

TOP 10

1. Terveys ja hyvinvointi keskiössä
2. Vastuullisuuden merkitys korostuu
3. Keinotekoisien älyn integrointi
4. Kasvipohjaisten vaihtoehtojen kasvu
5. Yhteisöllisyys ja paikallisuus
6. 'Newstalgalia' - modernia nostalgialia
7. Personalisointi
8. Korealainen keittiö ▶
9. Kansainvälinen napostelukulttuuri
10. Vastinetta rahalle



Trendien seuraaminen

Tärkeitä trendien syntymaita ovat Amerikka ja Aasia, joissa molemmissa ollaan innovatiivisia. Myös Saksa ja Britannia luo vuosittain uusia ruokatrendejä. Suomessa trendit näkyvät yleensä viiveellä ja jos jokin tulee voimakkaasti läpi Ruotsissa, niin silloin trendi yltää meillekin asti.

Kun ruokatuote on tarpeeksi ketterä, niin trendaavia ruoka-aineita ja vallitsevia trendejä kannattaa yhdistää omiin tuotteisiin. Tai jos trendeissä on kärkiä, joita on jo omissa tuotteissa, niin niitä voi korostaa markkinoinnissa. Ja tietenkin asiakkaille tarjottavassa reseptiikassa kannattaa hyödyntää trendikkäimpiä raaka-aineita.

Tämä trendikatsaus on luotu tutkimalla eri lähteissä mainittuja ruokatrendejä, poimien niiden joukosta kymmenen eniten mainintoja saanutta trendiä.

RUOKATRENDIT 2025

Terveys ja hyvinvointi keskiössä

Ruokatrendit vuodelle 2025 nostavat terveyden ja hyvinvoinnin entistä tärkeämmäksi osaksi ruokakulttuuria. Kuluttajat valitsevat yhä enemmän ravintoa, joka tukee paitsi fyysistä hyvinvointia myös kokonaisvaltaista elämänlaatua. Kasvava kiinnostus terveellisiin raaka-aineisiin, funktionaalisiin elintarvikkeisiin ja tasapainoisiin aterioihin näkyy kaikilla ruokasektoreilla. Terveys ei ole enää vain dieetistä kiinni, vaan se yhdistyy myös mielen hyvinvointiin, kestävään kehitykseen ja ympäristötietoisuuteen.

10 VINKKIÄ MYÖNTEISEEN RUOKAPUHEESEEN

Syöminen on moniulotteinen ilmiö, jonka yksipuolinen käsittely voi vahingoittaa ihmisten terveyttä. Ruokapalveluilla on vastuu ja valta edistää muutosta puhumalla ruuasta ja syömisestä kunnioittavasti ja vastuullisesti.

[Ruokakasvatus 2022](#)



PROSESSOIDUT RUOAT

Isossa-Britanniassa 61 % uskoo, että 3 erittäin prosessoidut ruoat (UPF) ovat haitallisia terveydelle. Lisäksi 55 % kertoo käyttävänsä enemmän aikaa ainesosaluetteloiden tarkasteluun, ja 54 % kokkaa enemmän itse alusta asti.

[Waitrose 2024](#)



KESTÄVÄÄ RUOKAA TERVEYDEKSI – KANSALLISET RAVITSEMUSSUOSITUKSET

Ravitsemussuosituksen painottavat kasvipainotteista ruokavaliota, joka edistää terveyttä ja vähentää ympäristökuormitusta. Kasvien, täysjyvän, palkokasvien ja kestäväen kalan lisääminen sekä lihan, lihavalmisteiden ja suolan vähentäminen tukevat kansanterveyttä ja luonnon monimuotoisuutta.

[Ruokavirasto 2024](#)



VAIHTO EHTO VEHNÄLLE

Gluteenittomat jauhot, kuten kaurajauho ja kikhernejauho, ovat kasvattaneet suosiotaan niiden terveellisten ominaisuuksien vuoksi. Ne tarjoavat monia makuvaihtoehtoja ja voivat lisätä proteiinia aterioihin – esimerkiksi kikhernejauhoissa on 20 g proteiinia per kuppi. Näiden vaihtoehtojen käyttö voi parantaa ruokien ravintoarvoa ja houkuttaa asiakkaita, jotka arvostavat terveellisiä ja gluteenittomia vaihtoehtoja.

[11 New Food Trends for Your Restaurant in 2025](#)

45 % ENEMMÄN KALAA

Kala nousee vuonna 2025 entistä tärkeämpään rooliin ruokatrendeissä terveellisyytensä, monipuolisuutensa ja kestävien valintojen ansiosta. Kuluttajat etsivät proteiinipitoisia ja ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja, joissa kala tarjoaa erinomaisen ratkaisun.

[Kesko – Ruokailmiöt 2025](#)



RUOKATRENDIT 2025

Keinotekoisien älyn integrointi

Tekoälyllä voi olla merkittävä rooli innovaatio- ja tutkimusprosessien toteuttamisessa ja erityisesti nopeuttamisessa. Tulevaisuudessa kuluttajat jakavat yhä enemmän henkilökohtaisia tietojaan älylaitteiden kautta, mikä mahdollistaa räätälöityjen biologisten testien ja analyysien käytön. Tämä auttaa heitä ymmärtämään omaa terveyttään ja biologisia tarpeitaan. Noihin tarpeisiin ruokapalveluyrityksillä on mahdollisuus kehittää yksilöllisiä reseptejä, ruokavalioita ja tuotteita. Kuluttajat arvostavat myös mukautettuja ostoslistoja, reseptejä ja aterioita, jotka vastaavat heidän maku- ja ruokavaliotoiveitaan.

TEKOÄLYN NÄLKÄ

Tutkimus mukaan kuluttajat suosivat tekoälyn luomia ruokakuvia aitojen sijaan, erityisesti jos kuvan alkuperä on tuntematon. Tekoäly parantaa kuvien houkuttelevuutta muun muassa symmetrian ja valaistuksen avulla. Tekoälykuvat arvioitiin houkuttelevammiksi, kun niiden alkuperä ei ollut tiedossa.

[Science Daily 2024](#)



AI ÄLYKÄS RUOKASUUNNITTELUKUMPPANI

AI-pohjainen reseptigeneraattori, joka luo uusia reseptejä tarpeiden mukaan. Tekoälylle syötetään halutut ainekset, resepti-ideat tai ruokarajoitteet, ja algoritmit suunnittelee reseptin hetkessä.

[Dishgen 2024](#)



GENEETTINEN RUOKAVALIO

Nutrigenomiikka on lähestymistapa, joka huomioi geneettiset erot ja niiden vaikutukset ruokien ja ravintoaineiden tarpeisiin. Se auttaa tunnistamaan kehon yksilölliset tarpeet, kuten kofeiinin ja alkoholin herkkyyden tai vitamiini- ja mineraalivajaukset. At-home -diagnostiikkasarjat ja räätälöidyt ravitsemuspalvelut, kuten Nestlé Wellnnessin ja DNAFITin yhteistyö YO! Sushin kanssa, auttavat kuluttajia tuntemaan kehoaan paremmin ja saamaan henkilökohtaisia ruokasuosituksia.

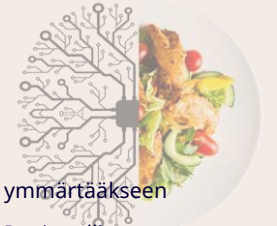
[Futurists Club by Science of the Time 2020](#)



AI JA KULUTTAJATRENDIT

Ruokateollisuus kamppailee ymmärtääkseen kuluttajien trendejä, mutta AI voi mullistaa asiakastarpeiden selvittämisen. Tastewise käyttää tekoälyä analysoimaan ruokalistoja, tehtyjä tilauksia ja sosiaalisen median keskusteluja, auttaen brändejä tunnistamaan markkinamahdollisuuksia ja ennakoimaan kuluttajien aikomuksia.

[Tastewise 2024](#)



Kasvipohjaisten vaihtoehtojen kasvu

[Boston Consulting Groupin \(BCG\)](#) arvion mukaan vaihtoehtoiset proteiinit tulevat vuoteen 2035 mennessä kattamaan jopa 22 % maailman proteiinimarkkinoista, jos alan kasvua edistetään. Varovaisessakin arviossa osuus kasvaa kahdesta prosentista kymmeneen. Markkinoiden koko tulee kasvamaan merkittävästi, kun sekasyöjät ostavat eläinperäisten tuotteiden ohella yhä enemmän kasviperäisiä tuotteita. Kyse on siis paljon suuremmasta kuluttajaryhmästä kuin vain kasvissyöjistä.

ENEMMÄN PAPUA

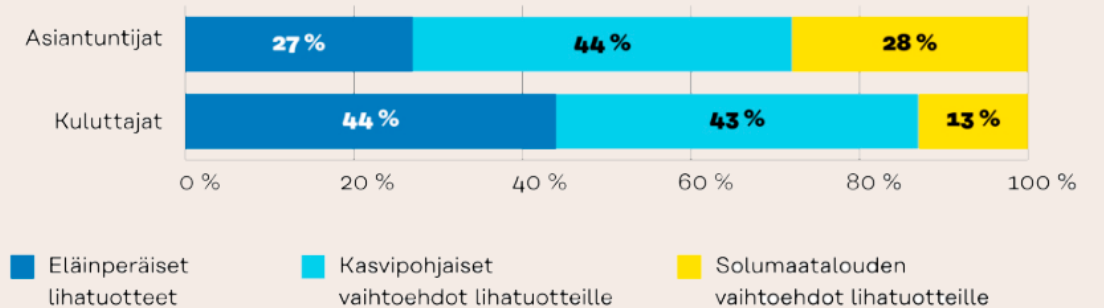
22 % kuluttajista uskoo tulevaisuudessa syövänsä enemmän luonnon proteiinipitoisia tuotteita, kuten linssiä ja papuja, lihaa korvaavien tuotteiden tilalle.

[Kesko – Ruokailmiöt 2025](#)



ISO RUOKAMURROS

[Sitran 2023](#) tekemän selvityksen mukaan, sekä asiantuntijat että kuluttajat arvioivat, että merkittävä osa liha- ja maitotuotteiden proteiineista tullaan tulevaisuudessa korvaamaan kasviproteiinien määrää lisäämällä ja solumaatalouden tuotteita kehittämällä.



KAURA KORVAA

18 % kuluttajista uskoo tulevaisuudessa syövänsä kaurapohjaisia tuotteita

[Kesko – Ruokailmiöt 2025](#)

Yhteisöllisyys ja paikallisuus

Tulevaisuudessa kuluttajat tarkastelevat yhä tarkemmin valintojensa vaikutuksia maapallolle ja suosivat lähiruokaa. Raaka-aineiden matka pellolta lautaselle on entistä tärkeämpi, ja tietoisuus raaka-aineiden ympäristövaikutuksista kasvaa.

[Kesko – Ruokailmiöt 2025](#)



KOTIMAISUUS – VAHVA VALTTI

Kotimaisuus on vahva kilpailuetu, erityisesti ruoan, vapaa-ajan ja hyvinvoinnin kategorioissa. Lähes 76 % suomalaisista kertoo suosivansa suomalaisia tuotteita ja toimijoita, vaikka heikko taloudentilanne on vaikuttanut valintoihin. Kotimaisuuden arvostuksen odotetaan kasvavan ja vahvistavan myyntiä

[Kotimaisuus asenteissa ja valinnoissa 2024](#)

ARVOSTUS, TARINA JA LÄHIRUOKA

Asiakkaat arvostat aidoista raaka-aineista valmistettua ruokaa jolla on kiinnostava tarina ja 38 % kuluttajista uskoo tulevaisuudessa ostavansa enemmän lähellä tuotettua ruokaa

[Kesko – Ravintolailmiöt 2025](#)

[Kesko – Ruokailmiöt 2025](#)



HYPERLOKAALI

Lähiruoka ja kestävä kehitys ovat tärkeitä, mutta hyperlokaali on nouseva trendi. Ihmiset haluavat yhä enemmän tietää, mistä ruokansa tulee ja kuka sen kasvattaa. Sesonginmukaiset ja paikalliset raaka-aineet korvaavat tuontituotteet yhä useammin.

Esimerkiksi Lontoossa ravintolat, kuten The Culpepper, viljelevät osan raaka-aineistaan itse. ISS ravintolapalveluissa paikallisuuden lisäämiseksi lounaslautasille tehdään yhteistyötä Green City Farmin kanssa.

[ISS Palvelut 2022](#)

[Restaurant Culpepper](#)



”Lähiruoka on moninaisesti määriteltävä käsite. Eri ihmiset ymmärtävät lähiruoan eri tavoin. Osalle se tarkoittaa oman kunnan alueella tuotettua ruokaa, toisille Suomessa tuotettua ruokaa ja monelle jotain siltä väliltä.

'Uusnostalgia' – modernia nostalgiaa

Uusnostalgia yhdistää nostalgiset elementit luodakseen jotain uutta. Toisin kuin perinteinen nostalgia, joka pyrkii toistamaan menneisyyden kokemuksia muuttamattomana, uusnostalgia haluaa parantaa menneiden aikojen esineitä ja reseptejä. Tänä päivänä asiakkaat ovat kiinnostuneita 80- ja 90-lukujen suosikkiruoista, mutta eivät etsi pelkkiä kopioversioita – he haluavat uudenlaisen twistin klassikoihin.

<https://in-sight.symrise.com/article/how-gen-z-is-taking-newstalgia-to-new-heights>



NOSTALGIA ON LOHTUA

Nostalgia on nousussa, kun kuluttajat hakevat lohturuokia yksinkertaisista ja perinteisistä mauista globaalin epävarmuuden keskellä. Retroruoat, kuten katkarapucocktailit ja lihamureke, tekevät paluun, ja monet liittävät menneisyyteen terveellisempiä, lisäaineettomia ruokia. Trendin taustalla on halu palata yksinkertaisiin ja rehellisiin makuihin, erityisesti kriisiaikojen jälkeen.

[Food Navigator Europa 2024](#)



MARKKINOINTI HYÖTYÄ

Brändit hyödyntävät nostalgia-trendiä korostaakseen tuttuutta ja nautintoa, luoden yhteyksiä menneisyyteen. Kuluttajat ostavat ja tekevät itse nostalgisia ruokia. Perinteiset ja yksinkertaiset maust, erityisesti eri kulttuureista, kasvattavat suosiotaan.

[Food Navigator Europa 2024](#)

NOSTALGIAA UUSIN TAVOIN

Hot Culinary Forecast 2025 nostaa esiin uusien ja nostalgisten elementtien yhdistelmän ravintoloiden tarjoiluissa, joissa kokit muokkaavat klassikoita globaalien makujen inspiroimina.

[HOT CULINARY FORECAST 2025](#)



Ruokapersonointi – uusi kilpailuetu ravintola-alalla

Ruokapersonointi, eli tuotteiden ja palveluiden räätälöinti yksilön tarpeiden mukaan, on kasvava trendi. McKinseyn mukaan yritykset, jotka panostavat personointiin, voivat kasvattaa tulojaan 40 %. Kuluttajat odottavat yhä enemmän yksilöllisiä kokemuksia, ja 64 % globaalisti haluaa ruokavalionsa räätälöityjä tuotteita.

Personointi laajenee ruokasuunnitelmista DNA-pohjaiseen ravintoprofilointiin ja älykkäisiin ratkaisuihin, jotka tukevat esimerkiksi aivojen hyvinvointia ja mielialaa. Tämä muuttaa ravintola-alaa kohti yksilöllisiä, datavetoisia ratkaisuja.

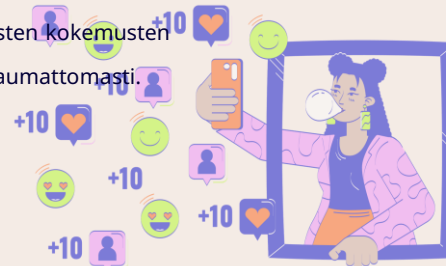
[Forward Fooding 2024](#)

Z-SUKUPOLVI KAIPAA HENKILÖKOHTAISIA RAVINTOLAKOKEMUKSIA

Z-sukupolvi on kasvanut räätälöidyn sisällön parissa ja odottaa samanlaista yksilöllisyyttä myös ravintoloilta. Perinteiset "kaikille sopivat" vaihtoehdot voivat aiheuttaa päätösväsymystä, mutta dataohjattu personointi helpottaa valintoja ja parantaa asiakaskokemusta.

Henkilökohtainen palvelu ja asiakassuhteiden rakentaminen ovat avainasemassa, sillä ne luovat aitoa lojaaliutta. Ravintoloiden tulevaisuus lepää yksilöllisten kokemusten tarjoamisessa, jotka yhdistävät digitaaliset ja fyysiset palvelut saumattomasti.

[QSR 2024](#)



PERSONOINTI AVAIMENA ASIAKASUKOLLISUUDEN JA MYYNNIN KASVUUN

Erilaisuus saavutetaan personoinnilla. Personoidulla tilauskokemuksella voit parantaa asiakastytyväisyyttä, lisätä asiakasuskollisuutta ja erottautua kilpailijoista. Käyttämällä käyttäjäystävällisiä tilausjärjestelmiä, räätälöityjä ruokalista ja henkilökohtaista viestintää, luodaan unohtumattoman kokemuksen asiakkaille. Kehittämällä jatkuvasti personointijärjestelmää asiakaspalautteen ja trendien mukaan, voit pysyä alan kärjessä ja kasvattaa asiakasuskollisuutta ja liikevaihtoa.

[Hospitality Trends & Musing 2024](#)

RUOKATRENDIT 2025

Korealainen keittiö

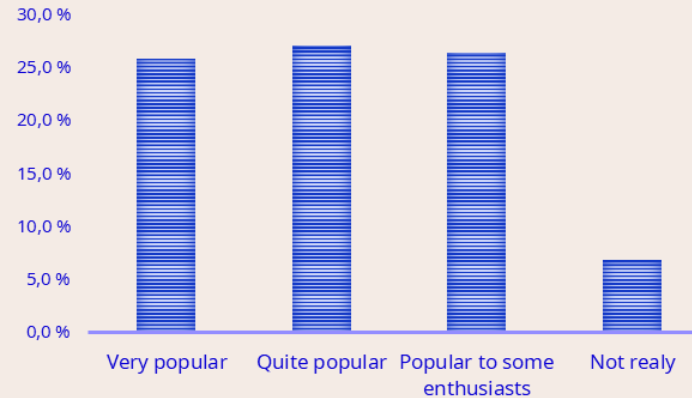
Korealainen ruoka on fuusioruokaa, joka yhdistelee vaikutteita monista eri maista ja kulttuureista. Perinteisesti korealainen ruoka sisältää vain vähän punaista lihaa ja vastaavasti paljon vihanneksia, kuituja, palkokasveja, kalaa ja fermentoituja aineksia. Tästä syystä korealaisella ruokavaliolla onkin useita terveyshyötyjä, mikä on omiaan lisäämään sen trendikkyyttä.

Suomalainen kuluttajatutkimus kertoo, että kiinnostusta korealaista ruokaa kohtaan löytyy, mutta tarjonta Suomessa laahaa vielä perässä.

Korealainen ruoka tunnetaan mausteisuudesta ja umamisuudesta, joka syntyy yleensä fermentoiduista tuotteista, sienistä ja seesamiöljystä. Toisiin aasialaisiin keittiöihin verraten korealainen ruoka ei ole aivan yhtä tulista, joten se maistuu tuliseen ruokaan tottumattomammillekin.

[Avec Media 2024](#)

POPULARITY OF SOUTH KOREAN CUISINE WORLDWIDE IN 2023



MAKUMATKA KOREAAN

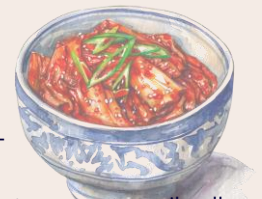
ISS Ravintolapalvelut on yhteistyössä Santa Marian kanssa luonut Korea-teeman, johon reseptiikka löytyy Aromista. Makumatkaa täydentääksemme ravintoloiden käytettävissä on Korean-tuotepaketti, joka värittää ja tekee teeman näkyväksi ravintoloissa.



VIRAALI KOREA

Viraalien sosiaalisen median haasteiden myötä Korean ruoka on saanut suurta huomiota. Korealaisen ruoan videoiden määrä on kasvanut, mukaan lukien perinteiset ruoat, reseptivideot ja modernit, kuten vegaaniset reseptit. Näiden tuotteiden suosio on levinnyt maihin, joissa aasialaistyyliä pikaruokaleita ei aiemmin tunnettu. Korealaisen kulttuurin kiinnostus pysyy korkeana, ja on todennäköistä, että globaali yleisö jatkaa korealaisten ruokien kokeilua.

[Statista 2024](#)



AUTENTTISET MAUT

Korealaiset maust ovat nousseet maailmalla suosioon, ja niiden käyttö ruoanlaitossa kasvaa. Kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia korealaisista ainesosista, kuten gochujangista, gochugarusta, kimchistä ja punapaputahnasta. Erityisesti Z-sukupolvi arvostaa autenttisia ja monimuotoisia makuja, mikä selittää korealaisen ja aasialaisen ruoan suosion kasvua.

[In-sight 2024](#)

Kansainvälinen napostelukulttuuri

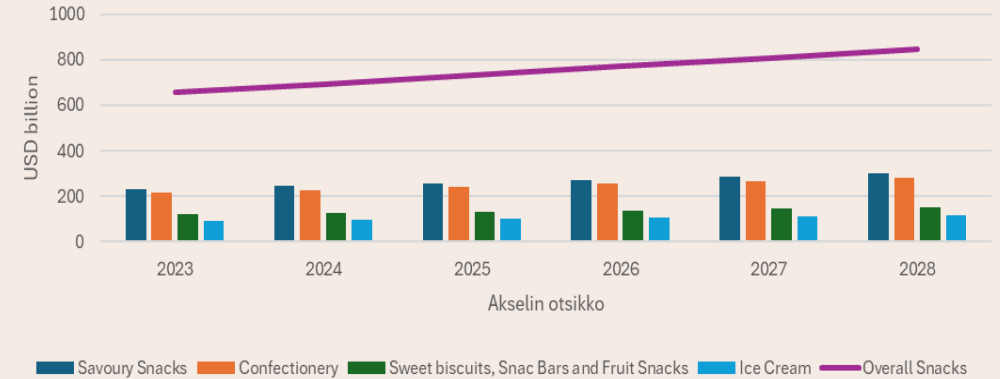
Kuluttajat kuluttavat ruokaan vähemmän ja valitsevat tarkemmin ostoksiaan ruoan hinnan nousun vuoksi. Impulssiostokset ovat kuitenkin lisääntyneet, erityisesti suuremmissa pakkauksissa ja juhla- ja erityistilaisuuksien yhteydessä.

Luonnollisten ja kasvipohjaisten tuotteiden suosio kasvaa, ja lainsäädännön muutokset tukevat tätä trendiä. Kulttuuriset vaikutteet, kuten mausteisten makujen ja erilaisten tekstuurien suosio, muokkaavat välipalakulttuuria.

Digitaalinen maailma vaikuttaa kuluttajiin entistä enemmän, ja viraalit some-trendit sekä online-mainokset tarjoavat uusia mahdollisuuksia.

[Euromonitor International 2024](#)

Global Sales of Snacks: 2023 - 2028



[Euromonitor International 2024](#)



LOISTOON NOUSEVAT AINESOSAT

Proteiini on johtava ainesosa globaaleilla naposteltavien markkinoilla, sillä kuluttajat hakevat sitä lihasten kasvun, energian ja kestävyuden sekä painonhallinnan tueksi. 42 % maailmanlaajuisista kuluttajista pitää proteiinia tärkeimpänä ainesosana. Kuluttajat suosivat myös "puhtaita etikettejä", joissa on luonnollisia ainesosia ja vähemmän lisäaineita.

[Innova Market Insights 2024](#)

TERVEELLISTÄ NAPOSTELUA

Toiminnalliset välipalat, jotka tukevat terveyttä, kuten suoliston hyvinvointia, unta ja immuunijärjestelmää, ovat kasvattamassa suosiotaan. Noin 20 % kuluttajista haluaa näitä lisäterveyshyötyjä

[Innova Market Insights 2024](#)



40 %

35 %

30 %

25 %

20 %

15 %

10 %

5 %

0 %

RUOKATRENDIT 2025

Vastinetta rahalle

Inflaation ja taloudellisen epävarmuuden keskellä kuluttajat arvostavat entistä enemmän edullisia mutta laadukkaita ruokavaihtoehtoja. Edullisten ateriavaihtoehtojen odotetaan kasvattavan suosiotaan ravintolatrendinä vuonna 2025, kun asiakkaat etsivät tapoja nauttia ulkona syömisestä tinkimättä budjetistaan. Nämä ateriapaketit tarjoavat tasapainon hinnan ja laadun välillä, tehden ravintolaelämyksistä saavutettavampia kaikille.

[Economic Times 2024](#)



Tulevaisuudessa yhä useammin toisen hävikki voi olla toisen raaka-aine. Innovatiiviset ratkaisut, joissa raaka-ainehävikkiä ja sivuvirtatuotteita hyödynnetään, ovat erinomaisia esimerkkejä kiertotaloudesta.

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

EDULLINEN TRENDI

Fermentointi on noussut suosioon paitsi terveellisyytensä myös edullisuutensa vuoksi. Prosessi, jossa raaka-aineet, kuten vihannekset, vilja tai maitotuotteet, muuntuvat mikrobien avulla, on yksinkertainen ja kustannustehokas tapa säilyttää ruokaa ja parantaa sen ravintoarvoa. Fermentoidut elintarvikkeet, kuten hapankaali ja kimchi, ovat paitsi maukkaita ja ravinteikkaita, myös edullisia valmistaa, tehden niistä suosittuja niin kotikokeille kuin ravintoloillekin.

[Custom Culinary 2024](#)



EDULLISUUS TRENDINÄ

Ruotsin Elintarviketeollisuusliitto (Livsmedelsföretagen) kysyy vuosittain ruotsalaisilta elintarviketuottajilta, mitä trendejä markkinoilla vallitsee. Viimeisimmän tutkimuksen mukaan edullisuus oli edellisen vuoden tapaan kasvussa.

[KONJUNKTURBREV Q4 2023](#)