

# 1 DAY

On the go - pakkausmallisto hajuedelle

---

1DAY

---

On the go - pakkausmallisto hajuvedelle  
Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoilu- ja taideinstituutti  
Pakkausmuotoilu ja grafiikka  
Opinnäytetyö  
Kevät 2011  
Saana Hellsten

Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoilu- ja taideinsituutti  
Pakkausmuotoilu ja grafiikka

Hellsten, Saana  
On the go - pakkausmallisto hajuvedelle

Opinnäyteyö  
134 sivua  
Kevät 2011

Opinnäytetyön aiheena ovat hajuvesipakkaukset. Työn tausta-aineistona käytettiin hajuvesipakkausten historiaa, muoti- ja vaateteollisuuden brändiajattelua sekä käyttäjäkokemuksia. Suunnittelutyön tavoitteena oli luoda uudenlainen tapa, hajuvesipakkaus on osa asustetuotetta. Työ eteni luonnoksista fyysisiin prototyyppeihin, jotka toteutettiin osittain yhteistyössä alan ammattilaisten kanssa. Prototyyppien valmistaminen ja materiaaleihin perehtyminen olivat projektin haasteellisin osa. Prosessin eri vaiheet on dokumentoitu kirjallisessa osassa. Tavoitteena oli luoda yhtenäinen ja toimiva kokonaisuus, jossa materiaalivalinnat ja värit tukevat toisiaan. Lopputuloksena esitetään mallisto, jossa hajuvesipullot kulkevat kokonsa ansiosta kätevästi mukana lompakossa, kynämäisessä puukotelossa tai riipuskoruna. Yhdessä kotelopakkausten ja tuotekuvien kanssa ne muodostavat esittelyaineiston mahdollisille yhteistyökumppaneille.

Asiasanat: hajuvesipakkaus, muoti-brändi

Lahti University of Applied Sciences  
The Institute of Design  
Package Design / Graphic Design

Saana Hellsten  
On-the-go perfume packaging collection

Final Thesis  
134 pages  
Spring 2011

The topic of the thesis is perfume packaging. The history of perfume packaging, the brand philosophies of the fashion and clothing industry and customer experiences were used as background material for the thesis. The aim of the design process was to create a new way to package a perfume case as a part of an accessory product. The process proceeded from sketches to prototypes, which were realized in part in cooperation with professionals. The most challenging parts of the project were producing the prototypes and getting acquainted with materials. The different parts of the process are documented in the written part of the thesis. The aim was to create a cohesive and functional product in which the material choices and colors compliment each other. The end product is a collection in which a perfume bottle can be easily carried around in a wallet, a pen-like wooden box and also as a necklace. Together with the packages and the product images they constitute a draft for possible clients or partners.

Keywords: perfume packaging, fashion brand

# SISÄLLYS

|                                       |           |                             |           |                                |            |
|---------------------------------------|-----------|-----------------------------|-----------|--------------------------------|------------|
| <u>1 JOHDANTO</u>                     | <u>10</u> | <u>5 1DAY WALLET</u>        | <u>63</u> | <u>8 1DAY KOTELOPAKKAUKSET</u> | <u>107</u> |
| 1.1 Aiheen valinta                    | 11        | 5.1 Inspiraatio             | 64        | 8.1 Rakenne & värit            | 109        |
| 1.2 Aiheen kehittäminen               | 12        | 5.2 Luonnostelu             | 66        |                                |            |
|                                       |           | 5.3 Mallin suunnittelu      | 68        | <u>9 1DAY PAKKAUSMALLISTO</u>  | <u>115</u> |
| <u>2 KATSAUS HAJUVEDEN HISTORIAAN</u> | <u>14</u> | 5.4 Ohjeistus               | 71        |                                |            |
| 2.1 Ikiaikainen tuote                 | 16        |                             |           | <u>10 ARVIOINTI</u>            | <u>128</u> |
| 2.2 Savipullosta designtuotteeksi     | 18        | <u>6 1DAY WOOD</u>          | <u>77</u> | 10.1 Jatkokehitys              | 129        |
| 2.3 Muodin ja tuoksujen liitto        | 20        | 6.1 Luonnon muodot          | 78        | 10.2 Prosessi                  | 129        |
|                                       |           | 6.2 Käyttötapa              | 80        |                                |            |
| <u>3 KONSEPTOINTI</u>                 | <u>23</u> | 6.3 Kotelon muoto           | 84        | <u>LÄHTEET</u>                 | <u>130</u> |
| 3.1 Muotoja ja mekanismeja            | 24        | 6.4 Lopullinen pakkaus      | 86        |                                |            |
| 3.2 Materiaalit & värit               | 26        |                             |           |                                |            |
| 3.3 Tarina taustalla                  | 29        | <u>7 1DAY WEAVE</u>         | <u>93</u> |                                |            |
| 3.4 Nimi                              | 30        | 7.1 Inspiraatio historiasta | 95        |                                |            |
|                                       |           | 7.2 Yhdistävä tekijä        | 96        |                                |            |
| <u>4 1DAY PERFUME</u>                 | <u>33</u> | 7.3 Materiaalikojeiluja     | 98        |                                |            |
| 4.1 Muodon hiominen                   | 34        | 7.4 Riipuksen valmistus     | 100       |                                |            |
| 4.2 Lasipullo                         | 38        |                             |           |                                |            |
| 4.3 Suutin                            | 41        |                             |           |                                |            |
| 4.4 Pikamallitilosteet                | 44        |                             |           |                                |            |
| 4.5 Yksityiskohtien hionta            | 48        |                             |           |                                |            |
| 4.6 Mallin rakennus                   | 51        |                             |           |                                |            |
| 4.7 Lasipinnan viimeistely            | 52        |                             |           |                                |            |
| 4.8 Korin viimeistely                 | 55        |                             |           |                                |            |



Kuva: Ril's, 2011

## 1.1 AIHEEN VALINTA

Lähtökohtana aiheen valinnalle oli yleinen kiinnostus hajuvesipulloja kohtaan. Ne ovat hieno osoitus siitä, miten pakkausmuotoilu vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen ja mielikuvaan itsestään, tai siitä mitä ainakin haluaisi olla. Hajuvesipullot ovat itsessään pieniä taideteoksia ja antavat kaikille mahdollisuuden tuntea luksusbrändien ylellisyyttä. Hajuvesillä luodaan mielikuva sen käyttäjästä ja hänen arvo maailmastaan ja unelmistaan. Hajuvedet ilmentävät holistista muotoilua, jossa tuote, sen pakkaus ja markkinointi tukevat toinen toistaan ja ovat keskinäisesti yhtä arvokkaita.

Hajuveden historia ulottuu muinaiseen Kreikkaan, Egyptiin ja Islamin kulttuuriin. Sieltä se on vuosien saatossa rantautunut Eurooppaan, ensin yläluokan luksustuotteeksi ja myöhemmin arkikäyttöön joka puolelle maailmaa. Muotiteollisuuden suurimmat nimet aloittivat yhteistyön parfymöörien kanssa 1900-luvun alussa ja ovatkin kulkeneet siitä lähtien käsi kädessä. Halusin valita hajuveden taustalle brändin, jonka maailmaan luon tuoksun. Valitsin suomalaisen vaatebrändin Ril'sin, jonka vaatteet ajanmukaisia ja korkealaatuisia tuotteita nykypäivän naiselle, joka arvostaa ajatonta eleganssia ja hyvää hintalaatusuhdetta. Mallistot korostavat aikaa kestävää tyylikkyyttä, selkeitä linjoja sekä modernia ajattelutapaa.

Suurenluokan vaatemerkit luovat brändinsä imagon ja maineen haute couture-luomuksilla, mutta saavat suurimman osan tuloistaan hajuvesistä ja asusteista. Suomalaiset hajuvedet ovat vielä kohtalaisen uusi käsite, mutta markkinat ovat pikkuhiljaa avautumassa. Yksi laajimmin markkinoituja oli vuonna 2009 lanseerattu Standard, Artekin ja ranskalaisen Commedes Garcon-vaatebrändin yhteistyössä tehty hajuvesi. Vaikka hajuvedet ovat kaikille tuttuja, tämä hajuvesi lennätti Artekin innovatiivisuuden uudelle tasolle. Tästä inspiroituneena voi todeta, että suomalaisella hajuvedellä on kysyntää. Hajuvedet ovat osa muotoilualaa, jossa suomalaisilla on jo vahva arvostus kaikkialla maailmassa. Suomalaiselle brändille, jolla on jo korkealaatuisia vaatteita ja asusteita, hajuvesi olisi luonnollinen kehitys ja askel edelle muita.

Kauniit ja yleensä lasiset hajuvesipullot ovat parhaimmallaan kun ne ovat esillä hyllyssä. Ongelmia syntyy, kun lähtee matkalle ja haluaa ottaa hajuveden mukaan. Pullot ovat usein melko painavia, monimuotoisia ja materiaaliltaan herkkiä. Lentokoneen ruumaan laitettaessa on pullon rikkoutumisvaara ja käsimatkatavaroihin taas pullo saattaa olla liian iso nykyisten säädöksien ja rajoitusten vuoksi. Lyhyet viikonloppumatkat ovat suosiossa halpalentoyhtiöiden vallatessa markkinoita

ja kysyntä pienille pulloille on kasvussa. Suosituimpien hajuvesien valmistajat ovat oivaltaneet tämän tarpeen ja alkaneet valmistaa yhä useammasta tuoksusta matkakokoa. Näille pulloille on omat vaatimuksensa, sillä niiden tulee kestää laukussa särkymättä. Miniatyyrikokoisia hajuvesiä on ollut jo kauan, mutta usein ne ovat vain kopioita isoista pulloista, eli monimutkaisuudessaan epäkäytännöllisiä. Täytettäviäkin matkapulloja myydään muiden kosmetiikkatarvikkeiden ohella, mutta ne eivät ole kovin käytännöllisiä tai kauniita ja ne pitää erikseen hankkia.

Näistä lähtökohdista aloin kehittää matkustukseen soveltuvaa hajuvesipakkausta Ril's-vaatemerkille. Tarkoituksenani oli suunnitella pullo, sen mahdollinen kotelopakkaus ja näkyvyys myymälässä. Itse tuoksuun en ota vahvasti kantaa, sillä se on jo aivan oma maailmansa eikä kuulu enää muotoilun alueelle. Kriteereinä pullolle oli, että sen tulisi olla helposti mukana pidettävä ja pieneen tilaan menevä. Visuaalisen muotokielen tulisi ilmentää Ril'sin maailmaa ja täten vahvistaa brändin imagoa. Pullon ja sen kotelon materiaalien tulisi olla moderneja ja innovatiivisia, mutta myös kustannustehokkaita.



1



2



3

Sivun kuvat:  
Photos to go, 2011

## 1.2 AIHEEN KEHITTELY

Päätin tehdä uudenlaisen konseptin hajuveden ympärille, johon kuuluisi muutakin, kuin perinteinen pullo. Pakkausmallisto voisi ottaa vaikutteita asusteista, jotka kuuluvat jo muutenkin vaatemerkkien valikoimaan. Mallisto tulisi ensisijaisesti Suomen markkinoille, mutta toiveena olisi laajentaa asiakaskuntaa myös ulkomaille, esimerkiksi maihin, joissa Ril'sillä on jälleenmyyntiä.

Haastattelin Bernerin viestintä- ja PR-päällikkö Anne Sariota (2011) hajuvesien tämän hetken trendeistä ja maailmasta. Berner tuo maahan kosmetiikkaa ja hajuvesiä. Heidän merkkeihinsä kuuluvat mm. Calvin Klein, Chloe ja Marc Jacobs. Suomalaisen naisten hajuvesikäyttäytymisestä Sario kertoo, että suomalaisnaisilla on usein se oma lempituoksu, jonka loputtua ostetaan joko sama tuoksu tai sitten samantyylinen. Uutuustuoksuja haistellaan, mutta kukkaiseen tuoksuun tottunut ei luultavammin osta seuraavaksi mausteista

tuoksua. Oma kuluttajaryhmänsä ovat naiset, jotka ostavat kaikkea mahdollista tehotipoista yövoiteisiin. He vaihtelevat myös tuoksumaailmojaan useammin ja kokeilevat eri tyyllisiä hajuvesiä. Päätin, että teen kolme eri tuoksua, joissa olisi sama pohjatuoksu, mutta jotka ovat tyyliään erilaisia. Jokaiselle löytyisi oma lempituoksunsa, mutta myöskin oiva tilaisuus poiketa perustuoksuryhmistään ja kokeilla erityyppistä tuoksua kuin yleensä käyttää.

En halunnut lähteä kilpailemaan suurten muotitalojen hallitsemille markkinoille vaan löytää uuden markkinointikanavan. Koska kyseessä on vaatemerkki, jolla on omat liikkeensä sekä laaja jälleenmyyntiverkosto, olisi luonnollista myydä pakkausmallistoa vaatteiden yhteydessä jo valmiissa verkostossa.

Tuoksuun liittyvän pakkausmalliston ideoinnin alussa keskustelin Ril'sin brändimanagerin Sixten Helenelundin (2011)

ja L-Fashion Groupin viestintäpäällikkö Tarja Malisen (2011) kanssa mitä tuoteperheeseen voisi kuulua. Tulimme siihen tulokseen, että sen tulisi olla jotain oleellista, jotain mitä kantaa aina mukanaan. Ihmisillä on yleisesti samat tarpeelliset esineet, joiden mukanaolo tarkistetaan ennen kotoa lähtöä; avaimet, lompakko ja kännykkä. Mietimme, että tuote tulisi olla neljäs tähän listaan. Tärkeä esine, jota palaa hakemaan, vaikka on juuri sulkenut ulko-oven.

Toisena vaihtoehtona oli suunnitella tuote siten, että se kulkisi aina näiden oleellisten asioiden mukana. Käytännössä se olisi kiinnitetty näihin tavaroihin, jolloin hajuvesi olisi aina mukana.



A dark, textured background, possibly a piece of fabric or paper, with white text overlaid. The text is arranged in three lines, reading "2 KATSAUS", "HAJUVEDEN", and "HISTORIAAN".

# 2 KATSAUS HAJUVEDEN HISTORIAAN

Kuva: RT's, 2011

"Nainen ilman hajuvettä on  
nainen ilman menneisyyttä.  
Muotisuunnittelija ilman hajuvettä on  
muotisuunnittelija ilman tulevaisuutta".

*Coco Chanel (Irvine, 1996)*



## 2.1 IKIAIKAINEN TUOTE

Aloitin taustatutkimuksen tutkimalla hajuvesien historiaa. Lähteenä käytin Susan Irvinen kirjaa *Perfume, the creation and allure of classic fragrances* (1995).

Tuoksujen käyttö sai alkunsa Egyptistä. Niitä käytettiin hengellisiin menoihin sekä peittämään kirkkoon haudatuista ja uhri-lahjojen poltoista tulevat hajut. Tuoksuja polttamalla papit myös nousivat korkeammalle tietoisuuden tasolle ja näin ollen pääsivät lähemmäksi Jumalaa. Tuoksua poistettiin myös pahoja henkiä ja hoidettiin sekä fyysistä että psyykkistä olotilaa.

Muinaisissa kulttuureissa tuoksut olivat osa jokapäiväistä elämää. Niitä annettiin sekä isännälle että vieraille, jotta pää selviäisi viinistä. Kiinassa se oli niinkin suuri osa arkea, että raha painettiin tuoksuvalle silkille. Erityisesti varakkaiden piireissä tuoksut toivat luksusta arkeen. Rikkaiden roomalaisten juhlissa päästettiin tuoksuissa läpimäräksi kasteltuja kyyhkyjä räpytelemään hajustetta vieraiden päälle. He nukkuivat ruusuilla täytetyissä sängyissä ja jokapäiväisen kylpemisen jälkeen orjat hieroivat heitä tuoksuöljyllä.

Entisaikaan kaduilla oli runsaasti mätänevistä ruumiista ja likaisista ihmisistä johtuvia epämiellyttäviä hajuja, joten joskus rakennusten seinissäkin oli muurattuna tuoksua. Moskeijassa oli sekoitettu myskiä laastin sekaan, jotta tuoksun jumalainen aura ympäröisi rakennuksen auringon lämmössä.

Ensimmäiset kristityt suhtautuivat Rooman imperiumin rippeisiin negatiivisesti ja siksi myös tuoksukulttuuri oli maan alla lännessä melkein tuhat vuotta, kunnes se tuli keskiaikana ristiretkelijöiden mukana pikkuhiljaa Lähi-idästä, tuoksujen maista. Aluksi tuoksujen pääkaupunki oli Venetsia. Tuoksujen mekan status siirtyi Pariisille, kun Catherine de Medici muutti

Ranskaan avioituakseen Henri II kanssa. Hänen mukanaan muutti myös René, hänen parfymöörinsa, jonka liikkeen yläkerrassa alkemistit valmistivat kammiossa säilytettäviä tuoksua.

Ranskan Grasseen syntyi läntisen hajuvesiteollisuuden keskittymä, sillä siellä oli täydellinen ilmasto vuorten rinteillä kasvaville villoille yrteille ja kukille, joista valmistettiin esansseja hajuvesiin.

1600-luvun puolella jokaisella maineikkaalla perheellä oli oma tislauhuoneensa, jossa tehtiin hajuvesiä ja yrtilääkkeitä. Tuoksua käytettiin niin lääkehoidossa kuin talo- ja henkilötuoksuina. Palvelijat polttivat tuoksua talon eri huoneissa, sillä höyrytyksen uskottiin poistavan ilmassa leijuvia sairauksia. Pikkuhiljaa kaikki lemmikkikoirista, nuuskasta ja tupakasta arvokkaihin kiviin tuli tuoksuvaiksi.

1700-luvulle asti eurooppalaiset haisivat itse vahvasti. Peseytymistä pidettiin mahdollisesti vaarallisena eikä sitä tullut tehdä liian usein. Lääketieteellinen mielipide oli, että paras suoja sairauksia vastaan oli haista itse vahvasti, joten omaa hajua vahvistettiin hajuvesillä. Ludvig XV:n valtakunnassa hajuvesien käyttö oli runsaimmillaan. Madame de Pompadour, kuninkaan rakastajatar, käytti hajuvesiin rahaa enemmän kuin mihinkään muuhun. Marie-Antoinette aloitti muodin herkemistä hajuvesistä, mutta vallitseva trendi 1700-luvulla oli vahvat ja raskaat tuoksut. Vuosisadan loppuun tultaessa kaikki kuitenkin muuttui. Silloin syntyi individualismin kultti ja meidän modernin aikakautemme ”hajun kauhustelu” pohjautuu tuohon aikakauteen aikaan.

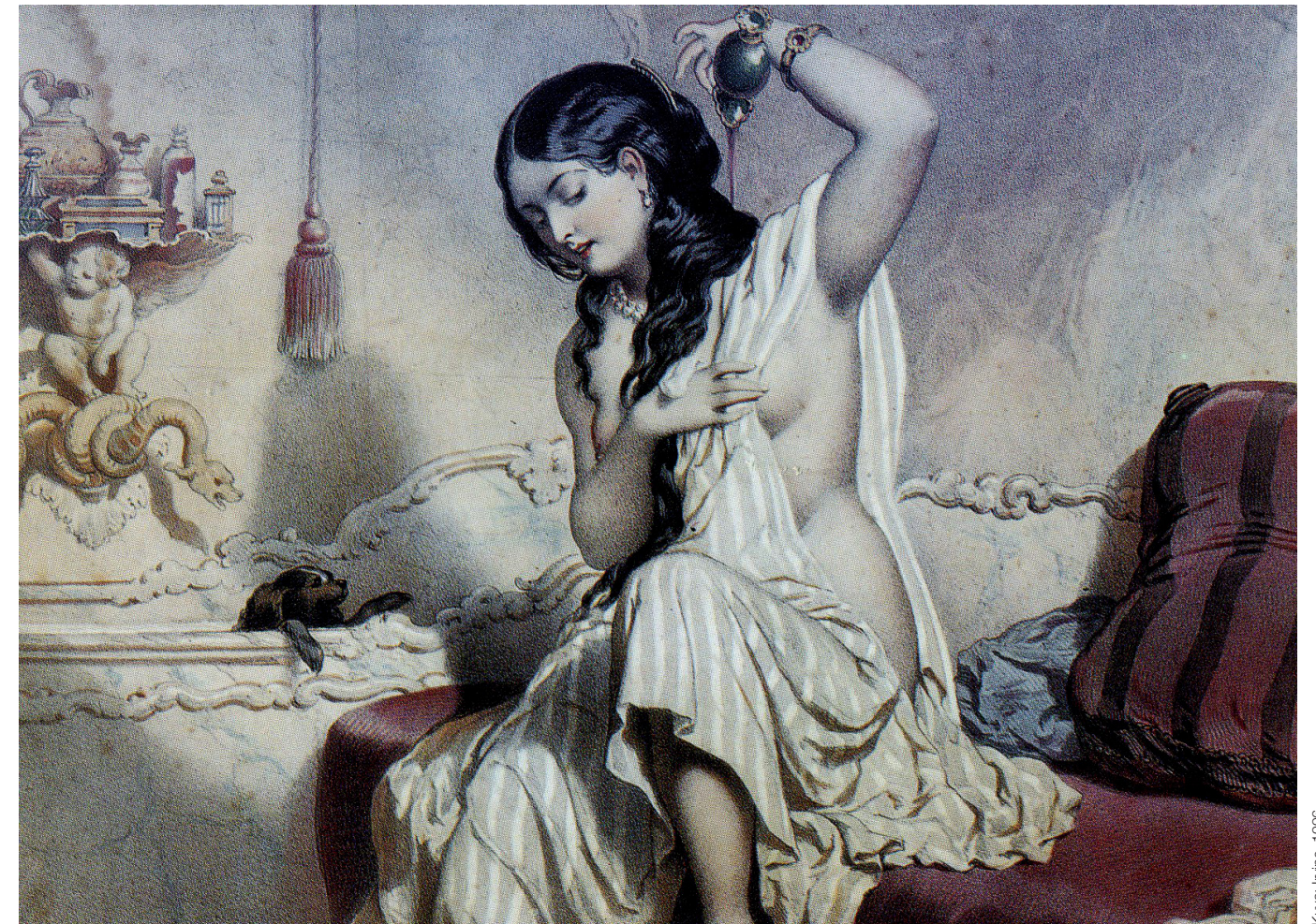
Ollessamme yhteisössä, meitä yhdistää ”laumahaju”, aivan kuten eläimiä. Yksilön idean myötä tuli tavoite oikeudesta puhtaaseen, raikkaaseen ilmaan, ilman

muiden ihmisten tuoksua. Yhteinen laumatuoksu korvaantui omalla tuoksuuttomalla ”henkilökohtaisella tilalla”, jota ei saisi rikkoa ilman kutsua.

1800-luku oli puhtaanapidon ja raikastuksen aikakausi. Kun ilma puhdistui ja herkkyys hajuille vahvistui, vahvat hajuvedet poistuivat suosiosta. Eläinkunnan tuotteita paheksuttiin, koska ne muistuttivat ihmisen omasta hajusta. Itseltään tuoksuminen ei ollut suositeltavaa. Viktorianit suosivat Eau de Toilette- tuoksua, joita ei kuitenkaan laitettu suoraan iholle, sillä se olisi liian aromikasta. Sen sijaan nenäliinat, käsinet, lipokkaat ja päivänvarjot raikastettiin kevyesti. Liiallista haistamista pidettiin myös vaarallisena sillä se voisi laukaista neurooseja, kuten hysteriaa, hypokondriaa ja melankoliaa.

1900-luvulle asti suurin osa hajuvesien raaka-aineista olivat kasveista ja eläimistä uutettuja luonnollisia öljyjä. Teollisen vallankumouksen myötä synteettiset materiaalit levisivät niin tekstiileihin kuin lääketieteeseen ja hajuvesiin. Kemiallisesti valmistettavia synteettisiä aromeita alettiin käyttää puhtaiden luonnollisten öljyjen tilalla. Synteettisten aromien käyttö mahdollisti hajuvesien massatuotannon hintaan, joka oli vain murto-osa vanhasta hinnasta ja antoi useammalle ihmiselle mahdollisuuden tuoksun ostamiseen. Siihen asti hajuvedet olivat olleet suurimmaksi osaksi vain aatelisten ja varallisten luksustuotteita.

Nykyään voidaan valmistaa synteettisesti erikoisempiakin tuoksua, kuten meren rantaan ajautuneen puun tuoksu. Toisin kuin elintarvike- ja ihonhoitotuotteissa, tuoksuissa kuluttaja ei kyseenalaista raaka-aineita sillä tuoksuissa ei ole lisäaineita ja raaka-aineet ollaan jo kauan pystytty valmistamaan synteettisesti vahingoittamatta luontoa.



Nainen haaremista kaataa tuoksuöljyä päälleen kylvyn jälkeen.

Kuva: Irvine, 1996

Savesta lasiin

Muinaisissa sivilisaatioissa hajuvesiä pidettiin nestemäisinä jalokivinä, mikä heijastui ylellisiin pulloihin. Hajuvesiä käytettiin myös arkemmissa astioissa, kuten savi- ja kivipulloissa. Vanhimmat hajuveden säilytysastiat valmistettiin 500 vuotta sitten Itä-Välimerellä, Mesopotamiassa ja muinaisessa Egyptissä. Alabasteri, kalsiitti ja kivi olivat yleisimpiä materiaaleja, koska ne eivät ole huokoisia ja säilyttävät hajuveden viileänä ja pitävät tuoksun sisällään. Muita käytettyjä materiaaleja olivat savi, norsunluu, luu, pronssi ja strutsin munat.

Muinaiset kreikkalaiset veivät savipullojen taiteen omalle tasolleen. He säilyttivät hajuvesiä kauniisti maalatuissa vaaseissa ja pulloissa, Aryballoksissa. Ne olivat aluperin amphoran muotoisia, mutta muuntuivat myöhemmin muihin muotoi-

hin, kuten eläinten hahmoihin. Muoto oli pyöreä pohjasta, sillä niitä ei ollut tarkoitettu lattialle vaan roikkumaan. Pullon muoto saattoi ilmaista sen sisällä olevaa tiettyä hajuvettä, samalla tavalla kuin etiketit nykyään.

Lasipullot ilmestyivät Egyptissä 1500-luvulla eaa, jolloin ne kaiverrettiin yhdestä kappaleesta ja kiillotettiin. Savi hävisi lasille painavuuden ja huokoisuuden takia ja siitä asti lasi on ollut suosituin materiaali hajuvesissä. Pian ajanlaskun alun jälkeen lasinpuhallus keksittiin Syyriassa ja lasipullot levisivät ympäri Rooman valtakuntaa Etelä-Englantiin asti. Yleisimmät muodot olivat eläimet, viinirypäleryppäät ja muut hedelmät, simpukat ja kalat.

Viimeisenä 700 vuotena nykypäivään asti tuoksuastiat ovat kurotelleet luovuuden rajoja. Tuoksu hiipi kaikkeen ja sitä säilötiin melkein mihin vaan. Lasi oli tietenkin

tärkeä, mutta myös kultaa, hopeaa, posliinia, puoliarvokkaita jalokiviä ja simpukan kuorta käytettiin. Jopa persikan kivistä tehtiin pulloja. Pahoja henkiä häyrytettiin pois tuoksukoruilla. 1600-luvulle asti suosituimpia koruja olivat pomanderit, parfyymiä sisältävät reikäiset pallot, jonka jälkeen tuli suosioon tuoksurasiat ja haju-suolalla täytetyt kristallipullot.

1600-luku oli hajuvesipullojen huippuaikaa. Venetsialaisen Muranon värilliset lasipullot olivat 1600-luvun käytetyimpiä. Useimmat kappaleet olivat aatelisille tehtyjä tilaustöitä, uniikkeja taideteoksia. Tuoksu oli statussymboli ja kulta- ja hopeasepät tekivät toinen toistaan kauniimpia hajuvesipulloja. Venetsialaisten keksittyä miten tehdä lasista kirkasta kuin kristalli, mutta halvempaa, lasipullojen suosio kasvoi kunnes käytännössä kaikki hajuvesipullot olivat lasia. Puhdasta, läpinäkyvää lasia pidettiin yhtä arvokkaana

kuin timanttia. 1700-luvulla tehtiin välissä siroja ja koruemaloituja posliinipulloja, jotka koristeltiin maisemilla klassisista mytologioista, mutta 1800-luvun lopussa lasipulloja alettiin tehdä sarjatuotantona, josta seurasi hajuvesien myynti yksinkertaisissa, halvoissa pulloissa. Monet yritykset myivät hajuvesiä identtisisissä pulloissa, eroinaan vain kirjavat ja koristeelliset etiketit.

Modernin hajuvesiteollisuuden alku

1900-luvun alussa, suuri lasimestari René Lalique ja parfymööri Francois Coty, johtivat hajuvesiteollisuuden markkinoinnin modernille aikakaudelle. He liittivät yhteen tuoksut ja persoonallisen, yksilöllisen pullon, joka kuvasti jokaisen hajuveden nimeä tai karakteria. Cotyn ja Laliquen yhteistyö oli suuri menestys ja Cotyn halu tehdä luksuksesta edullista on pysynyt hajuvesiteollisuudessa siitä lähtien. Silloin alkoi myös hajuvesipullojen

suunnittelijoiden ja muiden luovan alan suunnittelijoiden yhteistyö, joka on jatkuu tähän päivään saakka.

Hajuvesipullot nyt

Hajuvesipulloissa heijastuu muotisuunnittelijan filosofia sekä tuoksun että vaatemalliston takana. Voidaan tehdä joko yksinkertainen, aikaa kestävä pullo tai trendikkäämpi, aikaansa heijastava pullo. Anne Sarion mukaan muotimaailman trendit heijastuvat erityisesti kausituoksuisissa.

Maaailman trendit, kuten ekologisuus, ei näy kovinkaan paljoa hajuvesissä muuten kuin kotelopahvin kierrätettävyydessä, Sario kertoo. Hajuvesipullot ovat usein valmispulloja, jotka sitten personoidaan pintakäsittelyllä, etiketillä ja korkilla. Ylimääräinen materiaali kulkee yleensä hinnan kanssa käsi kädessä, ellei siihen liity tarinaa taustalle. Esimerkiksi Chloén

tuoksun lasipullo on valmistettu samasta lasista kuin Versailles'n peilit ja pullon kaulaa kiertää käsin kudottu ja solmittu silkkinauha. Tuoksupullon metallinsävyinen yläosa on päällystetty hopealla, jotta se tummuu kauniisti vuosien mittaan, kun sitä säilytetään meikkipöydällä.

Pullon materiaalit voivat viitata myös hajuun itseensä, esimerkiksi puinen korkki voi viitata puun käyttöön tuoksun raaka-aineissa. Lasi on edelleen suosituin materiaali, tosin pulloa personoidaan yhä useammin muilla materiaaleilla, kuten muovilla, metallilla ja tekstiilillä.



Kuva: Pavia, 1996

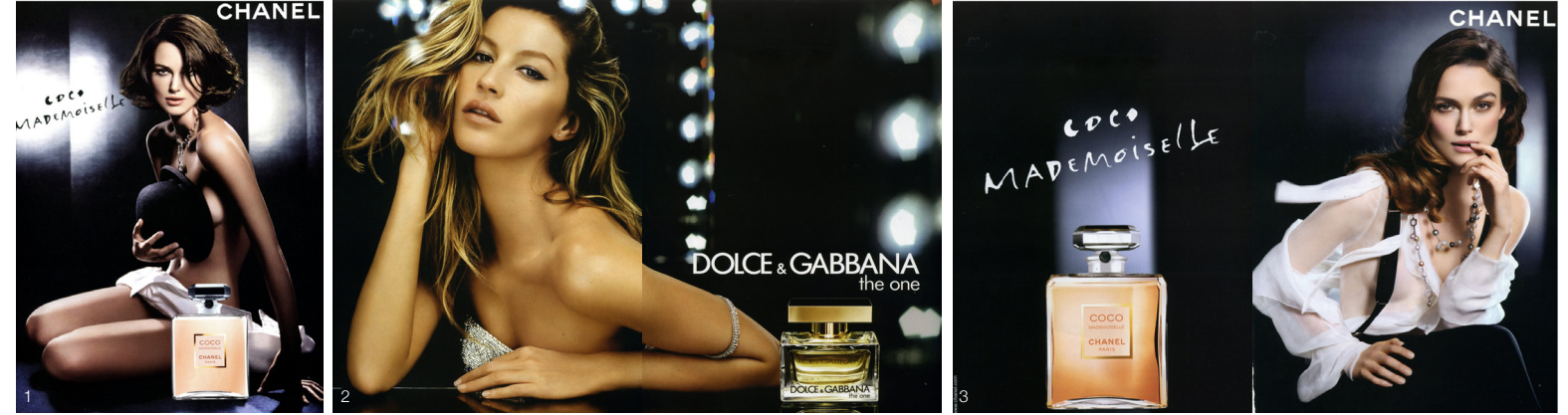
## 2.3 MUODIN JA TUOKSUJEN LIITTO

Huippumuotisuunnittelijoiden tulo hajuvesiteollisuuteen 1920-luvulla muutti markkinoita dramaattisesti. Suunnittelijoiden rooli hajuvesien luomisessa oli tuoksun valinta, mutta heillä oli suuri vaikutusvalta myös hajuveden ilmeeseen - sen pakkaukseen ja ennen kaikkea pullon muotoon. Ensimmäinen huippumuodin suunnittelija, joka lanseerasi hajuveden, oli Paul Poret vuonna 1910. Chanel toi markkinoille vastaikun naisellisille ja romanttisille hajuvesille Chanel No.5 -hajuvedellään. Hänen vaatteensa toivat maskuliinisen maailman naisten saataville ja tämä toistui myös tuoksussa. Toinen hyvä esimerkki tuoksun ja malliston yhteiskielestä on Diorin Miss Dior-tuoksu. Samalla kun Dior julkaisi vuonna 1947 kuuluisan 'New Look Collection' -malliston, hän lanseerasi Miss Dior-tuoksun. Se oli ensin amforan mallisessa pullossa, joka sopi hänen tiimalasilinjaisiin vaatteisiin. Kun Dior muutti 50-luvulla dramaattisesti hänen siluettiaan suorakulmaisemmaksi, myös tuoksun linjaus muuttui. Pullosta tehtiin laatikko, 'kuin räätäliillä teetetty puku' ja se päällystettiin kukonaskel-kuviolla; täydellinen symboli huolitellulle, aikuiselle 50-luvun naiselle.

Hajuvesipullot olivat arvostettuja lahjoja. Jean Patou, myös yksi lahjakas muotisuunnittelija, suunnitteli Normandien, hänen kuuluisimman pullonsa, juhlistamaan Normandiaa, kuuluisaa transatlanttista luksusmatkustajalaivaa, vuonna 1935. Hajuvedettä tehtiin vain rajoitettu erä ja annettiin laivan neitsytmatkan jokaiselle matkustajalle.

Kuuluisuuksien vartalon muodot ja kurvit ja antoivat jatkuvasti inspiraatiota varsinkin muotisuunnittelijoille. Esimerkki sellaisesta pullosta on Laliquen suunnittelema Rochasin Femme, joka lanseerattiin ensin ylellisenä rajoitettuna eränä vuonna 1944. Amforan muotoinen pullo toisti Mae Westin, kuuluisan näyttelijättären, naisellisen lantion muotoa. Pakkaus oli päällystetty mustalla Chantilly-pitsillä, jota myös käytettiin Rochasin suunnittelemassa korsetissa Westin elokuva-erooleja varten. Tästä mustasta pitsistä tuli Rochasin muotitalon allekirjoitus. Jean Paul Gaultier inspiroitui Madonnasta. Pullo, jossa on torso puettuna metalliseen korsettiin, tehtiin Madonnan Blonde Ambition-kiertueelle. Se on täydellinen esimerkki nerokkaasta markkinoinnista. Pakkaamalla pullon halveksivasti metallitölkkiin, "kuin kissaruuksi" kuten Gaultier on sanonut, hän tavoitti kaikki kapinalliset nuoret naiset, jotka pitävät hänen vaatteistaan mutta ei ole varaa ostaa niitä.

Parfyymien pakkauksista tuli usein muotitalojen kestäviä symboleita. Coco Chanel sinetöi muodin ja hajuvesien välille avioliiton, joka on ollut yksi suurimmista kaupallisista menestystarinoista kautta kultuksen historian. Nyt melkein jokainen menestyksekkäs muotisuunnittelija suunnittelee hajuvesiä saadakseen tuotannollisen vapauden tehdä vaatteita.



# 3 KONSEPTOINTI

Kuva: Pili's, 2011

### 3.1 MUOTOJA JA MEKANISMEJA

Sain historiasta monia ideoita mahdollisiin hajuvesipakkauksiin. Sain idean 1600-luvun Caves à odeur- rasioista, "tuoksuluolista". Ne olivat suunniteltu erityisesti helposti rikkoonuvien hajuvesien kuljettamiseen. Tuoksuluolat olivat kauniisti koristeltuja ja niissä oli kaksi tai useampi hajuvesipullo, suppilo ja alusta, jolla pystyi sekoittamaan oman tuoksunsa. Tästä sain idean tehdä hajuvesipullolle pakkausmalliston, jonka tuotteiden avulla tuoksua voi kuljettaa mukana.

Tässä vaiheessa en ollut vielä päättänyt minkälainen pullosta tulee, tai tuleeko se edes olemaan perinteinen lasipullo. Mietin

vaihtoehtoisia ratkaisuja, kuten hajuveden pakkaamista foliopussiin, jolloin se menisi litteään tilaan, esim. luottokortin paikalle. Mietin myös voisiko tuoksu olla jossain muussa muodossa, kuten rasvana, mutta halusin säilyttää nestemäisyyden, joten hylkäsin sen idean.

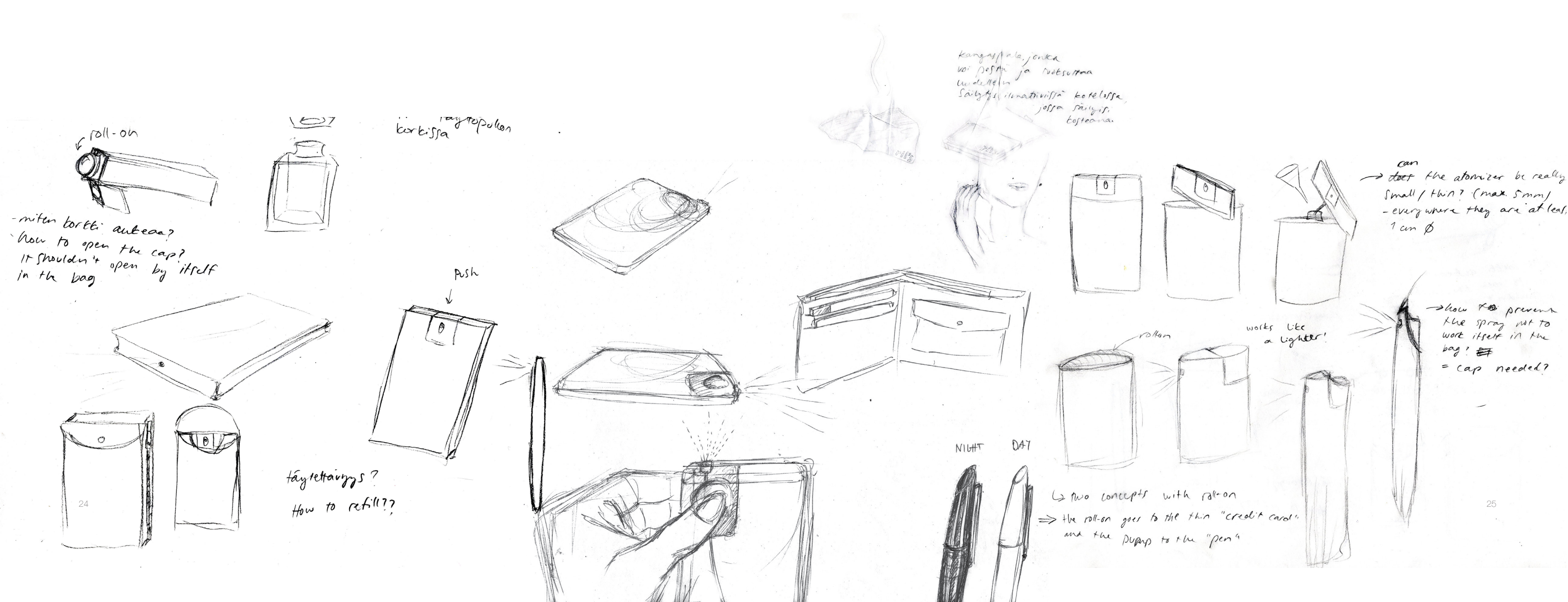
Ensin ajattelin, että minulla olisi kolme erilaista "pulloa", oli ne sitten minkälaisia tahansa, joille jokaiselle olisi oma sekundääripakkauksensa. Mietin jokaisessa niiden uudelleentäytettävyyttä, mutta siitä tuli paljon teknisiä ongelmia, joten päädyin yhteen pieneen pulloon, joka toimii täyttökapselina, eli sen loputtua se vain

heitetään pois. Pullosta on tarkoitus tehdä niin yksinkertainen ja kustannustehokas, että sen tuottaminen ei kuluta paljoa. Tämä yksi pullo tulisi menemään kaikkiin tuotteisiin pakkausmallistossani.

Halusin tehdä kolme toisistaan hyvin erilaista pakkausta, mutta jotka yhdessä oleellisista tavaroista, jota aina kantaa mukanaan, on lompakko, joten yksi pakkauksistani muodostui lompakoksi, jossa on paikka tuoksulle. Toinen pakkauksista muodostui riipukseksi, jossa yhdistyy asuste ja hajuvesipakkaus. Lisäksi tein yhden kotelon, jossa hajuvettä voi säilyttää

laukussa ilman, että tarvitsee pelätä sen särkymistä.

Päätin tehdä kolme pulloa, kolme eri tuoksua jokaiseen mieliala-alaan. Pullo on niin pieniä, että ne voi ottaa kaikki mukaan, kun lähtee lyhyelle matkalle, mutta voi valita mukaan myös vain yhdenlaisen tuoksun ja sille tilanteeseen sopivan pakkauksen. Suunnittelin ja toteutin kaikkia tuotteita samanaikaisesti. Näin pystyin varmistamaan niiden yhteensopivuuden. Jos jossain tulisi ongelmia, pystyisin ottamaan ne huomioon myös muissa tuotteissa ja muuttamaan kaikkia tarvittaessa.



### 3.2 MATERIAALIT & VÄRIT

Otin inspiraatiota Ril'sin muotokielestä, joka on selkeää ja ajatonta. Pakkausmalliston ilme olisi luonnollinen, selkeälinjainen ja ajaton. Materiaalit tulisi olla laadukkaita ja värit hillittyjä.





Chloé on luonut mallistoonsa ja tuoksihinsa yhtenäisen tarinan, joka toistuu läpi kausien.

Kuvailähteet lähdeluettelossa

### 3.3 TARINA TAUSTALLA

Hajuvedet kuvastavat kokonaisvaltaisesti aikaansa, kuten olemme hajuvesien historiasta oppineet. Tuoksujen takana on muutakin kuin tuoksu ja pakkaus, siellä on koko tarina siitä, mitkä asiat ovat pinnalla ja tärkeitä tämän hetken naisille ja miehille. Tuoksuja markkinoidaan mielikuvilla, jotka koostuvat kuvista, tarinoista ja filosofioista. Hajuveden nimi sinetöi kokonaisuuden, jolla tavoitellaan löytää yhteys kuluttajiin ja saamaan heitä samaistumaan tuoksuun.

Anne Sarion (2011) mukaan tuoksun tarinaan vaikuttaa onko se pysyvä tuoksu vai kausituoksu. Valikoimiin jäävissä tuoksuissa on kestävämpiä tarinoita, ja niissä kerrotaan minkä tyyppisestä henkilöstä on kysymys - kuvataan tietyn tyyppisen naisen elämää. Kausituoksut pohjautuvat alkuperäiseen hajuvedeen ja niiden tarinat täydentävät sen tarinaa. Esimerkkinä Chloén Eau de Parfum, jossa on ruusu pohjatuoksuna. Kausituoksut pohjautuvat niin tuoksullisesti kuin tarinallisesti tähän ensimmäiseen tuoksuun. Chloé-naisen elämä on urakeskeinen, mutta joskus hän haluaa olla esimerkiksi romanttinen tai sensuelli. Näin syntyi Eau de Toilette ja Eau de Parfum Intense. Kaikissa tuoksuissa on ruusu pohjalla, mutta sitä korostetaan eri raaka-aineilla riippuen tuoksusta.

Valitsin Chloén esimerkiksi, sillä sen maailma on hyvin lähellä Ril'sin maailmaa. Ril's naiselle on myös ura hyvin tärkeä ja hän viihtyy töissä melkein liiankin paljon. Koska hän on kiireinen töiden kanssa, matkat ovat usein lyhyitä viikonloppu- tai työmatkoja. Halusin luoda hajuveden hänelle, jolla on vähän aikaa, mutta vaatii silti laatua elämäänsä.

*sand between toes*  
*mountain breeze*  
*fresh mountain air*  
*sea wind*  
*cobblestone*  
*white beach*  
*jazz club*  
*soft sounds of jazz*  
*empty horizon*  
*forest after rain*  
*flower market*  
*fresh baked bread*  
*Hotel breakfast*  
*white bedlinen*  
*A breakfast in bed*  
*sleepy mornings*  
*Breakfast in the park*  
*Sunday brunch*  
*Scent of dusk*  
*champagne*  
*fresh orange juice*  
*café latte*  
*café latte and dark chocolate*  
*red wine and cheese*  
*Chèvre & Sauvignon Blanc*  
*Cafe au lait & macarons*  
*Jus d'orange & croissant*  
*Fresh orange juice & croissant*  
  
*Cafe au lait & croissant*  
*Champagne & strawberries*  
*A glass of wine*  
*Colours of Capri*  
*Paris by night*  
*Fields of Tuscany*  
  
*After twilight*  
*Scent of dusk*  
*Sundown*

*capsule*  
*- captured moments*  
*- laboratorio → make it your way*  
*→ how to*  
*- choose when & where you wear it*  
*- relive your moments.*  
  
*Pullo sama, väri eri*  
*7am valke kirkas*  
*7-8pm sininen, hirk. vaalei pun*  
*8pm kelt.*  
*one day*  
*7am.*

### 3.4 NIMI

Pakkausmallistooni kuuluu kolme hajuvettä sekä kolme eri pakkausta niille. Minun tuli keksiä katonimi koko mallistolle sekä nimet siihen kuuluville tuotteille. Malliston lähtökohdaksi oli lyhyt matka, oli se sitten työmatka tai viikonloppumatka, jolloin saattaa tarvita useampaa tuoksua, mutta ei halua ottaa kaikista isoa pakkausta mukaan. Mietin eri tilanteita, joissa tuoksua haluaisi käyttää matkalla. Halusin luoda mielikuvia pienistä, nautinnollisista hetkistä. Mietin myös täydellisiä ruokayhdistelmiä, kuten viini ja juustot, jotka luovat yhdessä koukuttavan elämyksen. Hajuvessihän on myös sellainen: yhdistelmä eri tuoksua, jotka täydentävät toisiaan.

Lyhyestä matkasta, joka voi kestää vain yhden vuorokauden, sain idean, että tuoksut sijoittuisivat päivän eri aikoihin. Niin aamulla, iltapäivällä kuin illallakin on oma erikoinen tunnelma ja halusin välittää sen nimen kautta. Ihana aamu alkaa shampanjalla ja mansikoilla. Iltapäivällä nautitaan kukkatorin ihanista tuoksuista ja auringon laskiessa ilmaan leviää iltahämärän kostea tuoksu. Luovuuden ideasta, koska hetkien kuvaaminen vaatii aina useamman sanan ja on todettu, että hajuvessissä toimii parhaiten lyhyet, ytimekkäät nimet. Varsinkin kun on kyseessä pieni pullo, olisi nimen sijoittaminen siihen haastavaa.

Lopulta päädyin neutraaliin nimeen, joka koostuu vain kellonajoista, kuvaten yhtä päivää esimerkiksi työmatkalla. 1DAY, 'yksi päivä', on nimi koko pakkausmallistolle. 1DAY PERFUME on sarja tuoksua päivän jokaiselle hetkelle. Aamulla kahdeksan aikaan laitetaan kevyttä ja vakuuttavaa tuoksua, kun edessä on työpäivä. Iltapäivällä, kun takana on raskas päivä ja on aikaa kierrellä hieman kaupungilla, raikas ja makea tuoksu tuo piristystä. Illaksi sopii sensuellimpi ja mausteisempi tuoksu, kun mennään lasilliselle työkaverien kanssa.

1DAY nimen alle saa helposti lisättyä sekä tuoksua että muita tuotteita. Muut malliston tuotteet ovat lompakko, 1DAY WALLET, puukotelo 1DAY WOOD sekä koru 1DAY WEAVE.

Typografian tulee toistaa malliston visuaalista kieltä. Ril's-brändin fonttina käytetään Helvetica Neuen eri leikkauksia, joten luonnollisesti käytin sitä fonttina. Valitsin Helvetica Neue Ultralight-leikkauksen ja tein siitä vielä hienostuneemman ulkomuodon kaventamalla fontin viivapaksuutta yläreunasta.

|        |         |         |
|--------|---------|---------|
| 1DAY   | one day | One day |
| 8 am   | 5 pm    | 9 pm    |
| 8 a.m. | 5 p.m.  | 9 p.m.  |
| 8 AM   | 5 PM    | 9 PM    |
| 8 A.M. | 5 P.M.  | 9 P.M.  |

# 1DAY

1DAY  
PERFUME

8 am

5 pm

9 pm

1DAY  
WOOD

1DAY  
WALLET

1DAY  
WEAVE



"Touching the bottle is a woman's  
first contact with her fragrance"

*Pierre Dinand (Irvine, 1996)*



Kuva: Saana Hellsten

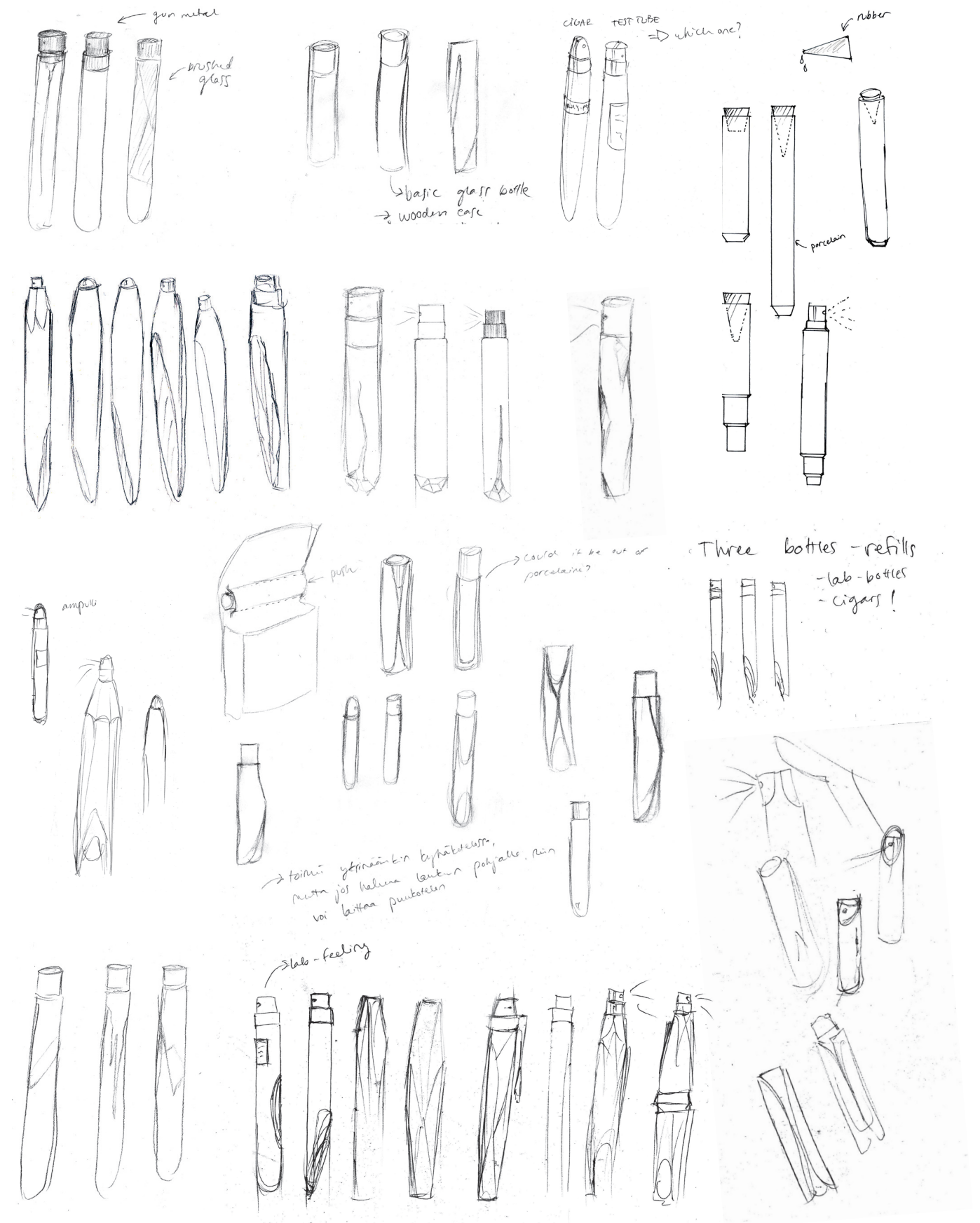


#### 4.1 MUODON HIOMINEN

Aloitin pullon suunnittelun koosta. Matkustamiseen tarkoitetun pullon tulisi olla kooltaan pieni. Lähdin tekemään yksinkertaista pulloa, jossa olisi jokin yksityiskohta, joka viittaa luonnonmuotoihin. Lainasin muotokieltä kaikesta ohuesta ja pitkästä; kynistä sikareihin ja testitubeihin.

Luonnoksista nousi esiin vahvimmin testitubimainen muoto. Pullo ei saanut olla liian paksu, jotta se ei vie paljoa tilaa laukussa. Yksityiskohta, jolla sen erottaa tavallisesta testitubista voisi olla pieni lohkaisu pullon pinnassa. Toinen, millä pulloon saa mielenkiintoa on suihkekorkin muoto ja mittasuhteet.

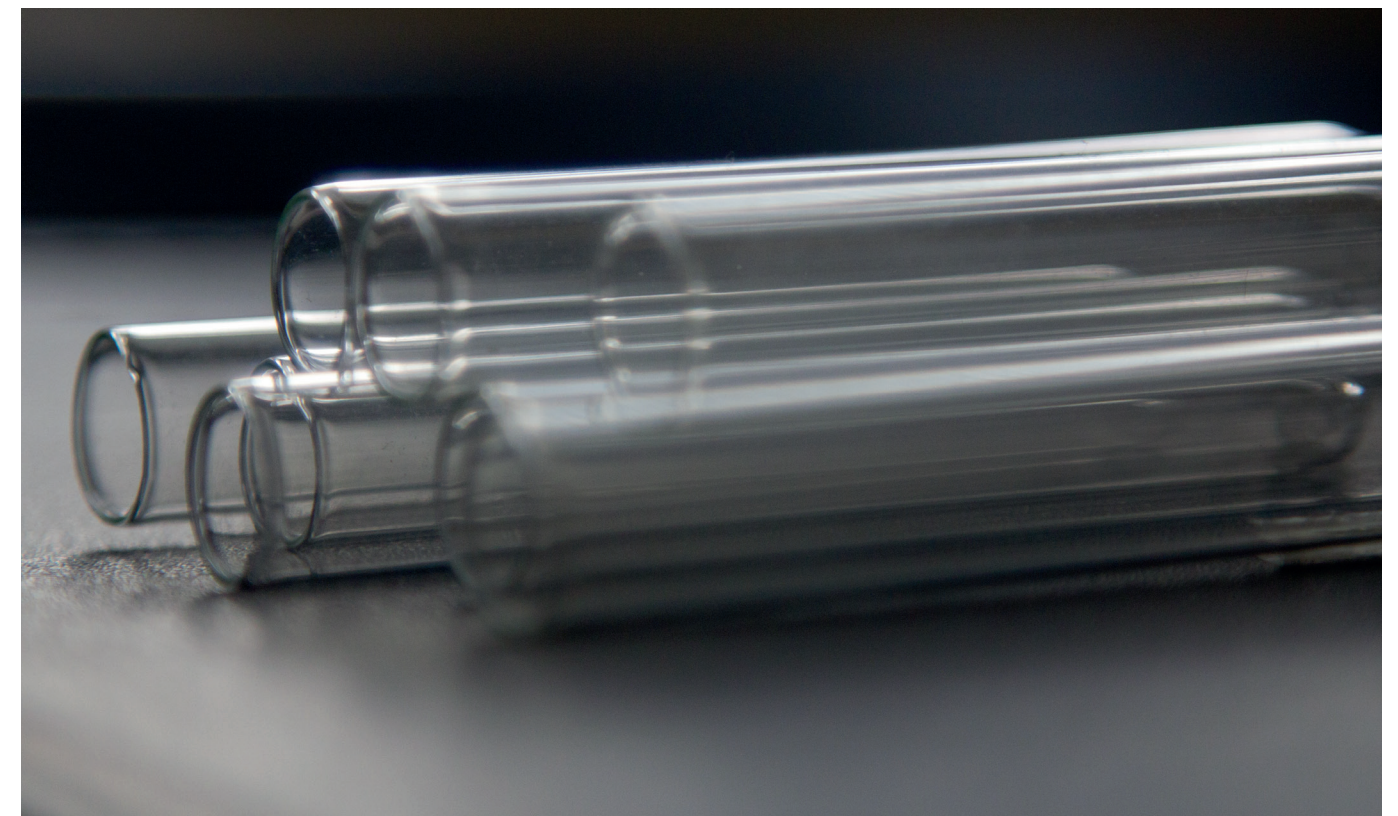
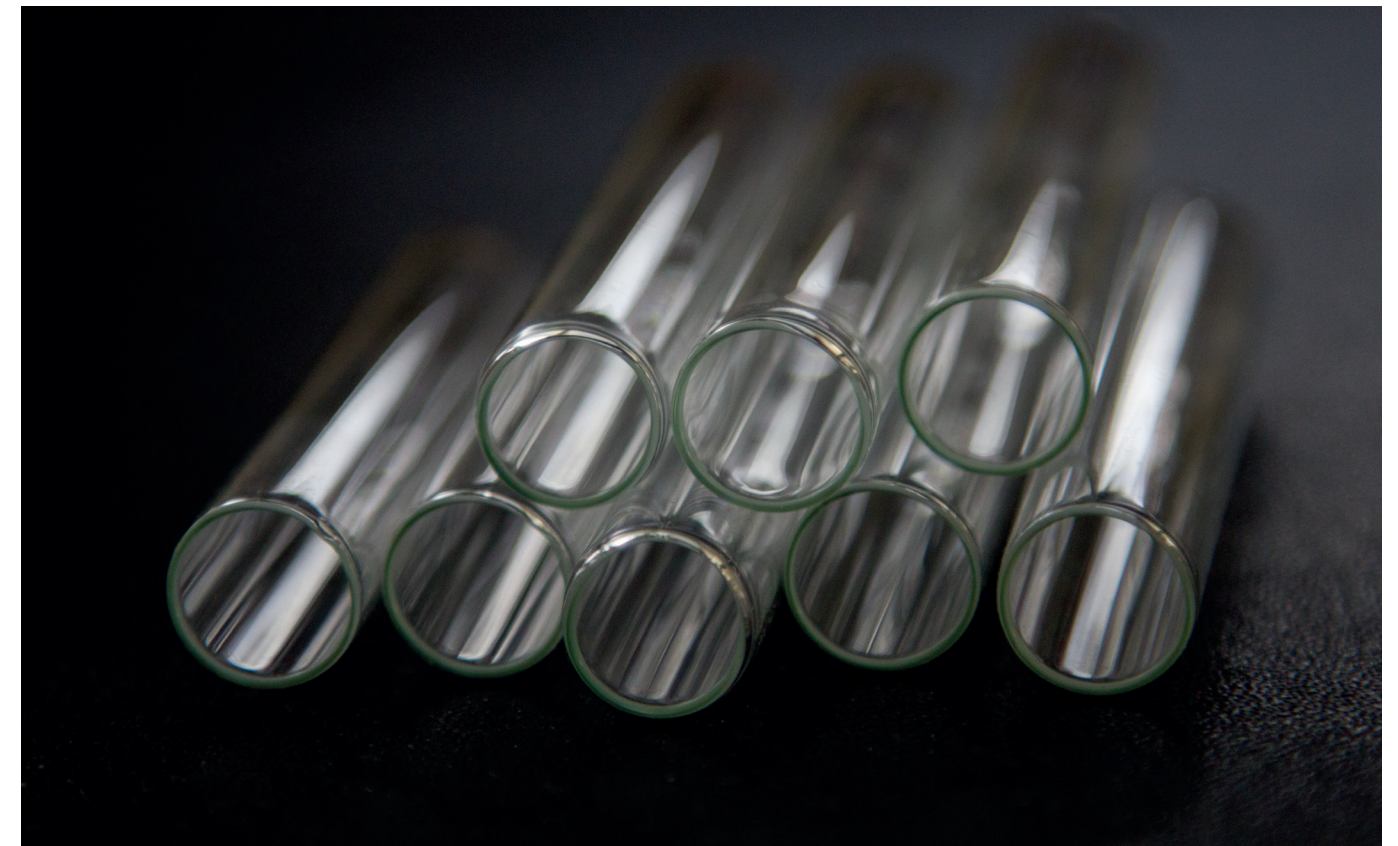
Hajuvesi asettaa pullon materiaalille tiettyjä vaatimuksia. Historiassa on kokeiltu monia eri materiaaleja ja lopulta ollaan todettu, että lasi on paras vaihtoehto tuoksun pakkaamiseen. Se ei ole huokoista, jonka ansiosta tuoksu pysyy pullon sisällä mahdollisimman pitkään eikä tuoksussa oleva alkoholi pysty syövyttämään sitä. Hajuvesi tulisi säilyttää valolta suojattuna viileässä, mistä sain idean tehdä pullo lasitetusta keramiikasta. Sillä on samat ominaisuudet kuin lasilla, mutta estää valoa pääsemästä tuoksuun.





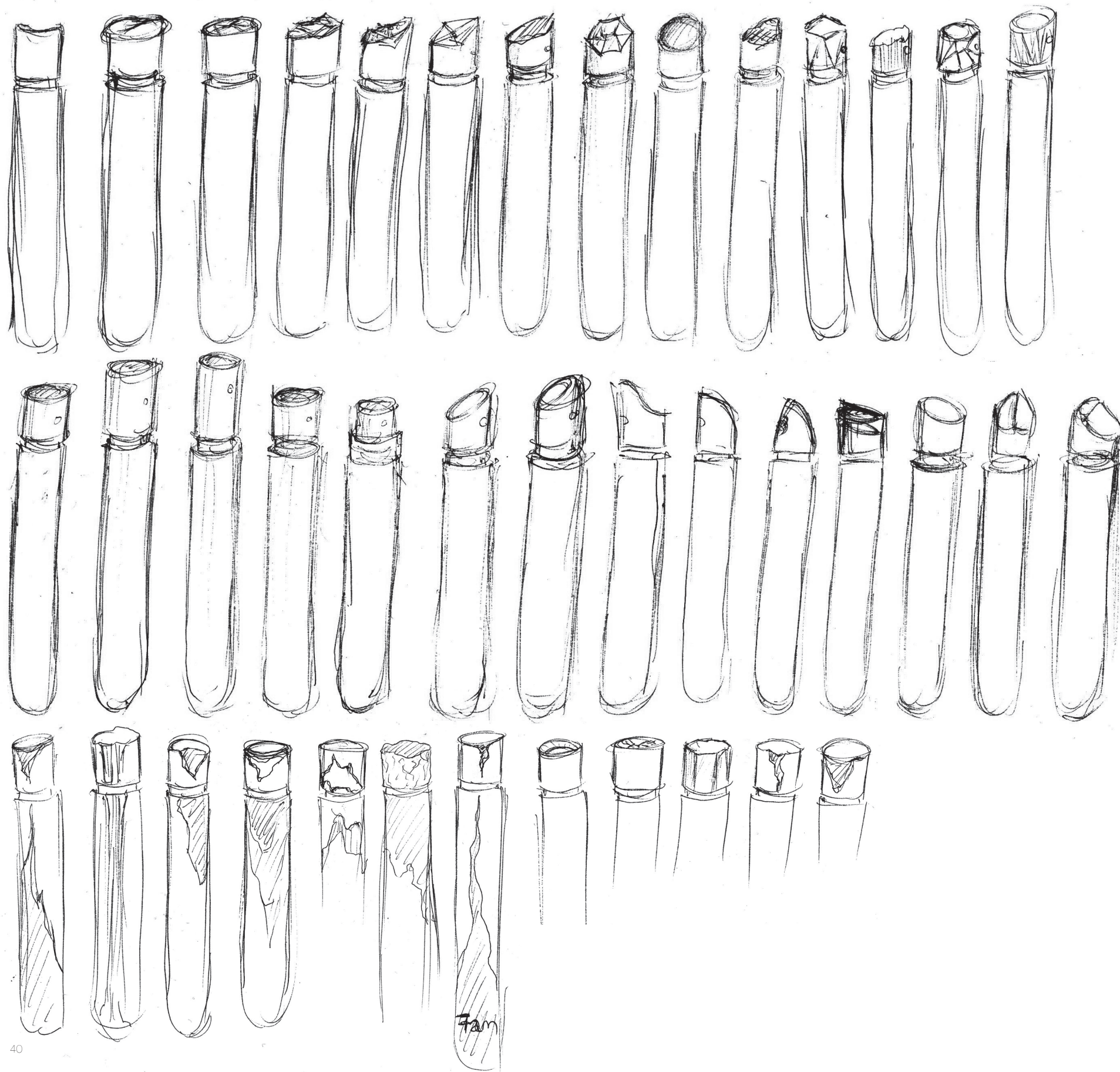
Hahmomalleja keraamista pulloa varten.

Konsultoin Kimmo Kukkosta, koulumme keramiikkapajan opettajaa, pullon tekemisestä. Kun minulle selvisi kaikki keramiikan työvaiheet, jouduin miettimään uudestaan pullon tekemistä keramiikasta, sillä siihen meni niin kauan aikaa, että en välttämättä ehtisi valmistaa muita pakkauksia. Tulin siihen tulokseen, että muiden pakkausten suunnittelu ja valmistaminen on tärkeämpää kuin se, että saan tehtyä keraamisen pullon. Yksi lähtökohdistani kuitenkin oli, että saan tehtyä hahmomallit kaikista pakkauksistani, eikä mikään jäisi vain konseptiasteelle. Tämä mielessä mietin vaihtoehtojani pullon muotoon ja materiaaliin liittyen. Koska muotoni oli hyvinkin testituubimainen, tuli mieleeni hankkia valmis pullo. Siinä en pääsisi suunnittelemaan pullon muotoa, mutta voisin luoda yksityiskohdan pinnan viimeistelyllä ja suihkekorkilla. Lisäksi koeputki on muodoltaan kauniin yksinkertainen, eli minun ei tarvinnut tehdä kompromisseja muotokielen suhteen.



#### 4.2 LASIPULLO

Löysin tarkoitukseeni sopivia koeputkia. Pulloja on kahta kokoa: 100x10 mm ja 75x12 mm. Pienempi koko sopii paremmin käyttötarkoitukseeni, joten päätin käyttää sitä. Siihen mahtuu pulloon mahtuu 6ml nestettä, juuri sopiva määrä matkalle.



#### 4.3 SUUTIN

Kun olin valinnut pullon, aloin suunnittelemaan suutinta. Sillä saisin tuotua pullon persoonallisen ilmeen, vaikka pullo onkin valmispullo. Harkitsin eri vaihtoehtoja, kuten roll-on- suutinta. Roll-on toisi mukavan lisän käyttökokemukseen, mutta vaatisi korkin. Halusin pitää pullon käyttämisen mahdollisimman yksinkertaisena ja pullon ottaminen ulos pakkauksesta olisi jo yksi vaihe, joten päädyin perinteiseen suihkeeseen, joka toimisi ilman korkkia.

Inspiraatiota muotoiluun hain luonnonmuodoista, jotka olivat yksi lähtökohta pakkausmallistoni muotokieleeseen. Otin oppia mm. Kenzon Flower-tuoksun suunnittelijalta Serge Mansaulta. Mansau, yksi aikamme lahjakkaista hajuvesipullomuotoilijoista, suunnittelee pulloja luonnollisella otteella. Mansaun mukaan mikään ei ole liian pientä jättää huomioimatta. Minä tutkin kallion ja jään lohkeamia ja halkeamia. Halusin korkin olevan kuin siitä olisi lohkaistu pala pois. Ensi näkemältä korkki näyttää aivan tavalliselta, mutta tarkemmin tutkittaessa tulee esiin pieni yksityiskohta. Kokeilin myös erikorkuisia korkkeja, sillä mittasuhteita muuttamalla saisi vaikutettua pullon yleistunnelmaan.



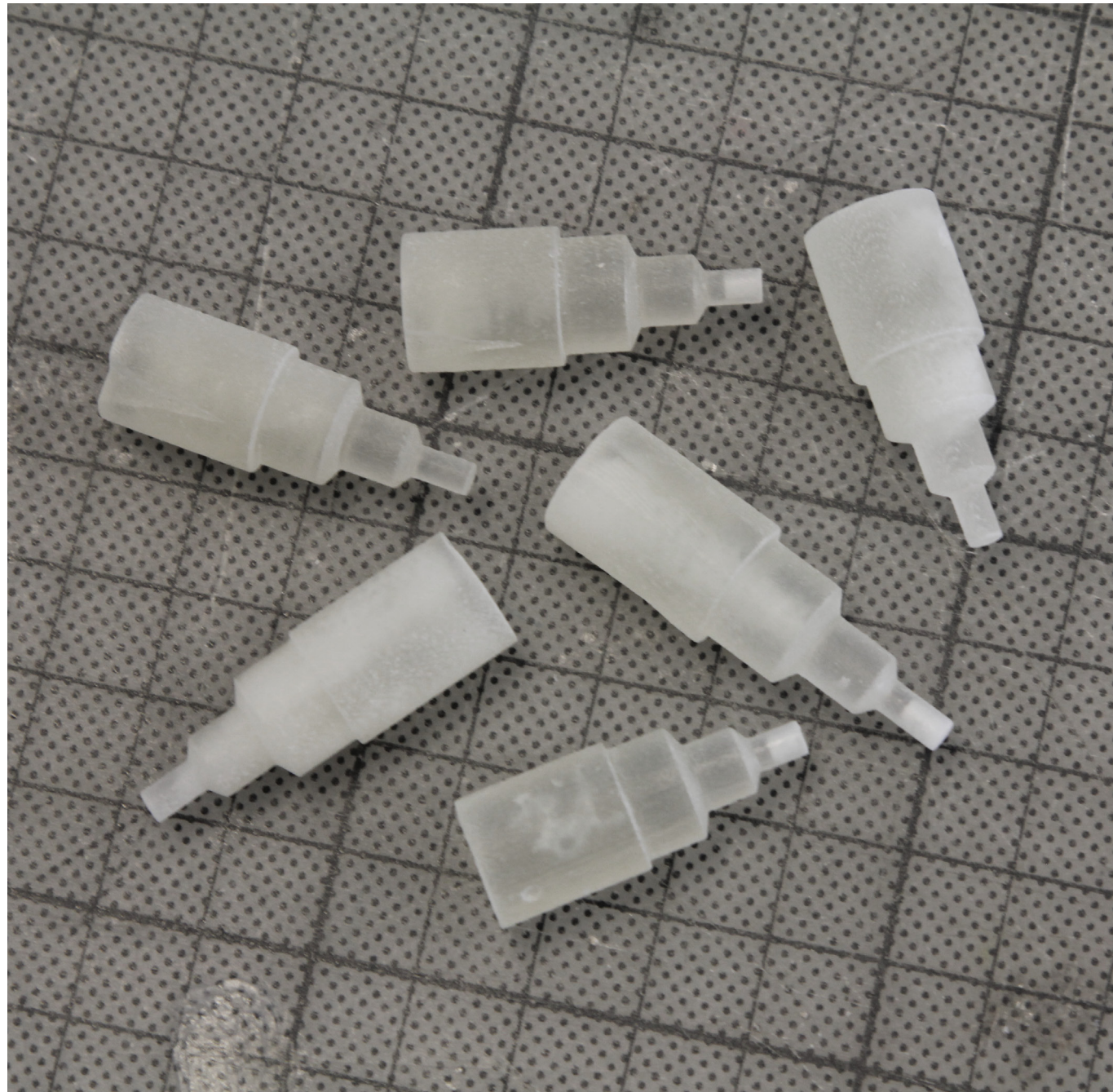
3d-ohjelmalla tehtyjä mallinnuksia erilaisista lohkeamista korkkiin.

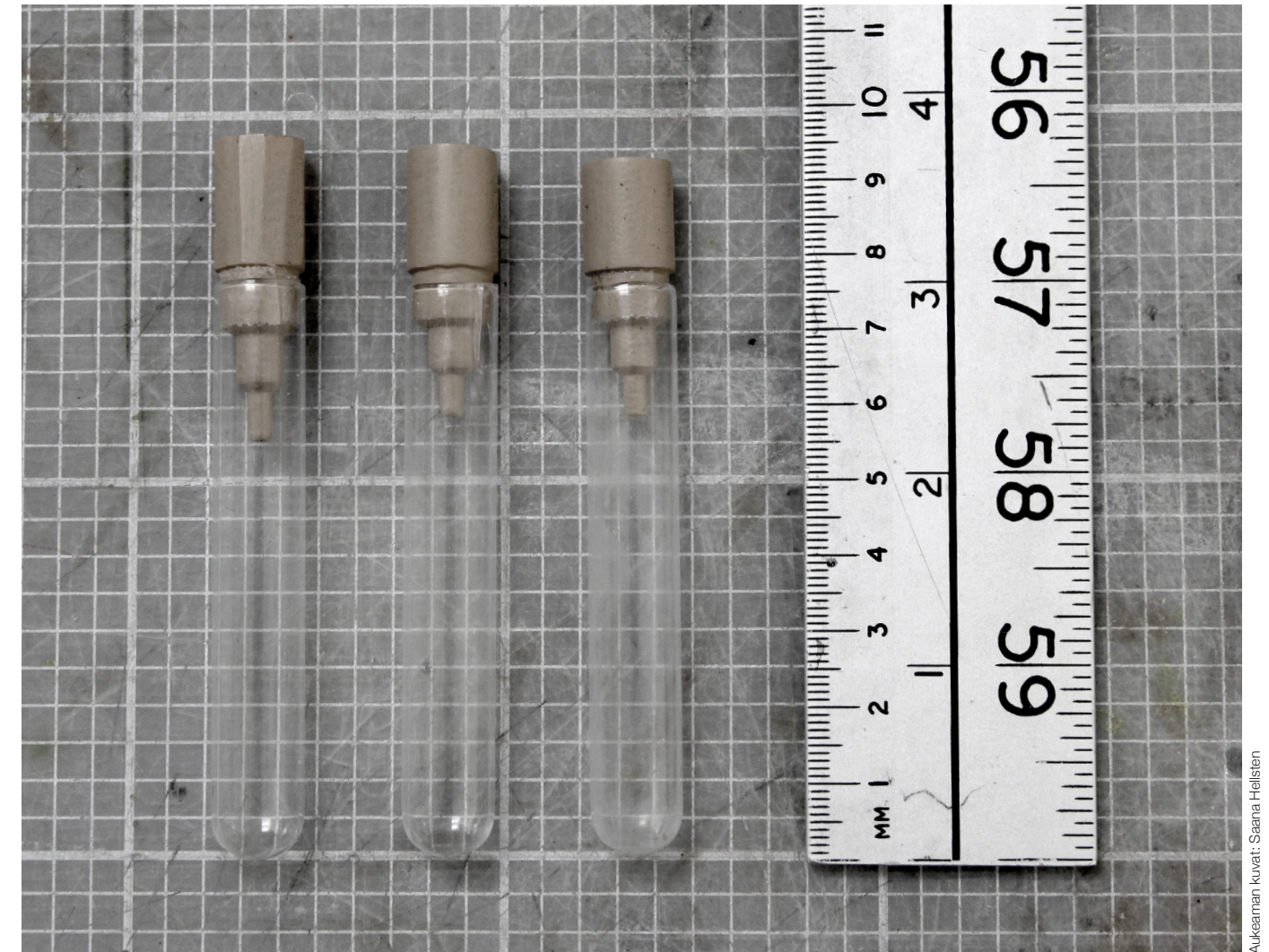


Kuvallähdeet lähdelehdessä

#### 4.4 PIKAMALLITULOSTEET

Valitsin 3D-ohjelmalla tehdyistä korkeista kuusi mahdollisimman erilaista ja -korkeista vaihtoehtoa, jotka tulostin pikamallinuskoneella. Näin kokisin, miltä ne tuntuvat kädessä ja minkä kokoinen yksityiskohdan tulisi olla, jotta se näkyy ja tuntuu. Maalasin pikamallituloosteet ruskealla maalilla, jotta eri muodot tulisivat paremmin esiin.





Aukeaman kuvat: Saana Heilinen

Tulostamissani malleissani oli kussakin erilainen yksityiskohta, esimerkiksi karkeasti hiotut reunat, kovera yläpinta tai kulmasta lohkaistu pala. Minun tuli miettiä minkälaisen efektin haluaisin. Päädyin pieneen, mutta yksinkertaiseen lohkaisuun korkin reunasta. Näin yksityiskohta näkyy sekä yläpinnasta että sivulta. Koska lohkeama on suihkereiän vastakkaisella puolella, on käyttäjän helppo paikallistaa reiän sijainti lohkeaman avulla, jolloin vältetään suihkuttamasta väärään suuntaan.

Päädyin korkeaan korkkiin sen mittasuhteiden vuoksi, se tuo persoonallisuut-

ta muotoon. Matalammissa korkeissa mittasuhteet ovat lähempänä perinteisiä suihkekorkkeja ja tavoittelin yksilöllisempää ilmettä.

Varmistin Teppo Vienamolta, koulumme muovityöpajan opettajalta, olisiko korkkini, jossa on pienehkö lohkaistus, teollisesti mahdollista tehdä. Se on mahdollista, kunhan ainevahvuus pysyy samana ja sisälle mahtuu tarvittava mekanismi. Paras muovilaatu olisi polypropeeni, jolla on hyvä kemiallinen kestävyys, se on edullista ja siitä pystyy tekemään melko kestäviä tuotteita.

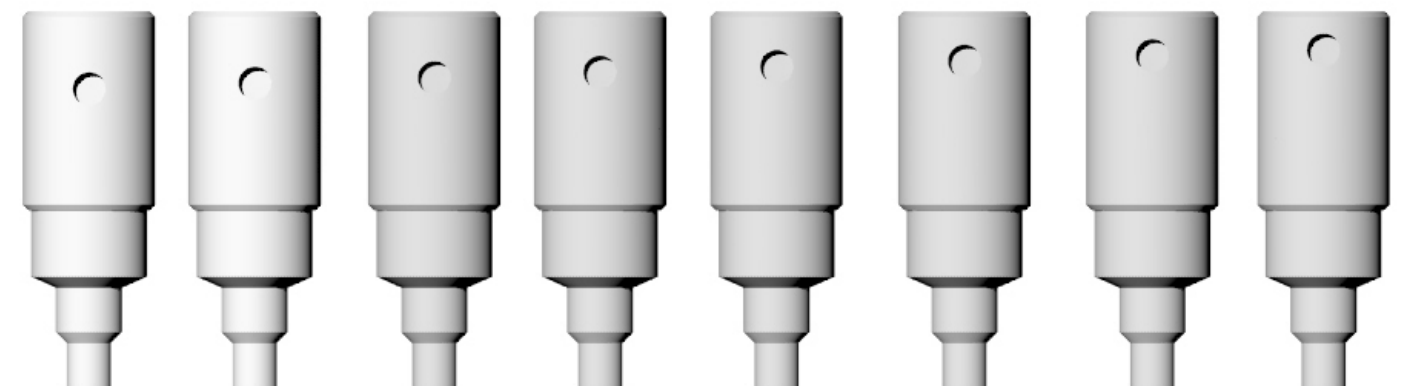
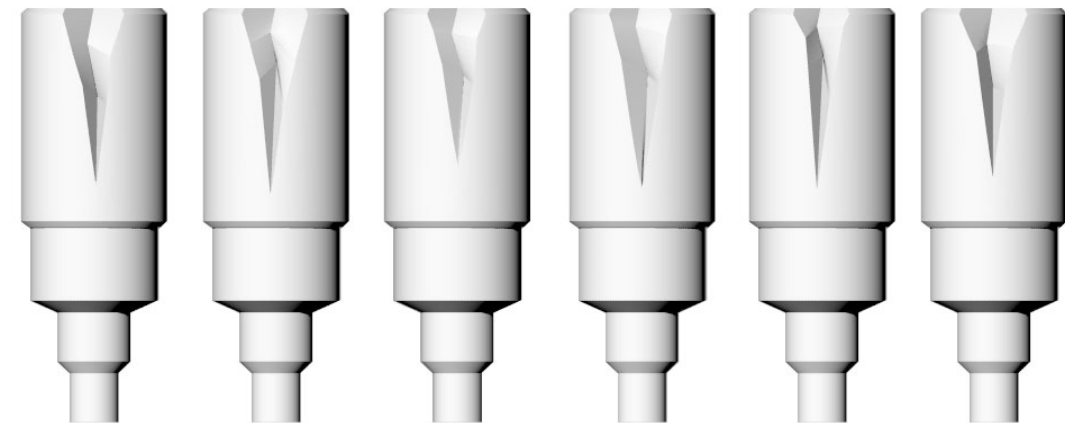
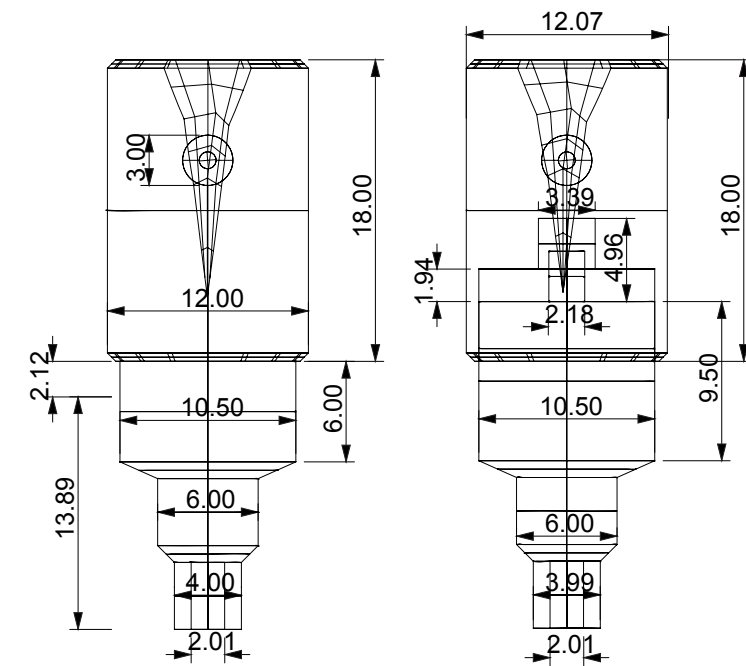


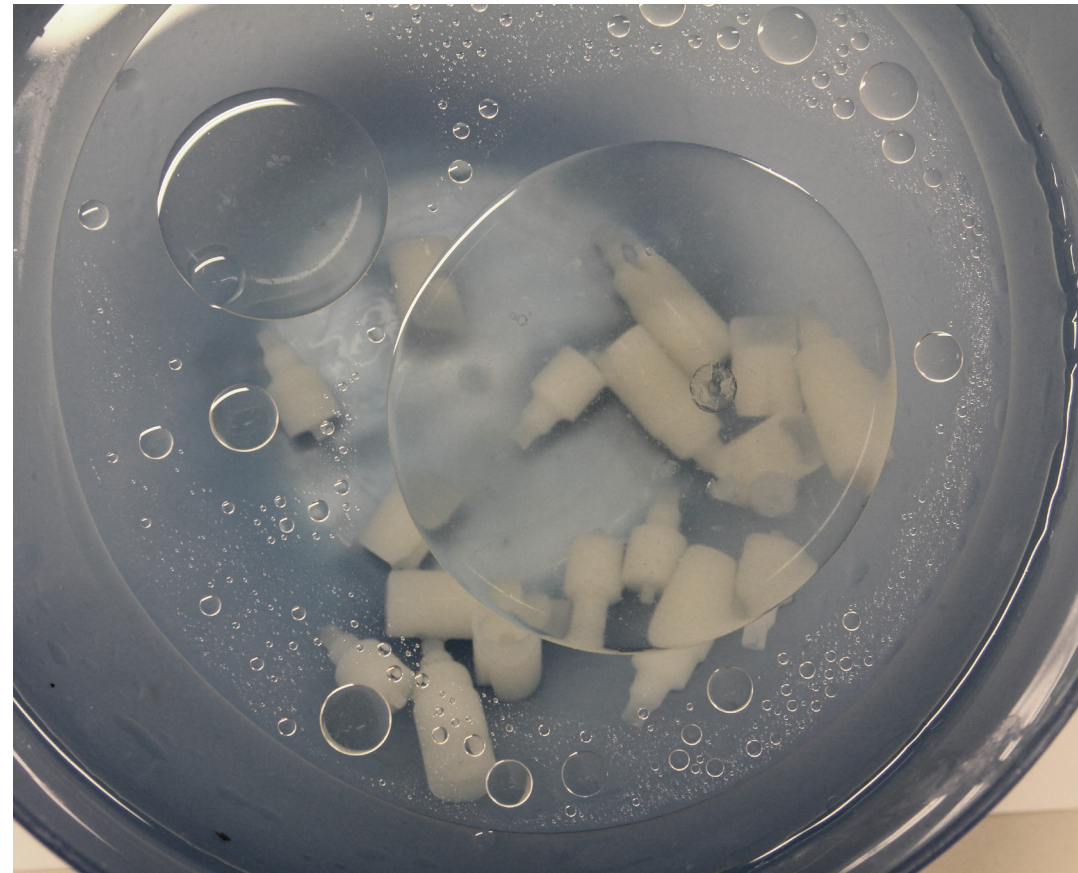
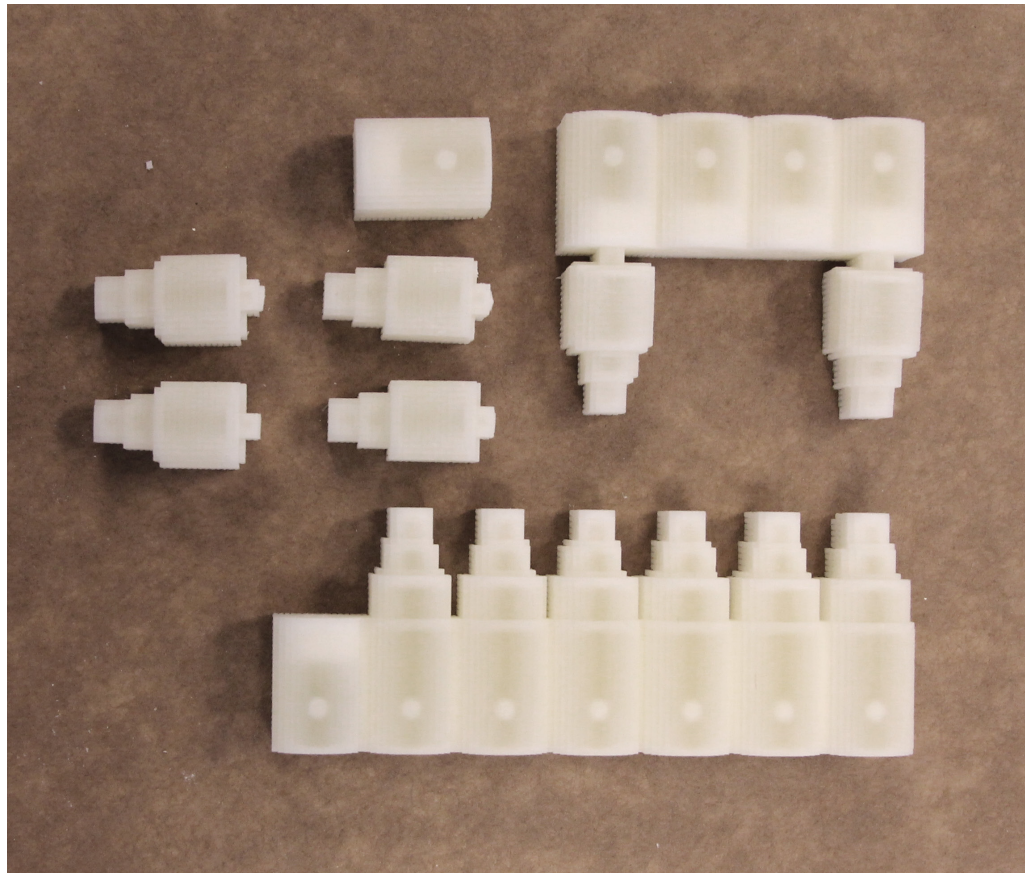
#### 4.5 YKSITYISKOHTIEN HIONTA

Lopullisesta korkkia varten suurensin vielä hieman lohkeamaa, jotta efekti olisi vaikuttavampi. Siinä on myös tarkasti harkittu lohkaisun muoto, pituus ja syvyys. Lohkeama ei saa olla liian monimutkainen, jotta se ei näytä epäsiistiltä ja harkitsemattomalta. Liian pitkä lohkaus olisi raskas ja liian lyhyt taas saisi korkin näyttämään liian pitkältä suhteessa lohkaisuun.

Kun olin päättänyt lopullisen lohkaisun muodon, piti vielä miettiä suihkereiän korkeusasema korkissa. Reiän paikka vaikuttaa sekä korkin ilmeeseen että käytettävyyteen. Jos reikä on liian alhaalla, korkin sisälle ei mahdu spray-suuttimen mekanisme. Jos reikä on taas aivan yläreunassa, korkkia painaessa hajuveisi osuu epämiellyttävästi sormenpäähän suihkeen leviämiskulman takia. Valitsin siis kultaisen keskitien.

Halusin mahdollistaa korkin painamisen hahmomallissani, joten tein korkeista kaksiosaisia. Kahden osan väliin tulee metallivieteri, joka tuo joustoa ja vastusta painaessa.





Kuvat vasemmalta oikealle:

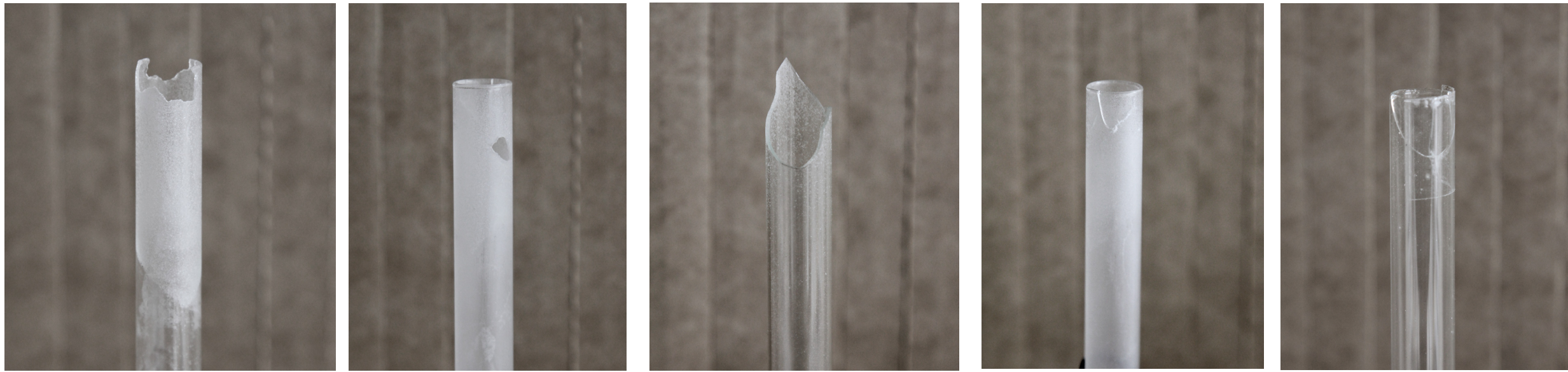
1. Vahan ympäröimät korkit, jotka ovat juuri tulleet ulos pikamallinuskoneesta
2. Vahan liuotus kuumassa vedessä.
3. Vieterimekansimin kokeilua
4. Liiman testaus

#### 4.6 MALLIN RAKENNUS

Korkin tultua pikamallinuskoneesta liuotin sen ympärillä olevan vahan kuumassa vedessä. Tämän jälkeen hioin pinnat ja asensin metalliviererin korkin osien väliin. Hankin kirkasta ja ohutta letkua, jonka liitin korkin alaosaan.

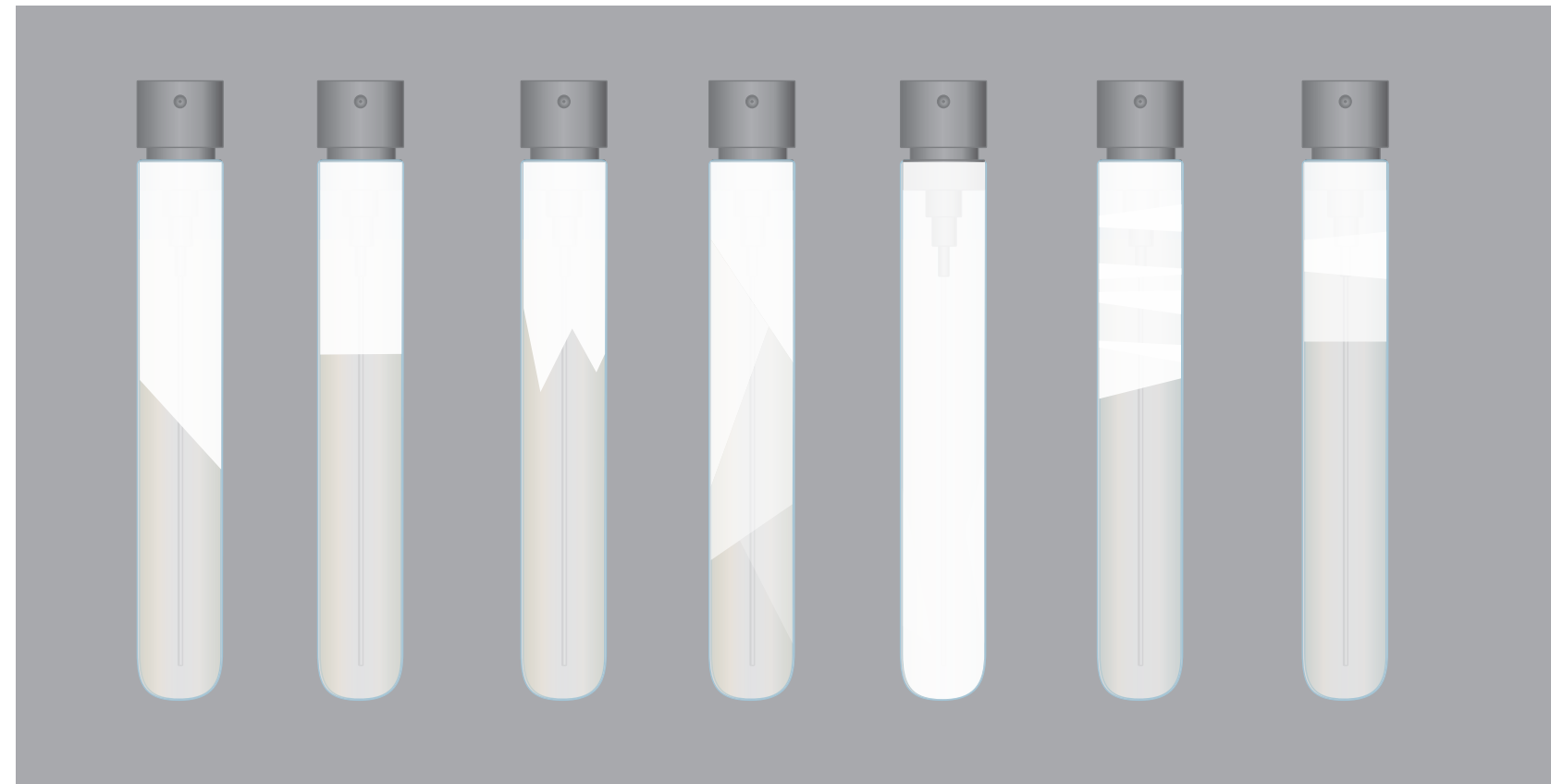
Selvitin eri keinoja kiinnittää korkki lasipulloon. Yleensä hajuvesipullot rakentuvat siten, että suutinosa tulee pullon ulkopuolelle, lasin päälle. Tässä tapauksessa korkki tulisi pullon sisään. Tämä aiheutti hieman haasteita, sillä lasi kestää hyvin

tasaista puristusta ympäriltä ulkopuolelta, mutta kun paine tulee sisäpuolelta, se on heikompi. Korkki ei saisi olla mistään kohdasta liian tiukka, muuten lasi menee rikki. Mietin tiivisteeksi silikonista ja tiivisterengasta, jolloin korkin alaosan ympäröimä ei tarvitsisi olla niin tarkka. Valitettavasti ne antavat periksi painaessa eikä pitäisi korkin alaosa paikallaan. Päädyin hiomaan pullot vain mahdollisimman tarkasti ja kiinnittämällä ne lasiin tarttuvalla Epox-liimalla.



#### 4.7 LASIPINNAN VIIMEISTELY

Halusin luoda lasipulloon personoidumman ilmeen työstämällä lasin pintaa sameaksi. Testailin eri rajauksia maitolasin ja kirkkaan lasin välille lasikuulapuhaltimella. Kuulat tehosivat lasin pintaan hyvin, mutta myös rikkoivat lasin helposti. Puhaltimella oli todella vaikea arvioida, milloin lasin pinta on niin ohut, että se ei kestä enää painetta. Lisäksi puhaltimella oli vaikea saada tarkkaa rajausta, sillä kovalla paineella tulevat kuulat työnsivät sivuun rajaukseen käytetyn teipin reunoja, jolloin rajasta ei tullut tarkkaa. Luovuin puhaltimesta ja hion pinnan käsin. Se kesti kauemmin, mutta siitä tuli kaunis, samettinen pinta. Toisin kuin lasikuulilla tehtynä, jolloin jäljestä tuli hyvin rakeinen. Päätin jättää rajaukset ja hioa koko pullon käsin. Näin pulloon ei tulisi liikaa yksityiskohtia, vaan kaikki huomio menisi korkkiin. Maalaisin lasipullon yläosan samalla maalilla kuin korkki, jolloin korkin ja pullon liitoksesta tulisi siisti ja toisi viimeistellyn ilmeen kokonaisuudelle.





#### 4.8 KORKIN VIIMEISTELY

Maalasin testikorkit nähdäkseni miltä korkki näyttää eri väreillä. Korkin tulisi sopia kaikkiin muihin pakkauksiin, jotka olivat jo melkein valmiita tässä vaiheessa. Halusin pitää väriskaalan hillittynä, joten lähdin hakemaan sävyjä ruskeasta ja harmaasta. Väri vaihtoehdot rajoittuivat spray-maaliväreihin, sillä suihkuttamalla värin korkkiin sai siisteimmän pinnan. Aluksi harkitsin mattaväriä, mutta päädyin sittenkin metalliväriin sen hienostuneen jäljen takia. Suuresta valikoimasta metallivärejä löysin sävyn, jossa oli juuri sopivasti tuotteisiin sopivaa punaisuutta ja lämpöä ja jolla sain yhdistettyä malliston värit toisiinsa.

Lopullisten korkkien teko oli haastavaa ja tarkkaa puuhaa, koska korkki oli niin pieni ja puolen millinkin heitto tulisi näkymään. Korkki piti hioa ja suihkuttaa maalilla huolellisesti, asetella ylä- ja alaosa suoraan vieterin kanssa sekä saada liimattua lasipulloon niin, että siitä tulisi vesitiivis.



8 am

*Raikas ja kevyt tuoksu tärkeän päivän aloitukseen.*

*Kuva: Antti Ahtiluoto*



# 5 pm

*Makea ja kukkainen tuoksu piristämään iltapäivää.  
Kuva: Antti Ahtiluoto*



9 pm

*Pehmeä ja huumava tuoksu täydelliseen iltaan.  
Kuva: Antti Ahtiluoto*





Kuva: Saana Hellsten



## 5.1 INSPIRAATIO

Päätin yhden tuotteista olevan nahka-lompakko, jossa olisi paikka hajuvedelle. Valitsin lompakon, koska sitä kantaa aina mukana, eli tällöin hajuvesikin pysyisi aina mukana. Laukuissa ja lompakoissa nahka on ainut oikea materiaali, kun halutaan arvokasta ulkonäköä ja materiaalia, joka kestää myös käytössä. Nahka koetaan luonnolliseksi ja arvostetuksi materiaaliksi, jolla on ylellinen leima. Halusin välttää turhia metalliosia ja pitää muodon muutenkin yksinkertaisena.

Valitsin nahkan materiaaliksi myös sen takia, että sillä on suuri osa hajuvesien historiassa. Renessanssin Euroopassa nahkakäsineiden puhdistamiseen käytetty virtsa jätti vahvan hajun nahan pintaan, joten peittääkseen hajun, hanskat olivat vahvasti hajustettuja. Grasseen, jossa oli täydellinen ilmasto esanssia tuottaville kukille ja yrteille, syntyi suuri hanskantekijöiden ammattikunta, joista tuli myöhemmin parfymöörejä ja kaupungista läntisen hajuvesiteollisuuden keskittymä.

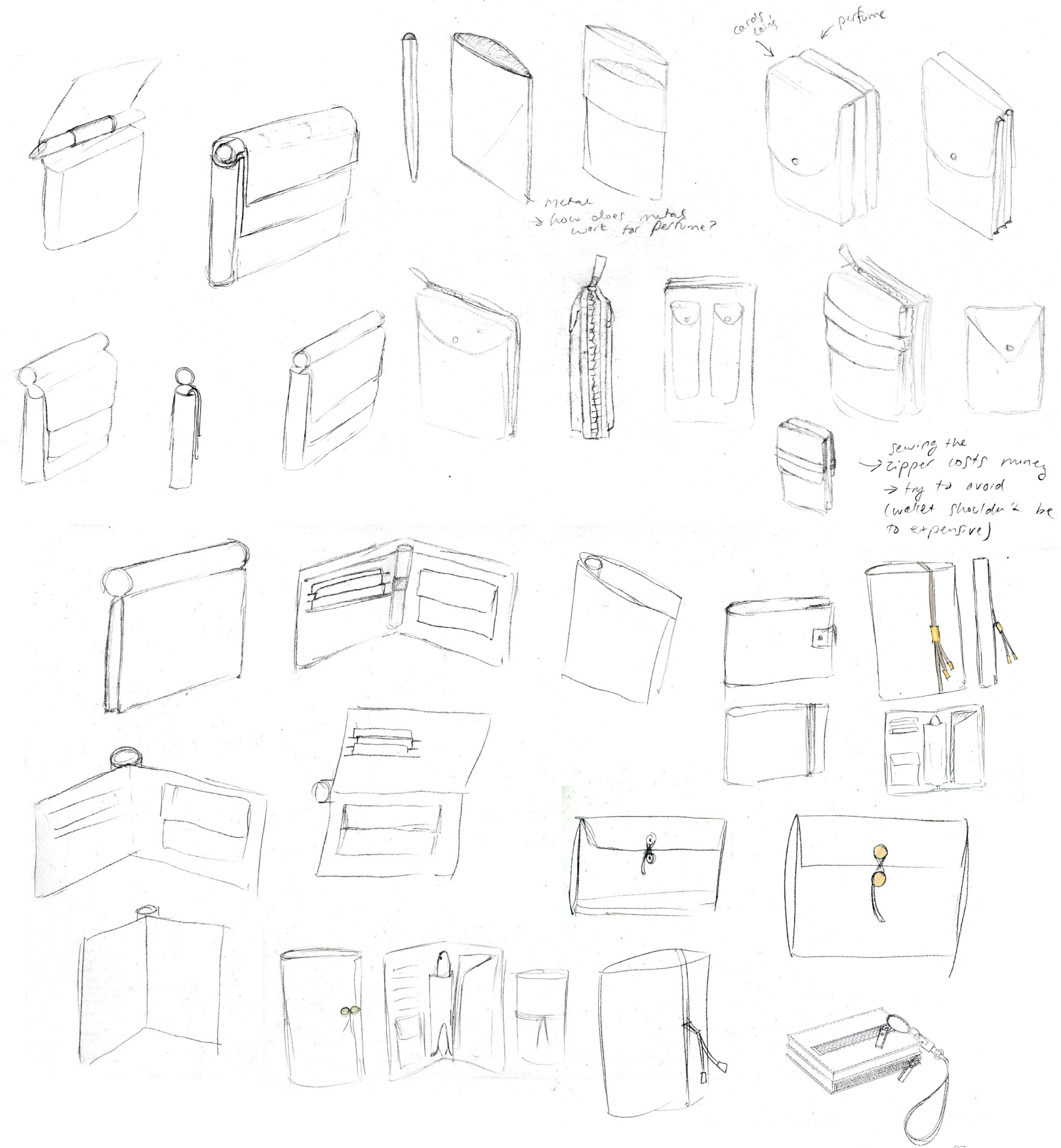


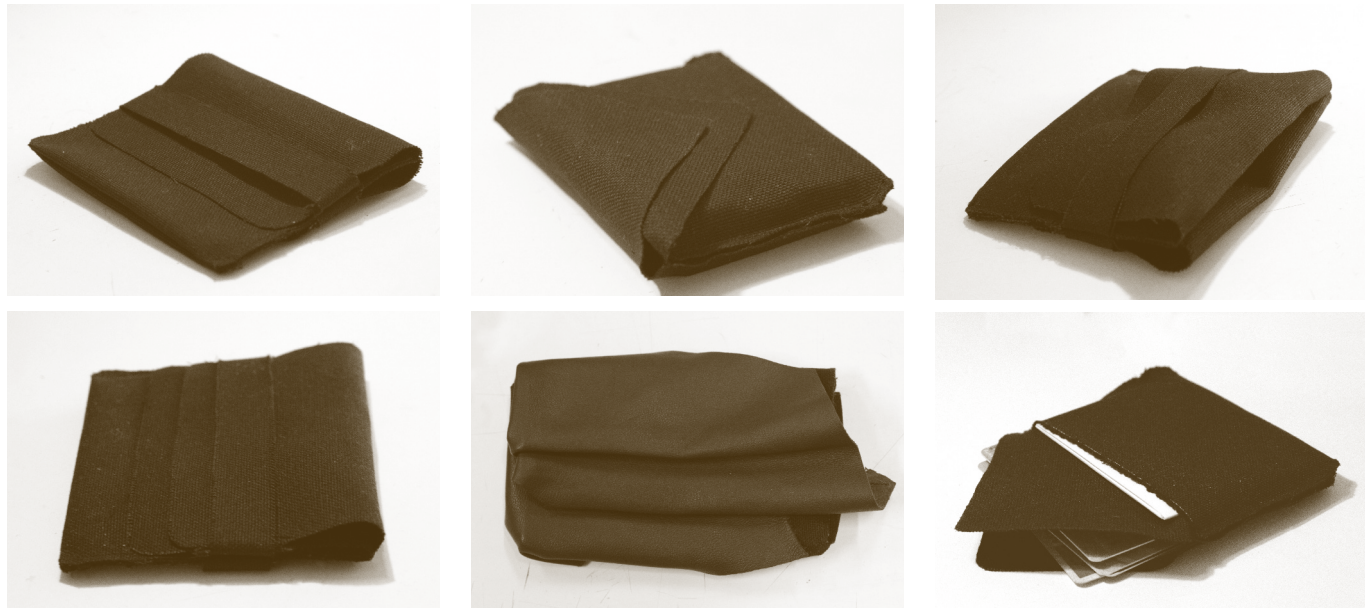
## 5.2 LUONNOSTELU

Kun aloitin lompakon suunnittelun, en vielä tiennyt minkälainen hajuvesipullosta tulisi, joten suunnittelin samalla pulloa. Lompakossa tuli olla jokin erikoisuus, mikä tekisi siitä persoonallisen näköisen. Yksi ideoista oli, että hajuvesi olisi folio-taskussa, joka menisi litteänä lompakon korttipaikkaan.



Kuva: Saana Hellsten





### 5.3 MALLIN SUUNNITTELU

Ompelin prototyyppejä jäykästä kanvaasikankaasta, jolloin pystyin helpommin tutkimaan lompakon toimivuutta. Suunnittelin ensin pientä lompakkoa, mutta tehtyäni hieman taustatutkimusta tulin siihen tulokseen, että kohderyhmäni naiset pitävät enemmän isoista lompakoista. Koska kyseessä oli matkustukseen liittyvä mallisto, päätin tehdä lompakosta sen kokoisen, että sinne mahtuu passi sisään.

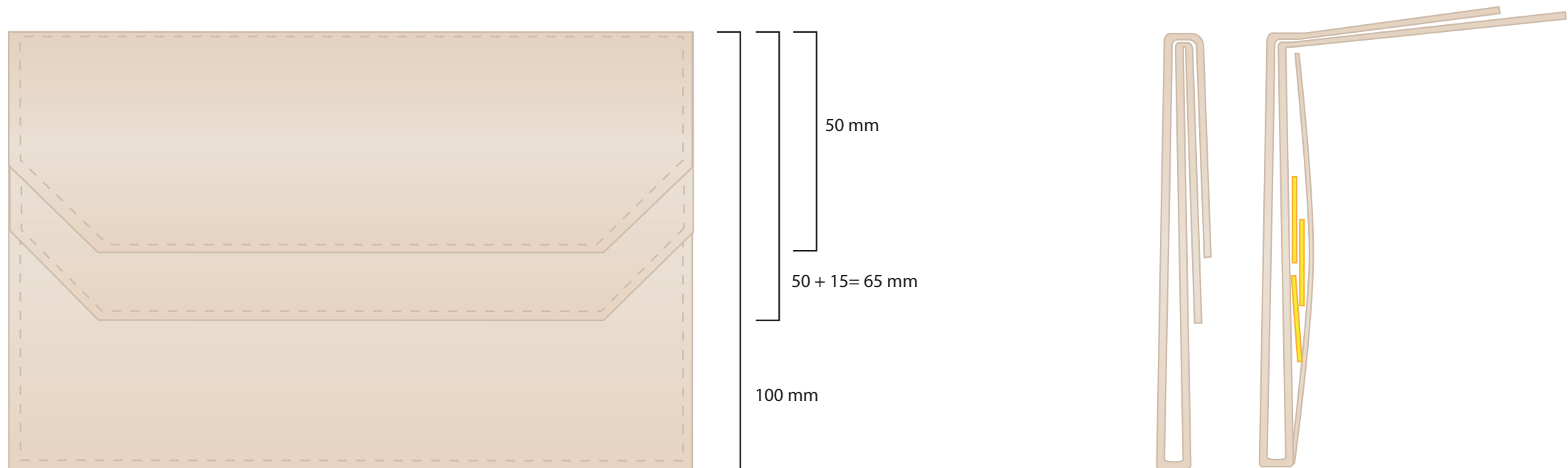
Itse lompakko toteutettiin yhteistyössä Nippanappa- nahkapajan kanssa. Koska he ompelevat lompakon käsin, mallin suunnitteluun liittyi useita rajoituksia.

Tämä teki lompakon suunnittelusta haastavaa, sillä esimerkiksi pullolle oli vain muutama paikka, johon sen pystyi laittamaan. Usean testikappaleen jälkeen sain kehitettyä mallin, joka olisi tarpeeksi yksinkertainen ja tyylikäs mutta funktionaalinen.

Valitsin materiaaliksi vaalean parkkinahan, joka sopi hyvin pakkausmallistoni värimaailmaan. Halusin saada ilmeistä hyvin pelkistetyä, joten otin langaksi ohuen, vaaleanruskean langan, jolloin tikkaukset eivät näkyisi vahvasti.

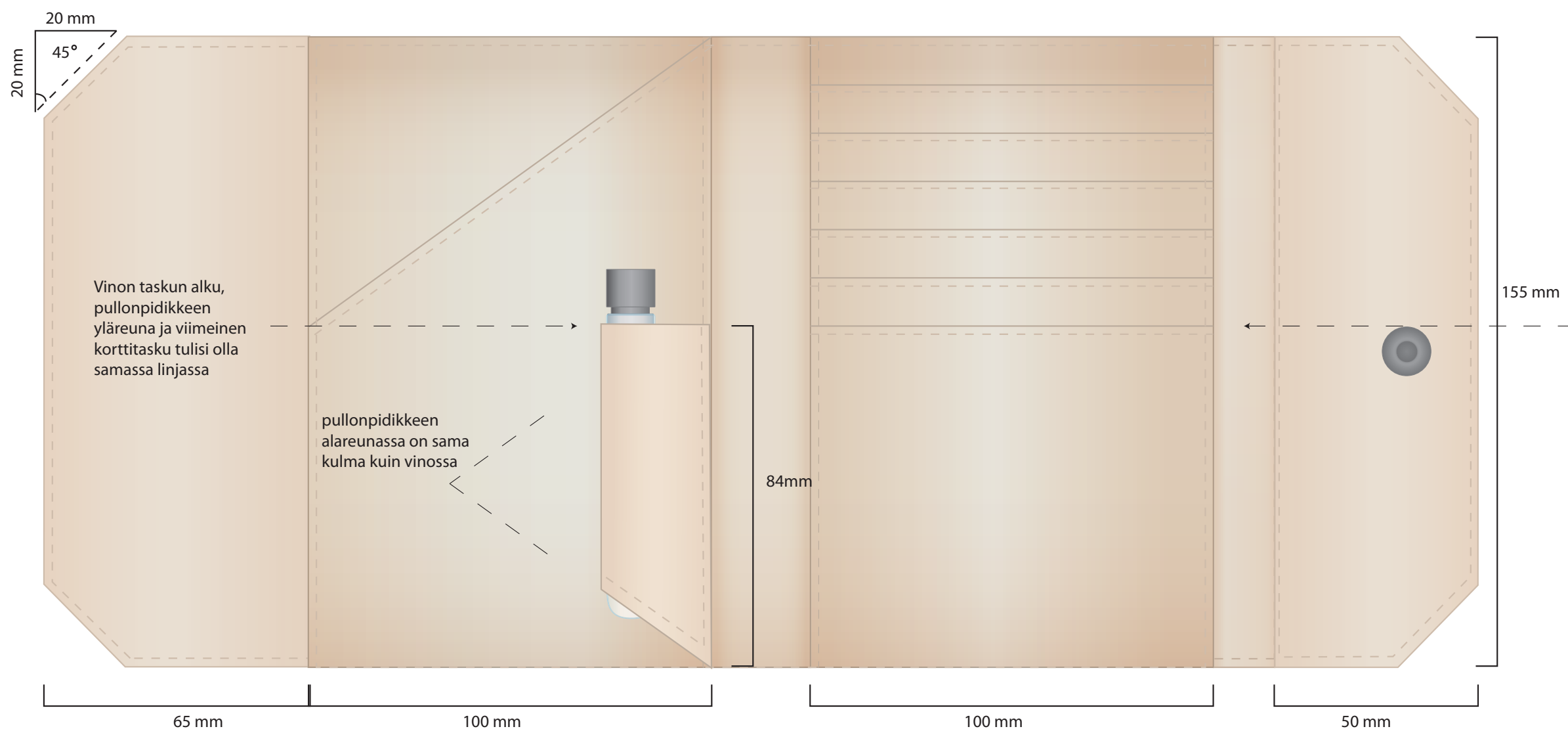


Aukeaman kuvat: Saana Hällisten



#### 5.4 OHJEISTUS

Mietin kauan läppien muotoa. Ne eivät voisi olla aivan suorakulmia, sillä silloin kulmat repsottaisivat rumasti. Paras olisi kaareva tai kirjekuoren mallinen kolmiomainen läppä. Pyöreää en halunnut, koska tuoteperheen muotokielessä on hyvin vähän mitään pyöreitä muotoja ja kolmioläppä ei näyttänyt niinkään tuoreelta ja modernilta. Päädyin suorakulmaan, jonka kulmat on katkaistu, jolla olisi tarkoitus ehkäistä niiden repsottaminen. Tein taas muutaman variaation siltä varalta, että tuplaläppääni ei olisi mahdollista tehdä, mutta niitä ei tarvittu, sillä se onnistui. Tein tarkat piirustukset, joissa näkyy miten linjat ovat suhteessa toisiinsa.



1DAY  
WALLET



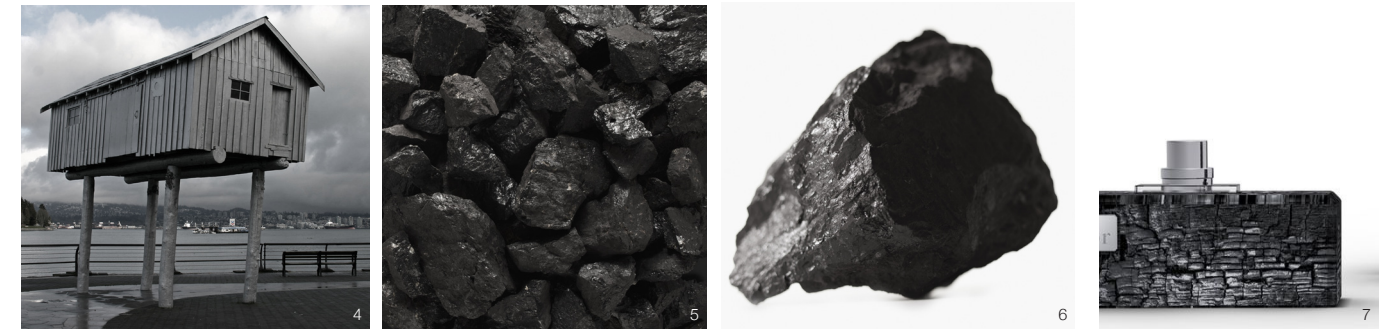
1DAY  
WALLET







Kura: Photos to go

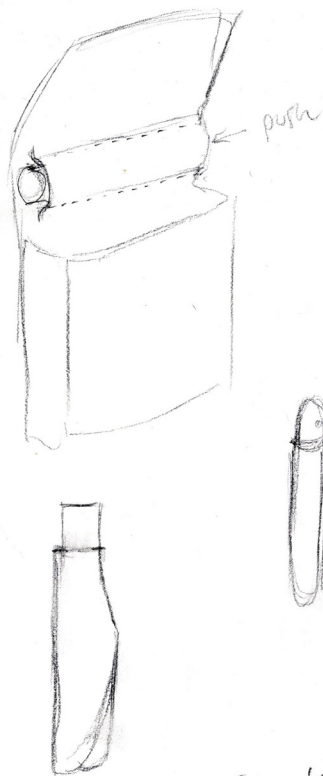
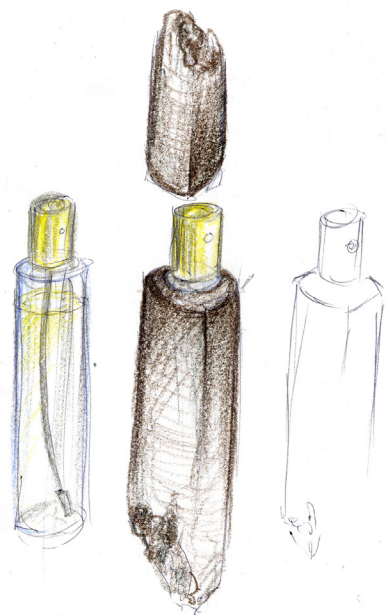
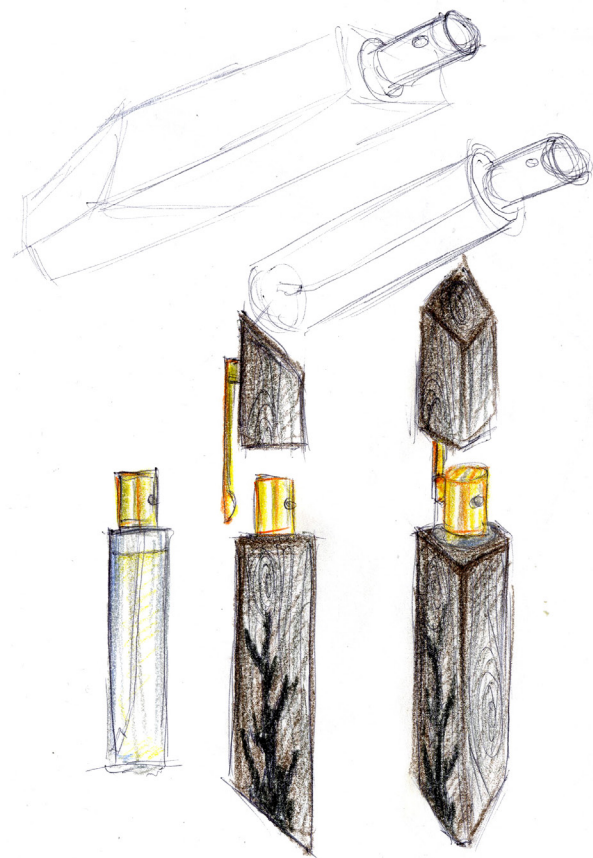


## 6.1 LUONNON MUODOT

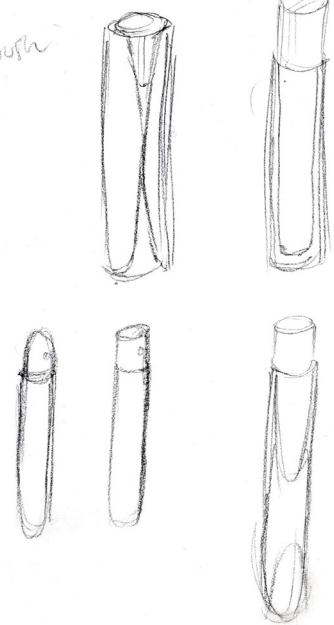
Lähtökohtana puukotelon suunnitteluun oli puun omat muodot, kuten kaarnan rosoiset urat, veistetyin puun syyt ja tuhkaantunut puun pinta. Lisäksi otin vaikutteita kiven ja jään lohkaeisista leikkauksista, sillä samat muodot toistuvat myös pullon korkissa. Luonnon muokkaamat muodot ovat kiehtovia, sillä vaikka ne ovat sattumanvaraisesti tulleita, niissä on aina harmonisuutta ja jännitettä sopivassa suhteessa.

Kuvälähteet lähdelehdossa.

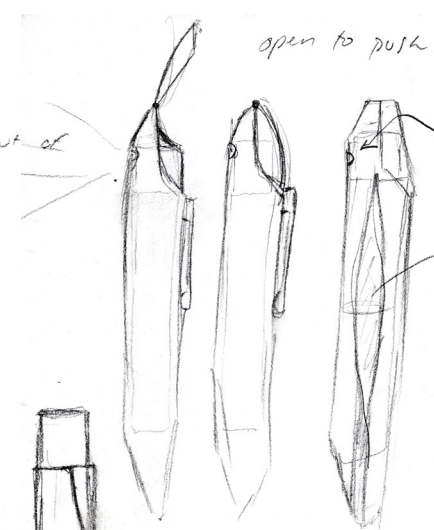




push



could it be out of porcelain?



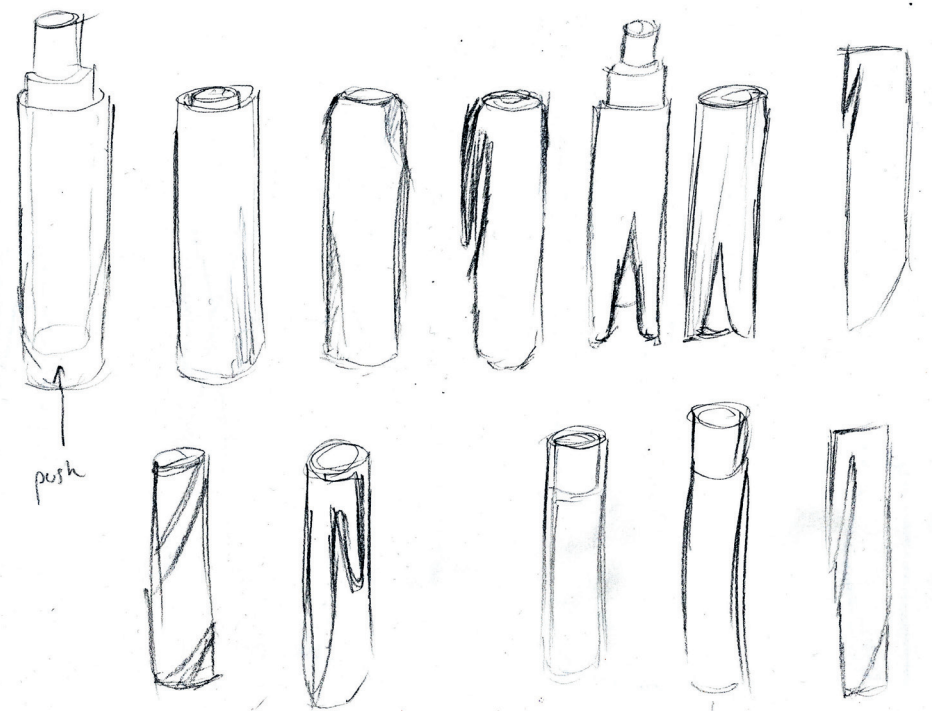
open to push

PROBLEM: how to refill the bottle if it's attached from the "mouth" to the wood? → screw cap!

a hole where you can see the glass bottle and the quantity of the perfume

the advice if shown when you open the cap → easy to push

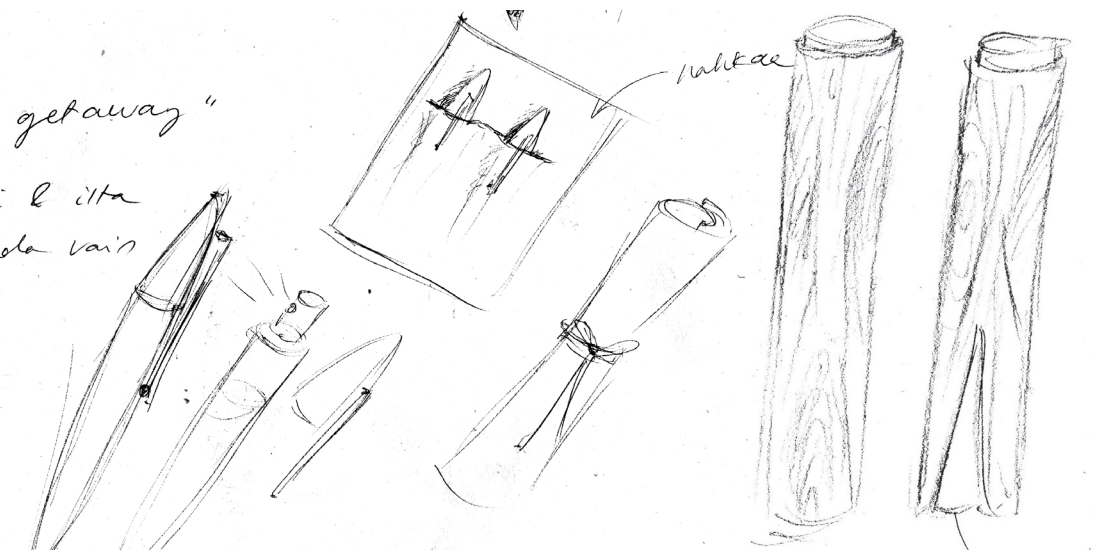
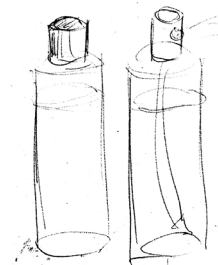
→ toimi ylipäänsäkin kypäkössä, mutta jos haluan laukun pohjalle, niin voi laittaa puutoteen



push

"A weekend getaway"

- 2 pulloa päivä & ilta
- täytettävissä, vaihdella vain sumutinosa



pullaa

→ a hint of the bottle can be seen

## 6.2 KÄYTTÖTAPA

Luonnostelin erilaisia tapoja laittaa lasipullo puuseen koteloon. Yritin välttää saran-  
oita ja korkkeja ja löydän mahdollisimman  
yksinkertaisen tavan käyttää pakkausta.

→ basic glass bottle  
→ wooden case  
→ leather sleeve



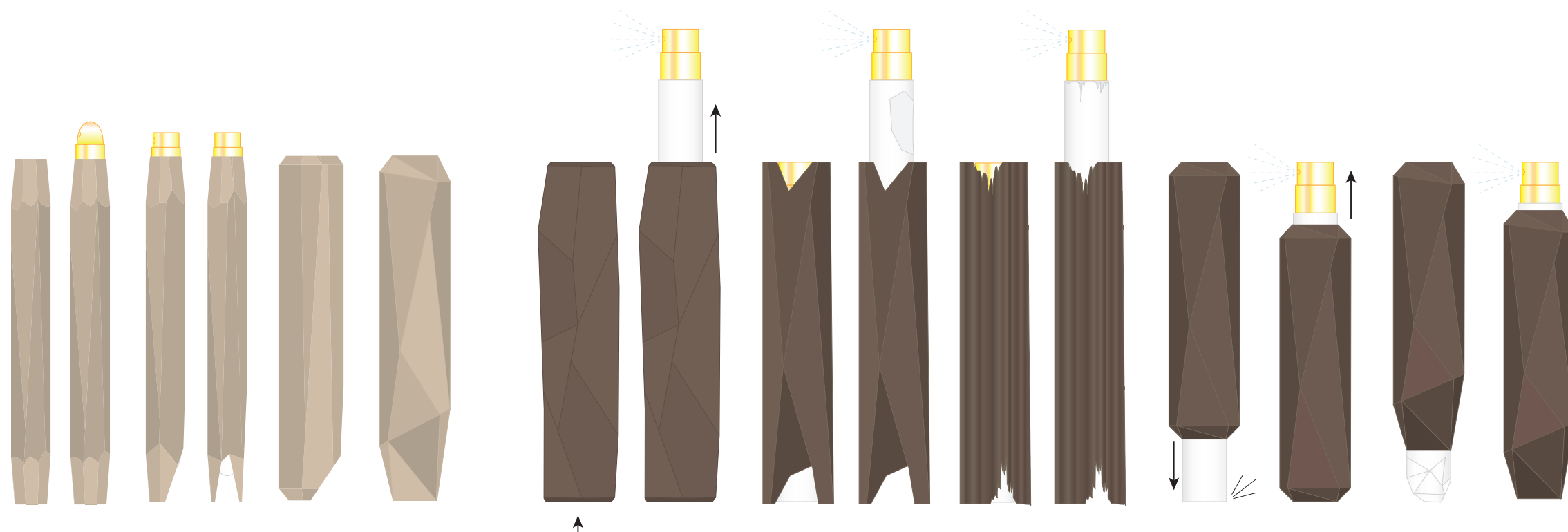
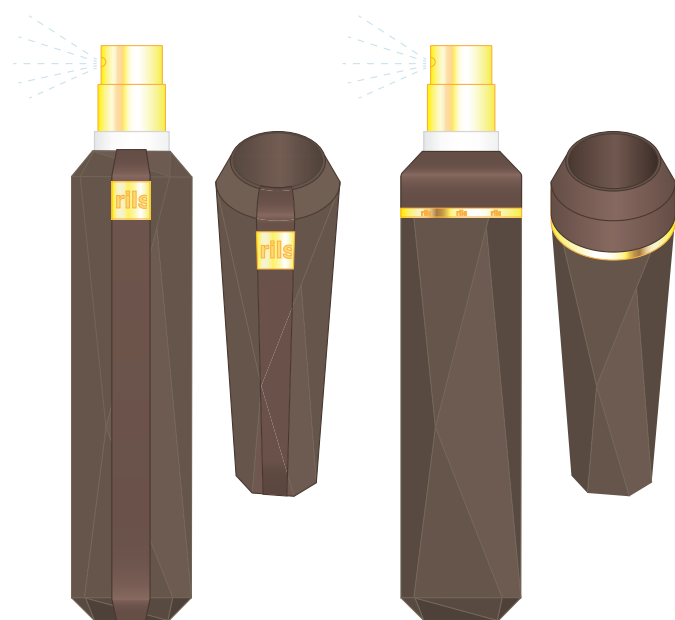
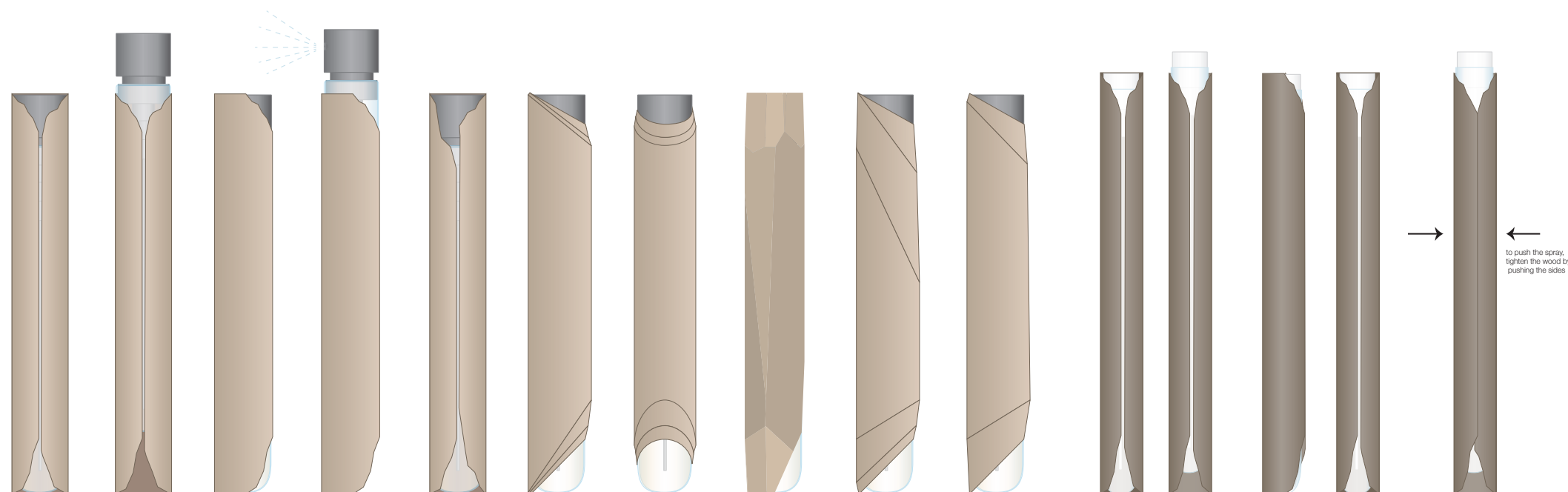
Päädyin yksinkertaiseen putkeen, josta hajuveden saisi helposti ulos työntämällä pohjasta. Tein pahvisia malleja testatakseni käyttöä. Oikeassa materiaalissa ongelmaksi syntyisi puun eläminen, joka vaikeuttaa putken saamista sopivan tiukaksi. Vaikka pullon saisikin hyvin tiukaksi, pienikin kivenmuru pullon sisällä aiheuttaisi pullon jumiutumisen sisään. Ratkaisu tähän voisi olla nahkainen sisäosa, joka toisi kitkaa pullon ja puukotelon välille mutta myös joustaisi tarvittaessa.

*Kuva: Saana Hellsten*

### 6.3 KOTELON MUOTO

Suunnittelin erilaisia muotoja puuputkilolle. Yksi vastaan tullut ongelma oli, että puukuori ei saa olla liian paksu, ettei pullon ja kotelon yhdistelmästä tule liian iso ja painava. Minua epäilytti nahan litistyminen ajan myötä, jolloin pullo ei enää pysyisi kotelossa. Harkitsin myös muita kitkaa antavia materiaaleja, kuten samettia. Päätin pitäytyä kuitenkin nahassa, voisin käyttää samaa nahkaa, jota käytän lompakossa, jolloin nahka toimisi yhdistävänä tekijänä pakkausmallistossa.

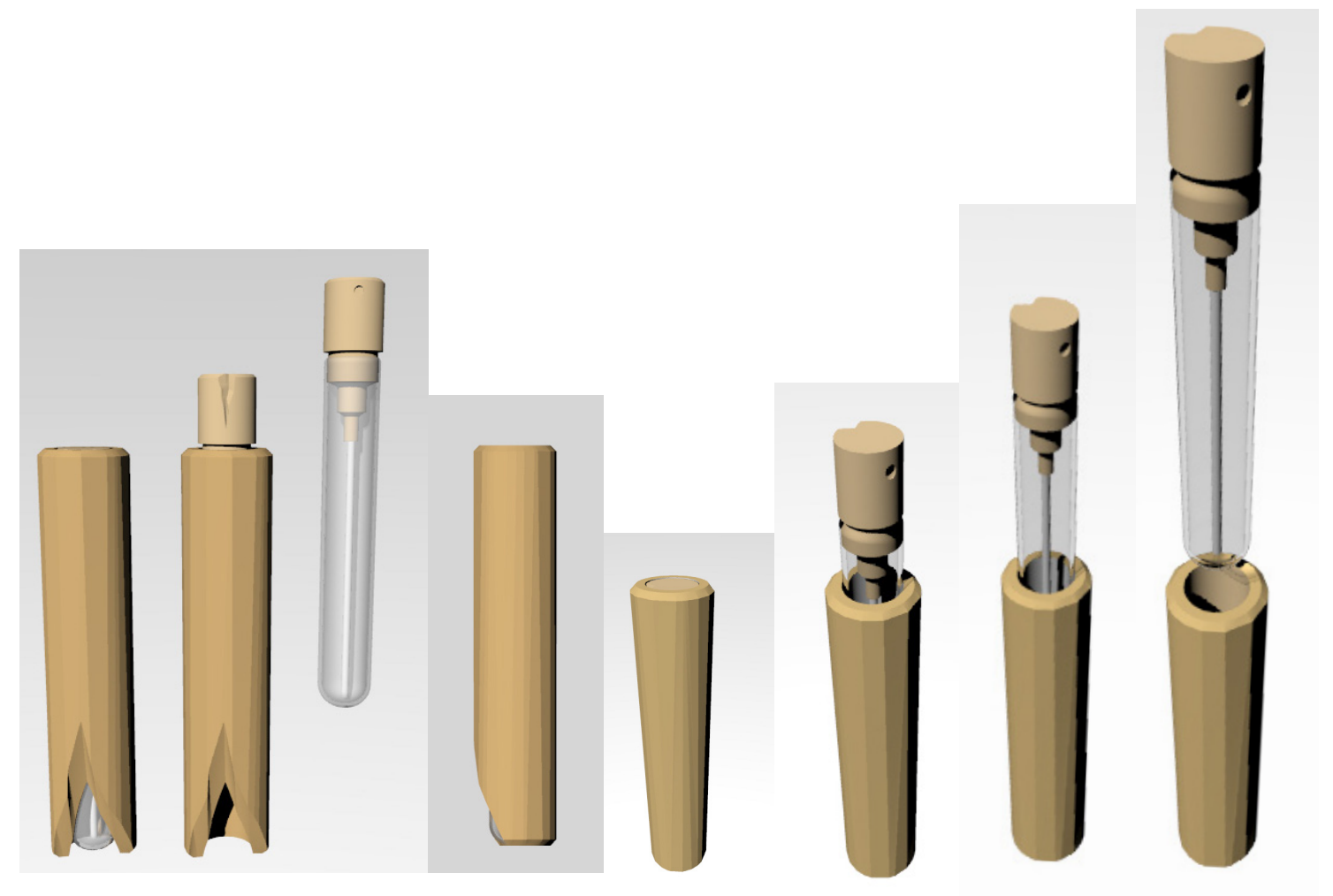
Putkilon reiän läpimitta on niin pieni, että paksusormisemman olisi vaikea saada työnnettyä pullo tarpeeksi ulos, joten tein ulostyöntämistä helpottava loven kotelon alareunaan.



#### 6.4 LOPULLINEN PAKKAUS

Hahmottelin lopullisen puukotelon 3D-ohjelmalla. Tein kotelon alaosaan samanlaisen lohkaisun kuin hajuvesipullon korkissa on, jolloin pullon ja kotelon välille syntyy yhteys, kun pullon ottaa ulos putkesta. Kotelon sivut tein mahdollisimman ohuiksi ja hieman hiotuiksi tuomaan haptisuutta pintaan. Reunoissa on samanlaiset viisteet kuin lompakon kulmissa, mikä lisää käyttömukavuutta ja yhteyttä lompakkoon.

Toteutin lopullisen pullon yhteistyössä ProPuun puuseppien Esa Nirosen ja Markku Tonttilan kanssa. Valitsimme puuksi tammen, joka sopi säilyttään parhaiten kotelon sisälle tulevan nahan kanssa.



1 DAY  
WOOD



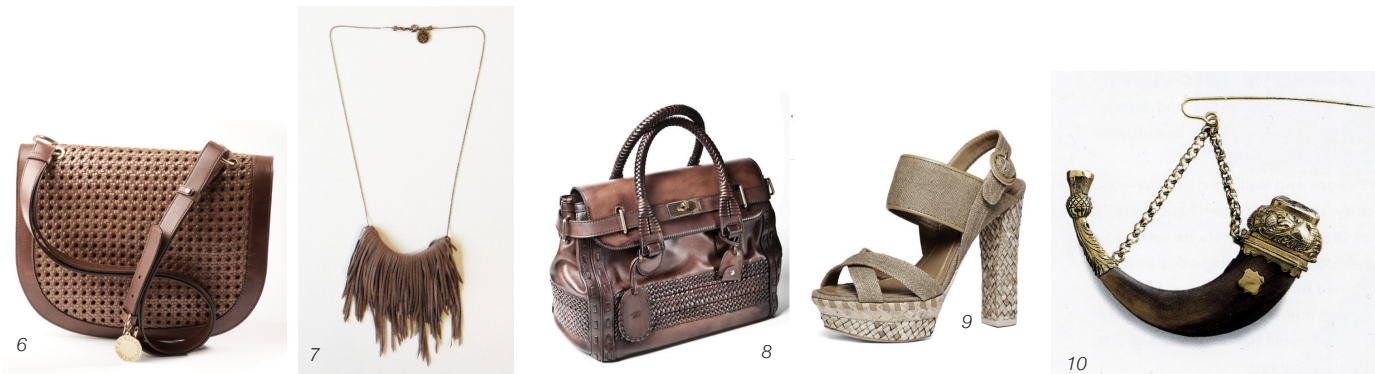
1 DAY  
WOOD





7 1DAY  
WEAVE

Kuva: Saana Helsten



Kuvalähteet lähdelehdessä

## 7.1 INSPIRAATIO HISTORIASTA

Idea tuoksukoruun tuli hajuvesipakkausten historiasta, jossa niillä on merkittävä osa. 1600-luvulla hajuvettä laitettiin metallisiin, reikäisiin palloihin, pomandereihin. Ne täytettiin myskillä, joka oli rajattoman kallista, joten myöskin niiden säilytysrasioihin, pomandereihin, laitettiin rahaa. Useimmat olivat kultaa ja hopeaa ja runsaasti koristeltuja. Niiden uskottiin suojaavan kantajaansa rutolta ja niinpä pomandereita pidettiin kaulan ympärillä tai roikkumassa vyöllä.

Tuoksukorut tulivat uudestaan muotiin 1900-luvulla, jolloin korumuotoilijoilla oli merkittävä hajuvesimarkkinoilla. Tuoksupullot olivat kuin asusteita, joten he ajattelivat mikseivät hekin levittäytyisi tuoksualalle aivan kuten muotisuunnittelijat. Ensimmäinen korujen tekijä, joka lanseerasi hajuveden oli Van Cleef & Arpels vuonna 1976. Sitä seurasi Tiffany, Bvlgari, Chopard ja Boucheron. Boucheronin Jaipur-pulloa, joka sai muotonsa intialaisesta käsikorusta, pidetään yhtenä aikamme parhaimpana korupullona.

Tuoksukoruista inspiroituneena aloin miettimään eri tapoja kantaa tuoksua mukana kauniissa korussa. Hain ideoita myös asusteista, jotka hyödynnetään käsityöläisyyden työskentelytapoja modernilla tavalla.



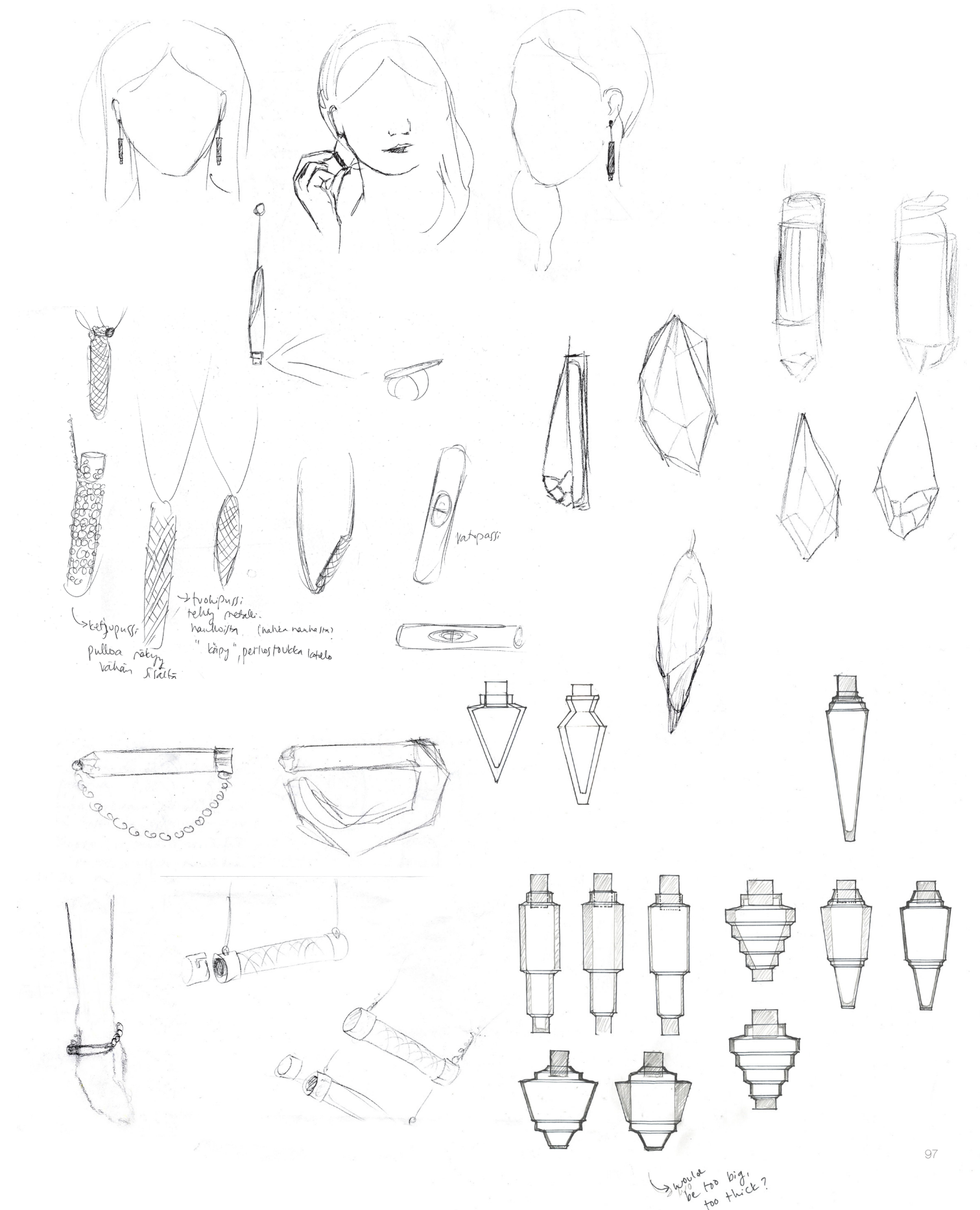
## 7.2 YHDISTÄVÄ TEKIJÄ

Ensimmäinen ideani korun muotokieleen tuli amphora- pulloista, jotka olivat ensimmäisiä astioita, joihin hajuvettä pakattiin. Koru voisi olla jotain muutakin kuin riipus, joten mietin myös käsi- tai korvakoruja. Tuoksun ei tarvitsisi olla nestemäisenä vaan esimerkiksi voidemaisena medaljongin sisällä.

Pohdinnan aiheena oli myös tulisiko koru olemaan arki- vai iltakäyttöön. Tämä vaikuttaa paljon korun ulkonäköön ja materiaalivalintoihin. Valitsin arkikäyttöön tarkoitetun korun, koska sain sen yhdistettyä paremmin mallistoon.

Lopulta, kun koko pakkausmallisto alkoi muodostua, totesin, että minun tulisi käyttää samaa pulloa kaikissa tuotteissa malliston yhtenäisyyden säilyttämiseksi. Unohdin aikaisemmat luonnokseni ja aloin suunnitella riipusta koeputken muotoiselle hajurvedelle. Koko aiheutti ongelmia, sillä vaikka pullo on itsessään pieni, on se koruksi melko iso. Halusin luoda korun, josta ei heti huomaisi sen sisältävän hajuvettä.

Löysin nahkanauhaa, joka on tehty samasta nahasta kuin lompakko. Tästä sain idean punoa pullolle suoja. Tällöin korun muoto viittaisi puukotelon muotoon ja materiaali lompakkoon, eli koru yhdistäisi kaikki malliston pakkaukset toisiinsa.





### 7.3 MATERIAALIKOKEILUJA

Tein kokeiluja erilaisista punostyyleistä. Tutkin punoskirjoja ja yritin löytää punoksen, joka näyttäisi modernilta. Punoksen tulisi olla myös teollisesti tuotettavissa eli se ei saisi olla sattumanvaraisesti pujoiteltua nauhaa, jota myös kokeilin. Mietin myös olisiko riipus mielenkiintoisempi, jos pulloa näkyisi hieman nauhojen välistä. Ongelmana oli saada punoksesta siisti ja huoliteltu sekä saada punos pitämään muotonsa, kun pullon ottaa pois. Minun piti myös keksiä ratkaisu miten saisin pääteltyä punoksen siististi ja miten ketjun saisi kiinnitettyä siihen.

Valitsin hopean metalliväriksi koruun, koska sen sävy sointuu kauneimmin malliston värien kanssa. Hopeassa olisi vaihtoehtona puhdas, vaaleankirkas hopea tai tummennettu hopea. Päädyin vaaleaan hopeaan, sillä sen yhdistelmä nahan kanssa on raikkaampi, hienostuneempi ja naisellisempi.



#### 7.4 RIIPUKSEN VALMISTUS

Usean testikappaleen jälkeen löysin sopivan punostyylin. Sen ainoa ongelma oli, että se aukeaa haitarimaisesti, kun pullon ottaa sen sisältä pois. Tämän ratkaisin alumiiniputkella, jonka päälle nauhat punotaan. Alumiiniputken ansiosta hajuvesipullo pysyy suojassa kolhuilta ja sen saa sieltä helposti kaatamalla ulos. Putki tuo myös ryhtiä muotoon.

Konsultoin koulumme korumuotoilun opettajaa Essi Sikasta riipuksen viimeistelystä. Päädyimme peittämään nauhojen päät hopeatubeilla, jotka teetin korumuotoilijaopiskelija Johanna Rantalaisella. Toiseen päistä tuli korkki, joka lukitaan sisäpuolella olevaan osaan ketjun lukolla.

Tupit halusin hiottavan himmeäkiiltoisiksi, sillä hajuvesipullon lasi ja korkki ovat myös himmeäkiiltoisia. Hajuvesipullon korkin sävy on valittiin sopivan yhteen juuri korun hopean kanssa. Hopean pinnan olisi voinut hioa vielä karkeammaksi, jolloin se olisi kestävämpi eikä kiillottuisi yhtään ajan myötä, mutta silloin siitä olisi tullut hyvin karhea ja hento kangas voisi rispaantua korun ollessa kaulassa.

Ketjuksi valitsin papuketjun, joka on hyvin kestävä. Se jaksaa kantaa riipuksen, jossa on lisäpainoa hajuvesipullosta. Lisäksi se on ulkonäöltään yksinkertaista eikä liian kimaltelevaa, niin kuin useimmat ketjuista.





1 DAY  
WEAVE

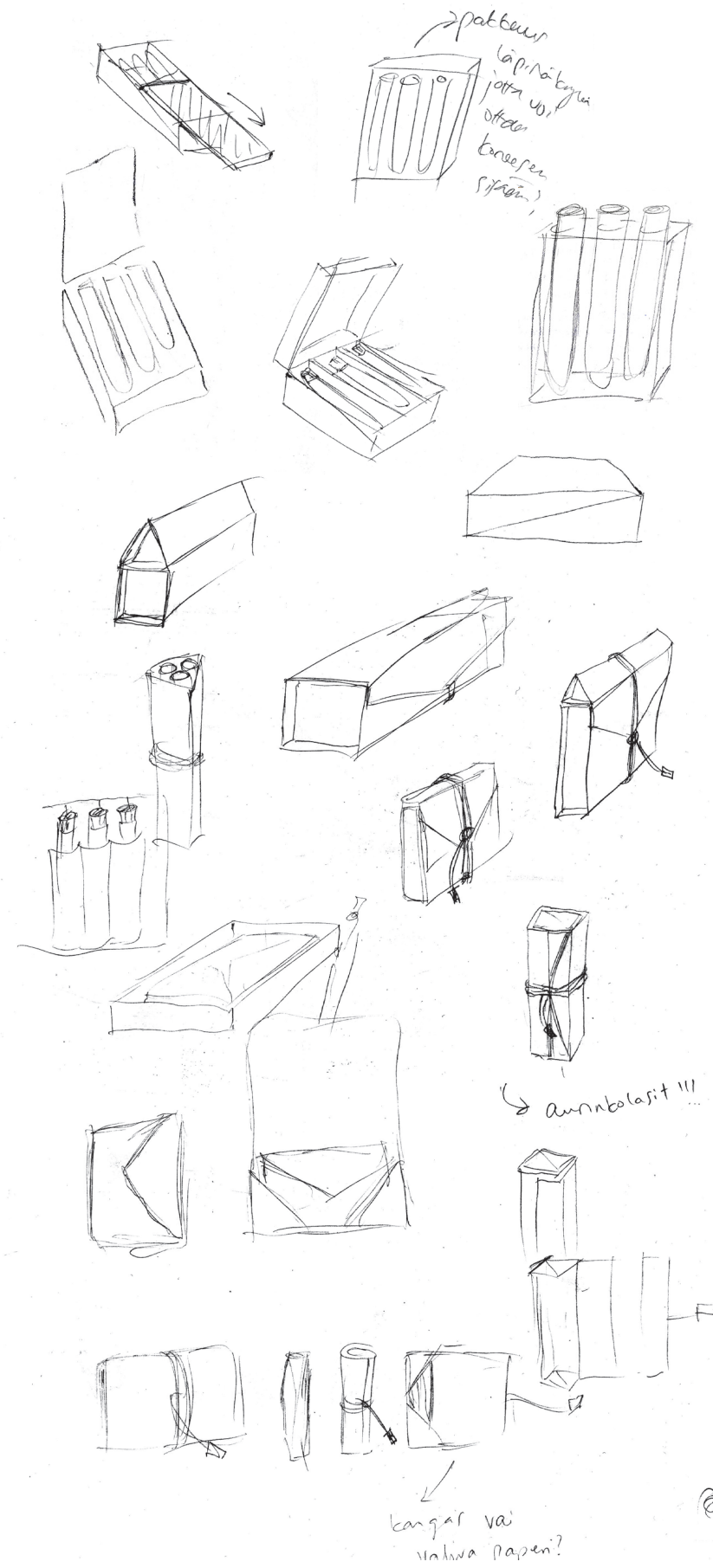
Aukeaman kuvat: Antti Ahtiluoto.  
Mallin paita: Isa Väkiparta





# 8 1DAY KOTELO- PAKKAUKSET

Kuva: Saana Helsten



### 8.1 RAKENNE & VÄRIT

Suunnittelin lopuksi mallistolle kotelopakkaukset, joissa tuotteet myytäisiin. Kotelopakkauksen tulisi olla kustannustehokas mutta arvokkaan näköinen. Hain peruslaatikon rakennetta, jossa olisi kuitenkin jotain erityistä. Oli haastavaa löytää rakenne, joka toimisi kaikille tuotteille ja olisi silti mielenkiintoinen. Malli, johon päädyin, on tukevarakenteinen ja tyyliältään yksinkertainen. Sisennykset reunoissa tuovat pakkaukselle persoonallisuutta. Materiaali on jäykkää, laadukasta kartonkia. Mielenkiintoisen yksityiskohdan tuo nahkanauha, jolla pakkaus suljetaan. Se on samaa nauhaa, jota on käytetty riipuksessa. Laatikko pysyy kiinni itsestäänkin eli vaikka nauhan solmu aukeasi, pakkaus pysyisi suljettuna.

Testailin pakkauksia eri väreillä ja papereilla. Pakkauksen tulisi olla raikas ja arvokkaan näköinen. Karkea kartonki yhdistettynä nahkanauhaan oli ilmeeltään liian ”ekologinen”. Vaikka tuotteiden tunnelma on luonnonläheinen, en kuitenkaan halunnut korostaa sitä liikaa. Näin päädyin sileäpintaiseen paperiin, joka tuntuu ylellisemmältä.

Grafiikan halusin pitää yksinkertaisena. Kannessa olisi vain logo ja takana muut tarvittavat tiedot. Päädyin useamman värisen pakkaukseen, jolloin malliston jokaisella pakkauksella on oma, persoonallinen ilme.







9 1DAY  
PAKKAUS-  
MALLISTO

1 DAY



Kuva: Antti Ahtiluoto

1DAY  
PERFUME



1DAY  
WEAVE



*Kuva: Antti Ahtiluoto*

1DAY  
WOOD



Kuva: Saana Helsten

1DAY  
WALLET



Kuva: Antti Ahtiluoto

# 1DAY





# 1 1 ARVIOINTI

## 11.1 JATKOKEHITYS

Lähtökohtana hajuvedelle oli, että se ei lähde kilpailemaan isoja merkkejä vastaan tavaratalojen hajuvesiosastoille vaan, että sitä myytäisiin siellä missä vaatteitakin myydään. Sama koskisi myös pakkausmallistoa. Tämä vaatisi tuotteille oman esillepano-ohjeistuksen, joka toimisi niin vaatemerkin omissa liikkeissä kuin monimerkkimyymälöissä. Omissa liikkeissä tuotteet saisi esille tiskin läheisyyteen, jossa ne toimisivat impulssiostoksena. Shop-in-shopeissa tuotteet voisivat olla vaatteiden läheisyydessä olevilla pöydillä tai hyllyillä.

Pakkausmallistoa voitaisiin markkinoida riippulappujen avulla. Vakioriippulapun lisäksi vaatteessa voisi olla hajustettu riippulappu, jossa kerrotaan pakkausmallistosta ja toimisi samalla tuokсутesterinä.

Tällä hetkellä malliston tuotteet on pakattu yksittäispakkauksiin. Seuraava askel olisi yhteispakkaus, jossa saisi useamman tuotteen kerralla. Tämä toimisi myös lahjapakkauksena, joka voitaisiin nostaa esille aina kauden juhlien aikaan, kuten jouluna, ystävänpäivänä, äitienpäivänä ja ylioppilasjuhlien aikaan. Pakkausmallisto ja vaattemallisto voitaisiin yhdistää muutenkin kampanjoissa, esimerkiksi kampanjatakin ostajalle hajuvesisetti kaupan päälle tms.

Tuoksuja voidaan lisätä sesongeittain tai trendien ja materiaalien mukaan. Esimerkiksi keskitalven neuleisiin perustuvaan mallistoon sopisi syvä, lämmin tuoksu ja poikatyttömäiseen androgyyniseen mallistoon unisex- tuoksu. Myös pakkausmalliston kirjoa voidaan helposti laajentaa. Lompakosta ja riipuksesta voidaan tehdä uusia malleja, jotka sopivat aina sen hetken mallistoon. Tuotteita voidaan tehdä myös lisää, esimerkiksi laukku ja avaimenperä toimisivat hyvin hajuveden säilyttämiselle.

## 11.2 PROSESSI

Hajuvesien ja asusteiden yhdistäminen yhtenäiseksi tuoteperheeksi oli haastavaa, sillä jokaisella tuotteella oli omat vaatimuksensa, varsinkin kun halusin valmistaa ne konkreettisiksi tuotteiksi asti. Tämä vaati paljon taustatutkimusta, kokeiluja ja ammattilaisten konsultointia. Opin prosessin aikana paljon eri materiaalien ominaisuuksista ja työstämisestä ja moni päätös työssäni on lopputulos prosessissa vastaan tulleista ongelmista ja haasteista.

Alkuperäinen idea oli suunnitella pelkästään hajuvesipullo, mutta kiinnostukseni muotia ja asusteita kohtaan innosti laajentamaan työtä kokonaiseksi mallistoksi. Innostuin kaikista pakkauksistani niin paljon, että vaikka tuntui, että en pystyisi ja ehditsi tehdä kaikkia tuotteita konseptivaiheesta tuotteiksi asti, en antanut itseni luovuttaa. Vaikka kompromissit kuuluvat suunnittelutyöhön, halusin tehdä niitä mahdollisimman vähän.

Olen tekijänä huolellinen ja tarkka ja otan huomioon jokaisen yksityiskohdan. Koordinoimalla ja tiukalla aikataululla sain jokaisen tuotteen kehittymään samanaisesta. Tuotteiden valmistamiseen liittyi paljon asioita, joihin en itse voinut vaikuttaa. Nämä pakottivat minut jäsentelemään tekemisiäni niin, että vaikka jouduin odottamaan jotain tuotetta, pystyin silti tekemään opinnäytetyön muita osia.

Olen tyytyväinen, että sain kaikki tuotteeni lopullisiksi tuotteiksi, enkä pelkästään prototyypeiksi. Aluksi halusin valmistaa kaikki tuotteet itse, mutta käännyin lopulta ammattilaisten puoleen taatakseen siistin lopputuloksen.

Opinnäytetyöni on ollut hyvin kokonaisvaltainen prosessi. Valitsin tämän aiheen, koska se on ollut jopa yksi syy siihen, että hakeuduin opiskelemaan pakkausmuotoilua. Koska aihe oli niin lähellä sydäntäni, sain tehtyä työn, josta voin olla ylpeä ja joka ilmentää minua suunnittelijana. Tässä onnistuin mielestäni hyvin, sillä opinnäytetyöni aikana suunnittelufilosofiani ja työskentelytapani kiteytyi ja hioutui tavalta, jota ei ole muissa töissä tapahtunut.

# LÄHTEET

## PAINETUT LÄHTEET

**Green, Annette & Dyett, Linda.** 1998. *Secrets of aromatic jewelry.* Paris: Flammarion-Pere Castor

**Irvine, Susan.** 1996. *Perfume, The creation and allure of classic fragrances.* Lontoo: Haldane Mason Ltd

**Pavia, Fabienne.** 1996. *World of perfume.* New York : Knickerbocker Press

## HAASTATTELUT

**Helenelund, Sixten.** 2011. *Fashion- divisioonan johtaja, Ril's- brändimanageri.* L-Fashion Group. Haastattelu 11.3.2011

**Malinen, Tarja.** 2011. *Viestintäpäällikkö.* L-Fashion Group. Haastattelu 11.3.2011

**Sario, Anne. 2011.** *Viestintä- ja PR- päällikkö.* Berner. Haastattelu 11.3.2011 22.3.2011

## KUVALÄHTEET

*Kuvat Saana Hellsten,2011, ellei toisin mainita*

### **Sivu 10**

*Ril's kuva-arkisto SS11. 2011*

### **Sivu 12**

- Photos to go. 2011. 22240175. *Photos to go.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com/search.html/?22240175
- Photos to go. 2011. 24852620. *Photos to go.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com/search.html/?24852620
- Antin, Niko. 2010. *Apple: iPhone 4:ssä vikaa, korjaus tulossa.* Macmaa. [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://macmaa.com/2010/07/02/apple-iphone-4ssa-vikaa-korjaus-tulossa/

**Sivu 14.** *Ril's kuva-arkisto SS11. 2011*

**Sivu 17.** *Irvine, Susan. 1996. Perfume, The creation and allure of classic fragrances.* Lontoo: Haldane Mason Ltd

**Sivu 18.** *Irvine, Susan. 1996. Perfume, The creation and allure of classic fragrances.* Lontoo: Haldane Mason Ltd

### **Sivu 21**

- Elle Finland. 2009. Mainos. *Elle Finland* 10/2009

12. Elle Sweden. 2010. Mainos. *Elle Sweden* 09/2010

3. Portal perfumes. 2011. *Portal Perfumes.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.portalperfumes.com.ar/wp-content/uploads/2009/10/cocomademaiselle.jpg

4. Elle Finland. 2010. Mainos. *Elle Finland* 09/2010

5. Elle UK. 2009. Mainos. *Elle UK* 10/2009

6. Elle Sweden. 2010. Mainos. *Elle Sweden* 12/2010

7. Elle Finland. 2008. Mainos. *Elle Finland* 05/2008

8. Gloria. 2010. Mainos. *Gloria* 11/2010

9. Mes-Parfums. 2011. *Mes-Parfums.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.mes-parfums.com/images/mini/mini\_klein10.jpg

10. Gloria. 2010. Mainos. *Gloria* 01/2010

11. Elle UK. 2010. Mainos. *Elle UK* 05/2010

12. kenzO-amOur-girl. 2011. *Bienvenue !!.* Skyrock. [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://kenzo-amour-girl.skyrock.com/

13.Fann e-obchod. 2011. *Versace Bright Crystal.* Fann e-obchod. [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.fann.cz/promo/versace/bright\_crystal/

14. MpDaoGou. 2011. *MpDaoGou.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://img3.mplife.com/upload/2008/01/04/6/52534959311907.jpg

15. Mes-Parfums. 2011. *Mes-Parfums.* [viitattu 8.5.2011]. Saatavissa: http://www.mes-parfums.com/en/publicite-parfum-Prada-2997.html

16. Elle UK. 2007. Mainos. *Elle UK* 10/2007

17. Elle UK. 2008. Mainos. *Elle UK* 1/2008

18. *Fleur de cerise.* 2011. *Beauté : les jolis visuels de mars 2010. Le rose aux joues.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.leroseauxjoues.com/wp-content/uploads/2010/03/miss-dior-cherie-dior-eau-de-toilette1.jpg

### **Sivu 23**

*Ril's kuva-arkisto SS11. 2011*

### **Sivu 27**

1-16. *Stylesight Trendboard.* 2011. *Megatrends SS12 women/men.* Stylesight. [viitattu 31.1.2011]. Saatavissa: http://www.stylesight.com

17. Jjjjound. 2011. *Jjjjound.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://jjjjound.com/

### **Sivu 28**

- The haute commodity. 2010. *FFFT: Pocket full of Poesy. The haute commodity.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://thehautecommodity.blogspot.com/2010\_08\_01\_archive.html
- Mes-Parfums. 2011. *Mes-Parfums.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.mes-parfums.com/images/grand/chloe-eau-de-parfum-2148.jpg

3. Elle Finland. 2009. Mainos. *Elle Finland* 04/2009

4. Elle Finland. 2010. Mainos. *Elle Finland* 11/10

5. Elle Sweden. 2010. Mainos. *Elle Sweden* 09/2010

6. Isabel on the Loose. 2010. *Paris Fashion Week|Chloé Autumn/Winter 2010-11 RTW Collection. The Fashionista's Blackbook.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://exquisiteblackbook.blogspot.com/2010/03/paris-fashion-weekchloe-autumnwinter.html

7. Isabel on the Loose. 2010. *Paris Fashion Week|Chloé Autumn/Winter 2010-11 RTW Collection. The Fashionista's Blackbook.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://exquisiteblackbook.blogspot.com/2010/03/paris-fashion-weekchloe-autumnwinter.html

8. Cat. 2010. *Chloe fall 2010. Knightcat.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.knighttcat.com/2010/03/chloefall2010.html

9. Cat. 2010. *Chloe fall 2010. Knightcat.* [viitattu 3.4.2011]. Saatavissa: http://www.knighttcat.com/2010/03/chloefall2010.html

### **Sivu 43**

1-4. *Photos to go.* 2011. *Photos to go.* [viitattu 15.3.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com

### **Sivut 58-63**

*Ahtiluoto, Antti. 2011.*

### **Sivut 66-67**

1. Nikenhn. 2011. *Oh! I love it...* [viitattu 20.2.2011]. Saatavissa: http://nikenhn.weblogs.us/?p=ihfgyxzmeubuzx&paged=8

2. *Another something.* 2011. *Another something.* [viitattu 20.2.2011]. Saatavissa: http://www.anothersomething.org/?s=JPLC-Aviator-interior-400x384

3. Juan. 2011. *Draught dry goods. We are Selecters* [viitattu 1.4.2011]. Saatavissa: http://mag.weareselecters.com/2011/03/draught-dry-goods-cold-springs-cool-summers/

4. *Stylesight Trendboard.* 2011. *Megatrends SS12 women/men.* Stylesight. [viitattu 31.1.2011]. Saatavissa: http://www.stylesight.com

5. A.B. 2010. *Reference librray.* [viitattu 1.5.2011]. Saatavissa: http://referencelibrrary.blogspot.com/2010/05/erik-schedin-updates.html

6. Shams. 2011. A.B.K. *We are selecters.* [viitattu 14.2.2011]. Saatavissa: http://mag.weareselecters.com/2011/02/a-b-k/

7. Baan, Joachim . 2010. *Shoe Cleaning.* *Another something.* [viitattu 5.5.2011]. Saatavissa: http://www.anothersomething.org/2009/08/shoe-cleaning/

8. *Popwuping.* 2010. *Popwuping.* [viitattu 15.1.2011]. Saatavissa: http://www.popwuping.com/picts/alya-kazakevich-leather-craft2.jpg

9. Dezeen. 2010. *Dezeen.* [viitattu 12.1.2011]. Saatavissa: http://www.dezeen.com/2010/12/03/binbags-by-studio-toogood-at-the-temporium/

10-13. Shams. 2011. A.B.K. *We are selecters.* [viitattu 14.2.2011]. Saatavissa: http://mag.weareselecters.com/2011/02/a-b-k/

### **Sivut 74-77**

*Ahtiluoto, Antti. 2011.*

### **Sivu 79**

*Photos to go.* 2011. *Photos to go.* [viitattu 15.3.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com

### **Sivu 81**

1. *Photos to go.* 2011. *Photos to go.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com

2. *Pearlman, Mia.* 2011. *Mia Pearlman.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://mia-pearlman.com/stuff.htm

3. *Pearlman, Mia.* 2011. *Mia Pearlman.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://mia-pearlman.com/stuff.htm

4. *Photos to go.* 2011. 23752331. *Photos to go.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com/search.html/?23752331

5. *Photos to go.* 2011. 25544036. *Photos to go.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com/search.html/?25544036

6. *Photos to go.* 2011. 26771709. *Photos to go.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com/search.html/?26771709

7. *Fashionblog.* 2011. *Fashionblog.* [viitattu 1.4.2011] Saatavissa: http://static.blogoit/fashionblog/DiorSamal.jpg

8. *Pearlman, Mia.* 2011. *Mia Pearlman.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://mia-pearlman.com/stuff.htm

9. *Hellsten,Saana.* 2011.

10. *Ffffound.* 2010. *Dezeen architecture and design magazine. Ffffound.* [viitattu 7.5.2011]. Saatavissa: http://ffffound.com/image/90c57b799aa7ce70742d5f70f89aa7d5e789bb6e?c=6849360

11. *Stylehive.* 2011. *The Color Bark Pencils by Woodluck.* Stylehive. [viitattu 24.3.2011]. Saatavissa: http://www.stylehive.com/bookmark/the-color-bark-pencils-by-woodluck-588632

12. *Photos to go.* 2011. *Photos to go.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa:http://www.photostogo.com

13. *Photos to go.* 2011. *Photos to go.* [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: http://www.photostogo.com

14. Photos to go. 2011. 24039235 . Photos to go. [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: <http://www.photostogo.com/search.html/?/24039235>

15. Pearlman, Mia. 2011. Mia Pearlman. [viitattu 2.2.2011]. Saatavissa: <http://miapearlman.com/stuff.htm>

16. Lilligreen. 2011. Lilligreen. [viitattu 24.3.2011]. Saatavissa: [http://www.lilligreen.de/weihnachtsbaum-recycling/dzn\\_christmas-tree-sledge-by-tom-hatfield-6/](http://www.lilligreen.de/weihnachtsbaum-recycling/dzn_christmas-tree-sledge-by-tom-hatfield-6/)

17. Flickr. 2011. Flickr. [viitattu 24.3.2011]. Saatavissa: <http://www.flickr.com/photos/keithcotterman/5285303211/>

18. Design & Everyday Experience. 2010. Designer Kitchen by Graft. Design & Everyday Experience. [viitattu 24.3.2011]. Saatavissa: <http://seminar2.wordpress.com/2010/04/28/designer-kitchen-by-graft/>

19. Boufflet, Dennis. 2011. Andy Vogt. Pinterest. [viitattu 24.3.2011]. Saatavissa: <http://pinterest.com/pin/6789146/>

#### **Sivu 96**

1. Bjork. 2011. Bjork lookbook 2011 [viitattu 8.5.2011]. Saatavissa: <http://www.bjorgshop.com/cms/lookbook.html>

2. Style.com. 2011. Style.com [viitattu 8.5.2011]. Saatavissa:<http://www.style.com/accessories/>

3. Bjork. 2011. Bjork lookbook 2011 [viitattu 8.5.2011]. Saatavissa: <http://www.bjorgshop.com/cms/lookbook.html>

4. Green, Annette & Dyett, Linda. 1998. Secrets of aromatic jewelry. Flammarion-Pere Castor

5. Green, Annette & Dyett, Linda. 1998. Secrets of aromatic jewelry. Flammarion-Pere Castor

6-9. Style.com. 2011. Style.com [viitattu 8.5.2011]. Saatavissa:<http://www.style.com/accessories/>

10. Green, Annette & Dyett, Linda. 1998. Secrets of aromatic jewelry. Paris: Flammarion-Pere Castor

11-16. Pavia, Fabienne. 1996. World of perfume. New York : Knickerbocker Press

17-18. Style.com. 2011. Style.com [viitattu 8.5.2011]. Saatavissa:<http://www.style.com/accessories/>

19. Bjork. 2011. Bjork lookbook 2011 [viitattu 8.5.2011]. Saatavissa: <http://www.bjorgshop.com/cms/lookbook.html>

20. Green, Annette & Dyett, Linda. 1998. Secrets of aromatic jewelry. Paris: Flammarion-Pere Castor

21. Pavia, Fabienne. 1996. World of perfume. New York : Knickerbocker Press

#### **Sivut 102-105**

Ahtiluoto, Antti. 2011.

#### **Sivut 110-111**

Ahtiluoto, Antti. 2011.

#### **Sivut 116-121**

Ahtiluoto, Antti. 2011.

#### **Sivut 124-127**

Ahtiluoto, Antti. 2011.

# KIITOS

*Anneli Hellsten, Jarkko Hellsten, Miina Hellsten,*

*Janni Vepsäläinen, Ville Martikainen, Erika Storck,  
Isa Väkiparta, Antti Ahtiluoto, kanssaopiskelijat,  
Justus Kantakoski & Petruska,*

*Marja Lampainen, Noora Nylander, Ian Rooney,  
Essi Sikanen, Kari Metso,*

*Esa Niiranen, Markku Tonttila, Nippanappa,  
Johanna Rantalainen,*

*Tarja Malinen, Sixten Helenelund, Anne Sario*

*sekä kaikki sukulaiset ja ystävät,  
jotka ovat auttaneet jaksamaan!*

