

Etikettien suunnittelu

Kuka ja millä välineillä?

Tiina Myllymäki

Myyvä etiketti syntyy tilaajan ja suunnittelijan yhteistyönä

- ▶ Toimeksiannon sisällön määrittelyä varten käydään keskustelu työn taustasta ja tavoitteista.
- ▶ Käydään läpi etiketin käyttötarkoitus. Onko etiketin grafiikkaa tarkoitus käyttää muuallakin ja sisältyykö sen suunnittelu toimeksiantoon?
- ▶ Purkin /purkkien koko ja muoto.
- ▶ Sovitaan työn aikataulusta ja mahdollisista välivaiheista. Voidaan sopia esimerkiksi välivaihtoehtojen lukumäärästä sekä tilaajan ja suunnittelijan tapaamiskerroista.
- ▶ Tarjous / tilaus / sopimus määrittelee työn osapuolet, työhön sisältyvät keskeiset vaiheet ja sisällöt sekä luovutettavan materiaali sekä sen käyttöoikeudet sekä palkkion.

Joitain yksityiskohtia

- ▶ Purkin koko ja muoto -> suorakaiteesta poikkeavaan täytyy miettiä ja työstää etiketin muotoa enemmän. Purkin toimittajalta löytyy yleensä leikkauslinjat, ne kannattaa pyytää suunnittelijalle.
- ▶ Vinossa purkissa vyöpainatuksen sijaan yksinkertaisempaa on suunnitella tarraetiketti tai kaksi. Omat etupuolelle ja selosteelle. Kovin yksilöllinen muoto nostaa painatuskustannuksia.
- ▶ Hyvä grafiikka on informatiivinen, erottuva ja puhutteleva. Kerro graafikolle, mikä on tärkein viesti tuotteessasi: esimerkiksi luonnonmukaisuus, terveellisyys, korkea laatu, tietty hunajakasvi? Graafikon tehtävä on välittää viesti erottuvasti ja puhuttelevasti.
- ▶ Oma visuaalinen ilme voi myös olla jo valmiina (esim nettisivut). Sitä kannattaa luonnollisesti hyödyntää pakkausgraafiikassa ja tuoda heti alkuneuvottelussa esille.
- ▶ Tekstiä täytyy olla ja sille on minimikokonsa (Elintarvikepakkauksen tekstin minimikoko on määrätty: x-kirjasinkoon on oltava **vähintään 1,2 millimetriä**. Pienissä pakkauksissa x-kirjasimen minimikoko on oltava **vähintään 0,9 millimetriä**. Pieneksi katsotaan sellainen pakkaus, jossa suurimman yksittäisen pinnan pinta-ala on alle 80 cm².)
- ▶ Lisää tietoa tuotteista voi tarjota esim. www-sivuilla, josta maininta purkkiin.

Esimerkiksi

- ▶ Tyylit: klassinen, läpinäkyvä, moderni, ”sarjakuvamainen”, ”erilainen”.
- ▶ Mietittävänä mm. kuva, teksti, grafiikka, materiaali, väri, muoto. Näiden on tuettava samaa viestiä.



PURE CLEAR

HONEY
MILL FARM • ISLIP • OXFORDSHIRE

1540 Tib. © Uusikuvapaino / 48 Oksanen - Kallio - Oksanen - Oksanen - Oksanen



Millä välineillä?

- ▶ Valmiita etikettipohjia voi käyttää, ne on suunniteltu painoa varten.
- ▶ Painokelpoista etikettiä ei pysty suunnittelemaan esimerkiksi Word- tai PowerPoint -ohjelmalla.
- ▶ Etiketin suunnittelussa käytetään vektorigrafiikkaohjelmaa, kuten esim. Adobe Illustrator. Rasterikuvien käsittelyyn käytetään esimerkiksi Adobe Photoshop -ohjelmaa.
- ▶ Grafiikkaohjelmilla muutetaan esimerkiksi fontit vektorimuotoon ja määritellään leikkauslinjat. Vektorigrafiikkaa skaalattaessa grafiikan terävyys säilyy, muoto määrittynyt matemaattisesti ei pikseleinä.



<http://www.hunaja.fi/etikettipalvelu/>



<http://www.mesi.fi/tuotteet>



<http://www.lahtisenvahavalimo.fi/etiketit>

Suunnittelusta lisää

- ▶ Valokuvia käytettäessä vaaditaan 300 dpi resoluutio. - Mikä näyttää hyvältä tietokoneen 72 ppi (pixels per inch) resoluutiolla, ei näytä yhtä hyvältä painettuna.
- ▶ Väriprofiilina on painotöihin tarkoitettu CMYK (syaani, magenta, keltainen ja avainväri (key) eli musta). Esimerkiksi tietokonenäytöt ja televisio toimivat RGB -väreillä.



- ▶ Graafikot työskentelevät kalibroiduilla näytöillä. Värit määritellään kuitenkin värivihkojen avulla. Näin saadaan varmasti oikea väri painotuotteeseen. Värimäärittelyyn vaikuttaa esimerkiksi paperin laatu.
- ▶ Painotaloilla on aineiston muotoon ja toimittamiseen ohjeistuksensa. Graafikon toimeksiantoon sisältyy yleensä painotalon kanssa keskustelu.

Kuka suunnittelee

- ▶ Useimmilla painotaloilla on graafisia suunnittelijoita ja palveluihin sisältyy esimerkiksi logojen ja etikettien suunnittelua.
- ▶ Mainostoimistoilla on kattavasti grafiikkaan liittyviä palveluja. Samalla hoituvat tarvittaessa esimerkiksi verkkosivut, esitteet ja mainokset.
- ▶ Freelance -graafikot / -julkaisugraafikot tekevät etikettien suunnittelua.
- ▶ Verkosta löytyy tekijöitä. Referenssitöistä saa vinkkiä suunnittelijan taidoista ja tyylistä. Kannattaa kysellä suosituksia ja kokemuksia tekijöistä.

Tekijänoikeudet, hinnoittelu

- ▶ Graafinen suunnittelija myy käyttöoikeuksia teokseen. Käyttöoikeuden laajuus vaikuttaa myös hintaan.
- ▶ Ostaja ei voi korvauksetta luovuttaa tai myydä käyttöoikeuksia kolmannen käyttöön ilman erityistä lupaa.
- ▶ Teosta ei myöskään saa muuttaa ilman tekijän erikseen antamaa lupaa.
- ▶ Työn hinnoittelu koostuu erilaisista työvaiheista (neuvottelu, varsinainen suunnittelutyö luonnoksineen ja vaihtoehtoineen, printit ja painovalmiin materiaalin lähettäminen), kuluista ja kustannuksista (työhuone, työvälineet, ohjelmistot, koulutus, eläkemaksut, vakuutukset jne)
- ▶ Tuntihinnat vaihtelevat noin 50 - 130 €/h (alv 0 %) (nopean verkkoselauksen perusteella). Suomen freelance-journalistit ry:n suositus on 80 €/h (alv 0 %) graafisesta suunnittelusta.