

Esitteen ja käyntikorttien laatiminen ravintola Walgren'sille ja Bar & Bistro Viiville

Camilla Gustafsson

Opinnäytetyö

2010



Liiketalouden koulutusohjelma

<p>Tekijät Camilla Gustafsson</p>	<p>Ryhmä tai aloitusvuosi LV7MA</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Esitteen ja käyntikorttien laatiminen ravintola Walgren'sille ja Bar & Bistro Viiville</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 37 + 18</p>
<p>Ohjaaja tai ohjaajat Tuula Ryhänen, Kati Selvenius</p>	
<p>Ravintola Walgren's ja Bar & Bistro Viivi ryhtyivät uusimaan ilmettään ja viestintäänsä syksyllä 2009. Samassa yhteydessä syntyi ajatus esitteestä, joka palvelisi ravintolakokonaisuutta markkinointitarkoituksessa. Tästä lähti kimmoke tehdyille opinnäytetyölle.</p> <p>Graafinen suunnittelu on osa esitteiden ja käyntikorttien suunnittelua, mikä vaatii tekijältään visuaalisia kykyjä. Graafinen suunnittelu jakautuu moneen osaan, käsittäen tuotoksen taitto-työn, typografian, kuvat, värit sekä paperin valinnan. Yhtenäisen ja tyylikkään ilmeen luomiseksi on kyettävä tekemään oikeat ratkaisut, jotta painotuotteen viesti välittyisi oikealla tavalla ja tehokkaasti.</p> <p>Koko painotuotteen toteutukseen kuuluu suunnittelun lisäksi vielä painoprosessi aina painotekniikan valinnoista tarjouspyyntöihin ja aineiston toimitukseen. On valittava painotuotteelle sopivin painotekniikka, joka on sopiva niin ominaisuuksiltaan kuin kustannuksiltaan. Lisäksi on löydettävä painopaikka, jossa kyseisen tuotoksen teettäminen onnistuu kustannustehokkaasti. Viimeisenä varsinaisena työvaiheena aineisto on toimitettava virheettömänä painoon, jonka jälkeen vielä tarkistetaan vedokset.</p> <p>Tämän raportin tavoitteena on kertoa tarkemmin ravintola Walgren'sin ja Bar & Bistro Viivin esitteen ja käyntikorttien toteutuksesta aina suunnitteluvaiheesta lopulliseen painotuotteeseen. Raportista ilmenee, mitä aihekohtaisia valintoja tehtiin ja miksi, ja kuinka työ lopulta eteni.</p> <p>Esitteen ja käyntikorttien painoteknisistä valinnoista ja aineiston toimituksen ongelmista kerrotaan tarkemmin raportin lopulla. Onnistunut painotuote edellyttää yhteistyötä suunnittelijan ja painon välillä, eikä sopivan painotalon löytäminen ole aina niin helppoa. Lisäksi painolla ja sen jälkeisillä jälkikäsittelyvaiheilla on oma osuutensa niin painotuotteen kustannuksiin kuin lopulliseen ilmeeseenkin.</p>	
<p>Asiasanat esite, käyntikortti, graafinen suunnittelu, painotuote</p>	

Business programme

<p>Authors Camilla Gustafsson</p>	<p>Group or year of entry LV7MA</p>
<p>The title of thesis Making a brochure and business cards to restaurant Walgren's and Bar & Bistro Viivi</p>	<p>Number of pages and appendices 37 + 18</p>
<p>Supervisors Tuula Ryhänen, Kati Selvenius</p>	
<p>Restaurant Walgren's and Bar & Bistro Viivi started to renew their look and communication in autumn 2009. In this context the idea of a brochure emerged which aim was to serve the marketing purposes of the restaurant complex. This was the incentive that led to the completion of this thesis.</p> <p>Graphic design constitutes a part in designing brochures and business cards, which requires visual skills from the creator. Graphical design is divided into many components, which include the design work, typography, images, colours and the selection of paper. To be able to create a harmonious and elegant look, the designer will have to reach the right decisions in order that that the printed matter would convey its message effectively and in the right way.</p> <p>Besides design, the realization of a printed matter includes also the process of printing press, starting from the selection of the printing technique to request for quotation, and to the delivery the printing materials. The printing technique should contain all suitable aspects and be suitably priced. In addition, a printing press, which is able to print the product at the low cost, must be found. The last phase involves delivering the product to the printing press without defects after which a proof is needed for revision.</p> <p>The aim of this report is to describe in detail the process of creating of the brochure and business cards for restaurant Walgren's and Bar & Bistro Viivi, from the designing stage to the final printed matter. The report indicates which decisions were relevant and why, and finally, how the implementation proceeded.</p> <p>About choosing the printing technique for the brochure and business cards, as well as the problems in delivering the materials to the printing press, is told more precisely in the end of this report. A successful printed matter requires co-operation between the designer and printing press, and finding a proper printing press isn't always so easy. In addition, the press and the finishing stages have an impact on the final look as well as on the expenses.</p>	
<p>Key words brochure, business card, graphic design, printed matter</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Graafisen suunnittelun merkitys	3
2.1	Painotuote ja sen suunnittelu.....	3
2.2	Taittotyö gridillä	4
2.3	Typografia ja tekstit graafisen suunnittelun osana.....	5
2.4	Kuvien merkitys painotuotteessa: kuinka valitsen oikeat kuvat	8
2.5	Värit viestin välittäjänä ja tukena.....	9
2.6	Paperin vaikutus painotyöhön.....	10
3	Painomenetelmän ja -paikan valinta.....	12
3.1	Offset- ja digitaalisenpainon vertailua	13
3.2	Painotarjouksen pyytäminen ja hyväksyminen.....	14
3.3	Aineiston toimitus painoon	15
3.4	Painotuotteen jälkikäsittely ja kustannukset	16
4	Esitteen ja käyntikorttien laatiminen ravintola Walgren'sille ja Bar & Bistro Viiville	18
4.1	Taittotyö InDesign –taitto-ohjelmalla.....	19
4.2	Typografia ja tekstit seuraavat visuaalista identiteettiä.....	21
4.3	Kuvat viestin välittäjänä	22
4.4	Värit viestin tehostajana	25
4.5	Paperin valinta vaikuttaa hintoihin	26
5	Monivaiheinen painoprosessi.....	29
5.1	Painotekniikan valinta.....	29
5.2	Hintavertailut ja yhteistyö painon kanssa	29
5.3	Aineiston toimitus ja siinä ilmenneet ongelmat.....	31
5.4	Jälkikäsittely ja työn kustannukset.....	32
6	Pohdinta	33
6.1	Jatkoehdotelmat.....	35
	Lähteet	36
	Läitteet	38
	Liite 1. Esitteen luonnosversio 1.....	38
	Liite 2. Esitteen luonnosversio 2.....	39
	Liite 3. Esitteen luonnosversio 3, beiget kannet.....	40

Liite 4. Esitteen luonnosversio 3, punaiset kannet.....	41
Liite 5. Esitteen luonnosversio 4, beige tausta.....	42
Liite 6. Esitteen luonnosversio 5.....	43
Liite 7. Esitteen luonnosversio 6.....	44
Liite 8. Esitteen luonnosversio 7.....	45
Liite 9. Esitteen luonnosversio 8.....	46
Liite 10. Esitteen luonnosversio 9.....	47
Liite 11. Esitteen luonnosversio 10.	48
Liite 12. Esitteen luonnosversio 11, lopullinen malli.	49
Liite 13. Käyntikorttien luonnostelu.....	50
Liite 14. Käyntikortit, lopulliset mallit.....	51
Liite 15. Toimeksiantajan palaute.....	52

1 Johdanto

On heinäkuun 10. päivä vuonna 2008 ja Porvoossa kuhisee: uusi ravintola Walgren's on avaa-
massa ovensa. Ravintola on perustettu vanhaan, vuonna 1852 rakennettuun arvokiinteistöön
Porvoon jokirannassa, jossa on 1900-luvun alussa toiminut tunnetun liikemiehen, Axel Ahl-
qvistin liike sekä sittemmin muun muassa Café Åga -niminen baari. Nyt avattavan, uuden ra-
vintolan nimi juontuu porvooolaisesta historiasta ja toimii kunnianosoituksena paikalliselle ku-
linaristille ja kuvanveistäjälle Ville Vallgrenille. Tilat on restauroitu vuosien 2007-2008 välillä ja
nyt on aika ottaa vastaan avajaisten juhlavieraat.

Ravintolassa, jossa on 150 asiakaspaikkaa, panostetaan asiakaspalveluun. Kokonaisuus koostuu
ruokapuolesta, baarista ja terassista, jotka toimivat omina yksikköinä. Kuvanveistäjä Ville
Vallgrenin innoittamana ruokalistalta löytyy alusta loppuun itse tehtyä, kursailematonta ruokaa.
”Ravintola on suunnattu omalla rahalla syöville ihmisille,” sanoo ravintolan uusi omistaja Jar-
mo Grönman paikallislehti Uusimaan haastattelussa ennen avajaisia (Uusimaa 2008.)

Porvoonjoen rannalla sijaitseva ravintolakokonaisuus oli ensimmäisen vuoden alkuhuumassa
unohtanut panostaa viestintäänsä. Talossa alkoi syksyllä 2009 uuden ravintolapäällikön myötä
hurja viestintäremontti ja koko ilmettä lähdettiin uusimaan. Ensimmäiset muutokset näkyivät
mainonnassa uuden graafisen linjauksen kautta: paikallislehdissä ilmestyville mainoksille tuli
yhtenäiset puitteet. Tämän jälkeen ryhdyttiin uusimaan internetsivuja saman kaavan mukaisesti.
Sitten näkyvyyttä ravintolakokonaisuudelle lähdettiin hakemaan myös matkailualan messuilta ja
Venäjän valtavilta markkinoilta, josta lähtikin idea opinnäytetyölleni. Ravintola tarvitsisi esit-
teen markkinointiaan varten.

Menestyäkseen kilpailussa kovilla markkinoilla, on yrityksen erottauduttava kilpailijoistaan.
Koska tuotteet ja palvelut ovat nykyään kovin samanlaisia, eroavaisuutta on lähdettävä etsi-
mään muilla keinoilla. Tässä kohtaa yrityksen visuaalinen ilme sekä viestintä ovat avainasemas-
sa. Visuaalinen identiteetti näkyy kaikissa yrityksen viestinnän tuotoksissa, kuten mainonnassa,
ja käsittää kaiken yrityksen näkyvän osan, eli esimerkiksi kuvat, värit, muodon ja tyylin. Näitä
ovat esimerkiksi yrityksen logo, typografia sekä tunnusvärit. Yrityksen visuaalinen identiteetti
määräytyy mielikuvista ja maineesta, joita vahvistetaan viestinnällä. Viestinnän sanomaa puo-
lestaan vahvistetaan visuaalisella ilmeellä, eli kuvilla, väreillä, muodoilla, jne. Visuaalinen identi-

teetti on kuluttajille merkki yrityksen tai tuotteen laadusta ja tasosta, joten yrityksen on oltava tietoinen imagostaan. (Loiri & Juholin 1998, 129, 136.)

Esitteen ja käyntikorttien suunnittelu vaatii visuaalisia kykyjä. Painettavalle tuotteelle graafinen suunnittelu on eräs työvaihe ja perusedellytys, sillä se käsittää koko tuotoksen muodon, fontit, kuvat ja värit. Tämä on työvaihe, jossa abstrakteista visioista tehdään todellisia, mutta siihen liittyy paljon muutakin. Ei riitä, että esite on hyvännäköinen, vaan sen on oltava myös selkeä ja toimiva sekä palveltava tarkoitustaan ja kohderyhmäänsä. Graafinen suunnittelu onkin nykyään eräs visuaalisen suunnittelun avaintekijöistä, sillä mainontaa ja ilmoittelua tulee joka puolelta. Erottuva grafiikka mainoksessa tai esitteessä voi olla ratkaiseva tekijä kuluttajien päätöksenteossa. Lisäksi se antaa hyvän ja kestävänsä ensivaikutelman tuotteesta tai palvelusta. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 6-7; Parker 1998, johdanto XIX.)

Tavoitteeksi tuli luoda käytännöllinen ja kompakti esite, jolla vahvistettaisiin ravintolan visuaalista identiteettiä. Siinä tulisi ilmaista niin molemmilla kotimaisilla kielillä kuin turisteja ajatellen englanniksi ja venäjäksi sekä ravintolan että baarin palveluiden oleellisin osa. Tärkeintä yritykselle olisi päästä kertomaan, keitä he ovat, miksi he ovat ja etenkin missä he ovat.

Käyntikortit tulivat mukaan projektiin hieman myöhemmin. Toimeksiantajani oli odotellut käyntikortteja toiselta taholta jo jonkin aikaa, mutta koska niitä ei sieltä kuulunut, pyysi hän varmuuden vuoksi minua suunnittelemaan nekin ”samaan konkurssiin”, niin kuin hän itse asian totesi. Koska talolla ei aiemmin käyntikortteja käytössään ollut, tuli niiden tavoitteeksi täyttää tämä tehtävä yhteystietojen välittäjänä.

Tavoiteaikataulu oli alusta alkaen selvä: sekä esitteen että käyntikorttien tulisi olla valmiita ja käytettävissä tammikuun 2010 puolella välissä, Helsingin Matkamessuihin mennessä. Toimeksiantajani mukaan messuille ei olisi järkeä mennä ilman mitään materiaalia, ja oikeassahan hän oli. Mitä siellä esittelemään, jos ei ole mitään, millä esitellä.

2 Graafisen suunnittelun merkitys

Graafinen suunnittelu on työvaihe, jossa abstrakteista visioista tehdään todellisia. Tämä työvaihe on painotuotteen eräs edellytys, sillä se käsittää tuotoksen muodon, fontit, kuvat ja värit. Lisäksi sen alle voidaan lukea myös paperin ja painotekniikan valinta. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 6.)

2.1 Painotuote ja sen suunnittelu

Painotuotetta ei tulisi arvioida vain ulkonäön, vaan myös toimivuuden kannalta. Painotuote, josta tarvittava tieto ei löydy, ei ole hyvin suunniteltu, vaikka se olisikin hyvän näköinen. Kun painotuote täyttää sille asetetut tavoitteet, voi sen sanoa olevan hyvä ja huolella suunniteltu. Erilaisilla painotuotteilla on kuitenkin erilaiset tavoitteet, esimerkiksi turisteille suunnattu esite eroaa huomattavasti vaikkapa henkilöstölehdessä. Johdonmukaisuus on avain yhtenäiseen kokonaisuuteen: on löydettävä toimiva ratkaisu vaihtelun ja yhdenmukaisuuden väliltä. Liian yhdenmukaisesta julkaisusta voi tulla tylsä, kun taas esimerkiksi liiallinen kirjaintyyppien vaihtelu tekee julkaisusta levottoman ja sekavan. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 6-7; Parker 1998, 11.)

Vastaanottaja onkin avainasemassa painotuotteen suunnittelussa: ovatko kohderyhmänä lapset vai vanhukset? Kohderyhmän tiedontaso on huomioitava jo suunnitteluvaiheessa: asia on ilmaistava sitä selkeämmin, mitä vähemmän kohderyhmä siitä tietää. Tästä johtuen esimerkiksi lapsille on ilmaistava asiat hieman eri tavalla kuin vanhuksille. Painotuotteessa on kuitenkin tekstin lisäksi kohderyhmiinsä vetoava visuaalinen kieli, jonka avulla voidaan myös sulkea pois kohderyhmiä, joita tuotteelle ei haluta. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 7-8.)

Painotuotteessa viesti välittyy monin eri tavoin. Pääviesti tulee esiin kirjoitetusta tekstistä, mutta helposti tiedostamattomat viestit kulkeutuvat vastaanottajalle kuvien, värien ja muotojen sekä fonttien ja asetelujen kautta. Näiltä viesteiltä ei voi välttyä, mutta niitä voi tiedostetusti hyödyntää. Piilotetut viestit antavat vastaanottajalle kuvan painotuotteen julkaisijasta, minkä vuoksi visuaalisen ilmeen välittämien viestien on oltava linjassa kirjoitetun viestin ja julkaisijan arvojen kanssa. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 8.)

Suunnittelussa on hyvä edetä loogisessa järjestyksessä, jotta mikään oleellinen ei jää uupumaan. Painotuotteen suunnittelu tulisi aina aloittaa formaatista eli muodosta: minkä kokoinen ja

muotoinen työstä tulee? Sitten suunnitellaan työlle toimiva peruspohja eli gridi. Perustypografia eli tekstien fontit tulee päättää ennen kuvien valintaa. Värimaailmaa on hyvä miettiä kuvien yhteydessä: tuleeko painotuotteen värimaailma olemaan räväkän räikeä vai tyylikäs ja hillitty? Viimeisenä työhön liitetään sen koristeelliset elementit, esimerkiksi logot ja reunukset. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 10.)

Itse visuaalinen suunnittelu tulisi aloittaa pienillä, paperille piirrettävillä sivukuvaluonnoksilla. Tämä luonnosteluvaihe antaa kuvan painotuotteen rakenteesta ja tyylistä. Luonnoksien avulla on helppo suunnitella esimerkiksi kuvien ja tekstipalstojen paikkoja sivulla. Tässä kohtaa tulisi jo päättää myös työn lopullinen koko ja laajuus sekä mahdollisten jälkikäsitteilyiden tarpeet. Tässä kohtaa on myös vielä helppo tarkistaa arkkijako: kulkevatko sivut oikeassa järjestyksessä ja onko sivuja tasamäärä. (Loiri & Juholin 1998, 160-161.)

2.2 Taittotyö gridillä

Gridi tarkoittaa suunnittelu- eli taittopohjaa. Taitto-ohjelmissa (esimerkiksi Adobe InDesignissa) saattaa törmätä master- tai mallisivuihin, jotka tarkoittavat samaa asiaa. Valmiiksi suunniteltu ja tallennettu gridi toimii painotuotteen pohjana, josta löytyy valmiina marginaalit sekä horisontaaliset että vertikaaliset linjaukset, leikkuuvarat eli bleedit kuin palstoitukset ja tekstialueetkin. Gridiin on myös mahdollista liittää yrityksen logo, sivunumerot, yms., jotka tulevat jatkossa näkymään kaikilla sivuilla. Näin gridi toimii tavallaan apuruudukkona, johon oikeat elementit ja tiedot sijoitetaan. (Loiri & Juholin 1998, 166; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 12.)

Taitto-ohjelmissa oletuksena on puhtaaksi leikattu sivu ilman leikkuuvaroja ja marginaaleja, jolloin niihin tulee lisätä nämä erikseen, jotta lopputulos olisi siisti. Liian suuret tai pienet marginaalit vaikeuttavat lukemista. Samalla painotuotteen sisällön etenemisen tunne helposti häviää. Yksinkertaisimmillaan toimiva marginaaliratkaisu on jättää yhtä paljon tyhjää tilaa joka sivulle. Tasapainoisemman ratkaisun saa, kun lisää alareunaan hieman enemmän tyhjää tilaa. Sivusta tulee juhlavampi, mitä enemmän siinä on tyhjää tilaa. Sisämarginaalissa tulee huomioida painotuotteen taiton mahdolliset tilavaatimukset: kirjan selkä ja sidonta vaatii enemmän tilaa kuin esitteen nuuttaus. (Koskinen 2001, 64; Loiri & Juholin 1998, 69; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 15.)

Yleiset leikkausvarat ovat taitto- ja puhtaaksileikkauskohdissa yleensä 3-5 mm. Tämä kannattaa kuitenkin vielä aina erikseen varmistaa painolta, mikä heidän käytäntönsä on. Leikkausvaroja

on hyvä käyttää aina, mutta etenkin silloin, kun painoväripinta ulottuu painotuotteen reunaan tai menee sen yli, jotta reunasta tulee siisti. Taitto-ohjelmassa taittopohjaan kannattaa valmiiksi merkitä työn kulmamerkinnot. (Koskinen 2001, 61-62, 67; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 92.)

Painotuotteiden erilaisuudesta johtuen gridejä on luonnollisesti erilaisia. Sivumäärät vaihtelevat kaksisivuisesta, yksi- tai kaksipuolisesta painotuotteesta monisivuisiin painotuotteisiin. Neljällä jaollinen sivumäärä on turvallisin ja helpoin ratkaisu, sillä ne ovat helposti toteutettavissa. Monisivuisissa painotuotteissa taittopohja kannattaa tehdä aukeamittain, jolloin se on helppo koota. Useampisivuisessa painotuotteessa tulisi muutenkin keskittyä työhön aukeamittain, jotta saadaan aikaan toimiva kokonaisuus, eikä kahta, itsenäisesti toimivaa sivua, jotka eivät sovi toisiinsa lainkaan. Käyntikorteissa on käytettävissä kahta eri kokostandardia: yleisempi 90 x 50 mm ja 85 x 50 mm. Pienempi on yleistymässä, sillä se vastaa lompakoiden luottokorttitaskun kokoa. (Koskinen 2001, 61, 63; Parker 1998, 15; Toikkanen 2003, 19.)

Painotuotteen suunnittelu tulisi aloittaa huolellisella gridin suunnittelulla. Toistuva painotuote tehdään aina samalle pohjalle, mutta kertaluontoisellekin painotuotteelle on hyvä luoda oma gridinsä. Näin työ pysyy systemaattisena, eikä elementtejä ripotella pitkin poikin. Tärkein gridin elementti on palsta, sillä palstojen avulla järjestetään teksti- ja kuvaelementit. Gridi voi muodostua pelkästään yhdestä symmetrisen jäykästä palstasta, mutta pohjalla voi tuki myös leikitellä. Usein yhdellä sivulla on palstoja yhdestä seitsemään kappaletta. Rytmien rikkominen lisää visuaalista kiinnostavuutta, mutta tarkoittaa vastaanottajalle myös sisällöllistä muuttumista. On kuitenkin huomattava, että mitä useampi palsta sivulla on, sitä kapeampia ne ovat, mikä puolestaan vaikuttaa painotuotteen luettavuuteen. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 12-13, 15; Parker 1998, 26-27.)

Varsinainen taittotyö alkaakin vasta, kun elementtejä päästään sijoittamaan valmiille, hyvin suunnitellulle pohjalle. Elementtien sijoittelua voi vaihdella: tyylikkään ja juhlanan ilmeen saa, kun sijoittaa elementit keskitetyksi. Tästä saattaa tosin seurata vanhanaikainen vaikutelma. Epäsymmetria luo painotuotteelle modernimman ilmeen, mutta saattaa tehdä siitä sekavan. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 21.)

2.3 Typografia ja tekstit graafisen suunnittelun osana

Typografialla tarkoitetaan kaikkea, mikä liittyy viestintään: tekstiä itsessään, kirjain- ja tekstityyppejä, kirjainten asettelua, jne. Se on oma taiteen lajinsa, jossa leikitellään yksityiskohdilla.

Tekstin ilmeeseen vaikuttavat pienetkin muutokset kirjainten muodoissa, rakenteissa ja asettelussa. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 30; Wikipedia 2010a.)

Painotuotteen typografiaa suunniteltaessa tärkeintä on kirjaintyyppin valinta. On valittava sellaiset kirjaintyyppiperheet, joihin painotuotteen typografia tulee perustumaan. Kirjaintyyppiperheet sisältävät eri variaatioita samasta fontista: lihavoitua Boldia ja kursivoitua Italicia, raskeampaa ja kevyempää kavennettua. Joillekin kirjaintyypeille voi myös tehdä erikoisempia tehosteita, kuten varjostuksia tai ääriivivoja, mutta niitä tulee käyttää harkiten tehokeinon ja luettavuuden säilyttämiseksi. Painotuotteelle sopivan typografian löytämiseen on varattava aikaa: jotkut valitsevat kirjaintyyppit tarkoilla perusteilla, jotkut vaistonvaraisesti. Huomiota on kiinnitettävä muun muassa fonttien luettavuuteen, mikäli painotuote sisältää paljon luettavaa. Lyhyemmissä teksteissä, kuten logoissa, sanat saattavat muodostaa kuvanomaisen kokonaisuuden, jolloin luettavuus ei ole niin tärkeässä roolissa. (Koskinen 2001, 70; Loiri & Juholin 1998, 34; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 30; Parker 1998, 60.)

Kirjaintyyppiä painotuotteelle voidaan valita yksi tai useampi. Yhden kirjaintyyppin käyttö on yleensä rauhällisin ja turvallisin vaihtoehto, joka luo painotuotteelle yhtenäisen ilmeen. Mikäli päädytään pelkästään yhteen kirjaintyyppiperheeseen, on pidettävä huoli, että tekstien eri osuuksille tehdään riittävän selkeät erot. Fonteissa koon tai leikkauksen eroilla saadaan aikaan eri kontrasteja. Useampi kirjaintyyppi, usein kaksi tai kolme, vaatii jo enemmän ammattitaitoa, jotta kokonaisuus olisi hallittu. Useampi kirjaintyyppi antaa kuitenkin enemmän mahdollisuuksia painotuotteen ilmeen suhteen. Käytettäessä useampaa kirjaintyyppiä samassa tuotteessa on katsottava, että kirjaintyyppit eroavat toisistaan riittävästi ja niille valitaan selkeästi erottuvat, omat tehtävänsä. (Koskinen 2001, 70; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 33.)

Painotuotteen perustekstiä kutsutaan leipätekstiksi. Koska sitä on yleensä painotuotteessa paljon, se kirjoitetaan pienellä pistekookalla. Suosituksena painotuotteiden, kuten esitteiden, leipätekstien pistekooksi on annettu 9-12 pistettä (Pica-järjestelmässä yksi piste on 0,351 mm). Tämän vuoksi tekstin tulee olla selkeää ja helppolukuista. Muutoin teksti jää helposti lukematta, ellei se ole jollain tapaa aivan erityisen mielenkiintoista ja erilaista. Lyytikäisen ja Riikosen mukaan (1995, 39-40) helppolukuisissa kirjaintyypeissä silmukat ovat suuria ja avoimia (esimerkiksi a ja e), kirjainten päätteet eivät saa olla liian koristeellisia (esimerkiksi g:n päätesilmukka) ja kirjainten korkeus on riittävän suuri (jotta esimerkiksi h erottuu n:stä). Kirjainten leikkaus ei saa olla liian lihava tai laiha ja kontrastien on pysyttävä kohtuullisena: kirjainosien ja vahven-

nusten viivojen paksuuden vaihtelu häiritsee lukemista. (Koskinen 2001, 79; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 38-40; Toikkanen 2003, 33, 36.)

Koska leipätekstissä on kyse suurista tekstimääristä, tulee siihen valita yksinkertainen kirjaintyyppi lukemisen helpottamiseksi. Tämän vuoksi tulisi välttää kavennettuja tai levennettyjä sekä äärimmäisen muodokkaita kirjaintyyppisiä, joita käytetään vain tehokeinoina. Tässä kohtaa on myös hyvä huomioida paperin laatu: mikäli paperi on päällystettyä ja erittäin sileää, voidaan valita ohuempi ja vaaleampi fontti, mutta karheammalla ja mattapintaisella, sanomalehtityypillisellä paperilla erottuakseen tarvitaan vahvempaa fonttia. Luettavuuteen vaikuttavat kuitenkin myös muut tekijät kuin kirjaintyyppi. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 38.) Koskinen (2001, 74) listaa näiksi tekijöiksi muun muassa palstan leveyden, kirjain- ja sanavälit, rivivälit ja tavutukset.

Tekstipalstojen sopivaksi leveydeksi on todettu sellainen rivi, jolle mahtuu 40-60 merkkiä. Lyhyemmät rivit tekevät tekstistä katkonaista, kun siirrytään jatkuvasti riviltä toiselle, ja pidemmät rivit taas vaikeuttavat seuraavuutta, sillä riviä vaihdettaessa katse usein harhailee riviltä toiselle. Leveämmälle palstalle tulisikin valita tekstille suurempi pistekoko kuin kapeammalle riville. Palstalla olevalla tekstillä voi muokata palstan muotoa: palsta voi olla tasapalsta, keskitetty tai muotoon ladottu, tai siinä voi olla liehureuna oikeassa tai vasemmassa reunassa. Helpoiten luettavia ovat oikea liehureuna sekä tasapalsta. Vasemmalle tasatut rivit, eli oikea liehureuna, on kenties luonnollisin tapa lukea tekstiä, sillä katse siirtyy viistosti alas vasemmalle riviltä toiselle. Tasapalstassa teksti voi muuttua reikäiseksi ja vaikealukaiseksi pitkien sanavälien vuoksi. Keskitetyt tai vasemman liehureunan palstat (oikealle tasatut rivit) ovat usein vaikeita lukea, sillä rivin alkua joutuu aina etsimään. (Koskinen 2001, 76; Loiri & Juholin 1998, 33, 42; Parker 1998, 27; Toikkanen 2003, 35.)

Sopivana sanavälinä koetaan kirjaintyyppin a-kirjaimen leveyttä, ja rivivälin tulisi taas olla muutamaa, 1-4 pistettä suurempi kuin käytetty pistekoko. Rivivälin tulee olla sitä suurempi, mitä suurempaa pistekokoa tekstissä käytetään. Tekstipalstojen väliin tulisi Koskisen mielestä jättää vähintään käytetyn kirjainkoon verran tilaa, mutta Toikkanen on puolestaan sitä mieltä, että palstavälin tulisi olla yhtä suuri, kuin tekstissä käytetty riviväli. (Koskinen 2001, 76; Toikkanen 2003, 35-36.)

Tekstit kirjoitetaan eli ladotaan yleensä ensin tekstinkäsittelyohjelmaan, josta ne on helppo siirtää taittopohjan valmiille tekstipalstoille. Tekstit kirjoitetaan täysin puhtaana versiona, ilman erillisiä komentoja, kuten lihavoitteja tai kursivoitteja. Ennen tekstien siirtämistä tekstinkäsit-

telyohjelmasta taittopohjaan, on hyvä vielä tarkistaa, että automaattitavutuksessa on oikea kieli valittuna. (Loiri & Juholin 1998, 167-168.)

2.4 Kuvien merkitys painotuotteessa: kuinka valitsen oikeat kuvat

Vaikka meille nykyisin on itsestään selvää, että kuvat ovat osa painotuotteita, valokuvien käyttö yleistyi vasta -60-luvun lopulla. Tuolloin tekniikka oli kehittynyt niin pitkälle, että nelivärierottelu oli tullut käyttökelpoiseksi ja kohtuullisen hintaiseksi. Television ja internetin myötä kuvat ovat yleistyneet entisestään. (Koskinen 2001, 80; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 48.)

Kuvien huomioarvo on suuri, minkä vuoksi ne välittävät painotuotteessa omaa viestiään. Kuvien viesti välittyy helpommin kuin sanallinen viesti, sillä se ei vaadi lukijalta yhtä paljon aktiivisuutta kuin teksti. Saadessaan tekstiä rinnalleen, kuvan oma sanoma voi muuttua. Kuvan ja otsikon olisi kuitenkin kerrottava painotuotteen asiasta oleellisin. Usein painotuotteisiin kuitenkin lisätään kuvia, jotka sopivat vain tilantäytteiksi. Tällaiset kuvat eivät selvennä asiaa millään tapaa, vaan kuvan on myös liityttävä tekstin sisältöön: painotuotteen kohderyhmän on oltava samaa mieltä näkemästään ja lukemastaan. Tiukka aihearjaus kuvissa toimii usein paremmin kuin väljä yleiskuva. Kuvilla on myös tapana vaikuttaa toisiinsa, jolloin on hyvä huomioida, ettei niiden sisältämä informaatio pääse muuttumaan toisistaan johtuen. Aukeaman suurimmaksi kuvaksi kannattaa valita ns. pääkuva, jota muut, pienemmät kuvat tukevat sanomallaan. Tällaiseksi pääkuvaksi sopivat kuvat, joissa on paljon sisältöä, kuten ihmisiä. Pääkuvan tulee olla se kuva, johon lukija ensimmäisenä kiinnittää huomionsa. Pääkuvaa tukeviksi, pienemmiksi kuviksi sopivat yksityiskohtaisemmat kuvat. (Koskinen 2001, 81-82; Loiri & Juholin 1998, 52-53, 76, 79; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 49-50; Parker 1998, 143.)

Kuviakin on erilaisia. Koskisen (2001, 81) mukaan painotuotteeseen voidaan ottaa valmiiksi olemassa olevia kuvia kuvatoimistoista ja –pankeista, tai ne voidaan ottaa erikseen painotuotetta varten. Kuvaajankin on kuitenkin hyvä tietää, mihin tarkoitukseen kuvia otetaan ja mitkä ovat kuville asetetut tavoitteet, jotta tämä onnistuisi tehtävässään. Loiri ja Juholin (1998, 54) puolestaan toteavat, että varsinaisen kuvituksen sijaan voidaan käyttää myös pelkkiä typografisia tehokeinoja.

Painotuotteessa kuvien on aina oltava laadukkaita, vaikkakin esimerkiksi rakeisuutta voidaan käyttää myös tehokeinona. Kun painotuotteeseen tulee useampi kuva, tulee kuvien olla tasalaa-tuisia. Tämä tarkoittaa sitä, että kuvien tulee olla väreiltään ja sävyiltään keskenään samanlaisia

ja niiden koko tulee olla muutettavissa ilman, että terävyys kärsii. Painotuotteiden kuvien tulee olla resoluutioltaan 300 ppi (pixels per inch eli pikseliä tuumalla), sanomalehdissä riittää 170 ppi ja Internetissä 75 ppi. (Koskinen 2001, 99-101; Toikkanen 2003, 91.)

Painotuotteen valmistuksessa kuvat voi joko liittää tuotteeseen itse tai antaa painotalon ammattilaisten tehdä se. Jos kuvat liittää itse, jää kuvien laatu omalle vastuulle. Painotuotteeseen liitettävien kuvien tulee olla tallennusmuodoltaan yhteensopivia taitto-ohjelman kanssa: yleisimpiä painotuotteissa käytettäviä muotoja ovat TIFF (Tag Image File Format), JPEG (Joint Photographic Experts Group) sekä EPS (Encapsulated PostScript). Adoben oma PSD vastaa painotuotteen laatuvaatimuksia ja toimii erinomaisesti sekä kuvankäsittelyohjelmassa Photoshopissa että taitto-ohjelmassa InDesignissa. (Koskinen 2001, 108-109.)

2.5 Värit viestin välittäjänä ja tukena

Värit kertovat joko tahattomasti tai tahallisesti jotakin kohteestaan. Värien psykologisilla ja tunneperäisillä vaikutuksilla autetaan painotuotteen viestin perillemeno: se on tehokas keino, joka antaa painotuotteelle lisäarvoa. Väreillä voi korostaa ja järjestellä asioita, ja usein yritysten logojen värit yhdistetään helposti muissakin yhteyksissä oikeaan yritykseen. Tästä syystä onkin jo projektin alkuvaiheessa hyvä tietää, mitä värejä tullaan käyttämään. (Loiri & Juholin 1998, 112; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 56; Parker 1998, 160, 162.)

Väreillä on meille myös omat psykologiset merkityksensä: usein kirkkaat perusvärit koetaan iloisina ja pirteinä, kun taas murretut sävyt vaihtelevat surullisesta rauhoittavaan. Tässäkin on huomioitava kulttuurilliset erot: suomalaisille valkoinen tarkoittaa hyvin usein puhtautta ja laatua, kun taas Intiassa se kuvastaa epäonnea. Kylmät värit, kuten sininen ja violetti, tuntuvat vievän kohdetta kauemmaksi ja pienentävän tilaa, kun taas lämpimät värit, punainen ja keltainen, lähentävät kohdetta ja antavat suurentavan vaikutelman. Useampaa väriä käytettäessä tulisi valita yksi hallitseva väri, jotta kokonaisuus pysyisi hallittuna. (Hypermedian opetus; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 56; Toikkanen 2003, 43.)

Värihallinta ja -käsittely tulee aina vastaan, kun ollaan tekemisissä kuvien kanssa. Painotuotteessa tämä tarkoittaa kuvien lisäksi koko painotuotetta, jossa värit toistuvat samanlaisina koko tuotoksessa. Painotuotteissa paperi luo oman haasteensa värihallintaan: värit käyttäytyvät eri tavalla erilaisilla papereille. Holopaisen (2009, 33-34) mukaan paperista on oleellista huomioida kolme seikkaa: paperin pinnan rakenne, opasiteetti eli läpinäkyvyys sekä sävy. Paperin pinnan

karheus vaihtelee ja värien sävyt näkyvät eri tavalla karheammalla kuin sileällä paperilla.

Ohuempien paperien opasiteetti on alhaisempi, mikä tarkoittaa sitä, että se kuultaa enemmän läpi: tällöin paperin toiselle puolelle muodostuu tummempia kohtia, mikä puolestaan vaikuttaa kaksi puoleisten painotuotteiden paperivalintaan. Lisäksi papereissa on useita sävyjä ja esimerkiksi erilaisia valkoisia löytyy tusinoittain. Eri sävyissä värit näkyvät eri tavalla.

Neliväripainatuksessa värit vaaditaan lähes aina CMYK -muodossa. Lyhenne tulee sanoista cyan (syaani), magenta (magenta), yellow (keltainen) sekä key (musta). CMYK kuvaa värejä osaväriensä prosentteina: melko perus vihreän saa esimerkiksi arvoilla C=75 M=5 Y=100 K=0 eli paljon keltaista ja sinertävää syaania sekä hiukka punaista magentaa. Vihreän vastaväri punainen saadaan vastaavasti aikaan suhteilla C=15 M=100 Y=100 K=0. Näillä perusväreillä pystytään luomaan miljoonia erisävyisiä yhdistelmiä, mutta ihminen pystyy erottamaan näistä sävyeroista vain pienen osan. Taitto-ohjelmat pystyvät muuntamaan värit perinteisestä digitaalisesta oletusarvosta RGB:stä (red-green-blue) CMYK:ksi. Ongelmana on kuitenkin se, että tietokoneen näytöt toimivat RGB periaatteella, jolloin CMYK -värit näyttävät näytöllä hieman erilaiselta kuin todellisuudessa paperilla. Tämä vaatii laitteiden yhteensovittamista eli kalibrointia. (Holopainen 2009, 33, 36; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 58-59.)

Typografiassa perusväri on usein musta, etenkin leipäteksteissä. Musta teksti on usein helpoin lukea, kun leipäteksti on pientä. Tekstejä voi kuitenkin tehostaa ja korostaa väreillä, jolloin on muistettava huomioida luettavuus ja erottuvuus. Värillisen tekstin tulisi myös olla hieman suurempaa kuin mustan: CMYK-värit eivät välttämättä kohdistu aina tarkasti toistensa päälle, jolloin pienen tekstin luettavuus kärsii. Värillisiä tekstejä käytettäessä on myös huomioitava taustaväri: kontrasti ei saa tulla liian suureksi. (Koskinen 2001, 87; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 63.)

2.6 Paperin vaikutus painotyöhön

Erilaisia papereita on tarjolla lukematon määrä. Paperin ominaisuuksilla on huomattava merkitys painotuotteeseen ja valittu paperi vaikuttaa puolestaan painotuotteen hintaan. Tähän työvaiheeseen onkin syytä varata hyvin aikaa, sillä valinnanvaraa on paljon.

Papereita luokitellaan kolmeen ryhmään paksuutensa mukaan. Paino ilmoitetaan grammoina neliömetrille, esimerkiksi tavallinen tulostuspaperi on usein 90 g/m². Paperit ovat yksikerrok-

sisia, painoluokaltaan 25-300 g/m², kartongit monikerroksisia ja ovat neliöpainoltaan 170-600 g/m². Myös paperin huokoisuus vaikuttaa paksuuteen, sillä huokoisempi paperi vaikuttaa todellisuutta paksummalta. Pahvit muodostavat poikkeuksen, sillä niiden paksuus esitetään millimetreinä. Paksuudet vaihtelevat 0,5-3 millimetrin välillä. Pahveja ei kuitenkaan käytetä painoalustana, vaan painettujen paperien ja kartonkien liimausalustoina, kuten kansina. (Koskinen 2001, 30, 44; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 64, 106.)

Paksuuden lisäksi papereita on saatavilla eri opasiteetilla eli läpikuultavuudella. Käytännössä voisi sanoa, että mitä ohuempi paperi, sitä läpikuultavampi se usein on. Mitä läpikuultavampi paperi on, sitä pienempi sen opasiteetti on. Opasiteetin mittayksikkönä käytetään prosentteja: 20% opasiteetti on huomattavasti läpikuultavampi kuin 80%. Läpikuultavuuteen vaikuttaa tosin paperin paksuuden lisäksi myös muut seikat, kuten paperin päällysteen laatu ja päällystekerrosten määrä. (Loiri & Juholin 1998, 179.)

Papereita löytyy sekä sileitä että karheita, mutta niiden lisäksi valmistetaan myös martioituja eli kohopintaisia papereita. Sileissä papereissa on vielä valittavana eri pintoja: kiiltävä, puolimatta silkki sekä matta. Karheat ja martioidut ovat luonnostaan mattapintaisia. Päällystetty mattapintainen paperi antaa juhlavamman vaikutelman kuin päällystämätön, joten myös painotuotteen käyttötarkoitus vaikuttaa huomattavasti valintaan. Tästä johtuen valinta tulee tehdä aina painotuotekohtaisesti. (Koskinen 2001, 34; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 106-107.)

Paljon kuvia sisältävä painotuote kannattaa painattaa valkoiselle paperille, jolloin kuvat korostuvat valkoiselta pohjalta. Paperin on myös hyvä olla päällystetty, kiiltävä ja sileäpintainen, sillä mitä sileämpi ja kiiltävämpi paperin pinta on, sitä paremmin siitä heijastuu valo takaisin. Kuvien värit puolestaan näyttävät sitä kirkkaammilta, mitä enemmän paperista heijastuu valoa takaisin. Tekstipainotteiselle painotuotteelle ei kannata valita kovin kirkkaan valkoista eikä kiiltävää paperia, sillä mustan tekstin kanssa kontrastista tulee liian kova. Sekä kuvia että tekstiä sisältäville painotuotteille sopii hyvin puolimatta silkki: kuvien värit saattavat vaikuttaa himmeämmiltä, mutta deltakiilto-ilmio saa kuvat kiiltämään. Lisäksi mattapintainen paperi on erittäin tyylikäs vaihtoehto. (Koskinen 2001, 36; Loiri & Juholin 1998, 181; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 64, 107.)

Paperi on hyvä valita yhdessä painon edustajan kanssa, jotta paperin ominaisuudet vastaavat parhaiten niin painotuotteen kuin painolaitteidenkin vaatimuksia. Tällöin löydetään myös kustannuksiltaan sopivin vaihtoehto. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 107.)

3 Painomenetelmän ja -paikan valinta

Painamista on käytännössä kahta erilaista: arkkipainoa sekä rullapainoa. Painomenetelmät puolestaan voidaan jakaa neljään luokkaan: laaka-, syvä-, koho- sekä silkki- eli seripaino, joka on aivan oma menetelmänsä. Digitaalinen painaminen ei varsinaisesti perustu mihinkään näihin kirjapainotekniikoihin, vaan pikemminkin kopiokonejärjestelmiin. Eri painomenetelmät tekevät luonnollisesti erilaista jälkeä ja kaikille löytyy omat työnsä. Perinteinen laakapainomenetelmiin kuuluva offset on säilyttänyt suosionsa jo pitkään, vaikka digitaalinen painaminen on kehittynyt ja yleistynyt huomattavasti viimeisten 2-3 vuoden aikana, kustannustehokkuutensa ansiosta. (Suvanto 2009, 24; Loiri & Juholin 1998, 143; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 94.)

Painopaikkaa valittaessa on Koskisen (2001, 52) mukaan hyvä huomioida muun muassa yrityksen sijainti, aikaisempi kokemus, tekninen soveltuvuus sekä henkilöstön ammattitaito. Aikaisempi kokemus painotalon kanssa työskentelystä helpottaa valintaa ja koko painoprosessia, sillä painon toimintatavoista ja laadusta on jo kokemusta. Jos tällaista tilannetta ei ole, painotalon ikä kertoo paljon sen kokemuksesta ja laadusta: pitkään alalla toiminut painotalo ei voi olla kovin huono. Henkilöstön ammattitaito on avainasemassa painotyön laadun suhteen: digitaalisen painomenetelmän ollessa vielä melko uudehko asia, ei ammatillinen koulutus sillä saralla ole vielä kovin kehittynyttä, toisin kuin offsetpainossa. Valittu painotekniikka (offset/digi) vaikuttaa valittavaan painotaloon ja jälkikäsittelemahdollisuudet tulee aina varmistaa painolta tarjousta pyydetessä. Yrityksen sijainti tulee ajankohtaiseksi valmiin tuotteen toimitusvaiheessa: yrityksen ei kannata mennä merta edemmäs kalaan, jos lähistöllä on tarjolla hyviä painotaloja. (Koskinen 2001, 52-54.)

Valintaa tehtäessä on myös muistettava kysyä painon teknisistä vaatimuksista, kuten painon käyttämistä väriasetuksista. Tässä kohtaa on myös hyvä kertoa hieman julkaisun rakenteesta, värillisyydestä ja jälkikäsitteilyn tarpeesta: minkä kokoinen tuote on, montako sivua, tuleeko kaksipuolisia sivuja, tarvitaanko taittoa, jne. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 9.)

Painotuotteen tekijän kannattaa aina hyödyntää painotalojen asiantuntemus, sillä kysyessä oppii itsekin. Neuvominen edesauttaa myös kirjapainoa, sillä tällöin asiakkaalta tulee mahdollisimman oikeaoppisesti tuotettua, painovalmista materiaalia. Hyvällä palvelulla saadaan toki myös asiakkaat palaamaan uudelleen. Hyvän painotalon löydettyään ei asiakkaan enää kannata

kilpailuttaa painoja, vaan hyvä palvelu, toimivuus ja työn laatu menevät hinnan edelle. (Toikkanen 2003, 23.)

3.1 Offset- ja digitaalisenpainon vertailua

Offsetpaino toimii 1700-luvun lopulla alkunsa saaneella laakapainomenetelmällä: painavat ja painamattomat pinnat ovat vaakasuunnassa samalla tasolla. Tekniikka perustuu veden ja rasvan hylkimiseen: värit ovat öljypohjaisia, jonka vuoksi ne tarttuvat vain väriä vastaanottaviin kohtiin. Epäsuorassa painotekniikassa painoväri siirtyy painolevyiltä kumitelojen kautta painettavalle paperille. Offsetpainon väritekniikka on huomattavasti parempi kuin digipainossa. Offsetpainossa on kuitenkin paljon painoprosessia painon aikana valvottavia työvaiheita, kuten kohdistus, värit ja arkin kulkeminen koneessa, mikä omalta osaltaan lisää kustannuksia. (Lehtinen 2009, 5; Loiri & Juholin 1998, 145; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 94-96; Toikkanen 2003, 28; Wikipedia, Offsetpaino.)

Ensimmäiset digipainokoneet ilmaantuivat 1980-luvulla ja laitteiden painojäljen laatu, nopeus ja tehokkuus ovat sittemmin kehittyneet huimaa vauhtia. Itse painoprosessikin on nopea, sillä siitä jää kokonaan pois offset-menetelmälle ominainen painolevyjen valmistamisen työvaihe. Digipaino ei käytännössä olekaan mikään varsinainen paino- vaan pikemminkin tulostusmenetelmä. Nopeus tosin luonnollisesti laskee laatua, jonka vuoksi esimerkiksi painotarkkuus ja värisävyyden näkyvyys heikkenee. (Lehtinen 2009, 5; Loiri & Juholin 1998, 150; Suvanto 2009, 24-25.)

Offsetpaino lienee painomenetelmistä yleisin, ja se on parhain tapa painaa suuria määriä laadukkaita tuotteita, jonka vuoksi sen suosio onkin säilynyt jo pitkään. Offsetpainossa yksikköhinta laskee painosmäärän kasvaessa. Offsetpainokoneita on sekä nopeita rotaatio- eli rullakoneita että hitaampia, mutta tarkempia arkkikoneita. Tämän vuoksi offsetpainossa on käytettävissä laajemmalti paperivaihtoehtoja, sillä laitteissa voidaan käyttää esimerkiksi suurempia arkikokoja sekä paksumpia paperilaatuja, tai jopa kankaita. (Lehtinen 2009, 5, 7; Loiri & Juholin 1998, 145; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 94-96)

Digipaino sopii paremmin niin sanotulle tarvepainatukselle eli pienemmille painotuotteille ja -erille. Painaminen on täysin digitaalista ja aineisto painetaan paperille digitaalisesta lähteestä. Painoteknillisesti digipaino on edullisempi vaihtoehto, sillä yksikköhinta pysyy samana. Toisaalta painomäärien noustessa myös kokonaishinta nousee. Koska jokainen arkki muodoste-

taan erikseen, personointi eli vaihtuvien tietojen käyttö on mahdollista, mikä puolestaan erotautuu edukseen suoramarkkinointimassasta. Prosessi vaatii myös vähemmän kemikaaleja ja paperinkulutus on vähäisempää. Digitaalisessa painossa väri ei tosin imeydy paperiin, vaan paperin pinnalle muodostuu ohut kerros, joka kiinnitetään UV-valolla tai lämmöllä. Tämä nopeuttaa työtä, sillä värin kuivumista ei tarvitse odottaa, mutta se saattaa aiheuttaa värien ja paperin murtumisen työn taittovaiheessa. Painojälki eroaakin huomattavasti offsetpainosta. Artikkelissaan Suvanto suosittelee kuitenkin digipainoa etenkin monisivuiselle, neliväriselle painotyölle, vaikkakin Lehtinen kumoaa väitteen omassa vastaavassa artikkelissaan toteamalla, että digipainotekniikassa värienhallinta ei ole mahdollista, minkä vuoksi työn jälki saattaa poiketa sävymäärityksistä. (Koskinen 2001, 151-152; Lehtinen 2009, 7; Suvanto 2009, 24-25; Wikipedia 2010b.)

Nykyisin offsetpainokin on muuttunut astetta digitaalisempaan suuntaan: painaminen tapahtuu nykyään filmittömästi eli CTP –menetelmällä (Computer To Plate). Painolevyt siis valmistetaan ilman filmivaihetta suoraan tietokoneelta levytulostimen kautta painolevyille. Tästä syystä vanhat sinikopiot ovat poistuneet vedostuksista. (Toikkanen 2003, 27-28.)

Koska digipainomenetelmä on vielä kehitysasteella, myös laitteet kehittyvät edelleen. Lehtisen (2009, 7) mukaan tästä johtuu digipainoon soveltuvia paperien hieman niukempi tarjonta verrattuna offsetpainoon. Paperit ovat usein ohuempia ja arkit pienempiä.

3.2 Painotarjouksen pyytäminen ja hyväksyminen

Painotalot toimivat useimmiten Graafisen Teollisuuden Liiton laatimien toimitusehtojen mukaan. Tässä määritellään muun muassa hyvä kauppatapa kirjapainon ja asiakkaan välillä, tarjouksen voimassaoloaika, maksuehdot, toimitustavat, jne. Painotaloilta saatavat tarjoukset ovat yleensä voimassa toimitusehtojen mukaisesti 30 päivää. Viimeisin, yleisesti käytettävä toimitusehtosuositus on päivitetty 1.12.2003. (GT, Toimitusehtosuositus; Koskinen 2001, 55-56, 239-244.)

Painotuote edellyttää aina yhteistyötä painon ja asiakkaan välillä. Tarjouksia onkin tämän vuoksi hyvä pyytää useammalta painotalolta, jotta löytyisi mieluinen yhteistyökumppani. Sekä Lyytikäinen ja Riikonen (1995, 9, 111) että Koskinen (2001, 55-57) suosittelevat tarjousten pyytämistä painotaloilta kirjallisena. Tarjousta pyydetessä tulee tietää painettavan tuotteen koko, painosmäärä ja -tekniikka, materiaalit, haluttu valmistumispäivä sekä toimitustapa.

Tarjouksia pyydetessä pyydetään usein ensin alustava tarjous. Koskisen (2001, 56-57) mukaan tarjouspyynnöstä käy ilmi hintaan vaikuttavat tekijät, kuten painotuotteen koko, sivumäärä, paperi, värillisuus, painotekniikka ja jälkikäsitteilyn tarve. Tarjouspyynnössä on myös hyvä mainita aikataulusta, jotta tiedetään, miten kiireellisesti se tulee toteuttaa ja onko sitä edes mahdollista toimittaa halutulla aikataululla. Alustavan tarjouksen avulla saadaan selville painotuotteen hintataso, jolloin voidaan vielä tarpeen tullen muuttaa suunnitelmaa, mikäli tuotteen hinta ylittää budjetin. Aineiston ollessa loppuvaiheessa on hyvä vielä pyytää painoa tarkistamaan tarjouksensa ja antaa ns. tarkennettu tarjous, joka vastaa lopullisen painotuotteen vaatimuksia.

Ennen tarjouksen hyväksymistä, tarjous on tarkastettava huolella. Koskinen (2001, 57) suosittelee vertaamaan tarjouspyyntöä annettuun tarjoukseen: painotalot saattavat tehdä omia ehdotelmiaan niistä erikseen mainitsematta. Tällainen menettely on kuitenkin hyvän tavan vastaista ja saattaa aiheuttaa hämmennystä sekä vääränlaisia lopputuloksia. Lisäksi tarjouksista saattaa löytyä inhimillisiä virheitä. On toki myös kohteliasta kiittää saaduista tarjouksista, vaikka niitä ei valittaisikaan.

Tarjouksen hyväksymisen jälkeen tehdään varsinainen painotyöntilaus, joka on myös hyvä tehdä kirjallisena. Siitä tulee ilmetä samat seikat, kuin tarjouksestaikin, ja siinä on hyvä viitata painotalon edustajalta tulleeseen tarjoukseen ja mainita tarjousnumero. Tulee toki myös mainita, kenelle toimitetaan vedokset, sekä lopullinen toimitusosoite ja -aika. Tähän painotalon tulisi antaa tilausvahvistus, josta tulisi käydä vielä kertaalleen ilmi lopullinen hinta sekä sovitut asiat, jotta toimitaan yhteisymmärryksessä. (Koskinen 2001, 114; Loiri & Juholin 1998, 168.)

3.3 Aineiston toimitus painoon

Ennen tiedoston toimitusta painoon on toki vielä hyvä tarkastaa sen toimivuus ja yhteensopiavuus painon laitteiston kanssa. Painotaloilla on usein internetsivuillaan omat aineisto-ohjeensa, joista käy ilmi painon vaatimukset, kuten käytettävät väristandardit. Kuvat tulee linkittää oikeasta polusta työhön, jolloin ne kulkevat mukana. Painoon lähetettäviin aineistoihin on liitettävä kaikki osat, kuten kuvat ja fontit, mukaan. Uusimmat taitto-ohjelmat, kuten Adoben InDesign, ilmoittavat automaattisesti, mikäli joissain linkityksissä on epäselvyyksiä tai jos fontit puuttuvat. Tämän lisäksi on kehitetty erillisiä ohjelmia, kuten PreFlight, jotka tarkastavat painotuotteen painokelpoisuuden. Jos tiedosto on kooltaan kovin suuri, se voidaan pakata pienemmäksi

erillisellä pakkausohjelmalla. Tällöin painotalon tulee tosin ensin purkaa tiedosto, ennen kuin he pääsevät tekemään omaa työtään. Turhaa pakkaamista ei kuitenkaan suositella, sillä työn laatu saattaa hieman heiketä pakkaus-purku-vaiheessa. Painotalolle on myös hyvä toimittaa itse tulostettu mallikappale eli ”dummy”, jotta välttyttäisiin väärinkäsityksiltä esimerkiksi taiton tai liimausten suhteen. (Koskinen 2001, 59-60, 111-112; Toikkanen 2003, 24.)

Parhaaseen tulokseen päästään, kun valmis aineisto toimitetaan suljetussa PDF (Portable Document Format) -muodossa painoon. Avoimet muodot edellyttävät, että painotalolla on käytävissä samat ohjelmat ja sen eri osiot, kuten fontit, kuin painotuotteen tekijälläkin. Tästä syystä valmis, suljettu muoto on parempi, sillä siinä on kaikki tarvittava liitettynä ja linkitettyinä: työ tulostuu samanlaisena, kuin millaiseksi se on suunniteltu ja lähetetty painoon. Työn tulee olla virheetön, sillä vain todella pieniä kirjoitusvirheitä voidaan enää korjaila painossa. PDF -tiedosto vie usein melko vähän tilaa, minkä lisäksi se on täysin tulostusvalmis, mikä puolestaan nopeuttaa työtä painotalon osalta. (Koskinen 2001, 108, 110-112; Toikkanen 2003, 24.)

Valmis painoaineisto siirtyy tekijältä painotalolle nykyisin helposti sähköisesti. Painotaloilla on usein käytävissään omat tiedonsiirtoverkkonsa, joiden käyttöön saa ohjeet ja tunnukset painotalolta. Nämä tiedonsiirtoverkot perustuvat internet-yhteyksiin: vaihtoehtoina on muun muassa modeemi, ISDN, ADSL -yhteydet sekä ATM -verkot. Pienempiä, korkeintaan noin 10 MB tiedostoja voidaan toki lähettää myös sähköpostitse. (Koskinen 2001, 112-113; Toikkanen 2003, 24.)

Aineiston saavuttua painoon suoritetaan niin sanottu prepress-työvaihe. Avoimen tiedoston prepress on laajempi ja käsittää useampia työvaiheita aina kuvankäsittelystä vedostukseen ja painamiseen. Suljetussa muodossa toimittu aineisto vain tarkastetaan, jonka jälkeen se vedostetaan. Vedos on usein tavallinen, lasertulostimella tulostettu printti, sillä se on edullisin vaihtoehto. Tämä vedos hyväksytetään erikseen mainitulla henkilöllä ja jos virheitä ilmenee, ne on vielä tässä vaiheessa mahdollista korjata. Asiakas lähettää uuden, korjatun version painoon, jonka jälkeen työ painetaan. (Koskinen 2001, 115, 121; Toikkanen 2003, 26-27.)

3.4 Painotuotteen jälkikäsittely ja kustannukset

Jälkikäsittely luo painotuotteelle oman työvaiheensa. Yleisimpiä jälkikäsittelyvaiheita ovat puhtaaksileikkaus, taitto ja sidonta. Puhtaaksileikkuvaiheessa työ leikataan oikeaan kokoonsa.

Leikkuuvarojen avulla sivuun ulottuvista kuvista tulee siistejä ja sivuista suoraa. Paksumpi paperi vaatii paperin kuitujen katkeamisen estämiseksi nuuttauksen eli urataitoksen ennen varsinaista taittoa, jotta se olisi helpommin taitettavissa ja taitoksesta tulisi siisti. Nuuttausta suositellaan digipainossa kaikkiin yli 130 g/m²papereihin ja offsetissa yli 170 g/m²papereihin. Digipainossa tulisi nuutata offsetlaatuja ohuemmat paperit, sillä ne ovat kuivempia ja kovempia paperilaatuja, minkä lisäksi värit eivät imeydy paperiin kuten offsetpainossa. Kirjat on koottava sivujärjestyksen mukaisesti ja sidottava, liimattava tai stiftattava eli kiinnitettävä metallihakasil-la/-niiteillä. (Koskinen 2001, 33, 164, 178, 184; Lehtinen 2009, 9; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 98-101.)

Painotyön huomioarvoa voi myös parantaa erilaisilla erikoismenetelmillä, jotka tuovat painotuotteelle erikoisempaa ilmettä. Kiiltävän pinnan saa aikaan laukkauksella, laminointi suojaa painotuotetta ja estää näkyviä sormenjälkiä painotuotteen pinalla. Folioinnilla saadaan aikaan metallinoloinen vaikutelma esimerkiksi pieneen kuvioon kirjekuorissa. Preeglaus eli kohokuviointi on toimiva huomionherättäjä esimerkiksi käyntikorteissa. Irtirepäistävät vastauskupongit suoramainoskirjeissä on perforoitu eli lävistetty. Ritsaus tarkoittaa tarrojen leikkaamista muotoon: leikkaus ei riko suojakalvoa, vaan leikkaa pelkästään tarrakalvon, jolloin tarra on helppo irrottaa suojakalvosta. Lisäpainatuksella saadaan esimerkiksi lisättyä eri kieliversioita aiemmin painettuihin, tekstittömiin kuva-arkkeihin. Muita erikoismenetelmiä ovat muun muassa stanssaus eli muotoon leikkaus, laserleikkaus eli koristekuviointi, lukunauhan sidonta kirjaan, yms. (Koskinen 2001, 164, 179, 184; Lehtinen 2009, 9; Loiri & Juholin 1998, 172-173; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 98-101.)

Painotuotteen lopulliseen hintaan vaikuttavat useat erinäiset seikat. Esimerkiksi painotekniikka (offset tai digi) tekee oman osansa hinnasta: suuret painosmäärät tulevat edullisemmiksi offsetilla, kun taas todella pienet painosmäärät kannattaa painaa digitaalisesti tai jopa monistuttaa, mikäli se on mahdollista. Värillisyyden (yksi-, kaksi- vai neliväri) riippuu lähinnä kuvista, ja kuvien määrästä riippuen saadaan selville, paljonko väriä kuluu. Paperin osuus kustannuksissa on pienissä erissä melko vähäinen, mutta suurissa painomäärissä se muodostaa jopa yli puolet kustannuksista. Paperin laatu ja paksuus vaihtelevat hintoja: ohuempi, päällystämätön paperi on luonnollisesti edullisempaa kuin paksumpi, päällystetty paperi. Painon hinta nousee myös silloin, kun painotuote poikkeaa paperin standardikoosta. Jälkikäsitteilyn hinta määräytyy käytännössä sen erikoisuuden mukaan: monimutkaiset taitot, tiettyjen sivujen tai pelkkien kansien lakkaus tai laminointi, sidontatapa, jne. (Koskinen 2001, 43; Lyytikäinen & Riikonen 1995, 9, 109.)

4 Esitteen ja käyntikorttien laatiminen ravintola Walgren'sille ja Bar & Bistro Viiville

Esitettä lähdin suunnittelemaan taittomallin kautta. Otin A4-kokoisen paperin ja lähdin taittamaan sitä mieleisekseni. Löysin kaksi mieleistä mallia: 6-sivuinen haitaritaitettu sekä 6-sivuinen kerientaitettu malli. Haitarimalli toimi lopulta paremmin tekstien kanssa, sillä kerien taitetussa mallissa tekstien kieliversioiden sekä kansien järjestys olisi mielestäni ollut sekava. Kerientaitetussa mallissa sisäsivuja muodostuu kolme, jolloin yhden kieliversioin olisi joutunut jättämään ”ulkopuolelle” kansien kanssa.



Kuvio 1. Haitaritaitettu.



Kuvio 2. Kerientaitettu.

Tämän jälkeen lähdin piirtämään paperille luonnoksia sivuista. Varsinaiset sivut jäivät todella luonnosvaiheeseen, sillä en vielä tiennyt niiden sisällön laajuutta, mutta kannet sain suunnitella melko hyvään muotoon. Kuusisivuinen, haitaritaitettu luonnospohja vaati hieman miettimistä, jotta sivut menivät kohdilleen. Numeroin suunnittelupaperiini sivut järjestyksessä, jolloin sain sivut kulkemaan oikein myös taitto-ohjelmassa.

Käyntikortteja ryhdyin suunnittelemaan yhtäläillä luonnostelemalla paperille. Selailin internetistä erilaisia mallivaihtoehtoja, hakien niistä inspiraatiota. Piirsin paperille korttipohjia, joihin lähdin asettelemaan elementtejä ja tekstipalstoja. Lopputuloksena oli kahdeksan erilaista luonnosta, jotka sitten tein tietokoneella luonnospohjaan (Liite 13).

Esitteen jakelupaikat huomioon ottaen vastaanottaja on todennäköisesti turisti, joka ei ole vielä ravintolassa käynyt. Tässä kohtaa suunnittelua onkin huomioitava vastaanottajan tiedontaso: turisti ei vielä tiedä ravintolasta mitään, koska ei ole siellä vielä käynyt. Paikka on aivan uusi ja vieras hänelle, joten tekstien ja kuvien on molempien osallaan oltava kiinnostavia ja huomiota

herättäviä. Esitteessä on toki myös mainittava yhteystiedot, joiden lisäksi mahdollinen kartta-kuva auttaa hahmottamista, jotta turisti löytää paikalle.

Toisaalta vastaanottaja voi olla myös ravintolassa käynyt, poistuva asiakas, sillä esitteitä on jaossa myös baarin tiskillä. Esitteen mukaansa ottava asiakas on todennäköisesti ollut tyytyväinen, ja haluaa esitteen joko muistoksi itselleen, jotta voi tulla uudelleen. Tällöin yhteystiedot, etenkin internetsivujen osoite, ovat pääosassa. Toisaalta hän voi ottaa esitteen myös tutuilleen, joille hän voi suositella ravintolaa. Tällöin ollaan jälleen turistinomaisessa tilanteessa, jossa paikka on uusi ja vieras.

Visuaalista kieltä voi myös pitää keinona sulkea pois ei-toivottuja kohderyhmiä: esitteen kuvista voi helposti päätellä, että ravintolassa ei tarjoilla pizzeriaa. Ravintolan maine ja mielikuvat eli visuaalinen identiteetti kulkee hieman käsi kädessä esitteen piiloviestien kanssa. Nämä toimivat myös pois sulkevana keinona: nykyiseen asiakaskuntaan ei kaivata paikalla ennen sijainneen baarin vakiokävijöitä.

4.1 Taittotyö InDesign –taitto-ohjelmalla

Taittotyön tein Adoben CS3-tuoteperheen InDesign –ohjelmalla. Loin taittomalliani vastaavan, 6-sivuisen taittopohjan, jolle aloin luonnostelevaan työtä. Sivut sain kulkemaan oikein vaivatta, sillä olin numeroinut ne oikeaan järjestykseen luonnospaperiini.

Marginaaliratkaisuni oli esitteessä aluksi aivan silmämääräinen. Tämän jälkeen lisäsin 3 mm marginaalit puoliksi vahingossa, sillä tarkoituksena oli lisätä leikkuuvarat, jotka tästä erehdyksestä johtuen puuttuivatkin työstä. Tämän erehdyksen huomattuani kuitenkin poistin marginaalit taas kokonaan, ja lisäsin vain leikkuuvarat, minkä vuoksi marginaalit eivät näy liitteissä muutoin kuin silmämääräisinä ratkaisuinä. Olisihan työhön pienet, korkeintaan 5 mm marginaalit voinut jättääkin, helpottamaan millintarkkaa silmätyötä. Jälkeenpäin muita töitä tehtyäni olen kiinnittänyt tähän enemmän huomiota.

Tekstialueet ovat sekä horisontaalisesti että osittain vertikaalisesti linjassa keskenään. Aluksi mietin tekstien keskitettyä ladontaa (Liite 1 – Liite 6), mutta sivullehan ei olisi mahtunut kuvia juuri lainkaan, koska alkuperäinen fonttikin oli niin suuri. Varsinaista gridiä en luonut, sillä esitteessä ei ollut mitään kaikilla sivuilla toistuvia ominaisuuksia. Ei edes marginaaleja, sillä toimin niiden kanssa täysin silmämääräisesti.

Esiteversioissa 6-7 (Liite 7 – Liite 8) kokeilin ajatusta, josko aukeaman tekstien eri kieliversiot kulkisivat toistensa jälkeen kappale kappaleelta. Eli esimerkiksi sivuilla kaksi ja kolme tulisi tekstit suomeksi ja ruotsiksi, aloittaen suomenkielisellä kappaleella, jonka perään tulisi sama kappale ruotsiksi. Tätä tapaa oli käytetty toisen ravintolan esitteessä, mutta koimme tämän tavan hieman sekavaksi. Lukija joutuisi etsimään seuraavaa kappalletta turhaan, jolloin ajatus ehtisi todennäköisesti jo katketa ja luetusta ei jäisi mitään lukijan päähän. Lisäksi kuten versiossa 7 (Liite 8) huomaamme, tekstit painottuivat liikaa toiselle sivulle, jättäen aukeaman toisen sivun turhan väljäksi.

Lopullisessa versiossa tekstialueita on kolme sivua kohden, eivätkä ne kuitenkaan kulje loogista järjestystä kummimmassa järjestyksessä, vaan kappaleiden paikat vaihtelevat sivuittain. Tämä johtuu sivuille asetetuista kuvista sekä kappaleiden eri kieliversioiden pituuksista. Horisontaaliset ja vertikaaliset linjaukset ovat ainoat kappaleiden paikkoja rajoittavat tekijät: jokainen kappale alkaa samalta korkeudelta kuin viereisen sivun vastaava kappale. Vertikaalinen linjaus näkyy kappaleiden tasauksessa. Rytmien rikkominen luo kuitenkin visuaalista kiinnostavuutta.

Helpointa oli aloittaa kansista, sillä niiden sisällöstä oli alussa selvin suunnitelma: etukanteen halusin luonnollisesti logot sekä yleiskuvan paikasta, jossa ravintola sijaitsee, sekä yhteystiedot, jotta paikkaan olisi helppo löytää. Takakanteen suunnittelin jonkinlaista karttakuvaa lähiympäristöstä, ja vielä kertaalleen ne tärkeät yhteystiedot. Painotuote ei ole hyvin suunniteltu, jos siitä ei löydy tarvittava tieto: ravintolan kohdalla mielestäni tärkein välitettävä tieto on nimenomaan yhteystiedot. Niiden avulla löytää paikan ja internetsivujen kautta löytää lisätietoa paikasta.

Leikkuuvaroja tarvitaan, jotta työstä tulisi siisti: leikkuuvarat ovat erittäin tärkeät silloin, kun jokin värillinen pinta ulottuu painotyön ulkoreunaan, tässä tapauksessa kansien tapettielementit. Värillisen pinnan ulottuessa reunaan, kannattaa se vielä varmuuden vuoksi vetää hieman yli, jotta lopputulos olisi takuulla siisti, ilman leikkauksesta aiheutuneita valkoisia reunoja. Yleiset leikkuuvarat ovat 3-5 mm, mutta suositeltavaa on vielä varmistamaan ne painokohtaisesti. Leikkuuvarat näkyvät liitteissä kulmamerkintöinä (Liite 3 – Liite 7). Oikeaoppisesti leikkuuvarat ovat vasta viimeisessä esiteliitteessä (Liite 12), jossa värilliset pinnat (kannet) on vedetty reunojen yli.

Leikkuuvarat sain kyllä lisättyä itse työhön, mutta jostain syystä ne jäivät minulta pois ensimmäisiä PDF -tiedostoja muodostaessa. PDF -tiedostot muodostin yksinkertaisesti InDesignista

suoraan ”Export”-käskyllä. Tämän jälkeen valitaan tallennuspaikka, jonka jälkeen tulee liuta tallennusasetuksia. Olin toisin sanoen jättänyt välilehdestä ”Marks and Bleeds” valitsematta kohdat ”Crop marks” ja ”Bleed marks”, jotka siis merkitsevät työn kulmiin leikkuumerkit.

Käyntikortteille valitsin kooksi perinteisen 90 x 50 mm. Valitsin tämän suuremman kokostandardin, vaikka pienempi, luottokortin kokoinen 85 x 50 mm, on yleistymässä. Valitsemani suurempi koko on kuitenkin edelleen se hallitsevampi malli, eikä kukaan mielestäni edes pidä käyntikortteja luottokorttitaskuissa: itselläni ei edes mahtuisi, koska lompakko on täynnä kaiken maailman kortteja.

Loin arkin, johon mahtui kahdeksan korttia. Joukossa oli kuusi vaakamallia ja kaksi pystymallia (Liite 13). Luonnokset vein ravintola Walgren’isiin keittiömestarin hyväksyttäväksi, koska varsinainen toimeksiantajani oli lomalla. Luonnoksista löytyi kaksi mieleistä: pystymalli, jossa logo on kortin yläosassa ja alareunassa on ravintolan tapettielementtiä, sekä vaakamalli, jonka vasemmassa laidassa on tapettielementtiä ja sen päällä ravintolan logo.

Pidimme pienen mielipide gallupin ja enemmistöllä valitsimme vaakamallisen käyntikortin (Liite 14). Toinen suosikki, pystymallinen, ei ehkä toiminut aivan haluamallani tavalla, joten pidin itsekin enemmän valituksi tulleesta, vaakamallisesta kortista, vaikka pystymallinen olisi ollut ehkä hieman massasta poikkeavampi. Tälle valituksi tulleelle kortillekaan en loppujen lopuksi luonut mitään yhtenäistä gridiä, vaikkakin jälkeinpäin mietittynä sehän olisi ollut hyödyllistä jatkoa ajatellen. Kaksi erilaista korttia tekee vaivatta ilman gridiäkin, mutta jos jatkossa tullaan tekemään samalla pohjalla lisää kortteja, kuten talon omat kortit, olisi valmis pohja helpottamassa työtä.

4.2 Typografia ja tekstit seuraavat visuaalista identiteettiä

Ensimmäisissä luonnosversioissa (Liite 1 – Liite 6) käytin teksteissä graafisen linjauksen mukaista kirjaintyyppiä, Trajania. Tämä oli kuitenkin erittäin huono fontti suuriin tekstimääriin: fontti toimii pikemminkin lyhyissä, otsikkomaisissa teksteissä. Lisäksi toimeksiantajani ei pitänyt siitä, että kyseisessä kirjaintyyppissä ei ole normaaleja, pieniä kirjaimia, vaan fontti oli täysin versaalinen. Lopullisen käytettävän fontin keksimme yhdessä toimeksiantajani kanssa mietittävämme ensin tunti tolkulla tekstejä. Jotkut valitsevat painotuotteensa kirjaintyyppit vaistonvaraisesti, jotkut tarkkaan perustellen. Selailimme InDesignin fontteja ja löysimme etsimämme: Shruti (Liite 7). Päädyimme tähän valintaan vaistonvaraisesti sen helppolukuisuuden ja selkey-

den ansiosta. Yhden kirjaintyyppin käyttö onkin turvallisin vaihtoehto, ja se antaa painotuotteelle yhtenäisen ilmeen. Koska esitteessä ei ole otsikoita tai muuta korostettavaa, selvisimme koko työstä yhdellä kirjaintyyppillä, ilman erilaisia leikkauksia, joita painotetaan tärkeiksi, mikäli päädytään käyttämään yhtä fonttia.

Alustavat tekstit tein vanhojen mainostekstiemme pohjalta, jotka löysin Porvoo Toursin sivuilta. Tekstit olivat kuitenkin sekä toimeksiantajani että minun mielestäni hieman kapulamaisia (Liite 5), joten vietimme pitkän illan miettien uusia tekstejä (Liite 7). Saatuamme tekstin kasaan suomeksi, lähdin kääntämään sitä ruotsiksi ja englanniksi. Lähetin tekstin myös sähköpostitse venäjänkielen kääntäjällemme. Ruotsin- ja englanninkieliset versiot lähetin ruotsia äidinkielenään puhuvalle työkaverilleni, joka vielä korjasi teksteistä löytyneet virheet.

Venäjänkielinen tekstiversio aiheutti hieman päänvaivaa. Lähetin tekstin venäjänkääntäjällemme joulun jälkeen, jolloin venäläiset useimmiten ovat lomalla ja juhlivat joulupyhiä sekä uutta vuotta, joten en koskaan saanut kyseiseltä henkilöltä mitään vastausta. Jouduin pohtimaan muita vaihtoehtoja. Soitin koulumme venäjän opettajalle, joka sattui myöskin olemaan Venäjällä lomalla, ja palaisi vasta juuri ennen työn deadlinea. Kontaktit olivat jo loppua, kunnes keksin lähettää tekstin entiselle venäläiselle luokkalaiselleni. Hänkin tosin taisi olla joululomalla Venäjällä, koska hänestäkään ei kuulunut mitään. Tuskissani löysin vielä yhden oljenkorren: perheuttavani, joka oli jo vuosia opiskellut venäjää! Hän käänsikin tekstin nopeasti ja kehotti vain tarkistuttamaan sen vielä jollain natiivilla puhujalla. Valitettavasti en sellaisia enää siinä kohtaa löytänyt, kun teksti piti jo saada esitteeseen ja esite painoon.

Käyntikorteissa käytimme yhtenäisen linjan jatkuvuuden kannalta samaa, hyväksi todettua kirjaintyyppiä. Typografialtaan käyntikortit ovat paljon yksinkertaisempia, sillä niissä käytettävä tila on paljon pienempi. Lisäksi halusin niihin vain oleelliset tiedot: nimi, titteli sekä yhteystiedot. Esimerkiksi puhelinumeroissa päädyin laittamaan suoran matkapuhelinnumeron ensin, sillä siitä saa kyseisen henkilön varmemmin kiinni kuin talon puhelimesta. Sama sähköpostin kanssa: ravintolan internetsivuilta voi laittaa postia, mutta varmemmin posti menee oikealle henkilölle suoran sähköpostiosoitteen kautta, jonka vuoksi se mainitaan ensimmäisenä.

4.3 Kuvat viestin välittäjänä

Ravintolan tiloissa oli otettu kuvia paikallisilla ammattikuvaajilla heinäkuuisena avajaispäivänä vuonna 2008. Kävimme yhdessä katsomassa kuvia, mutta emme toimeksiantajani kanssa löy-

täneet niistä juuri yhtäkään mieleistä. Ruokakuvat koimme jo vanhoiksi, sillä ruokalista on ehtinyt vaihtua jo ainakin viisi kertaa avajaisten jälkeen. Lisäksi tilat ovat muuttuneet jonkin verran uusien pöytäliinojen ja serviettien myötä, joten päätimme ottaa uudet kuvat.

Esitteen kuvia varten järjestettiin kuvaukset lauantaina 14.11.2009. Kuvaajana toimi ystävänä ja luokkakaverini Anna Hietanen sekä hänen miesystävänsä. Kuvauksiin soitimme paikalle tuttuamme toimimaan malliasiakkaina. Olimme ajatelleet ravintolan arvoja sekä asiakaskuntaa ja päätyneet siihen, että tarvitsisimme kuviin yhden lapsiperheen sekä yhden nuoremman ja yhden vanhemman pariskunnan. Loppujen lopuksi meitä oli paikalla vain henkilökunnan edustajat sekä ravintolapäällikön vanhemmat, sillä osa ilmoittautuneista joutui perumaan ja osa unoheti tulla.

Uusia kuvia tuli satoja, joiden joukosta valitsimme mieleisimmät. Vanhoista kuvista säilytimme lopulta kaksi, sillä kuvausten kiireessä unohdimme ottaa riittävästi yleiskuvia ravintolan tiloista. Yleiskuva salista antaa kuvaa siitä, millaisessa historiallisessa ja kauniissa miljöössä ravintola toimii. Lisäksi rakennus on melko mitäänsanomattoman näköinen ulkoa päin, minkä vuoksi siitä oli vaikeaa saada kunnollista julkisivukuvaa, etenkin tähän vuoden aikaan. Tästä syystä päädyimme vanhaan, melko hyvään julkisivukuvaan. Annoskuvat tukevat sanomaa tuoreista raaka-aineista, laadusta ja ammattitaidosta. Laadukkaat kuvat huokuvat väriä ja herkulliset annokset voi melkein aistia. Lukija voi kuvien perusteella olla samaa mieltä lukemastaan ja näkemästään. Kuvat ovat melko tiukkaan rajattuja, joten ne kertovat kenties hieman enemmän, kuin väljät yleiskuvat. Lisäksi niiden sanoma on melko selkeä: tässä ravintolassa ei tarjoilla perinteisiä ketjuravintoloiden pizzoja ja pastoja, vaan jotain hieman laadukkaampaa.

Aluksi sijoittelin valittuja kuvia vain ”leiskaus-” eli lay-out-mielessä taittopohjalle. Kuvat olivat luonnostaan suurikokoisia, ja malliversioihin vain pienensin ne oikean kokoisiksi. Tämän huomaa tiedostojen kokoeroissa: lopullinen versio on kooltaan 23,6 MB, kun taas esimerkiksi suurin versio oli pahimmillaan yli 1 GT eli 1 000 MB! PDF-tiedostot vievät luonnollisesti paljon vähemmän tilaa, ja painoon lähtikin vajaan neljän mega bitin (MB) tiedosto.

Kuvien sijoittelussa olimme yksimielisiä, mutta kuvien valinta olikin sitten vaikeampaa ja kuvia vaihdeltiin useampaan otteeseen. Osa syynä tähän oli kenties se, että kuvat eivät mielestämme toimineen suorakulmaisina (Liite 5) ja päädyimme tekemään kuvista soikeita (Liite 7). Tässä kohtaa alun perin valitsemamme kuvat eivät enää toimineetkaan haluamallamme tavalla, vaan

rajauksista tuli erittäin huonoja. Lisäksi kokeilimme erilaisia häivytyksiä, jotta kuvat olisi voinut sijoittaa taustalle (Liite 7), mutta tällöin tekstit hävisivät kuviin.

Julkisivukuvan kanssa oli kuitenkin tehtävä poikkeus muodon suhteen: näytti hölmöltä, kun etusivulla oli kolme soikiota allekkain (Liite 7). Ei kuitenkaan auttanut, että kuva vaihdettiin suorakulmaiseksi, vaan piti keksiä kuvalle myös jotain muuta. Julkisivukuva sijoitettiin sivun alimmaiseksi, molempien logojen jälkeen. Kuva pisti vieläkin häiritsevästi silmään. Kokeilin pientä häivytystä, mutta sitten keksin kokeilla muuttaa kuvan värisävyiltään seepiaksi, jättäen sen hieman häivytytyksi (Liite 8). Tähän ratkaisuun olimme lopulta toimeksiantajani kanssa molemmat tyytyväisiä. Kuva tavallaan sulautuu taustan väreihin.

Liitteessä 8 saimme valittua toimivat kuvat ja sijoitettua ne oikeille sivuilleen, jokseenkin omille paikoilleen. Aukeamalle sijoitimme kolme kuvaa: yhden suuremman pääkuvan ja kaksi pienempää kuvaa. Aukeaman pääkuvaksi sopivat kuvat, joissa on paljon sisältöä, ja sitä tukeviksi, pienemmiksi kuviksi yksityiskohtaisemmat kuvat. Esitteen suomen- ja ruotsinkielisellä aukeamalla pääkuvana toimii keskelle sijoitettu kuva ravintolan salista. Kuvaa tukevat yksityiskohtaisemmat, herkulliset pikkukuvat sivujen laidoilla. Kääntöpuolella kuvien rajausta ei ole mietitty aivan Koskisen ohjeen mukaan, vaan pääkuvanakin toimii yksityiskohtainen kuva.

Lopuksi oli enää tehtävä pienehkö karttakuva takasivulle. Halusimme pitää kartan melko yksinkertaisena, joten piirsin suuntaa-antavan, viivamallisen kuvan Adoben Illustrator-ohjelmalla. Ravintolan sijoitin karttaan ympyränä ja ympärille toin merkittävimpiä maamerkkejä, kuten Porvoon joen, Runebergin puiston sekä torin ja linja-autoaseman (Liite 11).

Painoon menneessä, viimeisessä versiossa (Liite 12) suurin osa kuvista on PSD-muotoisia. Tämä on Adobe PhotoShopin oma muoto, joka tosin toimii ainoastaan Adoben tuotteilla. Tämä on laadultaan painokelpoinen, sillä se tukee CMYK-värejä, kuvan eri tasoja, polkuja, sekä lisäksi läpinäkyvyyttä, eli se säilyttää tasolle tehdyt tekstit ja elementit (Kaukonieniemi & Paananen 2008, 31). Tätä ominaisuutta tarvittiin logoissa: muissa muodoissa tallennettuna logo tallentui valkoisen taustansa kanssa. Tämähän ei puolestaan sopinut taas kansien suunnitellun taustan kanssa. Muita käytettyjä muotoja on TIFF (julkisivukuva), JPG (taustat) sekä Adobe Illustratorin AI-muoto, sillä karttakuva tehtiin Illustratorilla.

Käyntikortteihin ei varsinaisia kuvia tullut vaan niissä käytettiin vain graafisia elementtejä: logoa ja tapettielementtiä. Varsinaisen kuvituksen sijaan voidaan käyttää myös pelkkiä typografisia tehokeinoja. Kaikki käytetyt elementit ovat PSD-muotoisia.

4.4 Värit viestin tehostajana

Ravintolan visuaalisen ilmeen värit ovat näkyvässä roolissa ja auttavat viestin perille menoa. Esitteessä käytettäviä, väriä vaativia elementtejä ovat kuvat, logot sekä taustana ravintolan muissakin painotuotteissa, kuten laskukansiossa sekä papereissa esiintyvä, beigensävyinen ornamenttikuvio, jonka lähtökohtana on ravintolan tapetti. Samaa tapettielementtiä käytetään myös Walgren'sin logon taustana, ja Bar & Bistro Viivin logon taustalla toimii vastaavasti baaripuolen puna-kultainen tapetti. Koska myös ravintolan mainonnassa käytetään samoja elementtejä, on lukijan helppo yhdistää ne oikeaan yritykseen.

Pohdittuani, kuinka voisin käyttää näitä tapetti-elementtejä työssäni, kokeilin molempien toimivuutta esitteen kansissa (Liite 3 ja 4). Luonnostelun jälkeen oli ilmiselvää, että punainen olisi liian hyökkäävä väri, joten päädyimme käyttämään hillitympää beigeä. Tämän jälkeen minua pyydettiin käyttämään beigeä tapettia koko työn taustana (Liite 5 ja 6). Esitteestä tuli aivan liian levoton ja epäselvä, jonka lisäksi tapettielementin tehokeino hävisi. Päädyimme käyttämään tapettia vain kansissa (Liite 7 – Liite 12).

Kuvissa kokeilimme erilaisia taustalle sijoittamisia ja häivytyksiä (Liite 7). Tämä ei kuitenkaan toiminut, vaan tekstit hävisivät kuviin. Tekstit oli ladottava kuvien ympärille ja kuvien annettava elää omaa elämäänsä sivuilla. Takasivun karttakuvan pidimme väreiltään yksinkertaisena, mutta taustasta erottuvana.

Käytetyt värit ovat melko hillittyjä ja ne välittävät rauhallista sanomaa. Tapettielementit antavat hieman vanhanaikaista ilmettä: sijaitseehan ravintola historiallisessa rakennuksessa, ja viittaa sekä nimellään että tarinallaan paikalliseen historiaan. Kannen julkisivukuva on muutettu sävyiltään seepiaksi, mikä korostaa historiallisuutta. Tämän lisäksi se sopii beigeen taustaansa paremmin, eikä kontrastista muodostu liian suuri.

Käyntikorteissa käytimme samoja elementtejä kuin esitteessäkin: yrityksen logoa sekä tapettielementtiä. Koska ravintola Walgren's on hallitsevampi osa ravintolakokonaisuudessa, ja keit-

tiömestari sekä ravintolapäällikkö, joille käyntikortit tehtiin, toimivat lähinnä ravintolan puolella, päädyin jättämään Bar & Bistro Viivin kokonaan pois käyntikortista.

Paperilla on oma vaikutuksensa väreihin. Paperin karhea pinta saa värit näkymään eri tavoin kuin sileä pinta, ja ohuessa paperissa on läpikuultamisen vaara. Lisäksi paperien värisävyjä on lukuisia erilaisia, mikä puolestaan vaikuttaa myös painettaviin väreihin. Itse valitsin paperin juuri sen värien toiston perusteella: se on pinnaltaan melko sileä ja riittävän paksu, jotta värit eivät kuulla läpi. Sävyltään paperi on melko kirkkaan valkoinen. Käyntikorteissa käytettiin perinteistä käyntikorttikartonkia, joka on melko puhtaan valkoista, sileää ja paksua kartonkia.

Koska kyseessä on nelivärinen painotyö, kaikki värilliset elementit muutettiin CMYK -muotoon ennen taittopohjalle liittämistä. Tämä siksi, että neliväripainatuksessa värit vaaditaan tässä muodossa. Tarkkaavaisuus on tarpeen, sillä tietokoneiden näytöt toimivat perinteisellä RGB-periaatteella, jolloin CMYK-värit näyttävät näytöllä hieman erilaisilta kuin painettuna. Tämän huomasi omasta työstä: esitteessä kaikki värit näyttivät ehkä hieman tummemmilta näytöllä kuin lopputuloksessa.

Teksteille luonnollisin väri vaihtoehto oli musta. Sijoitellessamme kuvia tekstin taakse kokeilin samalla tekstin näkyvyyden parantamisen vuoksi valkoista tekstiä. Tämä ei taas toiminut, koska kaikki tekstihän eivät tulleet kuvien päälle, jolloin valkoinen teksti ei taas puolestaan olisi erotunut. Valkoista tekstiä käytin myös kokeillessani eri tapettielementtien toimivuutta esitteessä (Liite 4), sillä musta teksti erottui hieman heikosti Bar & Bistro Viivin punaisesta taustasta.

4.5 Paperin valinta vaikuttaa hintoihin

Papereista minulle oli jo aikaisessa vaiheessa kehittynyt tietynlainen visio. Visiotani edesauttoi erään toisen ravintolan esite, jossa oli käytetty melko kivaa paperia. Halusin työn näyttävän, mutta myös tuntuvan hyvältä, kuten ruoka ravintola Walgren'ssissä maistuu ja tuntuu hyvälle. Visioissani näin hieman karheamman, pintakuvioidun, päällystämättömän, paksun paperin. Sävyltään se olisi vaalea, hieman jotain sanan ”norsunluu” kuvaavaa.

Ensimmäinen oikealta tuntuva paperi tuli vastaan ensimmäisessä vierailmassani painotalossa. Henkilökunta oli palveluultista ja löysimme yhdessä mallikansioista visioni mukaisen Conqueror High white 220 g/m²-paperin. Se oli juuri sellainen, mitä olin mielessäni kuvitellut. Valkoinen, mutta ei liian kirkas, sopivan paksuinen ja pinnaltaan miellyttävän karhea ja hieman

röpelöinen. Valitettavasti hinta ei ollut aivan etsimämme: lopulliseen hintaan verrattuna tämä oli kaksinkertainen.

Seuraavaksi vierailin painossa, josta olin saanut tarjouksen kahdelle eripaksuiselle Munken Lynx –paperille. Hinta oli sopusuhtainen, minkä vuoksi halusin vielä nähdä, millaisesta paperista oli kyse. Paikalle päästyäni jostain toimiston takaa ilmaantui mies, joka esitteli ehdottamansa paperin. Paperi ei vastannut ollenkaan visiotani karheasta, hieman röpelöisemmästä, vaaleahkosta paperista: Munken Lynx oli niin kirkkaan valkoinen, että se melkein häikäisi. Paljon tekstiä sisältävälle painotuotteelle ei tulisi valita liian kirkkaan valkoista paperia, etenkin jos teksti on mustaa: kontrastista tulee liian suuri. Yrittäessäni kysyä hieman jotain muuta, en oikein saanut minkäänlaista vastausta. Mies vaikutti kovin haluttomalta painamaan kyseistä esitettä millekään muulle paperille, vaikka ei ollut sitä vielä nähnytkään.

Koska ensimmäinen paperi ei hintansa puolesta ollut työllemme sopiva, ja toinen ei sopinut visioihini, jatkoin sopivan paperin etsintää. Vierailin vielä yhdessä porvoollaisessa painotalossa. Paikalla oli kaksi miestä täydessä työn touhussa, mutta toinen heistä ehti esittelemään minulle heiltä löytyviä papereita. Mielenkiintoni oli herännyt kierrätyspapereihin niiden erikoisen värityksen ansiosta, ja painotalon edustaja esittelikin minulle erittäin laadukkaan uusiopaperin. Lisäksi hän antoi minulle mukaan oman ehdotelmansa, Munken -sarjaan kuuluvan paksumman valkoisen paperin, Polar 240 g/m². Vaikka en alunperin täysin valkoista paperia halunnutkaan, malliprintti osoitti minulle, kuinka hyvin värit tulevat siitä esille. Koska painotuote tulisi sisältämään paljon kuvia, se olisi hyvä painaa valkoiselle paperille, sillä kuvat korostuvat valkoisella pohjalla. Tämän lisäksi paperin olisi myös hyvä olla päällystettyä, kiiltävää ja siileäpintaista. Valo heijastuu paremmin takaisin tällaisesta paperista, saaden värit näyttämään kirkkaammilta. Tämä Polar oli kuitenkin ehkä turhan paksua.

Olin jo päätymässä tähän uusiopaperiin, mutta jouduin jatkamaan pohdintaa, koska sieltä ei koskaan tarjousta kuulunut, vaikka edustaja jo paperintoimittajalta papereita varailikin. Onneksi satuin olemaan työharjoittelussa nimenomaan printtimainontaan erikoistuneessa mainostoi-
mistossa ja harjoitteluni ohjaaja, joka istui kanssani samassa huoneessa, vastasi talon paperi-
hankinnoista ja -valinnoista. Sain häneltä erinomaista tietoa eri papereista, joita selailimme yhdessä monista eri mallikansioista. Useiden mallien joukosta löytyi miellyttävä ja sopivan pak-
suinen uusiopaperi, Cyclus 200 g/m².

Päätökseen vaikutti kuitenkin työharjoitteluni ohjaajan esittelemä mainostoimiston asiakaslehti. Siinä oli käytetty minulle jo aikaisemmin tutuksi tullutta Munken-sarjan Polar-paperia, josta värit tulivat erinomaisesti esille. Pidin siitä kovasti, vaikka se ei ollut pinnaltaan sen röpelöisempää kuin mikään muukaan paperi. Pinnaltaan paperi on tyylikäs puolimatta, joka on paras vaihtoehto sekä kuvia että tekstiä sisältävälle painotuotteelle. Munken Polarista löytyi myös haluamani paksuinen versio, 200 g/m². Opasiteetiltaan paperi on 99 %, eli siitä ei tulisi näkymään juuri mitään läpi. Tämä oli tosin jo selvää, sillä paperi on sitä läpikuultavampaa mitä ohuempaa se on: 200 g/m² paperin kanssa ei enää pitäisi olla pelkoa läpikuultavuudesta.

Päädyn pyytämään tarjouksia työharjoitteluohjaajani suosittelemasta, Helsingin Vallilassa sijaitsevasta painotalosta. Esitteelle pyysin tarjousta väriykseltään ja ympäristöarvoiltaan erilaisesta Cyclus-paperista sekä erinomaisesti värejä ilmaisevasta Munken Polar-paperista.

Käyntikorttien kartonkivalinta kävi huomattavasti helpommin. Lähdin pyytämään yleistä tarjousta käyntikorteista samaiselta painotalolta, jossa tulisin painattamaan esitteenkin. Tarjousta pyydettyäni sain nopean vastauksen tavallisesta 290 g/m² käyntikorttikartongista. Koska mitään erikoista jälkikäsittelyä ei käyntikorttiin ollut tulossa, päädyin ilman sen suurempia miettimisiä tähän ratkaisuun. Yhdessä painon edustajan kanssa valittu paperi on usein sekä ominaisuuksiltaan että kustannuksiltaan se sopivin vaihtoehto.

5 Monivaiheinen painoprosessi

Toimeksiantajayritykselläni ei ollut aikaisempaa kokoemusta minkään painotalon kanssa, joten oli ryhdyttävä etsimään sellaista. Painopaikan valintaan vaikuttaa muun muassa yrityksen sijainti: ei kannata lähteä merta edemmäksi kalaan. Koska toimeksiantajayritykseni sijaitsee Porvoossa, ajattelin lähteä hakemaan painotaloja lähiseudulta, Porvoosta ja Helsingistä. Tämän työvaiheen aloitin marraskuun alussa etsimällä internetistä painotaloja, jotka painavat tällaisia pieniä tuotteita, kuten esite. Lisäksi painotalon tulisi pystyä suorittamaan myös jälkikäsittelevaihe eli taitto, eli sillä tulisi olla tekninen soveltuvuus painotuotteelleni. Painotalon aikaisemalla kokemuksella on luonnollisesti myös vaikutusta valintaan: näytetyöt ovat tässä oleellisessa osassa, jotta painotalo voi esitellä ammattitaitoaan mahdolliselle asiakkaalle.

Tarjouspyyntöjä lähdin lähettämään jälkeinpäin ajateltuna hieman turhan myöhään, vasta joulupyhien jälkeen. Ilmoitin tarjouspyynnössäni halutun paperilaadun ja paperin koon A4, työn sen hetkisen koon, painosmäärän sekä jälkikäsittelevän eli esitteen taiton tarpeen.

5.1 Painotekniikan valinta

Painoteknisiin valintoihini vaikuttivat erinäiset seikat. Olin painotalojen sivuilta lukenut hieman eroista, mutta en vielä osannut erottaa offsetilla tai digitaalisella painolla tulevia eroja. Tässä kohtaa työharjoitteluni osui oikeaan aikaan. Ohjaajani esitteli minulle kaksi heidän asiakaslehteään: toinen oli painettu offsetilla ja toinen digitaalisesti. Ero oli huomattava ja tykästyin itse enemmän offset-laatuun.

Offsetpaino on paras keino painaa suuria eräiä kustannustehokkaasti, sillä yksikkökustannukset laskevat painosmäärän kasvaessa. Esite voitaisiin laskea suureksi eräksi, sillä painosmäärä oli 2 000 kappaletta. Käyntikortit puolestaan olivat pienempi erä, 200 kappaletta molempia versioita. Näin pienessä erässä digipaino on edullisempi vaihtoehto, sillä yksikköhinta pysyy samana. Lisäksi käyntikortti on suhteellisen pieni painopinta, jolloin visuaalinen ero offsetpainoon verrattuna ei mielestäni haittaa.

5.2 Hintavertailut ja yhteistyö painon kanssa

Ensimmäinen vierailemani painotalo oli porvoolainen Painoyhtymä. Painotalo lie Porvoon suurin ja vanhin, joten uskalsin lähteä kokeilemaan sitä. Löysimmekin mahtavan paperin, joka ei kuitenkaan vastannut hinnaltaan hakemaamme. Hinnaksi 2 000 kappaleelle olisi tullut yli 1 000 €, johtuen juuri tästä design-paperista sekä offsetpainosta. Jostain syystä en lähtenyt hakemaan sieltä uutta tarjousta millekään muulle paperivaihtoehtodolle.

Seuraavaksi vierailin toisessa porvoolaisessa painotalossa, Porvoon offsetpainossa. Painotalon edustajan ehdottamat paperit eivät vastanneet toiveitani, minkä lisäksi edustaja oli kovin haluton ehdottamaan mitään muuta, jonka vuoksi päätin jättää kyseisen paikan kokonaan pois vaihtoehtoista. Hinta olisi tosin ollut kohtuullinen: paksummalle, 240 g/m² paperille puolet edellisestä tarjouksesta, eli vain reilut 500 €, ilman arvonlisäveroja. Tämä pisti kuitenkin myös hieman miettimään työn laatukriteereitä: voiko näin paljon halvemmalla kuitenkin saada parasta laatua?

Kolmas ja viimeinen painotalo Porvoossa oli Formato Print. Olisin päätenyt heidän tarjoukseensa uusiopaperista, jos olisin sieltä ikinä kyseistä tarjousta saanut. Koska sellaista ei kuulunut, ja henkilökunta vaikutti kovin kiireiseltä, päätin antaa senkin olla.

Porvoolaiset painotalot osoittautuivat paperivalintoja tehdessä joko kalliiksi tai hankaliksi yhteistyökumppaneiksi, joten päätin kokeilla työharjoittelupaikkaohjaajani suosittelemaa, helsinkiläistä pienpainotaloa, Paintmediaa. Pyysin tarjouksen ensin esitteelle, sekä Cyclus – uusiopaperilla että Munken Polarilla. Vastauksen sain lähes heti, mutta työpäivän käydessä jo ehto puolta, sain tarjouksen vasta seuraavana päivänä. Tarjous oli hyvä: 2 000 kpl esitteitä offsetpainettuna Cyclukselle tai Munken Polarille maksoi vain reilut 500 €, ja arvonlisäverot 22 % päälle. Hinnossa oli eroa vain muutama kymppi, ja koska toimeksiantajani oli lomalla, sain itse tehdä valinnan. Päädyin Paintmedian tarjoukseen 200 g/m² Munken Polarista.

Päädyttyäni tähän ratkaisuun lähdin kysymään myös käyntikorttitarjousta. Tarjouspyynnössäni mainitsin kortin nelivärisyyden sekä tarvitsevani 200 kappaletta molempia versiota. Tähänkin pyyntöön sain erittäin nopean vastauksen: digitaalisesti painetut neliväri kortit tulisivat maksamaan reilut 100 € ja offsetpainettuna hinnaksi arvioitiin lähes 250 €. Arvonlisäverojen jälkeen lopulliseksi hinnoiksi tuli digipainettuna noin 150 €, offset-hinnan ollessa kaksinkertainen. Säästösyistä päädyin valitsemaan käyntikortteihin digipainon. Kyseessä on kuitenkin pienehkö painotuote, jossa visuaalinen ero ei mielestäni niinkään haittaa.

5.3 Aineiston toimitus ja siinä ilmenneet ongelmat

Paintmedia-painotalolla ei jostain syystä ole erillistä aineisto-ohjetta internetsivuillaan. Tästä syystä he oletettavastikin käyttävät yleisiä menetelmiä, kuten esimerkiksi 3 mm leikkuuvaroja. Ollessani sähköpostitse yhteydessä painon edustajaan sainkin riittävästi tietoa asetuksista ja vaatimuksista.

Ennen tiedoston pakkaamista PDF-muotoon, käytetty InDesign-ohjelma kertoo, jos jossain linkityksissä on epäselvyyksiä. Koska näitä ei ilmennyt, sain tehtyä tiedostosta PDF:n helposti ”Export”-komennon kautta. PDF on paras mahdollinen muoto toimittaa aineisto painoon. Se on suljettu muoto, jolloin siihen ei voi enää tehdä mitään muutoksia: näin vältetään vahingoil- ta. Siihen tulee tosin olla kaikki mahdollinen linkitettyinä, jotta työ tulostuisi oikeanlaisena. Ai- neiston toimituksen jälkeen suoritetaan prepress-työvaihe, joka suljetussa muodossa toimitetun PDF-tiedoston kohdalla tarkoittaa sitä, että työ vain tarkastetaan ja vedostetaan.

Aineisto siirtyi painotalolle nopeasti ja helposti sähköpostitse. Sähköpostilla voi lähettää pie- nemmät, alle 10 MB tiedostot: omani oli alle 4 MB. Koska Paintmedia on melko pienehkö painotalo, en usko, että heillä välttämättä edes on käytössään mitään tiedonsiirtoverkkoja. En- pä toisaalta tullut edes kysyneeksi.

Ongelmilta ei kuitenkaan esitteen kohdalla välttytty: Aikataulu alkoi kiristyä ja sain lähetettyä aineiston viikko ennen valmiin työn deadlinea. Painolle jäi tuossa kohtaa aikaa vain neljä arki- päivää. Lisäksi esitteestä oli jäänyt leikkuuvarat ja -merkinnät uupumaan! Olin lähettänyt aineis- ton torstai-illalla ja painotalon edustaja ehti luonnollisestikin tarkistaa aineiston vasta perjantai- aamuna. Hän oli laittanut sähköpostia puuttuvista leikkuuvaroista ja -merkinnöistä minun ol- lessa koululla. Koululla ollessani huomasin työssä lisäksi vielä kirjoitusvirheen. Lähdettyäni koululta soitin välittömästi painon edustajalle ja kysyin, josko asian ehtisi vielä korjata. Materi- aali ei ollut onneksi vielä mennyt painoon johtuen muista puutteista.

Virheistä johtuen aikataulu kiristyi entisestään. Käyntikorttiaineistot olivat virheettömiä, ja niissä olin huomannut lisätä leikkuuvarat ja -merkinnät. Painotalon edustaja kehottikin vertaa- maan esitteen asetuksia käyntikorttien asetuksiin, kun en tahtonut ymmärtämään, mistä oli kyse. Sain mielestäni merkinnät korjattua ja lähetin uudet esiteaineistot, mutta eipä siitä vielä- kään näin helpolla selvitty. Olin epähuomioissani lisännyt leikkuuvarat ja -merkinnät vain toi-

selle puolelle. Ja taas tuli aineisto salamana takaisin. Lopulta perjantai iltapäivällä aineisto meni kuin menikin läpi ja painoon.

Ensimmäisistä ongelmista selvittyämme eteemme tuli seuraava ongelma: esitteen paperit toimitettiin painotalolle vasta tiistaina. Käyntikortit oli jo painettu ja valmiit, mutta ehtisikö esitteet torstaiamuksi messukeskukseen? Painaa ne kyllä ehdittäisiin, mutta koska niiden tulisi myös hieman kuivua ennen taittoa, aikataulu meni todenteolla täpäräksi. Onneksi paperit toimitettiin painotalolle tiistai-aamuna ja he pääsivät aloittamaan työt. Keskiyöpö iltapäivästä sain puhelun, että kaikki oli valmiina noudettavaksi. Mikä helpotus.

5.4 Jälkikäsittely ja työn kustannukset

Painon jälkikäsittelyvaiheessa tehtiin puhtaaksileikkuu, nuuttaus ja taitto, jotka ovat yksiä yleisimpiä jälkikäsittelyvaiheita. Ongelmia tuottaneiden leikkuumerkintöjen ansiosta esite ja käyntikortit saatiin leikattua siististi oikeaan kokoonsa. Tämän jälkeen esitteet tuli vielä nuutata ennen taittoa paperin paksuudesta johtuen, jotta taitoksesta tuli siisti. Nuuttausta suositellaan offsetpainossa yli 170 g/m² ja digipainossa yli 130 g/m² papereille. Digipainossa nuuttausta suositellaan ohuemmillekin paperilaaduille, sillä painoteknisistä syistä värit saattavat halkeilla helpommin. Valmiiksi taitetut esitteet pakattiin pienissä erissä pahvilaatikoihin, jotka kävin itse noutamasta painotalolta Vallilasta. Käyntikortit oli pakattu siisteihin, läpinäkyviin käyntikorttilaatikoihin.

Muita jälkikäsittelyvaiheita en painotuotteille ottanut. Jälkeenpäin ajateltuna käyntikorteissa esimerkiksi logon olisi voinut preeglata eli kohokuvioida. Tämä olisi antanut käyntikortteille erikoisemmän ilmeen, mikä puolestaan vaikuttaa käyntikortin huomatuksi tulemiseen.

Värillisyyden tuo hintoihin oman osuutensa, mutta näitä painotuotteita ei olisi voinut ajatellakaan painavansa mustavalkoisina. Esiteiden painamiseen kului lisäksi paljon paperia, mikä todennäköisesti muodosti noin 20-30 % niiden painokustannuksista. Paperi on lisäksi paksumpaa, mikä lisää hintaa vielä noin 10 %.

6 Pohdinta

Näin työn loppuvaiheilla voinen paljastaa oman suhteeni toimeksiantajatahoon. Olen työskennellyt kyseisessä ravintolakokonaisuudessa opintojeni ohella nyt 1,5 vuotta. Kyseisen yrityksen palveluksessa olen ollut kohta kaksi vuotta, sillä aloitin eräässä saman yrityksen kesäravintolassa, josta sitten siirryin uuteen, juuri avattuun ravintola Walgren'siin elokuussa 2008. Toimeksianto tuli tätä kautta kuin vahingossa: olimme vierailemassa porvoolaisen valokuvausliikkeessä esimieheni kanssa, puhuen samalla tulevaisuuden markkinointisuunnitelmista. Esimieheni sattumalta mainitsi esitteen, joka palvelisi ravintolaa markkinointitarkoituksessa. Ilmoittauduin vapaaehtoiseksi tekijäksi.

Työskentelyni yrityksessä omalta osaltaan ehkä hieman auttoi tätä opinnäytetyötä tehdessä. Olen saanut olla mukana ravintolan alkuvaiheista saakka, joten olen esimerkiksi ehtinyt tutustua siellä käyvään asiakaskuntaan. Tämä puolestaan helpotti kohderyhmäajatteluni, sillä tiedän suunnilleen, minkälaista kansaa ravintolassa käy.

Työn alkuvaiheilla tavoitteeksi tuli luoda kompakti, nelikielinen esite yrityksen markkinointikäyttöön, visuaalisen identiteetin vahvistukseksi. Tavoite esitteestä laajeni myöhemmin myös käyntikortteihin, sillä yrityksellä ei niitä vielä käytössään ollut.

Käyntikorttien tultua mukaan prosessiin minulle iski pieni paniikki. En ollut kuvitellutkaan osaavani suunnitella ja tehdä käyntikortteja! Päästyäni työhön huomasin kuitenkin, kuinka helppoa käyntikorttien tekeminen olikaan esitteeseen verrattuna. Käyntikortit koostuvat niin paljon vähemmistä elementeistä kuin esite, eikä esimerkiksi niiden tekstejä tarvitse pohtia kuten esitteen tekstejä, käännostöistä ja kuvien valinnasta puhumattakaan.

Lyhyehköstä palautteesta päätellen toimeksiantaja on ollut tyytyväinen tehtyyn tuotteeseen (ks. Liite 16). Esitteet olivat jaossa ravintolan messuosastolla Matkamessuilla tammikuussa, ja sittemmin niitä on ollut jaossa muun muassa Porvoon turistitoimistossa sekä ravintolan tiloissa. Käyntikortit ovat olleet osana esimiesten toimintaa, ja niitä on jaettu niin alan messuilla kuin tavarantoimittajatapaamisissakin.

Itse käytännön toteutus oli odotettua helpompaa. Tein esitteestä luonnosversioita, joissa koekelin eri mahdollisuuksia ja joita työstin eteenpäin omien näkemysten sekä toimeksiantajan

toiveiden mukaan. Kaikki toiveet eivät kuitenkaan toimineet, kuten liitteistä 5 ja 6 voimme huomata. Onneksi visiomme kohtasivat jälleen tuon kokeilun jälkeen.

Haastavaa prosessissa oli valinnanvaikeus sekä toiminta yhteisymmärryksessä muiden tahojen kanssa. Valintoja oli tehtävä joka asiassa: esitteen muodossa, sana-, fontti- ja kuvavalinnoissa, värien käytössä, jne. Nykyisillä taitto-ohjelmilla kun mikään ei tunnu olevan enää mahdotonta, jos ja kun vain osaa! Yhteisymmärryksen löytäminen muiden tahojen kanssa oli erityisen haasteellista. Toimeksiantajani eli esimieheni ja omat näkemykseni eivät onneksi kovin usein poikenneet toisistaan, ja kuten hän palautteessaankin sanoi, kaikki sujui hyvin ja hyvässä yhteisymmärryksessä. Hankalia tahoja olivat esimerkiksi porvoollaiset painotalojen edustajat, joiden kanssa toimiminen oli vaikeaa. Heiltä en saanut mitään vastauksia ennen kuin menin itse paikalla käymään ja kysymään. Vastauksia tuntui saavan vain nyhtämällä ja rautalangasta vääntämällä.

Kokonaisuudessaan projekti opetti minulle paljon. Saatuaani aineistot painoon, saatoin huokaita helpotuksesta. Tämän jälkeen huomasin ymmärtäväni, kuinka paljon olin prosessin aikana oppinutkaan, lähinnä käytettävistä Adoben ohjelmista. Koulussa olin käynyt kurssin InDesignista, mutta en oppinut kurssilla juuri mitään, johtuen ehkä omasta aktiivisuudestani. Lisäksi olen aina käyttänyt Corelin PaintShop Prota Adoben Photoshopin sijaan, joten kyseinen ohjelma oli minulle hieman uudehko, vaikkakin käyttöperiaatteet ovat käytännössä samat.

Oppimisessa apunani oli useita ammattilaisia. Lopputulos ei olisi tällainen, jos en olisi ollut mainostoimistossa työharjoittelussa samaa aikaa projektini kanssa. Sieltä sain arvokasta apua ja neuvoja, esimerkiksi työn lopputarkistuksessa ennen painoon lähettämistä. Lisäksi ilman työharjoitteluohjaajani eri painotekniikoiden havainnollistamista en vieläkään osaisi nähdä eroa offsetpainetun ja digitaalisesti painetun painotuotteen välillä. Ilman häntä työ olisi varmaan myös painettu aivan vääränlaiselle paperille, jossa kuvat ja värit eivät olisi toimineet lainkaan halutulla tavalla.

Jälkeenpäin ajateltuna olisin voinut tehdä monet asiat toisinkin. Kuten jo aikaisemmin mainitsin, silmämääräiset marginaalit olisi toki voinut korvata aivan oikeilla marginaaleilla. Tämä olisi helpottanut tarkkaa asettelutyötä. Painolle olisi myös ollut hyvä varata enemmän aikaa, jotta olisi välttytty ylimääräisiltä sydämen tykytyksiltä. Aikaa painolle olisi ehkä jäänytkin enemmän, jos taittotyön olisi aloittanut ajoissa, eikä jättänyt aivan viime tintaan.

Mutta loppu hyvin, kaikki hyvin. Aineistot ehtivät painoon ja sieltä ulos ja käyttöön ajallaan. Toimeksiantaja tuntui tyytyväiseltä työhön, ja sitä olen kyllä itsekin. Ensimmäinen oma taitto- ja painotyöni. Toivottavasti näitä tulee lukuisia lisää.

6.1 Jatkoehdotelmat

Jos päädytään tekemään vielä talon omat käyntikortit, tulisi tehdä ravintola- ja baaripuolelle omat korttinsa, omilla elementeillään. Tarkoittaen siis, että ravintola Walgren'sin kortti jatkaa samaa linjaa ravintolapäällikön ja keittiömestarin käyntikorttien kanssa, ja Bar & Bistro Viiville tehdään oma versionsa samalla kaavalla, mutta omilla punaisilla elementeillään. Käyntikortteihin voi jatkossa myös budjetin salliessa miettiä hieman uudenlaista ilmettä. Logon preeglaus eli kohottaminen antaisi mukavaa tuntua ja erikoisempaa ilmettä kortille.

Esitekin olisi toki hyvä päivittää, jos sitä aikoo painaa lisää. Lähinnä miettiä uudelleen sano-
maa, jota esitteen tulisi välittää, jotta se olisi ajan tasalla. Venäjänkieliset tekstit olisi myös saatava vielä luetuttua jollain venäjää äidinkielenään puhuvalla, sillä tekstit on kääntänyt suomalainen, joka on opiskellut venäjää vuosikausia.

Kuvia voisi ottaa hieman lisää, mieluiten luonnollisesti kesällä, kun ympäristö on vehreimmillään. Tällöin saataisiin ehkä jonkinlainen, hieman houkuttelevampi julkisivukuva, kun ravintolan terassikin olisi kalustettuna kuvassa mukana. Eikä tietenkään olisi haitaksi, jos siellä istuisi muutama ihminen nauttimassa kylmistä juomista ja keittiön antimista kesäisen auringon alla. Ravintolan tiloissa ollaan lisäksi tekemässä pienimuotoisia muutoksia, mikä puolestaan vaikuttaa sekä ilmeeseen, mutta etenkin myös tilojen käyttömahdollisuuksiin. Tästä syystä olisikin mielestäni saatava kuvia uusituista tiloista. Tilakuvia kun oli muutenkin niin vähän.

Lähteet

GT. Graafinen Teollisuus Ry. Toimitusehtosuositus 1.12.2003. Luettavissa:

<http://www.graafiniteollisuus.fi/haku?searchterms=toimitusehdot>. Luettu: 16.3.2010.

Holopainen J. 2009. Vaikea, välttämätön värinhallinta. Volume. Erweko Painotuote Oy:n asiakaslehti, 2/09. s. 30-37.

Hypermedian opetus. VPSIST-oppimateriaali. Visuaalinen suunnittelu. Värien merkitys. Luettavissa: <http://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/vpsist-oppimateriaali/10-visuaalinen-suunnittelu/10-3-varien-merkitys>. Luettu: 9.3.2010.

Kaukoniemi, J. & Paananen P. 2008. Kuvan käsittely Photoshop CS3. 2.painos. Docendo. Jyväskylä.

Koskinen, P. 2001. Hyvä painotuote. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Lehtinen, P. 2009. Valitse oikein. Volume. Erweko Painotuote Oy:n asiakaslehti, 2/09. s. 2-9.

Loiri, P. & Juholin, E. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 2.painos. Inforviestintä. Jyväskylä.

Lyytikäinen, K. & Riikonen H. 1995. Painotuotteen suunnittelu. GUMMERUS kirjapaino.

Parker, R. 1998. Hyvältä näyttää. Suomen Atk-kustannus Oy. Jyväskylä.

Suvanto, P. 2009. Digi painaa entistä enemmän markkinoilla. g/m²Map Suomen asiakaslehti, syksy 2009. s. 24-25.

Toikkarinen, R. 2003. Tyylikäs julkaisu. Edita Prima Oy. Helsinki.

Uusimaa 2008. Paikallisuutiset. Arkisto. Perjantaina avattava Walgren's seuraa tyylikkäästi historian lehtiä. Luettavissa: <http://www.uusimaa.fi/Uutiset/Arkisto/2008/07/10/>. Luettu: 4.3.2010.

Wikipedia 2010a. Typografia. Luettavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Typografia>. Luettu: 4.3.2010.

Wikipedia 2010b. Digitaalinen painaminen. Luettavissa: http://fi.wikipedia.org/wiki/Digitaalinen_painaminen. Luettu: 3.3.2010.

Wikipedia 2010c. Offsetpaino. Luettavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Offsetpaino>. Luettu: 3.3.2010.

Liitteet

Läite 1. Esitteen luonnosversio 1.

NAMED AFTER SKULPTOR VILLE VALGREN RESTAURANT WALGREN'S OPENED IN SUMMER 2008 IN A RENOVATED, HISTORICAL BUILDING BUILT IN 1852 IN THE RIVERBANK AREA OF PORVOO.

BESIDED RESTAURANTS 75 SEATS OPERATES IN THE SAME BUILDING ALSO BAR & BISTRO VIIVI, WHICH OFFERS AN EXTENSIVE SELECTION OF SPECIAL BEERS AS WELL AS A SELECTION OF BRANDYS AND WHISKEYS FOR EVEN THE MOST REFINED TASTE.

IN SUMMERTIME YOU CAN ENJOY THE SUNSHINE AND THE RIVER VIEW FROM OUR OUTDOOR TERRACE.

(VENÄJÄKSI)



KUVANVEISTÄJÄ VILLE VALGRENIN INNOITTAMANA NIMETTY RAVINTOLA WALGREN'S AVATTIIN VUONNA 2008 PERUSKORJATTUUN, VUONNA 1852 RAKENNETTUUN ARVORAKENNUKSEEN PORVOON JOKIRANNASSA.

RAVINTOLAN 75 ASIAKASPAIKAN LISÄKSI RAKENNUKSESSA TOIMII 150-PAIKKAINEN BAR & BISTRO VIIVI, JOKA TARJOAA LAAJAN VALIKOIMAN ERIKOISOLUITA SEKÄ KONJAKKEJA JA VISKEJÄ VAATIVAANKIN MAKUUN.

KESÄISIN VOI NAUTTIA AURINGOSTA JA JOKINÄKYMÄSTÄ 50-PAIKKAISELLA TERASSILLAMME.

RESTAURANG WALGREN'S, SOM ÄR BENÄMNAT EFTER SKULPTÖREN VILLE VALGREN, ÖPPNADES SOMMAREN 2008 I EN RENOVERAD, VÄRDEFULL BYGNAD FRÅN 1852, VID ÅSTRANDEN I BORGÅ.

DESSUTOM RESTAURANGES 75 PLATSER INGÅR FASTIGHETEN BAR & BISTRO VIIVI, SOM HAR PLATS FÖR 150 KUNDER OCH SOM ERBJUDER BRED URVAL SPECIALÖL SÅVÄL KONJAK OCH WHISKEY ÄVEN FÖR KRÄVANDE SMAKER.

PÅ SOMMAREN KAN MAN NJUTA AV SOLEN OCH ÄVVN PÅ VÅR TERASS MED 50 PLATSER.



YHTEYSTIEDOT
KONTAKTUPPGIFTER
CONTACTS - (VENÄJÄKSI)

Jokikatu 31 - Ägatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
<http://www.walgrens.fi>
asiakaspalvelu@walgrens.fi

OUR RESTAURANT COMPLEX,
WHOSE NAME IS AN ADAPTATION OF
SCULPTOR VILLE VALLGREN AND HIS
WIFE VIIVI, OPENED IN SUMMER 2008,
IN A RENOVATED HISTORIC BUILDING
BUILT IN 1852 IN THE RIVERBANK AREA
OF PORVOO.

THE MENU IN RESTAURANT WALGREN'S
VARIES AFTER SEASONS. WE WANT TO
MAKE GOOD AND DELICIOUS FOOD
FROM THE BEST RAW MATERIALS!
BESIDES RESTAURANTS 60 SEATS
INCLUDES THE COMPLEX ALSO OUR
ELEGANT BAR & BISTRO VIIVI.
THERE YOU CAN ENJOY OF BISTRO
MENU AND SPECIALITIES OF OUR
EXTENSIVE SELECTION OF SPECIAL
BEERS AS WELL AS WHISKEYS
AND COGNAC.

IN SUMMERTIME YOU CAN ENJOY THE
RESTAURANTS DELICACIES ALONG WITH
THE RIVER VIEW FROM OUR SUNNY
OUTDOOR TERRACE.

venäjä

etusivu

KUVANVEISTÄJÄ VILLE VALLGRENIN JA
TÄMÄN VIIVI-VAIMON NIMEÄ
MUKAILLEN NIMETTY
RAVINTOLAKOKONAISUUTEMME
AVATTIIN KESÄLLÄ 2008.
PERUSKORJATTUUN, VUONNA 1852
RAKENNETTUUN ARVORAKENNUKSEEN
PORVOON JOKIRANTAAN.

RAVINTOLA WALGREN'SIN RUOKALISTA
VAIhtelee vuoden aikojen
mukaan. Haluamme tehdä hyvää ja
herkullista ruokaa parhaista
raaka-aineista! Ravintolan 60
asiakaspaikan lisäksi
kokonaisuuteen kuuluu tyylikäs,
60-paikkainen bar & bistro viivi,
jossa voi nauttia bistro-menun
ohessa erikoisuuksia laajasta
erikoisolut-, viski- ja
konjakkivalikoimastamme.

Kesäisin voi jokinäkymän ohella
nauttia ravintolan antimista
aurinkoisella, 50-paikkaisella
terassillamme.

VÅR RESTAURANG HELHET,
SOM BÅR NAMN EFTER SKULPTÖREN
VILLE VALLGREN OCH HANS FRU VIIVI,
ÖPPNADES SOMMAREN 2008
I EN RENOVERAD,
VÄRDEFULL BYGGNAD FRÅN 1852,
VID ÅSTRANDEN I BORGÅ.

MENYN I RESTAURANG WALGREN'S
FÖRÄNDRAS ALLTEFTER ÅRSTIDER. VI
VILL LAGA GOTT OCH DELIKAT MAT AV
DE BÄSTA RÅVAROR!
FÖRUTOM RESTAURANGENS 60 PLATSER
INGÅR I HELHETEN OCKSÅ DEN STILIGA
BAR & BISTRO VIIVI, SOM HAR PLATS
FÖR 60 KUNDER. DÅR KAN MAN VID
BISTRO MENYN NJUTA AV SPECIAL-
ITETER AV VÅRT BREDA UTBUD AV SPE-
CIALÖL SAMT WHISKY OCH KONJAK.

PÅ SOMMAREN KAN MAN NJUTA AV
RESTAURANGENS DELIKATESSER VID
SIDAN AV ÅSYN PÅ VÅR SOLIGA
TERRASS MED 50 PLATSER.

LOGOT

**YHTEYSTIEDOT
KONTAKTUPPGIFTER
CONTACTS - (VENÄJÄKSI)**

Jokikatu 31 - Ågatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
<http://www.walgrens.fi>
asiakaspalvelu@walgrens.fi

OUR RESTAURANT COMPLEX,
WHOSE NAME IS AN ADAPTATION OF
SCULPTOR VILLE VALLGREN AND HIS
WIFE VIIVI, OPENED IN SUMMER 2008,
IN A RENOVATED HISTORIC BUILDING
BUILT IN 1852 IN THE RIVERBANK AREA
OF PORVOO.

THE MENU IN RESTAURANT WALGREN'S
VARIES AFTER SEASONS. WE WANT TO
MAKE GOOD AND DELICIOUS FOOD
FROM THE BEST RAW MATERIALS!
BESIDES RESTAURANTS 60 SEATS
INCLUDES THE COMPLEX ALSO OUR
ELEGANT BAR & BISTRO VIIVI.
THERE YOU CAN ENJOY OF BISTRO
MENU AND SPECIALITIES OF OUR
EXTENSIVE SELECTION OF SPECIAL
BEERS AS WELL AS WHISKEYS
AND COGNAC.

IN SUMMERTIME YOU CAN ENJOY THE
RESTAURANTS DELICACIES ALONG WITH
THE RIVER VIEW FROM OUR SUNNY
OUTDOOR TERRACE.

venäjä

KUVANVEISTÄJÄ VILLE VALLGRENIN JA
TÄMÄN VIIVI-VAIMON NIMEÄ
MUKAILLEN NIMETTY
RAVINTOLAKOKONAIUTEMME
AVATTIIN KESÄLLÄ 2008,
PERUSKORJATTUUN, VUONNA 1852
RAKENNETTUUN ARVORAKENNUKSEEN
PORVOON JOKIRANTAAN.

RAVINTOLA WALGREN'SIN RUOKALISTA
VAIHTALEE VUODEN AIKOJEN
MUKAAN. HALUAMME TEHDÄ HYVÄÄ JA
HERKULLISTA RUOKAA PARHAISTA
RAAKA-AINEISTA! RAVINTOLAN 60
ASIAKASPAIKAN LISÄKSI
KOKONAIUUTEEN KUULUU TYYLIKÄS,
60-PAIKKAINEN BAR & BISTRO VIIVI,
JOSSA VOI NAUTTIA BISTRO-MENUN
OHessa ERIKOISUUKSIA LAAJASTA
ERIKOISOLUT-, VISKI- JA
KONJAKKIVALIKOIMASTAMME.

KESÄISIN VOI JOKINÄKYMÄN OHELLA
NAUTTIA RAVINTOLAN ANTIMISTA
AURINKOISELLA, 50-PAIKKAISELLA
TERASSILLAMME.

VÅR RESTAURANG HELHET,
SOM BÅR NAMN EFTER SKULPTÖREN
VILLE VALLGREN OCH HANS FRU VIIVI,
ÖPPNADES SOMMAREN 2008
I EN RENOVERAD,
VÄRDEFULL BYGGNAD FRÅN 1852,
VID ÅSTRANDEN I BORGÅ.

MENYN I RESTAURANG WALGREN'S
FÖRÄNDRAS ALLTEFTER ÅRSTIDER. VI
VILL LAGA GOTT OCH DELIKAT MAT AV
DE BÄSTA RÅVAROR!
FÖRUTOM RESTAURANGENS 60 PLATSER
INGÅR I HELHETEN OCKSÅ DEN STILIGA
BAR & BISTRO VIIVI, SOM HAR PLATS
FÖR 60 KUNDER. DÅR KAN MAN VID
BISTRO MENYN NJUTA AV SPECIAL-
ITETER AV VÅRT BREDA UTBUDE AV SPE-
CIALÖL SAMT WHISKY OCH KONJAK.

PÅ SOMMAREN KAN MAN NJUTA AV
RESTAURANGENS DELIKATESSER VID
SIDAN AV ÅSYN PÅ VÅR SOLIGA
TERRASS MED 50 PLATSER.

etusivu



WALGREN'S
RAVINTOLA

VIIVI
BAR & BISTRO

YHTEYSTIEDOT
KONTAKTUPPGIFTER
CONTACTS - (VENÄJÄKSI)

Jokikatu 31 - Agatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
<http://www.walgrens.fi>
asiakaspalvelu@walgrens.fi

venäjä

OUR RESTAURANT COMPLEX,
WHOSE NAME IS AN ADAPTATION OF
SCULPTOR VILLE VALLGREN AND HIS
WIFE VIIVI, OPENED IN SUMMER 2008,
IN A RENOVATED HISTORIC BUILDING
BUILT IN 1852 IN THE RIVERBANK AREA
OF PORVOO.

THE MENU IN RESTAURANT WALGREN'S
VARIES AFTER SEASONS. WE WANT TO
MAKE GOOD AND DELICIOUS FOOD
FROM THE BEST RAW MATERIALS!
BESIDES RESTAURANTS 60 SEATS
INCLUDES THE COMPLEX ALSO OUR
ELEGANT BAR & BISTRO VIIVI.
THERE YOU CAN ENJOY OF BISTRO
MENU AND SPECIALITIES OF OUR
EXTENSIVE SELECTION OF SPECIAL
BEERS AS WELL AS WHISKEYS
AND COGNAC.

IN SUMMERTIME YOU CAN ENJOY THE
RESTAURANTS DELICACIES ALONG WITH
THE RIVER VIEW FROM OUR SUNNY
OUTDOOR TERRACE.

KUVANVEISTÄJÄ VILLE VALLGRENIN JA
TÄMÄN VIIVI-VAIMON NIMÄÄ
MUKAILLEN NIMETTY
RAVINTOLAKOKONAIUUTEMME
AVATTIIN KESÄLLÄ 2008,
PERUSKORJATTUUN, VUONNA 1852
RAKENNETTUUN ARVORAKENNUKSEEN
PORVOON JOKIRANTAAN.

RAVINTOLA WALGREN'SIN RUOKALISTA
VAIhtelee VUODEN AIKOJEN
MUKAAN. HALUAMME TEHDÄ HYVÄÄ JA
HERKULLISTA RUOKAA PARHAISTA
RAAKA-AINEISTA! RAVINTOLAN 60
ASIAKASPAIKAN LISÄKSI
KOKONAIUUTEEN KUULUU TYYLIKÄS,
60-PAIKKAINEN BAR & BISTRO VIIVI,
JOSSA VOI NAUTTIA BISTRO-MENUN
OHESSA ERIKOISUUKSIA LAAJASTA
ERIKOISOLUT-, VISKI- JA
KONJAKKIVALIKOIMASTAMME.

KESÄISIN VOI JOKINÄKYMÄN OHELLA
NAUTTIA RAVINTOLAN ANTIMISTA
AURINKOISELLA, 50-PAIKKAISELLA
TERASSILLAMME.

VÅR RESTAURANG HELHET,
SOM BÅR NAMN EFTER SKULPTÖREN
VILLE VALLGREN OCH HANS FRU VIIVI,
ÖPPNADES SOMMAREN 2008
I EN RENOVERAD,
VÄRDEFULL BYGGNAD FRÅN 1852,
VID ÅSTRANDEN I BORGÅ.

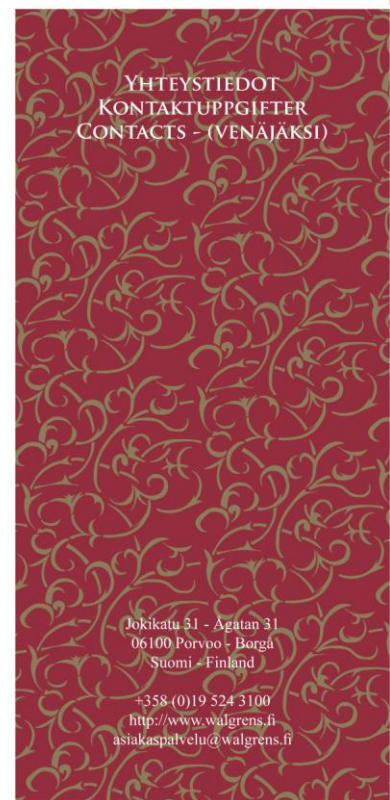
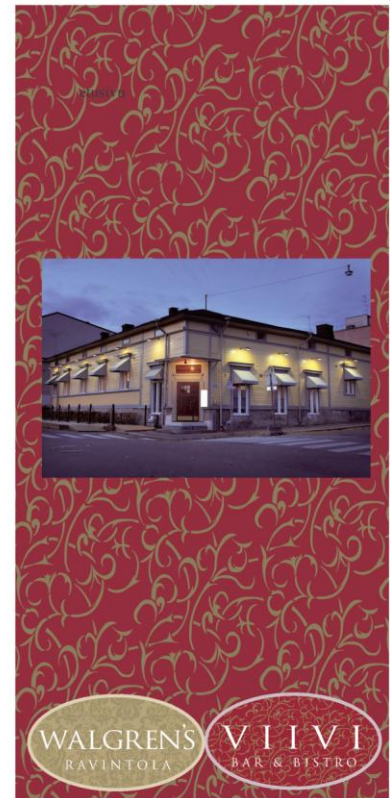
MENY I RESTAURANG WALGREN'S
FÖRÄNDRAS ALLTEFTER ÅRSTIDER. VI
VILL LAGA GOTT OCH DELIKAT MAT AV
DE BÄSTA RÅVAROR!
FÖRUTOM RESTAURANGENS 60 PLATSER
INGÅR I HELHETEN OCKSÅ DEN STILIGA
BAR & BISTRO VIIVI, SOM HAR PLATS
FÖR 60 KUNDER. DÅR KAN MAN VID
BISTRO MENYN NJUTA AV SPECIAL-
ITETER AV VÅRT BREDA UTBUDE AV SPE-
CIALÖL SAMT WHISKY OCH KONJAK.

PÅ SOMMAREN KAN MAN NJUTA AV
RESTAURANGENS DELIKATESSER VID
SIDAN AV ÅSYN PÅ VÅR SOLIGA
TERRASS MED 50 PLATSER.

YHTEYSTIEDOT
KONTAKTUPPGIFTER
CONTACTS - (VENÄJÄKSI)

Jokikatu 31 - Agatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
<http://www.walgrens.fi>
asiakaspalvelu@walgrens.fi





venäjä

OUR RESTAURANT COMPLEX, WHOSE NAME IS AN ADAPTATION OF SCULPTOR VILLE VALLGREN AND HIS WIFE VIIVI, OPENED IN SUMMER 2008, IN A RENOVATED HISTORIC BUILDING BUILT IN 1852 IN THE RIVERBANK AREA OF PORVOO.

etuisivu

THE MENU IN RESTAURANT WALGREN'S VARIES AFTER SEASONS. WE WANT TO MAKE GOOD AND DELICIOUS FOOD FROM THE BEST RAW MATERIALS! BESIDES RESTAURANTS 60 SEATS INCLUDES THE COMPLEX ALSO OUR ELEGANT BAR & BISTRO VIIVI. THERE YOU CAN ENJOY OF BISTRO MENU AND SPECIALITIES OF OUR EXTENSIVE SELECTION OF SPECIAL BEERS AS WELL AS WHISKEYS AND COGNAC.



IN SUMMERTIME YOU CAN ENJOY THE RESTAURANTS TERRASS ALONG WITH THE VIEW FROM OUR SUNNY

WALGREN'S RAVINTOLA

VIIVI BAR & BISTRO

KUVANVEISTÄJÄ VILLE VALLGRENIN JA TAMAN VIIVI-VAIMON NIMEÄ MUKAILLEN NIMETTY RAVINTOLAKOKONAISUUTEMME AVATTIIN KESÄLLÄ 2008, PERUSKORJATTUUN, VUONNA 1852 RAKENNETTUUN ARVORAKENNUKSEEN PORVOON JOKIRANTAAN.

VÄR RESTAURANG HELHET, SOM BÄR NAMN EFTER SKULPTÖREN VILLE VALLGREN OCH HANS FRU VIIVI, ÖPPNADES SOMMAREN 2008 I EN RENOVERAD, VÄRDEFULL BYGGNAD FRÅN 1852, VID ÅSTRANDEN I BORGÅ.

YHTEYSTIEDOT
KONTAKTUPPGIFTER
CONTACTS - (VENÄJÄKSI)

RAVINTOLA WALGREN'SIN RUOKALISTA VAIHTELEE VUODEN AIKOJEN MUKAAN. HALUAMME TEHDÄ HYVÄÄ JA HERKULLISTA RUOKAA PARHAISTA RAAKA-AINEISTA! RAVINTOLAN 60 ASIAKASPAIKAN LISÄKSI KOKONAISUUTEEN KUULUU TYYLIKÄS, 60-PAIKKAINEN BAR & BISTRO VIIVI, JOSSA VOI NAUTTIA BISTRO-MENUN OHESSA ERIKOISUUKSIA LAAJASTA ERIKOISOLUT-, VISKI- JA KONJAKKIVALIKOIMASTAMME.

MENYN I RESTAURANG WALGREN'S FÖRÄNDRAS ALLTEFTER ÅRSTIDER. VI VILL LAGA GOTT OCH DELIKAT MAT AV DE BÄSTA RÅVAROR! FÖRUTOM RESTAURANGENS 60 PLATSER INGÅR I HELHETEN OCKSÅ DEN STILIGA BAR & BISTRO VIIVI, SOM HAR PLATS FÖR 60 KUNDER. DÄR KAN MAN VID BISTRO MENYN NJUTA AV SPECIALITETER AV VÅRT BREDA UTBUDE AV SPECIALÖL SAMT WHISKY OCH KONJAK.

PÅ SOMMAREN KAN MAN NJUTA AV RESTAURANGENS DELIKATESSER VID SIDAN AV ÅSYN PÅ VÅR SOLIGA TERRASS MED 50 PLATSER.



KESÄISIN VOI JOKINÄKYMÄN OHELLA NAUTTIA RAVINTOLAN ANTIMISTA AURINKOISELLA, 50-PAIKKAISELLA TERASSILLAMME.

Jokikatu 31 - Ägatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
<http://www.walgrens.fi>
asiakaspalvelu@walgrens.fi

venäjä

OUR RESTAURANT COMPLEX,
WHOSE NAME IS AN ADAPTATION OF SCULPTOR
VILLE VALLGREN AND HIS WIFE VIIVI, OPENED
IN SUMMER 2008, IN A RENOVATED HISTORIC
BUILDING BUILT IN 1852 IN THE RIVERBANK
AREA OF PORVOO.

THE MENU IN RESTAURANT WALGREN'S VAR-
IES AFTER SEASONS. WE WANT TO MAKE GOOD
AND DELICIOUS FOOD FROM THE BEST RAW
MATERIALS!

BESIDES RESTAURANTS 60 SEATS
INCLUDES THE COMPLEX ALSO OUR ELEGANT
BAR & BISTRO VIIVI.

THERE YOU CAN ENJOY OF BISTRO MENU AND
SPECIALITIES OF OUR
EXTENSIVE SELECTION OF SPECIAL BEERS AS
WELL AS WHISKEYS
AND COGNAC.

IN SUMMERTIME YOU CAN ENJOY THE RESTAU-
RANTS DELICACIES ALONG WITH THE RIVER
VIEW FROM OUR SUNNY OUTDOOR TERRACE.

WALGREN'S
RAVINTOLA

VIIVI
BAR & BISTRO

YHTEYSTIEDOT
KONTAKTUPPGIFTER
CONTACTS - (VENÄJÄKSI)

Jokikatu 31 - Ägatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
<http://www.walgrens.fi>
asiakaspalvelu@walgrens.fi

NAMED AFTER A KNOWN FINNISH SCULPTOR AND GASTRONOME VILLE VALLGREN AND HIS WIFE VIIVI, THE RESTAURANT COMPLEX WAS OPENED IN SUMMER 2008. IN 1852 BUILT HISTORIC BUILDING IS SITUATED IN THE RIVERBANK AREA OF PORVOO, JUST A STONE'S THROW FROM THE MARKET-PLACE OF PORVOO.



BESIDES RESTAURANTS 60 SEATS INCLUDES THE COMPLEX ALSO ELEGANT BAR & BISTRO VIIVI. THERE YOU CAN ENJOY OF BISTRO MENU AND SPECIALITIES OF EXTENSIVE SELECTION OF SPECIAL BEERS, WHISKEYS AND COGNACS.

AT SUMMER YOU CAN DINE AT COSY AND SUNNY OUTDOOR TERRACE WITH BEAUTIFUL RIVER VIEW.

THE MENU, INSPIRED BY THE FRENCH CUISINE, VARIES AFTER SEASONS. FROM GOOD RAW MATERIALS WITH PROFESSIONAL SKILL AND WARMTH MADE MEAL COMPLETES WITH CAREFULLY CHOSEN WINE AND BEER MENU.



Tunnetun suomalaisen kuvanveistäjän ja kulinaristin Ville Vallgrenin ja tämän Viivi-vaimon nimeä mukailten nimetty ravintolakokonaisuus avattiin kesällä 2008. Vuonna 1852 rakennettu arvokas sijaitsee Porvoon idyllisessä jokirannassa, vain kivenheiton päässä Porvoon

Nämnde efter en känd finsk skulptör och gastronom Ville Vallgren och hans fru Viivi var restaurang helhet öppnades i sommar 2008. I år 1852 byggt värdefull byggnad ligger i idyllisk åstrand i Borgå, bara ett stenkast från Borgå torget.

Ranskalaisesta keittiöstä innoituksensa saanut ruokalista vaihtuu vuodenaikojen mukaan. Laadukkaista kauden raaka-aineista, ammattitaidolla ja lämmöllä valmistettu ruoka täydentyy huolellisesti valitulla viini- ja olutlistalla. Herkullinen ruokailu huipentuu maukkailta jälkiruoilla, erikoiskahveilla sekä runsaalla konjakkivalikoimalla.

Menyn, som har fått sin inspiration av det franska köket, förändras alltefter årstider. Av goda råvaror med yrkeskunnighet och värme lagat mat kompletteras med omsorgsfull valt vin och öl menyn.



Ravintolan 60 asiakaspaikan lisäksi kokonaisuuteen kuuluu tyylikääs 60-paikkainen Bar & Bistro Viivi, jossa voi nauttia rennon Bistro-menun ohessa erikoisuuksia laajasta erikoisolut-, viski- ja konjakkivalikoimasta.

Förutom restaurangens 60 platser ingår helheten också den stilig Bar & Bistro Viivi, som har plats för 60 kunder. Där kan man vid ledig Bistro meny njuta av specialiteter av värt breda utbud av special öl, whisky och konjak.

Kesäisin voi ruokailla viihtyisällä ja aurinkoisella terassilla, kauniissa jokimaisemassa.

På sommaren kan man äta på trivsamt och soligt terrass vid vacker åsyn.

WALGREN'S
RAVINTOLA

VIIVI
BAR & BISTRO

Ravintola Walgren's ja Bar & Bistro Viivi
Jokikatu 31, 06100 Porvoo
www.walgrens.fi, Puh. 019 524 3100

Yhteystiedot
Kontaktuppgifter
Contacts - (venäjäksi)

Jokikatu 31 - Agatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
http://www.walgrens.fi
asiakaspalvelu@walgrens.fi

Named after a known Finnish sculptor and gastronome Ville Valgren and his wife Viivi, the restaurant complex was opened in summer 2008. In 1852 built historic building is situated in the riverbank area of Porvoo, just a stone's throw from the marketplace of Porvoo.



Besides restaurants 60 seats includes the complex also elegant Bar & Bistro Viivi. There you can enjoy of Bistro menu and specialties of extensive selection of special beers, whiskeys and cognacs.

The menu, inspired by the French cuisine, varies after seasons. From good raw materials with professional skill and warmth made meal completes with carefully chosen wine and beer menu.



At summer you can dine at cosy and sunny outdoor terrace with beautiful river view.



WALGREN'S
 RAVINTOLA
VIIVI
 BAR & BISTRO

Ravintola Walgren's ja Bar & Bistro Viivi
 Jokikatu 31, 06100 Porvoo
 www.walgrens.fi, puh. 019 524 3100

Tunnetun suomalaisen kuvanveistäjän ja kulinariin Ville Valgrenin ja tämän Viivi-vaimon nimeä mukailien nimetty ravintolakokonaisuus avattiin kesällä 2008. Vuonna 1852 rakennettu arvorakennus sijaitsee Porvoon idyllisessä jokirannassa, vain kivenheiton päässä Porvoon torilta.



Ravintolan 60 asiakaspaikan lisäksi kokonaisuuteen kuuluu tyylikäs 60-paikkainen Bar & Bistro Viivi, jossa voi nauttia rennon Bistro-menu ohessa erikoisuuksia laajasta erikoisolut-, viski- ja konjakkivalikoimasta.

Nämnde efter en känd finsk skulptör och gastronom Ville Valgren och hans fru Viivi var restaurang helhet öppnades i sommar 2008. I år 1852 byggt värdefull byggnad ligger i idyllisk åstrand i Borgå, bara ett stenkast från Borgå torget.

Förutom restaurangens 60 platser ingår helheten också den stiliga Bar & Bistro Viivi, som har plats för 60 kunder. Där kan man vid ledig Bistro meny njuta av specialiteter av vårt breda utbud av special öl, whisky och konjak.

Ranskalaisesta keittiöstä innoituksensa saanut ruokalista vaihtuu vuodenaikojen mukaan. Laadukkaista kauden raaka-aineista, ammattitaidolla ja lämmöllä valmistettu ruoka täydenty huolellisesti valitulla viini- ja olutlistalla. Herkullinen ruokailu huipentuu maukkailia jälkiruoilla, erikoiskahveilla sekä runsaalla



Kesäisin voi ruokailla viihtyisällä ja aurinkoisella terassilla, kauniissa jokimaisemassa.



Menyn, som har fått sin inspiration av det franska köket, förändras alltefter årstider. Av goda säsongens råvaror med yrkeskunnighet och värme lagat mat kompletterar med omsorgsfullt valt vin och öl meny.

På sommaren kan man äta på trivsamt och soligt terrass vid vackert åsyn.

Jokikatu 31 - Agatan 31
 06100 Porvoo - Borgå
 Suomi - Finland
 +358 (0)19 524 3100
 www.walgrens.fi
 asiakaspalvelu@walgrens.fi

Named after a known Finnish sculptor and gastronome Ville Valgren and his wife Viivi, the restaurant complex was opened in summer 2008. In 1852 built historic building is situated in the riverbank area of Porvoo, just a stone's throw from the marketplace of Porvoo.

Besides restaurants 60 seats includes the complex also elegant Bar & Bistro Viivi. There you can enjoy of Bistro menu and specialities of extensive selection of special beers, whiskeys and cognacs.



The menu, inspired by the French cuisine, varies after seasons. From good raw materials with professional skill and warmth made meal completes with carefully chosen wine and beer menu. The delicious eating culminates with tasty desserts, special coffees and with a generous cognac selection.



At summer you can dine at cosy and sunny outdoor terrace with beautiful river view.



WALGREN'S
RAVINTOLA

VIIVI
BAR & BISTRO

Ravintola Walgren's ja Bar & Bistro Viivi
Jokikatu 31, 06100 Porvoo
www.walgrens.fi, puh. 019 524 3100

Tunnetun suomalaisen kuvanveistäjän ja kulinartin Ville Valgrenin ja tämän Viivi-vaimon nimeä mukaillen nimetty ravintola-kokonaisuus avattiin kesällä 2008. Vuonna 1852 rakennettu arvokas sijaitsee Porvoon idyllisessä jokirannassa, vain kivenheiton päässä Porvoon torilta.



Nämnde efter en känd finsk skulptör och gastronom Ville Valgren och hans fru Viivi var restaurang helheten öppnades i sommar 2008. I år 1852 byggt värdefull byggnad ligger i idyllisk åstrand i Borgå, bara ett stenkast från Borgå torget.

Ravintolan 60 asiakaspaikan lisäksi kokonaisuuteen kuuluu tyylikäs 60-paikkainen Bar & Bistro Viivi, jossa voi nauttia rennon Bistromenun ohessa erikoisuuksia laajasta erikoisolut-, viski- ja konjakkivalikoimasta.

Förutom restaurangens 60 platser ingår helheten också den stiligga Bar & Bistro Viivi, som har plats för 60 kunder. Där kan man vid ledig Bistromenyn njuta av specialiteter av vårt breda utbud av special öl, whisky och konjak.



Ranskalaisesta keittiöstä innoituksensa saanut ruokalista vaihtuu vuodenaikojen mukaan. Laadukkaista kauden raaka-aineista, ammattitaidolla ja lämmöllä valmistettu ruoka täydentyy huolellisesti valitulla viini- ja olutlistalla. Herkullinen ruokailu huipentuu maukkailta jälkiruokilla, erikoiskahveilla sekä runsaalla konjakkivalikoimalla.

Menyn, som har fått sin inspiration av det franska köket, förändras alltefter årstider. Av goda säsongens råvaror med yrkeskunnighet och värme lagat mat kompletterar med omsorgsfullt valt vin och öl menyn. Delikat måltid kulminerar med smakliga efterrätter, special kaffe och med rikhaltig konjak urval.



Kesäisin voi ruokailu viihtyisällä ja aurinkoisella terassilla, kauniissa jokimaisemassa.

På sommaren kan man äta på trivsamt och soligt terrass vid vackert åsyn.

Jokikatu 31 - Ägatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
www.walgrens.fi
asiakaspalvelu@walgrens.fi

Named after a known Finnish sculptor and gastronome Ville Vallgren and his wife Viivi, the restaurant complex was opened in the summer of 2008. The historic building that was built in 1852 is situated next to the Porvoo river, only a stones throw away from the city center.

Besides the 60 seats in the restaurant there is also Bar&Bistro Viivi with equal amount of seats. There you can dine more casually from our Bistro menu while familiarizing yourself with our various selection of beer, whisky and cognac.



During the summer you can enjoy our delicacies on our summer terrace next to the Porvoo river.

Tunnetun suomalaisen kuvanveistäjän ja kulinaristin Ville Vallgrenin ja tämän Viivi-vaimon nimeä mukaillen nimetty ravintola-kokonaisuus avattiin kesällä 2008. Vuonna 1852 rakennettu arvokas sijaitsee Porvoon idyllisessä jokirannassa, vain kivenheiton päässä Porvoon torilta.

Ravintolan 60 asiakaspaikan lisäksi kokonaisuuteen kuuluu tyylikäs 60-paikkainen Bar & Bistro Viivi, jossa voi nauttia rennon Bistromenun ohessa erikoisuuksia laajasta erikoisolut-, viski- ja konjakkivalikoimasta.



Kesäisin voi ruokailla viihtyisällä ja aurinkoisella terassilla, kauniissa jokimaisemassa.

Известный финский скульптор и истинного гурмана Ville Wallgren, Viivi имя жены был назван ресторан комплекса, который открылся летом 2008 г. Построено в 1852, стоимость здания расположен в идиллическом Порвoo реке, недалеко от Рыночной площади в Порвoo.



60-местный ресторан также включает в себя комплексе на 60 мест Бар & Бистро, названный Viivi. Там вы можете пообедать в бистро и пользуются широким меню пиво, виски и коньяки.



Вдохновленный французской кухни меню изменяется в зависимости от сезона. Период высококачественного сырья, мастерство и теплой пищи дополнить тщательно отобранных вин и пива список. Завершается вкусной едой с десертов, специальности кофе и универсальное сочетание коньяка.

Летом можно пообедать в приятной и солнечной террасой, прекрасный пейзаж реки.



Vår restauranghelhet som fått sitt namn av skulptören Ville Vallgren och hans fru Viivi öppnades sommaren 2008. Huset som byggs 1852 ligger vid den idylliska åstranden i Borgå ett stenkast från torget.

Förutom restaurangens 60 platser ingår i helheten också den stiliga Bar & Bistro Viivi, som har plats för 60 kunder. Där kan man avslappnat njuta av vår Bistro meny samt vårt breda utbud av special öl, whisky och cognac.

Menyn som fått inspiration av det franska köket förändras i takt med de fyra årstiderna. Maten som tillretts av säsongens kvalitets råvaror med yrkeskunskap och kärlek kompletteras av en omsorgsfullt vald vin och öl lista. Måltiden rundas av med smakrika desserter, special kaffen och ett mångsidigt urval av cognac.

På sommaren kan man även äta på vår trivsamma och soliga terrass.



WALGREN'S
RAVINTOLA

VIIVI
BAR & BISTRO

Ravintola Walgren's ja Bar & Bistro Viivi
Jokikatu 31, 06100 Porvoo
www.walgrens.fi, puh. 019 524 3100

Jokikatu 31 - Ägatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
www.walgrens.fi
asiakaspalvelu@walgrens.fi

Named after a known Finnish sculptor and gastronome Ville Vallgren and his wife Viivi, the restaurant complex was opened in the summer of 2008. The historic building that was built in 1852 is situated next to the Porvoo river, only a stones throw away from the city center.

Besides the 60 seats in the restaurant there is also Bar&Bistro Viivi with equal amount of seats. There you can dine more casually from our Bistro menu while familiarizing yourself with our various selection of beer, whisky and cognac.

The menu, inspired by French cuisine, varies after seasons. Good seasonal ingredients are the foundation for our food which is made with warmth and skill. The menu is accompanied by a carefully chosen beer and wine menu. Delicious desserts, special coffees and cognacs make for a perfect ending to the meal.



During the summer you can enjoy our delicacies on our summer terrace next to the Porvoo river.

Известный финский скульптор и истинного гурмана Ville Wallgren, Viivi имя жены был назван ресторан комплекса, который открылся летом 2008 г. Построено в 1852, стоимость здания расположен в идиллическом Порвoo реке, недалеко от Рыночной площади в Порвoo.



60-местный ресторан также включает в себя комплексе на 60 мест Бар & Бистро, названный Viivi. Там вы можете пообедать в бистро и пользоваться широким меню пиво, виски и коньяки.

Вдохновленный французской кухни меню изменяется в зависимости от сезона. Период высококачественного сырья, мастерство и теплой пища дополнить тщательно отобранных вин и пива список. Завершается вкусной едой с десертов, специальности кофе и универсальное сочетание коньяка.



Летом можно пообедать в приятной и солнечной террасой, прекрасный пейзаж реки.

Tunnetun suomalaisen kuvanveistäjän ja kulinariin Ville Vallgrenin ja tämän Viivi-vaimon nimeä mukaillen nimetty ravintolakokonaisuus avattiin kesällä 2008. Vuonna 1852 rakennettu arvora-kennus sijaitsee Porvoon idyllisessä jokirannassa, vain kivenheiton päässä Porvoon torilta.

Ravintolan 60 asiakaspaikan lisäksi kokonaisuuteen kuuluu tyylissä 60-paikkainen Bar & Bistro Viivi, jossa voi nauttia rennon Bistro-menun ohessa erikoisuuksia laajasta erikoisolut-, viski- ja konjakkivalikoimasta.



Ranskalaisesta keittiöstä innoituksensa saanut ruokalista vaihtuu vuodenaikojen mukaan. Laadukkaista kauden raaka-aineista, ammattitaidolla ja lämmöllä valmistettu ruoka täydenty huolellisesti valitulla viini- ja olutistalla. Herkullinen ruokailu huipentuu maukkailta jälkiruoilla, erikoiskahveilla sekä runsaalla konjakkivalikoimalla.

Kesäisin voi ruokailu viihtyisällä ja aurinkoisella terassilla, kauniissa jokimaisemassa.

Vår restauranghelhet som fått sitt namn av skulptören Ville Vallgren och hans fru Viivi öppnades sommaren 2008. Huset som byggts 1852 ligger vid den idylliska åstranden i Borgå ett stenkast från torget.

Förutom restaurangens 60 platser ingår i helheten också den stilig Bar & Bistro Viivi, som har plats för 60 kunder. Där kan man avslappnat njuta av vår Bistro meny samt vårt breda utbud av special öl, whisky och cognac.

Menyn som fått inspiration av det franska köket förändras i takt med de fyra årstiderna. Maten som tillretts av säsongs kvalitets råvaror med yrkeskunskap och kärlek kompletteras av en omsorgsfullt vald vin och öl lista. Måltiden rundas av med smakrika desserter, special kaffen och ett mångsidigt urval av cognac.

På sommaren kan man även äta på vår trivsamma och soliga terrass.



WALGREN'S
RAVINTOLA

VIIVI
BAR & BISTRO

Ravintola Walgren's ja Bar & Bistro Viivi
Jokikatu 31, 06100 Porvoo
puh. +358 (0)19 524 3100
www.walgrens.fi

Porvoo river

Bus station

Runeberg park

Marketplace

Jokikatu 31 - Ägatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
www.walgrens.fi
asiakaspalvelu@walgrens.fi

Named after a known Finnish sculptor and gastronome Ville Valgren and his wife Viivi, the restaurant complex was opened in the summer of 2008. The historic building that was built in 1852 is situated next to the Porvoo river, only a stones throw away from the city center.

Besides the 60 seats in the restaurant there is also Bar&Bistro Viivi with equal amount of seats. There you can dine more casually from our Bistro menu while familiarizing yourself with our various selection of beer, whisky and cognac.

The menu, inspired by French cuisine, varies after seasons. Good seasonal ingredients are the foundation for our food which is made with warmth and skill. The menu is accompanied by a carefully chosen beer and wine menu. Delicious desserts, special coffees and cognacs make for a perfect ending to the meal.



During the summer you can enjoy our delicacies on our summer terrace next to the Porvoo river.

В честь Вийви, жены известного финского скульптора и истинного гурмана Вилле Вальгрена, был назван ресторанный комплекс, который открылся летом 2008 г.

Это достойное здание, построено в 1858, расположено в идиллическом месте на берегу реки Порвoo, совсем недалеко от Рыночной площади города.

Ресторан, рассчитанный на 60 мест. Он также включает в себя Бар & Бистро "Viivi" тоже на 60 мест, в котором Вы можете пообедать. Большой популярностью пользуется меню с разнообразным ассортиментом пива, виски и коньяка.

По традициям французской кухни меню меняется в зависимости от сезона (или времени года?). Высококачественные продукты текущего сезона и мастерство приготовления пищи дополняются тщательно отобранными винами и разнообразными сортами пива. Завершается вкусная еда десертом и специальным кофе, который универсально сочетается с коньяком.



Летом можно пообедать в приятной обстановке на солнечной террасе с видом на прекрасный пейзаж реки.

Tunnetun suomalaisen kuvanveistäjän ja kulinaristin Ville Valgrenin ja tämän Viivi-vaimon nimeä mukaillen nimetty ravintolakokonaisuus avattiin kesällä 2008. Vuonna 1852 rakennettu arvora-kennus sijaitsee Porvoon idyllisessä jokirannassa, vain kivenheiton päässä Porvoon torilta.

Ravintolan 60 asiakaspaikan lisäksi kokonaisuuteen kuuluu tyylilias 60-paikkainen Bar & Bistro Viivi, jossa voi nauttia rennon Bistro-menun ohessa erikoisuuksia laajasta erikoisolut-, viski- ja konjakkivalikoimasta.



Kesäisin voi ruokailla viihtyisällä ja aurinkoisella terassilla, kauniissa jokimaisemassa.



Vår restauranghelhet som fått sitt namn av skulptören Ville Valgren och hans fru Viivi öppnades sommaren 2008. Huset som byggts 1852 ligger vid den idylliska åstranden i Borgå ett stenkast från torget.

Förutom restaurangens 60 platser ingår i helheten också den stliga Bar & Bistro Viivi, som har plats för 60 kunder. Där kan man avslappnat njuta av vår Bistro meny samt vårt breda utbud av special öl, whisky och cognac.

Menyn som fått inspiration av det franska köket förändras i takt med de fyra årstiderna. Maten som tillretts av säsongens kvalitets råvaror med yrkeskunskap och kärlek kompletteras av en omsorgsfullt vald vin och öl lista. Måltiden rundas av med smakrika desserter, special kaffen och ett mångsidigt urval av cognac.

På sommaren kan man även äta på vår trivsamma och soliga terrass.



WALGREN'S
RAVINTOLA

VIIVI
BAR & BISTRO

Ravintola Walgren's ja Bar & Bistro Viivi
Jokikatu 31, 06100 Porvoo
puh. +358 (0)19 524 3100
www.walgrens.fi

Porvoo river

Bus station

Runeberg park

Marketplace

Jokikatu 31 - Ägatan 31
06100 Porvoo - Borgå
Suomi - Finland

+358 (0)19 524 3100
www.walgrens.fi
asiakaspalvelu@walgrens.fi

 <p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p> <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo Finland +358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi www.walgrens.fi</p>	<p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p>  <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo Finland +358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi www.walgrens.fi</p>	 <p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p> <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo Finland +358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi www.walgrens.fi</p>
 <p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p> <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo Finland +358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi www.walgrens.fi</p>	 <p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p> <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo www.walgrens.fi</p> <p>+358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi</p>	 <p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p> <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo Finland +358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi www.walgrens.fi</p>
<p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p> <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo Finland +358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi www.walgrens.fi</p> 	 <p>ANNI PYLKKÄNEN ravintolapäällikkö</p> <p>Jokikatu 31 06100 Porvoo Finland</p> <p>+358 (0)050 196 96 +358 (0)19 524 3100 anni.pylkkanen@walgrens.fi www.walgrens.fi</p>	

Liite 14. Käyntikortit, lopulliset mallit.





Toimeksiantajan palautelomake

Liiketalouden koulutusohjelma
Vallilan toimipiste

Opinnäytetyön tekijä(t)	Camilla Gustafsson
Opinnäytetyön otsikko	Esitteen ja käyntikorttien laatiminen ravintola Walgren'sille ja Bar & Bistro Viiville
Toimeksiantajayritys tai -yhteisö	V & G Capital Oy
Toimeksiantajan yhteyshenkilö ja yhteystiedot	Anni Pylkkänen anni.pylkkanen@walgrens.fi
Ohjaavan opettajan nimi ja sähköpostiosoite	Kati Selvenius kati.selvenius@haaga-helia.fi

1. Oletteko jo nyt hyödyntäneet opinnäytetyön tuloksia/tuotoksia jollain tavoin?

Kyllä. Esite on jaossa useissa eri tahoissa ja kuvamateriaalia on hyödynnetty myös uusituilla internet-sivuillamme.

2. Millä tavoin aiotte hyödyntää opinnäytetyön tuloksia/tuotoksia toiminnassanne?

Esite pysyy ainakin toistaiseksi sellaisenaan jaossa.

3. Arvioikaa, missä määrin opinnäytetyö on teille hyödyllinen:

Erittäin vähän Erittäin paljon
Merkitse laatikkoon x

4. Arvioikaa, missä määrin opinnäytetyö on hyödyllinen antaen lisäarvoa toimialalle (esim. tuottamalla uuden innovaation, toimintatavan, tuotteen tai uutta tietoa).

Erittäin vähän Erittäin paljon
Merkitse laatikkoon x

5. Vapaamuotoista palautetta opinnäytetyöprosessista:

Kaikki sujui helposti ja hyvässä yhteisymmärryksessä.

6. Muuta vapaamuotoista palautetta opiskelijalle tai HAAGA-HELIALle:

Hyvää työtä!

Lomake palautetaan sähköpostitse opinnäytetyön ohjaajalle.

Sähköpostin muoto on etunimi.sukunimi@haaga-helia.fi

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu, puh. (09) 229 611,
www.haaga-helia.fi