

LA CUISINE

2011-03-06

Kommunikationsplattform 1.0

SID 1-9

Ansvarig Mia Ulin/RUNEs kommunikation

Grafisk manual 1.0

SID 10-30

Ansvarig Odette Lager/RUNEs kommunikation

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----

LA CUISINE

Nytt butikskoncept i Uppsala för oss som älskar matlagning

Kommunikationsplattformen utgår ifrån La Cuisines varumärkesplattform och anger hur La Cuisines erbjudande verbalt ska presenteras för marknaden med hjälp av en tydlig position, payoff och konceptidé. Konceptets röda tråd ska skapa tillit och förtroende, vara lätt att känna igen, kunna användas i olika former i olika medier och hålla länge.

LA CUISINES Affärsidé:

Att ge människor bra produkter för matlagning

Butiken La Cuisine vill inspirera dig till att laga mat och tillhandahåller allt du behöver från kokböcker till olivoljor och redskap av hög kvalitet. La Cuisine ska bjuda på kunskap och engagemang i en vacker, personlig butik som välkomnar dig in i matlagningens värld.

Kärnvärden enligt VMP:

Ärlighet
Engagemang
Glädje
Intresse
Kunskap
Energi

Känslan vi efterlämnar

"Det blir roligare att laga mat med rätt grejer som andas genuinitet, kvalitet och exklusivitet. Butiken känns som en "kokkonstens saluhall" med inspiration från länderna kring medelhavet, främst Frankrike, Italien och Portugal."

"Jag är positivt överraskad och trygg med att ha gjort ett bra köp"

"Jag vill komma tillbaka".

"Nu kan jag hänga med i matprogrammen!"

"Nu kan jag bli kung/drottning i mitt kök"

"Jag är stärkt, inspirerad och har fått mer kunskap"

"När jag köpt en present ger jag bort något av värde, jag ger bort en upplevelse".

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----



LA CUISINE ÄR

Varm
Passionerad
Humoristisk
Modig
Ärlig
Engagerad
Energigivande
Tillmötesgående
Ödmjuk

PERSONLIGHET: JULIA CHILDS

Även La Cuisines personlighet ska vara som Julia Childs som hon gestaltas i filmen Julie & Julia.

De två huvudrollsinnehavarna i filmen Julie & Julia kan tjäna som metaforer för butiken Le Cuisine och för Le Cuisines kunder.

Julia Childs, i filmen gestaltad av Meryl Streep, står för matglädje och inspiration. Hon är en "amerikansk Ria Wägner", "scrumptios", det vill säga "läcker" och "mumsig" på ett alldeles underbart charmigt sätt. Matlagningsglädje med en härligt modig klackspark! Hon lär sig den franska matlagningskonstens alla mysterier och delar med sig av dem till sina amerikanska landsmän så att det verkar jätteenkelt och ofarligt att laga riktigt god mat.

Den unga Julie Powell, spelad av Amy Adams, representerar kunden som behöver bli stärkt i sin tro på att kunna laga mat.

Julia Childs blir mentorn och inspirationskällan för Julie Powell, liksom La Cuisine blir det för sina kunder! När jag går från La Cuisine vill jag känna mig som efter ett TV-program med Julia Childs! Det ska vara roligt och enkelt att laga god mat!

Citat:

Bon Appétit!

What's for dinner?

You make it sound so simple!

Good, isn't it?

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----

LA CUISINES MÅLGRUPPER

Människor som gillar och är duktiga på att laga mat, men också de som vill bli bättre och lever på drömmen. Människor som söker presenter till både student, bröllop och bjudning.

Kundens personlighet:

Målmedveten, fokuserad och kvalitetsmedveten. Men också sökande, drömmande och osäker.

Kundens behov:

- 1 Vill få kunskap om produkterna
- 2 Vill bli förstådd
- 3 Vill kunna laga mat
- 4 Vill ha intressanta diskussioner med personalen
- 5 Vill kunna lita på personalen
- 6 Vill känna engagemang från personalen
- 7 Vill känna sig prioriterad
- 8 Vill känna stolthet och trygghet över det de ger bort

TVÅ KUNDTYPER

1. Romantikern

Den typiska La Cuisine-kunden är intresserad av matlagning, men osäker och vill lära sig mer. Uppskattar mycket goda råd och tips på både prylar och recept för att känna sig lyssnad på och få behoven tillgodosedda. Lever på drömmen om romantiska middagar med kärestan och att samla hela familjen runt sig. Kan mycket väl köpa vardagslyx ganska ofta för känslan av att unna sig något som också är bra för familjen eller vännerna.

Köper gärna presenter till sin partner (om partnern är en Mästerkock) men också till egna och gemensamma vänner. Då känns det tryggt att veta att man handlat på La Cuisine, och det får gärna synas på paketet!

2. Mästerkocken

En annan mycket typisk La Cuisine-kund är mycket van matlagare och mycket intresserad av att ha rätt prylar med rätt varumärken. Är målmedveten, fokuserad och kvalitetsmedveten. Ser sin roll i köket som "Den store chefen", vill gärna bli beundrad för sin matlagning och uppskattar mycket att prata mat och matprylar med Le Cuisines kunniga medarbetare.

Köper presenter om den är singel, annars till sig själv och kanske också till sin partner, men här kan det vara känsligt. Här gäller det att presenten blir så vacker och speciell så den utstrålar kärlek och förmedlar tanken på de romantiska stunder tillsammans som de kommer att få. Detta sker genom vackert inslaget paket samt recept och kryddor till en kärleksmåltid.

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----

MOTIVERAD KÖPPROCESS

Du vill gå till butiken för att personalen är så engagerad och inspirerande.

Du blir kunnigt lotsad till rätt val för dig.

Du mår bra när du har köpt något i butiken.

De produkter du köpt får dig att känna dig som artist i ditt eget kök.

VISION

La Cuisine ska vara det självklara valet för matlagningsintresserade Uppsalabor.

La Cuisine ska vara förstahandsvalet när du vill ge bort en present som mottagaren ska ha glädje av länge.

MISSION

La Cuisine vill göra alla matlagare till artister i köket.

HISSPITCH

Tycker du det är kul i köket?

På La Cuisine får du inspiration och kunskap för större matglädje.

Gillar du att laga mat?

La Cuisine är en ny butik där våra produkter och vår kunskap gör dig till en sann kökskonstnär.

Älskar du matlagning?

La Cuisine har de rätta produkterna för att göra dig till en artist i köket.

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----

CITAT FÖR PRESSRELEASES ETC

”La Cuisine är en genuint personlig butik med köksprodukter av hög kvalitet för den matlagningsintresserade. Butiken ska upplevas modern men ändå rustik, lite fransk-italiensk inspirerad.”

”Vi vill ge ett nära kundbemötande där vi har kunskap om det vi säljer.”

”Vi ska skapa en mysig butik, där man hittar det som gör matlagningen lustfylld, allt ifrån grytor, pajformar till olika tillbehör och kokböcker. ”

”Vi vill att våra kunder ska känna stor inspiration av att komma till butiken. Inspirationen skapas av miljön i butiken, sortimentet och vår personal.”

”I butiken skall du kunna sitta ner, bläddra i böcker och tidningar och få tips och idéer.”

”Vi tänker också på produkternas härkomst och vill bidra till ett långsiktigt hållbart samhälle genom att i första hand välja produkter som är tillverkade i Sverige och Europa.”

”Vi ska utveckla en egentillverkad serie av köksbord, huggbänkar och skärbrädor under vårt eget varumärke”.

”Vi ska skapa matglädje för en lustfylld matlagning genom att erbjuda de bästa produkterna.”

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----

UPPLEV KÄNSLAN AV KÖKSGLÄDJE MED ALLA SINNEN

När du stiger in i butiken Le Cuisine känns det som du kliver in i en annan värld. Som när du kliver av planet på utlandssemestern och den varma medelhavsvinden smeker dig på kinden. Kontrasten blir påtaglig från det kalla Sverige: dofterna av lavendel, timjan, oregano, basilika och nymalet kaffe som gör dig både lugn och alert. Ljuden från trottoarserveringarna, franska chansonger, italienska serenader och portugisiska fados. Färgerna av lavendel, limefrukter, apelsiner, vallmo, citron, solrosor, bougainvilla och olivlundar tillsammans med det azurblåa havet.

Den rumsliga upplevelsen

Du möts av ett varmt ljus som på ett behagligt och intresseväckande sätt målar upp rummets ytor. Det känns överskådligt och lättillgängligt och samtidigt intressant, mycket att upptäcka och utforska. Det är rent och fräscht, modernt och stilrent men också lantligt och ombonat. Rummet tar inte över butiken utan känns som en trygg och framlyftande inramning.

Den taktila upplevelsen

Du dröjer dig gärna kvar, bläddrar i en kokbok, känner den svala keramiken och den välslipade knivseggen mot dina fingertoppar. Änär tyngden i den rustika grytan och förnimmer det puttrande ljudet från spisen där Beuf Bourgnone lagas. Matbordets och skärbrädans lena träytor.

Den personliga upplevelsen

Känslan av lugn, harmoni och vänlighet gör att du gärna går hit för att få inspiration mitt i den stressade vardagen på lunchen, efter jobbet eller på helgen.

Du tas emot av varma leenden och vänliga personer som på ett kunnigt sätt guidar dig fram till den eller de varor som du blir nöjd med. Deras kunskap och intresse för att hjälpa dig får dig att tro på dig själv och din förmåga att lyckas med din matlagning. De får dig att längta efter att samla kärestan, familjen eller vännerna i köket för att dela din upplevelse när du lagar maten. Du blir den naturliga mittpunkten i köket som lugnt och säkert, utan att det verkar svårt, skapar maten. Köket blir din scen, du är artisten och du bjuder på din egen glädje i att skapa matnjutning.

Är du ute efter en present blir du helt trygg med att ditt val kommer att glädja mottagaren många år framöver, kanske resten av livet. Och du ser fram emot att själv få delta i mottagarens köksglädje.

När du lämnar La Cuisine gör du det med ett leende på läpparna, redo att fortsätta din dag.

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----

POSITION: MÖTESPLATS FÖR MATLAGARE

Stimulerar man människor att laga mat hemma stimulerar man människor till att laga bra mat! Genom kunskap, stöd och inspiration gör La Cuisine dig till en bättre matlagare.

Själva upplevelsen av matlagningen blir enklare och mer lustfylld för att du har bra och vackra grejor. Kanske du inspireras till att laga en maträtt du aldrig gjort förut?

Helhetsupplevelsen kring matlagningen gör att maten blir godare och du njuter mer av hantverket. Verktyn hjälper dig visa både dig själv och andra vilken bra kock du är innerst inne.

Upptäck det njutningsfulla i att laga mat och baka med bra redskap.

Resan är målet. Det är lika tillfredställande att laga som att äta. Det viktigaste är inte resultatet. Glädjen i att ha rätt redskap ger glädje i hantverket.

Upplevelsen att skära blir så mycket större med en bra kniv.

”Jag exprementerar lite, smakar av såsarna, funderar på en marinad, känner den vackra grilltyn, finhackar rödlöken.... Nu håller jag faktiskt på att få till en riktig smakupplevelse, jag njuter, jag har kul, nu kan gästerna komma, sufflén är i ugnen, jag är trygg, jag är en stjärna...”

Att laga mat

Matlagning är inne, det är en livsstil. Kockarna är de nya hjältarna och idolerna i vårt samhälle. Matlagning står för familj, vänner, sammanhållning, avkoppling, kärlek, njutning, ett andrum i en stressad tillvaro. Att samlas kring grytorna är att njuta av livet. Vi lever på drömmen om att samla familj, vänner och kärleken runt oss själva och få deras uppskattning och kärlek genom att visa att vi också kan laga fantastisk mat på ett enkelt sätt, precis som stjärnkockarna. La Cuisine ska stärka alla människor till att känna sig duktiga i köket. De ÄR inte stjärnkockar än, men de har alla möjligheter att bli det!

PAYOFF

Du är stjärnan i ditt kök.

INNEHÅLL

Inledning	2
La Cuisine är	3
Målgrupper och kundtyper	4
Köpprocess, Vision, Mission, Hisspitch	5
Citat	6
Upplev känslan av köksglädje med alla sinnen	7
Position och Payoff	8
Exempel	9

La Cuisine GRAFISK MANUAL	10
------------------------------	----

KONCEPTIDÉ – RECEPT

Annonserna ska vara en sinnlig beskrivning av hur du lagar en maträtt. Det får gärna vara en känd klassisk maträtt, (till exempel boeuf bourguignon, coque au vin, Tarte Tatin, chokladsufflé eller spaghetti carbonara) såväl förrätt som varmrätt och dessert. Det viktiga är att den sinnliga njutningen i matlagningen framträder med dofter, synintryck och hantverk som hackande, rörande och malande tillsammans med känslan av hur enkelt det kan vara att laga god mat. Voila!

EXEMPEL PÅ RUBRIKER

Ditt kök är din scen.

Du kan laga god mat.

Artisteri i all enkelhet

En scen för kökshantverket.

Lust att laga.

Samlas kring spisen.

Visst är det gott?

Du får det att verka så enkelt.

Artisteri i all enkelhet

Du känner doften av baconstrimlorna från stekpannan medan du torkar av nötköttet noga och ser det få vackert gyllenbrun färg. Några varv med kvarnen och en nypa salt. Medan du hackar moroten och löken provsmakar du vinet som strax ska ner i grytan tillsammans med buljong och tomat. Vänligt men bestämt krossar du vitlöken mot skärbrädan, nyper av en kvist timjan, bryter ner ett lagerblad och rör om. In med grytan i ugnen. Voila!

Njut av tillfredsställelsen av att laga riktigt god mat. Tillsammans med vänner, nära och kära eller en stund för dig själv.

Du är artisten, vi har dina redskap. Välkommen till La Cuisine – Uppsalas nya mötesplats för matlagare.

La Cuisine – Du är stjärnan i ditt kök.

Grafisk manual 1.0

SID 10-30

Ansvarig Odette Lager/RUNEs kommunikation

INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

En genomtänkt, väl utformad och enhetlig grafisk profil ger en gemensam identitet åt La Cuisine. För att bilden av vår verksamhet ska bli tydlig och upplevas som professionell är det viktigt att vi är konsekventa och omsorgsfulla när vi använder den grafiska profilen. Den stärker vårt varumärke och ökar samhörigheten.

Den här manualen beskriver vår grafiska profil och fastställer hur vår logotyp ska användas. Vi fäster stor vikt vid den gemensamma profilen. Därför har vi fastställt programmet som en intern föreskrift som gäller för La Cuisine och är övergripande.

Avsteg från profilen kan bara beslutas av oss.

Åsa Segerlund

Margret Árnadóttir

INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Ett tema ska fungera som en inspirationskälla och vara något som vi kan förhålla oss till. Om vi i framtiden behöver utveckla profilen så kan vi återknyta till temat.

Inspiration filmen:

JULIE & JULIA

Inspiration till enkel matglädje

Vi har inspirerats av filmen Julie & Julia som hade premiär hösten 2009. Vi tyckte filmen var helt underbar och blev otroligt sugen på att laga mer mat, speciellt Beuf Bourguignon som det talades mycket om i filmen. Vi ser också att de två huvudrollsinnehavarna kan tjäna som metaforer för butiken La Cuisine och för La Cuisines kunder.

Julia Childs, i filmen gestaltad av Meryl Streep, står för matglädje och inspiration. Hon är en "amerikansk Ria Wägner", "scrumptios", det vill säga "läcker" och "mumsig" på ett alldeles underbart charmigtt sätt. Matlagningsglädje med en härligt modig klackspark! Hon lär sig den franska matlagningskonstens alla mysterier och delar med sig av dem till sina amerikanska landsmän så att det verkar jätteenkelt och ofarligt att laga mat.

Den unga Julia Powell, spelad av Amy Adams, representerar kunden som behöver bli stärkt i sin tro på att kunna laga mat.

Julia Childs blir mentorn och inspirationskällan för Julie Powell, liksom La Cuisine blir det för sina kunder! När jag går från La Cuisine vill jag känna mig som efter ett TV-program med Julia Childs!

Citat:

Bon Appétit!

What's for dinner?

You make it sound so simple!

Good, isn't it?



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



Photo above is of 85 year old French carreaux de ciments floor tiles reclaimed from a village house in Thury, Burgundy dated 1922. See our similar Catalina Pattern which can be made in these colors.

The tiles simulate a hexagonal floor layout with French carbochons (small tile inserts positioned at the corners). The tile fond is white with grey piping and the motif's palette is sun yellow, spearmint and burgundy.

The faces of the tiles have been cleaned with an alkaline based tile restorer to remove old wax and dirt and then steam cleaned, revealing a pretty and aged patina, as the photographs show. They are therefore in their matt state and will benefit from sealing and/or waxing once laid to add lustre and protect the tiles.

If you can't afford antique French or Belgium tile floors, or don't see just what you are looking for, then consider Villa Lagoon Tile encaustic cement tile that will be made to order just for you. You can choose your own colors and we can even make custom molds for you if you are not in a hurry.

<http://www.villalagoontile.com/french-floors.html>

INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

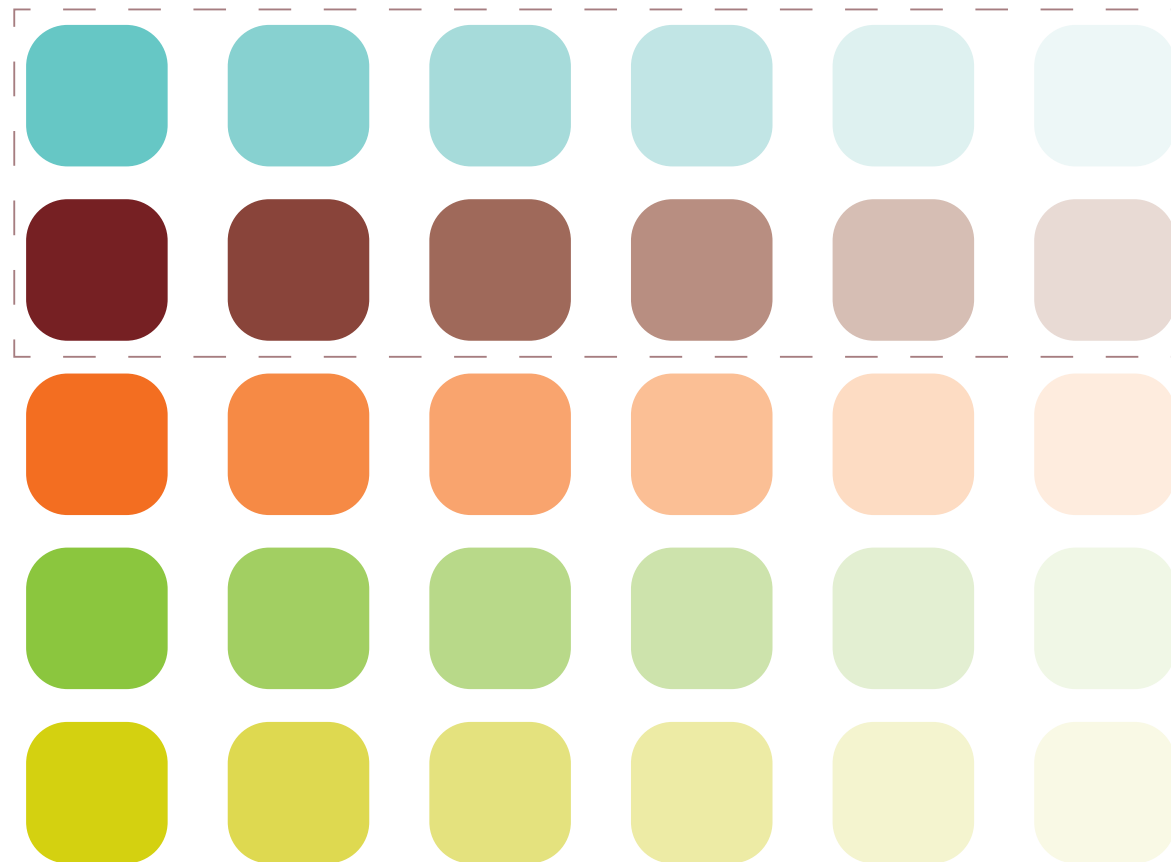
LA CUISINES FÄRGSKALA

Primärfärger

Innanför den streckade ramen. Används till logotyp och övergripande profil.

Sekundärfärger

Utanför den streckade ramen. Används om det behöver kopplas på en färg för t ex ett nytt affärsområde.

**Turkos:**

PMS 325
CMYK 6030

Burgund:

Bestruket PMS 505
Obestruket PMS 188
CMYK 8X70

Orange:

PMS 021
CMYK 07X0

Grön:

PMS 376
CMYK 60X0

Lime:

PMS 397
CMYK, C 14%, M 2%,
Y 100%, K 16%

INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

LA CUISINES FÄRGSKALA

Fyrfärgstryck med CMYK

CMYK är ett färgblandningssystem. De fyra färgerna anges i följande ordning: blått (cyan), rött (magenta), gult och svart. Färgerna blandas i olika proportioner i små punkter, s.k. raster. Observera att CMYK är den beteckning som används vid desktopproduktion. Många reproanstalter och tryckerier använder den traditionella beteckningen där färgerna anges i följande ordning: gult, rött (magenta), blått (cyan) och svart.

Trycksaker med färgbilder trycks alltid med fyrfärg.

Tryck i färg med PMS

PMS är ett färgsystem som innehåller s.k. platta färger. Dessa färger blandas inte inbördes utan återges var och en för sig. Trycksaker som inte innehåller färgbilder eller färgade plattor trycks med fördel med PMS. Detta färgsystem används också för det mesta vid screentryck, en metod för tryck på exempelvis plast, tyg och porslin.



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



Färg



Negativ med 1 färg



Negativ



Negativ

INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



Svartvit

Logotypen kan också brännas eller etsas in i materialet, eller sys eller tryckas på tags på t ex grytlappar



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Här en
intressant rubrik

Här är exempel på ingress 14/18 rit nosto exeros ad ming el eugait nostrud te magnisis nibh enibh exer sed do conullan el et, sit atumsan henis ex ent wisi. Borem zzriusc iliscillaore modo cortionse magnis adionsequisi tat la autat wissi.

HÄR EN MELLANRUBRIK

Här exempel på brödtext 12/15 p orem zzriusc iliscillaore modo cortionse magnis adions- equisi tat la autat wissi tet lam, con vent dolent lorpercip exeros dolore consequis nibh exerit lorer incipiscilit velit utpat. Isis nosto con ex ex ea faciduis alit nonulput nibh etuer susci blan henit delit, conullan ea feum velit nulluptat wisi blamet incipit utat.

HÄR EN MINDRE MELLANRUBRIK

Här exempel på brödtext 10/13 p orem zzriusc iliscillaore modo cortionse magnis adions- equisi tat la autat wissi tet lam, con vent dolent lorpercip exeros dolore consequis nibh exerit lorer incipiscilit velit utpat. Isis nosto con ex ex ea faciduis alit nonulput nibh etuer susci blan henit delit, conullan ea feum velit nulluptat wisi blamet incipit utat.

Här exempel på brödtext 10/13 p orem zzriusc iliscillaore modo cortionse magnis adions- equisi tat la autat wissi tet lam, con vent dolent lorpercip exeros dolore consequis nibh exerit lorer incipiscilit velit utpat.

Typsnitt för rubriker:
 Archer medium och bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQR
 STUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyzåäö
 1234567890

Typsnitt för brödtext,
 ingress, fakta:

Archer light och medium
 ABCDEFGHIJKLMNOPQ
 RSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyzåäö
 1234567890

INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Som ett ytterligare verktyg för att förstärka kommunikationen med vårt varumärke har vi ett grafiskt element. Det grafiska elementet bottnar i temat kök och illustrerar en köks-handduk.



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Artisteri i all enkelhet

Du känner doften från stekpannan. Några varv med kvarnen, en nypa salt. Skär, hacka, ner i grytan. Vitlök, timjan och lagerblad. In i ugnen. Voila!

Med rätt redskap blir du kökets medelpunkt. Vi vill ge dig inspiration och hjälp att hitta rätt köksprylar för dig själv, eller som present till någon viktig person i ditt liv.

Du är artisten, vi har dina redskap. Välkommen till La Cuisine – Uppsalas nya mötesplats för matlagare.



Foto: Le Creuset

DU ÄR STJÄRNAN I DITT KÖK

Öppettider:

Måndag–fredag 10.00–18.00

Lördag 10.00–16.00

Östra Ågatan 33
(Hörnet Smedsgränd)

Telefon 018-12 73 00



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Bilder i varumärkesannonser och i säljande material så som brochyurer och kort där vi vill skapa en känsla av varumärket, där ska verktygen vara in action. Man ska kunna känna doften, känna smaken, glädjen. Gärna nere i grytorna, nära. Gärna att man kan se att det är männis-

kor med, t ex händer. Det ska vara bilder med en skärpa i fronten och oskärpa i bakgrunden. De kan även vara oskärpa i fram som t ex på den första bilden där handtaget är oskarpt.

Dessa bilder får ej användas eller reproduceras. De är endast skiss- och exempelbilder.



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

I annonser med leverantörsbilder där produkterna är med där vill vi också i möjligaste mån ha verktygen in action. Man ska kunna känna doften, känna smaken, glädjen. Gärna nere i grytorna, nära. Leveran-

törsbilder kan ju vara av olika slag men det ska om möjligt vara bilder med en skärpa i fronten och oskärpa i bakgrunden. De kan även vara oskärpa i fram.

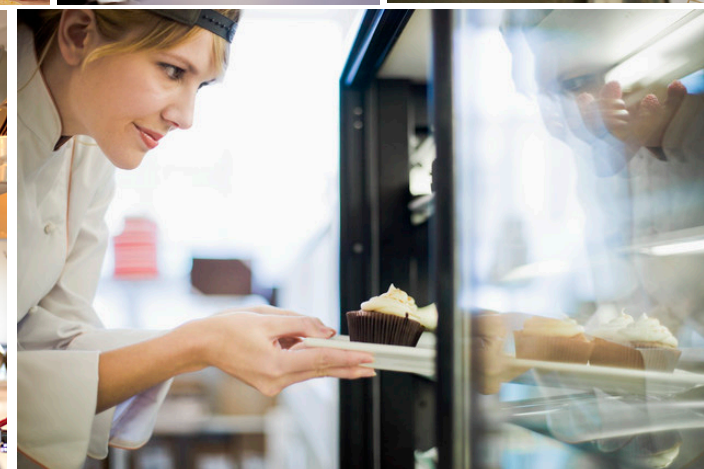


INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Bilder som ska vara mer berättande med människor, där vill vi också i möjligaste mån ha verktygen in action. Man ska kunna känna doften, känna smaken, glädjen. Gärna nere i grytorna, nära. Man ska känna

glädje, passion, konsentration.... Om det är möjligt ska bilderna ha en skärpa i fronten och oskärpa i bakgrunden. De kan även vara oskärpa i fram som bild nr 2 här nere.



INNEHÅLL

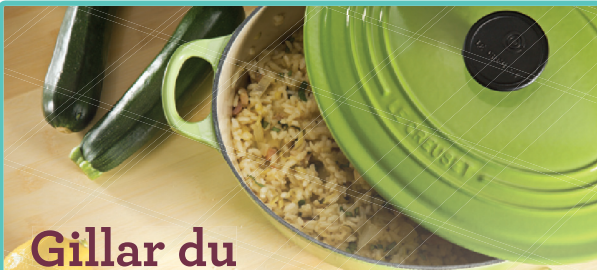
Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Här följer några exempel



INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–



Gillar du att laga mat?

Vad du än vill bjuda på, har vi redskapen som gör matlagning och bakning ännu roligare. Välkommen till La Cuisine – en riktig cook shop mitt i Uppsala.

Öppettider:
Måndag–fredag 10.00–18.00
Lördag 10.00–16.00
Östra Ågatan 33 (Hörnet Smedsgränd)
Telefon 018-12 73 00
www.lacuisine.se



DU ÄR STJÄRNAN I DITT KÖK



Gillar du att baka?

Vad du än vill bjuda på, har vi redskapen som gör matlagning och bakning ännu roligare. Välkommen till La Cuisine – en riktig cook shop mitt i Uppsala.

Öppettider:
Måndag–fredag 10.00–18.00
Lördag 10.00–16.00
Östra Ågatan 33 (Hörnet Smedsgränd)
Telefon 018-12 73 00
www.lacuisine.se



DU ÄR STJÄRNAN I DITT KÖK

INNEHÅLL

Inledning	11
Tema	12
Tema	13
Tema	14
Färg	15
Färg	16
Färg	17
Logotyp	18
Logotyp	19
Logotyp	20
Typsnitt	21
Grafiskt element	22
Exempel	23
Exempel	24
Bildspråk	25
Ex känsla	26
Ex leverantörsbilder	27
Exempel	28–

Låt alla få smaka

Med rätt redskap blir kakan enkelt bakad.

Knåda degen mjuk. Smält smör och socker. Låt äppelklyftorna bli mjuka. Kavla ut degen, lägg den över äpplena i pannen. In i ugnen. Stjälp upp. Voila!

Vi vill ge dig inspiration och hjälp att hitta rätt köksprylar till dig själv, eller som present till någon viktig person i ditt liv.

Du är artisten, vi har dina redskap. Välkommen till La Cuisine – Uppsalas nya mötesplats för matlagare.



DU ÄR STJÄRNAN I DITT KÖK

Öppettider:

Måndag–fredag 10.00–18.00
Lördag 10.00–16.00
Adventsöppet söndagar 12.00–16.00

Östra Ågatan 33
(Hörnet Smedsgränd)
Telefon 018-12 73 00



Samlas runt spisen

Med rätt redskap blir julgodiset som smarrigast.

Smält smör i kastrullen. Bryt ner chokladen i smöret och rör med slevan. Ställ formar på en plåt, klicka smeten i formarna. In i kylan. Voila!

Vi vill ge dig inspiration och hjälp att hitta rätt köksprylar till dig själv, eller som present till någon viktig person i ditt liv.

Du är artisten, vi har dina redskap. Välkommen till La Cuisine – Uppsalas nya mötesplats för matlagare.



DU ÄR STJÄRNAN I DITT KÖK

Öppettider:

Måndag–fredag 10.00–18.00
Lördag 10.00–16.00
Adventsöppet söndagar 12.00–16.00

Östra Ågatan 33
(Hörnet Smedsgränd)
Telefon 018-12 73 00

