

16 / 17

pure.

PURE

KAUPALLISEN MINIVAATEMALLISTON SUUNNITTELU JA TUOTANNOLLISUUS

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma	
Työn tekijä Iina Torpakko	
Työn nimi Pure -Kaupallisen minivaatemalliston suunnittelu ja tuotannollisuus.	
Päiväys 21.04.2015	Sivumäärä/Liitteet 49/ 12
Ohjaaja Sirpa Ryyänen	
Tiivistelmä	
<p>Opinnäytetyössä suunniteltiin 16 vaatteen minimallisto omalle perustamattomalle tuotemerkille INA:lle. Mahdollisen yrityksen päätoimiala on vaatetus -ja asustesuunnittelu. Opinnäytetyössä suunniteltiin naisille kaupallinen minivaatemallisto, jonka päätyyleihin kuuluvat minimalistisuus, ajattomuus, käytännöllisyys ja ripaus street-henkisyyttä. Mallisto on suunniteltu nuorille sekä aikuisille naisille. Minimallisto sisältää 16 vaatekappaletta, jotka palvelevat toinen toisiaan. Vaatteet suunniteltiin niin, ettei mikään asu riitele keskenään, vaan luo moninaisen ja käytännöllisen kokonaisuuden kuluttajalle. Lisäksi pientä mallistokokonaisuutta suunniteltiin täydentämään seitsemän asusteen kokonaisuus, johon kuuluu reppuja, huivi, hattu, vyö ja hanskat.</p> <p>Opinnäytetyössä pyrittiin vastaamaan kysymykseen, "miten suunnitella mahdollisimman kaupallinen minivaatemallisto naisille?". Lisäksi opinnäytetyössä haettiin vastauksia tuotannollisuuteen liittyviin kysymyksiin Suomessa. Tiedonhankinta oli kvalitatiivinen ja opinnäytetyötä varten haastateltiin muutamia vaatetusalan ammattilaisia. Ammattilaisten kokemus ja oma kaupallinen osaaminen auttoivat minua oman minivaatemalliston suunnittelussa ja koko siihen liittyvässä prosessissa. Opinnäytetyössä selvitettiin esimerkiksi mahdolliset kangastoimittajat, mikäli mallisto menee teolliseen tuotantoon tulevaisuudessa.</p> <p>Minimallistoa kutsutaan Pure:ksi. Mallisto on suunnattu sesonkiin syksy -talvi 2016/ 2017. Lähtökohtana suunnitteluun olivat oman suunnittelun esille tuominen, sen kaupallisuus ja malliston koko tuotantoprosessin mahdollinen teettäminen Suomessa. Opinnäytetyössä haluttiin tuoda oma kaupallinen vaatemallisto markkinoille ja sen kaupallinen onnistuminen selvitettiin asiantuntijoiden palautteen avulla. Asiantuntijoiksi valittiin Sari Hirvonen ja Anne Linnonmaa.</p>	
Avainsanat Vaatetussuunnittelu, minivaatemallisto, vaatetussuunnittelija, kaupallisuus, yritys, suunnitteluprosessi	

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author(s) Iina Torpakko			
Title of Thesis Pure- Designing and producing a commercial capsule collection.			
Valitse kohde. Date	21.04.2015	Pages/Appendices	49/ 12
Supervisor(s) Sirpa Ryyänen			
Abstract			
<p>In this thesis a capsule collection including 16 clothes was designed. The capsule collection was designed for my possible future brand, INA. The main industry of the brand will be the designing of clothes and accessories. In the thesis a commercial women ´s collection was designed to be minimalist, timeless, sensible and with a hint of street look. The collection was designed for the young and adult women. The collection includes 16 clothes, which support each other. The collection was designed to be mixed with each other and to create a sensible look for the costumer. In addition seven accessories were designed to support the capsule collection. These items include rucksacks, a scarf, a beanie, a belt and a pair of gloves.</p> <p>In the thesis it was answered to questions like: "How to design a commercial capsule collection for women?". In addition it was looked for an answer for production questions in Finland. Data acquisition was qualitative and couple of professional designers were interviewed for this thesis. The designers ´ professional experience and my own commercial work experience helped me to create the collection and everything concerning about the process. In the thesis it was found out some possible fabric deliverers, in case the capsule collection is going to be produced industrially.</p> <p>The capsule collection is called Pure. The collection is for autumn/ winter 16/17. The main ideas for the design were my own style to design, its becoming commercial and the whole collection ´s possible production in Finland. In the thesis it was wanted to present the collection to the markets and its commercial success was surveyed based on the professional designers ´ feedback. For the feedback were selected Sari Hirvonen and Anne Linnonmaa.</p>			
Keywords Design of clothes, capsule collection, fashion designer, commercial, company, process of design			

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO 7

1.1 YHTEISTYÖKUMPPANIT 8

1.2 MÄÄRITTEET 9

2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET 10

2.1 TAVOITE 10

2.2 TYÖN KONTEKSTI 11

3 TIEDONHANKINTAMENETELMÄT 11

3.1.1 Asiantuntijoiden esittely 12

3.1.2 Asiantuntijoiden haastattelu 12

3.1.3 Oma kaupallinen osaaminen 14

4 MALLISTO 17

4.1 PURE- VAATEMALLISTON SUUNNITTELUPROSESSI 17

4.1.1 Malliston kohderyhmä 22

4.1.2 Tiedonkeruu, inspiraatio ja trendiennusteet 22

4.1.3 Värimaailma 24

4.1.4 Printti ja kuosi 26

4.1.5 Materiaalit ja materiaalikokeilut 28

3.1.6 Mallistorakenne 30

4.2 MALLIKAPPALEIDEN TOTEUTUS 32

4.2.1 Mallikappaleiden valmistus 32

4.2.2 Basic: Ivalo- cardigan 32

4.2.3 Mallikappaleiden ohjeistus tuotantoa varten 33

5 TUOTANTO 35

5.1 ALIHANKINTA SUOMESSA 36

5.1.1 Alihankintaompelu 36

5.1.2 Kankaanpaino 37

5.1.3 Kaavoituksen alihankinta 38

5.1.4 Neuleiden alihankinta 40

6 MALLISTON KAUPALLISTAMINEN 40

6.1 Brändäys 41

6.2 Yrityskuva 41

6.3 Käyntikortti 42

6.4 Kilpailija-analyysi 43

7 POHDINTA JA ARVIOINTI 46

7.1 ASiantuntijapalautteet 46

7.2 OMA ARVIOINTI JA JOHTOPÄÄTÖKSET 48

7.3 TULEVAISUUS 49

8 LÄHTEET, TUOTETUT AINEISTOT JA LIITTEET 50

LIITE 1: HAASTATTELUKYSYMYKSET

LIITE 2: ALKUPERÄISIÄ MATERIAALEJA

LIITE 3: KANKAANPAINO -JA KIRJONTAKOKEILUJA

LIITE 4: BASIC, FANCY JA SHOWSTOPPER ASUKOKONAISUUDET

LIITE 5: IVALO –CARDIGAN PROTOTYYPPI

LIITE 6: MATERIAALEJA

LIITE 7: LINESHEET

1 JOHDANTO

Ammattikorkeakoulun aloittaessani en ollut lainkaan varma, mihin tulen työllistymään neljän vuoden opiskelun jälkeen. Pohjakoulutukseltani olen pukuompelija ja se johdatteli minut hakemaan vaatetusmuotoilun koulutusohjelmaan Savonia-ammattikorkeakouluun, Kuopion Muotoiluakatemiaan. Olen aina ollut kiinnostunut vaatteista, nykyään etenkin niiden suunnittelusta. Nyt viimeistä opintovuotta suorittaessa on selkeytynyt, mitä haluan tehdä ja mikä minua kiinnostaa eniten.

Opinnäytetyönäni suunnittelen 16 vaatekappaleen naisten minivaatemalliston. Mallistoa tukemaan suunnittelen seitsemän asustetta. Suunnittelen malliston omalle, mahdollisesti tulevalle vaatemerkilleni, INA:lle.

Lähtökohtana on suunnitella toimiva minimimallistokokonaisuus naiselle. Haluan toteuttaa malliston, mikä palvelee kuluttajaa mahdollisimman laajasti. Ajatuksena on luoda mallisto, jonka vaatekappaleiden lukumäärä on pieni, mutta käytännöllisyys suuri. Malliston vaatteet ovat keskenään sopivia ja monikäyttöisiä, eikä näin ollen kuluttaja kuormita ympäristöä ostamalla montaa eri vaatetta. Kuluttaja tekee huomaamattaan hyvää

7 (61)

meidän ylikuormitetulle ja epäekologiselle maapallollemme. En varsinaisesti suunnittele ekologisia vaatteita, mutta pyrin pitämään ekologisuuden mielessä mallistoa ja tuotantoa suunnitellessa.

Pyrin suunnittelemaan kaupallisen malliston, jonka päätyyleihin kuuluu minimalistisuus, ajattomuus, käytännöllisyys ja ripaus street- henkisyttä. Kouluaikana sain palautetta opettajaltani Sari Hirvoselta suunnittelemini vaatemallistojen kaupallisuudesta. Tyylilleni tyypillistä on myös skandinaavisuus ja haluan, että se näkyy mallistossa. En rakenna mallistoa kokonaan tulevien trendien pohjalle, mutta selvitän mahdollisia trendiennusteita väreistä ja muotokielistä ja muunnan niitä näköisekseni. Vaikka suunnittelen kaupallista vaatemallistoa, ajattomuus on tärkeä osa sitä. Pyrin suunnittelemaan malleja, mitkä muuttuvat mahdollisesti tulevaisuudessa vain uusien värien ja printtien mukaan.

Haastattelen vaatetusalan ammattilaisia ja kerään heiltä tietoa kaupallisen vaatemalliston suunnittelusta ja toteutuksesta.

Otan selvää, millaisia asioita kaupallinen vaatemallisto pitää sisällään. Saamani informaatio pohjustaa suunnittelutyötäni. Yli seitsemän vuoden kaupallinen työkokemukseni auttaa minua myös suunnitteluprosessissa.

Opinnäytetyöni on prosessi, jonka avulla opin uutta ja vahvistan jo aiemmin koulussa opittua. Prosessin aikana myös yrityskuvana selkeytyy johonkin suuntaan. Suunnittelen minivaatemalliston lisäksi vaatelabelit, linesheetit jälleenmyyjä varten ja tuotekortit tuotantoa varten. Haluan myös luoda graafisen ilmeen mahdollista yritystä varten ja suunnittelen yrityksen logot, labelit sekä käyntikortit. Tämä helpottaa minua tulevaisuudessa, mikäli ryhdyn yrittäjäksi.

1.1 YHTEISTYÖKUMPPANIT

Anne Linnonmaa. Yrittäjä, vaatetus. Anne.fi/ suunnittelu ja konsultointitoimisto, Helsinki.

www.anne.fi

Hanna Sarén. Yrittäjä, Asuste- ja vaatesuunnittelu. Helsinki Korkeavuorenkatu 2, 00140 Helsinki.

www.hannasaren.net

Sirpa Ryyänen, Vaatetusmuotoilun lehtori, Savonia AMK, Kuopio.

1.2 MÄÄRITTEET

Minimallisto on mallisto, joka on tuotteiden kappalemäärältään normaalia mallistoa pienempi. Englanninkielessä tästä käytetään nimitystä Capsule collection. (Torpakko, 2015-04-20.)

Linesheet on mallistolakana. Linesheetillä tarkoitetaan malliston visuaalista esitystä, johon on koottu kaikki malliston vaatekappaleet, vaatteiden nimet, materiaalikoostumukset, pesuohjeet sekä väri vaihtoehdot. (Hirvonen, 2012-09-10.)

Moodboard viestii malliston värimaailmaa, muotokieltä, yksityiskohtia ja malliston tunnelmaa yleisesti. (Hirvonen, 2012-09-10.)

Scuba on paksua, joustavaa ja erinomaisesti mukautuvaa interlockjerseytä. Interlock on sileää ja kiinteää neulosta, jonka oikealla ja nurjalla puolella on vain oikeita silmukoita, eli se on samannäköinen molemmin puolin. Interlockissa yksi kerros tulee kahdesta langasta -yksi oikein yksi nurin -neuloksesta, jotka menevät lomittain siten, että se oikea silmukka näkyy neuleen pinnalle ja silmukoiden nurja puoli jää neuloksen sisään. Tämän

9 (61)

rakenteensa ansiosta materiaali on miellyttävän joustava, vaikka se ei sisällä elastaania. (Nosh, 2015-04-20.)

Outline tarkoittaa reunoja. Tässä tapauksessa tarkoitetaan fontin muuttamista outlineiksi eli vektorigrafiikaksi. (Torpakko, 2015-04-20.)

Jacquardilla tarkoitetaan tekstiileitä, joissa on monimutkainen kuvio, kuten brokadi, damask, matelassé ja sillä tarkoitetaan myös neulosta. (Faerm, 2015-04-20.)

Digipainatus tarkoitetaan digitaalista tulostamista kankaalle. (Printscopio, 2015-04-21.)

2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET

Työni tarkoituksena on hankkia tietoa kaupallisen minivaatemalliston suunnittelu -ja toteutusprosessista. Tiedonhankinnan tavoitteena on selvittää, millainen kaupallinen vaatemallisto myy Suomessa ja tulevaisuudessa ulkomailla. Kuinka sellainen suunnitellaan ja mitä sen toteuttaminen vaatii? Haluan suunnitella minivaatemalliston ja tietää, voisiko se olla kaupallinen.

Haastattelen Anne Linnonmaata ja Hanna Sarénia, joilla molemmilla on monen vuoden työkokemus vaate- ja tuotannosta Suomessa. Anne Linnonmaa tuli minulle tutuksi, käydessäni hänen ”Oma tuotemerkki ja brändäys” -luennolla naisryhtäjäyyskeskuksella syksyllä 2014. Hanna Sarénilla suoritin neljän kuukauden työharjoitteluni kesällä 2013. Mallistoni rakentuu haastateltavien näkemystä ja kokemusta apuna käyttäen. Lisäksi perustelen valintani oman kaupallisen työkokemukseni kautta. Olen työskennellyt eri vaatealan yrityksissä yli seitsemän vuotta. Minulle on kertynyt kokemusta niin nuorisovaatteiden kuin aikuisten vaatekuksesta. Olen työskennellyt siis hintatasoltaan erilaisissa vaatekauppoissa.

Selvitän pintapuolisesti alihankkijoiden palveluita Suomessa ompelun, kaavoituksen, neuleiden tuotannon ja kankaanpainon

osalta. Tämä tieto auttaa minua vaatemallistoni suunnittelussa ja se auttaa minua myös mahdollisesti tuomaan jonain päivänä vaatemallistoni markkinoille.

Otin opinnäytetyöhöni mukaan pienen osan design managementista. Haluan, että opinnäytetyössäni näkyy myös brändin ulkoasu. Suunnittelin mahdollisen yrityksen käyntikortit ja labelit, mitkä ovat olennainen osa tuotteen ympärille rakentuvaa maailmaa.

2.1 TAVOITE

Tavoitteenani on suunnitella ja toteuttaa minivaatemallisto, joka on kaupallinen ja myy Suomessa sekä mahdollisesti tulevaisuudessa ulkomailla. Vaikka ensisijaisesti perehdyn malliston kaupallisuuteen Suomessa, pidän kuitenkin koko ajan mielessä ulkomaan markkinat ja kansainvälisyyden. Tavoitteenani on suunnitella ehyt ja hyvä mallisto. Malliston tulisi pienessä kokonaisuudessa olla monikäyttöinen ja palvella kuluttajaa parhain mahdollisin tavoin. Tavoitteenani on suunnitella muodikas, mutta ajaton mallistokokonaisuus.

Opinnäytetyöni myötä olen entistä enemmän perillä monesta tuotantoprosessiin liittyvästä asiasta. Prosessin aikana saan selville sopivat alihankintaompeelijat, alihankintakaavoittajat se-

kä muut tarvittavat tahot Suomessa. Toivon, että prosessi antaa minulle kontakteja tulevaisuutta varten ja avaa minulle uusia ovia työelämään.

2.2 TYÖN KONTEKSTI



Kuva 1. Työn konteksti (Torpakko 2014)

Tein opinnäytetyöni alussa työn kontekstin auttamaan itseäni työn rajaamisessa. Kokosin pääkohtia kontekstiin, jotka tulivat jo heti työn alussa mieleeni. (Kuvio 1.)

3 TIEDONHANKINTAMENETELMÄT

Suunnitteluprosessi alkoi haastatteluilla. Kvalitatiivisella tutkimukselle tyypillistä on, että tutkimuksen toteutus on joustavaa, suunnitelmia voidaan muuttaa olosuhteiden sitä vaatiessa, jolloin varsinainen tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edetessä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 160). Koin haastattelun heti tavakseni hankkia tietoa. Se tuntui luonnolliselta tavalta ja minulla oli jo heti alkuun kontakteja tiedossa. Tapaututkimuksella saadaan kerättyä perinpohjaista ja tehokasta informaatiota tietyistä tapauksesta. Usein tavoitteena on ilmiöiden ja kohteiden kuvailu, ja tutkimusaineistoa kerätään esimerkiksi havainnoiden, haastatteluja tehden sekä dokumentteja hyödyntäen. (Hirsjärvi 1997, 130-131.) Avoimelle haastattelulle on tyypillistä, että haastattelija kartoittaa haastateltavan mielteitä, ajattelutapoja, tuntemuksia ja näkökulmia sitä mukaa kun ne tulevat luonnollisesti vastaan keskustelun kuluessa (Hirsjärvi 1997, 204). Tämä oli Case- tutkimus mahdolliselle tulevalle tuotemerkilleni INA:lle. Haastattelut antoivat paljon myös ”itse opittua ja hyväksy todettua” tietoa vaatesuunnitteluun ja tuotantoon liittyen.

Haastattelujen jälkeen kokosin informaation ja sisällytin oman työkokemuksen saatuihin tietoihin. Haastattelu ei sinänsä ole

vielä mikään tutkimustuote, se on vasta keino hankkia tutkimusaineisto. Kun aineisto on koottu, se tarjoaa useita erilaisia analysointimahdollisuuksia pyrittäessä tulkitsemaan sen sisältöä. (Anttila 2007, 128.)

3.1.1 Asiantuntijoiden esittely

Haastattelin kahta henkilöä. Laadin 11 kysymystä liittyen kaupalliseen vaatemallistoon. (Haastattelukysymykset, Liite 1.) Sain kaksi erilaista haastattelua.

Ensimmäisenä haastattelin Anne Linnonmaata 10.11.2014 Helsingissä. Anne Linnonmaalla on yli 30 vuoden työkokemus vaatetusalaista Suomessa. Hän oli ensimmäinen, joka toi ekologisen vaatetuksen Suomeen. (Linnonmaa, 2014-11-10.) Anne Linnonmaa on ekologisen ja eettisen suunnittelun pioneeri Suomessa ja myös maailmanlaajuisesti. Ekologisuudesta alettiin varovaisesti puhua vasta 90-luvun alussa, kun Anne jo perusti omaa nimeään kantavan ekologisen neulemallistonsa. Malliston liikeideana oli alusta alkaen tinkimätön, ekologinen ja eettinen laatu yhdistettynä designiin. Anne oli ollut ammattisuunnittelijana 14 vuotta ennen omien mallistojensa aloittamista vuonna 1991. Hän on toiminut tuntiopettajana Taideteollisessa korkeakoulussa, Lahden Muotoiluinstituutissa sekä Omnia

ammattiopistossa. Hän on saanut useita palkintoja, esimerkiksi Kultainen vaatepuu 2003. (Torpakko, 2015-02-15.)

Toinen haastateltavani oli Hanna Sarén. Sarénilla on myös pitkä ura vaateteollisuudesta Suomessa sekä ulkomailla. Hänen toimialansa on muotisuunnittelu ja erityisesti asusteet. Imatralta kotoisin oleva Sarén nousi suuren yleisön tietoisuuteen, kun Sinkkuelämää- sarjan Sarah Jessica Parker laittoi jalkaansa Hannan suunnittelemat puukengät. Sarén opiskeli 90-luvun alussa Wetterhoffin käsi -ja taideteollisessa oppilaitoksessa. Opintojen ohessa Hanna valmisti omassa pajassaan korkokenkiä käsin. Vuonna 1999 japanilaiset sisäänostajat kiinnostuivat Hannan suunnittelema puukenkämallistosta. Sarén valmisti käsin Japanin markkinoille 3 000 paria kenkiä ja mallisto lanseerattiin Hanna Sarénin nimellä. Sarén on suunnitellut vuosien varrella lukuisia vaate -, kenkä -ja laukkumallistoja useille eri yrityksille. Sarén on tehnyt myös design-projekteja muun muassa Iittalalle ja Sony Ericssonille sekä puvustanut musikaalin Spin. Hanna palkittiin vuoden pohjoismaiseksi suunnittelijaksi vuonna 2005. (Yle, 2015-02-15.)

3.1.2 Asiantuntijoiden haastattelu

Hanna Sarén painotti haastattelun alkuun infrastruktuurin tärkeyttä, kun puhutaan malliston tuotannosta. Puhutaan niin sanotusta hiilijalanjäljestä. EU:ssa työskentely on helpompaa kuin

ennen EU:ta. On suunniteltava järkevästi, mistä materiaalit tulevat ja minne menevät, jotta rahtikilometrejä tulisi mahdollisimman vähän. Valmistimme Japanissa nahkakengät Japanin markkinoille, ja Italiassa Italian markkinoille. Tehtaiden valintaan vaikuttaa heidän valmistuskapasiteetti, konekanta ja laaduntaso. Kaavoitus ja mallikappaleet on oltava samaan aikaan tehtaalla materiaalien kanssa, joten aikataulutus on tärkeää. Tuotteita valmistetaan juuri se määrä kun tuotteita on tilattu, jolloin varastoa ei synny. (Sarén, 2014-12-17.)

Sarénin mukaan tuotteen täytyy ehdottomasti kohdata hintalaatu- suhde. Tuotteen hinta määrittyy pitkälti brändin imagosta, joka määrittyy malliston valmistustavasta, sen laadukkuudesta ja omaleimaisuudesta. Kaupallisuudesta Sarén muistuttaa, että kaupallisuudessa on monta tasoa, joten yksinkertaistettuna voi sanoa, että tuotteet ovat kaupallisia, kun ne myyvät. Jälleenmyyjät omilla brändivalinnoillaan määrittelevät pitkälti kohderyhmän. Joskus sisäänostajat valitsevat tiettyjä tuotteita nostaakseen kaupan imagoa tai tuoden edullisempia vaihtoehtoja muiden rinnalle. (Sarén, 2014-12-17.)

Sarénin mukaan myydyimpiä tuotteita kesäisin ovat kengät ja asusteet. Talvella ja syksyllä kuluttajat satsaavat eniten vaatteisiin, kuten takkeihin ja neuleisiin. Mekot ja tunikat molempien sesonkien tuotteita. Silkki ehdottomasti juhlavaatetukseen.

(Sarén, 2014-12-17.) Sarénin mallistoissa takit ovat pysyneet vahvasti mukana. Hän mainitsee miesten takit erityisesti. Takkien pääasiallinen ompelu tapahtuu Eestissä, jossa Sarénin mukaan tehdään hyvää ompelujälkeä ja halutussa aikataulussa. Hannalla on suuri valikoima asusteita ja näistä myydyimpiä ovat Day Dreaming- laukut, kissapinnit, tähtipinnit ja eläinkorut. Niin kuin moni muukin suunnittelija, Hanna rakentaa tarinan mallistonsa ympärille. Linnonmaan mukaan malliston jokaisella vaatekappaleella on merkitystä. Alussa Linnonmaan mallistot sisälsivät noin kymmenen vaatetta sesonkia kohden. Malliston moninaisuus on tärkeä pitää mielessä suunnitellessa. Vaatekappaleiden tulisi muuntua päivän aikana useaan eri tilanteeseen. Pitää huomioida myös, että pienillä asusteilla, kuten huiveilla, kokonaisuudesta saadaan muokattua aivan uuden näköinen. (Linnonmaa, 2014-11-10.) Linnonmaa muistuttaa, että jokaisesta mallistosta tulisi löytää yksi istuva jakku. Jakun ominaisuuksiin kuuluu pitkäikäisyys, ympärivuotisuus ja käytännöllisyys. Perinteiset trikoopaidat ja tunikat ovat edullisia ja niiden valmistaminen ja myynti on helppoa. Sarénin mukaan luonnonmateriaalit ovat parhaimpia vaatetuksen materiaaleja. Hän suosii nahkaa, mohairia ja takeissa esimerkiksi silkkikashmir-villasekoitetta. Sarén mainitsee kaikkien kankaiden tuontimaaksi Italian. Asusteissa suosituin materiaali on puu ja nahka. (Sarén, 2014-12-17.) Linnonmaan Anne Linnonmaa –ecological mallistossa on aina käytetty orgaanista puuvillaa. (Linnonmaa, 2014-11-10.)

Sarén valitsee yhden kangasprintin sesonkia kohden. Oma printtisuunnittelu on iso osa mallistoa. Se on tunnuksen omaista ja selkeästi tunnustettavaa brändille. Materiaali ei katso mahdollisuutta, vaan myös nahkaankin voi tuottaa printtimäistä jälkeä. Trenditoimistot antavat väriennusteita kullekin sesongille, näitä ennusteita tulkiten ja markkina-alueen värien käytön huomioon ottaen syntyy malliston värimaailma. Esimerkiksi pinkki on ehdoton ykkönen Japanin markkinoille ja musta Italiaan. (Sarén, 2014-12-17.)

Linnonmaan mielestä on hankala määrittää selkeästi, mitä kaupallisuus tarkoittaa. Haastattellessani Anne Linnonmaata, heti alkuun pohdimme tätä asiaa. Kaupallista mallistoa suunnitellessa ei voi selkeästi rajata, mikä mallistosta tekee kaupallisen. Tärkeintä on malliston kokonaisuus sekä mitä myy, kenelle myy ja miten myy. (Linnonmaa, 2014-11-10.) Hanna Sarén- malliston vaatteissa on perinteisesti paljon leikkauksia, mutta nyt työn alla on malleja, jotka ovat yksinkertaisempia. Paksu kashmirvilla toimii vaatteessa, jossa ei ole paljon leikkauksia. Modernit keepit ja viitat kuuluvat Sarénin mallistoihin. Mallit ovat kauniisti laskeutuvia ja väljiä. Sarénin mallisto A/W 16/17 sisältää väljiä takkeja, 80-luvun henkeä ja modernia muotoilua. Nyt muodissa on minimalistisuus. Hihamalleiksi hän mainitsee lepakko -ja raglanhihan. Käyttömuoti koostuisi ehdottomasti

kerroksista. Sarén kuvaili näin: "Raikkautta ja valoa kasvoille sekä materiaalin tuomaa lämminhenkistä fiilistä laatua unohtamatta". (Sarén, 2014-12-17.)

Sarén huomauttaa, että suomalaisille kokotaulukko on suurempi esimerkiksi aasialaisille. Aasiassa on niin sanotusti kaksi kokoa kun taas Suomessa kokohaarukka on laaja, viisi kokoa. Hänen mallistonsa hintahaitari sijoittuu 190 -700 euroon tuotteesta riippuen, kesällä edullisempaa ja talvisin kalliimpia tuotteita johdettujen sesonkimateriaaleista. (Sarén, 2014-12-17.)

3.1.3 Oma kaupallinen osaaminen

Olen työskennellyt eri vaateliikkeissä vuodesta 2009. Olen saanut työkokemusta Vero Modalta, Muotikuulta ja eniten Marimekolta. Otin Marimekon työkokemukseni mukaan opinnäytetyöhöni. Työssä oppii ja näkee paljon. Tästä on ollut suuri apu opintoihini. Päinvastoin myös opintoni ovat tukeneet aina työkentelyäni ja koulussa oppimaani olen voinut viedä käytäntöön työssäni. Materiaalioppi ja vartalotyyppeihin liittyvät asiat ovat jokapäiväisiä myyjän työssä. On osattava nopeasti analysoida vartalotyyppi ja etsittävä siihen sopiva vaate. Haastetta lisää myös asiakkaan toiveet ja tarpeet. Useimmiten on löytynyt sopiva vaihtoehto ja toisinaan asiakas on saattanut löytää aivan

erilaisia vaihtoehtoja, millaista ei normaalisti olisi ajatellutkaan. Se palkitsee ja kartuttaa lisää omaa osaamista.

Halusin ottaa erityisesti esille Marimekon, kun puhun omasta kaupallisesta osaamisestani, koska olen saanut suurimman osan kokemuksestani Marimekolta. Olen työskennellyt Marimekolla Joensuussa, Kuopiossa ja Helsingissä. Marikulmassa olen työskennellyt viimeisimpänä, aloitin toukokuussa 2014 ja lopetin marraskuussa. Työskentelin mekko-osastolla ja osaston tuotteet koostuivat pelkästään vaatteista ja asusteista. Heti alkuun huomasin, että vaikka brändi on sama, eri kaupungeissa asiakas-kunta vaihtelee. Helsingissä asiakasryhmä on laajempi kun taas Joensuussa ja Kuopiossa suurin osa asiakkaista ovat selvästi iäkkäämpiä. Työskentely Marimekolla on vaikuttanut selvästi myös omaan tapaan suunnitella. Graafisuus on yksi peruspilareista kun suunnittelen vaatteita.

Tarkastelun kohteeksi otin syksy/ talvi 2014-2015 malliston, jonka parissa työskentelin viimeisimpänä. Mallisto koostuu monista eri vaatekappaleista. Graafisuus ja selkeät kuviot ovat heti huomattavissa. Mallit ovat naisellisia ja osa tyttömäisesti leikkisiä. Nuorekkaat leikkaukset, joilla tarkoitan poimutettuja helmoja ja hyvin istuvia ylä- ja alaosia, eivät rajoita ikäryhmää. Niin kuin monella muullakin merkillä, Marimekollakin on paljon malleja, mitkä toistuvat sesongista toiseen samanlaisina tai hiukan

muokattuna. Mallit voivat olla yksinkertaisia, mutta kankaan printit ja kuosit tekevät vaatteesta mielenkiintoisen. Malleissa oli paljon tulppaani- muotoista alaosia ja pyöreitä, laakeita päänteitä. Hihan pituus vaihteli täysipitkän ja $\frac{3}{4}$ hihan välillä. Istuvuus sijoittui vaateen yläosaan ja helmat olivat väljiä. Kellotettuja helmoja oli paljon. Myös erikokoisia laskoksia näkyi paljon niin päänteillä kuin helmassakin. Jotkin tunikat ja mekot olivat mielestäni normaalia pidempiä, mutta osassa pituus jäi taas odotettua lyhemmäksi. (Torpakko, 2014-10-01.)

Trikoovaatteet olivat tänä syksynä monelle mieleisiä. Päämateriaaleina puuvilla/elastaani sekä viskoosi/elastaani. Viskoosi on selluloosamuuntokuitu eli sen raaka-aine on lähtöisin luonnosta, mutta se jalostetaan pitkälle ennen kuin siitä tulee tekstiilikuitu. Raaka-aineisiin kuuluvat erilaiset puulajit, kuten koivu, kuusi ja mänty. Viskoosi kestää kohtalaisen hyvin kulutusta ja sillä on kosteudenimukyky. Viskoosi kutistuu ja rypistyy hieman pesussa, joten sitä tulisi muotoitoilla pesun jälkeen. (Orneule, 2014-12-02.) Viskoosi on jokseenki painava kuitu, joten sen laskeutuvuus on hyvä. Elastaani yhdistettynä viskoosiin tarjoaa joustavuutta ja mukavuutta vaatteessa.

Puuvilla on melko luja selluloosakuitu. Se imee runsaasti kosteutta eikä nyppyyntyy helposti. Puuvilla on huono lämmöneriste, mutta se on tunnultaan pehmeä ja miellyttävä. (VirtuaaliAMK-

verkosto, 2014-12-02.) Oman kokemuksen pohjalta, puuvilla on myös viskoosin tavoin toimiva yhdistettynä elastaaniin. Elastaani tuo puuvillalle pitkäikäisyyttä ja lujuutta.

Neulosvaatteissa käytettiin puuvillaa, bambuviskoosi puuvillaa, merinovillaa, villaa sekä villa lyocellia. Merinovilla oli ohutta ja todella hyvätuntuista. Käytön aiheuttama nyppyyntyminen oli ainoa negatiivinen puoli merinovillasta valmistetuissa vaatteissa. Nyppyyntyminen sijoittuu kohtiin, missä hankaus on suurinta. Tämä ei ole materiaalista johtuva vika, vaan se on erittäin ohuelle merinovillalle ominaista. (Lindholm, 2014-09-02.)

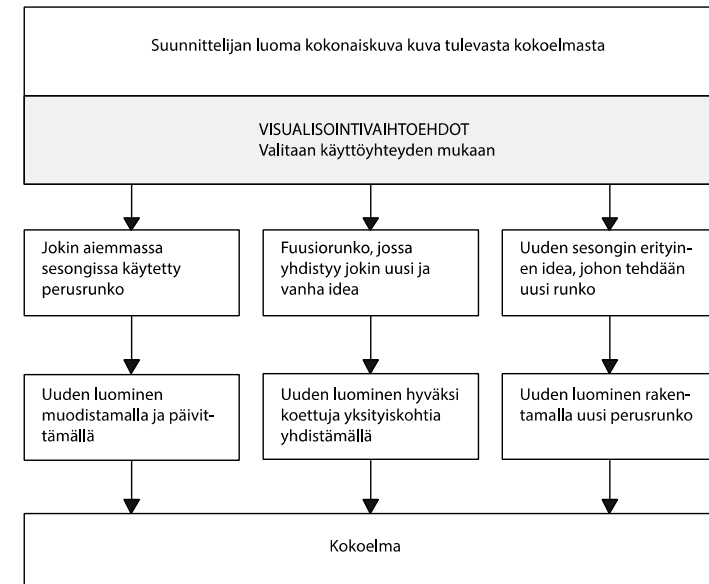
Bambuviskoosi -puuvilla kostuu bambuviskoosista, joka on selluloosamuuntokuitu ja raaka-aineena toimii bambu. Bambuviskoosi on pehmeä, hengittävä ja miellyttävä käytössä. Se on kuiltaan luja ja erittäin imukykyinen. (Orneule, 2014-12-02.) Kuluttajan mielestä bambuviskoosista valmistetut Tiiliskivi -sarjan neulosvaatteet olivat tunnultaan loistavia. Villa lyocellista valmistetut vaatteet jakoivat mielipiteitä materiaalin tunnun takia. Herkkäihoisille se aiheutti pientä kutinaa. Lyocell, tunnetaan myös kauppanimellä Tencell, on muuntokuitu, jonka valmistukseen tarvitaan erittäin puhdasta selluloosaa. Se on laskeutuva ja hengittävä kuitu. Pesussa se ei kutistu paljoakaan ja nyppyyntyminenkin on hyvin vähäistä. Lyocell on myös luja kuitu ja sopii yhdistettäväksi niin luonnonkuituihin kuin tekokuituihinkin. Yhdi-

tettynä villaan, lyocell lisää vaatteiden käyttöaikaa. Villa on eläinkuitu ja suomalaisen pintansa ansiosta helposti lämpöä sitova. Villa imee erittäin hyvin kosteutta. (VirtuaaliAMK- verkosto, 2014-12-02.)

Myös kangasvaatteissa oli tyypillistä tulppaani- muotoiset alaosat. Hihan pituus vaihteli $\frac{3}{4}$ -osahihan sekä lyhythihaisen välillä. Muutamista kuoseista kuten Ikkuna, Kumpu sekä Kuuran kukka löytyi lyhythihaista ja pitkähihaista mallia. Päämateriaaleina puuvilla/elastaani, puuvilla sekä viskoosi. Mustaselja -sarjan puuvilla oli kudottu tavalla, joka sai kankaan näyttämään kolmiulotteiselta. Viskoosivaatteiden joustamattomuus aiheutti ongelmia joillekin vartalotyypeille. Mallien yläosat olivat hyvin istuvia. Viskoosivaatteen pesuohjeet vaativat kuivapesua, mikä hankaloitti vaatteiden menekkiä.

Syksy/ talvi -malliston suuret pääntiet aiheuttivat monelle ongelman. Pidempää hihan pituutta toivottiin paljon. Tyylikäs tulppaanin muotoinen alaosa ei myöskään ollut jokaiselle vartalotyypille se kaikista suotuisin. Suorat yksinkertaiset mallit taas olivat hyvin kaupallisia. Kuluttajat säikähtivät jonkun verran vyötärön kohdalla olevaa saumaa. Se harvoin osui juuri oikeaan kohtaan ja palveli niin kuin se olisi ollut tarkoitettukin. Asiakkaat toivoivat pidempää helmaa, jotta vaate olisi käyttökelpoisempi.

Kaupalliset vaatteet tänä päivänä rakentuvat yllättävän samoista seikoista joka mallistossa kuten Kuvio 2 osoittaa. Nuutisen (2004) kaavioista käy ilmi ajatus, että vanhan malliston runkoa muokataan uudeksi. Mallistojen runko pysyy aika lailla samana, tottakai kesä ja talvi- sesogit eroavat hiukan toisistaan, mutta perusasiat kuten muodot voivat pysyä samana. Marimekolla huomasi, että mallistoon oli otettu mukaan vanhoja malleja, jotka olivat suosittuja aiemmin. Tuotantoon tuli uusia mekkomalleja, jotka tullaan näkemään tänä keväänä mallistossa. Ehkä kaupallisella ei aina tarkoiteta uuden luomista vaan muokataan vähän vanhaa, jo hyväksi todettua. Näin myös itse aion ajatella nyt ja jatkossa. Suunnittelemani mallit ovat yksinkertaisia ja helposti muokattavissa seuraavaa sesonkia varten.



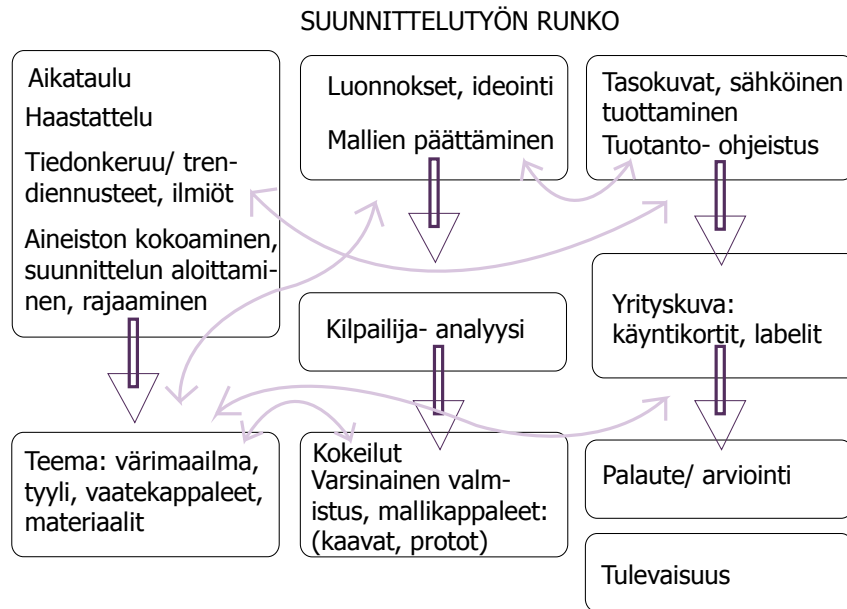
Kuvio 2. Kaavio suunnittelun rungosta (Nuutinen 2004.)

4 MALLISTO

Tässä kappaleessa tulen käsittelemään minivaatemallistoni suunnitteluaprosessia ja toteutusta. Kappale pitää sisällään kaikki vaiheet suunnittelun aloittamisesta mallikappaleiden valmistukseen sekä tuotannon ohjeistukseen.

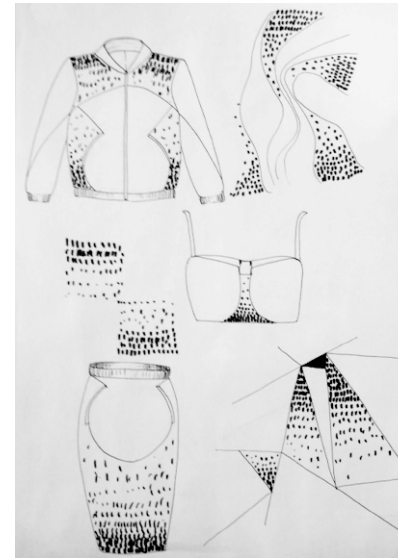
4.1 PURE- VAATEMALLISTON SUUNNITTELUPROSESSI

kosin kaiken yhteen. Pohjatyön jälkeen aloitin rakentamaan malliston teemaa ja värimaailmaa. Tämän jälkeen alkoivat suunnitteluvaihe ja ideointi. Kun mallit olivat jotakuinkin selvillä, värimaailma ja alkuperäiset mallit olivat muuttuneet. (Kuva 4.) Materiaalit vaihtuivat sen jälkeen, kun lopulliset mallit olivat selvillä (Alkuperäisiä materiaaleja, Liite 2).



Kuvio 3. Suunnittelutyön runko (Torpakko 2015-03-20.)

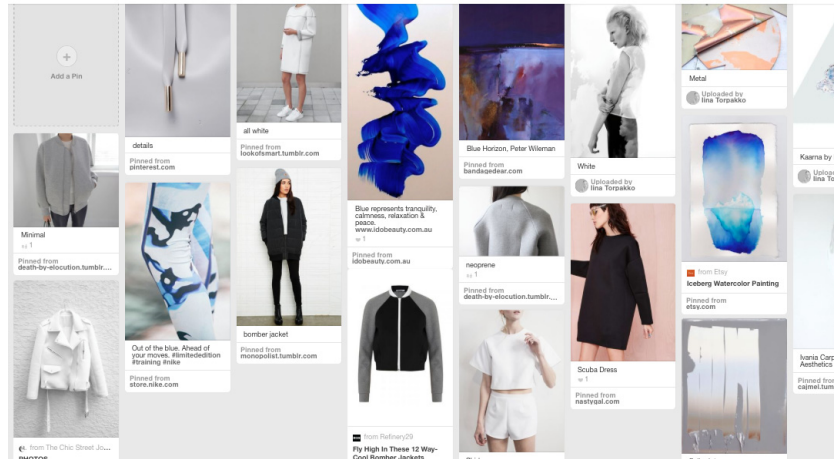
Työskentelyäni helpottamaan tein itselleni suunnittelutyön rungon (Kuvio 3). Rungossa näkyy perusosat, mitä suunnitteluprosessi pitää sisällään. Kuvasin ylimääräisillä nuolilla suunnitteluprosessin aikana tapahtuvia muutoksia. Suunnittelun edetessä jouduin palaamaan välillä taaksepäin tai alkuun tehty suunnitelma muuttui muuksi. Tein tiedonhankinnan ja sen jälkeen ko-



Kuva 4. Luonnoksia sketchbookistani (Torpakko 2014-11-05.)

Suunnitteluvaiheessa minulle luonnollinen tapa on kerätä mallistolle kuvapankkia. Poimin mielenkiintoisia kuvia, jotka inspiroivat minua. Tässä käytän apuna Pinterest-nimistä Internet-sivustoa. Sivustolla kuka vaan voi jakaa kuvia ja ihmiset voivat poimia niitä omalle "seinälleen". Tässä kuva tekemästani kuva-

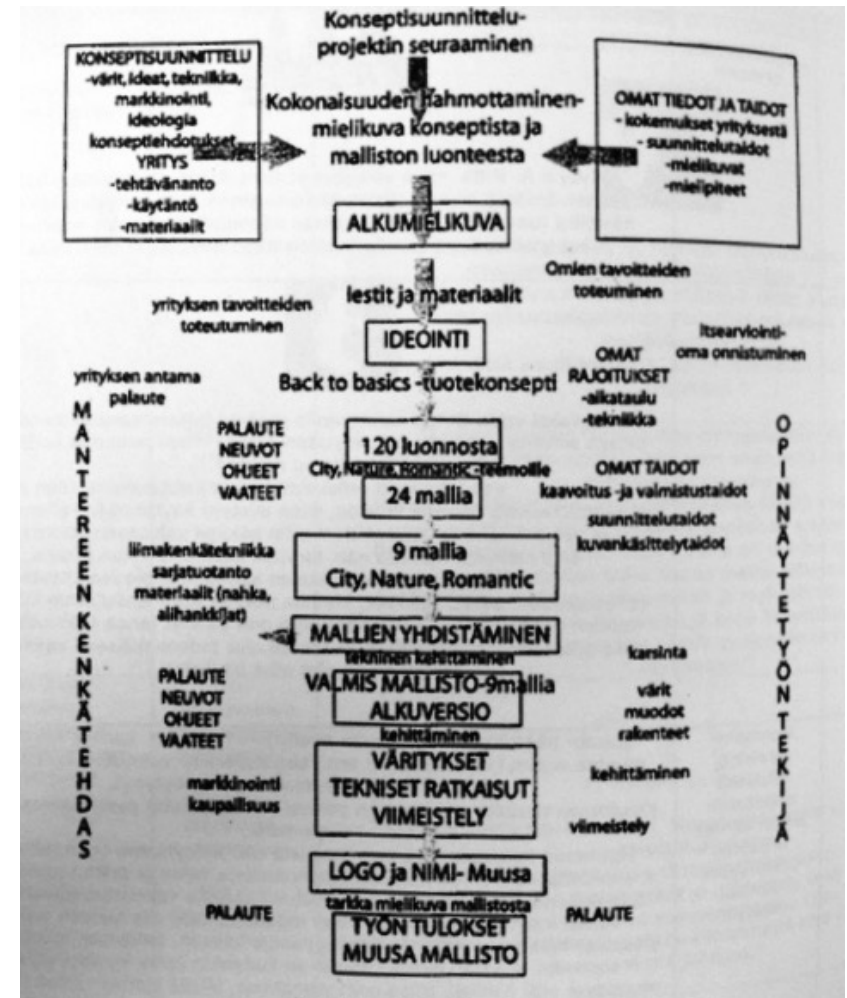
kollaasista Pinterest- sivultani (Kuva 5). Kollaasissa näkyy malliston muotokieltä, värimaailmaa sekä printti -ideoita. Tämä oli minun ideatauluni mallistoa varten.



Kuva 5. Kuvakaappaus Pinterest- sivustoltani (Torpakko 2014-10-03.)

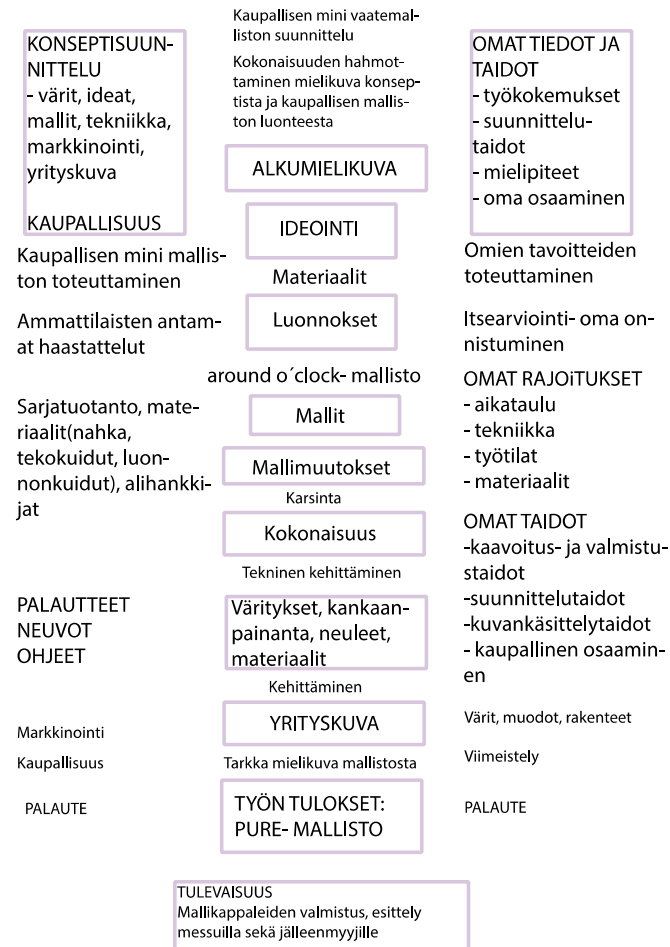
Tutustuin Pirkko Anttilan (2007) teoksessa Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö näkemääni malliin suunnittelu-kaaviosta (Kuva 6). Kaavio oli esimerkki toimeksiantona suorite-tusta jalkinemalliston kehittämishankkeen mallinnuksesta (Anttila, 102). Suunnittelija teki opinnäytetyönään tuotesuunnittelu-hankkeen, jossa laadittiin toimeksiantona jalkinemallisto uudelle tuotemerkillle. Työn tilaajana oli suuri kenkätehdas ja opinnäytetyön tekijällä oli mahdollisuus saada onnistunut työntulos suoraan esille alan messuille. (Anttila, 102.) Tein suunnittelu-kaavion pohjalta oman mallin suunnittelutyöstäni (Kuva 7, 20).

Sijoitin kaaviooni samoja asioita kuin Lahtinen sekä muokkasin siitä suunnitteluuni sopivan. Kaavion avulla oli helppo hahmot-taa kokonaisuutta ja prosessin kulkua.



Kuva 6. Tuotesuunnitteluhankkeen suunnittelukaavio (Anttila 2007, 102. Alkuperäinen Lahtinen, 2005.)

Kuva 7. Kaavio omasta suunnitteluprosessista (Torpakko 2015-03-31.)



Suunnittelu oli jo hyvällä alulla, kun tein mallistolle niin sanotun oman alustavan moodboardin. Moodboardissa näkyy värimaailmaa ja yleistä tunnelmaa. (Kuva 9, 21). Olin ehtinyt jo suunnitella printin ja kuosin, joten ne saivat näkyä selkeästi. Muuten jätin mallistoni moodboardin yksinkertaiseksi tässä vaiheessa suunnittelua. Lisäksi piirsin muutaman asukokonaisuuden. Kuvat helpottavat ymmärtämään malliston tyyliä ja vaatteiden yhdisteltävyyttä (Kuva 8).



Kuva 8. Malliston asukokonaisuuksia (Torpakko 2015-04-21.)



Kuva 9. Moodboard (Torpakko 2015-3-18.)

Olin alussa melko varma niin sanotuista raameista, sillä halusin tehdä oman näköiseni malliston. Vaatekappaleiden mallien päättäminen oli kuitenkin hankalaa, jotta onnistuisin kauppaliisuuden näkökulmassa hyvin. Haastattelut sekä kilpailija-analyyssissä käyttämäni brändien mallistorakenteet auttoivat tässä eteenpäin. Suunnittelutyön edetessä ajatukset harhailivat myös raamien ulkopuolella minulle tuttuun tapaan. Oli vaikeaa

pysyä välillä päätöksissä ja uskoa omiin aikaansaannoksiin. Ympärillä olevat virikkeet ja informaation määrä voi viedä suunnittelua väärille raiteille ja tehdä jo valmiista lopputuloksesta epävarman olon.

Trendiennusteiden tutkimisen jälkeen olin jo suunnitellut pään sisälläni ensimmäisen kokonaisuuden, jota lähdin jatkojalostamaan. Koko prosessi oli muutenkin heti alkuun tuotteliasta, mikä on tyypillistä minulle. Minulla on paljon ideoita, mutta ongelmani on niiden rajaaminen ja päätöksessä pysyminen. Poimin muutamia tärkeitä yksityiskohtia, joita halusin käyttää ehdottomasti mallistossani. Poolokaulus, etenkin savupiippumainen kaulus kiinnosti minua. Se on uusi ja trendikkäämpi versio tavallisesta poolokauluksesta. Raglan- ja lepakkohiha tuli esille haastattelujen yhteydessä ja halusin sovittaa ne mukaan mallistooni. Raglan- hihasta suunnittelin oman näköiseni version, joka olisi sopiva monelle kuluttujalle. Lepakkohihan tuotannolliset ongelmat neuleissa vaikuttivat sen pois jättämiseen kokonaisuudesta. Koska mallit ovat hyvin yksinkertaisia, suunnittelin pieniä yksityiskohtia tuomaan mielenkiintoa vaatteisiin. Näitä olivat esimerkiksi nahkasta valmistetut nyörit.

4.1.1 Malliston kohderyhmä

Kohderyhmällä tarkoitetaan kuluttujaryhmää, joita yhdistää jokin yhteinen tekijä. Se voi olla esimerkiksi ikä, sukupuoli tai ajattelutapa. En halunnut rajata mallistoni kohderyhmää liian pieneksi. Kohderyhmä pitäisi analysoida tarkkaan, ei voi tehdä ”kaikkea kaikille”, mutta malliston ei tarvitse olla ikävuosiin rajoitettu esimerkiksi 15 -20 tai 20 -30. Tämä on vanhakantaista ajattelua, mutta mallisto on suunnattava ryhmälle, jonka asenteet ja arvostukset ovat yhteneviä. Silloin voi myydä ”äidille ja tyttäreille”. (Linnonmaa, 2014-11-10). WGSN:n antama tulevaisuuden ajattelutapa sopi mainiosti Linnonmaan kommenttiin: ”No middle age: here, young and old go against the grain”. (WGSN, 2014-12-16.)

Haluan luoda lukijalle suuntaa-antavan mielikuvan minun mallistoni kuluttajasta ja siksi tein kevyet raamit. Kohderyhmäni kuluttaja on kaupunkilaisnainen, joka pitää skandinaavisesta tyylistä ja pukeutuu tyylikkäästi. Hänelle tärkeää on vaatteiden laatu, pitkäikäisyys ja monikäyttöisyys. Nainen ei suosi hetkittäistä massamuotia vaan hankkii aikaa kestäviä vaatekappaleita. Hän suosii suomalaista aina kuin voi. Hän käyttää yksinkertaisia vaatteita, joissa on pienet yksityiskohdat tekee vaatteesta mielenkiintoisen. Se voi olla leikkaus, printti tai muoto. Värejä hän

ei pelkää käyttää, mutta pitää siitä, että päävärit ovat harmonisia ja luonnollisia.

Kirjoitin pienen mielikuvatekstin ihmisestä, jollainen malliston kuluttaja voisi olla: ”Nainen on kiireinen. Hän työskentelee luovalla alalla, eikä tunne työaikoja. Hänet erottaa katukuvassa, sillä hän on huoliteltu ja aina oman näköinen. Luonnollisuus ja kuulaus ovat ihailtavaa. Hän asuu pienessä ja täysin valkoisessa asunnossa keskellä kaupunkia ja elää terveellisesti. Vapaa-ajalla hän nauttii pysähtymisestä ja luonnossa liikkumisesta. Puhdas luonto on hänelle tärkeä arvo. Talvi on ehdottomasti hänen vuodenaikansa. Aina kuin vain mahdollista, hän matkustaa pohjoiseen, sillä hän rakastaa lunta ja jokapuolella näkyvää valkeutta ja kuulautta.”

4.1.2 Tiedonkeruu, inspiraatio ja trendiennusteet

Kouluaikana opin käyttämään erilaisia apuvälineitä trendiennusteiden hakuun. Käytetyin sähköinen palvelu on vuonna 1998 perustettu WGSN -trendiennustesivusto, joka tarjoaa uusimmat muotitrendit. WGSN sisältää myös tasokuvapankin ja värikarttoja, joita voi ladata omaan käyttöön. WGSN on ehdottomasti muodin ja muotoilun aloilla toimiville suunnattu sivusto. WGSN -yrityksen sisällä toimivat asiantuntijat reagoivat trendisuuntauksiin ympäri maailmaa. He dokumentoivat tarkas-

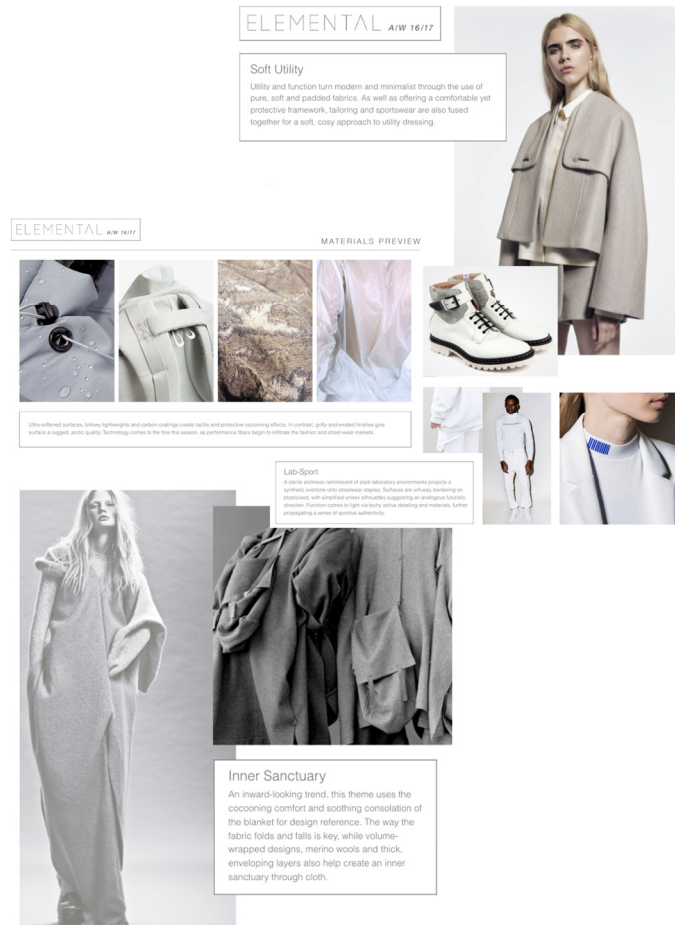
ti sivustolleen mitä ja missä milloinkin tapahtuu. WGSN julkaisee päivittäin uutta sisältöään nettisivuillaan. Heidän sivuiltaan voi lukea kaiken viimeisimmistä tuotteista, muodin muutoksista, teksteistä, väreistä ja jopa maailmassa tapahtuvista poliitikkasta. (WGSN 2015-04-20.)

Inspiraatio mallistoon syntyi viime syksynä kun sain ajatuksen tehdä kokonaan valkoisen malliston. Olen aina pitänyt talvesta ja lumesta. Mietin puhdasta, talvista luontoa ja sain ajatuksen mallistosta nimeltä Pure. Lähdin viemään ajatusta eteenpäin kaupallisessa mielessä. Mallisto tulisi siis sisältämään muitakin värejä, kuin valkoista. Tyyllisesti se näyttäisi selkeän graafiselta.

Otin selvää suunnittelun alkuvaiheessa trendiennusteista tuleville vuosille 2016 ja 2017 WGSN -sivuston kautta. Suunnittelin kaupallista mallistoa ja halusin olla ajan hermoilla, vaikken varsinaisesti halunnut valmistaa massamuoti mallistoa. Selvitin ajanhenkeä, printtejä, muotoja ja värimaailmaa. Kokosin löytämistäni kuvista kuvakollaasin (Kuva 10, 24).

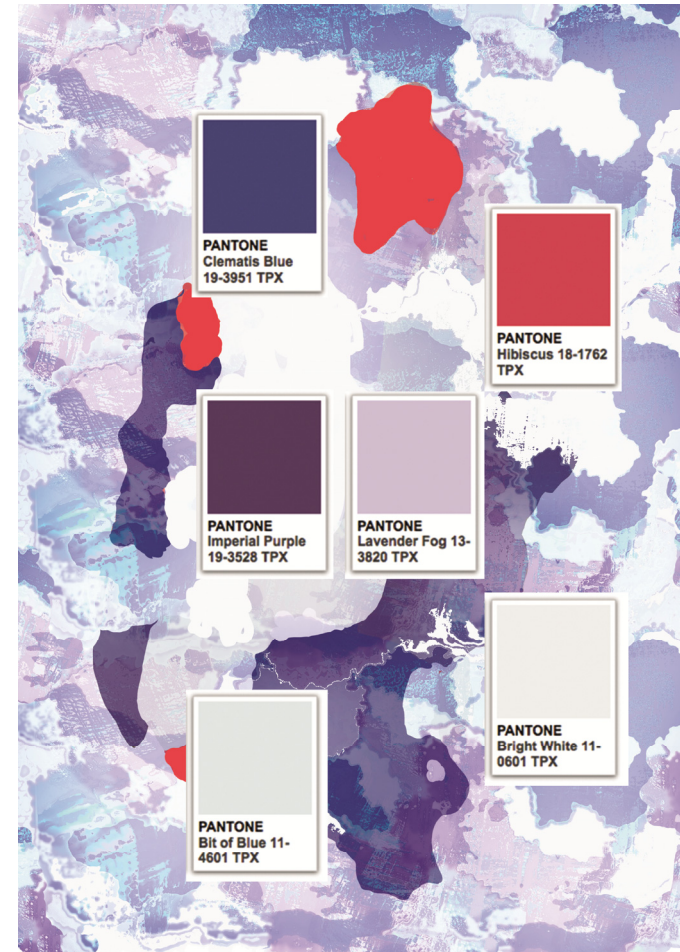
Katsoin WGSN:n sivuilta videon nimeltä No middle A/W 16/17 foresight (WGSN, 2014-12-16). Esiin nousivat muutamat mielenkiintoiset tulevaisuuden ilmiöt, jotka tahdoin ottaa mukaan suunnitteluuni. Käytän kaikkia kolmea ilmiötä ja yritän yhdistää ne parhaalla mahdollisella tavalla mallistossani. Yksi tulevai-

suuden ilmiöistä on aikaisemmin mainitsemani iätön ajattelutapa. Ikä ei enää rajoita ihmisiä pukeutumisessa. "No middle age: here, young and old go against the grain." (WGSN, 2014-12-16). "As a crossroads of contrast" sekä "Built old techniques to collaborative future" olivat myös ajatuksia, jotka jäivät pyörimään mieleeni. (WGSN, 2014-12-16.) WGSN:n A/W 16/17 ennusteiden mukaan makrotrendit jaetaan neljään eri lohkoon. Näitä ovat OffBeat, Elemental, Artisan ja ReMaster. Minun tyyliini näistä sopivin on Elemental.



Kuva 10. A/W 16/17 Elemental- kuvakollaasi (Torpakko 2014-12-16.)

4.1.3 Värimaailma



Kuva 11. Malliston värikartta (Torpakko 2015-03-18.)

Kun aloin suunnittelemaan värimaailmaa, käytin apuna haastateltaviltani saamaa tietoa. Linnonmaan mallistot koostuu kolmesta tai neljästä perusväristä. Lisäksi mukaan tulevat kolme tai neljä sesonkiväriä. Kokonaisvärimäärä on noin kymmenen väriä sesonkia kohden ja malleja noin 30 -40 kappaletta. Kaik-

kien värien on soinnuttava yhteen ja näytettävä hyvältä samalla rekillä esimerkiksi myymälässä. Malliston perusajatus on, ettei mallistossa ole liikaa värejä. Jos värejä on paljon, ne alkavat kilpailemaan toisiaan vastaan. (Linnonmaa, 2014-11-10.) Annen näkemys syksyn väreistä on tietyt ruskean ja harmaan sävyt. Lisäksi violetti ja sininen ovat osa väriskaalaa. Joulun päin mennessä punainen tukee jo syksyllä tulleita värejä. Keväällä tulee pehmeät sävyt ja kesäksi värit vaihtuvat kirkkaammiksi. Luonnonvalkoinen myy hyvin läpi vuoden. (Linnonmaa 2014-11-10.) Värien sävyt muuttuvat vuosittain, riippuen mitkä ovat milloinkin muodissa.

Omaan värimaailmaani rakentui oman inspiraation ja osaksi trendivärien pohjalle (Kuva 11, 24). Viime syksynä minua inspiroi paljon sininen sekä valkoisen ja harmaan eri sävyt. Minä halusin tuoda mallistooni värejä, jotka tuovat mielikuvan kylmästä ja koleasta. Väriihin kuului myös alun perin marmorit ja hopeat, mutta ne jäivät pois suunnittelun edetessä. En valinnut mallistooni kuitenkaan vain tyyppisimpiä syksy/ talvi- värejä, vaan halusin tehdä jotain omia valintoja. Näitä valintoja inspiroivat WGSN:n ideataulut, joissa myöskään värimaailmat eivät täysin vastanneet kunkin sesongin sille tyyppisintä värimaailmaa. Suunnittelun edetessä tajusin, että mallistoni ei sisältänyt paljoakaan trendivärejä. Tästä johtuen mallistoni olisi käytännöllisempi. Vaatteitani voi aivan hyvin käyttää myös kesällä. Tämä

on myös paljon ekologisempaa, koska sesonkiin ei tarvitse ostaa uusia vaatteita.

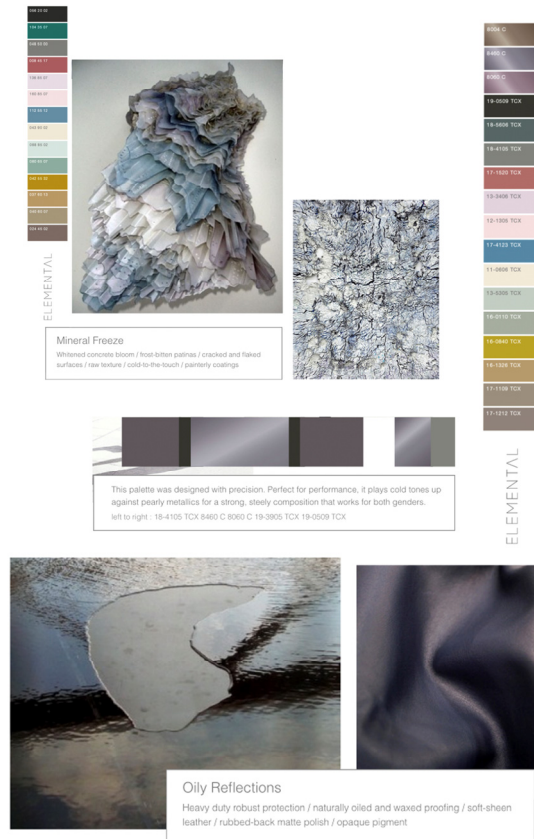
Vaaleita ja harmonisia sävyjä täyttämään valikoin ekstraväriin. Väri, joka antaisi nimenomaan raikkautta koko malliston kokonaisuuteen. Neonkoralli on ollut mieleinen väri suunnitellessani jo muutaman vuoden ajan ja ajattelin käyttää sitä tässä. Se antaisi hyvän tehosteen muuten neutraalille mallistolleni. Neonkorallista tuli siis tehosteväri ja se ajaa mallistossani talvella suosituksen punaisen väriin asemaa.

Talvella mallisto sisältää kirkkaan punaista, mustaa ja InkBlue-sinistä sekä tummaa violettiä ja hehkovaa oranssia. Suomessa toimii maanläheiset värit kummassakin sesongissa, koska täällä pukeudutaan edelleenkin hieman värittömästi. Harmaa on värinä trendikäs ja helppo yhdisteltävä kaiken kanssa. (Sarén, 2014-12-17.) Hanna näkisi multicolorit ja raikkaat neonvärit yhdistettyinä maanläheisiin sävyihin A/W 16/17 sesongissa.

Tein kuvakollaasin WGSN:n sivuilta löytämistä sesonkiväreistä (Kuva 11, 26). Mieltäisin mallistoni värimaailmanikin perusvärien trendiennusteissa A/W 16/17 Elementalin näköiseksi. Lisäksi tein materiaali- ja värikartan havainnollistamaan malliston tyyliä (Liite 6).

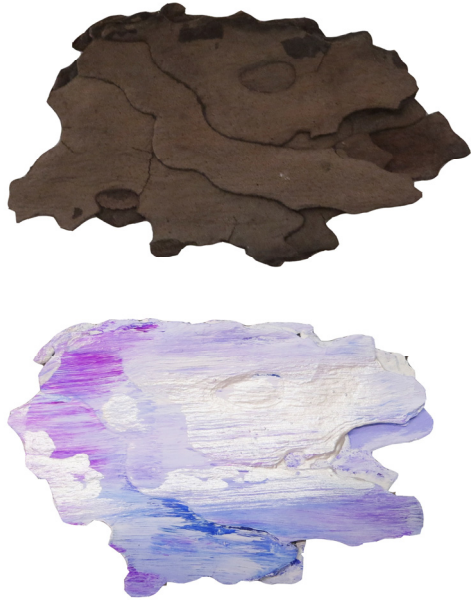
Minua inspiroi ympärillämme olevat muodot ja materiaalit, risti-riitaisuudet sekä yhdistelmät. Sattumat ovat myös inspiroiva asia. Muotoilijan on hyvä pitää silmät aina auki ja olla avoin kaikelle uudelle. Luin Metropolian opiskelijan, Tytti Kurulan (2013) opinnäytetyöstä trendiennusteiden perusajatuksista. Löysin sieltä muutaman muotoilijoille tärkeän kohdan. ”Yksi ta- pa tunnistaa heikkoja signaaleja on havainnoida omia reaktioita. Jos uuden asian kohdalla ensimmäinen reaktio on negatiivinen ja se herättää voimakasta paheksuntaa, kuvotusta tai kielteisiä ajatuksia, voi kyseessä olla heikko signaali.” (Hiltunen 2012, 108). ”Heikko signaali ei ole trendi, mutta on mahdollista että sen kehittyessä siitä tulee sellainen” (Mannermaa 2004, 113).

Kuosin inspiraatio tulee luonnosta. Löysin syksyllä kaarnan palan, jonka muoto oli mielenkiintoinen. Siinä yhdistyi pyöreät muodot, mutta samalla se oli rosoinen (Kuva 12, 27). Halusin alun perin malliston kuosiksi abstraktin kuvion, joka ei selkeästi muistuttaisi mitään. Tein kaarnasta kokeiluja ja huomasin sen toimivan erityisen hyvin kuosina (Kuva 13, 28).



Kuva 11. Värimaailma A/W 16/17 ELEMENTAL (Torpakko 2015-02-15.)

4.1.4 Printti ja kuosi

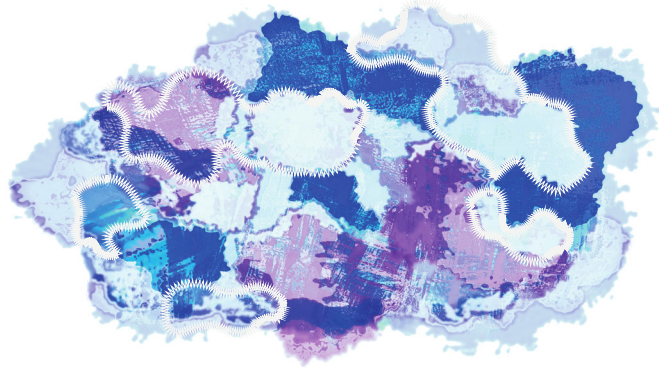


Kuva 12. Kaarna (Torpakko 2014-09-02.)

Kankaanpainon aiheuttamat ongelmat saivat minut pohtimaan myös muita ratkaisuja printin ja kuosin aikaansaamiseksi. Aikani trendiennusteita selatessani, sain idean tuottaa saman printin myös toisella tekniikalla. WGSN:n sivuilla mainittiin tulevaisuuden ilmiöistä ja mukana oli ote ” Built old techniques to collaborative future” (WGSN, 2014-12-16). Muistelin vanhoja tekniikoi-

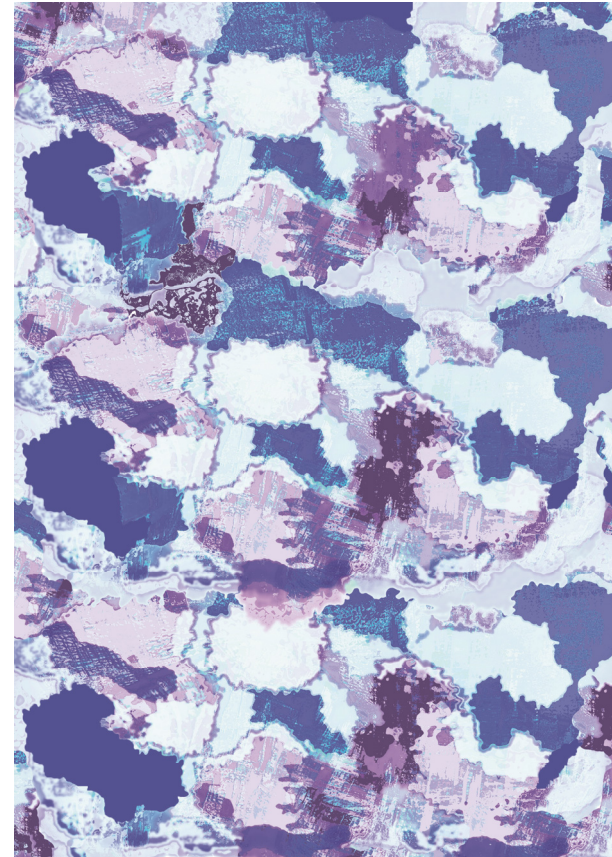
ta, joita kokeilin vuonna 2012 eräässä koulutyössäni. Kurssin tarkoituksena oli löytää mahdollisimman paljon eri tekniikoita ja löytää niistä sopivia omaan suunnitteluun. WGSN -sivuston trendiennusteet ja tämä tekniikka yhdistyivät. Syntyi poimuja tuottava ja kolmiulotteista vaikutelmaa luova tekniikka, jossa kankaaseen kirjotaan kuvio. Jos kangas leikataan auki, sen alta voisi paljastua toinen materiaali. Ilman leikkaamista, se nostaa paksun kankaan pinnan pulleaksi. Tätä tekniikka kutsutaan Chenille -tekniikaksi.

Adobe Illustrator -ohjelmassa kokeilin kirjontaa yhdistettynä painettuun printtiin (Kuva 13, 28). Sähköiseen lopputulokseen olin tyytyväinen. Kuosin ja printin suhteen pidin mielessä jatkuvasti kaupallisen näkökulman. Mikä olisi kuitenkin helppoa ja edullista tehdä? Kuosin tuottaminen digiprinttaus-menetelmällä olisi kaupallinen vaihtoehto, mutta kirjonta veisi paljon aikaa ja kuluja. (Kuva 14, 28.)



Kuva 13. Kaarna -printti kirjailtuna painetun kuvion kanssa
(Torpakko, 2015-3-18.)

Päädyn käyttämään mallistossani jatkuvaa kuosia, koska se olisi ehdottomasti edullisin tehdä. Kirjonnan voisi myöskin digi-printata kankaalle, näin se olisi edullisempaa ja näyttäisi mielenkiintoisemmalta.



Kuva 14. Kaarna -kuosi (Torpakko, 2015-3-18.)

4.1.5 Materiaalit ja materiaalikokeilut

Halusin mallistooni erilaisia materiaaleja, luonnonkuituja ja tekkokuituja (Kuva 15, 29). Neuleeni valmistutan Holopaisen Kustomolla, Tuusulassa. He käyttävät 100 % merinovillaa ja neuleet ovat teollisesti tuotettuja. (Holopainen, 2015-04-21.) Halu-

sin käyttää tekokuituja kuten scuba-polyesteria, erilaisia villakankaita sekä suomalaista poronahkaa. Minulle oli tärkeää laatu, mutta ajattelen vahvasti myös kaupallista näkökulmaa ja tuotannollisia asioita.



Kuva 15. Materiaalikartta (Torpakko, 2015-03-20.)

Mielestäni materiaalien hankinta on hiukan hankalaa Suomessa pieniä määriä tilatessa. Pienyrittäjän ei ole helppoa tilata vain muutamia metrejä, vaan useimmiten vaaditaan isommat tilauserät. Huomasin myös, että suomalaiset kangastukset eivät panna nettikauppoihin vaikka tällä hetkellä eletään vahvasti Internet-aikaa. Mallitilkkuja on mahdollista tilata monesta paik-

kaa, mutta isoja eriä paras vaihtoehto on mennä katsomaan paikan päälle tilattaessa.

Opiskeluaikoinani hankin aina materiaalit Eurokankaasta, koska minulle oli tärkeä päästä heti näkemään ja erityisesti tunnistelemaan materiaaleja. Olen tutustunut opintojeni aikana Suomen suurimpaan kangastukkuun, Tekstiilipalveluun. Yritys toimii Toijalassa ja heillä ei ole laisinkaan nettikaupaa. Valmistuksen alussa soitin Tekstiilipalveluun muutaman kankaan tilauksen takia, mutta heillä ei ollut kyseistä polyesterikangasta. (Tekstiilipalvelu, 2015-02-18.) Toinen hyvä ja suurin kankaiden, neulosten ja lankojen valmistaja on Orneule. Yritys toimii Orivedellä ja heillä on selkeät nettisivut. Harmikseni myöskään heillä ei ollut nettikaupaa. Lisäksi mahdollisia muita kangastukkuja ja agentteureja Suomessa ovat Suveka, Kangastukku sekä Shelby. Laajempaa valikoimaa löytää tietenkin ulkomailta. Saksassa toimiva Fuxotex on suuri eurooppalainen kankaantoimittaja ja Ideen laaja silkin toimittaja. (Ryynänen, 2015-04-02.)

Koska teen mallistoa, jonka haluan viestivän suomalaisuudesta, otin poronahkan yhdeksi päämateriaaliksi. Lähetin sähköpostia Ahlskog -nimiseen yritykseen, joka on suurin suomalaisen poronahnan toimittaja Suomessa. Tammikuun alussa sain postissa näytteet nahkalaaduista ja toivomistani väreistä. Materiaaleina olivat aikuisen poron nappanahka sekä vasan nappanahka. Po-

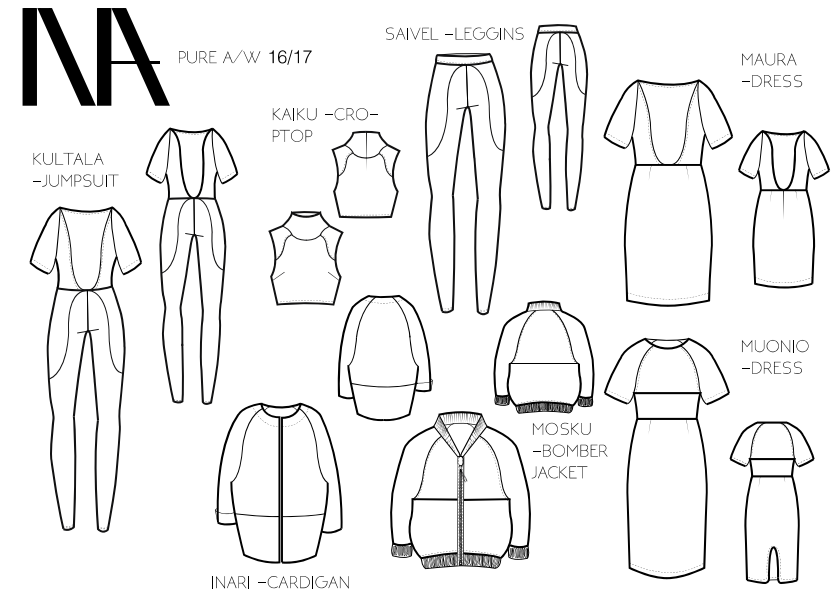
ron nappanahka "Pomo" on keskikooltaan 8-12 neliometriä. Vuodissa on arpia ja muita luonnonjälkiä. Vasan nappanahka "Saana" on keskikooltaan 7-8 neliometriä. Vasannahka on ohutta ja pehmeää. (Pönttiö, 2015-01-26.) Poronnahan ainoita huonoja puolia on sen hoito, sillä nahkaa ei voi pestä normaalisti. Marimekolla työskennellessäni huomasin, että vaatteen hoitovalla on suuri merkitys vaatteen ostopäätökseen. Poronnahka inspiroi minua nimeämään malliston vaatteet Lapissa sijaitsevien paikkojen mukaan.

Suomen Nauhatehdas tarjoaa laajan valikoiman vaateteollisuuden tarvikkeita. Minun olisi helppoa hankkia sieltä tarvikkeet mallistoa varten. Heidän sirkat ja vetoketjut ovat sellaisia, joita tahdon käyttää mallistossani. (Torpakko, 2015-04-21.) Myös NK -teollisuus tarjosi laajan kattauksen lisätarvikkeista, jota otin mukaan mallistooni. (Torpakko, 2015-04-21.) Malliston nauhat valmistettaisiin poronnahasta ja päissä olisi hopean väriset metallinupit. Ne tuovat kauniin yksityiskohdan vaatteisiin.

3.1.6 Mallistorakenne

Kokosin minimallistosta linesheetin, jossa näkyvät kaikki mallistoon tulevat vaatteet sekä asusteet (Liite 5). Linesheetissa näkyy vaatteiden ja asusteiden esimerkkiväriehdotuksia, missä niitä on saatavan. Kokosin myös kolme asukokonaisuutta ha-

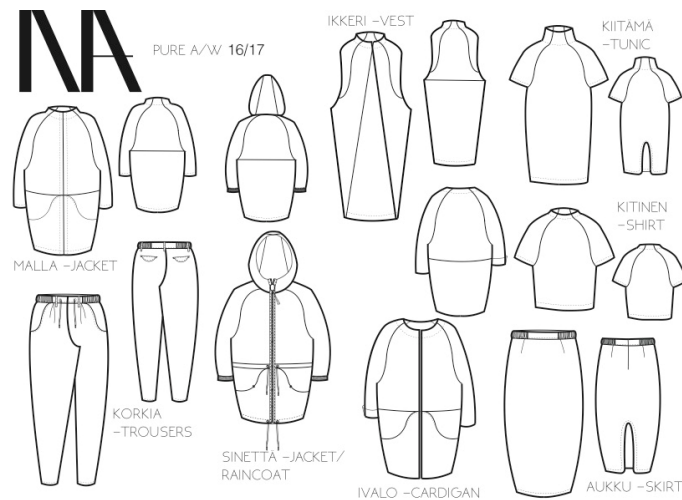
vainollistamaan malliston kokonaisuutta (Liite 4). Mallistostani löytyy istuvia sekä väljiä malleja. Suunnittelin mallit palvelemaan mahdollisimman montaa erilaista vartalotyyppiä. Helmat ovat pitkiä, johtuen myös siitä, että kyseessä on syksy/ talvi -sesongin mallisto. Hihallisia vaihtoehtoja on runsaasti, mutta myös hihattomia malleja esimerkiksi neuletakin kanssa on tarjolla (Kuva 16.)



Kuva 16. Mallistolakana 1 (Torpakko 2015-04-21.)

Takeista löytyy asiallinen villakangastakki sekä street- henkempi vedenpitävä takki. (Ks. Kuva 17.) Vuorillisessa vedenpitävässä takissa on taskut edessä, massiivinen metallivetoketju,

nahkaiset kiristysnauhat vyötäröllä sekä helmassa. Nauhakujan alareunassa on piilovetoketjut. Malli kapenee alaspäin niin kuin villkangastakkikin. Reilun kokoinen huppu antaa hyvää suojaa sateisessa ja tuulisessa syysäässä. Vuorillinen bomber-takki menee alkusyksystä myös kevyenä välikausitakkina, mutta ajaa samalla jakun asemaa. Neuletakissa malleja on kaksi hyvin samanlaista, toinen paksua merinovillaa ja toinen lyhempi vaihtoehto silkki-villa-sekoitetta. Neuletakit pysyvät kiinni pienillä hakasilla, jotka ovat väriltään kirkkaan neonkorallit. Malliston ainoa liivi on samaa materiaalia kuin lyhempi neuletakki. Liivi muistuttaa hiukan kietaisumallia, sen miehusta menee päällekkäin etupuolella ja sisäpuolella se kiinnitetään pienellä metallisella napilla.



Kuva 17. Mallistolakana 2 (Torpakko 2015-04-21.)

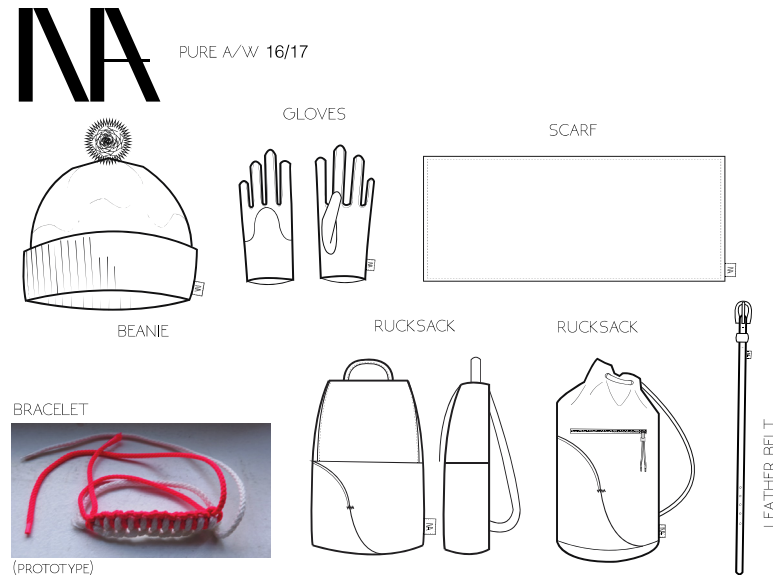
Housuihin kuuluu perusmallinen porkkanahousu, jota valmistetaan poronahasta sekä paksusta trikoosta. Housuissa sivuilla vyötäröllä kuminauharypytys 20 cm pituudella. Mielenkiintoa tuovat nahkaiset kiristysnauhat, joissa on metalliset nupit päissä. Legginssit ovat polyester-elastaani-sekoitetta, kauppanimeltä scuba -kangasta. Hame on puoleen sääreen ulottuva ja samaa kangasta kuin edellä mainitsemani legginssit. Kummassakin on vyötäröllä kuminauha, hameessa sijoitettuna 20 cm pituudelle sivuille. Legginssijä saa myös vaihtoehtoisesti printatusta poronahasta ja scuba- kankaasta yhdistettynä.

Paita ja tunika ovat malliltaan hiukan välijä. Näitä on saatavissa scuba- kankaasta sekä trikoosta. Scuba- kankaisena mallit näyttävät siistimmiltä ja ovat sopivia esimerkiksi asialliseenkin tilaisuuteen. Lisäksi mallistosta löytyy pidempi croptop -henkinen toppi, jota on saatavana polyesterisena sekä yhdistettynä poronahkaan.

Mekoista löytyy lyhyt sekä pitkä malli. Lyhyemmässä mallissa selkäosa auki. Pidemmässä mallissa keskellä takana samanlainen halkion kuin hameessa ja tunikassa. Molemmat saatavan polyesterisena, mutta myös yhdistettynä poronahkaan. Lyhyemmässä tällöin etupuolella kuvio printattua poronahkaa ja pidemmässä hihat sekä vyötärökappale samasta kankaasta. Suunnittelin yhden jumpsuitin. Ajattelin tämän siistejä tilaisuuksia

varten, joten poronahasta ja polyesterista valmistetussa vaatteessa ekstrana hihat digiprintattua silkkiä.

Asusteisiin valikoin muhkean pipon, nahkaiset käsineet sekä kahdesta materiaalista valmistetun huivin. Pipoa on saatavana useasta eri väristä yhdistettynä kuosiin. Nahkahanskoilla on sama saatavuus. Laukuiksi valikoitui kaksi eri mallia. Toinen sporttisempi ja kulmikkaampi selkäreppu ja toinen on rennompimpi, säkkimäinen reppu. Pienenä lisänä asusteisiin suunnittelin vielä punotun käsikorun ja ohuen vyön, jotka ovat kumpikin valmistettu nahasta. (Kuva 18.)



Kuva 18. Mallistolakana 3 (Torpakko 2015-04-21.)

4.2 MALLIKAPPALEIDEN TOTEUTUS

4.2.1 Mallikappaleiden valmistus

Alunperin tarkoitukseni oli valmistaa mallistosta kolme eri asukokonaisuutta. Asukokonaisuudet olisivat olleet kukin hie- man eri tilanteeseen sopivia. Opettajani Sari Hirvosen malliston- suunnittelun projektistudion kurssilla syksyllä 2012 suunnitte- limme ja valmistimme kolmen asun kokonaisuuden. Nämä olivat malliston showstopper, basic- ja fancy- kokonaisuudet. Minusta tämä kolmen asun kokonaisuus antoi mallistosta laajan koko- naiskuvan, joten halusin käyttää samaa työtapaa opinnäytetyös- säni.

4.2.2 Basic: Ivalo- cardigan

Ensimmäisenä aloitin basic -kokonaisuudesta. Olin aiemmin hankkinut Eurokankaasta villasekoitekangasta, josta piti tulla malliston lopullinen materiaali. Malli oli niin sanottu ”joka pai- kan”-neuletakki. Kuten Anne Linnonmaan haastattelussa kävi ilmi, nainen haluaa vaatteita, etenkin jakkuja, jotka sopivat moneen hetkeen. Suunnittelin yksinkertaisen mallin, monelle vartalotyypille sopivan. Protoon tein lepakkohihan. Käytin apuna kaavoituksessa Joka tyyppin kaavakirjaa. Kuosittelin le- pakkohihan oman mallin mukaiseksi. Valmistin neuletakin mal-

likappaleen villasekoitteesta, joka sisälsi 20 % villaa ja 80 % akryyliä (Liite 5). Lopullisen neuletakin materiaali muuttui suunnittelun myötä laadukkaaseen ja paksuun merinovillaan. Neuloksissa lepakkohiha oli tuottanut liian paljon materiaalihukkaa, joten hiha muuttui raglanhihaksi. Raglanhiha on hyvä vaihtoehto, sillä se asettuu aina oikeaan kohtaan riippumatta kuluttajan olkalinjasta.

Kohtasin paljon ongelmia materiaalien tilauksissa, joten aika-
taulujen puitteissa jouduin luopumaan muiden mallikappaliden valmistuksesta kokonaan. Tulevaisuudessa vaatteista valmistetaan mallikappaleet, jotka lähetetään yhdessä tuotekortin kanssa alihankintaompeijalle.

4.2.3 Mallikappaleiden ohjeistus tuotantoa varten

Tein ohjeistuksen tuotantoa varten yllä mainitusta Ivalo - neuletakista (Kuva 20, 34). Kyseinen tuotekortti lähetettiin kaa-
vapalveluun sekä Holopaisen kutomoon. Tuotantoohjeistuksessa näkyi tuotteen tiedot, kuten nimi, koot ja materiaali. Kyseisestä tuotteesta on kuva ja vieressä mitat, joita havainnoillistaa punaisella merkityt viivat. Mukana on myös värit, joissa tuotetta valmistetaan sekä erinäiset labelit ja niiden paikat. Mallistoni vaatteet ovat merkitty kirjainkoolla. Koot ovat xs xl:n välillä, riippuen tuotteesta. Neulosvaatteet valmistetaan S-koosta L-kokoon.

Suunnittelin mallistooni niskalabelit eli neck labelit, jotka ovat valmistettu valkoisesta tekonahasta. Niihin on laserleikattu yrityksen logo, vaatteen nimi ja ne on ommeltu käsin neljällä pistolla kulmista. Sivusauman yhteydessä on hoito-ohjeet, joista käy ilmi logo, pesuohjeet, materiaali sekä valmistusmaa. Lisäksi vaatteessa roikkuu vasemman hihan kainalosta riippulappu eli hang tag, joka sisältää logon, vaatteen nimen, materiaalin ja koon spray- maalattuna. (Kuva 19.)



Kuva 19. Niskalappu ja riippulappu (Torpakko 2015-04-21.)

NA

MANUFACTURING INSTRUCTIONS
PURE A/ W 16/17 21.3.2015

IVALO- CARDIGAN

size: S

sizes: s, m, l

material and color:

100% merino wool



19-3951 11-0601 11-4601

measurements:

A: chest : 72

B: waist : 56

C: neckline width : 23

D: neckline depth : 6

E: hemline length : 58

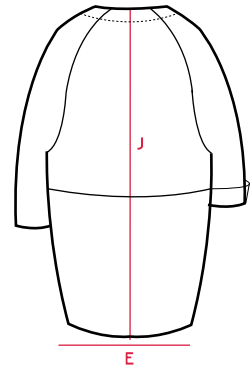
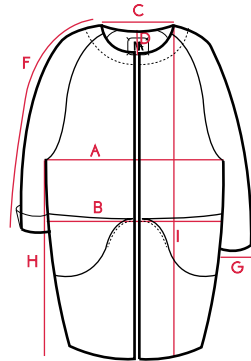
F: sleeve length : 78/64

G: sleeve width : 24

H: side length : 55

I: body length : 79

J: backside length : 84



care instructions



made in Finland

neck label



care label



hang tag



Kuva 20. Tuotekortti tuotantoa varten (Torpakko 2015-03-21.)

5 TUOTANTO

Tuotantoa suunnitellessa on huomioitava ehdottomasti infrastruktuuri. Missä tehdään, mitä tehdään ja missä aikataulussa?

Pitää huomioida myös materiaalien alkuperämaa. Materiaaleja ei kannata lennättää toiselta puolelta maapalloa tehtaalle. Kaikilla tehtailla ei ole mahdollista teettää pieniä määriä ja on selvitetävä tarkkaan millaisia malleja tehtaot tekevät. (Sarén, 2014-12-17.)

Tarkoituksena on tehdä vaatteet mallikappaleisiin asti itse, jotta alihankinnaksi jää vain kaavoitus, ompelu sekä kankaanpainanta. Yrityksen kuluja saisi näin ollen minimoitua. Tuotteita ei tehdä varastoon ja tuotetut erät ovat pieniä, mikä lisää vaatteiden erityisyyttä.

”On osattava lukea tilannetta ja jättää suunnittelun välivaiheiden viilaaminen pois, mikäli se on turhaa.” (Suhonen, 2015-03-13). Tässä asiassa tunnen onnistuneeni, sillä suunnitteluni eteneminen oli jouhevaa. Työelämässäkään ei ole aikaa liikaa käytettäväksi suunnitteluun. Koko prosessi on aikaavievää, erityisesti tuotannollisuus ja sen ohjeistus, joka on myös osa suunnittelijan työtä tänä päivänä.

Löysin tietoa etsiessäni Ulkomaankaupan agenttiliiton ostoppaan (Agenttiliitto, 2015-03-02). Agenttiliitonsivuilla oli tietoa maahantuojista tuotantomaista. Tätä voisin jatkossa käyttää apunani kankaiden hankinnassa ja muuhun tuotantoon liittyvissä asioissa.

Teollisuustaitteenliitto Ornamo, johon itsekkin kuulun, kertoi viime vuoden lopussa julkaisemassaan viikkotiedotteessa Viron tehtaisiin liittyvän jutun. Ornamo järjesti jäsenilleen matkan Viroon, jonka tarkoituksena oli tutustua kolmeen virolaiseen vaatevalmistajaan. Tästä vierailusta tekstiilisuunnittelija Hynninen (2014) oli kirjoittanut blogissaan kattavan tekstin koskien tehtaita, joissa he olivat vierailleet. Tästä innostuneena rupesin harjitsemaan virolaisia tehtaita tulevaisuutta ajatellen. Viroon ei ole pitkä matka matkustaa itse paikan päälle katsomaan tehtaita. Hänen kirjoittamansa teksti vakuutti minut tehtaiden luetavuudesta. Tämä voi si olla hyvä vaihtoehto, kun tulevaisuudessa kilpailutan alihankintaopelupalveluja. (Hynninen, 2014-10-22.)

5.1 ALIHANKINTA SUOMESSA

Otin selvää muutamista tarvitsemistani alihankkijoista Suomessa. En lähtenyt vielä tässä vaiheessa kilpailuttamaan monia eri yrityksiä. Tulevaisuudessa joutuisin tietenkin tutkimaan eri vaihtoehtoja ja kilpailuttamaan yritykset, jotta saavuttaa parhaan mahdollisen tuloksen laadullisesti ja taloudellisesti. Vaihtoehdot valikoituivat omien tai tuttujeni kokemusten perusteella. Tiedonhankinta oli hankalaa ja verkostoilla oli tässäkin tilanteessa tärkeä merkitys.

5.1.1 Alihankintaompelu

Sain syksyllä lopettaneen KAKSITVÅ-nimisen yrityksen toiselta suunnittelijalta Marjo Kuusiselta vinkin alihankintaompelusta. He käyttivät Suomessa, Lahdessa toimivaa Laatutikki-ompelimoa. Internetin kautta en löytänyt muuta kuin yhteystiedot, joten päätin soittaa suoraan yritykseen.

Muutaman yhteydenoton jälkeen laitoin yritykselle linesheetin. Pyysin heiltä suuntaa-antavaa arviota minimallistoni ompeluttamisesta. Tahdoin tietää jokaisen vaatteiden yksilö- ja koko mallistokokonaisuuden hinnan. En saanut tarjousta muutama viikkoon ja otin yhteyttä uudelleen. Asiaani rupesi hoitamaan eri ihminen ja sovimme, että he ovat minuun päin yhteydessä, kun

hinta- arvio valmis. Laatutikistä soitettiin viikkoa myöhemmin, eikä asia ollut edennyt ollenkaan. Kävimme puhelimesta läpi malliston joka ikisen vaatekappaleen. Katsoimme yhdessä kaikki saumat ja kuinka mikäkin olisi järkevin tehdä. Selvisi myös, etteivät he ole koskaan valmistaneet poronnahasta vaatteita, joten saisin hinta-arvion vain tekokuidusta valmistettavista vaatteista. Heillä on vanha konekanta, eivätkä he olleet varmoja, onko lopullinen tulos tarpeeksi hyvä. Poronnahka täytyisi testata paikan päällä, ennen kuin he voisivat sanoa, ottavatko tilausta vastaan ja paljon sen ompeluttaminen kustantaisi. Päätin kuitenkin, että hinta-arvio tehdään nyt alkuun eri materiaalista. Hinta-arvio on suuntaa-antava ja tehty minun minimallistolleni. Hinnat voivat muuttua tulevaisuudessa. Hinta perustuu siihen, että yhtä kokoa valmistetaan alle kymmenen kappaletta. Hinnat ovat arvolisäverottomia. Minun tulee toimittaa yritykseen kaavat, kankaat sekä langat. (Rantanen, 2015-04-21.) Tein taulukon, jossa näkyy jokaiselle vaatteelle annettu hinta-arvio (Kuva 21, 37). Etenemme jatkossa poronnahan ompelun kanssa, kun on enemmän aikaa ja resursseja.

Kuva 21. Taulukko, Hinta-arvio (Torpakko 2015-04-21.)

LAATUTIKKI OMPELIMO 21.404.2015 HINTA -ARVIO MINI-
VAATEMALLISTOLLENI, ALV. 0%

Mosku -bomber jacket	68€
Malla -jacket	100€
Korkia -trousers	30€
Sinettä -jacket/ raincoat	88€
Kiitämä -tunic	25€
Kitinen -shirt	11€
Maura -dress	30€
Muonio -dress	38€
Saivel -leggings	18€
Aukku -skirt	20€
Kultala -jumpsuit	44€
Kaiku -croptop	20€

5.1.2 Kankaanpaino

Tutustuin Habitare-messuilla osastoon, jossa Lapin Yliopiston opiskelijat esittelivät omia kuosejaan. Kuosit olivat painettu reaktiiviväreillä puuvillakankaalle. Juttelin erään opiskelijan kanssa ja kävi ilmi, että kankaat olivat valmistettu suomalaisessa Printscorpio-nimisessä yrityksessä. Sama yritys tuli vastaan käydessäni Polarstoff-kangasmessuilla 1.10.2014.

Halusin käyttää mallistossani itse suunniteltua kuosia ja mahdollisesti printtiä. Kankaanpainaminen kotioiloissa tuotti monia ongelmia. Työtiloja ei juurikaan ollut ja suurien määrien painaminen olisi lähes mahdotonta. Otin Printscorpioon yhteyttä ja kyselin hinnoista ja tilausmääristä. Printscorpio Oy on vuonna 1984 perustettu lipputehdas-tekstiilipaino. He tulostavat ensimmäisenä painotalona Suomessa luonnonmateriaaleja, muun muassa puuvillaa ja pellavaa, metritavarana digitaalisesti, pesua kestävin reaktiivivärein. Lisäksi he silkkipainavat metritavarapainatuksia sekä tekstiilejä, pyyhkeitä ja paitoja. (Printscorpio, 2014-11-19.) Heiltä pystyy tilaamaan minimissään kolme metriä valmista printattua ja käsiteltyä kangasta. Edullisin materiaali on puuvillakangas palttinasadoksella. Kankaan painamiseen kuluu noin kaksitoista työpäivää. Mahdollista on myös tilata kankaita Whalesista, joka on englantilainen kangaskauppa. Kankaat ovat esikäsiteltyjä digiprinttausta varten. Sieltä kangas menee suoraan painoon ja painon jälkeen asiakkaalle. Tässä tilanteessa kustannukset ovat suuremmat. (Printscorpio, Elina 2014-11-19.)

Printscorpio lähetti 19.11.2014 minulle näytteet digiprintatuista materiaaleista (Kuva 22, 38). Pystyin samalla tutkimaan myös heidän materiaalejaan, olisivatko ne sopivia käytettäväksi mallistossani. Tässä vaiheessa hinta tuli vastaan, enkä voinut laittaa tilausta eteenpäin. Tulevaisuuden kannalta on tärkeä kuitenkin tietää, että tällainen yritys mahdollistaa digiprinttauksen. Halu-

sin käyttää mallistossani digiprintattua poronahkaa, mutta sen tuottaminen jäi vielä epäselväksi.



Kuva 22. Printscorpionin materiaalinäytteet (Torpakko 2014-11-19.)

Kävin 13.11.2014 ostamassa kangasvärejä kokeiluihin Helsingissä sijaitsevalla Serivärillä. Selvisi, että Serivärikin digiprinttaa kankaalle, mutta heillä on mahdollista printata vain kangaskassin kokoinen alue. Hylkäsin Serivärin vaihtoehtona digiprinttaukselle, koska tarkoituksena oli painaa isoja pinta-aloja. Ostin muutamia kangasvärejä ja aloitin kokeilujen painamisen kotona (Liite 3). Olin tykästynyt käsillä maalaamiseen opettajani Elina Sillanpään järjestämällä printtikurssilla keväällä 2014. Täältä oppimaani käytin nyt hyödyksi ja maalasin käsin Kaarna-printtiä kankaalle. Pidän vapaalla kädellä maalaamisesta, koska lopputulos on aina erilainen ja uniikki. Mallisto voisi sisältää muutaman tuotteen, jotka olisi käsinmaalattuja, mutta tämä toisi tuotteille lisähintaa, eikä olisi niin kaupallista.

5.1.3 Kaavoituksen alihankinta

Olin yhteydessä Kuopion Kaavapalveluun 20.03.2015. Kävimme tutustumassa Kaavapalvelulla keväällä 2014 vaatetusmuotoilijoiden kanssa. Yritys vaikutti hyvältä ja ammattitaitoiselta, joten pyysin heiltä suuntaa-antavaa hinta-arviota mallistosta. (Kuva 23, 39.)

Sain vastauksen jo seuraavalla viikolla koko malliston sarjonnasta. Assi Moilanen oli yhteyshenkilöni Kaavapalvelun puolelta. Moilanen: " Sarjonnin hintaan ei vaikuta kuinka monta kaa-

vaa sinulla on ja siksi yleensä suosittelen, että sarjontaan tehdään mahdollisimman monta kokoa. Esim. kun sinulla nyt on toive saada koot S-XL, tuote kannattaa sarjoo vaikka XXS-XXL.” Kaavat saa mdl- muodoissa (Lectra) sekä DXF&RUL-tiedostoina, jolloin ne sopivat suurimmalle osalle ohjelmistoja. Ja tietysti halutessani liimaiselle paperille, joista voi tehdä paperikaavat. Jos teen teollista tuotantoa, kaavoista voidaan myös tehdä asetelmat leikkaamoa varten. (Moilanen, 2015-3-23.)

Olin todella tyytyväinen Kaavapalvelun nopeaan toimintaan. Kuopion kaavapalvelu on erittäin hyvä vaihtoehto sarjontaa varten, heidän kanssaan oli helppo ja mukava asioida. Hintavertailua pitää tietenkin tehdä, mutta jos yrityksissä ei ole suuria eroja, en näe mitään estettä tilata heiltä sarjottuja kaavoja.

Kuva 23. Kuopion Kaavapalvelun sarjontatarjous mallistolleni (Moilanen 2015-03-23.)

VAATEMALLISTON SARJONTA 23.3.2015

Iina Torpakko

malli	hinta
pusakka	225€
raglantakki	225€
mekko LH	180€
mekkotunika	225€
huppari	225€
kimono	225€
pitkä kimono	90€
vyö/korsetti	90€
pitkä mekko	135€
paita	90€
kietaisumekko	270€
legginsit	135€
haalari	315€
housut	135€
hame	90€
toppi	135€
yhteensä 2 790€	

5.1.4 Neuleiden alihankinta

Kutomo Holopainen Oy on Tuusulassa toimiva korkealaatuisia neuleita valmistava yritys. Kokoelmien perustana on helppo hoitoiset ja korkealaatuiset 100 % merinovillasta valmistetut neuleet. Materiaaleina ovat myös 100 % puuvilla ja helppo hoitoinen 55 % PV/45 % akryyli-sekoite. Kaikki heidän valmistavat neuleet ovat kotimaista laatutyötä. Kutomo on toiminut jo vuodesta 1964. (Holopainen, 2015-03-04.)

Ollessani yhteydessä Kutomo Holopaiseen, kohtasin monia aivan odottamattomia seikkoja. Suunnittelemani pronttiä ja kuosia ei pystyisi tekemään neuleeseen niin monella värillä, mitä olin ajatellut. Kolmivärinen Jacquard-neule olisi vielä toteutettavissa, mutta neljällä langalla siitä tulisi aivan liian paksu. Kuosiin ei onnistuisi ollenkaa monivärjäys ja kuosi tulisi suunnitella paljon yksinkertaisemmaksi. Monia värejä ei ole varastossa ja lankatilauksen minimimäärä on 24 kilogrammaa väriä kohden. Tulisi todella kalliiksi tilata monia eri värejä neuleita varten. Tällä hetkellä varastoväreistä löytyy musta, luonnon valkoinen, tumman sininen, punainen, harmaa, ruosteen punainen sekä luumu. Kävi myös ilmi, että hiha oltava istutettu tai raglan, sillä kimonohihan valmistamisessa tulee paljon hukaneuletta. Päätimme kutomon kanssa, että neuleisiin tulisi suunnittelemani raglanhiha. Tällaisista asioista ei tiedä etukä-

teen ja ne voivat aiheuttaa isoja muutoksia mallistoon sekä aikatauluhiin. Koko prosessi kesti heidän kanssaan muutenkin pitkään, koska heillä oli kiire asiakastilausten kanssa.

Sain karkean tarjouksen mallistoni Ivalo -ja Inari -neuletakista sekä piposta. Nämä kaikki valmistettaisiin samasta materiaalista, 100 % merinovillasta, kolmivärisellä jacquard-kuosilla. Ivalo- neuletakin hinta pyörii noin 63€, alv. 0 %. Lyhyempi Inari- neule noin 61€, alv 0 %. Pipon tupsulle tulee noin 19,50€, alv. 0 %. Nämä hinnat ovat tuotantohintoja eikä neuletakkeihin sisälly mahdollisia kiinnitystarvikkeita. Näiden lisäksi mallintekokustannus on tuntityönä ja arvioitu aika on noin kuusi tuntia näille kolmelle mallille. Tuntihinnaksi on hinnoiteltu 45 € tuntia kohden, alv. 0 %. Jos joudutaan tilaamaan lankoja minun väreilläni, niin niistä tulee tietenkin lisäkustannuksia. (Holopainen, 2015-04-14.)

6 MALLISTON KAUPALLISTAMINEN

Tässä kappaleessa kerron malliston kaupallistamisesta. Kerron pintapuolisesti yrityksen brändäyksestä ja yrityskuvasta. Kappaleessa käy myös ilmi, millaisen yrityskuvan halusin luoda mahdolliselle tulevalle brändilleni, INA:lle. Tein brändistäni kilpailija-

analyysin, mikä helpottaa minua analysoimaan mahdollisen yritykseni sijaintia markkinoilla ja terävöittämään strategiaani.

6.1 Brändäys

Kävin kuuntelemassa Anne Linnonmaan pitämän luennon Naisyrittäjyyskeskuksella ”Tietoisku: Oma tuotemerkki ja brändäys.” Sain sieltä paljon hyviä neuvoja, jotka täydensivät jo koulussa oppimaani.

Yritys tuottaa voittoa silloin kun yrityksen kaikki perusasiat ovat kunnossa ja se on kokonainen paketti. Yrityksellä on selkeä liikeidea: mitä, miten, kenelle ja miksi? ”Hyville tuotteille on aina kysyntää”. (Linnonmaa, 2014-11-10.) Tärkeää on pitää mielessä oma persoonallisuus ja tuotteiden ulkonäkö. Pitäisi osata luoda uusia tapoja ilmaista asiat uudelleen. Tuotteita suunniteltaessa tiedetään kohderyhmä. Ihmisiä ei kuitenkaan pitäisi lokeroida vaan ajatella laajasti. Pitää tietää kelle tuotteet pääsääntöisesti on suunnattu. On hyvä laskea irti jo heti alkuun ”paras ta ennen” -ajattelusta. (Linnonmaa, 2014-10-15.)

Tuotteiden markkinointi oltava johdettu kokonaisuus. Jakelukanavat vaikuttavat kaikkeen. Pitää tietää missä ostajat ovat ja menekki on suurin. On turhaa sovittaa mittatilaistuotteita tava-

rataloon. Jakelukanavia on paljon tänä päivänä. Vähittäiskauppa, verkkokauppa, B to b ja kotimyynti näistä yleisimmät.

Yritystä perustaessa lasketaan kannattavuus ja budjetti. Kannattavuudessa pitää miettiä tarkkaan tuotteiden hinnoittelu. Hinnoittelussa voi epäonnistua helposti. Linnonmaan mielestä pitää pyrkiä hinnoittelemaan tuote heti oikein, ettei tulisi niin sanottuja aletuotteita. Henry Ford: ”Ei työnantaja palkkoja maksa, hän vain käsittelee rahaa, tuote maksaa palkat”. Yritys olisi hyvä brändätä hyvin heti alkuun. Brändäys mahdollistaa paremman hinnoittelun. (Linnonmaa, 2014-10-15.)

6.2 Yrityskuva

Tuote on yrityksen toiminnan konkreettinen tulos, joka on tarkoitettu asiakkaan käyttöön. Tuote on siten yrityksen ja asiakkaan rajapinta, jossa asiakkaan tarpeet ja yrityksen ratkaisut kohtaavat. Onnistuakseen yrityksen on ymmärrettävä asiakkaan tarpeet ja valintaperusteet. Yrityksen on noustava parhaiten kilpailijoiden joukosta. Design management -ajattelulla tarkoitetaan tuotekuvan hallintaa ja tuotteen ja tuotevalikoiman hallintaa yrityskuvan rakentamiseksi. (Poikolainen, 1994, 47.)

Pienillä asioilla yrityksen markkinoinnissa, on huomattavan suuri merkitys kaikkeen. Tuotteen nimi ja merkki, tuotteen pakkaus (miten se suojaa, mitä se viestii), laatu (pitkäaikainen/lyhytaikainen käyttö, miten se näkyy tuotteessa). Nämä ovat ominaisuuksia, jota asiakas etsii ja miten ne tulevat näkyviin muodon ja ulkonäön kautta. Onko jakelutie sopiva tuotteille sopiva? Rakentaako jakelutie tuotteen laatuksua haluttuun suuntaan? (Poikolainen, 1994, 72-73.)

6.3 Käyntikortti

Löysin sosiaalisesta mediasta helsinkiläisen yritykseen nimeltä Laser Cut Studio. Heidän Facebook-sivuillaan mainostettiin printtausmahdollisuudesta mille vain materiaalille. Laser Cut Studio on uusi laserleikkaukseen erikoistunut yritys. He tarjoavat suunnittelijoille ja luvien alojen työntekijöille nopean ja edullisen tavan toteuttaa ideoitaan Helsingin alueella. "Paikallista tuotantoa paikallisille suunnittelijoille". (Laser Cut Studio, 2015-04-01.) Kiinnostuin heti yrityksen toiminnasta. Olin suunnitellut kouluaikana käyntikortin, jossa tiedot ja logo oli painettu puiselle levyille. Näiden tekeminen käsin oli hankalaa ja aikaavievää. Päätin ottaa yhteyttä Laser Cut Studioon ja tehdä tarjouksen käyntikorttien valmistamisesta.

Yrityksen kanssa oli helppo käydä keskustelua eikä minun tarvinnut kertaakaan käydä yrityksessä paikan päällä ennen suunnitteluvaiheessa. Lähetin tiedot kortista, tasokuvat, logot sekä tekstien outlineet ja yritys lähetti minulle sähköisen mallin tulevasta kortista. Hintatiedot korttia kohti oli myös lisätty mukaan. Yhden kortin hinnaksi muodostui 1,40€ sisältäen alvin 24%. Hyväksytin sen ja pyysin valmistuttamaan kymmenen kappaletta mallit. Sähköpostivaihdon jälkeen sain omat käyntikortit käsiini. Olin tyytyväinen lopputulokseen ja laitoin kortteja enempi jatkotilaukseen (Kuva 24).

sä työntekijän kanssa lopputulosta ja muutama päivä myöhemmin kävin noutamassa käyntikortit.



Kuva 24. Kuvankaappaus Instagram-tilistä (Torpakko 2015-4-01.)

Kyseinen yritys valmisti mallistooni tulevat niskalabelit sekä riippulabelit. Lähetin tiedostot yritykseen sähköpostitse ja toimitin tekonahkan toimistolle. Hetken aikaa suunnittelimme yhdes-

6.4 Kilpailija-analyysi

Kilpailija-analyysi määrittelee mitä, kenelle ja miksi. Mitkä ovat kilpailijoiden tärkeimmät kilpailukeinot ja mitkä minun. Se auttaa määrittämään oikean hintatason ja kilpailuedut. Kilpailijoiden vahvuuksien ja heikkouksien sekä heidän strategioidensa analysointi auttaa yritystä asemoimaan sijaintinsa markkinoilla ja terävöittämään omaa strategiaansa. (Hirvonen, 2012.)

Otin kilpailija-analyysiin samoja yrityksiä, joita tarkastelin kun etsin tietoa A/W vaatemallistojen rakenteesta ja sisällöstä. (Ks. kuva 25, 45). Näitä yrityksiä olivat R/H, Cos ja Acne. Kilpailija-analyysi- taulukkoon valikoin R/H:n ja Cosin. Kaksi eri yritystä, joilla on tyyllisesti samanlaisia vaatekappaleita. Kooltaan nämä yritykset ovat kuitenkin aivan eri luokkaa. Cos on iso ja kansainvälinen yritys, joka kuuluu H&M:n konserniin. R/H on pieni, suomalainen yritys, jossa toimii kaksi suomalaista naissuunnittelijaa. R/H on kuitenkin kasvanut kovaa auhtia ja tekee tällä hetkellä myyntiä ulkomaillakin. Nämä kaksi merkkiä ovat markkinoilla kilpailijoitani.

Asemointi: miten tuote eroaa nykyisistä. Tuote lupauksen voi suunnitella niin että se eroaa massasta ja vetoaa kohderyhmiin. Asemointi tehdään ihmisten mieliin. (Poikolainen, 1994, 62.)

Minun mallistoni vahvuus on kotimaisuus. Se on ominaisuus, joka tuo sille lisäarvoa, siinä missä ekologisuuskin. Huomasin asiakaspalvelutyössäni useita kertoja kuluttajien negatiivisen suhtautumisen ulkomailla tuotettuun tuotteeseen. Pystyn tuomaan vaatteille lisäarvoa ja kilpailuvalttia, kun ne ovat valmistettu Suomessa. Kaupanalan kokoemukseni on näyttänyt sen, että kun tähdätään ulkomaan markkinoille, suomalaiset ja Suomessa tuotetut tuotteet ovat haluttua. Erityisen hyvä markkinarako on Aasian maissa. Skandinaavinen muotokieli on mieleistä Aasian maissa. Onhan se nähty esimerkiksi Marimekon kohdalla. Perustan tämän mielipiteen oman henkilökohtaiseen kokemukseeni.

Kuva 25. Kilpailija -analyysi (Torpakko 2015-03-07.)

KILPAILIJA	R/H		COS		INA
Kohderyhmä	Naiset		Naiset, miehet ja lapset		Naiset
Tyyli	Skandinaavinen, moderni, graafinen, nuorekas, kaupallinen, trendikä s, 80- luku vivahteita.		Skandinaavinen, kaupallinen, minimalistinen, selkeä, ajaton, muodikas		Skandinaavinen, kaupallinen, yksinkertaisuus, ajaton
Malliston/ tuotteiden laatu	Laatu korkeatasoinen/ keskitasoinen. Materiaalien laatu vaihtelee.		Laatu korkeatasoinen/ keskitasoinen. Materiaalien laatu vaihtelee.		Laatu korkeatasoinen/ keskitasoinen. Materiaalit kunnollisia.
Tuotteet	Kaupallisia naisellisia naisten vaatteita. Ei alusvaatteita.		Kaupallisia naisten vaatteita. Merkiltä löytyy kaikkia vaatekapaleita.		Kaupallisia, minimalistisia naisten vaatteita. Ei alusvaatteita.
Printit/ kuosit	Tärkeä osa jokaista mallistoa. Täyttää malliston kokonaisuuden. Värikkäät printit		Printtiä vähän.		Printti erottuu selkeästi mallistosta. Mukana myös yksityiskohdissa.
Materiaalit/ värit	Paljon värejä. Harmoninen kokonaisuus. Trikoo, neule, farkku, sifonki, luonnonkuidut.		Trendivärit ja kaupalliset värit. Löytyy kaikille jotakin. Trikoo, farkku, sifonki, silkki, neule, villa, nahka, luon.kuidut.		Harmoninen ja muutama tehosteväri. Ei niinkään trendivärejä. Trikoo, college, tekokuidut, poron nahka, villa, luon.kuidut.
Hinnoittelu	50- 300		15- 450		50- 300
Tuotanto	Viro		Bangladesh, Intia		Suomi, Viro jatkossa mahd.
Jälleenmyyjät	Helsinki: Stockmann, My O My. Belgium, Denmark, Italy, Germany, Japan, Korea, The Netherlands and USA.		Omat liikkeet 25 eri maassa.		Helsinki, Japani.

7 POHDINTA JA ARVIOINTI

Alun perin minimallistoni oli tarkoitus esitellä muutamalle eri myymälälle Helsingissä ja kysyä heidän mielipiteensä. Näitä mallistolleni sopivia jälleenmyyjiä sekä suunnittelijoiden pitämiä putiikkeja olisivat olleet Urban A, Qistore, OVVN sekä Liike. Verkkokaupoista Dress Rehearsal olisi ollut sopiva. Urban A sekä Qistore ovat perinteisiä jälleenmyyjiä. OVVN ja Liike ovat ikään kuin showroomeja, josta mahdollisuus ostaa tuotteita. Näitä liikkeitä pitävät suunnittelijat itse. Nämä liikkeet mahdollistaisivat koko malliston esillepanon kun taas jälleenmyyjien liikkeisiin saattaisi päästä vain muutama vaate myyntiin. Ajan puutteen ja malliston tuotteistamisen jäätyä pois, luovuin myös tästä ajatuksesta. Voin toteuttaa malliston esittelyn myöhemmin, kun malliston tuotteet ovat valmiina.

Sain kuitenkin asiantuntijoita arvioimaan mallistoni kaupallisuuden toteutumisen ja siinä onnistumisen. Tämä oli tärkeää, jotta opinnäytetyöni sai konkreettisen palautteen. Näitä henkilöitä ovat Pirjo Suhonen, Anne Linnonmaa sekä entinen opettajani Sari Hirvonen.

7.1 ASIANTUNTIJAPALAUTTEET

Sari Hirvonen kommentoi työtäni onnistuneeksi kokonaisuudessaan. Mallisto on yhtenäinen ja kaupallinen. Mallisto sisältää kaupallisia tuotteita ja kokonaisuuden harmoonisuus on onnistunut. Mallisto tuotteiden lukumäärä on suuri ja sen teettäminen tulisi olemaan todella kallista. Malliston tuotteita valmistettaisiin liian monessa värissä ja se myös tulisi kalliiksi. ” Jos kaikki olivat tuotantoon tulevia värejä, niin tuotannollisesti tulee olemaan todella kallista, koska kankaiden minimi tilausmäärät alkavat yleensä 50 metristä ja ovat useimmiten 100-300 metriä / väri tai kuosi”. (Hirvonen, 2015-04-21.) Minun tulee huomioida, että myös lisätavikkeissa on minimi tilaukset. Showroomit voisivat olla hyvä vaihtoehto malliston esittelemiseen, mutta ne eivät ole ilmaisia. Pop up –myymälät ovat myös varteenotettava vaihtoehto. Hirvonen suosittelee hankkimaan työkokemusta ennen kuin perustaa oman yrityksen. (Hirvonen, 2015-04-21.)

Sovimme Anne Linnonmaan kanssa tapaamisen ja kävimme yhdessä mallistoani läpi. Sain häneltä kirjallisen palautteen työstäni:

” Tutustuin tänään Iina Torpakon päättötyöhön, joka käsitteli pienimuotoista kaupallista mallistoa. Esitys oli paperimuodossa, koska prototyyppejä vaatteista eikä printistä ei ollut. Näiden syiden vuoksi kokonaisuus on päättötyöksi hieman kesken-

eräinen. Iina Torpakko ihmisenä on avoin ja sosiaalinen ja tulee taatusti toimeen erilaisissa työyhteisöissä. Lähtöajatuksena oli siis kaupallisuus ja se että tuotteet tehtäisiin Suomessa. Malliston tarkoitus oli olla pieni minimallisto, kompakti ja mahdollisimman paljon yhdisteltävissä. Malliston tulevien sesonkien tuotteita pitäisi pystyä yhdistelemään hyvin edellisiin. Neuleet valmistaisi Holopainen ja ompelimona toimisi Laatumikki Lahdesta. Kohderyhmäanalyysiä jäin tässä työssä kaipaamaan. Mallisto koostuu yhdestä printistä sekä erilaisista siihen yhdistettävistä materiaaleista. Minimallistoksi mallisto on liian suuri, sitä pitäisi rajata ehdottomasti. Printti sinänsä on oikein hauskan näköinen ja siinä on kaunis värimaailma. Malliston tarkoitus on henkiä talven valoa ja lumen kuulautta, mieleen tulee kuun valo öisen lumihangen yllä. Yksivärisiä värejä kannattaa karsia vielä. Yksi printti ja 2 yksiväristä per malli tuntuisi hyvältä.

Materiaaleissa oli mukana ylellinen poronahka. Todella ihana materiaali. Jos taas mietitään kaupallisuutta, niin kankaan ja nahan yhdistelmät on pesettävä ja tuote saa elinaikanaan melkoisen lisälaskun pesulakuluista. Materiaalivalinnat ja lähtöparametrit eivät oikein vastaa toisiaan, onko tämä tullut esille työn ohjauksessa? Muutenkaan pesukiellot materiaaleissa eivät ole kaupallinen ratkaisu. Ideana hänellä oli mallisto, joka sopisi eri ikäisille naisille, mutta malliston tuotteet, jakkuja lukuun ottamatta, on suunnattu nuoreen ikäryhmään. Malliston hallitse-

va materiaali "scuba" on jo sinänsä taatusti nuorempien naisten mieleen. Tietenkään se ei sulje pois vanhempiakaan naisia, mutta silloin pitäisi olla "haalarivartalo" tallella, sitä harvoin tahtuu. Neuleiden osuus on mukava, paitsi että niistä pitää ehdottomasti poistaa kangastuotteelle ominaiset leikkaukset. Minua suoraan sanoen ihmettää ettei työn ohjaaja ole puuttunut näin selvään tuotteen ominaisuusvirheeseen, ilmeisesti neulesuunnittelu ei ole tuttua hänelle.

Logo on hyvän näköinen, jos Iina Torpakko tosissaan ajattelee omaa mallistoa, niin tuotemerkki kannattaa rekisteröidä välittömästi. Puinen riippuetiketti oli myös todella kauniin näköinen. Puinen käyntikortti on myös hauska idea, vaikka saaja onkin ihmeessä mihin sen laittaisi, se kun ei mahdu käyntikorttikoteloihin. Tuotteiden hinnoittelu on jäänyt alkutekijöihin. Tämä olisi ollut tärkeää, kun lähtökohtana oli kaupallisuus. Hän oli eritellyt kyllä työn eri vaiheita ja kustannuspuolesta oli sarjonnan osuus ja neuletuotteet tuotu esille. Mutta tuotteiden kokonaisu-hinnoittelua ei ollut, joten nämä tiedot jäivät hieman yksinäiseksi. Hyvä olisi ollut olla myös laskelmat tuotteiden hinnoista vähittäiskaupassa tai verkko-kaupassa. Jos tuotteen hinnaksi tulee esim. 500 euroa ja yli, sen jakelukanavat rajoittuvat selkeästi.

Yhteenvetona sanoisin, että malliston lähtöajatuksukset ovat olleet hyviä, mutta itse toteutus ei oikein ole tavoittanut näitä. Mallistossa on paljon hyviä ideoita ja värikartta on kaunis. Suurin osa näistä työn puutteista olisi pitänyt ohjaajan viedä oikeille raitteille työn kuluessa. Oman malliston pyörittäminen markkinoinnista tuotantoon on erittäin vaikeaa, siihen ryhtymistä pitää harkita tarkkaan. Alalla ei enää ole tavallisia suunnittelijanpaikkoja, joten yrittäjyys tulee tietenkin mieleen, mutta sen realiteetit tulee tajuta. Vaateala vaatii yhdessä toimivan ryhmän, jossa kullakin on oma vankka osaamisensa. Se ei tarkoita sitä että he olisivat saman yrityksen palkkalistoilla. Jos nämä edellytykset täyttyvät, voi vaatebisneksessä tehdä mitä vaan!”. (Linnonmaa, 2015-04-21.)

7.2 OMA ARVIOINTI JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Koko prosessi oli haastava. Loin jo heti alkuun itselleni jokseenkin epärealistiset tavoitteet. Olen luonteeltani ”suuruuden hullu” ja olisin halunnut päästä toteuttamaan kaiken suunnittelemani. Koin paljon vastoinkäymisiä, esimerkiksi kankaiden hankinnan suhteen, joka vaikutti siihen, etten valmistanut kolmea asukonaisuutta. Eurokankaasta ostamani kangas olikin yhtäkkiä loppu koko Suomesta ja poronnahan toimittaja ajautui yllättäen konkurssiin. Nämä hidastuttivat etenemistäni ja se huolestutti.

Loppujen lopuksi näiden tärkeiden kankaiden toimitus olisi mennyt huhti- toukokuulle, joten päätin jättää valmistuksen kokonaan pois opinnäytetyöstäni.

Tein opinnäytetyötäni suurimmaksi osaksi työharjoitteluni ohessa, joten aikaa ei ollut hukattavaksi. Tyylini tehdä asioita on nopeampaa. Jos haluan hyvän ja yhtenäisen kokonaisuuden, paras tapa minulle on tehdä sitä yhtäjaksoisesti ja intensiivisesti. Jos minulla on liikaa aikaa tai monta asiaa yhtä aikaa päällekkäin, ajatus rupeaa rakoilemaan ja lopputulos ei ole niin hyvä. Nopea päätöksenteko ovat tyypillinen seikka suunnittelijan arkipäivässä ja sitä minun pitää vielä harjoitella lisää.

Koska työskentelin Helsingissä koko prosessin ajan koin olevani välillä yksin opinnäytetyöni kanssa. Alkuun en ollut ohjaajani kanssa paljoakaan yhteydessä, mutta onneksi opinnäytetyöni puolivälissä ryhdyimme pitämään Skype-palavereja parin viikon välein. Se helpotti työskentelyäni ja samalla laittoi minut tekemään opinnäytetyötäni koko ajan eteenpäin.

Opinnäytetyöni antoi minulle paljon tietoa ja taitoaakin. Opin kovasti uutta käytännönasioista ja sain paljon niin sanottua ”hiltajista tietoa”. Tuotantoon liittyvissä asioissa tuli paljon uutta ja välillä tuntui, että suunnittelusta ei tulisi koskaan loppua. Aina-

kin tiedän jatkossa, kun teen töitä tuotannon kanssa, että vastoinkäymisiä tulee paljon ja asioista on otettava selvää jo hyvissä ajoin.

Koin onnistuneeni malliston sisällössä. Koin erityisesti onnistuvani suunnittelutyössä. Pelkäsin, että mallisto jää liian tylsäksi ja materiaalien käyttö suppeaksi. Vaikka tänä päivänä kaupallisuus voi olla melkein mitä vaan, mutta onnistumisen tietää vasta sitten kun tuotteet ovat kuluttajilla.

7.3 TULEVAISUUS

Aion valmistaa mallikappaleet tulevaisuudessa, kun aika ei ole rajallista ja ehdin tutustumaan vielä paremmin kankaantoimitajiin ja tuotannollisuuteen Suomessa. Haluan selvittää vielä tarkemmin vaatemalliston kustannukset. Jatkojalostan mallistoa eteenpäin niin, että se on toimiva kokonaisuus kaupallisesti ja tuotannollisesti. Pohdin edullisempia ratkaisuja ja mitä voisi tehdä toisin, jotta lopputulos olisi vielä parempi.

Jos perustan yrityksen jossain vaiheessa, tähtään samalla kansainvälisille markkinoille. Helpoin tapa saada nopeaa näkyvyyttä ulkomailla pienyrittäjän on osallistua oman alan messuille. Näitä voisivat olla esimerkiksi CPH -Vision Kööpenhaminassa ja Bread

and Butter Berliinissä. Osallistuminen näille messuille on kallista, joten rahoitus pitäisi olla kunnossa. Suomessa voisin aloittaa design-myyjäisistä sekä vaatetusalan messuista, kuten Fashion Weekend. Suomessa on mahdollista saada mallistoa esille erilaisille showroomeille, mikäli ei ole mahdollista omaan työhuoneeseen ja showroomiin. Tällaisia paikkoja voisivat olla esimerkiksi Helsinki Fashion House tai Telakka-kiihdyttämö (Torpakko, 2015-04-21). Oman brandin ja malliston markkinointiin ilmaisia markkinointivälineitä ovat esimerkiksi Facebook ja Instagram. Intagramia aloitin käyttämään opinnäytetyön puolivälissä ja se on tehty mahdollisesti tulevalle brändilleni (Torpakko, 2015-04-21).

Oman yrityksen kustannuksia voisin rahoittaa tekemällä freelancerina töitä muille muotoilualan yrityksille. Toisessa yrityksessä työskentely heti valmistumisen jälkeen antaisi kokemusta lisää ja varmuutta tekemiseen. Muotoiluala on vaikea ala työpaikkojen kannalta ja sen takia yrittäjyys on ajankohtainen asia. Jätin tarkoituksella opinnäytetyöstäni malliston kokonaisuuhinnon sekä esimerkiksi yksittäisen vaatteiden hinnoittelun pois. Tähän asiaan perehdyn tulevaisuudessa ja lasken omille tuotteilleni realistisen hinnan.

8 LÄHTEET, TUOTETUT AINEISTOT JA LIITTEET

Lähteet

AGENTTILIITTO. Osto –opas. [Viitattu 2015-03-02.] Saatavissa: http://www.agenttiliitto.fi/osto_opas.html.

ANTTILA, Pirkko 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö [Lahtinen 2005, kaavio.] Saatavissa: Helsingin Yliopiston kirjasto, Kaisa- talo.

ANTTILA, Pirkko 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö. Saatavissa: Helsingin Yliopiston kirjasto, Kaisa- talo.

FAERM, Steven 2010. Fashion Design Course, Principles, Practice and Techniques: The ultimate Guide For Aspiring Fashion Designers. Thames & Hudson.

HIRVONEN, Sari 2012. Yrittäjä. [oppimateriaali]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

HIRVONEN, Sari 2012. Kilpailija- analyysi [oppimateriaali]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

HIRVONEN, Sari. [sähköpostiviesti]. [Viitattu 2015-04-21.]

HOLOPAINEN, Ari. Kutomo Holopaisen omistaja [Viitattu 2015-03-04.] Saatavissa: www.kutomoholopainen.fi/.

HOLOPAINEN, Ari. Kutomo Holopaisen omistaja [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa: www.kutomoholopainen.fi/.

HYNNINEN 2014-10-22. Viron vaatetehtaat [verkkojulkaisu]. Saatavissa:

<https://karkelonkutomo.wordpress.com/2014/10/22/viron-vaatetehtaat/>.

KONSTI, Veera 2010. Tyttö ja sarvet [digikuva]. Saatavissa: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1333814900407&set=a.1579024870503.79160.1082087003&type=3&theater>.

KURULA, Tytti 2013. Trendiennusteiden perusajatuksia. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Vaatetusmuotoilu [opinnäytetyö]. [Viitattu 2015-02-10.] Saatavissa: Metropolia Ammattikorkeakoulu. Tikkurila, Vantaa.

LASER CUT STUDIO. Yrityksen verkkosivut. [Viitattu 2015-04-01.] Saatavissa:

<http://lasercutstudio.com/home.html>.

LINDHOLM, Satu 2014. [Viitattu 2014-09-02.] Helsinki: Mari- mekko.

LINNONMAA, Anne 2014. Tietoisku: Omatuotemerkki ja brändäys [luento]. [Viitattu 2014-10-15.] Helsinki: Naisyrittäjyys- keskus.

LINNONMAA, Anne 2014. [haastattelu]. [Viitattu 2014-11-10.] Helsinki: Tekijän oma arkisto.

LINNONMAA, Anne 2015. [Viitattu 2015-02-15.] Saatavissa: www.anne.fi.

MOILANEN, Assi 2015. [sähköpostiviesti]. [Viitattu 2015-03-23.] Saatavissa: Kuopion Kaavapalvelu Oy.

NOSH, 2015. [Viitattu 2015-04-20.] Saatavissa: <http://nosh.fi/category/259/interlock>.

NUUTINEN, Ana 2004. Edelläkävijät - hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa [kaavio]. Saatavissa: Taideteollinen korkeakoulu.

ORNEULE 2014. [Viitattu 2014-12-02.] Saatavissa:
www.orneule.fi/?p=tietoa:kuidut:viskoosi-bambu.

PRINTSCORPIO, 2014. [puhelinkeskustelu]. [Viitattu 2014-11-19.] Saatavissa: <http://www.whaleys-bradford.ltd.uk/fabrics>.

PRINTSCORPIO 2014. Yrityksen verkkosivut. [Viitattu 2014-11-19.] Saatavissa: <http://www.printscorpio.fi>.

PRINTSCORPIO 2015. Yrityksen verkkosivut. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa: <http://www.printscorpio.fi>.

POIKOLAINEN, Liisa 1994. Design management- yrityskuvasta kilpailuvaltti. Otava, Keuruu. Saatavissa: Helsingin kaupungin kirjasto, Rickhardin kirjasto.

PÖNTIÖ, Carita 2015. [sähköpostiviesti]. [Viitattu 2015-01-26.]

RANTANEN, Terttu 2015. [puhelinkeskustelu]. [Viitattu 2015-04-21.]

RYYNÄNEN, Sirpa. [oppimateriaali]. [Viitattu 2015-04-02.]

Ryynänen, Sirpa. [sähköpostiviesti]. [Viitattu 2015-04-02.] Saatavissa:
<http://www.kangastukku.com/?p=112706&page=Product>.

SARÉN, Hanna 2014. [haastattelu]. [Viitattu 2014-12-17.] Helsinki: Tekijän oma arkisto.

SUHONEN, Pirjo 2015. [haastattelu]. [Viitattu 2015-03-13.] Helsinki: Tekijän oma arkisto.

TEKSTIILIPALVELU, 2015. [puhelinkeskustelu]. [Viitattu 2015-02-18.]

TORPAKKO, Iina 2015. [Viitattu 2015-04-20.] Saatavissa:
www.kankaita.com/81-3912-056_scuba-jersey-13.html?q=scuba%20jersey.

TORPAKKO, Iina 2014. [kuvakollaasi]. [Viitattu 2014-12-16.] Saatavissa: <http://www.wgsn.com.ezproxy.savonia-amk.fi/content/search/#/no%2520middle%2520foresight>.

TORPAKKO, 2014. [kuvakollaasi]. [Viitattu 2014-12-16.] Saatavissa: http://www.wgsn.com.ezproxy.savonia-amk.fi/content/reports/#/WGSN+Forecast/w/Macro_Trends/23717.

TORPAKKO, Iina 2015. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa:
<http://www.suomennauhatehdas.fi>.

TORPAKKO, Iina. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa:
http://www.nk-teollisuus.fi/tuotteet_noflash.html

TORPAKKO, Iina 2014. [Viitattu 2014-10-01.] Saatavissa:
www.marimekko.fi.

TORPAKKO, Iina 2014. Kuvankaappaus [digikuva]. [Viitattu 2014-10-03.] Saatavissa:
<https://www.pinterest.com/pin/541276448940071080/>.

TORPAKKO, Iina 2015. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa:
<http://www.cphvision.dk>.

TORPAKKO, Iina 2015. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa:
<http://www.breadandbutter.com>.

TORPAKKO, Iina 2015. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa:
<http://www.fashionhouse.fi>.

TORPAKKO, Iina 2015. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa:
<http://www.telakka.com>.

TORPAKKO, Iina 2015. Käyntikortti [digikuva]. [Viitattu 2015-04-21.] Saatavissa: <https://instagram.com/inamto/>.

VIRTUAALIAMK –VERKOSTO, 2014. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2014-12-02.] Saatavissa:

www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030507/1086702266491/1146637794621/1146638150975/1146638772293.html.

YLE, 2009. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2015-02-15.] Saatavissa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2009/09/24/hanna-saren>.

WGSN, 2015. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2015-04-20.] Saatavissa: www.wgsn.com.

WGSN, 2014. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2014-12-16.] Saatavissa: <http://www.wgsn.com.ezproxy.savonia-amk.fi/content/search/#/no%2520middle%2520foresight>.

Tuotetut aineistot

Kuva 1: TORPAKKO, Iina 2014-02-10. Työn konteksti [kuvio]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuvio 2: NUUTINEN, Ana 2004. Edelläkävijät -hiljainen, impliittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa. [kaavio]. Taideteollinen korkeakoulu.

Kuvio 3: TORPAKKO, Iina 2015-03-20. Suunnittelutyön runko [kuvio]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 4: TORPAKKO, Iina 2014-11-05. Luonnoksia sketchbookistani [digikuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 5: TORPAKKO, Iina 2014-10-03. Kuvankaappaus Pinterest-sivustoltani [digikuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 6: ANTTILA, Pirkko 2007. Tuotesuunnitteluhankkeen suunnittelukaavio [kaavio]. Alkuperäinen Lahtinen, 2005. Saatavissa: Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö, 2007, 102. Helsingin Yliopiston kirjasto, Kaisa- talo.

Kuva 7: TORPAKKO, Iina 2015-03-31. Suunnitteluprosessini [kaavio]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 8: TORPAKKO, Iina 2015-04-21. Malliston asukokonaisuuksia [digikuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 9: TORPAKKO, Iina 2015-3-18. Moodboard [kuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 10: TORPAKKO, Iina 2014-12-16. A/W 16/17 Elemental-kuvakollaasi [kuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 11: TORPAKKO, Iina 2015-03-18. Malliston värikartta [kuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 12: TORPAKKO, Iina 2014-09-02. Kaarna [digikuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 13: TORPAKKO, Iina 2015-3-18. Kaarna -printti kirjailtuna painetun kuvion kanssa Kaarna [kuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 14: TORPAKKO, Iina 2015-3-18. Kaarna -kuosi [kuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 15: TORPAKKO, Iina 2015-03-20. Materiaalikartta [digikuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto. Materiaalikartta. Piiloveto-ketju [kuvankaappaus]. Saatavissa: www.ullaka.fi.

Kangas [kuvankaappaus]. Saatavissa:

<https://tonninstiflat.wordpress.com/2010/01/02/raappahousut-goes-2010/>.

Kuva 16: TORPAKKO, Iina 2015-04-21. Mallistolakana 1 [kuva].
Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 17: TORPAKKO, Iina 2015-04-21. Mallistolakana 2 [kuva].
Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 18: TORPAKKO, Iina 2015-04-21. Mallistolakana 3 [kuva].
Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 19: TORPAKKO, Iina 2015-04-21. Niskalappu ja riippulappu [digikuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 20: TORPAKKO, Iina 2015-03-21. Tuotekortti tuotantoa varten [kuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 21: TORPAKKO, Iina 2015-04-21. Hinta -arvio [taulukko].
Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 22: TORPAKKO, Iina 2014-11-19. Printscorpionin materiaalinäytteet [digikuva]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 23: MOILANEN, Assi 2015-03-23. Kuopion kaavapalvelun sarjontatarjous mallistolleni [taulukko]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

Kuva 24: TORPAKKO, Iina 2015-4-01. Kuvankaappaus Instagram- tilistäni [kuva]. Saatavissa:

<https://instagram.com/p/065WSOA6Og/?taken-by=inamto>

Kuva 25: TORPAKKO, Iina 2015-03-07. Kilpailija -analyysi [taulukko]. Helsinki: Tekijän oma arkisto.

LIITE 2: ALKUPERÄISIÄ MATERIAALEJA

LIITE 1: HAASTATTELUKYSYMYKSET

1. Millainen kokonaiskonsepti on kaupallisuuden näkökulmasta?
2. Millaiset vaatekappaleet on eniten myydyimpiä?
3. Mitkä tuotteet ovat pysyneet vuodesta toiseen? Miksi?
4. Mikä/Mitkä suosituimpia materiaaleja? Miksi?
5. Monta tuotetta mallistoon tehdään samasta väristä?
6. Mitkä ovat teidän klassikkovärejä kussakin sesongissa? Mitkä tyyppillisiä millekin sesongille?
7. Kuosi vai ei? Mikä kuosin suhde yksivärisiin mallistossa?
8. Mikä muoto vaatteessa toimivin? Mikä leikkaus toimivin?
9. Sesonki A/W: mitä ehdottomasti sisältää? Mitä materiaaleja?
10. Millaisia määriä mitäkin kokoa tehdään?
11. Onko olemassa joitain poikkeuksia kun suunnitellaan kaupallista mallistoa?



LIITE 3: KANKAANPAINO –JA KIRJONTAKOKEILUJA



LIITE 4: BASIC, FANCY JA SHOWSTOPPER ASUKOKONAI-SUUDET



LIITE 5: IVALO –CARDIGAN PROTOTYYPPI



LIITE 6: MATERIAALEJA



LIITE 7: LINESHEET

NA PURE A/W 16/17 IVALO -CARDIGAN

100% MERINO WOOL
HEAVY, OVERSIZE

NA PURE A/W 16/17 INARI -CARDIGAN

70% WOOL
30% SILK
SOFT, SHEER

NA PURE A/W 16/17 IKKERI -VEST

70% WOOL
30% SILK
SOFT, SHEER

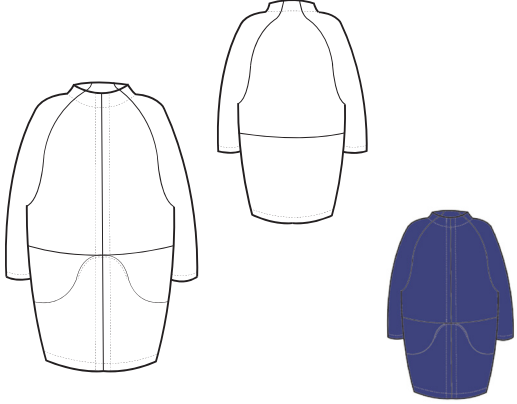
NA PURE A/W 16/17 MOSKU -BOMBER JACKET

100% POLYESTER, TRICOT
100% REINDEER LEATHER
COOLMAX LINING (WHITE)

95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN
COOLMAX LINING (WHITE)


Tricot Leather

NA PURE A/W 16/17 MALLA -JACKET



62% WOOL VISCOSE
20% WOOL MODAL
18% POLYAMIDE

HEAVY, OVER SIZE
COTTON VISCOSE LIN-
ING(BLUE)

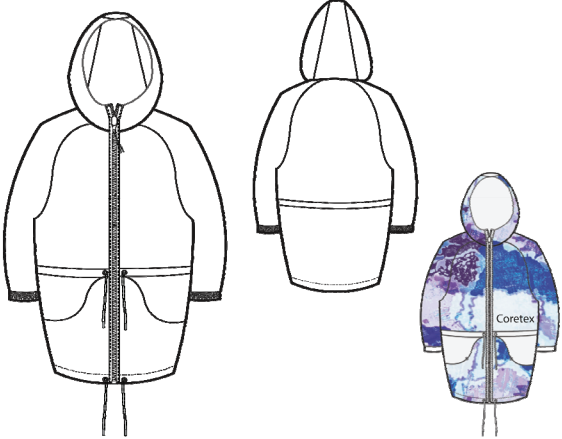


PANTONE
Chromatic Blue
19-381 TFX

PANTONE
Bright White 11-
061 TFX


PANTONE
80 of Blue 11-
482 TFX

NA PURE A/W 16/17 SINETTA -JACKET/
RAINCOAT



2- LAYER STRETCH RIP-
STOP WPB, CORETEX

COOLMAX FRESH 50%/
50% POLYESTER LIN-
ING(WHITE)



PANTONE
Chromatic Blue
19-381 TFX

PANTONE
Bright White 11-
061 TFX

PANTONE
Bright White 11-
061 TFX

PANTONE
80 of Blue 11-
482 TFX

NA PURE A/W 16/17 KORKIA -TROUSERS



100% REINDEER LEATHER



PANTONE
Bright White 11-
061 TFX

PANTONE
80 of Blue 11-
482 TFX

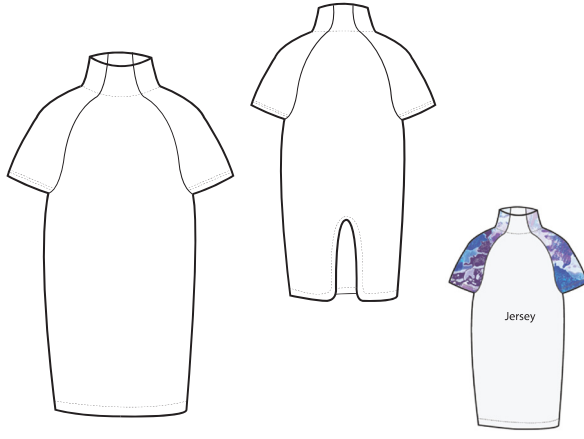
70% VISCOSE
27% POLYAMIDE
3% ELASTAN
TRICOT




PANTONE
80 of Blue 11-
482 TFX

PANTONE
Chromatic Blue
19-381 TFX

NA PURE A/W 16/17 KIITAMA -TUNIC



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN



PANTONE
Lavender Fog 13-
382 TFX

PANTONE
Innocent Purple
19-3528 TFX

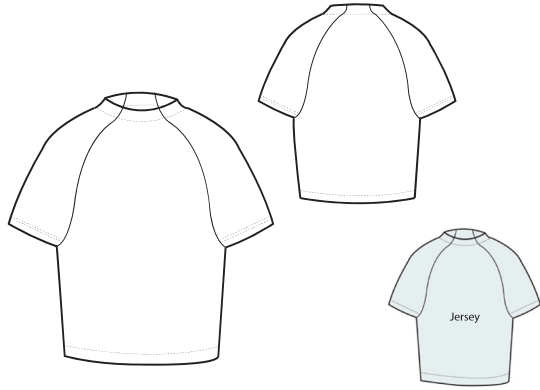
PANTONE
Rouge 18-1752
TPX

PANTONE
Bright White 11-
061 TFX

NA

PURE A/W 16/17

KITINEN -SHIRT



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN



65% POLYESTER
30% VISCOSE
5% ELASTAN, TRICOT



NA

PURE A/W 16/17

MUONIO -DRESS



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN
100% REINDEER LEATH-
ER



NA

PURE A/W 16/17

MAURA -DRESS



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN



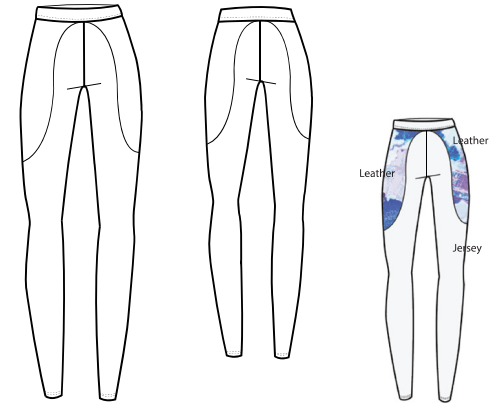
95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN
100% REINDEER LEATH-
ER



NA

PURE A/W 16/17

SAIVEL -LEGGINGS



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN



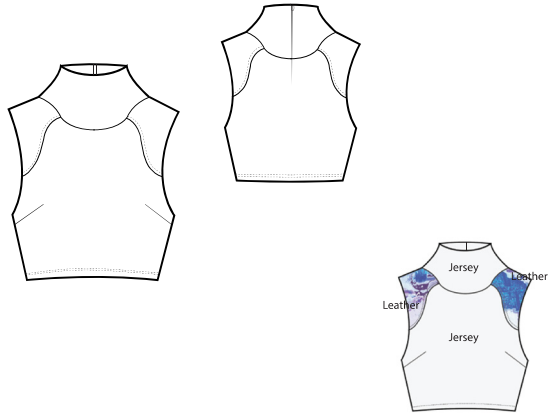
95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN
100% REINDEER LEATH-
ER



NA

PURE A/W 16/17

KAIKU -CROPTOP



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN
100% REINDEER LEATH-
ER



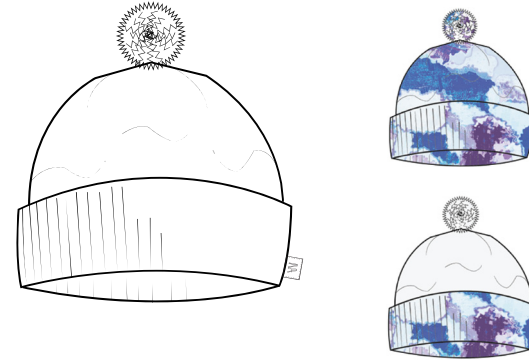
95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN



NA

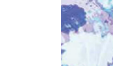
PURE A/W 16/17

BEANIE



100% MERINO WOOL

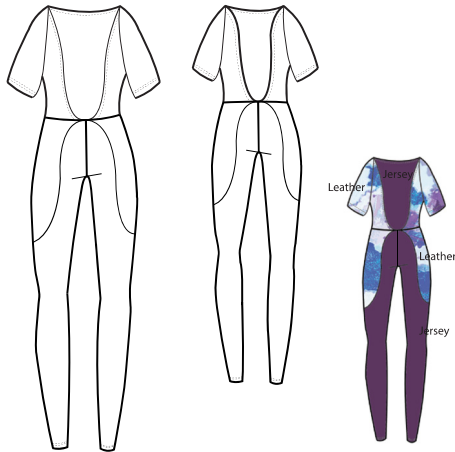
SOFT, HEAVY



NA

PURE A/W 16/17

KULTALA -JUMPSUIT



95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN



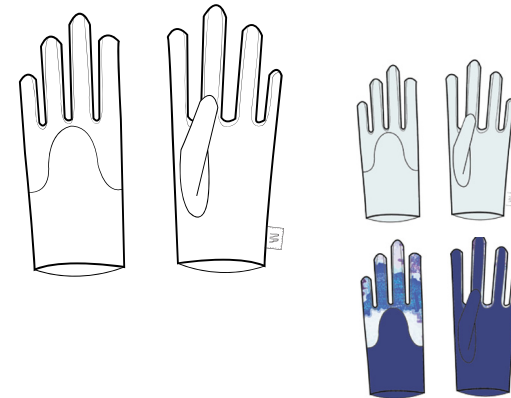
95% POLYESTER, JERSEY
5% ELASTAN
100% REINDEER LEATH-
ER



NA

PURE A/W 16/17

GLOVES



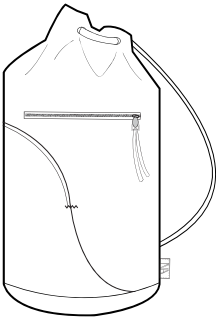
100% REINDEER LEATHER



NA

PURE A/W 16/17

RUCKSACK



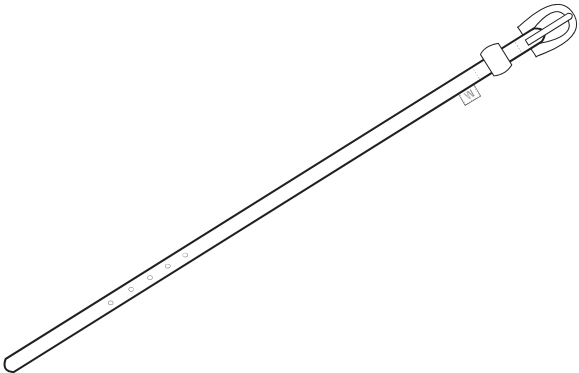
100% POLYESTER



NA

PURE A/W 16/17

LEATHER BELT



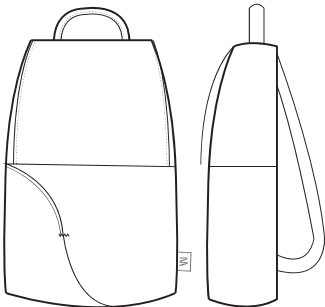
100% REINDEER LEATHER



NA

PURE A/W 16/17

RUCKSACK



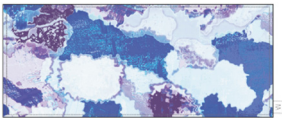
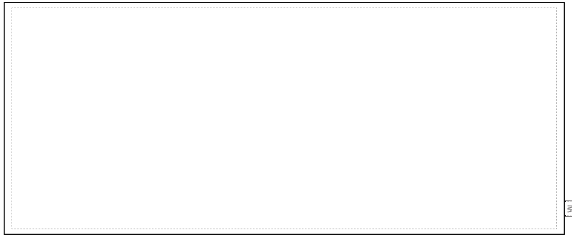
100% POLYESTER



NA

PURE A/W 16/17

SCARF



100% SILK



100% MERINO WOOL

SOFT, HEAVY

