

HUOM! Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne. Rinnakkaistallenne saattaa erota alkuperäisestä sivutuksestaan ja painoasultaan.

PLEASE NOTE! This is an electronic self-archived version of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Please cite the original version:

Heikkinen, V. (2021) Ammattikeittiön algoritmi. *Aromi* 54(10), 19.

© 2021 Mediatulo Keski-suomalainen. All rights reserved.



# Ammattikeittiön algoritmi

Ravintolakeksinnön tarkoitus on maailmanvalloitus.  
Joko nyt koodaamme ammattikeittiöosaamisemme?

**P**ääsin kuuntelemaan tieteilijöiden suunnittelemaa, ties kuinka monetta, suomalaisen ruuan ekosysteemihanketta. Ekosysteemin alle tulisivat maa- ja ruokatalouden arvontuotannon, uusien ruokatuotteiden, hävikin ja viennin sekä ravitsemuksen tutkimus- ja startup-kenttä. Tyypilliseen tapaan strategiasta puuttuivat ammattikeittiöt ja ravintolayritykset.

Projektimuotoilijoiden ja rahoittajien kannalta on muodikasta ajatella isosti ja kestävästi. Tähtäimessä pitää olla alati nälkäinen maailma, joka kuuluu nyt valloittaa mystisin metsäsalaisuuksien ja mikropartikkelein. Viimeaikaisia hittiaineksia ovat mahla, makea lupiini ja kumina.

Kotimainen ravitsemisala häviää auttamattomasti tässä tutkimus- ja innovaatiokilpailussa, koska ammattikeittiöt nähdään pikemminkin pienenä jakelukanavana. Yritykset ja me tutkija-opettajat emme ole osanneet riittävästi kaupallistaa edistykseksiä tuotantoprosessejamme ja hyvinvointiajatteluamme.

Emme myöskään ole osanneet kunnolla kiteyttää asemaamme osana kansainvälistä matkailu-, elämys- ja ruokataloutta, vaikka Hospitality-alan Grand Old Ladya **Ritva Ohmeroluomaa** mukaillakseni juuri matkailijoiden tuonti ja heidän palvelemisensa on vientiä.

Yleisesti kotimaiset ravintolainnovaatiot ja -vientituotteet ovat olleet vähissä, mutta poikkeuksiakin löytyy: Finnair on ruokkinut puoli maailmaa. Sokos Hotels pääsi raskain panoksin Pietariin ja Tallinnaan ja tutki myös Kiinan

markkinoita. Hesburger on edennyt Pohjois- ja Itä-Euroopassa. NoHo on kasvanut Pohjolassa konseptiostoillaan. Muutama laivayhtiö ja ravintoloitsija on kokeillut siipiään maailmalla. Nyt Wolt myytiin seitsemällä miljardilla.

Iät ajat Suomesta on myös viety raaka-aineita ja eineksiä huippukeittiöihin. On nostettu jalostus- ja palveluarvoa. Rajojen yli ovat liikkuneet kipot, kupit ja kokit. On viety reseptiikkaa ja ohjelmistoja. On rahdattu pulloja ja pajatsoja.

Juuri nyt on tärkeä muistaa, että Suomi ei ole huomisen ruoka- ja elämystaloudessa enää mikään pikkuruinen ja pippurinen pussinperä, vaan koronan jälkeisessä markkinassa matkailijoita lentää yhä enemmän Helsinki-Vantaan kautta. Ja jos visioidaan, niin hamassa tulevaisuudessa sekä ihmisiä että tavaraa liikkuu supernopean junayhteyden tai *“hyperloopin”* avulla Siperian läpi Kouvolaan ja sieltä älykäisiin matkailukeskuksiimme.

Vuorineuvos **Tauno Matomäki** lausui aikoinaan, ettei Suomesta kannattaisi viedä hevosta pienempiä tavaroita. Tänä päivänä tilanne on pikemminkin päinvastainen: nopeiten liikkuvat tulevaisuuden ammattikeittiötuotannon ja maailmalla trendaavien isäntäkeittiöiden (*host kitchen*) algoritmit, sillä ravintolakeksinnön tarkoitus ei ole enää paikallismarkkinat vaan maailmanvalloitus.

Olisiko nyt vihdoin aika koodata ammattikeittiöosaamisemme?

**”Suomi ei ole mikään pikkuruinen ja pippurinen pussinperä.”**