



CARAMEL COLOURS

GRAFISK PROFIL

& VERKSAMHETSBESKRIVNING

VERKSAMHETSBESKRIVNING

URSPRUNG

Caramel Colours är ett litet företag som gör handgjord akvarellfärg i liten skala. Det drivs av Phelicia Berggren som är konstnär och började göra färg under vintern 2020. Hösten samma år såldes de första färgerna, efter att sommaren ägnats åt att göra färg och designa en rolig förpackning.

FORMSPRÅK

Caramel Colours formspråk är lekfullt, fokuserar starkt på färger och godis. Detta baseras på den förpackning som färgerna levereras i, det vill säga i ett eget karamellpapper. Godistemat genomsyrar verksamheten genom förpackningarna, slogan och marknadsföringen av färgerna.

SYFTE & MÅL

Syftet med verksamheten är att gynna kreativitet, främst genom akvarellfärg. Genom att göra unika färgnyanser och ha ett lite mer lekfullt perspektiv på akvarellmålning når Caramel Colours en helt annan nivå hos sin målgrupp. Målet är att få kreativiteten att kännas lättåtkomlig, inte högfärdig eller svår.

TYP SNITT

ROBOTO CONDENSED - BOLD

För rubriker och ingresser. Alltid i versaler, bold och helst spärrad ca 100 tusendels fyrkantsblanksteg.

Amiri - regular, **bold**, *italic*, ***bold italic***

För brödtext, bildtexter och listor. I huvudsak text som ska stå i kontrast till rubriker och ska vara lätt att läsa.

Allura - Regular

För avstickare, slogans och eventuella underrubriker. Ett mjukare och mer lekfullt typsnitt där det behövs något mer.

FÄRGER

#6AB008	#6AB008	#363633
#EBB400	#C83C69	#1E81B1
#A03782	#B592D3	

Brödtext, bildtext, listor
etc. I huvudsak text
som ska vara lättläst.



Övriga färger prioriteras i
rubriker, avstickare,
bakgrunder, designelement
etc. I huvudsak element
som ska stå i kontrast till
bilder och text, dra upp-
märksamhet och förmedla
den färgstarka känslan i
företaget.

LOGOTYP



**CARAMEL
COLOURS**



CARAMEL COLOURS



**CARAMEL
COLOURS**



CARAMEL COLOURS

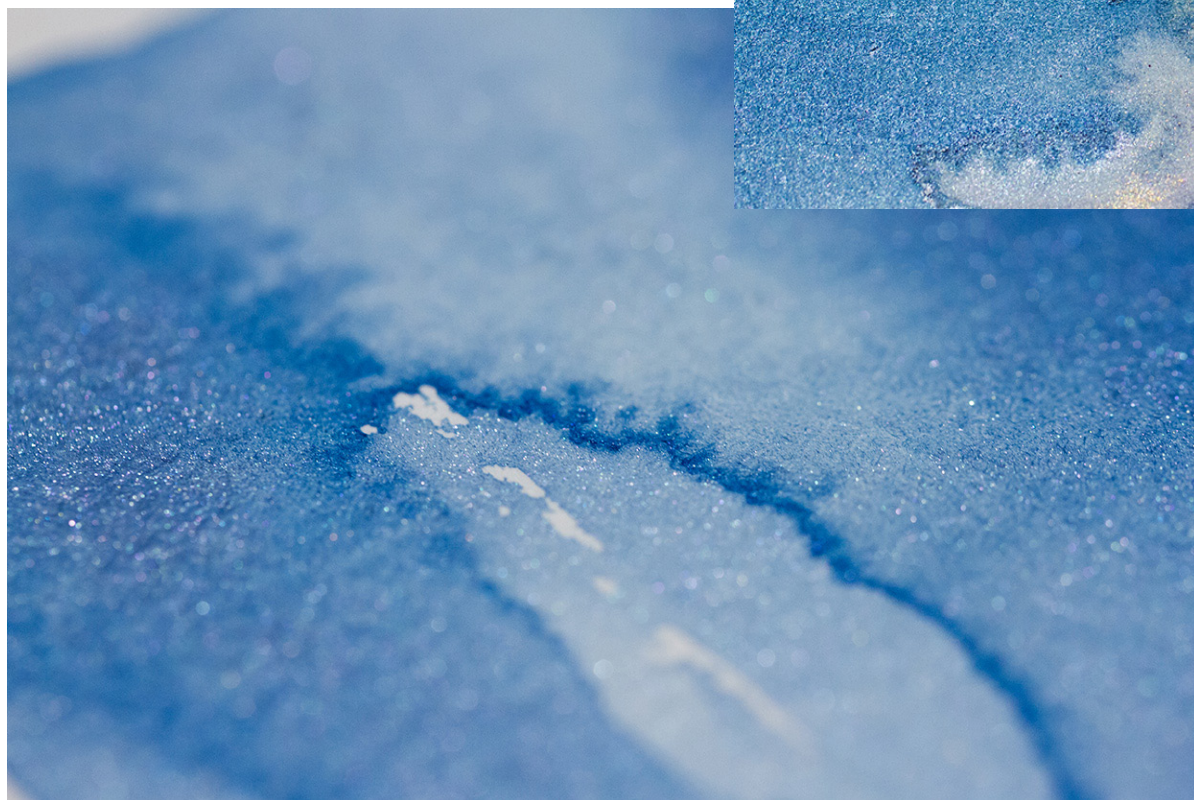
Svart eller vit logotyp, placeras vänsterställd (höger exempel) eller centrerat (vänster exempel) enligt ovan. Den vita används mot mörka eller starka färger och den svarta används

mot ljusa och svagare nyanser. Logotypen får också ändra färg (med undantag för förpackningen), till de färger som finns i grafiska profilen, för att skapa en bättre helhet.

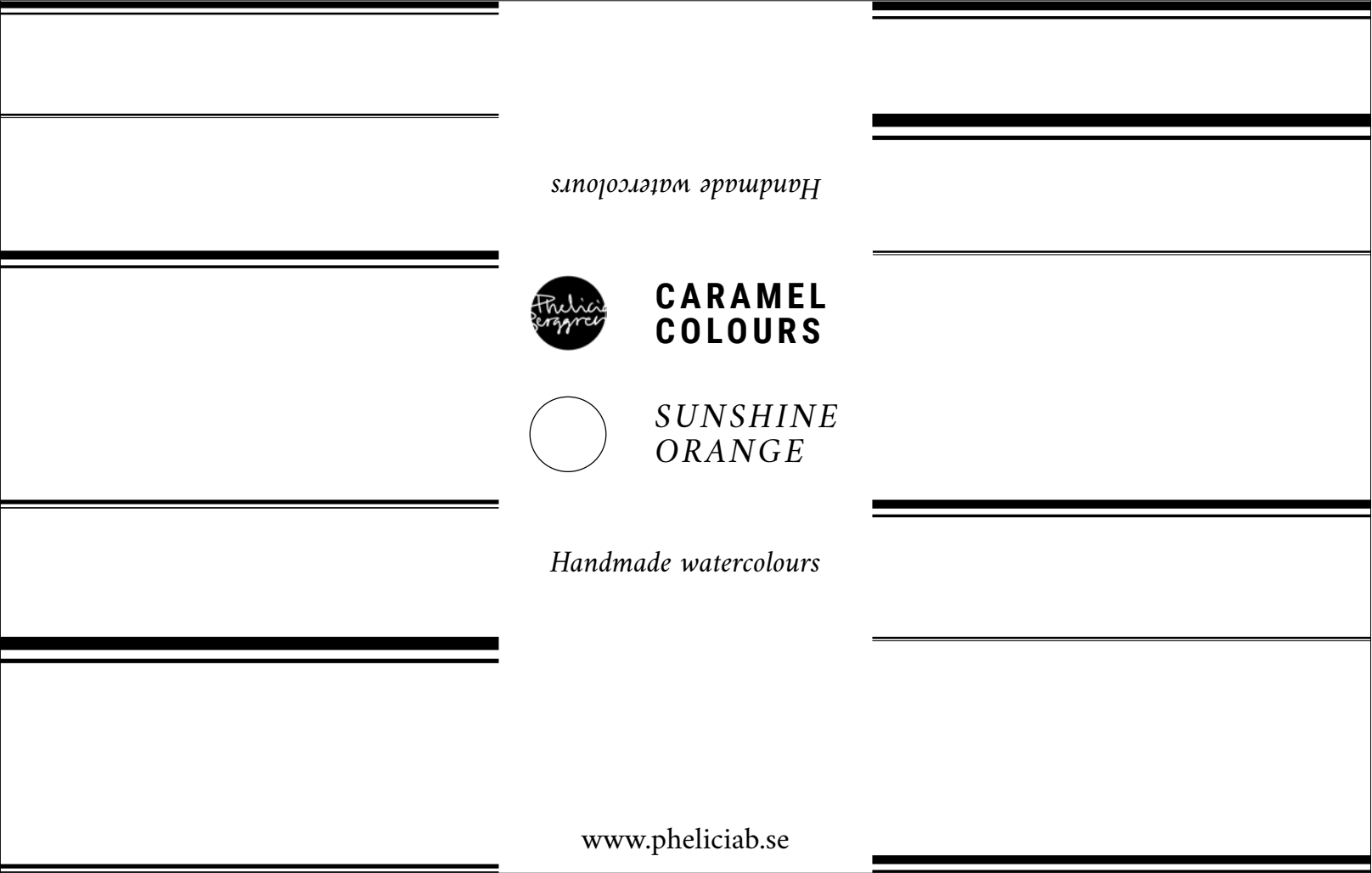
BILDSPRÅK



Bilder med starka färger, hög kontrast men ändå lätt akvarellkänsla. Baseras på den lekfulla kombinationen av förpackningen och dess innehåll.



FÖRPACKNING



Förpackningen är det enda som inte är färgstarkt i sig själv, eftersom det målas på ett färgprov, av färgen som ligger inuti, som ska ligga i fokus.

