

Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaarin visuaalinen ilme



Muku
Laari
Muku
Laari
Muku
Laari
Muku
Laari
Muku
Laari
Muku
Laari
Muku
Laari

Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaarin visuaalinen ilme

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu

Opinnäytetyö
Eija Motley
Kevät 2012

Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaarin visuaalinen ilme

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu

Opinnäytetyö
Eija Motley
2012

TIIVISTELMÄ

Hankkeistettu opinnäytetyö uudelle lähi- ja luomuruokaosuuskunnalle Keski-Suomessa. Osuuskunnan tavoitteena on tehdä pioneerityötä, joka kokoaa tuottajat ja kuluttajat saman katon alle. Tarkoituksena tuottaa mahdollisen kattava ja käyttökelpoinen graafinen materiaali osuuskunnan käyttöön.

AVAINSANAT

Graafinen suunnittelu, visuaalinen ilme, logo, tunnus, typografia, väri

Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaarin visuaalinen ilme

Lahti Institute of Applied Sciences
Lahti Institute of Design and Fine Arts
Design and Visual Communication
Graphic Design

Thesis
Eija Motley
2012

ABSTRACT

A dissertation project commissioned by a new local and organic food co-op based in Central Finland. The co-op does pioneering work, connecting local farmers with urban consumer community. The purpose of the project was to create a comprehensive and practical visual identity that reflects the co-operative's mission and values.

KEYWORDS

Graphic design, visual identity, logo, symbol, typography

Tiivistelmä	04	TYPOGRAFIA	25
Abstract	05	Fontit	25
Johdanto	08	VÄRIT	28
OSUUSKUNTA	09	Värien valinta	28
Mukulaari	09	LOPPUTULOS	29
Lähiruoka	10	Logo	29
Luomu	10	Käyntikortti	30
Apuaineeton viljely	11	Nimilappu	30
SUUNNITELUPROSESSI	12	Flyerit	31
Lähtökohdat	12	Kyltit	32
Tavoitteet	12	Kirje- ja kirjekuoripohja	33
TAUSTATUTKIMUS	12		
Yrityskuva	12	ARVIOINTIA	34
Identiteetti	12		
Brändi	13	LÄHTEET	35
Lähi- ja luomuruoka meillä ja maailmalla	13	Kirjalliset lähteet	35
Jouluruokaa läheltä -projekti	17	Julkaisemattomat lähteet	35
Moodboard	22	Sähköiset lähteet	36
VISUAALINEN ILME	23	Muu kirjallisuus	36
Logo	23	Kuvalähteet	37
Suunnittelu	23		

Johdanto

LÄHI- JA LUOMURUOKA sekä osuuskuntatoiminta kiinnostavat minua ja kun minulle tarjoutui mahdollisuus toteuttaa uuden aloittelevan osuuskunnan visuaalinen ilme opinnäytetyönä tartuin ideaan heti. Halusin tehdä opinnäytetyönäni jotakin käyttökelpoista, enkä vain keksiä itse aihetta. Opinnäytetyöni on hankkeistettu työ uudelle lähi- ja luomuruoka osuuskunnalle Keski-Suomessa. Osuuskunnan tavoitteena on tehdä pioneerityötä, joka kokoaa tuottajat ja kuluttajat saman katon alle. Tarkoituksena oli tuottaa mahdollisen kattava graafinen materiaali osuuskunnan käyttöön. Yhteistyö osuuskunnan kanssa jatkuu tämän opinnäytetyön ulkopuolella, sillä materiaalin tarve on suurempi kuin mitä ehdin opinnäytetyön puitteissa tehdä.

Graafisen materiaalin ja yritysilmmeen suunnittelu toteutettiin yhteistyössä osuuskunnan kanssa. Heiltä oli nimetty minulle yhteyshenkilö sekä visuaalinen ohjaaja, jolla on vahva kokemus visuaalisessa markkinoissa. Minulla oli melko vapaat kädet ideoinnissa.

Osuuskunnan visuaalisen materiaalin suunnittelijana saan näkyvyyttä työni tuloksille sekä mahdollisia asiakkaita tuottajista (tuotepakkaukset, tuottajien logot yms.).

Taustatutkimuksena opiskelin markkinoinnin peruskäsitteitä: yrityskuvaa, identiteettiä ja brändiä. Tässä opinnäytetyössäni käyn läpi myös typografin ja värit.

Osuuskunta

OSUUSKUNTA ON YHTEISÖ, jonka jäsenmäärää ja osuuspääomaa ei ole ennalta määrätty. Osuuskunnan tarkoituksena on jäsentensä elinkeinon tai taloudenpidon tukemiseksi harjoittaa taloudellista toimintaa siten, että jäsenet käyttävät hyväkseen osuuskunnan tarjoamia palveluita taikka myymiä tuotteita. Osuuskunnan pääasiallisena tarkoituksena voi olla myös aatteellisen tarkoituksen yhteinen toteuttaminen. Osuuskunnan tarkoituksena ei siten ole jakaa voittoa jäsenilleen. Osuuskunta on jäsentensä omistama ja perustuu vapaaehtoisuuteen. (Suomen Yrittäjät 2012.)

MUKULAARI

KESKI-SUOMEN LÄHI- JA LUOMURUOKAOSUUSKUNTA Mukulaari on tuottajien ja kuluttajien yhteinen osuuskunta, joka tuo paikallisen ruuan kuluttajan ulottuville ilman välikäsiä, kaikille reiluun hintaan. Mukulaari kerää tuottajat, kuluttajat ja jalostajat yhteen. Perinteisen tuottajaosuuskunnan toiminta tyypillisesti yksisuuntaista myyntiä, mutta Mukulaari osuuskunnan suunniteltu malli on eräänlainen välimuoto perinteisestä tuottajaosuuskuntamallista ja esim. Yhdysvalloissa suosittua *community supported agriculture (CSA) -osuuskuntamallia*. CSA on malli, jossa kuluttajayhteisö vuokraa pellon ja palkkaa ammattiviljelijän kasvattamaan kuluttajien itse valitsemiaan ruokakasveja. Mukulaarin mallissa tuottajat ovat mukana itsenäisinä toimijoina ja yrittäjinä, mutta osuuskunta sekä sen ympärille muodostuva kuluttajayhteisö mahdollistaa kuluttajien ja tuottajien välisen suoran vuoropuhelun. Osuuskunta avaa keskusteluyhteyden tuottajien ja kuluttajien välillä. Kuluttajien osallistuminen esim. tuotannon suunnittelussa helpottaa tuottajien menekin arviointia sekä ylittäään lisää kiinnostusta paikallisruuan kuluttamiseen. Kuluttajien osallisuus kannustaa tuottajia trendien mukaisten viljelymenetelmien käyttöönottoon sekä rohkaisee kokeilemaan myös vähemmän tuttujen

lajien viljelyä, mikäli kuluttajat sellaista toivovat. Suora yhteys tuottajiin lisää vastavuoroisesti myös kuluttajien arvostusta ruoan tuottajia ja tuotantomenetelmiä sekä -prosessia kohtaan. (Browne, L. 2012.)

Osuuskunnan tavoitteena on luoda uudenlaisia, kuluttajalähtöisiä suoramyyntimalleja: ihmiset saavat itse päättää, kuinka haluavat lähiruokansa ostaa. Mukulaari auttaa tuottajia löytämään asiakkaita, verkostoitumaan ja jakamaan resursseja sekä löytämään heidän tuotteilleen jalostajia. Keski-suomalainen osuuskunta välittää kuluttajien toiveita tuottajille ja jalostajille ja toivoo sen synnyttävän lisää eettistä ja puhdasta tuotantoa sekä uutta yrittäjyyttä maakuntaan. Osuuskuntalaisten haaveena ovat mm. ruokapiirien yhteinen vastaanottoyksikkö, kaupunkiviljelmä, työporukan tai naapuruston ruokapiirit, kansan oma lähiruokapuoti. (Mukulaari 2012.)

Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaari aloitti varsinaisen näkyvän toimintansa joulukuussa 2011, kun Palokan ruokapiiri toimitti lähi- ja luomuruokaa Jouluruokaa läheltä-projektin nimellä. Projektilla tunnisteltiin kiinnostusta ruokapiiriä kohtaan Jyväskylän Palokan alueella. Palokan ruokapiiri sai heti kiinnostusta alueen asukkaita ja on toiminut maaliskuusta 2012 asti kuukausittain.

LÄHIRUOKA

LÄHIRUOKA ON RUUANTUOTANTOA JA -KULUTUSTA, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta sekä työllisyyttä, määrittelee Kuluttajavirasto (Kuluttajavirasto 2012). Kuitenkin nykyisin kaikkea Suomessa tuotettua ruokaa saa mainostaa lähiruokana, oli se sitä tarkemmin katseltuna tai ei. Maa- ja metsätalousministeriössä on käsiteltävänä selvitys, joka muuttaisi lähiruuan määritelmän koskemaan vain omassa maakunnassa tuotettua ruokaa. (Honkonen J. 2012.) Tuntuu oudolta, että esimerkiksi Lapissa kasvanutta poroa myydään Helsingissä lähiruokana, joten termin tarkistusta todellakin tarvitaan.

Luomu- ja lähiruoka ovat 2000-luvun aikana nostaneet suosiotaan. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisemattoman selvityksen mukaan lähiruokaa arvostavien osuus on kuudessa vuodessa kasvanut 43:sta 59 prosenttiin Suomessa (Honkonen, 2012). Useissa kaupungeissa toimii vapaaehtoisten organisoimia ruokapiirejä, joissa piiriläiset tilaavat elintarvikkeita suoraan lähialueen tuottajilta. Näin vältetään turhat välikädet ja hinta pysyy edullisempänä. Myös kuljetuskustannukset pienenevät, kun tuotteet toimitetaan mahdollisimman läheltä.

Lähiruuan suosio perustuu myös ekologiseen kestävyYTEEN. Kuljetusmatkat ovat maakunnan sisällä lyhyitä, mikä vähentää fossiilisten polttoaineiden käyttöä. Myös pakkausmateriaaleja tarvitaan lyhyillä matkoilla vähemmän sekä lisäaineiden tarve vähenee ja ruoka on tuoretta. Lähiruuan tuotanto on usein pienimuotoista ja siinä voidaan käyttää paikallisia, uusiutuvia energianlähteitä sekä luonnonvarojen paikallinen kierrätys onnistuu helposti. (Kuluttajavirasto 2012.)

LUOMU

LUOMURUOKA ON LÄHIVUOSINA nostanut suosiotaan Suomessa ja Euroopassa. Luomuruokaa ostaa säännöllisesti jo viidennes suomalaisista. Luomun arvostuksesta kertoo, että sen kysyntä ei notkahtanut laman vaikutuksesta (Hiekkala, 2012).

Luomu-termi tulee sanoista luonnonmukainen. Luomutuotannon lähtökohtana on hoitaa hyvin ja luonnonmukaisesti maata, josta kasvit ottavat ravinteet kasvaakseen. Vuoroviljely sekä eloperäisten lannoitteiden käyttäminen kemiallisten lannoitteiden sijaan mahdollistavat laadukkaan sadon kasvattamisen ilman tavanomaisessa viljelyssä käytettäviä kemiallisia, helppoliukoisia ravinteita. Kasvitauteja ja tuhohyönteisiä torjutaan suunnittelemalla viljely näitä ennaltaehkäisten. Luomuna saa myydä sellaisen pellon satoa, jota on viljelty luonnonmukaisesti ja valvotusti vähintään kolme kasvukautta. Geenimanipuloituja organismeja (GMO) ovat kiellettyjä luomutuotannon kaikissa vaiheissa, sillä niiden vaikutukset ihmisiin ja luontoon eivät ole täysin tiedossa. Jokainen luomutila kuuluu luomuvalvontaan. Vähintään kerran vuodessa tehtävillä tarkastuskäynneillä tarkistetaan kaikki eri viljelylohkot, niillä tehty viljelytoimet, varasto ja esimerkiksi kirjanpito luomusiementen ostamisesta ja luomutuotteiden myynnistä. Valvotun luomun tunnistaa sertifikoiduista merkeistä (kts. s.11). Suomessa Maa- ja metsätalousministeriö vastaa luomuvalvonnasta ja valvonnan toteuttavat Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontaosasto (Valvira) ja Elintarviketurvallisuusvirasto (EVIRA) sekä Ahvenanmaalla Ahvenanmaan maakuntahallitus. Lisäksi tullilla valvoo kaikkia maahantuotavia elintarvikkeita. (Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti/Luomu.fi 2012.)

APUAINETON VIJELY

MONILLA PIENVILJELILÖILLÄ ei ole varaa liittyä mukaan luomuun. Sertifikaatti maksaa ja sen kustannukset voivat nousta taloudellista hyötyä suuremmiksi.

Euroopan komission luomusäännöt määrittelevät kaiken Euroopan sisällä myytävän ja tarjottavan luomun säännöt. EU:n luomusäätöjen mukaan elintarvikkeissa sanojen luomu, luonnonmukainen, eko tai bio käyttö edellyttää luomuvalvontaan kuulumista. Silloin pakatussa tuotteessa on oltava valvojan viranomaisen koodi. (Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti/Luomu.fi 2012.)

Viljelijät käyttävätkin luomulaatuisista tuotteistaan usein termiä apuainetta viljelty. Silloin kuluttajan on vain luotettava viljelijän sanaan siitä, että tuote on viljelty luomua vastaavin kriteerein.



EU:n luomumerkki



Suomalainen luomumerkki

Suunnitteluprosessi

LÄHTÖKOHDAT

MUKULAARI OSUUSKUNTA on uusi osuuskunta, joka vuonna 2012 aloittelee toimintaansa. Tämän vuoksi osuuskunnalla ei ole aikaisempaa visuaalista ilmettä. Visuaalista ilmettä lähdettiin hahmottelemaan yhdessä osuuskunnan perustajajäsenten Kimmo Häkkisen, Kati Liirin ja Laura Brownen kanssa syksyllä 2011. Osuuskunnalle oli alusta asti tärkeää, että sen arvot (mm. ekologisuus, tasavertaisuus, rehtiys) kuvastuisivat myös visuaalisessa ilmeessä. Omat arvoni kohtasivat Mukulaarin arvojen kanssa, joten minun oli helppo päästä mukaan siihen skenaarioon, joka Mukulaarin edustajilla oli mielessään visuaalisesta ilmeestään. Sovimme, että suunnittelun heille aluksi logon, käyntikortin, nimilapun, flyerin, tilauslomakkeen ja kirje- ja kirjekuoripohjan. Mukulaarin kanssa jatkamme yhteistyötä myös opinäytetyöni valmistumisen jälkeen, koska visuaalisen materiaalin tarve on suurempi kuin mitä tähän opinäytetyöhön ehdin tehdä.

Minulla ei ole aikaisempaa kokemusta kokonaisen visuaalisen ilmeen suunnittelusta, mutta onnekseni sain ohjaajakseni Keski-Suomen entisen läänintaiteilijan, muotoilija Kaija Savolaisen, markkinointiviestinnän kokeneen ammattilaisen. Häneltä sain kirjavinkkejä ja ohjausta aina kun koin tarvitseväni.

TAVOITTEET

TAVOITTEENANI OLI LUODA osuuskunnalle mahdollisimman kattava visuaalinen aineisto käytettävissä olevan ajan puitteissa. Ilmeen tulisi tavoittaa koko kohderyhmä eli tuottajat sekä kuluttajat ikähaitariltaan 20–85

vuotta. Visuaalisen ilmeen tulisi olla luottamusta herättävä ja antaa osuuskunnasta ammattimaisen sekä vakavasti otettavan kuvan. Ensivaikutelman tulisi olla kiinnostusta herättävä ja helposti lähestyttävä.

Halusin myös tutustua yrityskuvan ja identiteetin luomisen teoriaan sekä värien merkitykseen markkinoinnissa ja mielikuvien luomisessa.

TAUSTATUTKIMUS

YRITYSKUVA ELI IMAGO ON SE KUVA, jonka yritys antaa itsestään ja joka syntyy asiakkaan mielessä. Imagolla on tärkeä merkitys yrityksen menestykselle. Imago muodostuu yrityksen luomista ja synnyttämistä mielikuvista ja hyvät mielikuvat taas myyvät tuotetta, joten mielikuvilla on tärkeä kaupallinen merkitys. Yritys voi muokata imagoaan vain rajallisissa määrin, sillä mielikuvat syntyvät aina ihmisten ajatuksissa. Mielikuvilla on myyty tuotteita vuosisadan alusta lähtien (Uimonen&Ikävalko 1996, 19). Yrityskuvan tulee välittää yrityksen tavoitteita, arvostuksia, toimintaperiaatteita sekä omaleimaisuutta (Nieminen, 2003, 41). Mukulaari haluaa luoda itsestään luotettavan ja reilun kuvan. Sen arvoihin lukeutuvat mm. vapaaehtoisuus, tasavertaisuus, reilu hinta, luomu, ekologisuus, eläinten hyvä kohtelu ja yhteistyö.

YRITYKSEN IDENTITEETTI voi selvitä esimerkiksi kysymällä: miksi yritys on olemassa, mitä se antaa ja tuo ympäristölleen tai asiakkailleen, mitä arvoja tai ominaisuuksia se omaa, miten yritys eroaa kilpailijoistaan. Yrityksen vahvuudet tai omanlaiset piirteet tuovat mahdollisuuksia erottua muista ja joiden perusteella yritys muistetaan. Yrityksen identiteetti

muodostuu yrityksen arvoista, sen tuotteista, palveluista, toimintavoista, ominaisuuksista, johtajista ja henkilökunnasta. (Uimonen & Ikävalko, 181–183.)

“Identiteetin luovat eri sidosryhmien näkemykset organisaatiosta (työntekijät, omistajat, toimittajat, asiakkaat ja rahoittajat). Identiteetin synty-miseen voidaan vaikuttaa, mutta usein se myös syntyy itsestään, eli sen pohjalta, miten eri osapuolet näkevät organisaation toiminnan. Identiteetti on useamman osapuolen näkemys toiminnasta.” (Lindroos 2012.)

Mukulaarin identiteetti rakentuu sen tavoitteesta tehdä pioneerityötä osuuskuntana joka yhdistää sekä tuottajat että kuluttajat. Osuuskunta haluaa toimia reilusti ja tuoda maaseudun lähemmäksi kaupunkia tarjoten kuluttaja-asiakkailleen mutkattoman väylän lähi- ja luomuruuan saamiseksi ja tuottajille helpon väylän markkinoida omia tuotteitaan ammattimaisesti ja tuottajille sopivin hinnoin. (Häkkinen, 2012.)

BRÄNDI ON TUOTETTA TAI PALVELUA edustavan yrityksen ominaisuuksien kokonaisuus, sisältäen sekä aineelliset että aineettomat ominaisuudet. Aineettomia ominaisuuksia voivat olla mm. turvallisuus, aitous tai eleganssi. Kuluttaja voi olla valmis maksamaan tuotteesta enemmän kuin samanlaisesta toisesta tuotteesta, jos siihen sisältyy lisäarvoa ja hän voi tuotteen brändin avulla määritellä itseään ja sosiaalista arvoaan. (Brandscape.)

Brändin ydin on uskottavuudessa, joka syntyy aitoudesta ja alkuperäisyydestä. Yrityksen kilpailukyky riippuu brändin vahvuudesta, arvoista ja tuotefilosofiasta. Muotoilu kannattelee brändin ydintä ja tekee siitä näkyvän. Ilman muotoilua ei ole brändiäkään. (Stenros, 2005, 15.)

Ropen ja Metherin mukaan kaikki ostetaan tunteella. Ihminen vain yrit-

tää perustella järjellä tunnepohjaisia päätöksiään sekä itselleen että muille. Siksi positiivisten tunteiden aikaansaaminen on visuaalisen markkinoinnin keskeisin tekijä. Kun tuotetta lähdetään markkinoimaan ensimmäistä kertaa, ei kuluttajalla vielä ole tuotteesta mitään tietoa tai kokemuksia. Ensikauppa on siis täysin mielikuvapohjainen ja toinen kauppa tyytyväisyyspohjainen eli mielikuvat ratkaisevat menestyksen. Moni tuote on fyysisiltä ominaisuuksiltaan samanlainen, niinpä erot voidaan synnyttää vain yrittämällä vaikuttaa kuluttajien mielikuviiin tuotteesta. (Rope&Mether, 2001, 15, 18-19.)

Mukulaari erottautuu muista saman alan yrityksistä korostamalla välilläkäsien puuttumista ruuan välittämisessä tuottajalta kuluttajalle. Sen periaatteita ovat myös reilu hinta sekä tuottajalle että kuluttajalle. Lähi- ja luomuruokaa on brändätty kovasti ja etenkin pääkaupunkiseudulla brändäys on nostanut kuluttajahintoja epäreiluihin mittoihin.

LÄHI- JA LUOMURUOKA MEILLÄ JA MAAILMALLA

LUOMURUOKAA LÖYTYY nykyään hyvin useimmista ruokakaupoista, erikoiskaupoista, kauppahalleista ja toreilta. Myös lähiruuan suosio on lisääntynyt valikoimaa marketeissa ja lähikaupoissa. Lähi- ja luomuruokaa saa myös ruokapiirien kautta, joita löytyy jo useilta paikkakunnilta. Piirejä on listattu nettiin ruokapiiri.fi -sivustolle. (Huttunen, 2012.) Taustatutkimuksessani pyrin löytämään lähi- ja luomuruokaa tarjoavia kauppia, kahviloita tai ravintoloita, joiden desing oli mielestäni onnistunutta. Keskityn siis tässä osiossa valitsemini yrityksiin, vaikkakin varmasti löytyy muitakin lähi- ja luomuruokaan erikoistuneita yrityksiä.

KATRIINANKAUPPA

Jyväskylä/Seinäjoki

Katriinan Kaupan lähes kaikki tuotteet ovat luonnonmukaisesti viljeltyjä ja mahdollisuuksien mukaan lähellä tuotettuja. Kaupalla on hyvä valikoima luonnonmukaisesti viljeltyjä kasviksia ja hedelmiä. En pidä logosta, mutta sisustus Jyväskylän Varikon liikkeessä on mielestäni hauska ja oivaltavia kierrätysideoita on käytetty sisustuksessa mm. kirjoista kasatussa kassatiskissä. Sisustus on mielestäni ns. hallittua kaaosta ja tuo mummo-la-fiiliksen. Se edustaa näistä kaikista esimerkeistäni vähiten designattua ja on kotikutoisempi, mutta ehkä siksi myös viehättävä.

LIIKE 51

Helsinki

Liike 51 edustaa sisustukseltaan ja tunnelmaltaan sellaista kivijalkakauppaa, jonka soisin sijaitsevan lähellä kotiani. Fiilis tuo mieleen 60-luvun suomalaisen kyläkaupan. Vihannekset ja hedelmät punnitaan vaa-alla, jossa on oikea punnus. Ja hintalaput on kirjoitettu käsin.

EAT&JOY MAATILATORI

Helsinki

Eat&Joy -liikkeet edustavat lähi- ja luomuruuan brändäystä huipussaan. Valikoima on monipuolinen ja liiketilat (4) sijaitsevat huippupaikoilla Helsingissä. Eat&Joy -liikkeissä hinnat ovat korkeat ja asiakas maksaakin kauniista ympäristöstä ja hyvin suunnitelluista pakkauksista ekstrahintaa. Hyvää designia, mutta minusta vähän kylmää ja luksuskaupan omaista. Myymälälöiden suunnittelusta on vastannut muotoilija Harri Koskinen. Maatilorin graafisen ilmeen on suunnitellut muotoilutoimisto Kairo.



1



2



3



4



5



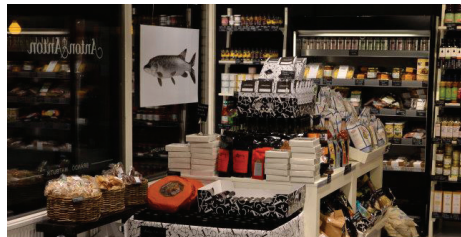
6



7



8



9



Anton
&
Anton

11



12,13



14

SIS. DELI+CAFÉ

Helsinki/Espoo

Kolme kahvilaa Helsingissä ja yksi Espoossa tarjoavat kahvila ja deli -herkkuja kotimaisista raaka-aineista suosien luomua. Raaka-aineet hankitaan läheltä aina kun se on mahdollista. Sis. Deli+Café on myös huomionnut ekologiset pakkaukset ja niiden design (Rasmus Snabb) on pelkistettyä, mutta toimivaa. Sisustus on modernia ja täsmällisesti organisoitua.

ANTON&ANTON

Helsinki/Porvoo

Anton&Antonilla on onnistunut logo ja valloittavat interiöörit! Kaikki on loppuun asti mietittyä ja kaunista. Yrityksellä on 3 ruokakauppaa Helsingissä ja yksi jo lopettanut liike sijaitti Porvoossa, joiden valikoimiin kuuluvat lähellä tuotetut tai luomuelintarvikkeet lihasta ja kalasta leipiin, juustoihin sekä mehuihin ja hilloihin. Jokaisessa Anton&Anton liikkeessä on yhteneväinen musta-valkoisuuteen nojaava tyylikäs sisustus.

JUUREN PUOTI

Helsinki

Ravintola Juuren ruokakauppa Juuren Puoti tarjoaa helsinkiläisten ulottuville maakuntien tuotteita tuoreena ja ilman välikäsiä: luomulihaa, juustoa, viljatuotteita, leipää, villiyrttejä, marjatuotteita, artesaanisuklaata, luomukahvia, sisävesikalaa, karjalaisia erikoisuuksia sekä Juuren omia tuotteita. Tuotteet ovat puhtaita, mahdollisimman ekologisesti tuotettuja ja pääsääntöisesti lisäaineettomia. Juuren Puodin liikemerkki on hauska. Liikkeen sisustus on miellyttävä. Pakkaukset, etiketit ja paperikassit ovat samassa linjassa keskenään ja edustavat mielestäni onnistunutta visuaalista ilmettä ja graafista suunnittelua.

SALTA KVARN

Ruotsi

Salta Kvarnin tuotteet ovat biodynaamisia tai luomulaatuksia. Pakkaukset ja design miellyttävät silmiäni kovasti. Värejä on käytetty onnistuneesti ja eri tuoteryhmät erottuvat toisistaan. Liikemerkki on onnistunut, mutta logosta en pidä niin paljon. Yhdessä ne kuitenkin toimivat hyvin. Salta Kvarnin visuaalinen ilme edustaa sitä linjaa, jota Mukulaarin kanssa olemme lähteneet hakemaan.

GÅRDARNAS BUTIK

Tukholma

Vanhaan varastoon rakennettu lähi- ja luomuruokakauppa sekä lounaspaikka ja kahvila. Kaunis sisustus ja esillepano. Valitettavasti liike lopettaa toimintansa. Liikemerkin on suunnitellut muotoilija Klas Fahlén, jonka kädenjälkiä ovat käyttäneet mm. Systembolaget, Ikea, Volvo, Skanska ja ICA. Liikemerkki on informaatiota antava ja selkeän logotyypin kanssa toimiva, mutta mielestäni ehkä hivenen pelkistetyimmät ratkaisut toimivat paremmin.

WHOLE FOODS

USA/Iso-Britannia/Kanada

Whole Foodsin tarjoamat tuoretuotteet ovat paikallisesti tuotettuja aina, kun se on mahdollista. Valtaosa tuotteista myydään Whole Foodsin omalla nimellä. Whole Foodsit ovat marketteja, joissa valikoima on niin suuri, että kateudella haikailen näiden liikkeiden perään. Valikoima ei jää vain elintarvikkeisiin, vaan liikkeistä löytyy myös kosmetiikkaa, paperitavaraa, hygieniatuotteita, vaatteita ja astioita. Whole Foods edustaa markettityyliä, mutta hyvällä maulla.



15

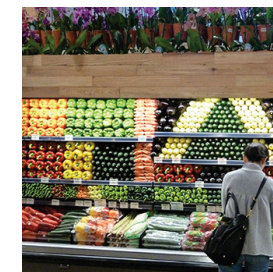
16



17

18

19



20

21

22

JOULURUOKAA LÄHELTÄ -PROJEKTI

JOULURUOKAA LÄHELTÄ -PROJEKTI toimi ensikosketuksena kuluttajiin ja toi ensimmäistä kertaa Mukulaarin julkisuuteen. Päätimme ottaa projektille erillisen ilmeen Mukulaarin tulevasta visuaalista ilmeestä. Inspiraationa tässä projektissa minulla oli 1970-luku ja sen ajan mainonta. Fontit (Helvetica, Gill Sans) ja värimaailma haettiin tältä aikakaudelta. Fonteissa valintakriteerinä oli myös sellaiset fontit, jotka jo olivat osuuskunnan käytössä, joten en lähtenyt kikkailemaan niillä sen kummemmin. Mukulaari-logo otettiin käyttöön sellaisenaan tässä vaiheessa. Materiaalin luomisessa tuli kova kiire, enkä ehtinyt hioa aineistoa niin paljon kuin olisin halunnut. En tässä selvittä väreistä tai typografiasta sen enempää sillä tämä projekti oli minulle tavallaan harjoittelua opinnäytetyön varsinaista osuutta varten, jossa tarkastelen näitä lähemmin.

Lähdin hahmottelemaan ns. liikemerkkiä geometrisillä muodoilla mielessäni joulukuusi (kuva 1). En halunnut käyttää vihreää, joten hain värimaailmaa jouluruokien juuresten väreistä; punajuuresta, porkkanasta ja lantusta. Värit saivat aikaan sen, että nyt kolmiot alkoivat kuusien lisäksi näyttää silmissäni tonttuhatuilta. Lisäsin sitten tontuille vielä ”parrat” (kuva 2). Ja tein kokonaisen tonttujoukkion. Näillä kuvioilla ja väreillä lähdin hakemaan ilmettä projektille.

Lopulliset materiaalit osuuskunnan ja tämän projektin käyttöön olivat: (kuvat 1-12) kuvio (1, 2), logo (3), nettibanneri (4), flyer/ilmoitus A6 (5), A4-mainos (6), kirjepohja A4 (7), jouluruokaohjeita A4 (8), tilauslomake A4 (9,10), tuoteluettelo A4 (11,12), jotka löytyvät seuraavilta sivuilta.



Kuva 1



Kuva 2



Kuva 3



Kuva 4

Kuva 5

Kuva 6



JOULURUOKAA LÄHELTÄ

MUKULAARI LÄHI- JA LUOMURUOKAOSUUSKUNTA mukulaari.fi

Kuva 7

MARTTOJEN JOULURUOKAOHJEITA

Mukulaari
mukulaari.fi

HELPPO PORKKANALAATIKKO KEVYT

1 kg porkkanoita
3 dl porkkanoiden keitinlientä
1 dl mannasuurimoita
1 rkl rasvaa
1 tl suolaa
valkopippuria
siirappia
(kermaa)

Kuori porkkanat, keitä ne kypsiksi ja soseuta. Lisää joukkoon muut aineet. Osa keitinliemestä voi korvata maidolla. Pane seos voideltuun uunivuokaan. Kypsennä laatikkoa 200 asteessa noin tunti.

IMELLETTY PERUNALAATIKKO KEVYT

2 1/2 kg perunoita
3/4 dl vehnäjuhoja
noin 1/2 l maitoa
suolaa
1-2 rkl siirappia
(voita)

Valitse perunoiksi hyvin soseutuvaa lajiketta. Kuori perunat ja keitä suolattomassa vedessä pehmeiksi. Kaada keitinvesi talteen ja survo perunat. Anna perunasurvoksen jäähtyä hieman kättä lämpöisemmäksi. Ohenna survosta parilla kolmella desillä lämmintä keitinvettä. Perunamassan pitää olla 55-75 asteista, jotta peruna imeltyy. Lisää massaan puolet vehnäjuhoista. Sekoita tasaiseksi. Pane kannella peitetty perunamuusikattila noin 60-asteeseen uuniin imelymään. Sekoita joukkoon reilun tunnin kuluessa loput jauhot. Jatka imeltämistä vähintään 3-4 tuntia tai yön yli. Imelyssään sose löystyy ja saa makean maun. Lisää imeltyneeseen soseeseen maitoa sen verran, että saat löysähkön, puuromaisen seoksen. Mausta suolalla ja siirapilla. Kaada seos voideltuun uunivuokaan vain vähän yli puolliseen, sillä laatikko kuohuu ja kuplii kypsentyksen aikana. Jos haluat, pane pari voinokareta pinnalle. Paista laatikkoa 150 asteessa pari tuntia.

PIKAINEN PERUNALAATIKKO KEVYT

1 pussi (400 g) pakasteperunamuusia
2 dl vettä
1 rkl vehnäjuhoja
4-5 dl maitoa
1-2 rkl siirappia
ripaus suolaa
(nokare voita)

Kuumenna vesi kattilassa, lisää joukkoon pakastemuusi. Lämmitä seos. Sekoita joukkoon vehnäjuhot. Anna soseen imeltyä lämpimässä (55-75 asteessa) muutama tunti. Lisää soseeseen maitoa sen verran, että saat löysähkön seoksen. Mausta suolalla ja siirapilla. Kaada seos voideltuun, reilun litran vetoiseen vuokaan. Paista 150 asteessa pari tuntia.

LANTTUALAATIKKO

reilu 1 kg lanttua
(perunoita)
n. 1/2 l vettä
suolaa
1 1/2 dl kermaa
1 1/2 dl maitoa
1 dl korppujuhoja
1-2 munaa
2-3 rkl siirappia
hiven muskottipähkinää
hiven inkivääriä tai kanelia
valkopippuria

Keitä lohkokut, kuoritut lantut suolalla maustetussa vedessä kypsiksi. Soseuta ne keitinliemineen. Mikäli et halua kovin vahvan makuista laatikkoa, voit lisätä lantusseeseen vähän keitettä, survottua perunaa. Anna korppujuhojen turvota kermamaidossa ja lisää ne ja muut aineet joukkoon. Kaada seos voideltuun uunivuokaan ja kuvioi pinta lusikalla. Ripottele pinnalle korppujuhoja. Paista 170 asteessa noin 2 tuntia.

Lanttuseen voi myös ostaa valmiina.

PORKKANALAATIKKO

1/2 kg porkkanoita
vettä
1 1/2 dl puuroriisiä
5 dl porkkanoiden keitinlientä
5 dl maitoa
2 munaa
suolaa
valkopippuria
muskottipähkinää

Keitä kuoritut, paloitellut porkkanat suolalla maustetussa vedessä kypsiksi. Ota keitinvesi talteen. Keitä riisiä porkkanoiden keitinvedessä niin, että neste imeytyy riiseihin. Lisää joukkoon soseutetut porkkanat ja muut aineet. Tarkista maku.

Kaada seos voideltuun uunivuokaan. Kypsennä laatikkoa 175 asteessa vajaa tunti.

Porkkanasosetta voi myös ostaa valmiina.

OHRAUNIPUURO

2 1/2 dl esikypsytettyjä ohrasuurimoita
1 1/2 l maitoa
1 tl suolaa

Mittaa suurimot voideltuun uunikestävään vuokaan. Lisää maito ja suola ja anna kypsyä 200 asteisen uunin alimmalla tasolla. Paista noin 1 1/2 tuntia. Anna vetäytyä jonkin aikaa uunista oton jälkeen.

martat.fi

Martat

Kuva 8

JOULURUOKAA LÄHELTÄ Tilauslomake 2011

Tällä lomakkeella voit tilata korkealaatuisia paikallisia ruokatuotteita joulun juhliin edullisemmin, suoraan keskisuomalaisilta tuottajilta ja jalostajilta. Jouluruokapiiri kerää keskisuomalaisten tuottajien antimia joululiseksi lähiruokapaketeiksi. Tuotteet tilataan suoraan tuottajilta ja tulot tilitetään täysimääräisinä heille.

Palauta lomake viimeistään **7.12. 2011** Kolmikulman Kierrättäjä-kauppaan tai Palokan K-Market jälkkäriin. Nettitilauksissa on valittavissa myös kolme muuta noutopistettä Jyväskylän alueelta. Ostokset voit noutaa valitsemastasi noutopisteestä ke 14.12.2011

Lisätietoa tuotteista sekä sähköinen tilauslomake löytyy 30.11. alkaen osoitteesta:

www.mukulaari.fi/joulu2011

Ilmoittamaasi puhelinnumeroon lähetetään tilausvahvistus, tilauksen loppusumma sekä muistutus noutoajankohdasta. Maksu käteisellä noudettaessa.

KOPPELIN TILA Nyrölä Jyväskylä	HINTA	MÄÄRÄ
Porkkanasose 1kg	4,00€	<input type="text"/>
Lanttusose 1kg	4,00€	<input type="text"/>
Porkkana, kokonainen 1 kg pussi	1,50€	<input type="text"/>
Lanttu, kokonainen 1kg pussi	1,50€	<input type="text"/>
Peruna (Pito) 1 kg pussi	1,50€	<input type="text"/>
Peruna (Van Gogh) 1 kg pussi	1,50€	<input type="text"/>
Saunavasta, kuivattu	4,00€	<input type="text"/>

TAATILAN MAATILA Haapamäki	HINTA	MÄÄRÄ
Porkkanasose (PAKASTE) 1 kg	3,00€	<input type="text"/>
Porkkanasose (PAKASTE) 2kg	5,00€	<input type="text"/>
Lanttusose (PAKASTE) 1 kg	3,00€	<input type="text"/>
Lanttusose (PAKASTE) 2kg	5,00€	<input type="text"/>
Porkkanalaatikko, paistovalmis (PAKASTE) 400g	3,00€	<input type="text"/>
Porkkanalaatikko, paistovalmis (PAKASTE) 700g	5,50€	<input type="text"/>
Lanttulaatikko, paistovalmis (PAKASTE) 400g	3,00€	<input type="text"/>
Lanttulaatikko, paistovalmis (PAKASTE) 700g	5,50€	<input type="text"/>
Imelletty perunalaatikko, paistovalmis, HYLÄ (PAKASTE) 400g	3,00€	<input type="text"/>
Imelletty perunalaatikko, paistovalmis, HYLÄ (PAKASTE) 700g	5,50€	<input type="text"/>
Hapankaali 400g/purkki	3,50€	<input type="text"/>
Punahapankaali 380g/purkki	4,00€	<input type="text"/>

ULLA LIUKKONEN Ruohe Jyväskylä	HINTA	MÄÄRÄ
Sipuli 1kg (viljelty ilman torjunta-aineita ja keinotekoisia lannoitteita)	2,00€	<input type="text"/>

YLÄ-TIHTARIN TILA Oittila	HINTA	MÄÄRÄ
Hirvisäilyke 400g	10,00€	<input type="text"/>

MUKULAARI OSK.	HINTA	MÄÄRÄ
Arja-Mummin sinappi 1,5dl	2,00€	<input type="text"/>

AHONTUVAN TARHAT Uurainen/Jyväskylä	HINTA	MÄÄRÄ
Mustaherukkahyytelö (1/3 hunajaa) 200g	4,50€	<input type="text"/>
Sitruunahunaja 200g	4,50€	<input type="text"/>
Inkiväärihunaja 200g	4,50€	<input type="text"/>
Salaattikastike 250 g	4,50€	<input type="text"/>

YKKÖSMAUSTE Palokka Jyväskylä	HINTA	MÄÄRÄ
Kardemumma, jauhettu 40 g	4,50€	<input type="text"/>
Lihaliemijauhe, glutamaatiton 150 g	4,50€	<input type="text"/>
Aromisuola / Aromimauste glutamaatiton 180 g	5,00€	<input type="text"/>
Dippimauste, valkosipuli 120 g	4,00€	<input type="text"/>
Perunamauste (glutamaatiton) 180 g	4,50€	<input type="text"/>

PIRTINTÄYSI OY Jyväskylä	HINTA	MÄÄRÄ
Vihreä rooibos-tee 50g	3,50€	<input type="text"/>
Punainen rooibos-tee 50g	3,00€	<input type="text"/>
Vihreä Sencha-tee 52g	3,00€	<input type="text"/>
Kaurakuitu 110g	5,00€	<input type="text"/>
Mummin ja Vaarin lihaliemijauhe 100g	4,00€	<input type="text"/>

SUMIAISPIIRAS Palokka Jyväskylä	HINTA	MÄÄRÄ
Piparkakku 200g (sis. noin 20kpl)	4,00€	<input type="text"/>
Kanelisydän -pikkuleipä 200g (sis. noin 20kpl)	4,00€	<input type="text"/>

TMI. MARI HÄKKINEN Laukaa	HINTA	MÄÄRÄ
Tyrnihyytelö 220 g	5,50€	<input type="text"/>
Tyrni-vadelma- marmeladimakeinen 130 g	4,50€	<input type="text"/>

SATE-HERKKUTUOTE Petäjävesi	HINTA	MÄÄRÄ
Tummasuklaa lohkopussi 150g/pussi	6,00€	<input type="text"/>
Maitosuklaa lohkopussi 150g/ pussi	6,00€	<input type="text"/>
Maitosuklaakuusi 135g/kpl	9,50€	<input type="text"/>
Tummasuklaa levy 100g (LAKTOOSITON)	5,00€	<input type="text"/>

UITAMON TUPA Multia	HINTA	MÄÄRÄ
Vaalea Glögi 0,5l	5,50€	<input type="text"/>

LIEPEEN MYLLY Lievestuore Laukaa	HINTA	MÄÄRÄ
Ohrahelmi (kokonainen ohraryyni) 1 kg	1,50€	<input type="text"/>
Kaurahiutale 800g	1,50€	<input type="text"/>
Lettujauho (vehnäjauho 50%, ohrajauho 50%) 1 kg	1,50€	<input type="text"/>

VALKEÄJÄRVEN TILA Koskenpää Jämsä	HINTA	MÄÄRÄ
Riihipuitu ruisjauho (hieno) 1kg	2,50€	<input type="text"/>
viljelty ilman torjunta-aineita ja keinotekoisia lannoitteita		<input type="text"/>

LAHDEN TILA/RUTALAHDEN MYLLY Rutalahti	HINTA	MÄÄRÄ
Spelttijauho, kokojyvä 0,8kg (viljelty ilman torjunta-aineita/keinotek. lannoit.)	3,00€	<input type="text"/>
Spelttirouhe 0,6kg (viljelty ilman torjunta-aineita ja keinotekoisia lannoitteita)	3,00€	<input type="text"/>
Kauraryyni, kokonainen 1kg (viljelty ilman torjunta-aineita)	2,50€	<input type="text"/>

KONNEVEDEN MYLLY	HINTA	MÄÄRÄ
Vehnäjauho, puolikarkea 2 kg 2,50€		<input type="text"/>
Sämpyläjauho (hiivaleipäjauho+kaura- ja vehnäsuurimorouhe) 2 kg	2,50€	<input type="text"/>
Savolainen kotitalakkuna (kokojyvä Rautalammin maataisohra) 1kg	4,00€	<input type="text"/>

KESKI-SUOMEN MARTAT RY.	HINTA	MÄÄRÄ
Martan joulukirja	25,00€	<input type="text"/>
Siivousvinkkejä, reseptejä, ohjeita kuusen hoitoon. Martan joulukirja on koottu niiden kysymysten pohjalta, joihin martoilta yleisimmin kaivataan neuvoa joulul valmisteluissa. Mukana on myös yli 100 jouluruokaohjetta.		<input type="text"/>

Valitsen noutopisteeksi: Palokan K-Market jälkkäri Kolmikulman Kierrättäjä-kauppa

Sitoudun noutamaan tilauksen yllä ilmoittamastani noutopisteestä 14.12.2011 klo 15-18
Tilaukseni maksetaan kokonaisuudessaan käteisellä noudettaessa.

NIMI _____

PUHELINNUMERO _____

SÄHKÖPOSTI _____ Haluan liittyä Mukulaarin postituslistalle

mukulaari.fi

JOULURUOKAA LÄHELTÄ TUOTTAJAT JA LISÄTIEDOT

KOPPELIN TILA
Jarkko Koppeli
0400-746 114
Nyrölä, Jyväskylä

TAATILAN MAATILA
Niko Jokinen
0400-515 312
taatilanmaatila@gmail.com
Haapamäki

Soseet oman tilan porkkanaista ja lantuista
Saunavastat
Kokonaiset lantut ja porkkanat
Peruna (Pito ja Van Gogh)

Porkkanasose (PAKASTE)
Ainesosat: porkkana (Pekin tila, Jämsä), vesi

Lanttusose (PAKASTE)
Ainesosat: lanttu (Taatilan maatila), vesi

Porkkanalaatikko, paistovalmis (PAKASTE)
Ainesosat: porkkana (Pekin tila), vesi, riisi, kananmuna (Sammallahti), kerma (hyla) siirappi, suola, valkopippuri, muskottipähkinä

Lanttulaatikko, paistovalmis (PAKASTE)
Ainesosat: lanttu (Taatilan maatila), kerma (hyla), siirappi, kananmuna (Sammallahti), korppujauho, suola, valkopippuri, inkivääri, muskottipähkinä

Imelletty perunalaatikko, paistovalmis (PAKASTE)
Ainesosat: peruna (Taatilan maatila), maito (hyla), siirappi, vehnäjauho, suola

Hapankaali
Ainesosat: valkokaali (Taatilan maatila), porkkana (Pekin tila), kumina, tilli, suola (n.1%)

Punahapankaali
Ainesosat: Valkokaali (Taatilan maatila), punakaali (Taatilan maatila), suola (n.1%)

ULLA LIUKKONEN
p.040-520 6860
Ruoke, Jyväskylä

Sipulit, lantut ja porkkanat viljelty ilman torjunta-aineita ja keinotekoisia lannoitteita

YLÄ-TIHTARIN TILA
Samuel Uusitalo
p.040-521 1078
Oitila

Hirvisäilyke
Ainesosat: hirvenliha 75%, sianliha 20%, vesi, perunajauho 1%, suola 1,7%, stabilointiaine E452, E316, E621, mausteita, säilöntäaine E250

MUKULAARI OSK.

Suosittu reseptillä Jyväskylässä tehty sinappi

AHONTUVAN TARHAT
Antti Heinonen
p.040-837 7094
Uurainen/Jyväskylä

Mustaherukkahyytelö (1/3 hunajaa)

Salaattikastike

Ainesosat: rypsiöljy, sinappi, hunaja, sokeri, viinietikka, ananasmehu, rakuuna, basilika, valkopippuri, suola. Lisäaineeton.

YKKÖSMAUSTE
Pirkko Suominen
p.050-350 3730
myynti@ykkosmauste.fi
Palokka, Jyväskylä

Kardemumma, jauhettu, alkuperämaa: Guatemala
Lihalemijauhe, vähäsuolainen, vähärasvainen, glutamaation. Ainesosat: Maltodekstriini (maissi), proteiinihydrolysaatti 23,2%, glukoosi, suola 13,9%, soijakastikejauhe. Valmistettu Suomessa.

Aromisuola / Aromismauste glutamaation
Ainesosat: Suola 47%, sipuli, glukoosi, sinappijauhe, kurkuma, valko- ja purjosipuli, persilla, porkkana, palsternakka, kurkumaute. Valmistettu Suomessa.

Dippiinmauste, valkosipuli
Ainesosat: Suola 15%, sipuli, valkosipuli, tilli, minttu, valkopippuri. Valmistettu Suomessa.

Perunamauste, glutamaation.
Sisältää: Sipuli, paprika, valkosipuli, curry, chili, suola 24,8% ja sokeri. Rasvapit. 2,1g / 100g. Valmistettu Suomessa.

PIRTINTÄYSI OY
Kortesuonkatu 26
40700 Jyväskylä
Puh. 010 4397 220
Fax. 010 4397 229
www.ryythyppynen.fi

Teet Orgaanise Rooibos-tee ovat luomutuotteita, ei lisä-, säilöntä- tai väriaineita. Vihreä Sencha-tee, fermentoitamaton vihreä kiinalainen tee.

Kaurakuitu Ainesosat: Kaurakuitua väh. 91 %, kosteus 7 %, Kivennäisaineet 3 %.

Mummin ja Vaarin lihalemijauhe Ainesosat: Suola 21,7%, maltodekstriini, glukoosi, naudanliha-aromi, kana-aromi, sipulijauhe

Kuva 11

SUMIAISPIIRAS
Kristiina ja Risto Schubin
p.0400-574 926
Palokka

Piparkakku Valmistusaineet: vehnäjauho, laktoositon voi, sokeri, siirappi, kananmuna, kaneli, inkivääri, neilikka, sooda.
Kanelisydän Valmistusaineet: vehnäjauho, laktoositon voi, sokeri, kananmuna, kaneli, leivinjauhe.

TMI. MARI HÄKKINEN
p.0400-464 261
Laukaa

Tyrnihytteä
Ainesosat: tyrnitäysmehu (n.40g/100g), vesi, sokeri (lisättyä sokeria n.30 g/100g), pektiini. Käytetty tyrnimehu valmistettu puristamalla Tyrni Nojosniemen tilalta Laukaasta.

Tyrni-vadelma- marmeladimakeinen
Ainesosat: sokeri, tärkkelyssiirappi (vehnää tai ohraa), vesi, tyrni (n.5 %), luonnon vadelma (n.5 %), pektiini, sitruunahappo. Tyrni kuten edellä, luonnon vadelma lähimetsästä Laukaasta.

SATE-HERKKUTUOTE
p.040-801 9245
sateherkkutuote@gmail.com
Petäjavesi

Tummasuklaa lohkopussi
Valmistusaineet: kaakaomassa, kaakaovoi, sokeri, soijalesitiini, vaniiliini, kaakaota 54% Laktoositon. Saattaa sisältää maito ja pähkinääjäämiä.

Maitosuklaa lohkopussi
Valmistusaineet: kaakaomassa, kaakaovoi, maitojauhe, sokeri, soijalesitiini, vaniiliini, kaakaota 35%. Saattaa sisältää pähkinääjäämiä.

Maitosuklaakuusi
Valmistusaineet: kaakaomassa, kaakaovoi, maitojauhe, sokeri, soijalesitiini, vaniiliini, kaakaota 35%. Saattaa sisältää pähkinääjäämiä.

Tummasuklaa levy
Valmistusaineet: kaakaomassa, kaakaovoi, sokeri, soijalesitiini, vaniiliini, kaakaota 54% Laktoositon. Saattaa sisältää maito ja pähkinääjäämiä.

UITAMON TUPA
Suoma ja Yrjö Uitamoinen
p.040-753 3029
etunimi@uitamontupa.com
Multa

Vaalea Glögi
Omena- ja valkoherukatäysmehuista valmistettu appelsiininkuoripalalla, kanelilla ja kardemummalla maustettu tiiviste. Laimennus 1:1.

LIEPEEN MYLLY
Myllyri Tuomo Paananen
p.040-536 2006
Lievestuore, Laukaa

Myllytuotteet paikallisten viljelijöiden viljasta

VALKEAJÄRVEN TILA
Marja Walkeajärvi
p. 040 413 7304
Koskenpää, Jämsä

LAHDEN TILA/RUTALAHDEN MYLLY
Maire ja Samuli Huikko
p.040-5720304
myllytontu@rutalahdenmylly.fi
Rutalahti

Spelttijauho, kokojyvä
Spelttirouhe
Kauraryyni, kokonainen
Lahden tilan viljaa, viljelty ilman torjunta-aineita

KONNEVEDEN MYLLY
Myllyläri Lasse Saarinen
p.014-551 366
mylly@konnevedenmylly.fi
Konnevesi

Vehnäjauho, puolikarkea
Sämpyläjauho (hiivaleipäjauho+kaura- ja vehnäsuurimorouhe)
Savolainen kotitalokkuna, kokojyvä
Rautalammun maattaisohra
Valmistaja Seppo Koivisto, Siilinjärvi; tuote jauhettu ja pussitettu Konneveden myllyllä

KESKI-SUOMEN MARTAT RY
Yliopistonkatu 11
40100 Jyväskylä
p. 010 838 5640
p. 050 438 7532
keski-suomen@martat.fi

Martan joulukirja
Siivousvinkkejä, reseptejä, ohjeita kuusen hoitoon. Martan joulukirja on koottu niiden kysymysten pohjalta, joihin mar-toita yleisimmin kaivataan neuvoo joululuvuvalmisteluissa. Mukana on myös yli 100 jouluruokaohjetta. 143 sivua.

Kuva 12

Moodboard

TUNNELMA



23



24



25



26



27



28

VÄRITUNNELMIA



TYYLII



29&30



31



32



34



33



35

TYPOGRAFIA-TUNNELMIA



36



37



38



39

Visuaalinen ilme

VISUAALISEN LINJAUKSEN TARKOITUKSENA on luoda yritykselle näkyvä persoonallisuus. Sen tulee tukea yrityksen identiteettiä eli viestiä arvoista, asenteista ja tavoitteista. Visuaalisen ilmeen tulee myös erottaa yritys muista vastaavista. Visuaalisen ilmeen eli talotyylin yhdenmukaisuus auttaa yrityksen tunnistamisessa ja muistamisessa. (Pesonen&Tarvainen, 2003, 5-6.) Visuaalinen markkinointi täydentää yrityksen markkinointikokonaisuutta visuaalisilla herätteillä ja on tehokkainta palveluketjun viimeisessä vaiheessa, kun asiakas tekemässä ostopäätöstä (Nieminen, 2003, 8).

LOGO

LOGOLLA TARKOITETAAN liike- tai tuotemerkin tietyllä fontilla kirjoitettua osaa (Pesonen&Tarvainen 2003, 7). Mukulaarille suunnitellaan tulevaisuudessa myös liikemerkki, mutta nyt käytössä on vain logo. Liikemerkki sekoitetaan usein logotyyppiin, mutta käsitteenä logo siis tarkoittaa yrityksen tai yhdistyksen tietyllä tyyllillä kirjoitettua osaa (vrt. Applen omena = liikemerkki ja marimekko = logotyyppi).

Hyvä logo täyttää kolme kategoriaa:

1. designin tulee edustaa organisaation luonnetta
2. logon tulee olla kompakti ja selvästi erottuva sekä
3. sen täytyy toimia yksivärisenä sekä 4-värisenä ja toimia sekä pienessä koossa että suuressa (Dabner 2003, 90).

SUUNNITTELU

DABNERIN (2006) MUKAAN logon suunnittelu kannattaa aloittaa mustavalkoisena. Minulla oli jo mielessäni selkeä kuva logosta ja sen väristä, joten lähdin tekemään sitä Photoshopissa mustavalkoisena versiona. Mustavalkoisena logosta näkee selkeämmin miten se toimii käytännössä ja toimii-

koisena logosta näkee selkeämmin miten se toimii käytännössä ja toimii-ko se pienessä koossa, kuten käyntikortissa.

Visuaalinen suunnittelu saa alkunsa yrityksen nimestä. Nimen perusteella yritykselle suunnitellaan logo, liikemerkki, tunnusvärit, typografia, tunnuskuvat sekä muut graafiset ratkaisut, kuten esim. pistekoko ja välitytys (Nieminen, 2003, 90). Mukulaari on hauska yhdistelmä mukulasta ja laarista, joten en halunnut logon olevan liian vakava. Logon tulisi edustaa Mukulaaria ja sen arvoja sekä toimintaa, eikä poiketa luomiltaan mielikuvilta näistä.

Mielessäni oli jo tietty kuva minkälainen logon tulisi olla, joten siitä ei kehittynyt monia toisistaan kovin paljoa eroavia luonnoksia. Toivoin tietenkin, että osuuskunta pitäisi tästä logosta ja sen tyylistä. Osuuskunnan jäsenet pitivät ehdotuksestani ja sovimme, että toteutan liikemerkin ja logon yhdistelmän myöhemmin.

Suunnittelin logon Photoshopilla, joka on minulle Illustratoria tutumpi työkalu. Myöhemmin vektoroin logon Illustratorissa, joten sitä voi käyttää myös suurta kokoa vaativissa painotuotteissa, kuten mainoslakanoissa tai isoissa julisteissa.

Muku
Laari



Muku
Laari

Muku
Laari

Muku
Laari

Typografia

TYPOGRAFIA ON SITÄ, jonka näemme lukematta: julkaisun sävyt, tunnelma, tyyli. Typografiset ratkaisut kertovat keneltä viesti on, millainen se on ja kenelle se on tarkoitettu. Sen avulla voidaan joko vahvistaa tekstin sanomaa tai kumota se kokonaan. Typografia laajimmassa merkityksessään on koko julkaisun ulkoasu ja suppeammin kirjaintypografiaa: kirjaintyyppien ja -tyylien valintaa, tekstin asettelua, palkoitusta jne. Ei ole samantekevää mikä fontti valitaan, eri fonteilla on eri luonteensa ja tyylihistorialliset piirteensä, jotka luovat julkaisulle tunnelman. Typografian tärkein valinta onkin kirjain. Fontin luettavuus sekä käyttötarkoitus määräävät fontin valintaa. Jos talotyyliin valitaan useampi kuin yksi fontti, on huolehdittava siitä, että ne ovat keskenään riittävän erilaiset; esimerkiksi groteski otsikko leipätekstin antiikvan kanssa. (Pesonen&Tarvainen 2003, 12, 28).

FONTIT

MUKULAARIN TALOTYYLIIN valitsin neljä fonttia:

Futura Medium, Dyspepsia, Britannic Bold ja Stempel Garamond.

Näistä Britannic Bold ja Dyspepsia toimivat ainoastaan otsikoissa ja ilmoituksissa. Futura Medium ja Stempel Garamond ovat leipäteksti- ja väliotsikkofontteja, joita käytetään mm. kirjeissä ja lehdistötiedotteissa.

Futura Medium on Mukulaarin ns. pääfontti ja siihen ostettiin lisenssi. Pidän sen geometrisyydestä ja ikäisekseen modernista ilmeestä. Minua viehättää Futurassa erityisesti M-kirjaimen muoto.

Dyspepsia

Ilmainen scriptifontti Larabie Fontsilta.

Stempel Garamond

Kirjasinvalimo Stempel omisti näytearkin Claude Garamondin kirjasimesta ja loi sen pohjalta Stempel Garamondin, joka julkaistiin vuonna 1924. Stempel Garamondin muotoilu on kulmikasta ja siinä on viilletty ulkonäkö. Fontin julkaisi Linotype.

Futura Medium

Futura on geometrinen sans serif kirjaintyyppi, jonka on suunnitellut vuonna 1927 Paul Renner. Se perustuu geometrisiin muotoihin ja on klassinen esimerkki modernista typografiasta. Futuraa julkaisee Linotype.

Britannic Bold

Sans serif vuodelta 1901. Alkuperäinen kirjain kuuluisalta Stephenson Blake valimolta. Julkaisija Linotype.

Futura Medium 24 pt

On sängen hauskaa että polkupyörä on maanteiden jokapäiväinen ilmiö.

Dyspepsia 24 pt

On sängen hauskaa että polkupyörä on maanteiden jokapäiväinen ilmiö.

Stempel Garamond 24 pt

On sängen hauskaa että polkupyörä on maanteiden jokapäiväinen ilmiö.

Britannic Bold 24 pt

On sängen hauskaa että polkupyörä on maanteiden jokapäiväinen ilmiö.

Futura Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Dyspepsia

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Stempel Garamond

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Britannic Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Aa Mm Uu Oo Ss

Aa Mm Uu Oo Ss

Aa Mm Uu Oo Ss

Aa Mm Uu Oo Ss

Värit

VÄRIEN HAVAITSEMISEEN vaikuttavat havaitsijan kulttuuriympäristö, kokemukset, tavat ja tottumukset, ikä sekä mielikuvitus. Värien havaitseminen ei siis ole vain mekaaninen ja fysiologinen tapahtuma. Värit havaitaan siis myös kulttuurisidonnaisesti ja psyykkisesti. Värien symboliikka on eri kulttuureissa erilainen; valkoinen on länsimaissa puhtauden väri, mutta Kauko-Idän maissa se symboloi kuolemaa. (Pesonen&Tarvainen 2003, 54). Väreillä on muotoilussa esteettinen ja symbolinen tehtävänsä, mutta myös monia turvallisuutta ja käytännöllisyyttä palvelevia funktioita. Ne toimivat signaaleina, jotka joko varoittavat tai opastavat. Värien avulla voidaan korostaa sekä jäsentää visuaalista informaatiota. Liikemerkkien ja logojen tehtävänä on luoda erottuvuutta ja identiteettiä omistajilleen. Väri yhdistettynä muotoon voi viestiä yhteisön tai yhtiön arvoista. (Arnkil, 2007, 138, 146.)

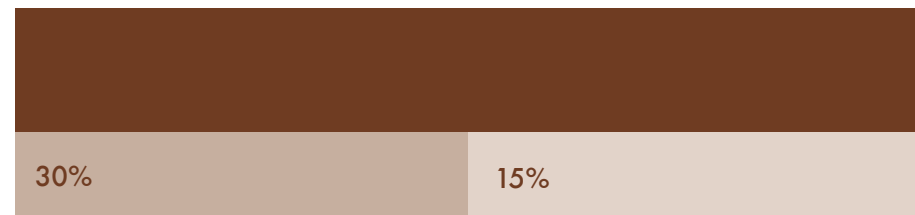
VÄRIEN VALINTA

TEKSTIN JA TAUSTAN KONTRASTI vaikuttaa luettavuuteen. Erityisen suuri merkitys väreillä on pitkissä teksteissä ja pienellä ladotuisa tai luettavuudeltaan vaikeahkolla fontilla kirjoitetussa tekstissä. (Pesonen&Tarvainen 2003, 57).

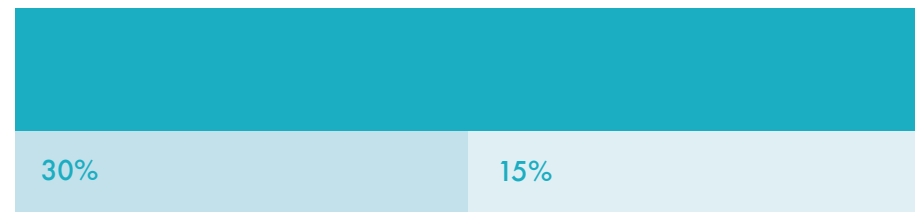
Tunnusvärit, joista yritys tunnetaan, antavat yrityksestä kuvan pelkistetyimmillään. Värit yhdessä logon kanssa ovat koko yritys pienoisuudessa (Nieminen, 2003, 103).

Mukulaarin tunnusväriksi valitsin vahva ruskean, maaväriä, joka viestii osuuskunnan identiteettistä. Ruskea tuo useimmille mieleen ekologisuuden ja maanläheisyyden. Syvyyspsykologit pitävät ruskeaa yksinkertaisena ja maanläheisenä, äidillisenä sekä lämpimänä värinä ja psykologisissa tutkimuksissa ruskea on liitetty mukavuuden ja turvallisuuden tunteisiin. (Hintsanen 2009). Osuuskunnan toiseksi tunnusväriksi ns. korostusväriksi valitsin turkoosin. Se raikastaa ruskeaa ja on Hintsasen mukaan myös luovuuden väri. Pääväreistä on käytössä myös niiden sävyjä.

CMYK 50/80/100/30



CMYK 73/10/21/0



Loppukulos

LOGO

Muku
Laari

NIMILAPPU



90mmX50mm

KÄYNTIKORTTI



90mmX50mm

KUN HALUAT HYVIÄ PAIKALLISIA TUOTTEITA, TOIMI NÄIN:



*Luontevasti lähellä,
kestävästi Keski-Suomesta*

1. Tutustu tuotevalikoimaan netissä
2. Tee tilauksesi nettilomakkeella
3. Nouda tilauksesi noutopisteestä
4. Kokkaa ja nauti

www.mukulaari.fi

90mmX50mm

FLYER

<h1>PALOKAN</h1> <p>lähi- ja luomuruokapiiri</p>		 Palokan ruokapiiri  avattu
<p>Ruokapiirin kautta saat tilattua tuotteita suoraan lähialueemme tuottajilta.</p>		 tee TILAUKSESI NETISSÄ
<p>WWW.JAPARY.FI/LAHIRUOKA/PALOKKA/</p>		
<p>TILAUKSET</p>		<p>Maaliskuussa tarjolla on mm.</p> <ul style="list-style-type: none">  juureksia  myllytuotteita  leipomotuotteita  hunajatuotteita  lihatuotteita
<p>29.2.</p> <hr/> <p>6.3. klo 22⁰⁰ asti</p>		
<p>Tilatut tuotteet ovat noudettavissa Palokan K-Market Jälkkäristä</p>		<p>KESKIVIIKKONA</p> <p>14.3. klo 15⁰⁰ – 17⁰⁰</p>
<p>TUOTTEET MAKSETAAN KÄTEISELLÄ NOUDETTAESSA</p>		
<p>Kimmo Häkkinen info@mukulaari.fi 050-5759 593 www.mukulaari.fi</p>		 <p>Lähi- ja luomuruokapiiri Keski-Suomi</p>

A5

MAINOS

Mukulaari

Lähi- ja luomuruokapiiri Keski-Suomi

<p>Ruokapiirin kautta saat tilattua tuotteita suoraan lähialueemme tuottajilta.</p>	 PALOKAN!  ruokapiiri avattu
<p>KUN HALUAT HYVIÄ PAIKALLISIA TUOTTEITA, TOIMI NÄIN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tutustu tuotevalikoimaan netissä 2. Tee tilauksesi nettilomakkeella 3. Nouda tilauksesi noutopisteestä 4. Kokkaa ja nauti 	
<p>Tarjolla on mm.</p> <ul style="list-style-type: none">  juureksia  myllytuotteita  leipomotuotteita  hunajatuotteita  lihatuotteita 	 tee TILAUKSESI NETISSÄ www.mukulaari.fi
<p style="text-align: center;"><i>Ruokaa, jonka tarina tunnetaan</i></p>	
<p>TUOTTEET MAKSETAAN KÄTEISELLÄ NOUDETTAESSA</p>	
<p>MUKULAARI on tuottajien ja kuluttajien yhteinen osuuskunta, joka tuo paikallisen ruoan kuluttajan ulottuville ilman välikäsiä, kaikille reiluun hintaan.</p>	<p>Kimmo Häkkinen info@mukulaari.fi 050-5759 593 www.mukulaari.fi facebook.com/mukulaari</p>

A4/A5

Muku Laari

Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Keski-Suomi

PALOKAN RUOKAPIIRIN
tilausten noutopiste



K-Marketin
lihatiskin luona

Ruokaa, jonka tarina tunnetaan
www.mukulaari.fi

38mmX64mm

Muku Laari

Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Keski-Suomi

PALOKAN RUOKAPIIRIN
tilauslomake avoimna

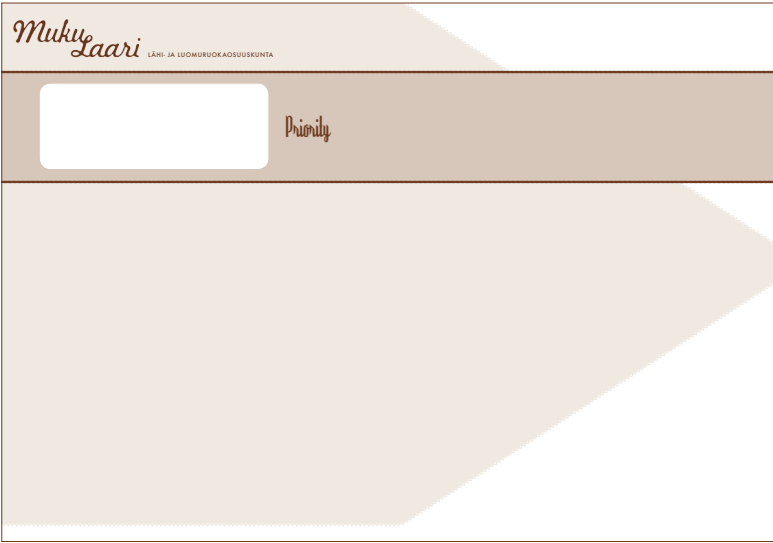
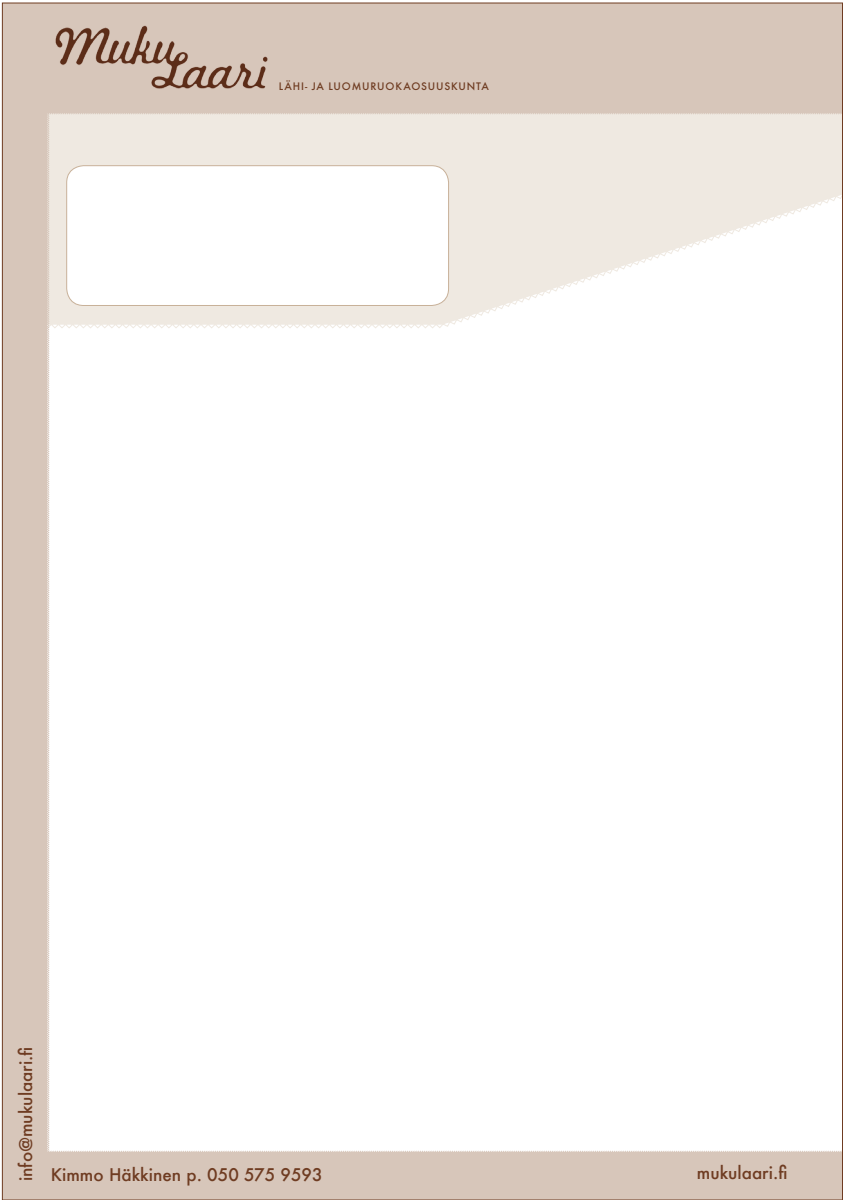
Noutopäivä

tee TILAUKSESI
NETISSÄ
www.mukulaari.fi

Ruokaa, jonka tarina tunnetaan

38mmX70mm

KIRJEPOHJA JA KIRJEKUORI



Arviointia

VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU Lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaarille oli minulle mieluisaa. Aihe kiinnostaa itseäni ja sain toteuttaa ideoitani hyvässä ohjauksessa.

Mukulaarin ilmeen suunnittelu lähti liikkeelle logosta. Mielissäni oli jo kuva mahdollisesta logosta ja se muotoutui aika pian haluamakseni. Logon suunnittelu oli minusta opinnäyteyöni vastuullisin tehtävä, sillä se tulisi näkymään kaikessa osuuskunnan materiaalissa. Onnistuin kuitenkin mielestäni hyvin ja olen saanut logosta hyvää palautetta niin osuuskunnalta kuin ulkopuolisilta-kin.

Taustatutkimuksena opiskelin markkinoinnin ja erityisesti visuaalisen markkinoinnin perusteita. Minulle tulivat tutuiksi termit imago, identiteetti, mielikuvat ja brändi sekä niiden merkitys markkinoinnissa. Markkinoinnin teoria auttoi minua ymmärtämään erilaisia markkinointitapoja ja miettimään mihin ryhmään Mukulaari kuuluu. Ymmärsin myös visuaalisen materiaalin tärkeyden kuluttajan ostopäätöksen kannalta. Olen usein karsastanut ns. halpatuotteiden ulkonäköä, mutta sekin on tarkaan suunniteltua; näin kuluttaja erottaa tuotteet toisistaan. Halpatuote on identifioitu tähän ryhmään ja sen visuaalinen ilme on sen mukainen. Silmiin niiden ulkonäkö sattuu edelleenkin, mutta ainakin ymmärrän syyt suunnittelun takana. Mukulaari ei kuitenkaan halua identiteettinsä rakentuvan halpaan hintaan, vaan reiluun hintaa ja laatuun.

Lähestyin aihetta myös tutkimalla millaisia luomu- ja lähiruoka-liikkeitä Suomessa ja maailmalla on. Keskityin etsimään sellaisia, joiden visuaalinen ilme miellytti minua. Näin pääsin sisälle lähi- ja

luomuruokamarkkinoiden visuaaliseen genreen. Mukulaarin tavoitteena on joskus tulevaisuudessa saada oma toimitilansa, joten tämä oli tärkeää taustatutkimusta myös siltä kantilta. Lisäksi erilaisten pakkausten ulkonäön arviointi vie minua eteenpäin, kun jatkossa suunnittelen Mukulaarin pakkauksien ilmettä ja materiaaleja.

Mielestäni suunta, johon osuuskunnan graafinen ilme on muotoutumassa on onnistunut. Koen kuitenkin jonkinlaista keskeneräisyyttä tuotoksissani. Useimmiten materiaalin tarve on ollut nopeaa ja minulla ei ole ollut aikaa hioa töitäni tarpeeksi. Varsinkin kyltit jäivät mielestäni kesken. Jatkossa toivon muutosta tähän. Mutta toisaalta graafikon työhön kuuluvat deadlinet ja nopeatahtisuus, joten ammatillisuuteni sillä saralla on saanut lisää kokemusta.

Yhteistyöni osuuskunnan kanssa ei pääyty tähän opinnäytetyöhön, vaan jatkan graafisen materiaalin tuottamista sitä mukaa kuin heille tulee tarvetta. Nyt olemme jo puhuneet mm. leimasimesta ja tarrasta. Lisäksi liikemerkki on suunnitteilla. Minusta on hienoa olla mukana suunnittelemassa materiaalia osuuskunnalle, jonka työn koen itse tärkeäksi.

Lähteet

KIRJALLISET LÄHTEET

- ARNKIL, HARALD: *Värit havaintojen maailmassa*. Taideteollisen korkeakoulun julkaisuja B 85. Jyväskylä: Gummerus. 2007.
- DABNER, DAVID: *Design and Layout: Understanding and Using Graphics*. A Quarto Book. London: B T Batsford Ltd. 2003.
- NIEMINEN, TUULA: *Visuaalinen markkinointi*. Porvoo: WSOY. 2003.
- PESONEN, SOILI. & TARVAINEN, JUHA: *Julkaisun tekeminen*. Decocendo. Porvoo: WSOY. 2003.
- ROPE, TIMO & METHER, JARI: *Tavoitteena menestysbrändi - onnistu mielikuvamarkkinoilla*. Suomen Ekonomiliiton ja WSOY:n Ekonomia-sarjaa. Helsinki: WSOY. 2001.
- STENROS, ANNE: *Design Revoluutio. Yrityksen muotoilustrategia estetiikan aikakaudella*. A la carte kirjat. Gummerus. 2003.

ARTIKKELIT

- HIEKKALA, KIRSI: *Yhä useampi syö luomua*. Sisä-Suomen lehti, 7.2.2012
- HONKONEN, JUHA: *Lähiruoka tulee lähemmäksi*. Vihreä Lanka N:RO 7, 5.-26.4.2012

JULKAISETTOMAT LÄHTEET

- BROWNE, LAURA: Henkilökohtainen sähköposti. Email eija.motley@gmail.com 3.4.2012.
- HÄKKINEN, KIMMO: Henkilökohtainen sähköposti. Email eija.motley@gmail.com 16.4.2012.

SÄHKÖISET LÄHTEET

- BRANDSCAPE: *Mikä on brandi? - ja muita yleisesti kysytyjä kysymyksiä*. Luettu 14.04.2012.
www.brandscape.fi/brand_fi.pdf
- HELSINGIN YLIOPISTO, RURALIA-INSTITUUTTI/LUOMI.FI. 2012. Viitattu 4.4.2012
<http://www.luomu.fi/tietoja-2/>
- HITSANEN, PÄIVI: *Ruskea*. Viitattu 14.04.2012.
<http://www.coloria.net/varit/>
- HUTTUNEN, SUVI: *Luomua vai lähiruokaa?* Viitattu 15.04.2012.
<http://kiloklubi.fi/artikkelit/Luomua-vai-l%C3%A4hiruokaa/1101/>
- KULUTTAJAVIRASTO. 2012. Luettu 4.4.2012.
<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/elintarvikkeet/lahiruoka/>
- LINDROOS JAN-ERIK: *Organisaation identiteetin menettämisen riskit* Luettu 14.04.2012.
http://www.hmv.fi/main/page_ajankohtaista_organisaation_identiteetti.html
- MUKULAARI. 2012. Viitattu 4.4.2012
<https://www.facebook.com/mukulaari>
- SUOMEN YRITTÄJÄT. 2012. Tulostettu 4.4.2012.
<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/perustamistoimet/osuuskunta/>

KIRJALLISUUTTA

- HOLLIS, RICHARD: *Graphic Design: A Concise History*. London : Thames and Hudson. 2001.
- ITKONEN, MARKKU: *Typografian käsikirja*. RPS-yhtöt. Jyväskylä: Gummerus. 2004.
- SEPPOVAARA, JUHANI. 2006. *Muistojen markkinoilla: Sinivalkoisen arjen klassikot*. Keuruu: Otava.
- Shop Image Craphics in Scandinavia: Living, Food, Fashion, Service*. Japan. 2010.

KUVALÄHTEET

- 1 haaraamo.blogspot.com
- 2 silmallapidettava.blogspot.com
- 3 facebook.com/Liike51/
- 4 kristakeltanenblog.com
- 5 eatandjoy.fi
- 6 lh3.ggpht.com
- 7 facebook.com/sisdeli
- 8 facebook.com/sisdeli
- 9 facebook.com/antonanton.fi
- 10 facebook.com/antonanton.fi
- 11 facebook.com/antonanton.fi
- 12 wearehelsinki.fi
- 13 <http://ruokapaivakirjat.blogspot.com>
- 14 talopihkala.blogspot.com
- 15 saltakvarn.se/press
- 16 saltakvarn.se/press
- 17 andshesoff.typepad.com
- 18 asphaltblomman.se
- 19 kotijakeittio.fi
- 20 laist.com
- 21 <http://blog.friendsofwhiteflint.org>
- 22 wholefoodsmarket.com
- 23 Kati Liiri
- 24 Kati Liiri
- 25 Kati Liiri
- 26 Kimmo Häkkinen
- 28 Kati Liiri
- 29 Kati Liiri
- 30 bloesem.blogs.com
- 31 Kimmo Häkkinen
- 32 hannasnest.blogspot.com
- 33 Kimmo Häkkinen
- 34 sneakersnstuff.blogspot.com
- 35 fazer.fi
- 36 squidoo.com
- 37 squidoo.com
- 38 Kimmo Häkkinen
- 39 danielebrady.blogspot.com

Muku
Muku
Laari
M

Mu

