

MEIRA NOVA TRENDIKATSAUS

ELOKUU 2025

 MEIRA NOVA

MUUTTUVA YMPÄRISTÖ TUO PAINEITA JA LUO TOISAALTA MAHDOLLISUUKSIA

- Vuoden 2025 ruokatrendit Suomessa ja maailmalla heijastavat merkittäviä yhteiskunnallisia muutoksia, kuluttajakäyttäytymisen kehitystä sekä teknologian ja ympäristötietoisuuden kasvua.
- Asiakkaat odottavat nykyään enemmän, kuin vain herkullista ateriaa. He kaipaavat ainutlaatuisia ruokaelämyksiä ja ovat trenditietoisempia, kuin koskaan ennen. Erityisesti Z-sukupolvella ja millenniaaleilla on uudenlaisia vaatimuksia. He näkevät ruoan aistillisena ja kulttuurisena kokemuksena.
- Tällä hetkellä suosiossa ovat mm. uniikit makukokemukset, henkilökohtaiset valinnanmahdollisuudet sekä ruoka, jossa perinteet yhdistyvät innovatiivisiin elementteihin.

KESKEISET RUOKATRENDIT 2025



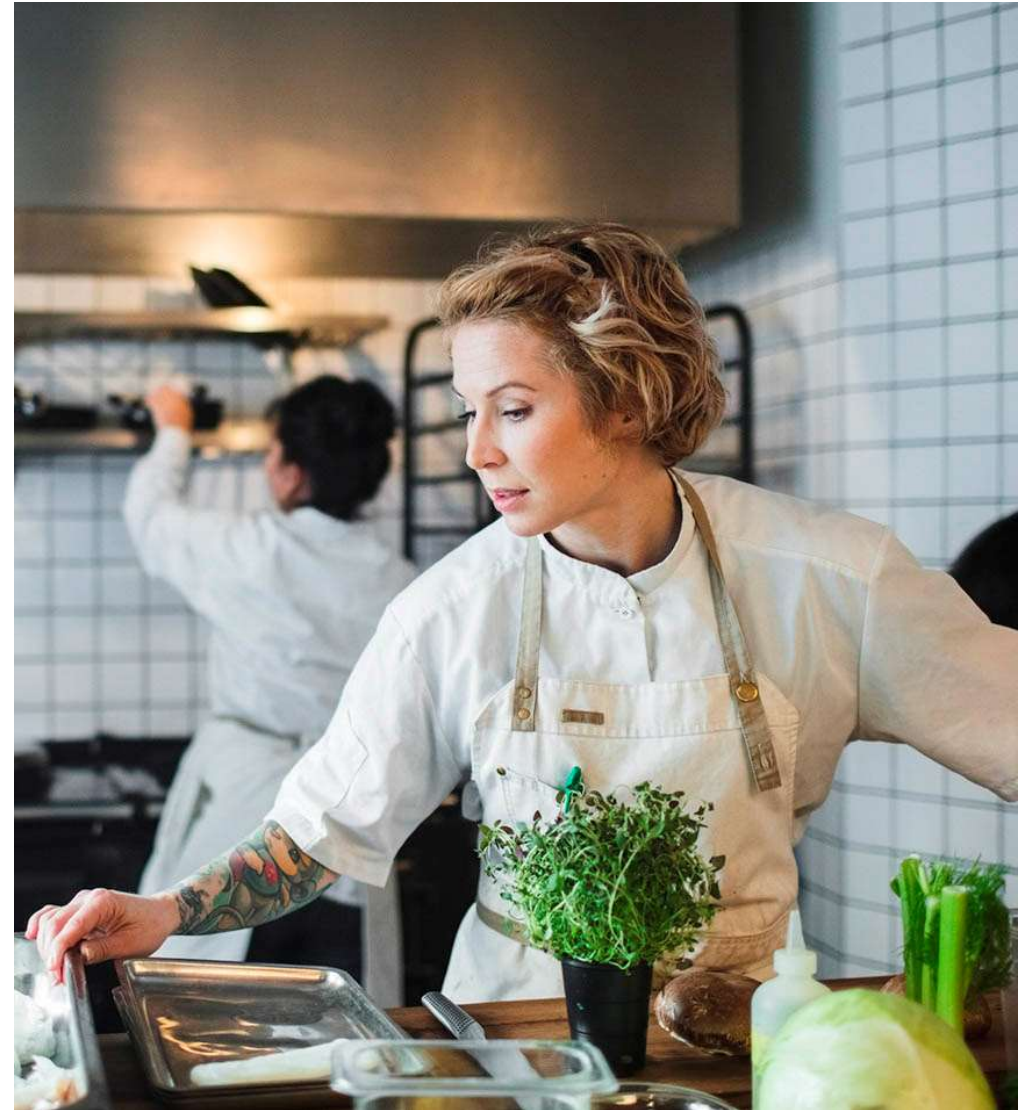
1. KOKONAISVALTAINEN HYVINVOINTI

- Uudet ruokasuositukset ohjaavat suomalaisia lisäämään ruokavalioonsa vihanneksia, hedelmiä, kalaa ja muita suoliston sekä aivojen hyvinvointia tukevia tuotteita.
- Ruoka nähdään osana fyysistä ja henkistä hyvinvointia.
- Etätöiden jäädessä osaksi uutta normia kotiruokailun rinnalle kaivataan nopeita, helppoja ja terveellisiä lounasratkaisuja, joissa ruuan mausta ja terveellisyydestä ei ole kuitenkaan tingitty.
- Matala-alkoholisten juomien ja alkoholittomien juomien osuus juomissa kasvaa edelleen.
 - S-ryhmän selvityksen mukaan viiden vuoden aikana alkoholittomien panimojuomien myynti on kasvanut jopa 66 prosenttia, kun taas alkoholia sisältävien myyntivolyymi on laskenut neljällä prosentilla.
- Myös kauneusruokailu ja mielen hyvinvointi ovat nousussa.



2. TÄSMÄRUOKAILU JA VAIVATTOMUUS

- Pienet taloudet ja yksinasuvat kaipaavat ateria kerrallaan suunniteltua syömistä.
- Valmisruoat, puolivalmisteet ja pienet pakkauskoot yleistyvät hävikin minimoimiseksi.
- Aina trendikäs ja uudistuva pikaruoka, jossa yhdistyy nopeus, mielikuvitus ja laadukkaat raaka-aineet pitävät edelleen pintansa kilpaillussa markkinassa.
- Arjessa kaivataan nopeita ja vaivattomia ratkaisuja. Annosaterioiden ja välipalatuotteiden kulutus jatkaa kasvuaan.
- Puolivalmiit ratkaisut nähdään apuna niin ammattilaiskeittiössä kuin kuluttajan arjessa.



3. PERINTEET KUNNIAAN

- Asiakkaat kaipaavat levottomien aikojen keskellä turvallisuuden tunnetta. Perinteiset ruuat, kuten kotimaiset juurekset ja hitaasti haudutetut pataruuat, tuovat lohtua ja lämpöä arkeen.
- Perinteiset valmistustekniikat nousevat jälleen arvoonsa ja annoksiin halutaan lisää käsityötä ja historian tuntua.
- Kyky tuoda perinteellisiä ratkaisuja uudella maku- ja esillepanotwistillä näkyy myös tulevissa trendeissä.
 - Esimerkkinä fermentointi, joka on perinteinen menetelmä, mutta mahdollistaa myös tulevaisuuden gastronomiaa.



4. KASVIPOHJAISET PROTEIINIT JA JOUSTAVA KASVISSYÖNTI

- Kasviproteiinien suosio kasvaa, ja kuluttajat etsivät vaihtoehtoja lihalle ilman ehdotonta vegaaniutta.
- Pelkkien lihaa korvaavien kasvisproteiinien rinnalle halutaan myös maistuvia kasvisvaihtoehtoja.
- Laboratoriossa valmistetut maitotuotteet ja myös sieniproteiinit edustavat uusia mahdollisia nousevia innovaatioita.
- Vegaaniruokailijat toisaalta odottavat aidoista kasviksista valmistettuja aterioita, joissa on hyödynnetty maistuvasti luonnon omia proteiineja kuten palkokasveja.



5. LUONNONLÄHEISYYS JA LÄHIRUOKA

- Itse kerätyt marjat ja sienet, lähiruoka ja kotimaisuus korostuvat kuluttajien valinnoissa .
- Asiakkaat arvostavat lähiruokaa vastuullisuus näkökulmasta:
 - Rahat jäävät alueelle, joka vahvistaa yhteisöä ja työllisyyttä.
 - Lyhyempi kuljetusmatka aiheuttaa vähemmän päästöjä ja pienentää näin hiilijalanjälkeä.
 - Lähiruoka on usein sesongin mukaista, mikä tukee luonnollista kiertoa.
 - Paikallisesti myyty ruoka voi tulla ilman turhaa pakkausta tai muovia.



6. ELÄMYKSELLISYYS JA MAAILMAN MAUT

- Kun eri ruokakulttuurit kohtaavat, voi parhaillaan syntyä jotain täysin uutta.
- Ruokakulttuuri on kaikella tavalla paljon joustavampaa ja kokeilunhaluisempaa ja myös perinteisiä ruokia maustetaan uusilla tavoilla.
- Aasialaisen keittiön (Korea, Vietnam, Indonesia) ja fermentoitujen tuotteiden (kombucha, kefiiri) suosio nousee edelleen.
- Oman annoksen ”tuunaus” on osa ravintolasta kaivattavaa kokemusta.
- Suosiossa ovat myös annokset, joihin voit itse valita mieleisesti komponentit eri vaihtoehtojen joukosta.



7. VASTUULLISUUS JA KESTÄVYYS

- Kuluttajat vaativat konkreettisia tekoja ympäristön ja yhteiskunnan hyväksi.
- Pakkausten vastuullisuus, kiertotalous ja ruokajätteen vähentäminen ovat keskiössä.
- Lounaslistalle vastuullisuuden tuominen näkyväksi tulee olemaan tulevaisuudessa itseisarvo.
- Hävikin vähentäminen niin keittiössä, kuin loppukäyttäjän puolesta (erikokoiset annokset) nähdään konkreettisenä ekotekona.
- Ruokahävikkiä halutaan minimoida kaikissa tuotantoketjun vaiheissa myös taloudellisesta näkökulmasta.



MUUTOKSET TRENDIEN TAKANA JA SITRAN MEGATRENDIT

1. Luonnon kantokyvyn mureneminen (Sitran megatrendit 2023)
 - **Ekologinen kestävyyskriisi** ja ilmastonmuutos vaikuttavat kuluttajien valintoihin ja myös saatavilla oleviin tuotteisiin.
2. Kilpailu digivallasta kiihtyy (Sitran megatrendit 2023)
 - **Digitalisaatio ja tekoäly** mahdollistavat personoidun ravitsemuksen ja helppokäyttöiset ruokapalvelut.
3. Demokratian kamppailu kovenee (Sitran megatrendit 2023)
 - **Tuotteiden saatavuuden** takaamiseksi (protektionismi, vienti/tuontitullit yms.) joustavuus ruokalistoissa on kilpailuetu.
4. Talouden perusta rakoilee (Sitran megatrendit 2023)
 - **Ostovoiman heikkeneminen** ohjaa kuluttajia kohti edullisempia ja kotimaisia vaihtoehtoja.
 - Nopeus ja laadukkaat ruokaratkaisut tuovat helpotusta hektiseen arkeen.
 - Vihreä siirtymä ja kiertotalous ovat jo nyt avainasemassa.
5. Hyvinvoinnin haasteet kasvavat (Sitran megatrendit 2023)
 - **Pandemian jälkeinen aika** on lisännyt kiinnostusta terveyteen, mukavuuteen ja kotona tapahtuvaan ruoanlaittoon.
 - **Sosiaalinen media** levittää ruokailmiöitä nopeasti ja vaikuttaa kuluttajien odotuksiin.

Ravintolassa kaivataan elämyksiä, joita ei ole kyetä kotona toteuttaa (raaka-aineet, osaaminen, mielikuvitus)

LÄHDE: Sitra/ <https://www.sitra.fi/blogit/megatrendit-2025-milta-nayttaa-tulevaisuusselonteko-megatrendien-valossa/>

The image shows two slices of dark, crusty bread. Each slice is topped with a thick layer of white cream, likely hummus or a similar spread. Fresh green herbs, including dill and pea shoots, are scattered on top of the cream. The background is a plain, light-colored surface. The word "KIITOS" is written in large, bold, green capital letters in the center of the image.

KIITOS