



FAZER

VISUAALINEN ILME
KAURAÖLJYLLE

Opinnäytetyö
Kevät 2017
Laura Lehtonen

FAZER

VISUAALINEN ILME KAURAÖLJYLLE

Lahden Ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti
Pakkaus- ja brändimuotoilu

Opinnäytetyö AMK
Kevät 2017
Laura Lehtonen

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyöni yhteistyökumppanina toimi Fazer Mylly. Heidän tuotemerkkinsä, Aurora, koostuu seitsemästä erilaisesta kauratuotteesta ja siihen kuuluu niin elintarvikkeita kuin kosmetiikkaakin. Opinnäytetyössäni keskityn Aurora -tuotesarjaan kuuluvan kauraöljyn ilmesuunnitteluun sekä pakkausratkaisun päivittämiseen. Lisäksi esittelen, kuinka sovellan luomaani ilmettä muissa tuotesarjan tuotteissa, puurokupissa ja välipalapatukassa.

Opinnäytetyöhöni kuuluvat taustatyö, pakkauksen graafisen ilmeen suunnittelu sekä pakkauksen rakenteen päivitys. Suunnittelutyön tueksi olen tutkinut brändäystä ja pakkauksen merkitystä sekä perehtynyt Fazerin historiaan ja heidän tuotteidensa visuaalisuuteen. Lisäksi olen tutustunut kauran sekä kauraöljyn ominaisuuksiin.

AVAINSANAT

- Visuaalinen identiteetti
- Graafinen suunnittelu
- Pakkaus
- Brändäys
- Kauraöljy

Lahten Ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Pakkaus- ja brändimuotoilu

Opinnäytetyö AMK Kevät 2017
Sivumäärä 69
Laura Lehtonen

ABSTRACT

I made my thesis in collaboration with Fazer Mylly, which is a Finnish company that manufactures grain products. Their new trademark, Aurora, consists of seven different oat products and it includes food and cosmetic products. The design assignment was to create new visual identity for Aurora Oat oil and update Oat oils old packaging. Also I present how new visual identity suits with other Aurora products, with porridge cup and snack bar.

My work consists of background research, graphic design for packaging and update the package structure. In support my design work I have researched about branding and the role of packaging. I researched Fazers history and visual identity of their other products. I also found some information about oat and oat oil to support my work.

KEYWORDS

- Visual identity
- Graphic design
- Packaging
- Branding
- Oat oil

Lahti University of Applied Sciences
Institute of Design and Fine Arts
Degree programme in Design
Packaging Design and Branding

Final thesis Spring 2017
Page count 69
Laura Lehtonen

SISÄLLYSLUETTELO

01 JOHDANTO

1.1 Aiheen valinta ja taustat	6
1.2 Tutkimusasetelmat ja menetelmät	6

02 TAUSTOITUS

2.1 Brändäys	9
2.2 Pakkauksen merkitys	10

03 FAZER

3.1 Fazer konserni	12
3.2 Fazer Mylly	14
3.3 Fazerin nykyiset pakkaukset	15
3.4 Fazer Aurora	18
3.5 Kohderyhmä	20

04 KAURA

4.1 Kaura	22
4.2 Kauraöljy	22

05 KAURAÖLJY MARKKINOILLA

5.1 Kilpailijat	24
5.2 Kilpailijoiden pakkaukset	29

06 MUOTOILUTEHTÄVÄN TAVOITTEET

6.1 Toiminnalliset tavoitteet	31
6.2 Esteettiset ja bränditavoitteet	31
6.3 Aiheen rajaus	31

07 KAURAÖLJYPAKKAUKSEN SUUNNITTELU

7.1 Kolme konseptia	33
7.1.1 Värimaailma	34
7.1.2 1.Konsepti "Natural"	35
7.1.3 2.Konsepti "Watercolor"	38
7.1.4 3.Konsepti "Pattern"	41
7.2 Valittujen konseptien jatkokehitys	44
7.3 Kauraöljyn nykyinen pakkaus	47
7.4 Materiaalit	49
7.5 Pakkausratkaisun suunnittelu	50
7.6 Valmis rakenne	52
7.7 Pakkausten visuaalinen identiteetti	53

08 VALMIS PAKKAUSKONSEPTI

8.1 Valmis pakkaus	56
8.2 Tuoteperheen esittely	59

09 ARVIOINTI

9.1 Tuotos	64
9.2 Prosessi	64

LÄHTEET	65
---------	----

01 JOHDANTO

1.1 AIHEEN VALINTA JA TAUSTAT

Opinnäytetyötäni ja omia kiinnostuksen kohteita pakkausmuotoilun saralta ajateltuani tiesin jo lähtökohtaisesti mitä haluaisin opinnäytetyössäni tehdä; pakkausratkaisuja ja pakkauksen graafisen ilmeen suunnittelua. Sain oivan tilaisuuden kun sain yhteistyökumppanikseni Fazer Myllyn, joka tahtoi uudelle tuotesarjalle uudenlaisen visuaaliseen ilmeen ja toteutettavissa olevia pakkausratkaisuja. Minä kiinnostuin työstä heti. Tehtäväkseni sain Aurora-tuoteperheen pakkausratkaisujen ja graafisen ilmeen suunnittelun. Aurora-tuoteperheeseen kuuluvien seitsemän tuotteen suunnittelu oli opinnäytetyöksi liian laaja joten jaoimme tehtäväni opinnäytetyöhön ja harjoitteluun, jotta pystyisin toteuttamaan itse kaikki pakkaukset. Sain itse valita mitä tuotetta lähtisin suunnittelemaan ja aluksi valitsin puurokupin. Kuitenkin Fazerilta tuli jälkikäteen ehdotus, että suunnittelisinkin kauraöljypullon, sillä sen markki-

na-alue oli jo selvillä, ja tuotteelle tarvittaisiin ripeästi uusi ulkoasu, joka tukisi tuotetta ja toisi sille lisäarvoa.

Tehtävänanto oli minulle hyvin mielenkiintoinen, sillä juuri tällaista tehtävää olin toivonut, puhdasta pakkaus suunnittelua. Sain hyödyntää kaikkea oppimaani tässä tehtävässä ja paneutua graafisen ilmeen luomiseen ja pakkaussuunnitteluun. Fazerin mukana olo teki työstä vielä mielenkiintoisemman ja haastavamman, sillä Fazerin historia ja brändi on niin vahva, että jo sekin loi minulle haasteita suunnittelijana.

Minulle oli tärkeää saada luoda uutta kaiken oppimani pohjalta sekä haastaa itseni. Sain hienon tilaisuuden kun Fazer antoi minulle suunnittelutyössäni hyvin vapaat kädet, joten minun tuli itse luoda rajat suunnittelutyölle.

1.2 TUTKIMUSASETELMAT JA MENETELMÄT

Opinnäytetyössäni kartoittamani tietoperusta johdattelee suunnittelutyötäni. Tutkin brändäystä ja sen merkitystä pakkausmuotoilussa sekä pakkauksen merkitystä tuotteelle. Tiedonhankintamenetelminä käytän brändäykseen, pakkausmuotoiluun ja pakkausmateriaaleihin liittyvää kirjallisuutta sekä digitaalisia lähteitä. Tutkin myös kauran ominaisuuksia ja terveysvaikutuksia sekä kauraöljyä ja sen käyttömahdollisuuksia.

Perehdyn opinnäytetyössäni myös Fazerin historiaan, arvoihin, visioon, mission ja strategiaan. Sekä tutkin Fazerin aikaisempia pakkauksia, niin visuaalisesta kuin pakkausratkaisujen näkökulmasta.

Suunnittelutyössäni keskityn konseptien tekemiseen sekä rakenteellisiin ratkaisuihin. Otan huomioon taustatutkimukseni sekä sen mitä tuote vaatii pakkaukselta. Esittelen valmiin tuotteen ja arvioin työni.

02 TAUSTOITUS

2.1 BRÄNDÄYS

Tuotemielikuvan eli brändin avulla kuvataan valmistajan omistusoikeutta tuotteeseen ja erotetaan tuote tunnistettavalla tavalla kilpailijoista. Brändi on siis mielikuva, joka kertoo siitä kokemuksesta, jota tuotteelta voidaan odottaa. Brändi on kiintopiste myönteisille ja kielteisille käsityksille ja se tallentuu ihmisten mieliin. Ainutlaatuinen, vaikuttava ja myönteinen merkitys tekee brändistä arvokkaan. Brändin perimmäinen tarkoitus on tehdä tuotteet asiakkaille kiinnostaviksi ja pitää huoli asiakassuhteiden kehittymisestä ja pysyvyydestä. (Lindroos, Nyman, Lindroos 2005, 20-24)

Mielikuvat ohjaavat ihmisten käyttäytymistä ja niin myös kulutuskäyttäytymistä. Siksi brändin kehittämisessä on tärkeää ottaa huomioon mielikuvien mahdollistaminen. Huomion saaminen hankaloituu kokoajan, sillä nykyinne tarjonta on niin laajaa eikä takaa sitä että tuote huomattaisiin. Tämän

takia brändin merkitys on entistä tärkeämpi, sillä brändi esimyy tuotteen. Brändi vaikuttaa paljon siihen mikä tuote huomataan, miten se tulkitaan, mitä siitä muistetaan ja kuinka tämä kaikki lopulta vaikuttaa käyttäytymiseen eli ostamiseen. Suurin osa valinnoista tapahtuu ilman, että on mahdollista kokeilla tai arvioida pakkauksen sisältämää tuotetta. Parhaimmillaan brändi auttaa tällaisissä tilanteissa tekemään hankinnasta helpon ja lopputuloksiltaan ennustettavan.

(Lindroos, Nyman, Lindroos 2005, 28-35)

Vahva brändi on yritykselle tavoiteltava asia, sillä se luo siteen asiakkaisiin. Vahva brändi on tunnistettavissa nimikkeiden, värien ja muotojen avulla. Tällöin brändi tuo mieleen tietyt tuotteet ja tuote tuo mieleen brändin. Brändi on yrityksen toiminnan ja luovuuden seuraus, jonka tulisi kasvaa yrityksen sisäisistä merkityksistä ja sisällöstä. Viesti, joita brändi lähettää on tärkeitä, sillä

niiden on oltava yhtenäisiä yrityksen ja sen tuotteen teoille ja tukea niitä. Vahva brändi lunastaa lupauksensa markkinoilla eli siis asiakkaan kokemuksina. Brändin perusta on käyttöarvo jonka tuote asiakkaalleen tekee. (Lindroos, Nyman, Lindroos 2005, 35-99)

Brändi on siis kilpailuetu. Brändillä rakennetaan mainonnan avulla mielikuva, jota pyritään vaalimaan ja kehittämään. (Viljanen 2016, 153)

2.2 PAKKAUKSEN MERKITYS

Pakkaus on arkipäiväinen asia. Ne palvelevat kuluttajia ja monia teollisuuden osa-alueita ja turvaavat kaupan toimintaa ja logistiikkaa päivittäin. Pakkauksen perustehtävä on suojata pakattua tuotetta, mutta sen lisäksi pakkauksen tulee myös säilyttää tuote, mahdollistaa jakelu, kertoa tuotteesta, lisätä käyttömukavuutta sekä myydä tuote.

(Järvi-Kääriäinen, Ollila 2007, 9)

Pakkaukselle asettavat vaatimuksia itse tuote joka pakataan, mutta lisäksi kuljetustavat ja kuljetettava matka, kauppa, kuluttaja, lainsäädännöt ja ympäristö. Pakkauksen tulee suojata tuotetta niin fysikaalisia, kemiallisia sekä biologisia rasituksia vastaan. Pakkausten tulisi myös kestää lämpöä, toteuttaa tuotteen hygieniavaatimukset sekä ne tulisi voida sulkea tehokkaasti. Tuotteen suojaaminen tarkoittaa myös turvallisuutta, sillä pakkauksen tulee kertoa onko tuote vahingoittunut. (Järvi-Kääriäinen, Ollila 2007, 11)

Elämäntapamme, kulutus, tuotteet ja pakkaaminen rasittavat ympäristöä. Pakkaamalla oikein voimme säästää ympäristöä, sillä ottamalla ympäristö huomioon pakkaussuunnittelun eri vaiheissa turhalta ympäristön rasitukselta vältytään. Lisäksi ympäristön kannalta on tärkeää, että käytön jälkeen pakkaus voidaan hyödyntää materiaalina tai energiana. (Järvi-Kääriäinen, Ollila 2007, 12)

Pakkaus myös sisältää monenlaista informaatiota tuotteesta. Yleensä pakkaus kertoo tuotteen sisältämistä ainesosista, säilyttämisestä, säilyvyydestä sekä antaa käyttö- ja hoito-ohjeita sekä kertoo kuinka pakkaus käytön jälkeen hävitetään. Erilaisilla tuotteilla on omat säädöksensä pakkausmerkinnöistä, kuten elintarvikkeilla, kosmetiikalla ja lääkkeillä. (Järvi-Kääriäinen, Ollila 2007, 11-12)



Kuva 1



Kuva 2

Pakkauksilla on tärkeä rooli markkinoinnissa, sillä tuotteet tunnistetaan niiden pakkauksista. Pakkauksella luodaan mielikuva tuotteesta ja siksi pakkauksen tulisi aina ilmentää tuotetta, siten että se antaisi vahvan kuvan siitä millaisen tuotteen se sisältää. Pakkauksella lähestytään kuluttajaa; sillä kommunikoidaan kuluttajan kanssa symbolien, tuotemerkkien ja sloganien avulla. Pakkausten tulisi myös tyydyttää kuluttajien tarpeita lisäämällä tuotteen käyttömukavuutta. (Järvi-Kääriäinen, Ollila 2007, 11-12)

Pakkaus vaikuttaa merkityksellisesti siihen, syntykö asiakkaan ostopäätös vai ei. Pakkaus on tuotteelle myyntipuhe ja sillä on mainonnallinen voima. Pakkaaminen on yksi tärkeimmistä keinoista erottua kilpailijoista sillä pakkaukset herättävät ihmisissä tunteita ja halun ostaa. (Villanen 2016, 165-167)

Saksalaisen filosofin Wolfgang Fritz Haugin mukaan pakkaus nouseekin sisältä-

määnsä tuotetta merkittävämmäksi myynnin tekijäksi. Hänen mukaansa pakkaus on itsenäinen esteettinen hahmotus, joka kiteyttää kyseistä kohdetta koskevat toivekuvitelmat. (Villanen 2016, 165-167)

Parhaassa tapauksessa pakkaus liittyy tiiviisti tuotteeseen, jonka se sisältää ja samalla pystyy viestimään yrityksen ja tuotteen arvoista. Toimiva pakkaus tukee tuotemielikuvaa ja siitä muodostuu tärkeä osa tuotteen sekä yrityksen brändiä. Yrityksen näkökulmasta pakkaus on erittäin merkittävä kilpailuetu ja pakkauksen tuleekin toistaa ja tukea tuotteen sekä yrityksen kokonaisvaltaista viestintää sekä brändimielikuvan muodostumista. (Villanen 2016, 165-167)

03 FAZER

3.1 FAZER KONSERNI

Toimeksiantajana opinnäytetyölleni toimii Fazer Mylly joka on osa Fazer konsernia.

FAZER KONSERNI

Karl Fazer avasi ensimmäisen kahvilan Helsinkiin vuonna 1891, josta alkoi Fazer konsernin menestystarina. Vielä tänäkin päivänä Fazer konserni tarjoaa asiakkaille laadukkaita leipomo-, makeis- ja viljatuotteita, sekä ruokailu- ja kahvilapalveluita. (Fazer, 2017)



Kuva 3: Fazer -logo

FAZER LUKUINA VUONNA 2015

- Fazer-konsernin liikevaihto oli 1 576 M€
- Vuoden 2015 lopussa Fazerilla oli 14 709 työntekijää
- Toimintaa 8 maassa ja vientiä yli 40 maahan



Kuva 4

Fazer konsernin alusta alkaen se on kasvanut muuttuvien elämäntyylien mukaan ja se on mahdollistanut konsernille menestyksekkäitä tuotteita ja brändikokemuksia. Fazerin ja sen brändien suhde yhteiskuntaan ja kuluttajien elämään kehittykin tauotta. Heidän tavoitteenaan on tarjota tuotteita, palveluita ja brändejä, joihin ihmiset voivat samaistua ja joita he arvostavat niin tänään kuin huomennakin. Vahva kuluttajatuntemus on Fazer konsernin perusta ja kuluttajat suosivatkin brändejä, jotka huomioivat heidän arvomaailman ja yksilöllisyyden. Voidakseen toteuttaa tämän, Fazer haluaa olla aina hieman parempi, inspiroida nauttimaan ja tuottaa hyvän mielen asiakkaalleen. Fazer konsernin missiona onkin luoda makuelämyksiä. (Fazer, 2017)

Fazerin arvot perustuvat asiakaslähtöisyyteen, laadukkuuteen ja yhteistyöhön. Fazer pyrkii ylittämään asiakkaidensa odo-

tukset, toimimaan vastuullisesti kaikessa mitä he tekevät ja työskentelemään yhdessä kaikkia kunnioittaen. Fazerin visio onkin "Ylitämme odotuksesi". Se kertoo Fazerin intohimosta ja kunnanhimosta kuluttajia, asakkaita ja Fazerin työntekijöitä kohtaan. Se ilmentää yrityksen toimintaa ohjaavaa periaatetta ja yrityksen henkeä. Se on olennainen osa Fazerin tavoitteita ja toiveita. (Fazer, 2017)

Fazerin vahva perintö on merkittävä osa Fazer konsernin strategiaa. Rohkeiden makuelämyksien tavoittelu, avoimuus vaikutteille, yrityksen muovaaminen itsensä näköiseksi, yrittäjähenkisyys, hyvät teot sekä sopiminen mahdollisimman monelle ihmiselle ovat osa Fazerin perintöä ja ne ohjaa yrityksen toimintaa vielä tänäänkin. Fazerin strategian tavoitteina on kasvun saavuttaminen Fazerin-brändin avulla, brändin läsnäolon ja näkyvyyden lisääminen, brändin lisäarvohyötyjen havainnoillistaminen asiakkaille

ja kuluttajille sekä brändin priorisoiminen innovoinnissa, markkinoinnissa sekä investoinneissa. Pohjana kaikelle tälle Fazer pitää ponnahduslautana sitä, että he ovat arvoa luova yritys joka rakentuu vahvoille brändeille. Heidän liiketoimintansa on vastuullista ja heidän työskentelykulttuurinsa on tavoitteellista sekä he haluavat ymmärtää kuluttajaa. (Fazer, 2017)

Fazerille vastuullisuus merkitsee hyvinvointia, yhteisiä arvoja ja luonnonvarojen kestävää käyttöä. He myös ajattelevat ympäristötekijöitä ja ovat sitoutuneet jatkuvasti kehittämään tuotteitaan, toimintojaan ja tuotantolaitoksiaan välttääkseen haitallisia vaikutuksia ja optimoidakseen luonnonvarojen kulutusta. (Fazer,2017)

3.2 FAZER MYLLY

Fazer mylly tarjoaa laadukkaita viljatuotteita ja tukipalveluita asiakkailleen. Fazer Mylly valmistaa jauhoja, hiutaleita, mixejä, leivänparanteita, kuituja sekä muita erikoistuotteita, jotka on valmistettu luonnollisista raaka-aineista tiukkoja standardeja seuraten. Heidän toimintansa perustana on tuotetestaus, räätälöidyt ratkaisut ja koeleipomo, jossa he kehittälevät uusia tapoja hyödyntää tuotteitaan. Fazer Myllyllä on korkeat laatuvaatimukset, joka takaa tuotteiden puhtauden, turvallisuuden ja tuoreen maun. (Fazer, 2017)

Fazer mylly keksii ja kehittää uusia ratkaisuja, joiden ansiosta he pystyvät tarjoamaan asiakkailleen heidän tarpeitaan vastaavia tuotteita, jolloin taas he voivat tarjota makuelämyksiä omille asiakkailleen. Fazer Myllyllä on huippuluokan tuotantolinjasto ja kauramylly, joka takaa tasaisen laadun, luotettavan toimituksen ja leivontaominaisuudet. (Fazer, 2017)

FAZER MYLLY LYHYESTI:

- Fazer mylly perustettiin vuonna 1971 Lahteen
- Tuotantoyksiköt Suomessa ja Ruotsissa
- Laaja tuotevalikoimamme sisältää jauhot, mixit, leivänparanteet, kaurat ja erikoistuotteet
- Moderni kauramylly aloitti toiminnan 2013, kapasiteetin laajennus keväällä 2017
- 70 työntekijää ja päivittäinen kapasiteetti 660 tonnia
- Auditoidaan vuosittain AIB Internationalin toimesta; myös Halal, Kosher ja luomutuotanto-sertifikaatit
- Vientiä Eurooppaan, Venäjälle, Aasiaan ja Pohjois-Amerikkaa



Kuva 5: Fazer Myllyn toiminnan periaatteet.

3.3 FAZERIN NYKYISET PAKKAUKSET

Oleellisena osana opinnäytetyötäni oli tutkia Fazerin aikaisempia pakkauksia, niin grafiikaltaan, muodoiltaan kuin materiaaleiltaankin. Fazer valmistaa leipomo-, makeis- ja viljatuotteita. Fazer omaa hyvin vahvan brändi-identiteetin, sekä laajan skaalan erilaisia tuotteita ja tuoteperheitä, jotka ovat osa suomalaisten jokapäiväistä elämää.

Kartoitin eri tuotemerkkien pakkauksia ja olen pohtinut niiden ominaisuuksia. Erityisesti keskityin tutkimaan erilaisten tuoteperheiden graafisia ilmeitä ja kuinka niitä on varioitu erilaisiin tuotteisiin. Tutkin kartoittamalla elintarvikeliikkeistä löytyviä Fazerin tuotteita sekä selaten tuotteita internetistä Fazerin kotisivuja apuna käyttäen. Keskityin pohtimaan millaisilla tavoilla Fazer luo ilmeen tuotteelle, millaisia tuoteryhmiä Fazerilta löytyy ja millaisia pakkausratkaisuja he ovat käyttäneet.

Fazer valmistaa hyvin monia erilaisia

tuotteita ja kaikilla tuotteilla on oma voimakas ilmeensä ja identiteettinsä ja vahva tuoteryhmänsä. Tuotteiden ilmeen luomisessa Fazer käyttää erilaisia tapoja ja graafisia ilmeitä on yhtä monta kuin on tuoteitakin. Pakkausgrafiikan luomisessa on käytetty valokuvia, graafisia elementtejä ja kuvitettua kuvaa. Fazerin pakkauksista löytyy trendikkäitä, leikkisiä ja selkeitä elementtejä. Yleisesti Fazerin pakkausgrafiikka on hyvin vahvaa ja selkeää ja tuotteet ja tuoteperheet tunnistettavia. Yrityksen maine ja tunnistettava logo luovat tuotteille arvoa ja näkyvyyttä elintarvikekauppojen hyllyillä.

Opinnäytetyöni aiheena on suunnitella kauraöljylle visuaalinen ilme ja uusi pakkausratkaisu. Kauraöljy on osa Aurora -tuotesarjaa, joten siksi perehdyn tutkimaan Fazerin tuoteperheitä ja keskityn pohtimaan tuoteperheitä yhtenäistäviä elementtejä. Esimerkeiksi valitsin laajan skaalan Fazerin tuot-

teita, sillä tuntui tärkeältä käsitellä mahdollisimman erilaisia tuoteperheitä, niin klassisia kuin uudempiakin Fazerin tuotteita sekä pakkauksia niin makeis-, leipomo- ja viljatuotteille.

FAZER ALKU

Fazer Myllyn Alku -tuotemerkin puuro- ja myslipakkaukset ovat rakenteeltaan helpokäyttöisiä ja innovatiivisia. Pakkauksen kaatonokan avulla puurot ja myslit on helppo kaataa lautaselle. Pakkausgafiikoissa on käytetty valokuvia, joka antaa tuotteesta tuoreen ja havainnollisen kuvan ja kertoo selkeästi sen mitä tuote sisältää. Tuoteperheen pakkauksia yhdistää pakkausrakenteen lisäksi Alku-logo sekä yhtenäinen graafinen ilme. Tuotteet eroavat toisistaan värien avulla esimerkiksi fonteissa ja logossa, sekä eroa puuro- ja myslipakkauksille on tehty pohjaväreillä.



Kuvat 6-8

FAZER JUURESLEIPÄ

Fazerin Juuresleipien pakkaukset ovat hyvin trendikkäitä ja erottuvat leipähyllystä edukseen. Valokuvan ja mustan pohjan yhdistäminen leikkisään typografiaan luo tuoreen ja tyylikkään lopputuloksen. Juuresleipien pakkaukset ovat hyvin tunnistettavasti saman tuoteperheen tuotteita, mutta eri maut erotettu värien avulla.



Kuvat 9-11

FAZER MARIANNE JA FAZERINA

Fazerina ja Marianne tuotteet ovat klassisia ja tunnettuja tuotteita. Fazer on uudistanut pakkausgrafiikkaa monissa pakkauksissa viime vuosina ja niin myös Fazerina ja Marianne pakkaukset ovat kokeneet muutoksen ja tuotteiden pakkausgariikat ovat vaihtuneet yhä trendikkäämpiä ja selkeämpiin ulkoasuihin. Pakkauksissa mukaillaan vanhaa linjaa uudella selkeämmällä tyylillä, ja tuotteet on yhä yhtä tunnistettavia.

Tuoteperheiden tuotteet kuuluvat selkeästi yhteen niin grafiikan ja värien avulla, mutta myös esimerkiksi Fazerinan ja Mariannen keksipakkaukset mukailevat samaa linjaa. Tuotteissa on huomioitu hyvin se, että ne kuuluvat tietyn tuotemerkin alle, mutta myös se, että niiden tulee olla yhtenäisiä eri tuotemerkkien samaan tuotekategoriaan kuuluvien tuotteiden kanssa. Samanlaiset elementit yhdistävät pakkauksia, ja eroa tuotteiden välille tehdään erilaisilla valokuvien tai graafisten elementtien yhdistämisellä.



Kuvat 12-17

FAZER LAKRITSI

Fazer Lakritsi pakkaukset ovat hyvä esimerkki pakkausgrafiikan ja pakkausrakenteiden merkityksestä. Tuotteen ulkoasu ja pakkausratkaisut tuovat tuotteille lisäarvoa ja herättää kiinnostuksen kauppojen hyllyiltä. Tuotteiden graafinen ilme on leikkisä, mutta samalla selkeä ja trendikäs. Tuoteperheen pakkaukset ovat yhtenäisiä, selkeän graafisen ilmeen ja selkeiden värivalintojen ansiosta. Tuotteet erottuvat hyvin toisistaan erilaisin graafisin kuvioin ja tuotetietojen pohjavärin ansiosta.



Kuvat 18-21

3.4 AURORA

Aurora-tuotteet ovat syntyneet vuonna 2015 Fazerin lisensoiman VTT:n kehittämän ja patentoiman teknologian avulla. Teknologian avulla kaurasta otetaan talteen terveellisiä ja arvokkaita ainesosia: beta-glukaania, kauraproteiinia ja kauraöljyä. Tämä teknologia ottaa talteen kauran ainesosat uskomattoman puhtaasti käyttämättä kemikaaleja tai selluloosan täyteaineita. Tämän uuttomenetelmän puhtaus tekee tuotteista monipuolisia ja helppoja työstää. Fazerin väri- ja lajitelumenetelmä takaa, että he käytävät vain parasta kauran laatua, sillä se poistaa tummat ytimet ja epäpuhtaudet. Tämä menetelmä pitää tuotteet puhtaina ja niin ravitsevina kuin mahdollista. (Fazer, 2017)

Aurora -tuotteet ovat kauran beta-glukaani, kauraproteiini ja kauraöljy. Kaurasta valmistetut erikoistuotteet lisäävät elintarvikesovellusten ravintosisältöä ja tehostavat niiden terveystuikutuksia. Aurora

-tuotteita voidaan käyttää sydänystävällisissä välipalapatukoissa, meijerituotteissa, leivissä ja ravintolisissä sekä kosmetiikkateollisuuden raaka-aineena. (Fazer, 2017)

AURORA TUOTESARJA:

- Kauraöljy
- Puurokuppi
- Juotava puuro
- Smoothie mix
- Välipalapatukka
- Muro-/ myslituote
- Kauraleipä



Kuva 22



Aurora kauran beta-glukaani on puhdasta ja sen luonnollinen maku tekee siitä ihanteellisen tavan säilyttää kauran hyvyys osana monenlaisia elintarvikkeita, juomia ja lisäravinteita. Se tarjoaa hyvinvoinnille tärkeitä ravintoaineita ja ylläpitää energiaa.

Kauran beta-glukaani on helppo lisätä resepteihin esimerkiksi viljapatukoiden, aamiaismurojen, myslien ja puurojen, smoothieiden, juomasekoitusten ja suoloisten ja makeiden leipomotuotteiden valmistuksessa.

- Tunnustettu hyödyksi sydämen, kolesterolitason ja ruoansulatuskanavan terveydelle
- Helppokäyttöinen valmistusprosessissa
- Puhdas maku ja luonnollinen väri

(Fazer, 2017)



Aurora kauraproteiini tarjoaa helppokäyttöistä ja laadukasta proteiinia rikastuttamaan ruokavaliota. Kauraproteiini tehdään poimimalla ainesosien komponentit suoraan kauraleseestä.

Kauraproteiini on täydellinen ainesosa valmistettaessa urheiluravitsemus tuotteita, lihattomia aterioita, kylmiä ja kuumia juomia sekä viljapatukoita ja leipomotuotteita.

- Luonnollisesti tasapainon aminohappoprofiili
- Sopii maidottomalle ja vegeaaniselle ruokavaliolle
- Sekoiteltavissa - pienet hiukaset tekevät siitä ihanteellisen juomiin
- Alhainen öljypitoisuus - tuotteet säilyvät pidempään hyllyissä

(Fazer, 2017)



Aurora Kauraöljy on luonnollinen tapa lisätä kauran hyviä ominaisuuksia kosmetiikkaan ja hygienia tuotteisiin. Monipuoliset ainesosat kosteuttavat, tasoittaa ihoa ja vahvistaa hiuksia luonnollisesti. Kauraöljy voi myös auttaa ehkäisemään ryppyjä ja ikääntymisen merkkejä.

Kauraöljyä on helppo yhdistää ihonpuhdistustuotteisiin, kosteusvoiteisiin sekä hiustuotteisiin lisäämään suojaavaa kosteutta ja E-vitamiinin hyötyjä iholle ja hiuksille.

- Luonnollisesti rikas aminohapoista ja omega-3
- Neutraali väri
- Helppokäyttöinen valmistusprosessissa
- Soveltuu monien tuotteiden käyttöön

(Fazer, 2017)

Kuva 23

3.5 KOHDERYHMÄ

Fazer Myllyn Auroa-tuotemerkillä on sama kohderyhmä kuin Fazer Myllyn Alku-tuotemerkillä.

Kohderymänä on omaa hyvinvointia ja terveellisyyttä arvostavat ihmiset. Kohderyhmään kuuluvat ihmiset eivät tingi korkeasta laadusta, hyvästä mausta tai luonnollisesta terveellisyydestä. He ovat myös valmiita maksamaan laadukkaista tuotteista, joita Fazer heille tarjoaa.



Kuvat 24

04 KAURA

4.1 KAURA

Kaura on luonnon oma superfood, joka on luonnollisesti rikas ravinteista. Se on hyvin ympäristöystävällinen viljelykasvi, joka kasvaa Suomen karuissakin olosuhteissa. Kauralla on alhainen hiilijalanjälki, sillä useimmin kaura tulee läheltä.

Kaura sisältää kuituja, proteiinia, vitamiineja, hiilihydraatteja, ravintoaineita ja rasvaa sekä se on hyvä E-vitamiinin ja omega-6 lähde. Sen terveysvaikutukset on hyvin tutkittuja ja kiistattomia. Kauran sisältämä betaglutaani pitää kolesterolin tasapainossa ja vähentää kolesterolin imeytymistä. Kaura sisältää vatsalle hyviä kuituja ja edistää ruoansulatuksen toimintaa. Kauran on havaittu myös pienentävän riskiä sairastua sydän- ja verisuonisairauksiin. Kauran todettu myös voivan auttaa painonhallinnassa.

Tuotteena kaura on hyvin monimuotoinen, sillä se sopii niin makeisiin kuin suolaisiin ruokiin. (Askalterveyteen, 2017)

4.2 KAURAÖLJY

Kauraöljy on tuote joka sopii kuivalle, herkälle ja hilseilevälle iholle, niin päänahan kuin muunkin ihon sekä vaurioituneiden hiusten hoitoon. Se kosteuttaa ja pehmentää ihoa sekä vähentää tulehdusta sekä punoitusta. Kauraöljy ei ole ärsyttävä eikä allergisoiva tuote. Se sisältää luonnollisia antioxidantteja, E-vitamiinia, rasvahappoja, aminohappoja ja betaglutaania. Nämä antavat kauraöljylle ihon uusiutumista edistäviä, puhdistavia, kosteuttavia, suojaavia ja rauhoittavia ominaisuuksia. Kauran ominaisuudet vaikuttavat stimuloimaan ihon aineenvaihduntaa ja lisäten elastiinin ja kollageenin tuotantoa. Sen on myös osoitettu vaikuttavan ikääntymistä vastaan siloittaen juonteita ja ryppyjä.

Kauraöljyä voi käyttää sellaisenaan tai se voi olla osana jotain muuta tuotetta. Esimerkiksi kauraöljyä käytetään osana kostesvoiteita, hiustenhoitotuotteita ja deodorantteja. (Teliaoils, 2017)



Kuva 25

05 KAURAÖLJY MARKKINOILLA

5.1 KILPAILIJAT

Kartoitin mahdollisia kilpailijoita etsimällä internetistä ja kauppojen hyllyiltä samankaltaisia tuotteita kuin kauraöljy. Nopeasti huomasin, että Suomen markkinoilla ei 100% kauraöljyä myyty juuri lainkaan ja oman tutkimukseni pohjalta en löytänyt yhtäkään Suomalaista yritystä joka myisi puhdasta kauraöljyä. Suomen markkinoilla löytyvisä tuotteissa kauraöljyä on yleensä käytetty vain yhtenä osana kosmetiikkatuotetta, kuten kosteusvoiteissa tai vartaloöljyissä. Ulkomaisilta yrityksiltä kuitenkin löytyi vastaavia tuotteita, täysin 100% kauraöljyä, monelta eri brändiltä.

Selvitin myös muiden viljojen ja erilaisten luonnollisten uutteen ja öljyjen käyttöä kosmetiikassa ja löysin hyvin monia tuotteita, joissa tällaisia ainesosia oli käytetty. Edellämainittuja ainesosia sisältäviä shampoita, hoitoaineita ja kosteusvoiteita löytyi hyvin monelta valmistajalta. Monet kosme-

tiikkabrändit valmistavatkin nykyään tuotteita, joiden ainesosana on jokin luonnollinen uute tai öljy. Tällaisia tuotteita oli myynnissä niin elintarvikekaupoissa, luontaistuotekaupoissa kuin apteekeissakin.



Kuva 26

SUOMALAISIA TUOTTEITA



Kuva 27

PUHDAS+ BEAUTY OIL DEEP MOISTURISING BODY OIL

Vartaloöljy joka kosteuttaa ja pehmentää ihoa. Tuote sisältää luonnollista ja puhdasta kookosöljyä, kauraöljyä, auringonkukkaöljyä, oliiviöljyä sekä rosmariinin lehtiutetta.

New Organics Oy on uusi suomalainen yritys, joka tarjoaa kuluttajille ekologisia, puhtaita ja orgaanisia hyvinvointi- ja terveys tuotteita. Puhdas+ on kotimainen New Organics Oyn kehittämä terveystuotesarja. Tuotteista on riisuttu kaikki ylimääräinen, kuten säilöntäaineet, pintakäsittelyaineet, väriaineet, makeutusaineet sekä magnesiumtearaatti. (Puhdasplus, 2017)



Kuva 28

DAVVI NATURAL LIFT RESTORATIVE FACIAL CREAM

Kasvovoide, joka elvyttää ihon elastisuutta ja kosteustasapainoa ja palauttaa kasvojen elinvoimaisuutta ja heleyttä. Korjaa ja ehkäisee UV-säteilyvaurioita sekä ikääntymisen merkkejä. Sisältää vademalehtiutetta, mesi-angervouutetta, tyrninsiemen uutetta, mustikansiemenöljyä ja kauraöljyä

Davvi Cosmetics on luonnonkosmetiikkasarja, jonka tuotteiden vaikuttavat ainekset ovat peräisin Lapin ja Suomen luonnosta. Tuotteissa on käytetty marjoista, puusta ja viljasta valmistettuja luonnon öljyjä ja uutetta. Tuotteet eivät sisällä parabeenejä tai synteettisiä säilöntäaineita eikä tuotantoprosessissa ole käytetty synteettisiä kemikaa-leja. Tuotanto ja kehitys tapahtuu Suomessa. (Davvi cosmetics, 2017)

ULKOMAALAISIA TUOTTEITA



Kuva 29

TELIAOILS OAT OIL

100% Kauraöljy, jota käytetään kutisevalle, kuivalle ja ärtyneelle iholle. Kauraöljy auttaa palauttamaan normaalin ihon pH tasapainon ja se pitää ihon terveenä. Kauraöljy sisältää runsaasti rasvahappoja ja antioksidantteja. Tuote on ihoa pehmentävä ja helposti imeytyvä ja se estää tulehduksia eikä allergisoi.

Kreikasta kotoisin oleva ja nykyään Yhdysvalloissa toimiva TeliaOils on erikoistunut tarjoamaan laajan valikoiman luonnonmuokaisia kosmetiikkatuotteita, tuoksua, hajuvesiä sekä kylpylä-, hieronta ja aromaterapia tuotteita. (Teliaoils, 2017)



Kuva 30

AU NATURAL ORGANICS OAT OIL

Kauraöljy vaurioituneen ja kuivan ihon hoitoon. Sisältää runsaasti antioksidantteja ja rasvahappoja. Voidaan sekoittaa muiden eteeristen öljyjen kanssa.

Au Natural Organics on Yhdysvalloissa toimiva luonnonmukaisia kosmetiikkatuotteita myyvä yitys. Heidän raaka-aineensa tuodaan Tunisiasta, Etelä-Afrikasta ja Ranskasta. Heidän tuotteensa ovat luonnonmukaisia käsityönä tehtyjä kuorinta-, saippua- ja yr்த்தituotteita sekä ainutlaatuisia öljyjä ja öljy-sekoituksia. (Au natural organics, 2017)

MUITA KILPAILEVIA TUOTTEITA



Kuva 31



Kuva 32

XZ

XZ Aito Shampoo ja hoitoaine ovat suomalaisia tuotteita. Shampoo ja hoitoaine on tarkoitettu normaaleille hiuksille vahvistamaan, kosteuttaa maan hiuksia ja antamaan niille elinvoimaa. Tuotteet sisältävät puolukansiemenöljyä ja vehnän aminohappoja. (XZ, 2017)

HER NOURISHING



Kuva 33

Her Nourishing on shampoo kuiville ja käsitellyille hiuksille, joka palauttaa hiusten kiillon ja jouston sekä kosteuttaa ja ravitsee hiuksia. Tuote sisältää manteliöljyä sekä vehnä- ja riisiproteiineja. (Yliopistonapteekki, 2017)



Kuvat 34 & 35



Kuvat 36 & 37

LUMENE

Lumene KUULAS-ihonhoitosarjan avulla viivästyttämään ikääntymisen ensimmäisiä merkkejä ja säilyttämään ihon luonnollisen kuulauden. Kuulas-tuotesarja sisältää puolukkauutteen antioksidantteja ja lähdevettä.

Lumene SISU -tuotteet puhdistavat ja kosteuttavat ihoa ja palauttavat ihon luonnollisen kuulauden. Sisu-tuotesarja sisältää männynkaarna- ja kuusenoksatyviuutetta. (Lumene, 2017)



Kuvat 38-40

YA NATURAE

Ya Naturae on Suomessa valmistettava luonnonkosmetiikkasarja. Sarjaan kuuluu ihonhoitotuotteita niin kasvoille kuin vartalollekin. Tuotteet sisältävät kotimaisia raaka-aineita kuten koivunmahlaa, kaurauutetta sekä mustaherukka- ja puolukansiemenöljyä. (Yliopistonapteekki, 2017)

5.2 KILPAILIJOIDEN PAKKAUKSET

Tutkin kilpailijoiden pakkauksia ja graafista ilmettä. Keskityin pakkauksiin jotka sisälsivät 100%, sillä tällaiset pakkaukset täyttävät samat kriteerit mitä Fazerin kauraöljyltä vaaditaan. Koska suomen markkinoilta ei puhdasta kauraöljyä löytynyt, käsittelin vain ulkomaalaisia tuotteita, jotka jo aikaisemmin esittelin.

TELIAOILS

TeliaOilsin Oat oil pullo 30ml pakkaus. Kauraöljy vaatii pakkauksen, joka ei päästä valoa lävitseen, joten TeliaOils on käyttänyt pullossaan tummaa lasia. Pullo toimii pienen pipetin avulla josta tuotetta voi annostella kätevästi.

Pakkauksen graafinen ilme mukailee TeliaOilsin muiden pakkausten ilmettä ja sopii kokonaisuuteen. Grafiikoissa on käytetty niin valokuvaa kuin graafisiaelementtejä sekä värikästä pintaa. Tuotteen ilmeestä saa helposti kuvan siitä mitä pakkaus sisältää. Tuote näyttää laadukkaalta ja sopii tuotteelle. Graafinen ilme ei kuitenkaan herätä mielenkiintoa tai erotu kilpailijoistaan.

AU NATURAL ORGANICS

Au Natural Organicsin Oat oil pullo on 100ml pakkaus. Tuote on pakattu tummaan lasipulloon, joka suojaa kauraöljyä valolta. Tuotteessa on kierrekorkki, ja annostelu tapahtuu mitä luultavammin suuttimen avulla, joka annostelee tuotetta ”tippa kerrallaan”.

Pakkauksen graafinen ilme on hyvin pelkistetty ja sitä hallitsee värit. Pakkauksen ilme ei kerro siitä mitä pakkaus sisältää, vain tuotteen nimi kertoo tuotteesta itsestään. Pakkaus ei puhuttele, ja se jää valjuksi. Pakkaus on ilmeeltään myös hyvin saman henkinen kuin TeliaOilsin oat oil, enkä usko sen erottuvan kilpailijoistaan edukseen.



Kuva 41

Kuvat 42 & 43

06 MUOTOILUTEHTÄVÄN TAVOITTEET

6.1 TOIMINNALLISET TAVOITTEET

Fazer Aurora -tuoteperheellä ei ollut pakkausratkaisuja tai visuaalista ilmettä ja tuotteet haluttaisiin lanseerata markkinoille. Opinnäytetyöni toimeksiannoksi täsmentyi kauraöljypullon visuaalisen ilmeen suunnittelu ja pakkausratkaisun päivittäminen. Kauraöljyä on myyty Fazerin henkilökuntamyymälässä sekä Fazerin tutkimuskeskuksessa, mutta pakkaus on ollut hyvin yksinkertainen eikä ollenkaan tuotteen arvoinen. Pakkaus sisältää vain oleelliset tiedot printattuna, sekä pakkaus ei toiminnallisesti tue tuotetta parhaimmalla mahdollisella tavalla, joten visuaaliselle ilmeelle ja päivitetylle pakkausratkaisulle on tarvetta.

Opinnäytetyöni keskittyy kauraöljypulloon, mutta tulen esittelemään kuinka visuaalista ilmettä tullaan soveltamaan muissa tuoteperheen tuotteissa ja kuinka pakkausratkaisut mukautuvat toisiinsa, jotta kauraöljy nähdään myös osana tuoteperhettä eikä vain yksittäisenä tuotteena.

6.2 ESTEETTISET JA BRÄNDITAVOITTEET

Työni tavoitteena oli luoda tuoteperheelle yhtenäinen visuaalinen ilme. Tuotteiden tulisi erottua terveystuotteiksi kauratuotteiksi ja samalla tunnistua Fazerin tuotteiksi ja tukea Fazerin brändiä. Tuoteperheen tuotteet ovat hyvin erilaisia ja tulevat sijoittumaan kauppojen hyllyille eri osastoille, joten pakkausten tulisi olla hyvin tunnistettavia samaksi tuoteperheeksi. Visuaalisen ilmen tulee siis olla hyvin yhtenäinen aivan pakkauksista, väreistä ja graafisesta ilmeestä lähtien.

6.3 AIHEEN RAJAUS

Suunnittelutyöhöni kuuluu taustoitus, joka vahvasti ohjaa työtäni niin graafisen ilmeen suunnittelussa kuin pakkausratkaisun suunnittelussakin. Tärkeitä elementtejä taustoituksessa on lukemani tieto brändäyksestä ja pakkausmuotoilun tärkeydestä. Otan paljon huomioon tutkimaani tietoa kaurasta ja sen terveystuotteista sekä kauraöljystä. Myös itse Fazerin brändin tutkiminen tulee olemaan merkittävä osa suunnittelutyötäni, sillä sekin rajaa omalta osin suunnittelutyötäni.

07 KAURAÖLJYPAKKAUKSEN SUUNNITTELU

7.1 KOLME KONSEPTIA

Suunnittelin kolme erilaista konseptia, jotka esittelin asiakkaalle. Olen rajannut lähtökohdiani suunnitteluprosessille itse, omien tutkimuksieni perusteella ja oman näkökulmani kautta. Fazer antoi työlleni hyvin vapaat kädet joten halusin itse luoda rajoja, jottei työni suuruus leviäisi liian laajalle ja mahdollistaisin työn onnistumisen. Rajasin suunnitteluprosessin lähtökohtia, siitä näkökulmasta, jonka ajattelin miellyttävän asiakkaan mielikuvia ja toiveita tuotteen suhteen. Lähtökohtana suunnitteluprosessille käytin kauraa, sillä se on konkreettinen osa tuotteita eikä sitä voinut sivuuttaa vaan ennemminkin sitä kuului tuoda esille ja vahvaksi osaksi visuaalista ilmettä.

Koin, että konseptien alla olisi hyvä näyttää monia erilaisia variaatioita tekniikoista luonnoksista jotka olisivat mahdollisia, jottei konsepti jäisi asiakkaalle liian suppeaksi, vaan he näkisivät jokaisessa konseptissa po-

tentiaalia ja muuntautumiskykyä ja löytäisivät vaihtoehtoista heitä miellyttävän idean.

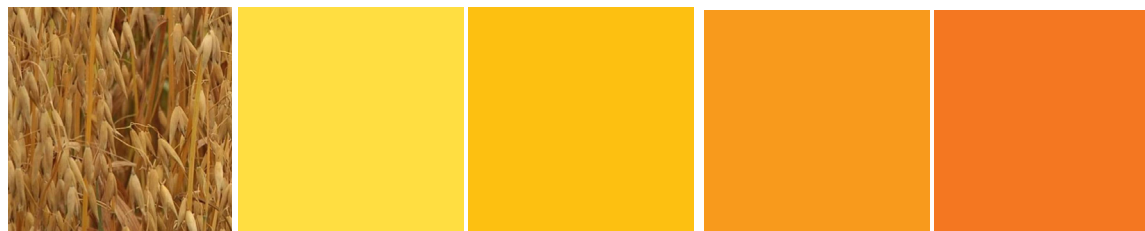
Suunnittelun apuna olen käyttänyt havaintojani Fazerin olemassaolevista pakkausista, ja tutkimaan tietoa brändäyksestä sekä tekemääni kilpailijakartoitusta.

Tämän pohjalta syntyi kolme konseptia:

1. **NATURAL**
2. **WATERCOLOR**
3. **PATTERN**

7.1.1 VÄRIMAILMA

Lähdin liikkeelle värimaailman luomisesta ennenkuin paneudeuin konseptien luomiseen. Loin kolme konseptia, joissa kaikissa käytin samaa värimaailmaa, joka pohjautui kauran omiin luonnollisiin väreihin. Värimaailmaksi suunnittelin pehmeitä ja murrettuja värejä laajalla väriskaalalla. Värit kuitenkin saivat olla erottuvia, joten kirkkaus ja värin puhtaus olivat myös osaltaan tärkeitä elementtejä värimaailman luomisessa. Luonnolliset värit sopivat tuotteille parhaiten, sillä kyseessä on luonnolliset ja terveelliset tuotteet joista osa on myös syötäviä, joten pidin värimaailman maanläheisenä, mutta puhtaana. Loin muutamia erilaisi väriskaaloja joita voisin käyttää. Ajatuksenani oli käyttää erilaisia värejä eri tuotteiden kanssa, siten että pakkausgraafikat toistuisivat, mutta tuoteperheen tuotteet erottuisivat toisistaan väreillään. Värit yhdistäisin selkeisiin mustaan, valkoiseen tai harmaaseen sekä Fazerin logon siniseen väriin.



Kuva 44



Kuva 45



Kuva 46

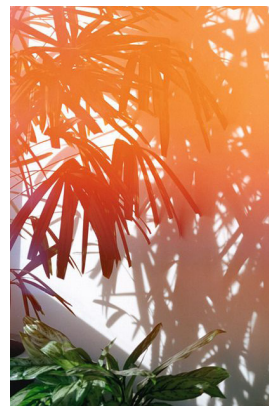
7.1.2 1. KONSEPTI NATURAL

Ensimmäisen konseptin perusideana oli käyttää kauraa työvälineenä ja saada aikaan mahdollisimman luonnollinen ja pehmeä lopputulos, jossa saisi olla mukana rosoisuutta.

TÄRKEITÄ ELEMENTTEJÄ TÄLLE KONSEPTILLE OLI:

- Graafinen ilme muodostuu kaurasta ja väreistä
- Ilme on mahdollisimman luonnollinen ja mukailee oikeaa kauraa
- Typografia selkeää
- Väreinä puhtaat sävyt yhdistettynä mustaan ja valkoiseen
- Eri tuotteissa käytetään kuosia eritavalla tai eri värisenä/sävyisenä
- Tuotteet ovat yhtenäisiä, mutta erottuvat erillisiksi tuotteiksi

MOODBOARD



Kuvat 47-55

Lähdin työstämään luonnoksia hyödyntäen kauran olkia. Ajatuksena oli saada aikaan leimamainen jälki kaurasta. Lähdin toteuttamaan ideaa monilla eri tekniikoilla, jotta löytäisin paraimman mahdollisen ja ajatuksiani vastaavan lopputuloksen.

Ensimmäiset kokeilut, joissa painoin maalattuja olkia paperille, eivät tuottaneet haluttua lopputulosta. Seuraavaksi kokeilin mikrossa kovettettavaa massaa, johon ensin kaulitsin kauran oljet ja kovetin massan, jonka jälkeen irroitin oljet massasta. Massalevy oli kaunis ja siihen oli jäänyt hyvin yksityiskohtaisesti kauran jälki. Massalevyä käytin lopulta leimasimena, levittäen telalla akryylimaalaa massalle ja sen jälkeen painaen en paperille. Tuloksena syntyi kaunis jälki, mutta en vastannut mielikuviani siitä mitä tahdoin.

Kokeilin myös ilmassa kovettuvaa massaa ja työstin sitä samoin kuin mikrossa kuivuvaa massaa. Ilmassa kuivuva massa

soveltui paremmin tekniikalleni, sillä kauran oljen jälki oli vieläkin hienovaraisempi kuin toisessa massassa. Työstöaika tämän massan kanssa oli 24 tuntia, sillä massa kuivui niin kauan, joten kokeilujen tekemiseen meni muutamia päiviä. Tässä kokeilussa valokuvasin massan ja muokkasin sitä Adobe Photoshopilla ja Adobe Illustratorilla. Illustratorilla muutin kuvan vektoriksi ja näin sain muokattua kuvaa haluamallani tavalla. Tämä kokeilu osoittautui parhaimmaksi tavaksi luoda sen tyylistä kuosia mitä olin suunnitellut tekeväni.

Laajensin vielä luonnosten kehittämistä piirtämiseen. Halusin luoda herkkää ja aidon näköistä jälkeä myös piirtäen. Piirrustukseni muunsin myös illustratorissa vektoriksi, mutta niitä en muokannut vaan jätin piirrustusjäljen näkyviin.

LUONNOKSET



Kuvat 56-64

Tämän konseptin kuosiehdotuksina halusin näyttää täysin luonnollisen, muokatun ja piirretyn vaihtoehdon. Väreihin tai täydelliseen sijoitteluun en vielä tässä vaiheessa panostanut, sillä en halunnut näyttää liian valmista lopputulosta, vaan halusin jättää mielikuville, mielipiteille ja ehdotuksille varaa.

Fazerilta yhteyshenkilön kanssa keskusteltuani sain hyvää palautetta konseptin puhuttelevasta moodboardista. He innostuivat luonnollisesta jäljestä ja siitä kuinka kau-raa oli käytetty konkreettisesti kuosin luomisessa. Olimme kuitenkin samaa mieltä siitä, että kuosista tulisi saada pehmeämmän näköinen ja että minun tulisi tehdä esimerkkejä siitä kuinka kuosia käytettäisiin pakkauksissa, sillä tekemäni ehdotukset eivät antaneet kuvaa siitä miten kuosi sijoittuisi pakkauksiin tai miltä lopullinen tuote voisi tulla näyttämään tätä kuosia käyttäen.

KUOSIEHDOTUKSET



Kuvat 65-70

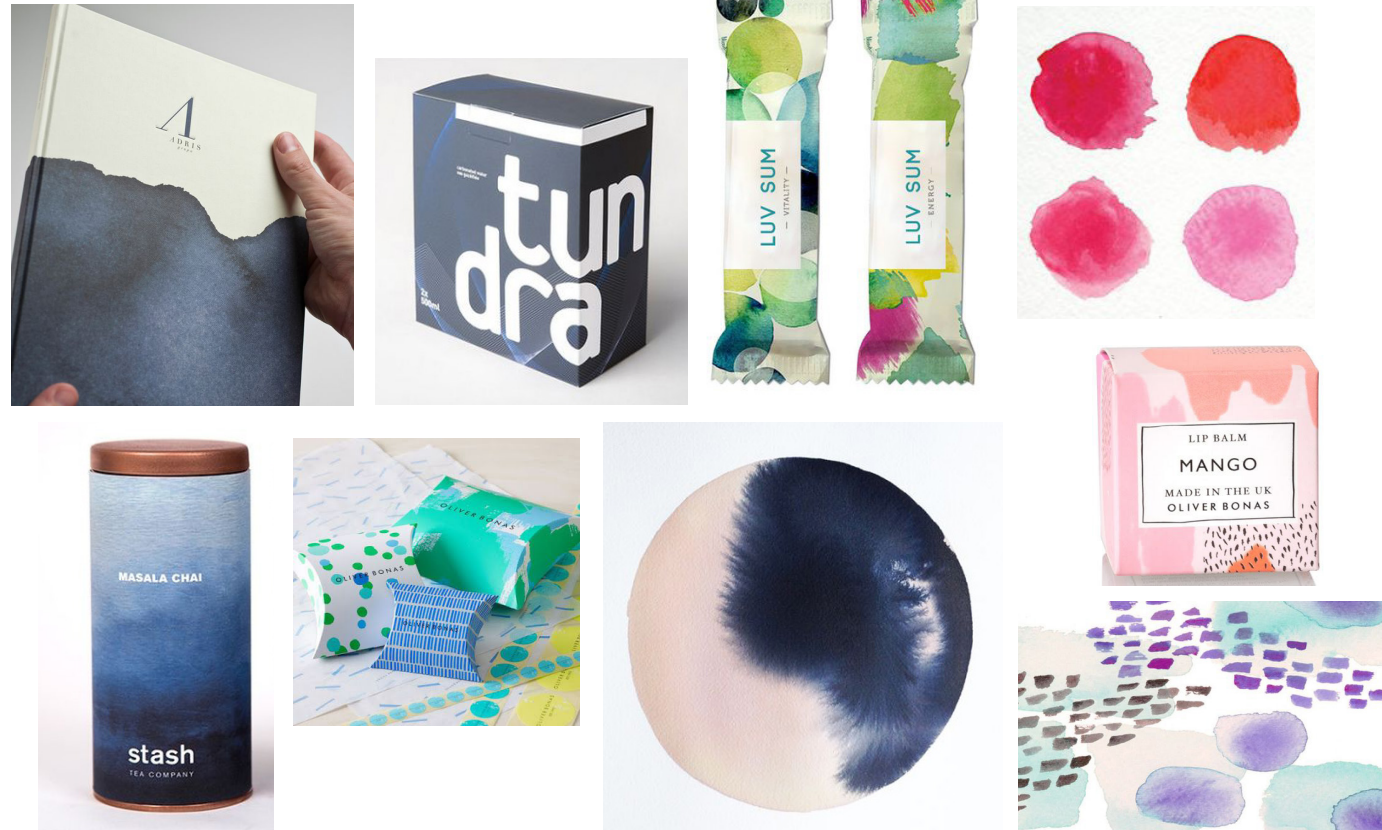
7.1.3 2.KONSEPTI WATERCOLOR

Toisen konseptin lähtökohtina pidin enemmän kauraöljyä kuin itse kauraa. Halusin luoda raikkaan ilmeen joka toisi mieleen kauraöljyn ja siitä inspiroituneena käytin työvälineinä vesivärejä ja peitevärejä. Kauraöljyn oma väri on hyvin täyteläinen keltainen ja halusin käyttää sitä päävärinä.

TÄRKEITÄ ELEMENTTEJÄ TÄLLE KONSEPTILLE OLI:

- Graafinen ilme muodostuu maalatusta pinnasta
- Typografia on voimakas ja selkeä
- Värit ovat heleitä ja kirkkaita
- Eri tuotteissa käytetään kuosia samalla tavalla, tuotteen nimi erottaa tuotteet toisistaan.

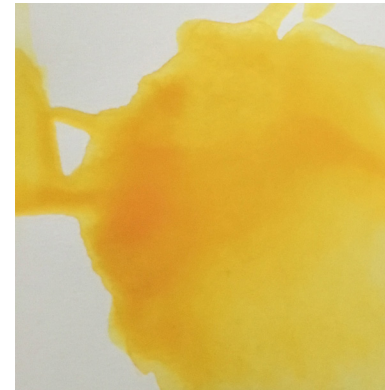
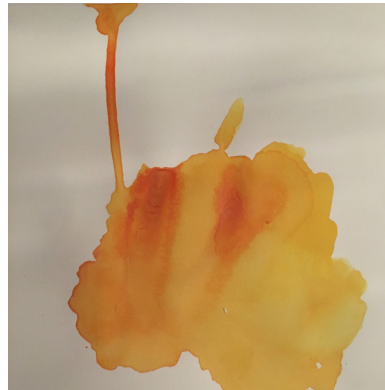
MOODBOARD



Kuvat 71-79

Luonnoksia lähdin työstämään maalaamalla useita erilaisia kokeiluja vesi- ja peiteväreillä. Alkuperäinen ajatukseni oli saada aikaan hyvin märkää jälkeä, jossa väri vaihtelut olisivat rajuja. Päädyin kokeilemaan kuitenkin myös telalla tehtyä jälkeä jolloin jälki oli paljon kuivemman näköistä. Luonnosten työstäminen oli hieman arpapeliä sillä käytin paljon vettä, ja värin asettumista ei voinut täysin itse säädellä.

LUONNOKSET



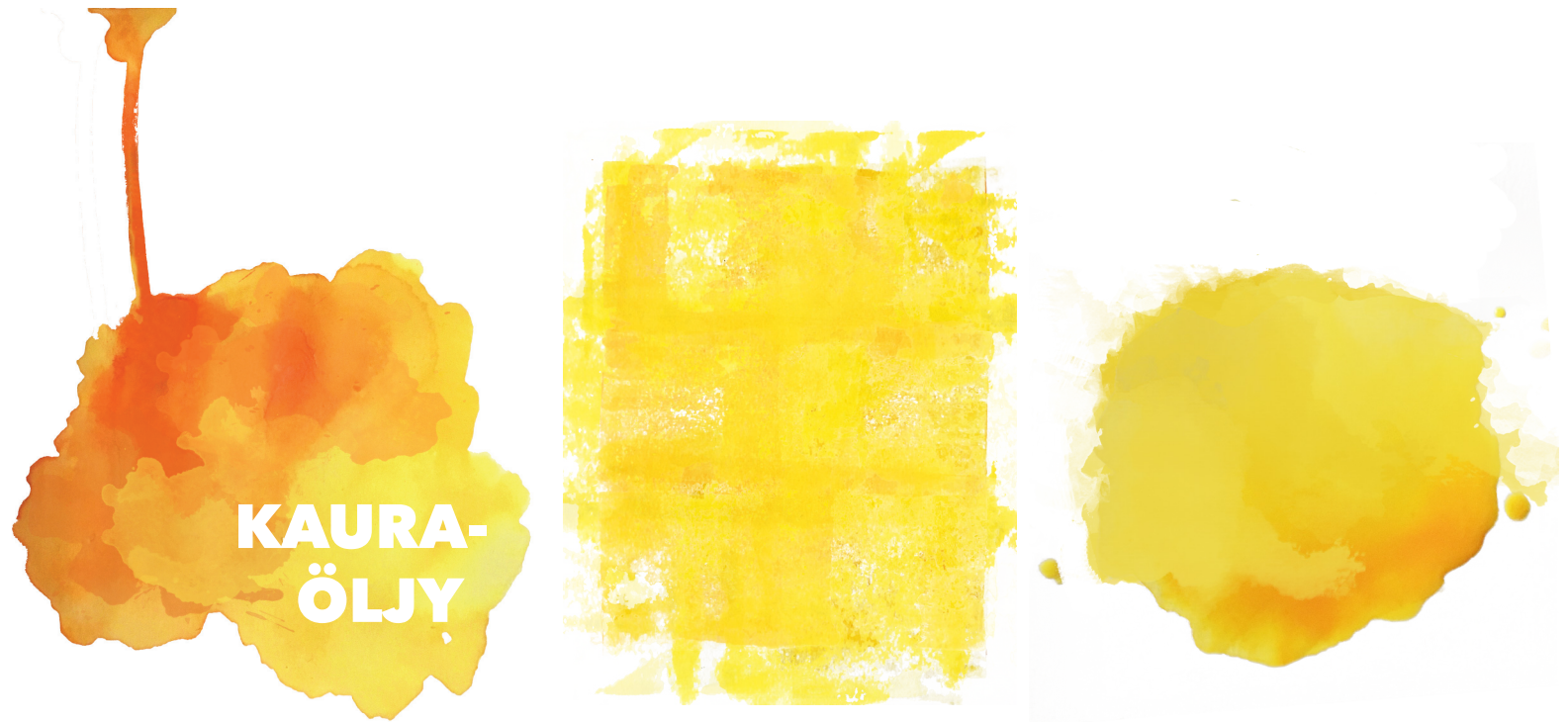
Kuvat 80-85

Tämän konseptin luonnokset halusin pitää selvästi vesivärimäisinä ja selkeinä pintoina. En viimeistellyt näitäkään luonnoksia loppuun saakka jättäen varaa muutosehdotuksille.

Muokkasin kaikkia käsin maalaamia ni luonnoksia koneella, parannellen väriä ja pinnan tekstuuria. Vesiväriäiskät olin ajatellut paketteihin enemmänkin vain tuotteen nimen pohjaksi ja telalla tehdyn jäljen koko pakettia peittämään.

Fazer palautteen perusteella luovuin tämän konseptin jatkokehittämisestä. Konsepti ja kuosiehdotukset olivat hyviä, mutta keskusteltamme tulimme yhdessä siihen tulokseen, ettei vesivärimäinen kuosi tukisi elintarvikkeita haluamallamme tavalla, vaikka se kauraöljylle sopisikin. Vesivärimäinen pinta enemmän vain kosmetiikkatuotteille sopiva ja vaatisi paljon työstöä sopiaksen myös elintarvikkeille.

KUOSIEHDOTUKSET



Kuva 86

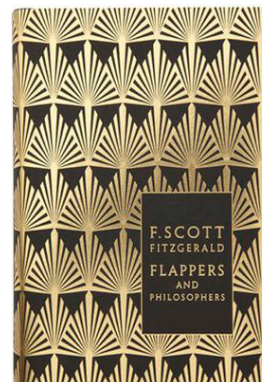
7.1.4 3.KONSEPTI PATTERN

“Pattern” konseptin lähtökohtana oli ilmentää kauraa erilaisin keinoin. Ideana oli luoda kuoseja, joko piirtämällä tai vektorigrafikalla ja luoda hauskan ja iloisen näköistä jälkeä.

TÄRKEITÄ ELEMENTTEJÄ TÄLLE KONSEPTILLE OLI:

- Graafinen ilme muodostuu kaura aiheisesta kuosista
- Typografia selkeää
- Värit ovat murrettuja ja vahvoja
- Eri tuotteissa käytetään kuosia samalla tavalla, esim. väreillä voidaan erottaa tuotteet toisistaan

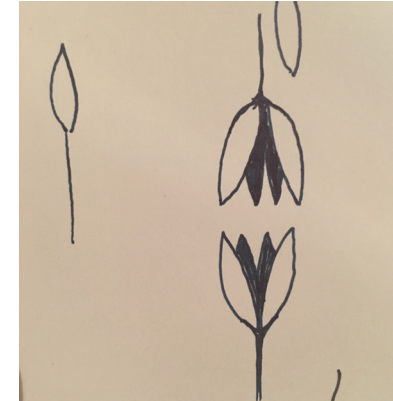
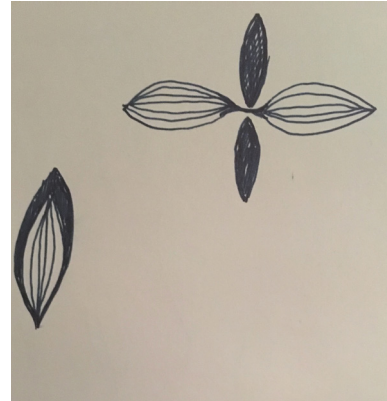
MOODBOARD



Kuvat 87-93

LUONNOKSET

Luonnoksia loin sekä käsin piirtämällä kuin tietokoneella käyttäen Adobe Illustrator ohjelmaa. Halusin luoda muutamia hyvin erilaisia kuosiehdotuksia, joista toiset olisivat säännöllisiä ja toiset epäsäännöllisempiä. Tärkeää oli luoda kuosi joka ilmentäisi kauraa, mutta ei kuitenkaan olisi liian samanlainen kuin 1.konseptin ehdotukset. Halusin käsin piirtämälläni jäljellä luoda pehmeämpää ja luonnollisempaa, herkkää jälkeä ja tietokoneella keskityin säännöllisyyteen ja kuosin toistumiseen.



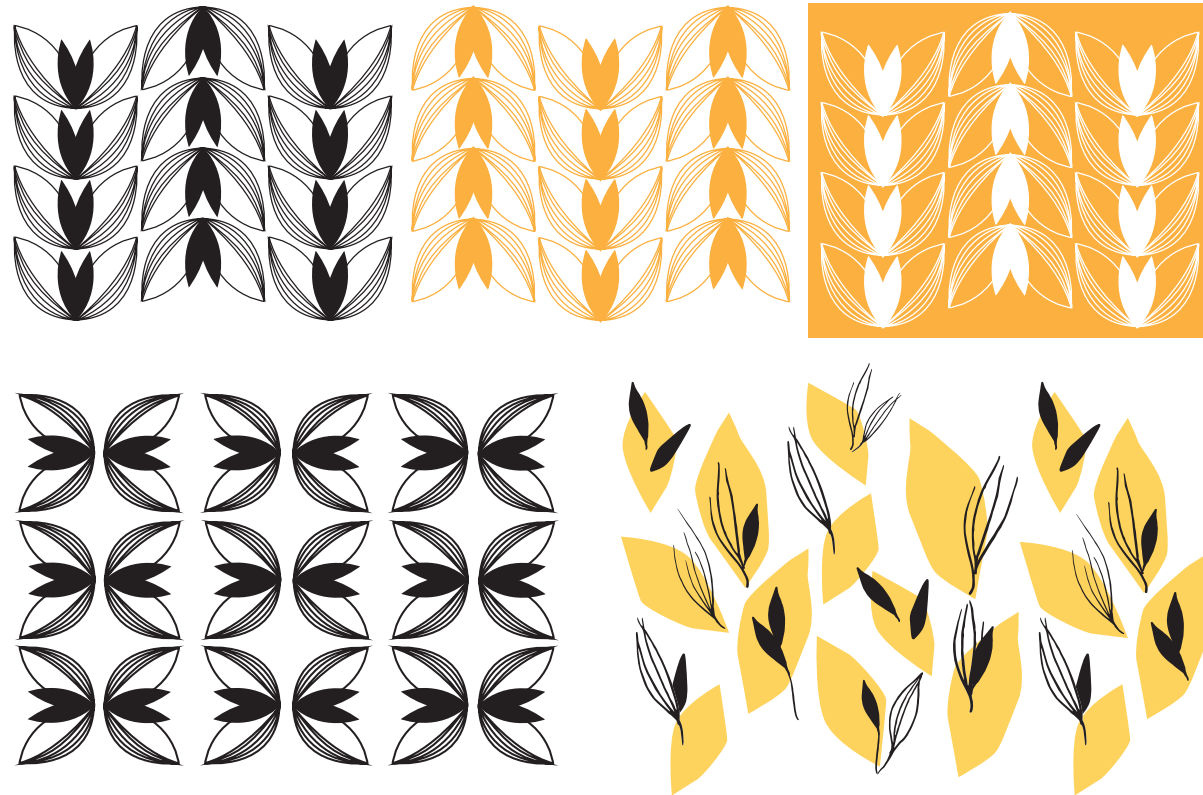
Kuvat 94-98

Kuosiehdotuksiksi päätyivät erilaiset variaatiot yhdestä kuviosta sekä yksi hieman vapaammin aseteltu kuosi. Tämänkin konseptin osalta jätin varaa mielikuvitukselle ja asiakkaan ehdotuksille, enkä tehnyt liian valmista jälkeä.

Ensimmäiset ehdotukseni ovat tehty tietokoneella piirtäen ja monistaen sitten samaa kuosia eritavoin. Toinen ehdotukseni oli hieman vapaampi ja eläväisempi, ja olen tehnyt sen osin käsin piirtäen ja osin koneella muokaten.

Fazer ihastui tähän konseptiehdotukseen. Ensimmäinen kuosi sai palautetta siitä, että se vilisi silmissä ja ei välttämättä siksi toimisi pienessä kauraöljypullossa. Toinen kuosiehdotus sai kannatusta osakseen ja päädyimmekin siihen tulokseen, että jatkaisin sen työstöä eteenpäin.

KUOSIEHDOTUKSET



Kuvat 99-104

7.2 VALITTUJEN KONSEPTIEN JATKOKEHITYS

Natural konseptiehdotuksen luonnolliset kuosit ja Pattern konseptiehdotuksen käsin piirretty ehdotus nousivat Fazerin mielestä parhaimmiksi ja niistä lupasin tehdä nopeat hahmotelmat siitä kuinka kuosia käyttäisin kauraöljypullossa ja toisenlaisessa pakkauksessa.

Photoshopilla työskenneltyäni sain aikaan muutamia hahmotelmia kuosin sijoituksesta, mutta en itse ollut täysin vakuuttunut lopputuloksesta. Pakkauksien tekstipuolta en vielä ollut tässä vaiheessa miettinyt, joten lähdin jatkamaan työskentelyäni typografian ja logojen kanssa ja palaisin kuoseihin kun ideat sijoittelusta olisivat vahvemmat.



Kuvat 105-107



Kuva 108

Aloin hahmottelemaan raakoja versioita ulkoasuista, typografiasta ja tekstien asettelusta. Nykyinen kauraöljypullo sisälsi paljon informaatiota, joka peitti lähes koko pullon. Kehittelin ratkaisuja, joka korjaisi tämän ongelman ja päädyin ehdottamaan Fazerille kahta erilaista ratkaisua. Ensimmäinen ehdotukseni oli että etiketti olisi avattava, jolloin kaiken tarvittavan tiedon saisi pullon etiketin alta ja se ei peittäisi itse pulloa. Tällaista on käytetty paljon esimerkiksi pienissä kosmetiikkapakkauksissa, joissa kaikki informaatio ei mahdu etikettiin. Toinen vaihtoehto oli interaktiivinen linkki, esimerkiksi QR-koodi, joka luettaisiin puhelimella ja tästä linkistä saisi enemmän informaatiota. Tässä vaihtoehdossa on mahdollisuus luoda visuaalinen kokonaisuus myös linkin taakse ja kertoa enemmän tuotteesta.

Hahmottelin millaisia fontteja käytäisin ja kuinka asettelisin Fazerin logon ja

suunnittelemani kuosin sekä muun tarvittavan informaation. Tässä vaiheessa ei ollut vielä selvää tulisiko minun käyttää Aurora -logoa, joten hahmoittelin alustavasti ilmettä ilman logoa.

Fazerin kanssa keskusteltuaamme tulimme siihen tulokseen, että Aurora -logoa tulisi käyttää, jotta kaikki tuotteet yhdistettäisiin Aurora -tuoteperheeseen. Lisäksi päätimme valita etikettiehdotuksen, jossa tuotetiedot löytyvät etiketin alta. QR-koodin totesimme liian vaikeaksi, eikä se tavoittaisi koko asiakaskuntaa, esimerkiksi heitä joilla ei ole älypuhelin. Tässä vaiheessa myös päätimme jatkaa Pattern konseptiehdotuksen kuosilla ja tehdä siitä lopullinen visuaalinen ilme. Keskustelussa, jo aikaisemmin poissuljettu, 2.konsepti "watercolor" nousi uudelleen esille ja Fazer toivoi myös sen jatkokehittelyä, ja tämän tulisin toteuttamaan harjoittelun puitteissa.



Kuvat 109-114



Kuvat 115-117

VÄRIMAAILMAN PÄIVITYS

Työstin myös värimaailmaa pidemmälle. Lopulliseksi väriehdotuksiksi valitsin Aurora-tuoteperheen omat värisävyt: pehmeän oranssin, murretun keltaisen ja kirkkaan vihreän. Fazer on käyttänyt näitä värejä Auroran esitteissä, ja tuntui luonnolliselta valinnalta käyttää näitä värejä. Värikategoriat jakautuvat sen mukaan mihin Aurora-tuoteryhmään kukin tuote kuuluu; Kauraöljy, Kauraproteiini tai kauran beta-glukaani. Nämä värivalinnat olivat hyvin lähellä aikaisemmin miettimääni värimaailmaa ja siksi myös itselleni mieluinen ratkaisu. Näiden värivalintojen avulla tuoteperhe olisi yhtenäinen, mutta samalla erottaisi Aurora-tuotekategoriat toisistaan.

Sovimme Fazerin kanssa, että esittelisin opinnäytetyössäni jokaisesta tuotekategoriasta yhden tuotteen, ja kauraöljyn lisäksi tuotteiksi vahvistui puurokuppi ja välipalapatukka.



Kuvat 118-120

7.3 KAURAÖLJYN NYKYINEN PAKKAUS

KAURAÖLJYPULLO

Fazer Kauraöljyä on jo jonkin aikaa myyty hyvin pelkistetyssä ja yksinkertaisessa pakkauksessa. Pullo on pieni 50ml pakkaus (pohjan halkaisija 3cm, koskeus 7cm + korkki 4,5cm). Pakkaus on mielestäni toiminnallisesti kunnossa, mutta vaatii pientä hienosäätöä, jotta se on öljytuotteelle sopivampi. Ajatuksenani on vain päivittää kauraöljypulloa, parantaa sen toiminnallisuutta sekä suunnitella arvokkaamman näköinen pakkaus joka tukee kauraöljyn arvoa.



Kuva 122

KEHITYSTARPEET

Käytettyäni tuotetta jonkin aikaa aloin havainnoimaan itseäni askarruttavia puutteita. Nykyisen pakkauksen suutinosana on suihkupullo, joka ei käytössä toiminut parhaimmalla mahdollisella tavalla. Tuotetta ei uskaltanut suihkauttaa kaukaa iholle, niinkuin tällaisella suuttimella olisi kuulunut, jotta se toimisi oikein, vaan tuotetta suihkautti kädelle hyvin läheltä jolloin se lähti samantien valumaan kämmenselkää pitkin. Samanlaisia havaintoja tekivät tuttuni joita pyysin testaamaan tuotetta. Näiden havaintojen pohjalta lähdin miettimään toiminnallisesti parempaa ratkaisua suutinosalle.

Päädyin ratkaisuun, jota on havaintojeni mukaan käytetty esimerkiksi hiusöljypakkauksissa ja täten olisi sopiva myös Fazerin kauraöljypullolle. Suutinosana olisi toimivampi pumppupullomaisena pienenä suuttimena, joka annostelisi tuotteen helposti kämmelle.

Pullon muoto ja ulkonäkö eivät vastanneet kauraöljyn arvoa. Pullo ja sen ulkonäkö näytti halvalta ja loi tuotteelle epä määräisen ilmeen. Uuden pakkauksen tulisi tukea kauraöljyä ja sen arvoa ja edustaa fazerin brändiä.



Kuvat 123-126


7.4 MATERIAALIT

Kauraöljyn pakkaus on materiaailtaan valkoista polyeteeniä (PE-HD). PE-HD on korkeatiheyksistä polyeteeniä, joten se on lujaa ja jäykkää sekä kestää hyvin rasvaa ja lämpöä. PE-HD:stä voidaan valmistaa joko sameaa tai värillistä muovia. Siitä valmistetaan muovipusseja, pulloja ja kanistereita. Pakkaus soveltuu käytön jälkeen energianhyötykäyttöön.

<http://www04.edu.fi/elintarvikkeidenpakkaaminen/sivut/materiaali5.shtml#>

Valitsin pakkauksen materiaaliksi saman materiaalin, jota jo aiemmassa pakkauksessa oli käytetty eli PE-HD:n. Tämä muovi sopii käyttötarkoitukseen, sillä se suojaa kauraöljyä sen tarvitsemalla tavalla; suojaa auringonvalolta sekä sitä pystyy säilyttämään kauraöljyn tarvitsemassa viileässä lämpötilassa. Valkoinen muovi antaa myös graafiselle ilmeelle hyvän pohjan.



 <p>02 PE-HD</p>	<p>Samea tai värillinen, joustava, vahamainen pinta</p>	<p>Mehupullot, ämpärit, virvoitusjuomakorit.</p> <p>Soveltuvat energiahötykäyttöön. Eräillä paikkakunnilla on PE-HD-muovipakkausten kierrätyspisteitä.</p>
--	---	--

Kuvat 127-129

7.5 PAKKAUSRATKAISUN SUUNNITTELU

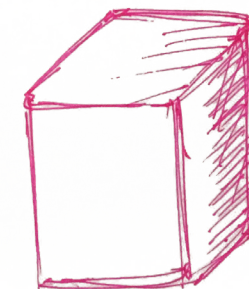
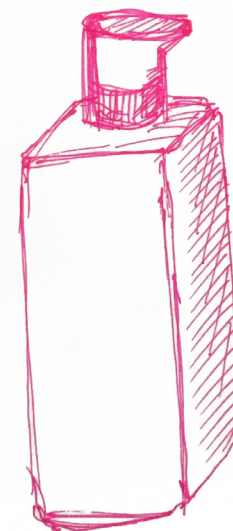
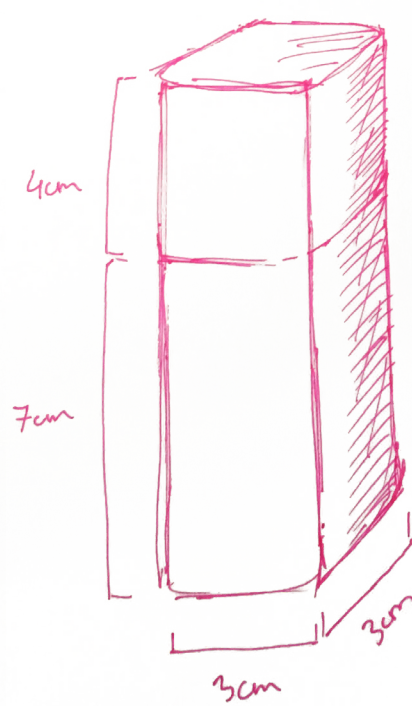
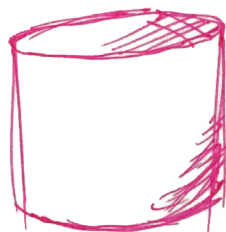
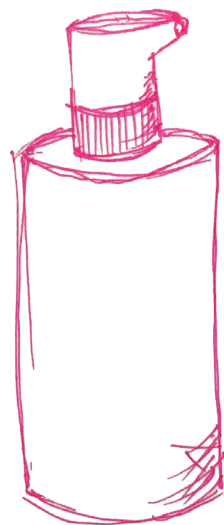
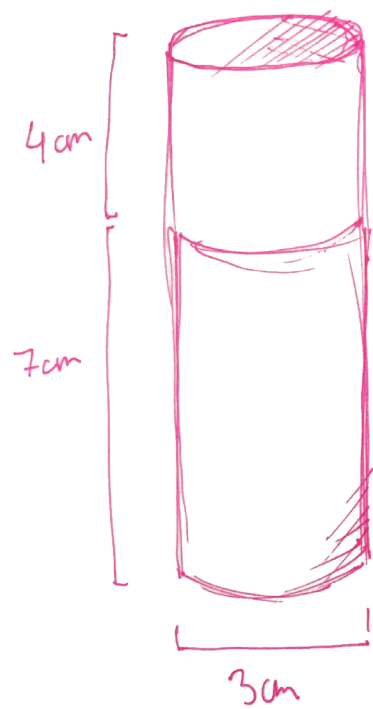
Lähdin suunnittelemaan kauraöljypulloa jo aikaisemmin havaitsemien lähtökohtien puitteissa. Tavoitteena oli päivittää pulloa hie- man, jotta se olisi kauraöljyn arvoinen sekä toiminnallisesti että ulkomuodoltaan. Pää- dyin suunnittelemaan yksinkertaisia muo- toja; lieriön ja suorakulmaisen särmiön. Jo ennen suunnittelutyötä jätin orgaaniset ja mielikuvituksellisemmat muodot tämän työn ulkopuolelle pullon pienen koon vuoksi. Yk- sinkertaisemmat ja selkeät muodot toimi- vat tässä työssä paremmin, sillä graafiselle ilmeelle tuli jäädä tilaa, sekä selkeä muoto toisi arvoa tuotteelle. Valittu graafinen ilme on jo itsessään mielenkiintoa herättävä vä- reiltään ja kuosiltaan, joten yksinkertainen muoto tukee sitä parhaiten eivätkä ulkomuo- to ja ilme riitele keskenään.

Havaitsin myös, että jo olemassa oleva pullo oli sopivan kokoinen käteen. Olin ajatellut madaltaa pulloa, jolloin pohjan

pinta-ala olisi ollut suurempi ja pullo mata- lampi, mutta laskettuani lieriön tilavuuksia huomasin, että jo pienellä pohjan pinta-alan muutoksella pullon korkeus muuttui huimas- ti. Tulin siihen tulokseen, että pullon nykyiset mitat olivat sopivammat, sillä sen tulisi sopia monen kokoiseen käteen ja nykyinen pullo täytti tämän kriteerin.

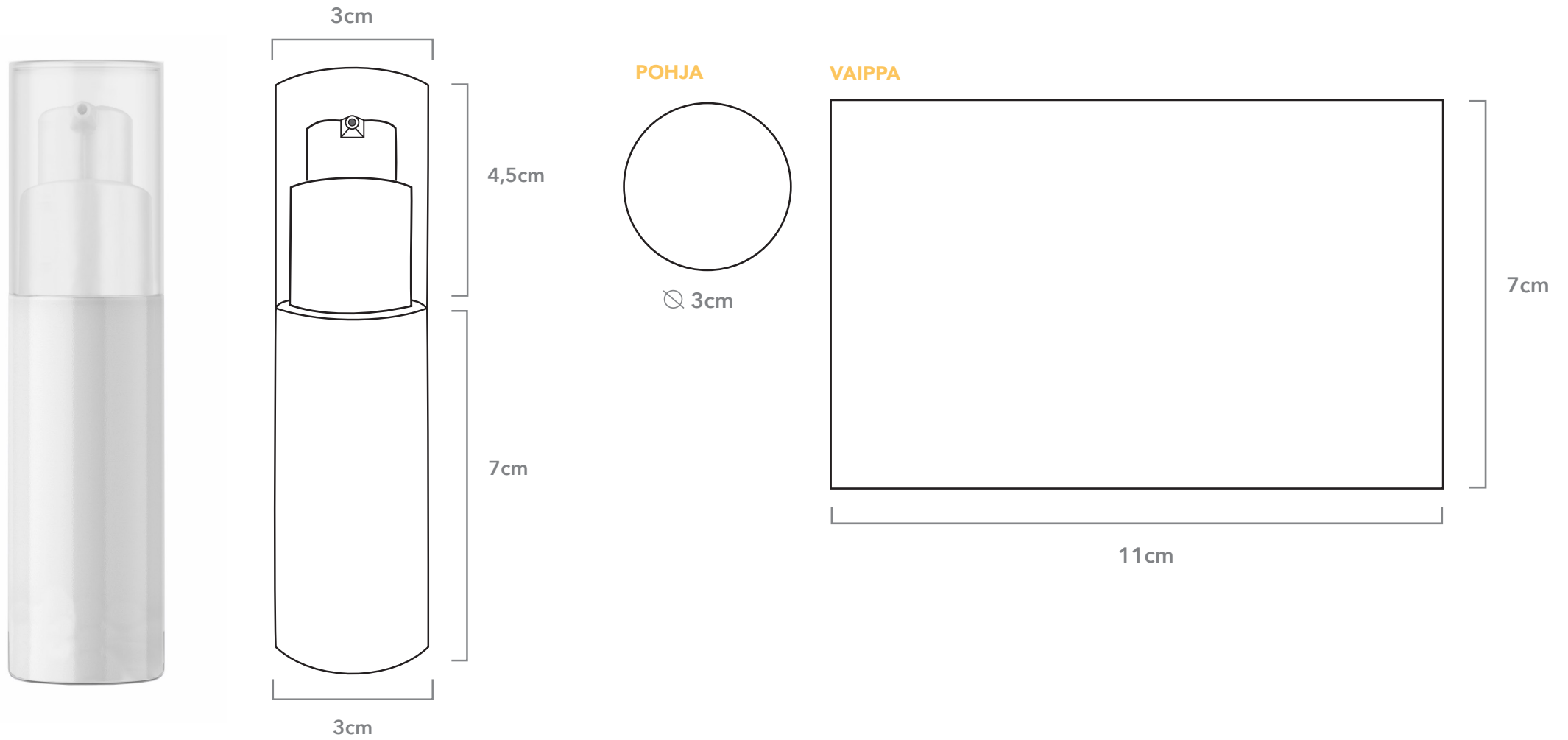
Keskustelussa Fazarin kanssa tulim- me siihen tulokseen, että jatkan työtäni lie- riön mallisen pullon kanssa. Olimme molem- mat sitä mieltä, että nykyisen pullon koko ja muoto toimi hyvin, mutta pienet muutokset toiminnallisesti ja ulkonäöllisesti tekisivät pullostä arvokkaamman näköisen. Lisäksi pullo olisi tuotannollisesti helppo toteuttaa sillä se on niinsanotusti valmis pakkausratkai- su.

LUONNOKSIA



Kuvat 130&131

7.6 VALMIS PAKKAUS- RATKAISU



7.6 PAKKAUSTEN VISUAALINEN IDENTITEETTI

Pakkausten tulee tukea Fazerin sekä Auroran brändiä. Auroralla on omat logonsa, johon fonttien sekä värien tulee istua sekä kaiken tämän tulee sopia kokonaisuutena Fazerin ilmeeseen ja edustaa Fazerin brändiä. Aurora-tuotepiheelle ei ole vielä graafistaohjeistoa, joten fonttien, ilmeen ja logon käytön suhteen minulla oli vapaat kädet toimia. Fonttien valinnassa kiinnitin huomiota Auroran logoon sekä luomaani visuaaliseen ilmeeseen. Fonttien tuli tukea näitä molempia ja sopia kokonaiskuvaan. Päädyin valitsemaan otsikkofontiksi Titan one - regular, joka on pehmeäreunainen groteskifontti. Halusin hieman pyöreäreunaisen ja vahvan fontin pääfontiksi, sillä mielestäni tällainen fontti sopi parhaiten luomaani ilmeeseen, sillä se henki samanlaista tunnelmaa kuin itse ilme. Auroran logon kanssa se loi kontrastia ja samalla erottui edukseen.

Alaotsikoissa käytin fonttia Signika - semibold. Alaotsikko tuli olemaan tuotteen nimi ruotsiksi ja halusin tähän valita fontin joka ei vie huomiota otsikkofontilta, mutta on kuitenkin vahva ja itsenäinen fontti. Signika on enemmän yhdenmukainen Aurora-logossa käytetyn typografian kanssa ja siksi luo harmonisen kokonaisilmeen muiden fonttien kanssa.

Leipätekstiksi valitsin helppolukuisen päätteettömän fontin Avenir Nextin - medium ja demi bold. Tuotetiedot tulevat pienellä fonttikoolla pullon takaosaan etiketin alle, joten helppolukuisuus oli suurin kriteeri fonttia valitessa.

LOGOT



Kuvat 136- 138

VALITUT FONTIT

**ABCDEFGHI
JKLMNOPQRS
TUVWXYZÄÖ**

Titan one - regular

**abcdefghi
jklmnopqrs
tuvwxyzääö**

Signika - semibold

abcdefghi
jklmnopqrs
tuvwxyzääö

Avenir Next - Medium

abcdefghi
jklmnopqrs
tuvwxyzääö

Avenir Next - Demi Bold



Kuvat 139 & 140

Sovitin logot ja typografian graafisen ilmeen päälle ja tein toimivan kokonaisuuden värien ja värisävyjen avulla. Oli tärkeää pitää ilme raikkaana ja harmonisena. Tein jokaisesta Aurora-tuoteperheen tuotekategoriasta yhden graafisen ilmeen loppuun saakka, sillä oli tärkeää nähdä että ilmeet ja värit sopivat toisiinsa. Ensimmäisessä versiossa käytin valmiita Aurora-logoja ja toisessa versiossa, jonka ilmeestä halusin vielä raikkaamman, käytin itse muokkaamaani logoa. Valkoisessa logoversiossa muokkasin logoa niin, että pohjaväri ja tekstin väri vaihtoivat paikkoja. Halusin ehdottaa myös tällaista versiota, jotta saamme vertailukohteita sekä kaikista parhaimman lopputuloksen tuotteiden ilmeiksi.

Lopulliseksi versioksi valitsin kuitenkin värillisen logon, sillä se oli nykyinen Aurora -tuoteperheen logo, enkä ilman graafista ohjeistoa uskaltanut käyttää logoa väärin, eli tässä tapauksessa valkoisena versiona.



Kuvat 141 & 142

08 VALMIS PAKKAUSKONSEPTI

8.1 VALMIS PAKKAUS

Tulosti kauraöljypullon etiketin ja kiinnitin sen kuvien ottoa varten Fazerin aikaisemman kauraöljypullon päälle. Halusin havainnollistaa kuinka etiketti istuu pulloon ja kuinka avattava etiketti toimii. Valmiit tuotekuvat kaikista suunnittelemani tuotteiden etikeleistä olen muokannut Adobe Photoshop ohjelmalla sijoittamalla suunnittelemani etiketin internetistä etsimieni pakkausten kuvien päälle. Kaikkien tuotteiden prototyyppien rakentaminen ei ollut oleellista, sillä tuotteille tullaan valitsemaan valmiit pakkausratkaisut ja tavoitteenani oli vain näyttää kuinka visuaalinen identiteetti toimii tuotesarjan eri tuotteissa.

Tuotteen korkin materiaali on viimeksi läpikuultavaa muovia. Valitsin tämän materiaalin, sillä se loi arvokkaan näköisen lopputuloksen.

Etiketin materiaaliksi valikoitui ohut tulostettava muovi, jonka toisella puolella on liimapinta. Liimapinta mahdollistaa avattavan etiketin toiminan, sillä sen pystyy sulkemaan uudelleen.

ETIKETTI



14,5cm

Kuva 143

7cm

AVATTAVA ETIKETTI



Kuvat 144-146



Kuva 147

8.2 TUOTEPERHEEN ESITTELY



Kuvat 148-150



Kuva 151



Kuva 153



Kuva 154

09 ARVIOINTI

9.1 TUOTOS

Opinnäytetyöni lopputulos on mielestäni onnistunut ja olen siihen itse tyytyväinen. Suunnittelutyöni tavoitteena oli luoda Aurora-tuotesarjalle ilme, joka tukisi sekä Fazerin että Auroran brändiä ja toisi tuotesarjalle sen arvoisen ilmeen. Fazer valitsi heitä miellyttävän konseptiehdotuksen, josta toteutin Aurora -tuotesarjalle pakkausgrafiikan. Suunnittelemani ilme sopii mielestäni Fazerin yleiseen ilmeeseen ja heidän aikaisempiin pakkausratkaisuihin. Pakkausten raikas yleisilme, värit ja kuosi luo oikeanlaisen mielikuvan siitä millainen Aurora-tuotesarja on; tuore ja puhdas.

Omasta mielestäni onnistuin suunnittelemaan kauraöljypullon ilmeestä arvokkaamman näköisen ja tukemaan tuotetta. Puurokupin ja välipalapatukan visuaalisen ilmeen koin kuitenkin haastavammaksi sijoittaa tuotteisiin ja ilmeet jäivät mielestäni

hieman keskeneräisiksi, eivätkä toimineet tuotteissa haluamallani tavalla. Tähän tulen kuitenkin paneutumaan vielä jatkossa, sillä haluan viimeistellä näidenkin tuotteiden ilmeet loppuun saakka.

Kauraöljypullon pakkausrakenteen päivittäminen toi pakkaukselle lisäarvoa, teki siitä trendikkäämmän näköisen sekä toiminnallisesti paremman käyttäjä.

Seuraavaksi jatkan yhteistyötä Fazerin kanssa harjoitteluna ja toteutan Watercolor konseptiehdotuksesta toisen ilmeen Aurora -tuotesarjalle. Fazer ihastui konseptiehdotuksiini ja siksi haluaa nähdä myös toisen konseptin vietynä täysin loppuun ja näin he saavat myös enemmän valinnan varaa millaisen pakkaussarjan he haluavat toteuttaa.

9.2 PROSESSI

Opinnäytetyön tekeminen oli hyvin opettava kokemus. Sain onnekseni toimia yhteistyössä yrityksen kanssa, joka loi opinnäytetyöhöni vielä enemmän haasteita, mutta toi mukanaan hienon mahdollisuuden sekä se antoi paljon inspiraatiota jaksaa koko prosessin läpi. Koen yhteistyön hyvin positiivisena ja varmasti hyödyllisenä minulle työelämää ajateltuna. Opinnäytetyö eroisi paljon aikaisemmasta koulutyöskentelystä, sillä projekti oli hyvin itsenäinen ja sisälsi paljon taustatutkimusta, johon en ollut koulussa tottunut. Koin sen kuitenkin tärkeäksi osaksi työtäni ja ammainsin siitä paljon suunnittelutyöhöni.

Kun nyt jälkeenpäin mietin prosessia jonka tein, tulee minulla monia asioita mieleen jotka tekisin nyt toisin. Onneksi Fazer mahdollisti minulle harjoittelun, jossa voin vielä perehtyä tähän työhön ja tehdä asioita eritavoin. Koko projekti oli minulle haastava,

mutta antoisa. Olen itse vahvimmillani kun suunnittelen pakkausratkaisuja ja tämä työ vei minut ulos mukavuusalueeltani kun suunnittelutyö painottui lähes pelkästään pakkausgrafiikan luomiseen. Haasteita minulle loi myös näin pitkässä prosessissa aikataulus, joka näkyi kiireenä loppuviheessä. Työni tulos ja motivaationi kasvoi kuitenkin pienen paineen ja stressin alla joten jos aikaa olisi ollut loputtomiin olisin hionut työtäni myös loputtomiin. Itse suunnittelutyössä koin mielekkäimmäksi konseptien suunnittelun ja toteutuksen. Haastavinta minulle oli fonttien, logojen ja ilmeen yhdistäminen eli lopullisen pakkausgrafiikan luominen. Olen kuitenkin lopputulokseen ja prosessiin tyytyväinen, vaikkakin prosessi oli ajoittain hankala. Kuitenkin koin että toteutin prosessin eri vaiheet huolellisesti päätyen onnistuneeseen lopputulokseen.

LÄHTEET

KIRJALÄHTEET

Järvi-Kääriäinen, T. & Ollila, M. 2007. Toimiva pakkaus. Helsinki: Hakapaino Oy

Lindroos, S., Lindroos, K. & Nyman, G. 2005. Kirkas Brandi. Helsinki: WSOY

Villanen, J. 2016. Tuotteista tähtituotteita. Helsinki: Kauppakamari

ELOKTRONISET LÄHTEET

Askel terveyteen, 2017, 10 uskomatonta faktaa kaurasta. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <https://askelterveyteen.com/10-uskomatonta-faktaa-kaurasta/>

Aunatural Organics, 2017, Oat oil. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <https://aunaturalorganics.com/shop/oat-oil-100ml/>

Davvi Cosmetics, 2017, DAVVI Natural Lift Restorative Facial Cream. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <http://www.davvibiosmetics.com/tuotteet/Natural-Lift-Renewing-Facial-Cream-30ml#osa1>

Fazer, 2017. [Viitattu 14.4.2017] Saatavilla: www.fazergroup.com

Plastics, 2017. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <http://www.plastics.fi>

PuhdasPlus, 2017, Beauty Oil Deep Moisturising Body Oil. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <http://www.puhdasplus.fi/tuotteet/beauty-oil-deep-moisturising-body-oil-100-ml/>

Teliaoils, 2017, Oat oil. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <http://www.teliaoils.com/en/avena-sativa-kernel-oat-oil.html>

Yliopiston apteekki, 2017. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <https://www.yliopistonapteekki.fi/her-nourishing-shampoo-250-ml-59433.html>

Yliopiston apteekki, 2017. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: https://www.yliopistonapteekki.fi/ya_naturae.html

XZ, 2017. [viitattu 14.4.2017] Saatavilla: <http://www.xz.fi>

KUVA LÄHTEET

- Kuva 0: <http://www.dystar.com/wp-content/uploads/2016/10/Vegetable-oil-based.jpg> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 1: <http://www.fazergroup.com/globalassets/global/fazergroup/responsibility/karl-fazer-production-450x450.jpg?width=450&height=999&mode=max> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 2: <http://www.fazer.lv/siteassets/main-pictures-860x390/fazerin-sininen-suosituin-suklaa-860x390.jpg> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 3: <http://www.soome100.ee/wp-content/uploads/2017/01/fazer.jpg> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 4: <http://www.fazergroup.com/fi/> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 5: <http://www.fazergroup.com/fi/yrityksille/fazer-mylly/toimintamme/fazer-mylly/> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 6: <http://www.packagingoftheworld.com/2014/11/fazer-alku.html> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 7: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/7d4edd44-5762-4649-8529-fd29900561ca.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 8: <https://www.fazer.fi/tuotteet-ja-asiakaspalvelu/12840/fazer-alku-sadonkorjuumysli-450-g/> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 9: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/ffb767af-3c56-4666-b90a-6af1387eadc4.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 10: <https://www.fazer.fi/tuotteet-ja-asiakaspalvelu/13275/fazer-juuresleipa-ruis-kesakurpitsa--palsternakka-4-kpl280-g/> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 11: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/3e18bcb4-aff0-4217-9cdb-827981341321.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 12: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/072319ba-457f-4916-bb09-360b01e776412.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 13: https://www.pingviini.fi/assets/img/product_images/fazer_marianne_puikko_54g_80ml_large.png [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 14: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/eb1b241d-6950-4ddd-be38-18d744d6c25e.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 15: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/4aab5dc5-0b79-4e61-9b68-8e7916936c32.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 16: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/3f6d0ba7-5277-4dc2-8de0-b1a1f043a044.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 17: http://www.pentagondesign.fi/sites/default/files/Fazer_Lakritsi_01_main.jpg [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 18: http://www.pentagondesign.fi/sites/default/files/Fazer_Lakritsi_01_main.jpg [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 19: <http://www.fazergroup.com/siteassets/for-businesses/fazer-mylly/fazer-mylly-files/tiedostot-eng/fazer-aurora-brochure.pdf> [ladattu 14.4.2017]
- Kuvat 20-22: <http://www.fazergroup.com/siteassets/for-businesses/fazer-mylly/fazer-mylly-files/tiedostot-eng/fazer-aurora-brochure.pdf> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 23: <http://www.packagingoftheworld.com/2014/11/fazer-alku.html> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 24: <http://www.fazershop.com/globalassets/inriver/resources/7d4edd44-5762-4649-8529-fd29900561ca.png> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 25: <https://www.fazer.fi/tuotteet-ja-asiakaspalvelu/12840/fazer-alku-sadonkorjuumysli-450-g/> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 26: <http://www.fazergroup.com/siteassets/for-businesses/fazer-mylly/fazer-mylly-files/headline-image-special-ingredients3.jpg> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 27: <https://cdnssl.nu3.de/DE/product/puhdas-beauty-oil-deep-moisturising-body-oil-vartalooeljy-100-ml-134941-1832-149431-1-productbig.jpg> [ladattu 14.4.2017]
- Kuva 28: http://www.davvibiosmetics.com/application/files/9714/4229/9431/Natural_Lift_Restorative_Facial_Cream.jpg [ladattu 14.4.2017]

Kuva 29: <http://www.teliaoils.com/en/avena-sativa-kernel-oat-oil.html> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 30: <https://aunaturalorganics.com/shop/oat-oil-100ml/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 31: <http://www.xz.fi/tuotteet/xz-aito-shampoo> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 32: <http://www.xz.fi/tuotteet/xz-aito-hoitoaine> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 33: <https://www.yliopistonapteekki.fi/her-nourishing-shampoo-250-ml-59433.html> [ladattu 14.4.2017]
Kuvat 34-35: <http://lumene.com/fi/taxonomy/term/346> [ladattu 14.4.2017]
Kuvat 36-37: <http://www.lumene.com/fi/catalog/sisu-urban-antidotes> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 38: <https://www.yliopistonapteekki.fi/ya-naturae-yovoide-kaura-manteli-kuiva-iho-50-ml-63977.htm> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 39: <https://www.yliopistonapteekki.fi/ya-naturae-paivavoide-puolukka-kuiva-iho-50-ml-63978.html> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 40: <https://www.yliopistonapteekki.fi/ya-naturae-vartalovoide-kehakukka-ruusunmarja-200-ml-59874.html> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 41: <http://www.teliaoils.com/en/avena-sativa-kernel-oat-oil.html> [ladattu 14.4.2017]
Kuv 42-43: <https://aunaturalorganics.com/shop/oat-oil-100ml/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 44: http://images.cdn.yle.fi/image/upload//w_1198,h_674,q_70/13-3-5422011.jpg [ladattu 14.4.2017]
Kuva 45: http://www.vastavalo.net/albums/userpics/12877/normal_Kaurapelto_5268.jpg [ladattu 14.4.2017]
Kuva 46: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1b/Fazer_logo_2017.jpg [ladattu 14.4.2017]
Kuva 47: <https://www.pinterest.com/pin/432064157973006111/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 48: <https://www.pinterest.com/pin/15973773651314361/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 49: <https://www.pinterest.com/pin/46865652352876909/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 50: <https://www.pinterest.com/pin/411446115942674801/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 51: <https://www.pinterest.com/pin/190066046753842949/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 52: <https://www.pinterest.com/pin/156077943314852483/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 53: <https://www.pinterest.com/pin/513058582527691319/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 54: <https://www.pinterest.com/pin/190066046751600140/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 55: http://www.tervevatsa.fi/wp-content/uploads/2012/12/Vihreä_kaura.jpg [ladattu 14.4.2017]
Kuvat 56-70: Laura Lehtonen, 2017
Kuva 71: <https://www.pinterest.com/pin/197173289909146669/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 72: <https://www.pinterest.com/pin/213921051027108491/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 73: <https://www.pinterest.com/pin/499407046155710167/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 74: <https://www.pinterest.com/pin/138415388526420502/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 75: <https://www.pinterest.com/pin/228628118556380980/> [ladattu 14.4.2017]

Kuva 76: <https://www.pinterest.com/pin/169518373449880799/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 77: <https://www.pinterest.com/pin/162200024053793339/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 78: <https://www.pinterest.com/pin/219198706841696565/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 79: <https://www.pinterest.com/pin/326651779208043638/> [ladattu 14.4.2017]
Kuvat 80-86: Laura Lehtonen, 2017
Kuva 87: <https://www.pinterest.com/pin/281756520409450436/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 88: <https://www.pinterest.com/pin/216595063298394498/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 89: <https://www.pinterest.com/pin/216383957075888740/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 90: <https://www.pinterest.com/pin/558164947546280042/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 91: <https://www.pinterest.com/pin/141089400803501476/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 92: <https://www.pinterest.com/pin/286541595022493392/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 93: <https://www.pinterest.com/pin/295056213057043904/> [ladattu 14.4.2017]
Kuvat 94-117: Laura Lehtonen, 2017
Kuvat 11-120: <http://www.fazergroup.com/siteassets/for-businesses/fazer-mylly/fazer-mylly-files/tiedostot-eng/fazer-aurora-brochure.pdf> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 121-122: Laura Lehtonen, 2017
Kuva 123: <https://smartymockups.com/product/glass-airless-bottle-mockup-2/> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 124: <https://packcreate.com/wp-content/uploads/edd/2016/04/beauty-glass-bottle-serum-03-1-1024x576.png> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 125: <http://www.lotioncrafter.com/files/cache/7f162548b49e049355e6c9e541e92d7a.jpg> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 126: <https://ae01.alicdn.com/kf/HTB112nvNXXXXXa0XFFXq6xXFXX3/10pcs-LOT-30ml-50ml-font-b-15ml-b-font-font-b-Airless-b-font-font-b.jpg> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 127: <http://www.lotioncrafter.com/files/cache/7f162548b49e049355e6c9e541e92d7a.jpg> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 128: <https://www.sibo-group.eu/assets/Uploads/VT-045-060.jpg> [ladattu 14.4.2017]
Kuva 129: <http://www.plastics.fi> [ladattu 14.4.2017]
Kuvat 130-135: Laura Lehtonen, 2017
Kuvat 136-137: <http://www.fazergroup.com/siteassets/for-businesses/fazer-mylly/fazer-mylly-files/tiedostot-eng/fazer-aurora-brochure.pdf> [ladattu 14.4.2017]
Kuvat 138-154: Laura Lehtonen, 2017

