimukseen.

Tutkimuksen pohjalle tehtiin kattava olemassa olevan tiedon analyysi markkina- ja trendiraporttien pohjalta. Tutkimuksessa haastateltiin lisäksi neljää kansainvälistä ulkona syömisen asiantuntijaa. K-ryhmän Kylä-asiakasyhteisön kuluttajapaneelissa tehtiin kysely, jonka vastaajat valittiin vastaamaan Suomen väestöä iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan. Kyselyyn vastasi 9.–13.9.2020 yhteensä 1204 iältään 18–70-vuotiaasta kuluttajaa.

Raportin toteutuksesta on vastannut asiakasymmärrys- ja strategiatoimisto Frankly. Lähteinä raportissa on hyödynnetty trenditietokantoja: thefoodpeople, TrendWatching ja Trendhunter.

Haastatellut asiantuntijat



Shokofeh Hejazi on Iso-Britanniassa toimivan ruoka- ja ravintolatrendeihin keskittyvän The Food People -toimiston Senior Editor, joka paneutuu ympäri maailmaa nähtäviin ravintolailmiöihin.



Jaakko Sorsa on ollut kansainvälisellä uralla vuodessa 1996. Nykyisin Hongkongissa toimivalle ravintoloitsijalle on tullut aiemmin tutuksi suomalaisten huippuravintoloiden lisäksi muun muassa Bermuda ja Kanada.



Lauri Reuter on yksi uuteen ruokateknologiaan sijoittavan Nordic FoodTech Venture Capital -pääomarahaston perustajista. Koulutukseltaan Lauri on biotekniikan tohtori. Aikaisemmin hän on toiminut teknologian tutkimuskeskus VTT:n tutkijana ja strategina.



Göran Streng on Havaijilla nykyisin toimiva ravintoloitsija, joka on ollut maailmalla 80-luvun alusta alkaen. Strengille on tullut tutuksi sekä Yhdysvaltojen että Aasian keittiöt muun muassa Palo Altoissa ja Singaporessa.



Ulkona syömisen muutosvoimat maailmalla

Raportissa on nostettu kuusi ulkona syömisen muutosvoimaa maailmalta. Uskomme näiden eri puolella nähtävien laajempien trendien vaikuttavan voimakkaasti ulkona syömisen kenttään tulevina vuosina myös Suomessa. Kunkin muutosvoiman kohdalla on lisäksi arvioitu kiinnostusta teemaa kohtaan Suomessa. Löydät maailman muutosvoimista tarkemmat kuvaukset teemasivuilta.

Maapalloystävällisyys

Ilmastovaikutukset ja luonnon tila ovat suuria puheenaiheita, jotka heijastuvat vahvasti myös ulkona syömiseen. Näkökulmat luonnon monimuotoisuudesta ja teknologian tuomista uusista vaihtoehdoista korostuvat.



Raaka-aineet ja valmistustavat kunniaan

Kunnioitus niin raaka-aineita, valmistustapoja kuin kokkien ammattitaitoa kohtaan nousee. Ravintoloihin mennään nauttimaan annoksista, joita ei itse osata tai halua valmistaa ja kun raaka-aineet hyödynnetään kokonaisvaltaisesti, se on myös vastuullista.



Ravintolakäyttämisen uudet muodot

Jo aiemmissa tutkimuksissamme on selvinnyt, että suomalaisille ulkona syöminen on suurelta osin arkisen elämän piristämistä. Muuttuvassa arjessamme ilahdutuksen aiheet ottavat uusia muotoja.



Personoitu ruoka

Teknologia mahdollistaa tulevaisuudessa entistä personoidumpia ruokakokemuksia. Dataa hyödyntäen kuluttajille saattaa tulla tarjolle ravintolaruoan "Netflix", joka personoi tottumusten ja ruokavalioiden perusteella kiinnostavat annokset.



Terveys ja turvallisuus ravintola-alalla

Muutosvoimista puhuttaessa koronan aiheuttamia vaikutuksia ei voi olla mainitsematta. Tietyt kehityssuunnat ovat kiihtyneet kriisin myötä, toisaalta jotkin vaikutukset jäävät lyhyemmiksi. Aikana on myös syntynyt myös alalle uusia mielenkiintoisia innovaatioita.



Makumatkat maailmalta

Pienemmät paikalliset ruokakulttuurit ja mikroalueiden keittiöt tulevat autenttisina luoksemme. Erityisesti nyt kun matkustaminen vaikeutuu, kaivataan aitoja ja yllättäviäkin kokemuksia omaan alueen tarjonnasta.



Muutosvoimat maailmankartalla

Kartassa on kuvattu missä muutosvoimat erityisesti näkyvät tällä hetkellä.



Maapalloystävällisyys

Maapalloystävällisyys terminä käsittää ympäristön hyvinvoinnin ja ilmastovaikutusten huomioimisen lisäksi eettiset näkökulmat. Huoli luonnon monimuotoisuudesta, eläinten hyvinvoinnista ja ruokatuotannon eettisyydestä puhuttavat entistä enemmän. Myös ympäristöpaineet ruokajärjestelmää kohtaan kasvavat globaalisti, mutta kuluttajien käyttäytyminen vaihtelee alueittain. Yhdysvalloissa matka lihankäytön vähentämiseen ravintoloissa voi olla vielä pitkä, vaikka edelläkävijyyttä ympäristötietoudessa löytyy jo itä- ja länsirannikolta. Toisaalta Aasiassa ollaan laajalti tottuneita hyödyntämään kasviksia monipuolisesti ilman vastuullisuuskeskusteluakin.

Avainsanat

- Ruoan ilmastovaikutukset
- Luonnon monimuotoisuus
- Kestävän kehityksen raaka-aineet
- Kasvien määrän lisääntyminen osana ruokavaliota
- Yksisoluproteiinien käyttö: levät, bakteerit, sienet
- Eläinten hyvinvointi

Kiinnostus ilmastoon ja biodiversiteetin huomioimiseen ulkona syödessä voimistuu Suomessa, erityisesti arkisemmassa ruokailussa. Nyt nähty vaihtoehtoproteiinien yleistymisen tulee tulevaisuudessa saamaan rinnalleen lisää mikrobialaisia tuotantojärjestelmiä, joista esimerkkinä ovat muun muassa levästä johdetut proteiinit. Ulkona syöjälle myös teknologia saattaa tulla apuun – tulevaisuudessa kuluttaja voi esimerkiksi saada kuratoidun kattauksen ilmastoystävällisistä annoksista lähialueen ravintoloista. Jokatapauksessa monipuolisen kasvisruoan voi odottaa yleistyvän arkiruoassa Aasian tapaan.



“Perinteisten ruokailutottumustemme on muututtava niin ympäristön kestävyden kuin ihmisten terveydenkin näkökulmasta.”

Lauri Reuter, Helsinki

”Ihmisten terveys ja planeettamme terveys ovat valtavia aiheita kuten kestävä kehitys tai ympäristöajattelukin. Kuluttajille tulee kuitenkin kokoajan saataville konkreettisia ratkaisuja ja vaihtoehtoja.”

Shokofeh Hejazi, Lontoo

”Kasvipohjaisen ruoan kasvu kiihtyy koronaviruksen myötä ja tulevina vuosina nähdään yhä enemmän innovaatioita eri kategorioissa. Ihmiset ja ravintolat myös oppivat käyttämään näitä raaka-aineita ja valmisteita luovemmin.”

Shokofeh Hejazi, Lontoo

”Hongkongissa esimerkiksi proteiinin korvikkeita on hyvin tarjolla. Mutta on hyvä myös huomioda, että täällä syödään muutoinkin paljon vihreää, ruokakolmion mukaisesti. Kypsennettyjä kasviksia syödään tosi paljon osana normaalia ruokavaliota.”

Jaakko Sorsa, Hongkong



Kiinnostus ilmiötä kohtaan Suomessa

KESPRO

Muutosvoima Suomessa

88% suomalaisista haluaisi ulkona syödessä suosia ravintoloita, jotka ottavat luonnon monimuotoisuuden huomioon.

87% suomalaisista olisi valmis lisäämään ruokavalionsa enemmän monipuolista kasvisruokaa.

83% suomalaisista haluaisi ulkona syödessä suosia ravintoloita, joilla on pieni hiilijalanjälki.

62% suomalaisista olisi valmis maksamaan enemmän ravintolaruoasta, joka on tuotettu eettisesti ja ilmastoystävällisesti.

45% suomalaista olisi jo nyt valmis lisäämään ruokavalionsa leväpohjaisia proteiineja.

Nostoja maailmalta



1. YHDYSVALLAT, NEW YORK. Alunperin New Yorkista oleva salaatteihin keskittyvä Fast Casual -ketju Just Salad julkisti kesäkuussa 2020 merkitseväänsä kalorien lisäksi annosten hiilijalanjäljen ruokalistoihin. Ketju on tunnistanut kasvipohjaisen ruokavalion olevan erinomainen tapa taistella ilmastonmuutosta vastaan.

2. YHDYSVALLAT, KALIFORNIA. Restore California on ravintoloiden ja viljelijöiden yhteenliittymä, joka pyrkii kehittämään uusiutuvaan ruokatalouteen elinvoimaisemman maaperän kautta. Ravintolat lisäävät hintoihinsa prosentin korotuksen, joka ohjataan ohjelmassa mukana oleville viljelijöille.

3. ETELÄ-AFRIKKA. Wolfgang-ravintola on rakentanut illalliskonseptinsa esitelläkseen ainoastaan paikalliselta rannikkoalueelta esiintyvistä raaka-aineista valmistettuja kokonaisuuksia.

4. HOLLANTI. McDonald's ja Neste partneroituivat Hollannissa kierrättääkseen 252:ssa ravintolassa ylijäävän paistooljyn biodieseliksi. Vastaavat isojen toimijoiden yhteistyöt aiheen ympärillä lisääntyvät tulevaisuudessa.

5. ISO-BRITANNIA. The Sustainable Restaurant Association lanseerasi the Tastiest Challenge on the Planet -aloitteen, jonka tavoitteena on kehittää kestävä kehityksen mukaisia periaatteita horeca-sektorilla ottamalla ravintolat ja kokit mukaan työhön.

”USA:ssa ruokavalioissa näkyy enemmän yksilökeskeisyys, esimerkiksi oma terveys ja hyvinvointi kuin ilmaston vuoksi tehtävät valinnat.”

Göran Streng, Havaiji

Raaka-aineet ja valmistustavat kunniaan

Vaikka uudet vaihtoehtoproteiinit tulevaisuudessa yleistyisivätkin, ravintoloihin mennään hakemaan elämyksiä myös perinteisemmistä raaka-aineista uusin tavoin ja taidolla tarjottuna. Asiakkaat suuntaavat ravintoloihin kokeilemaan kokkien ammattitaidolla toteutettuja autenttisia annoksia, joita ei vielä itse tunneta tai osata valmistaa kotiolosuhteissa.

Voikin olla, että tulevaisuudessa esimerkiksi erityistä ammattitaitoa vaativien lihojen valmistuksesta tulee ravintolakäytien kohokohtia. Eläimen ruhon eri osien luova hyödyntäminen on myös vastuullista, kun raaka-aine saadaan hyödynnettyä mahdollisimman pitkälle. Yhtälailla kasviksia

tarjotaan ravintoloissa jo nyt tavalla, johon asiakas ei yleensä kotona viitsi tai kykene, mihin viittaavat esimerkiksi yleistynyt villiyrtyt ja versojen sekä fermentoinnin hyödyntäminen.



Avainsanat

- Raaka-aineen hyödyntäminen luovasti ja vastuullisesti
- Kokin ammattitaito jalustalle
- Raaka-aineet, joita ei kaupasta saa
- Yllättävät annokset
- Autenttisuus ja aitous



Kiinnostus ilmiötä kohtaan Suomessa

”Se on ainakin tyylikästä, jos olet kova kokki ja osaat tehdä raaka-aineesta kuin raaka-aineesta jotain yllättävää ja maistuvaa. Ja kun tarjoat sen mielenkiintoisesti asiakkaalle – hurmaat – se on taitoa.”

Jaakko Sorsa, Hongkong

”Lihan käytön vähenemisen osalta ei pidä olla mustavalkoinen. Arkinen lihansyönti korvautuu vaihtoehtoproteiineilla, mutta yhtälailla lihasta voi muodostua ravintolassa syötävä erityinen nautinto.”

Lauri Reuter, Helsinki

”USA:ssa matka lihan käytön vähentämiseen on vielä pitkä erityisesti ravintoloissa.”

Göran Streng, Havaiji

”Lihon raakakypsytyksen eri tekniikat ovat selvästi nousemassa kansainväliseksi trendiksi.”

Shokofeh Hejazi, Lontoo

Muutosvoima Suomessa

96% suomalaisista on kiinnostunut lähellä tuotetuista raaka-aineista.

93% suomalaisista on ulkona syödessä kiinnostunut ruoka-annoksista, joita ei kotiolosuhteissa tule tehdä tai saa valmistettua.

48% suomalaisista on kiinnostunut ulkomailta tuoduista autenttisista raaka-aineista ja valmistustavoista. Kiinnostus on yleistä erityisesti nuorissa sukupolvissa, joka kuvaa myös ruokakulttuurin muutosta: 68 % alle 35-vuotiaista on kiinnostunut näistä.

33% kaikista suomalaista on ulkona syödessä kiinnostunut erikoisemmista eläinperäisistä tuotteista, kuten sisäelimestä ja kuivatuista kalatuotteista. Kuitenkin jopa 45 % itä-suomalaisista vastaajista ilmoitti olevansa näistä kiinnostunut.

Nostoja maailmalta



1. YHDYSVALLAT, NEW YORK. Ducks Eatery fermentoi hedelmiä, kuten cantaloupe-meloneja tarjottavaksi hampurilaisen välissä. Fermentoinnilla hedelmä kehittyi lihaa muistuttavampaan suutuntumaan.

2. ISO-BRITANNIA, LONTOO. Tulen hyödyntäminen ruoan valmistuksessa on toki tuttua, mutta näyttävää ja uusin tavoin hyödynnettynä myös yllätyksellistä. Ravintola Brat grillaa mansikoita jälkiruoan komponentiksi.

3. LIETTUA, VILNA. Ertlio Namas tarjoaa Vilnassa Liettuan keittiön erikoisuuksia eri vuosisadoilta uudella kulmalla. Listalta voi löytyä esimerkiksi majava-pateta.

4. AUSTRALIA, SYDNEY. Josh Niland on erikoistunut erilaisten kalojen raakakypsytykseen, hän rakastaa valmistusmuodon tuomaa haastetta, sillä harva hallitsee tekniikkaa.



Ravintolakäyttätymisen uudet muodot

Koronakriisin myötä tarve arkisille ulkona syömisen tilanteille on laskenut, mutta silti ihmisten halu elämän piristämiseen ruoan keinoin on kasvussa. Samalla ruokailutottumusten yksilöllistyminen ja aikasidonnaisuuden väheneminen ovat maailmalla nousevia ilmiöitä. Tämä on kiihdyttänyt ravintoloiden kekseliäisyyttä tarjota asiakkailleen arjen elämyksiä mitä erilaisimmilla keinoilla: Ympäri maailmaa fine-dining ravintolat ovat ilmestyneet ruoan kotiinkuljetuspalveluihin, laadukkaasti valmistettu ravintolaruoka on löytänyt tiensä ruokakaappoihin ja lisää

Avainsanat ✨

- Loppuun asti hiottu asiakaskokemus niin ravintoloissa kuin kotona
- Ravintolakäyntien uudet muodot: nopeat elämykset kohtuuhintaan
- Matala-alkoholisten tuotteiden laajeneva tarjonta ja laadullistuminen
- Lounasruoan tulevaisuus: muuttuvat aikataulut ja kotiointimistot
- Lunchbox-ruoan monipuolistuminen ja kehittyminen

uusia tapoja nauttia ravintolaruokaa kehittyä jatkuvasti. Digitaaliset alustat linkittävät tuottajat, ravintolat ja kuluttajat tiiviimmin toisiinsa.

Arjen piristäminen pienin keinoin on toki jatkossakin ihmisten keskiössä myös arkisissa tilanteissa: maistuvat aamiaishetket, virkistävät kahvilakäynnit ja elämyksen hetket ravintoloissa ilahduttavat meitä jatkossakin. Talouden epävakaus asettaa ravintoloille haasteen kulurakenteeltaan järkevän tarjoaman rakentamisessa entistä hintatietoisemmalle kuluttajalle. Impulssiostamisen vähentyessä esimerkiksi aamiaista ja kahvia tarjoavat ohikulkupaikat voivat olla pinteessä.

Toisaalta casual ja fast casual – kuten elämyksellinen street food tai kokonaan uudet ravintolakonseptit – voivat ottaa jalansijaa nykyistäkin vahvemmin, kuten laskusuhdanteiden aikana on aiemminkin nähty.



”Maailmalla 'pikavisiitit' ravintoloissa yleistyvät. Koronan myötä ihmiset eivät välttämättä halua viettää yhtä pitkää aikaa ravintoloissa, toisaalta ravintolalle tämä voi mahdollistaa enemmän aikaa pöytien siivoamiseen ja pintojen desinfiointiin.”

Shokofeh Hejazi, Lontoo

”Uskon, että hyvälaatuisia casual-ravintoloita tulee yhä enemmän. Sellaisia, johon asiakas haluaa mennä uudestaan ja toisaalta niin, että hintataso myös mahdollistaa sen, että käydään useammin syömässä.”

Jaakko Sorsa, Hongkong

”Ravintoloiden pitää pystyä tarjoamaan joko arjesta poikkeavia suuria elämyksiä tai sitten tarjota lounasruokalan tapaan terveyttä edistävää arkiruokaa. Ne jotka eivät tarjoa oikein kumpaankaan voivat olla heikoilla.”

Lauri Reuter, Helsinki



Kiinnostus ilmiötä kohtaan Suomessa

Muutosvoima Suomessa

69% suomalaisista on kiinnostunut kohtuuhintaisen arkiruoan tilaamisesta ruokalahettilpalvelujen kautta.

60% suomalaisista on kiinnostunut tyylikkäästä ja ekologisista annospakkauksista kotiinkuljetetussa ruoassa.

59% suomalaisista on kiinnostuneita tilaamaan kotiin fine dining -ruokaa, joka viimeistellään itse.



”Matala-alkoholiset ja alkoholittomat kategoriat ovat nousussa. Terveysbuumi osaltaan vaikuttaa tässä, mutta myös tarjonta on kasvanut. Hyvänä esimerkkinä hard seltzerit, jotka ovat suosittuja Yhdysvalloissa, niissä alkoholiprosentti on suhteellisen matala ja ne ovat vähäkalorisia.”

Shokofeh Hejazi, Lontoo

Nostoja maailmalta



1. KANADA, ONTARIO. Ontarion provinssi on sallinut alkoholin etämyynnin väliaikaisesti ravintoloille ruoan toimituksen yhteydessä. Muutos mahdollistaa ruoan ja juoman parittamisen myös kotiinkuljetetun ruoan kohdalla.

2. YHDYSVALLAT, LOS ANGELES. Ravintola teknologia-alusta Resy konseptoi väliaikaisesti fine dining -ravintolaa, joka toimii ajokaistaperiaatteella. Kymmenen ruokalajin menun kaikki annokset ovat eri ravintolan valmistamia.

3. JAPANI. Japanin Starbucks lanseerasi heinäkuussa 2020 uuden kahvilan, joka sisältää yhteiskäyttötyötiloja. Smart lounge -konsepti on erotettu muusta kahvilaympäristöstä. Tilat muistuttavat toimistojen puhelinkoppeja mahdollistaen lyhyet palaverit työpäivän lomassa.

4. TAIWAN. Taiwanissa HOH Café kehitti merikonttiin sijoitetun tyyllitellyn kahvilakonseptin. Ihmisten elämänrytmit ja ajanviettopaikat ovat olleet muutoksessa ja kontti on sijoitettu läheisen ulkoilualan yhteyteen mahdollistaen väljän asioinnin ulkoilmassa.



Personoitu ruoka

Ravintoloiden ylivoimainen kilpailuetu ruoan verkkokauppaan nähden on jatkossakin kotiinkuljetetun ruoan nopeus, helppous sekä kyky luoda elämyksiä ja makunautintoja arkeen. Näiden rinnalle nousee tarve entistä personoidumpiin ruoka-annoksiin, jotka so-
pivat kunkin kuluttajan omiin vaatimuksiin ja elämäntilanteeseen. Ensimmäisiä merkkejä tästä pilkahtelee maailman suurista metro-
poleista, joissa esimerkiksi tiettyä dieettiä noudattava tai paljon urheileva asiakas voi tilata itselleen yksilölliseen ruokavalioon sovitettua, vaihtelevaa annokset viikon jokai-

Avainsanat

- Kuluttajan elämänrytmiin sopeutuminen ja ostamisen helppous
- Ravintolaruokan "Netflix"
- Kuluttajan tietöähky: miten paketoita tietoa päätöksenteon tueksi
- Arjessa syötävien annosten määrä: snacking, aamiaiset pitkin päivää, kevyet lounaat
- Kuluttajan yksilölliseen tarpeeseen personoitu dieetti

selle päivälle. Ilmiön rantautumista Suomeen voi vauhdittaa esimerkiksi ravintoloiden lounasruokailun siirtyminen entistä enemmän kotitoimituksiin.

On myös nähtävissä, että ravintoloiden valitsemisen sijaan tilaamme meille aiempien kulutustottumusten pohjalta suositeltuja annoksia, jolloin samassa taloudessa saatetaan nauttia eri ravintoloista toimitetuista ruoista samaan aikaan. Ruoan tilaaminen saaneekin samanlaisia muotoja kuin musiikin kuuntelu tai sarjojen katsominen suoratoistopalvelujen kautta – sovellukset tuntevat entistä tarkemmin mistä pidämme ja mitä tarvitsemme ja suosittelevat algoritmien perusteella voimistuu.

Ruoan toimitusketjuun liittyy paljon kysymyksiä, mutta kuluttajan tiedonjälkin on rajansa. Kenties tulevaisuudessa ulkoistamme myös ruoan alkuperän eettisyyden tai ilmastovaikutusten selvittämisen automatiikalle ja keskitymme makunautintoihin ja elämyksiin, meille personoidusti.



"Keittiön robotisoitumisesta on puhuttu jo aika pitkään, mutta enää konkreettiset ratkaisut eivät tunnu niin kaukaa haetuilta. Automatiikkaa tulee keittiöihin älykkäiden jääkaappien ja siivousteknologian muodossa. Erityisesti Kiinassa on koronan myötä herättänyt kiinnostusta erilaiset palvelurobotit."

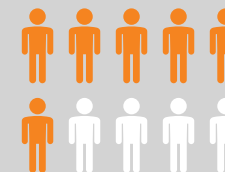
Shokofeh Hejazi, Lontoo

"2010-luvulla yleistyi palvelut, jotka suosittelivat ravintoloita, tripadvisorit ja kuljetuspalvelut. Näille jatkumoa tulee olemaan kuluttajan näkökulmasta entistä personoidummat palvelut."

Lauri Reuter, Helsinki

"Täällä Hongkongissa keittiöt ja kodit ovat pieniä. Kaikki syövät ulkona päivittäin. Uskonkin, että monipuoliset kohtuuhintaiset paikat yleistyvät myös Suomessa. Ja täällä suurkaupungissa kaikille on kaikkea ja kuljetuspalvelut ovat yleisiä."

Jaakko Sorsa, Hongkong



Kiinnostus ilmiötä kohtaan Suomessa

Muutosvoima Suomessa

64% suomalaisista on kiinnostunut teknologiasta tai palvelusta, jolla voisi selvittää ruoka-aineiden alkuperän ja eettisyyden. 18–24-vuotiailla kiinnostus on muita korkeampaa (81 %)

61% suomalaisista on kiinnostunut älykkäistä ruokatoimituspalveluista, jotka toimittavat ruokavalion ja terveystilanteen mukaisia ravintola-annoksia (esim. vähäkalorinen tai paljon proteiinia sisältävä annos).

57% suomalaisista voisi olla valmiita ottamaan käyttöön ruoka- ja ravintolavalintoja personoivaa teknologiaa.

”Kuluttajalle tulee jo nyt liikaa tietoa, ei sitä haluta enempää, vaan asiakas hakee helppoa tukea päätöksen teolle. Enää ei kuluttaja välttämättä lue kaikkea tai ota selvää, vaan digipalvelut pureskelee tiedon valmiiksi.”

Lauri Reuter, Helsinki

Nostoja maailmalta



1. YHDYSVALLAT. Fast casual -ketju Sweegreenin online-menu personoi käyttäjän aiempiin valintojen pohjalta jotakin tuttua ja jotakin yllättävää asiakkaalle. Kokonaisuus pohjautuu ymmärrykseen siitä, että neljäsosa ravintolaketjun asiakkaista haluaisi kokeilla uusia, mutta riittävän tuttuja annoksia.

2. YHDYSVALLAT. Chowbotics Sally on maailman ensimmäinen salaattirobotti, joka on saanut hiljattain päivityksen. Robotti voidaan sijoittaa julkisiin tiloihin, kuten työpaikoille ja yliopistoihin. Käyttäjä voi valita valmiin annoksen, jonka robotti valmistaa tai luoda oman yhdistelmän eri ainesosista.

3. HONGKONG. Ruokalahettipalvelu NOSH on suunnitellut menunsa toimitettavan ruoan ympärille. NOSH toimittaa asiakkaalle maanantaista perjantaihin aamiaisen, lounaan ja illallisen. Ruokalista valitaan yhdessä ruoka-asiantuntijan kanssa, viikoittaiset menut kulkevat esimerkiksi nimillä “Build Muscle”, “Gain Weight” ja “Get Lean”.

4. MALESIA. Malesialainen Smartbite toimittaa lounasruokaa kiireisen arjen keskellä. Asiakas voi valita annoksensa satojen ravintoloiden tarjonnasta. Palvelu lupaa tehdä elämän vaivattomaksi työssä käyville ollen helpoin ja nopein ruoan toimituspalvelu.

”Ruokakauppojen ravintolamaisen ruoan tarjonnan kasvu tuo haasteen perinteisille ravintoloille erityisesti, kun kulutus on siirtynyt koteihin.”

Göran Streng, Havaiji

Terveys ja turvallisuus ravintola-alalla

Maailmalla nähtäviä trendejä tarkasteltaessa olisi vaikea jättää koronan tuomia muutoksia huomiotta. Korona on ensimmäinen globaali modernin ajan ulkona syömisen kenttään iskenyt shokki. Vastaavia häiriöitä markkinan ja tuotanto- ja toimitusketjuihin voi olla tulossa tulevaisuudessa myös lisää. Haastavassa tilanteessa toimiala on kuitenkin ollut ketterä ja luova kehittämään oivaltavia, kuluttajia palvelevia ja turvallisia ratkaisuja.

Kaikkialla ravintolat ovat olleet pakotettuja löytämään ratkaisuja samassa tilassa syömisen mahdollistamiseen. Sermeillä rajatut tilat ja terassien lisääntyminen ovat globaali ilmiö. Havaijilla, jossa olosuhteet normaalistikin mahdollistaisivat syömisen

ulkotiloissa, terassit otettiin toden teolla käyttöön vasta kriisin myötä, kun ravintolat kehittivät tapoja tarjota asiakaspaikkoja väljästi. Saksassa ravintola-asiakkaiden yhteystiedot otetaan ylös mahdollisesta tartuntaepäilystä ilmoittamista varten. Toisaalta catering-tyyppiset tarjoilut ovat yleistyneet Hongkongin toimistoilla, jotta välttyttäisiin työntekijöiden mahdollisilta altistumisilta ravintoloissa.

Hongkongissa ravintolat ovat ottaneet tilanteen erityisesti huomioon myös asiakaskokemuksessa: Kasvomaskien säilytystä varten pöydässä on erillinen hygieeninen kirjekuori, käsidesipullot on sovitettu konseptin näköisiksi ja kotiinkuljetettu ruoka

on pakattu näyttäviin, ravintolan henkeä jatkaviin pakkauksiin. Kun tämä tehdään vielä ekologisesti, voi nähdä että kyseessä olisi Suomessakin hyvä tilaisuus nostaa kuluttajan asiakaskokemusta kotona vielä asteen verran korkeammalle.

Teknologisena hyppäyksenä ruoan valmistus on Yhdysvalloissa ottanut askelia koronan myötä keittiöiden automatisointiin. Esimerkiksi Miso Robotics -yhtiö on kehittänyt teknologiaa, jossa ihmiskontaktin määrä valmistusprosessin aikana minimoitaisiin pikaruokaravintolassa. Suomi taas on ollut edelläkävijä kortti- ja lähimaksamisessa, siinä missä globaalisti harppaus digitaaliseen maksamiseen on otettu vasta korona-aikana.

Avainsanat

- Teknologia luo turvallisuutta: lähimaksaminen, nouto, automaatio
- Asiakkaille miellyttävä ja turvallinen ympäristö
- Uudet ja avoimet ruokailun tilat
- Ruokaturvallisuussinovaatiot



Kiinnostus ilmiötä kohtaan Suomessa

”Ravintoloille koronan myötä haasteena on miten luoda lojaaleja asiakassuhteita, kun tarjonta kasvaa ja tilaukset digitalisoituvat. Toki loppupeleissä kyse on aina asiakkaan luottamuksen voittamisesta.”

Shokofeh Hejazi, Lontoo

”Buffet-ravintolat ovat suurissa haasteissa, miten sopeutua kun kuluttajien mielikuvat ruokailun turvallisuudesta ohjaavat päätöksenteossa?”

Göran Streng, Havaiji

Muutosvoima Suomessa

82% suomalaisista on kiinnostunut uudenlaisista ulkotilaan sijoittuvista ruokailutiloista.

73% suomalaisista on kiinnostunut ravintoloiden turvallisuudesta ja vastuullisuudesta todistavista sertifikaateista tai teknologiasta.

55% suomalaisista on kiinnostunut turvasermeillä erotetuista ruokailutiloista.

”Koronan tyyppisiä shokkeja tulee aivan varmasti tulevaisuudessa lisää. Nyt nähtiin ensimmäinen laaja pandemia modernilla ajalla. Viruksia tulee lisää. Ilmaston muuttuessa tulee yhä enemmän siihen liittyviä shokkeja: sääilmiöt, myrskyt, tulvat, kuivuus. Nyt on saatu esimakua siitä, millaisia seurannaisvaikutuksia näillä voi olla.”

Lauri Reuter, Helsinki

Nostoja maailmalta



1. YHDYSVALLAT, CHICAGO. Chicagon kaupunki on käynnistänyt Winter Design Challenge -innovaatio-kilpailun, jonka tavoitteena on kehittää ratkaisuja miten terassikautta voisi jatkaa myös talvikaudella. Yli 600 suunnitelmaa lähetettiin avoimen innovaatioalustan kautta paikallisen ravintolayhteisön paneelin arvioitavaksi.

2. BELGIA & LUXEMBURG. Burger King käynnisti Belgiassa ja Luxemburgissa kampanjan kasvomaskien käytön lisäämiseksi: asiakas valitsee maskin, johon on painettu annoksen nimi. Tilaamisen voi tiskillä suorittaa osoittamalla omaa maskia.



3. ETELÄ-KOREA, SEOUL. Seoulissa No Brand Burger -hampurilaisketjussa ruoan tilaaminen tapahtuu ilman ihmiskontaktia. Keittiössä ruoan valmistamisen aloittaa robotti paistamalla pihvit ja lämmittämällä sämpylät. Annoksen viimeistelee ihminen ja robotti kuljettaa sen pöytään.

4. HONGKONG. Michelin-ravintola Tate Dining Room kuljettaa luksus-tason illallisia koteihin Hongkongissa. Erikoisuutena Gourmet Box -konseptissa on tyylikkäätsuiset annospakkaukset ja oheistarvikkeet, jotka ravintola noutaa seuraavana päivänä.

”Olemme kehittäneet uudenlaisia terassiratkaisuja, ravintolaa on ollut nyt hyvä laajentaa nimenomaan ulkotiloihin ja kehittää konseptia pidemmälle siellä.”

Göran Streng, Hongkong





Makumatkat maailmalta



Autenttiset paikalliset keittiöt rantautuvat maailmalta kuluttajien luokse. Varsinkin kun matkustaminen rajoittuu, aidolle makumatkailulle on entistä enemmän tilausta oman lähialueen ravintoloissa. Sen sijaan, että puhuisimme kiinalaisesta tai meksikolaisesta ruoasta, tulemme kohtaamaan useammin pienempien alueiden paikallisia keittiöitä alkuperäisesti valmistettuna ja tarjottuna. Paikallisina keittiöinä saattavatkin nousta esimerkiksi Yunnan alueen alueen annokset Lounais-Kiinasta tai Jukatanin niemimaan paikalliset erikoisuudet Karibialta. 2010-luvulla kukoistanut fuusiokeittiö voi korvautua yksinkertaisemmilla ja autenttisemmilla, kohtuuhintaisilla annoksilla.

Avainsanat

- Ruokamatkailu ja aidot kokemukset
- Yllättävät ja tuntemattomat raaka-aineet
- Autenttiset casual-ravintolat
- Pienet paikalliset mikroalueiden keittiöt maailmalta



Kiinnostus ilmiötä kohtaan Suomessa



”Asiakkaat kehittyvät koko ajan ja kokit kehittyvät. Nykyään on tyypillistä, että nuoret kyvyt lähtevät ulkomaille ja erilaiset taidot tulevat lopulta takaisin Suomeen, se näkyy nyt ravintolakentässä.”

Jaakko Sorsa, Hongkong

”Paikallisuuden arvostus on kasvanut räjähdysmäisesti. Maailmalta löytyy niin paljon uniikkeja reseptejä ja valmistustapoja. Tieto leviää nopeammin ja näitä erikoisuuksia tulee kuluttajien saataville jatkuvasti lisää.”

Shokofeh Hejazi, Lontoo

”Yleisesti Havaijilla asiakasvirrat koostuvat isolta osin turisteista. Esimerkiksi amerikkalaistain valmistettu laadukas liha on aasialaisten keskuudessa kysyttyä. Sijainnin takia täällä on myös erinomainen tarjonta laadukasta kalaa.”

Göran Streng, Havaiji



Muutosvoima Suomessa

79% suomalaisista on kiinnostunut mauista ja mausteista, joita Suomessa ei ole ennen nähty. Erityisen suurta kiinnostus on 18–24-vuotiaissa (89 %)

79% suomalaisista on kiinnostunut maailmalta tulevista uusista ja erikoisemmista tavoista valmistaa Suomessa tuttuja raaka-aineita.

76% suomalaisista on kiinnostunut autenttisista "makumatkoista ravintoloissa", kun matkustaminen on estynyt. Erityisen korkea kiinnostus on 18–24-vuotiaiden keskuudessa (89 %).

70% suomalaisista on kiinnostunut erilaisten mikroalueiden keittiöistä. Alle 45-vuotiaissa vastaava luku on yli 80 %.

Nostoja maailmalta



1. YHDYSVALLAT, SAN DIEGO. The Por Vida -kahvilapahtimo San Diegossa on kehittänyt oman blendin meksikolaisiin kahviuumiin, jotka voivat sisältää esimerkiksi marsipaania, kinuskia tai horchataa (kasvipohjainen maito).

2. YHDYSVALLAT, SANTA MONICA. SocialEats on food market, joka keskittyy autenttisiin artesaanikokemuksiin eri puolilta maailmaa. Ajatuksena on tarjota kuluttajille monipuolisia vaihtoehtoja, joten sama seurue voi nauttia eri puolelta maailmaa tulevista mauista.

3. ITALIA. Eataly on globaaliksi levittäytynyt kauppahallikonsepti, joka yhdistää italialaiset ravintolat, ruoanvalmistuskurssit sekä raaka-aineiden myynnin saman katon alle. Esimerkiksi Torontoon avatussa kauppahallissa esitellään 20 erilaista Italian ruoka-aluetta. Lähin Eataly löytyy Tukholmasta.

4. INTIA, NEW DELHI. Omya ravintola perustuu Michelin kokki Alfred Prasadin ajatukseen tarjota gastronominen maku-matka Intian läpi. Ravintola tavoittelee erityisesti autenttisia makuja metsästäviä milleniaaleja.

"Tuotteiden saaminen suoraan tuottajalta kuluttajalle voi tulevaisuudessa helpottaa: erilaiset pienten tuottajien pienet erät tulevat parempien digitaalisten ratkaisujen kautta helpommin saataville."

Lauri Reuter, Helsinki



Maailman ravintolatrendien rantautuminen Suomeen

Suomalainen ulkona syömisen kenttä on viime vuosina monipuolistunut kovaa vauhtia. Uusia ilmiöitä saapuu maailmalta: osa teknologian mahdollistamina ja osa suomalaisten kuluttajien odotusten muuttuessa. Ennen kaikkea uusien ilmiöiden rantautumiseen vaikuttavat kuitenkin innovatiiviset ravintoloitsijat ja ravintola-alan toimijat.

Maapallostävyällisyys



► Luonnon monimuotoisuuden, eettisyyden ja ympäristön huomioiminen on jo ennen koronaa puhuttanut laaja muutosvoima, joka tulee heijastumaan kuluttajien käyttäytymisessä tulevina vuosina. Suomessa kiinnostus ilmaston ja biodiversiteetin huomioivaa ruokailua kohtaan on jo nähtävissä etenkin arjessa ja enemmistö suomalaisista olisi jopa valmis maksamaan enemmän eettisesti ja ilmastoystävällisesti tuotetusta ravintolaruoasta.

Makumatkat maailmalta



► Suomalaisten halu autenttisille maku-matkoille on kasvava ilmiö. Kun maailmalle ei päästä haetaan aitoja kansainvälisiä makukokemuksia oman lähialueen ravintoloista. Matkustusrajoitukset ovat saattaneet kiihdyttää ilmiötä, mutta toisaalta muutoksessa on myös paljon kyse vaihtelun ja uuden kokemuksen halusta sekä suomalaisten ulkona syöjien kohonneista odotuksista. Erityisesti nuoret sukupolvet ovat kiinnostuneita pienemmistä autenttista maailman keittiöistä.

Terveys ja turvallisuus ravintola-alalla



► Koronan myötä maailmalla ja Suomessa on koettu markkinashokki, joka on aiheuttanut laajoja häiriöitä toimialalla. Kaikesta huolimatta ravintoloitsijat ovat onnistuneet luomaan uusia turvallisuutta lisääviä ratkaisuja ulkona syöjien tueksi. Ravintoloilla onkin valtaisa yhteiskunnallinen rooli suomalaisten arjessa: uutta kehittäen ja ulkona syöjien elämää turvallisesti piristäen.

KESPRO



Lisätietoja:

Otto Heinonen
Viestintäpäällikkö, Kespro
p. 050 566 2236

Leo Järstä
Business Designer, Frankly
p. 044 774 8779