بلوماركت

BlueMarket

دليل استخدام الشـــعار والهوية البصريـــة لعلامـــة بلـــو ماركـــت

مواصفات كتيب العلامة التجارية

متوفر هذا الدليل أيضًا على ملف (Adobe Acrobat 8.0 PDF) للعرض على أنظمة ماك أو ويندوز. نوصي بتنزيل الملف وعرضه على سطح المكتب الخاص بك. جميع الأقسام في صفحة المحتويات مرتبطة بصفحاتها. يمكن أيضًا طباعة الملف الكامل أو صفحاته الفردية على ورق بحجم A3 - A4، ويفضل استخدام طابعة ملونة.

مقدمة

يهدف الدليل الإرشادي الموسع للهوية البصرية لعلامة بلو ماركت إلى تنظيم وتوحيد معايير استخدام شعار الشركة، وذلك بهدف المحافظة على هوية بصرية مؤسسية ثابتة وموحدة تعكس مستويات عالية من التنسيق والتناغم والتكامل في العمل الجماعي. ويحتوي هذا الدليل على الرسوم الإيضاحية والمعايير البصرية المعتمدة لتصميم وتجهيز جميع أنواع المطبوعات، بالإضافة إلى المواصفات الأخرى الخاصة بالألوان والطباعة. كما يشير الدليل إلى الملفات الفنية التي يوفرها مكتب الاتصال التابع للشركة، وينبغي على المستخدمين التقيد بالمعايير الموضحة في هذا الدليل الإرشادي واستخدام نماذج التصميم الموضحة لكافة أنواع المطبوعات كالكتيبات والنشرات والمطويات والإعلانات المطبوعة والعروض التقديمية وبطاقات التعريف المهنية وغيرها، مع التقيد بعدم تغيير نماذج التصاميم الفنية المضمنة أو إعداد أي تصميم جديد دون الرجوع لمكتب الاتصال الخاص بالشركة. وبالإضافة إلى الاستخدام الداخلي لهذا الدليل، ينبغي أيضاً تزويد شركات التصميم الجرافيكي المتعاقد معها بنسخة من الدليل كمرجع لضمان مطابقة مخرجاتها مع معايير الهوية البصرية المعتمدة لدى علامة بلو ماركت. للاستفسار عن المعايير ونماذج التصميم والملفات الفنية الواردة في هذا الدليل، أو لأي استفسارات أخرى خاصة بالهوية البصرية لعلامة بلو ماركت، الرجاء التواصل مع مكتب الاتصال للشركة عبر البريد الإلكتروني:
www.petromap.co

محتويات الدليل

القسم الأول (أساسيات العلامة التجارية)

الصفحة 06 | 1.1 تحليل الشعار
الصفحة 07 | 1.2 مفهوم وفلسفة الشعار
الصفحة 08 | 1.3 المساحة الفارغة والمقاس الأدنى
الصفحة 09 | 1.4 موضع الشعار
الصفحة 10 | 1.5 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (X)
الصفحة 11 | 1.6 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)
الصفحة 12 | 1.7 إصدارات الشعار
الصفحة 13 | 1.8 نمط الهوية (الثيم)
الصفحة 14 | 1.9 أيقونات العلامة التجارية

القسم الثاني (الحروف الطباعية)

الصفحة 17 | 2.1 الخطوط الطباعية الإنجليزية
الصفحة 18 | 2.2 الخطوط الطباعية العربية

القسم الثالث (ألوان العلامة والهوية البصرية)

الصفحة 20 | 3.1 الألوان الأساسية

القسم الرابع (الهوية البصرية)

الصفحة 22 | 4.1 تفاصيل الهوية البصرية
الصفحة 114 | 4.2 اتصل بنا

أساسيات العلامة التجارية

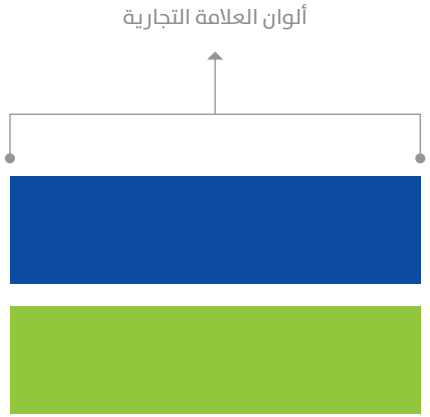
القسم 01

1.1 تحليل الشعار
1.2 مفهوم وفلسفة الشعار
1.3 المساحة الفارغة والمقاس الأدنى
1.4 موضع الشعار
1.5 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (x)
1.6 بعض الاستخدامات الصحيحة (٧)
1.7 إصدارات الشعار
1.8 نمط الهوية (الثيم)
1.9 أيقونات العلامة التجارية

01

1.1 تحليل الشعار

تلعب علامة بلو ماركت دوراً كممثل لمبادرتنا، موظفينا، والعلامة التجارية الخاصة بنا أمام العالم. الشعار هو أحد أصول الشركات القيمة التي يجب استخدامها بالطريقة الصحيحة والمعتمدة. إن شعار الشركة الخاص بنا هو العنصر الأساسي في هويتنا البصرية الذي يضمن وجودنا القوي ويمثل شركتنا، موظفينا، وعلامتنا التجارية في العالم. الشعار هو أحد أصول الشركات القيمة التي يجب استخدامها بالطريقة الصحيحة والمعتمدة للتصميم.



1.2 مفهوم وفلسفة الشعار

مفهوم الشعار

تم رسم شعار بلو ماركت على شكل شعار كتابي باللغة العربية واللغة اللاتينية، باللونين أزرق والأخضر.وتم اختيار ألوان علامة بلو ماركت لترمز لثلاثة أمور هامة الجودة، الطبيعة والأصالة، فاللون أزرق يرمز لجودة الخدمة والتميز، واللون الأخضر يرمز للطبيعة وخيراتها والمنتجات الطازجة الشهية ويرمز هذا اللون أيضاً لأرض العطاء والجود المملكة العربية السعودية.

بلوماركت
BlueMarket

1.3 المساحة الفارغة والمقاس الأدنى

ملائمة الشعار مع المساحة الواضحة

لضمان الصدارة والوضوح، يجب أن تكون العلامة التجارية محاطة دائماً بمساحة لا تقل عن مساحة واضحة. يجب ألا يتدخل أي شيء في هذه المنطقة، مثل جهاز رسومي أو صور أو كتابة. ويستند بناء المساحة الواضحة على المساحة الممثلة بالرمز "X"، كما هو موضح بالشكل على اليسار. يظهر الحد الأدنى للمساحة الواضحة في الشكل على اليسار بواسطة المستطيل الذي يحتوي على العلامة التجارية وأشكالها. المستطيل نفسه غير مرئي ولا يطبع. ملاحظة: المساحة الصافية المعروضة في هذه الصفحة هي الحد الأدنى ويجب زيادتها في جميع التطبيقات حيثما كان ذلك ممكناً.

المقاس الأدنى للشعار

تمثــل علامة بلو ماركت قوته المرئية بأحجامه المختلفة، الحــد الأدنى لحجم علامة بلو ماركت كما هو موضح في الشكل (أ).

المقاس الأقصى للشعار

لا يوجد حد أقصى لحجم استخدام علامة بلو ماركت.
ومع ذلك، فإنه يجب عند استخدام علامة بلو ماركت بأحجام كبيرة جداً (يزيد عرضه عن 3 قدم)، ستحتاج إلى ضبـط حجــم وموقع رموز الشــعار وتقليص موقعه بحيث يكون مطابق أقــرب ما يمكن لعلامة بلو ماركت، بحيث يكون مقروءاً ومماثلاً للشعار المطبوع بقدر الإمكان.

الحد الأدنى:
للطباعة: (عرض الشعار) 10 ملم
على الشاشة: (عرض الشعار) 100 Pixels

الشكل (أ)

* الأحجام المعروضة غير صحيحة لمجرد التوضيح

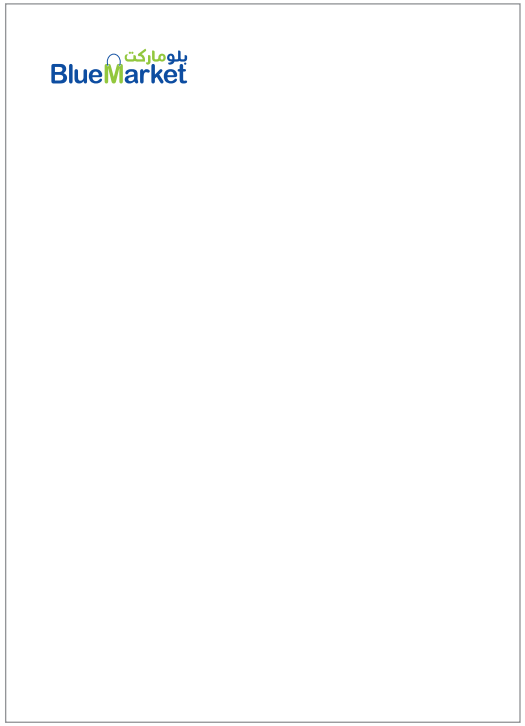
* راجع قســم (1.7 إصدارت الشــعار) صفحة (12)

1.4 موضع الشعار

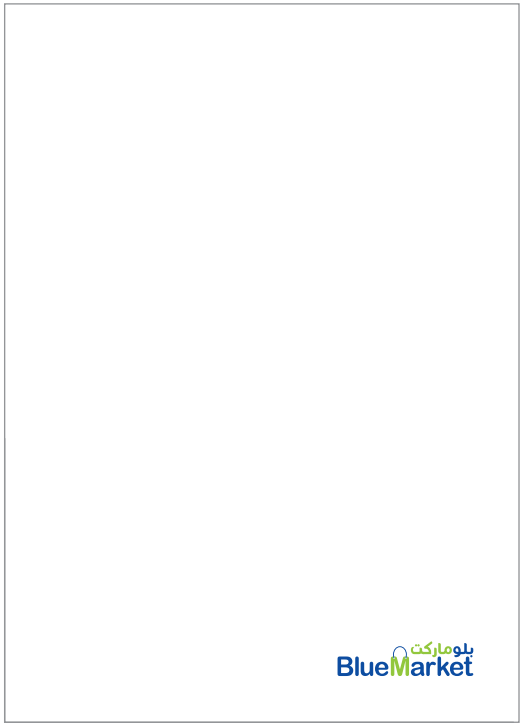
المساحة الواضحة لتوظيف الشعار

حاول التأكد من ظهور علامة بلو ماركت في الركن الأيسر العلوي بالألوان الكاملة على خلفية بيضاء. يســاعد الموضع المناسب في هذا الموقع لغرض التواصل في بناء الوعي لعلامة بلو ماركت.

المكان الإفتراضي للشعار
الإستخدام الرسمي



المكان البديل للشعار
الإستخدام الغير الرسمي



المسافة حول الشعار
الأوراق الرسمية مقاس A4

المسافة حول الشعار
كروت العمل مقاس 5 x 9 سم

1.5 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (x)

من المهم للغاية لنجاح العلامة أن يتم عرض الشعار بالشكل الصحيح. يتضمن ذلك دائماً استخدام الخطوط الصحيحة والموضع النسبي الصحيح وعدم تغير حجم الأجزاء المكونة للشعار بشكل مفصول. توضح الأمثلة التالية في هذه الصفحة النماذج الغير صحيحة.

01 لا تحول الشعار لخطوط
02 لا تغير لون الشعار
03 لا تضغط مقاس الشعار أو تشوهه
04 لا تضف الظل إلى أي جزء من الشعار
05 لا تضع الشعار في شكل إضافي له
06 لا تدير الشعار أو تعدل زاويته
07 لا تضف كلمات إلى الشعار
08 لا تضف التدرج اللوني على الشعار
09 لا تضع الشعار على الصور المعقدة
10 لا تضع الشعار على خلفية مع تباين غير كاف
11 لا تضف عناصر إضافية إلى الشعار
12 لا تقص أي جزء من الشعار

1.6 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)

أنواع الشعار الفنية

الطرق الصحيحة لاستخدام أنواع الشعار الفنية على اللافتات والمطبوعات وما إلى ذلك.

أنواع الشعار (نطاق قياسي)

الشعار بكامل ألوانه

لون واحد (أزرق)

لون واحد (أخضر)

الشعار أبيض على خلفية (أزرق)

أنواع الشعار (نطاق ضيق)

الشعار أبيض على خلفية (أخضر)

الشعار أزرق على خلفية (أخضر)

لون واحد (أسود)

لون واحد (رمادي)

1.7 إصدارات الشعار

إصدارات الشعار القياسية

الطرق الصحيحة لاستخدام إصدارات الشعار على اللافتـات والمطبوعات ومـا إلى ذلك.

الإصدار الإنجليزي

الإصدار العربي

العلامة

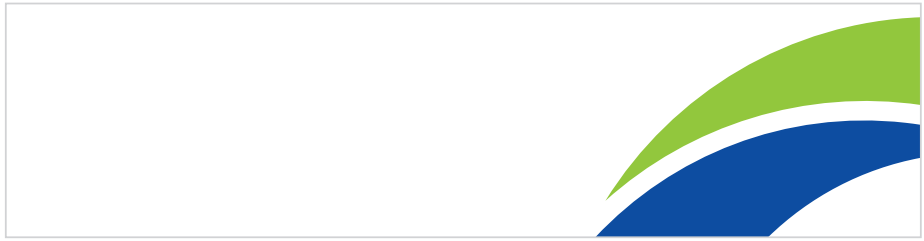
الإصدار العربي - الإنجليزي

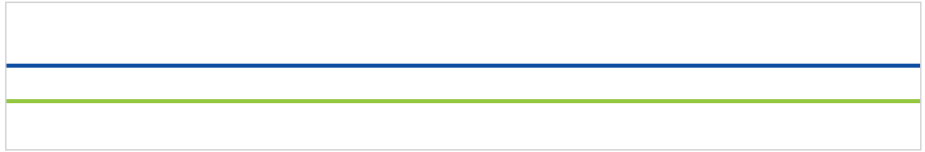
الإصدار الإنجليزي مع السلوجن

الإصدار العربي مع السلوجن

الإصدار العربي - الإنجليزي مع السلوجن

1.8 نمط الهوية (الثيم)





1.9 الأيقونات (أ)

1.9 الأيقونات (ب)

الحروف الطباعية

القسم 02

2.1 الخطوط الطباعية الإنجليزية
2.2 الخطوط الطباعية العربية

02

2.1 الخطوط الطباعية الإنجليزية

تحديد الخط الإنجليزي الأساسي الخاص بالهوية وبيان تفاصيله

تم اختيار نوع الخط (PF BeauSans Pro) كخط رئيسي للغة الإنجليزية لعلامة بلو ماركت، مما يسمح لنا تمثيل رسائلنا للجمهور من الحماس إلى الفهم العملي. الاستخدام الدقيق وحسن اختيار الحروف والخطوط الطباعية يعزز شخصية علامتنا التجارية للعملاء الكرام.

PF BeauSans Pro

نبذة عن عائلة الخط

The design of Beau Sans was inspired by Bernhard Gothic which is considered one of the first contemporary American sans serifs and was designed by Lucian Bernhard in the late 1920s. Panos Vassiliou came across this font while attempting to reduce the design elements of a text typeface, by introduing Bauhaus-like minimal forms to the characters. The first version was completed back in 2002 and introduced one year later in Parachute's 3rd catalog, under the name PF Traffic.

A B C D E F G H I J K L M — **Bold**
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M — Regular
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 — Figures

! “ § $ % & / ( ) = ? ` ; : — Special Characters
¡ “ ¶ ¢ [ ] | { } # ¿ ‘
« € ® ™ † ¨ / ø • ± ‘
æ œ @ © , ˇ ^ å ¥ ç
~ µ … – < > ‰ ‡ Ω ¤ ˘ › ‹

2.2 الخطوط الطباعية العربية

تحديد الخط العربي الأساسي الخاص بالهوية وبيان تفاصيله

تـــم اختيار نوع الخـــط (Bahij TheSansArabic) كخط رئيسي للغـــة العربية لعلامة بلو ماركـــت، مما يســـمح لنا تمثيل رســـائلنا للجمهور من الحـــماس إلى الفهم العملي. الاســـتخدام الدقيق وحســـن اختيار الحروف والخطوط الطباعية يعزز شخصية علامتنا التجارية للعملاء الكرام.

Bahij TheSansArabic

نبذة عن عائلة الخط

BahijTheSansArabic's design brief seemed fairly straight for ward. Extending the scope of the existing design, as much of the conceptual work done. The whole family can be described as a system with "global" aspirations, designed to look good on the web but ultimately serves a broad purpose. BahijTheSansArabic is designed for continuous reading, and has been developed to meet complex printing.

Bold

ا ب ت ث ج ح خ د
ذ ر ز س ش ص ض
ط ظ ع غ ف ق ك
ل م ن هـ و ي ء

Regular

ا ب ت ث ج ح خ د
ذ ر ز س ش ص ض
ط ظ ع غ ف ق ك
ل م ن هـ و ي ء

Figures

٠ ١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩

Special Characters

! “ § $ ٪ & / ( ) = ? ` ; :
¡ “ ¶ ¢ [ ] | { } # ¿ ‘
« € ® ™ † ¨ ⁄ ø • ± ‘
æ œ @ © , ˇ ˆ å ¥ ç
~ µ … – < > ‰ ‡ Ω ¤ ˘ › ‹

ألوان العلامة والهوية البصرية

القسم 03

3.1 الألوان الأساسية

03

3.1 الألوان الأساسية

كيف تستخدم الألوان الأساسية، وتفاصيلها؟

لقد تم إنتقاء الألوان الأساسية لعلامة بلو ماركت بعناية فائقة، والتي سوف تعطي نظرة استثنائية للشركة، ولتمثل هوية العلامة التجارية إلى وسائل الإعلام والإعلان ذات الصلة. يمكنك إختيار الألوان الأساسية كلون أساسي في التصميم الخاص بك. تم تعيين لونين ألوان أساسية لتمثيل علامة بلو ماركت: (أزرق - أخضر).

Pantone: 731C
CMYK: 100c | 080m | 000y | 000k
RGB: 003 | 078 | 162
Web: #034ea2

(1)

أزرق

75 Percent
50 Percent
25 Percent

Pantone: 731C
CMYK: 048c | 000m | 100y | 000k
RGB: 146 | 200 | 062
Web: #92c83e

(2)

أخضر

75 Percent
50 Percent
25 Percent

الهوية البصرية

القسم 04

4.1 تفاصيل الهوية البصرية
4.2 اتصل بنا

04

4.1 تفاصيل الهوية البصرية

إدارة هويــة الشركــة تعني حرفيــاً إدارة الهوية البصرية للشركة. يجب التأكد من أن هوية الشركة مطبقة بشــكل صحيح ومتســق على كل التطبيقات، مع مراعــاة التكاليف. نرى غالباً أنه يتم إنشــاء العديد من التطبيقات تحت إشراف اجتهادي أو في أقســام مختلفة، بــدون إدارة هوية الشركة، وذلك يؤدي بســهولة إلى تطبيق هوية الشركة بأســلوب مختلف ومخالف للمعايير الموضوعة لإدارة الهوية البصرية. لذلك فإن إدارة الهوية البصرية المركزية أمر ضروري. فهي الطريقة الوحيدة لحماية مؤسستك وبناء علامة تجارية قوية تضمن المحافظة عليها.

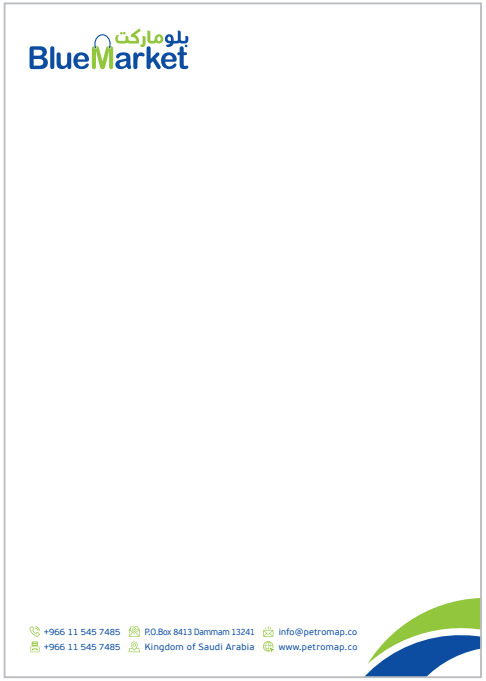
مكونات التصميم لدينا، شــعارنا، الألوان، الطباعة، الرســومات والقرطاســية وضعت بعناية لجعــل العلامة التجارية لعلامة بلــو ماركت تظهــر بمظهر لائق للجمهور. توضح التطبيقات التخطيطية على الصفحات التالية من القرطاســية إلى الكتيبات إلخ.. عرض وتطبيق النماذج بالشــكل الصحيح ولإظهار فعالية هذه المكونات في العمل على الأســس والمعايير العالمية.

القسم 04

الهوية البصرية

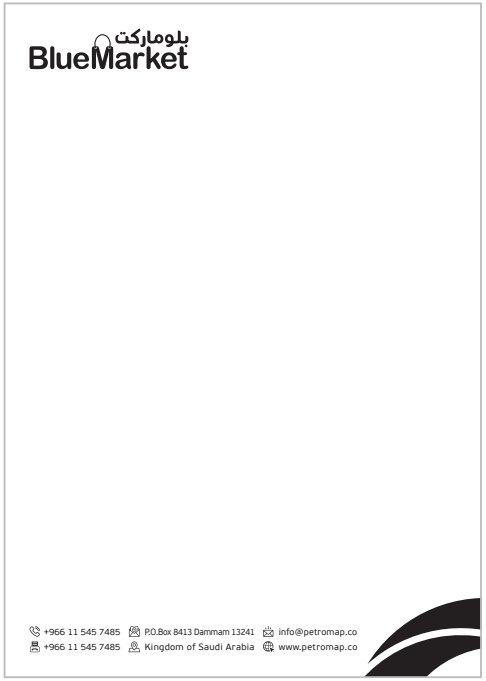
- القرطاسية

القرطاسية / الورق الرسمي (الوجه الأمامي)



القرطاسية / الورق الرسمي (الوجه الخلفي)

القرطاسية / نموذج ورق الفاكس



القرطاسية / كروت العمل

القرطاسية / ظرف (DL)

القرطاسية / ظرف (A4 - A5)

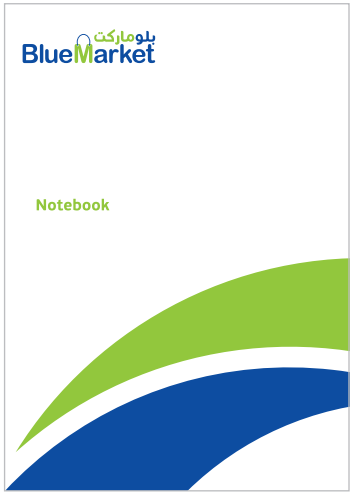
القرطاسية / بطاقة الموظف

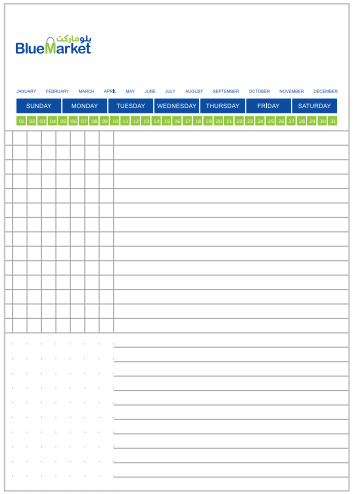
القرطاسية / سند الصرف

القرطاسية / سند القبض

القرطاسية / نموذج الفاتورة

القرطاسية / دفتر الملاحظات





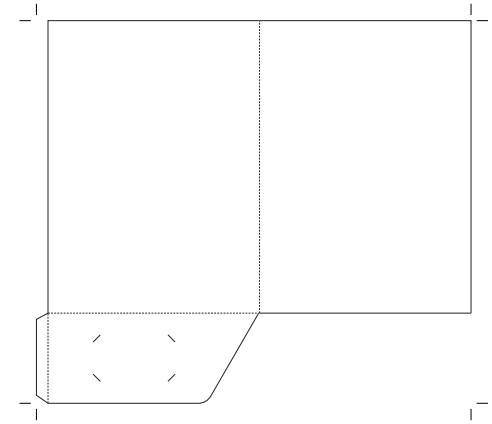
القرطاسية / البطاقة المفوترة

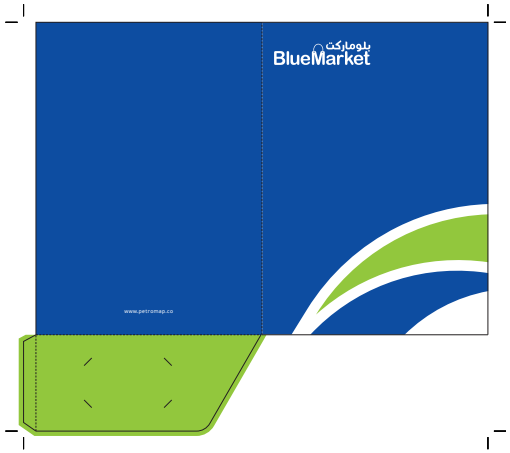
القسم 04

الهوية البصرية

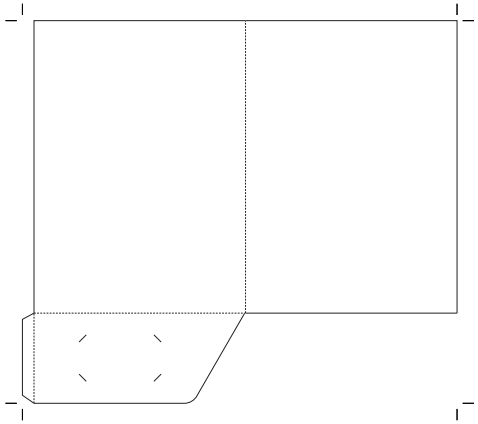
- التطبيقات

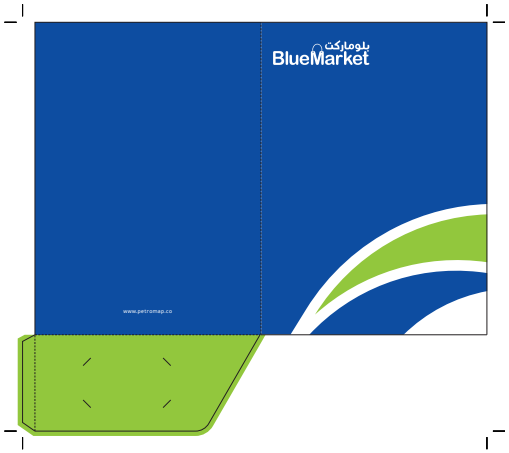
التطبيقات / الفولدر (الوجه الخارجي)





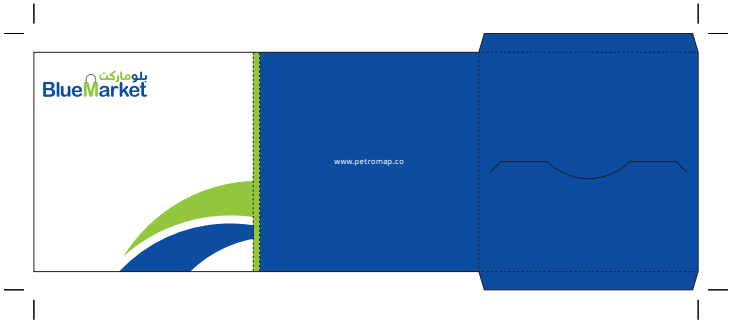
التطبيقات / الفولدر (الوجه الداخلي)

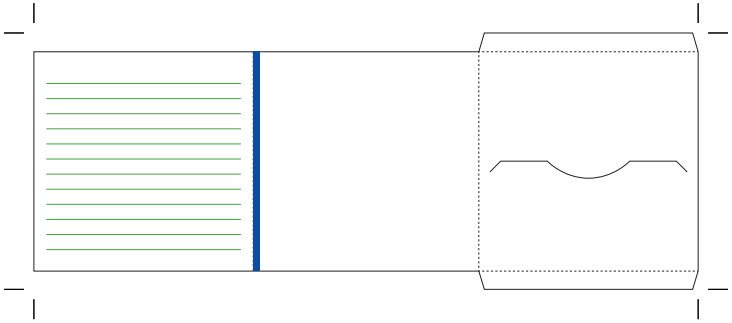




التطبيقات / الختم الرسمي

التطبيقات / ستيكر القرص الليزري وجيبه





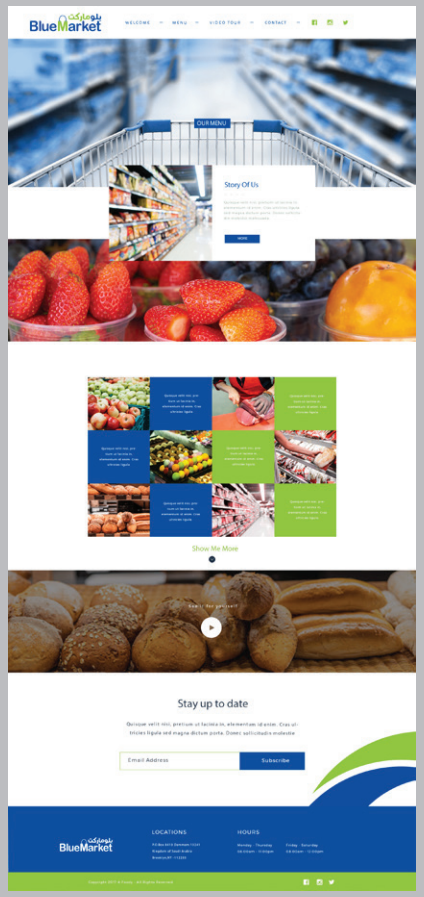
التطبيقات / بروفايل الشركة (الوجه الأمامي)

التطبيقات / بروفايل الشركة (النموذج الداخلي)

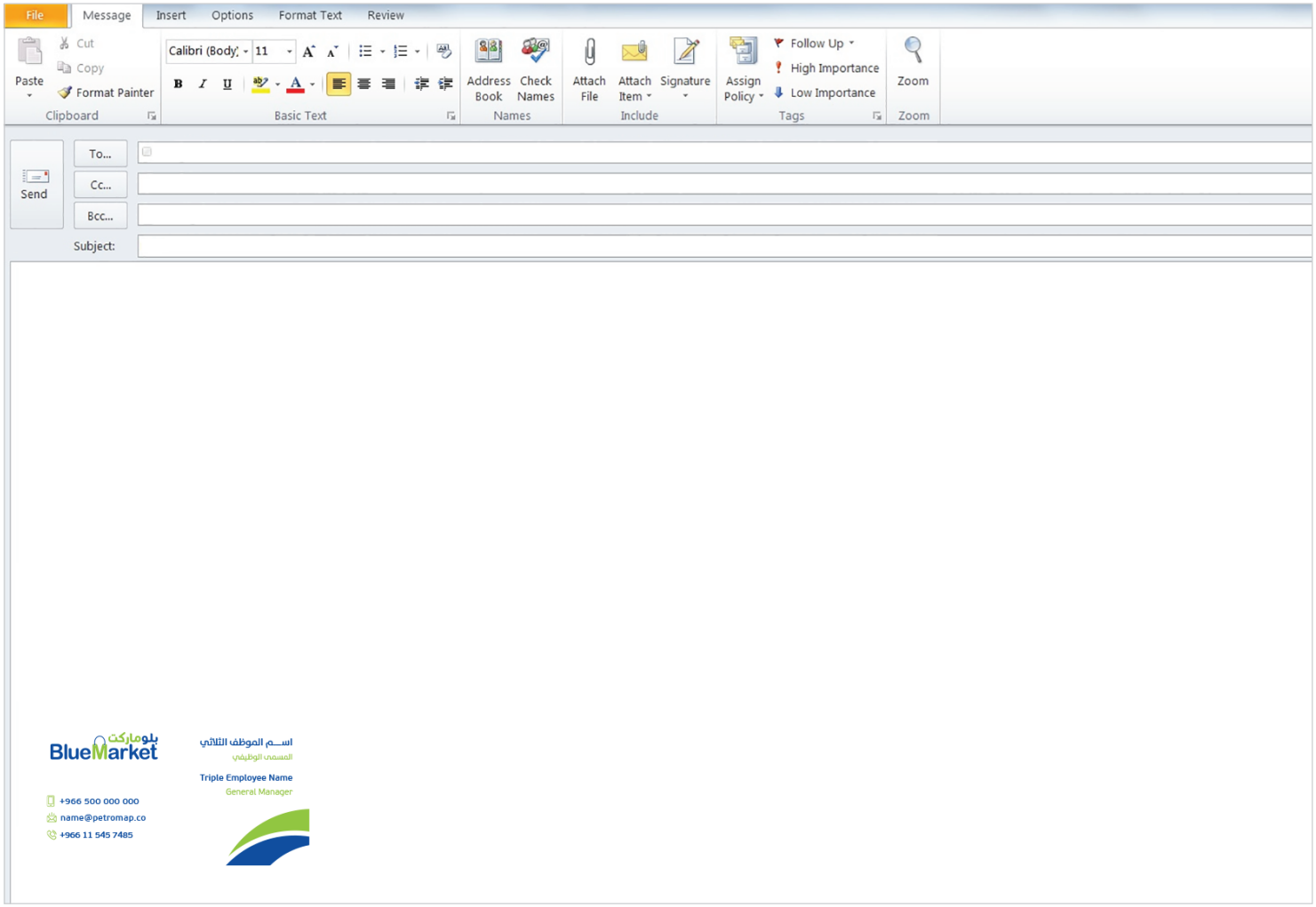
التطبيقات / الرول أب

التطبيقات / الثيم الرئيسي للمعارض

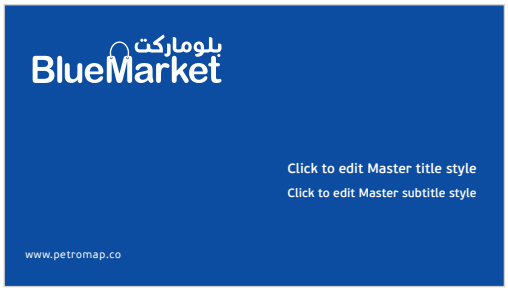
التطبيقات / موقع الويب



التطبيقات / توقيع البريد الالكتروني



التطبيقات / نموذج شرائح العرض التقديمي



التطبيقات / قالب مواقع التواصل الاجتماعي

القسم 04

الهوية البصرية

- اللباس الموحد

اللباس الموحد / لباس الموظفين

اللباس الموحد / لباس قسم تقديم الأطعمة

اللباس الموحد / لباس العمال

اللباس الموحد / لباس عمال النظافة

اللباس الموحد / القبعة

اللباس الموحد / دبوس الملابس

القسم 04

الهوية البصرية

- المركبات

المركبات / سيدان

المركبات / الفان

المركبات / بيك أب

القسم 04

الهوية البصرية

- الأعلام

الأعلام / النموذج (1)

الأعلام / النموذج (2)

الأعلام / العلم القائم المنحني (5 متر)

الأعلام / العلم القائم (5 متر)

القسم 04

الهوية البصرية

- تصاميم الماركت من الخارج والداخل

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحة الماركت الخارجية والتصاميم الخارجية

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحات الأقسام

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحات ستاندات الأقسام

الفاكهة والخضروات Fruit and Vegetables	المخبوزات Bakery	المشروبات والعصائر Drinks and Juices	اللحوم المجمدة Frozen Meat
اللحوم الطازجة Fresh Meat	منتجات الألبان Dairy Products	الحبوب Cereal	الشكولاتة Chocolate
التوابل Condiments	الأسماك والمأكولات البحرية Fish and Seafood	الأغذية المجمدة Frozen Food	ملابس Clothes
المنتجات الخاصة بالأطفال Baby Products	الأغذية المعلبة Canned Foods	منتجات الصحة والتجميل Health & Beauty Products	البسكويت Biscuits
طعام الحيوانات الأليفة Pet Food	قسم الأدوات المنزلية Household Items	رقائق البطاطس والشيبس Potato Chips	خضار مجمدة Frozen Vegetables
الدقيق Flour	المنظفات Detergents	الآيس كريم Ice Cream	وحدة كاشير/ المحاسبة Cashier Unit

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحات ستاندات الأقسام (7) متر

- الفواكه الطازجة — Fresh fruits
- المخبوزات — Bakery
- اللحوم المجمدة — Frozen Meat
- المشروبات والعصائر — Drinks and Juices
- اللحوم الطازجة — Fresh Meat
- منتجات الألبان — Dairy Products
- الحبوب — Cereal
- الشكولاتة — Chocolate
- التوابل — Condiments
- الأسماك والمأكولات البحرية — Fish and Seafood
- الأغذية المجمدة — Frozen Food
- ملابس — Clothes
- المنتجات الخاصة بالأطفال — Baby Products
- الأغذية المعلبة — Canned Foods
- منتجات الصحة والتجميل — Health & Beauty Products
- البسكويت — Biscuits
- طعام الحيوانات الأليفة — Pet Food
- قسم الأدوات المنزلية — Household Items
- رقائق البطاطس والشيبس — Potato Chips
- خضار مجمدة — Frozen Vegetables
- وحدة كاشير/ المحاسبة — Cashier Unit
- الدقيق — Flour
- المنظفات — Detergents
- الآيس كريم — Ice Cream

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / اللوحة الإعلانية

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / الإعلانات الخارجية

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحة أرفف العرض

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحة أرفف العرض العلوية

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحة أرفف العرض المستقلة

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / ستاند المنتجات الجديدة الدائري

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / أرفف المنتجات الجديدة

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / هوية الثلاجات

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / ستاند المنتجات المخفضة

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحة التخفضيات المعلقة

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / لوحة التخفضيات

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / خيمة العروض

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / ستاند العرض التقديمي

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / ستاند الترحيب

تصاميم الماركت من الخارج والداخل / تصميم الكيس البلاستيكي

القسم 04

الهوية البصرية

- اللوحات

اللوحات / اللوحات الإعلانية

اللوحات / الشعار المحفور

اللوحات / لوحات الطرق

اللوحات / اليوني بول

اللوحات / اللافتات الرقمية

اللوحات / الدانجلر

اللوحات / لوحة الفوركس

اللوحات / لوحة أوقات الدوام

اللوحات / لوحة الفليكس

اللوحات / لوحة الحروف البارزة

اللوحات / الثيم على الجدار

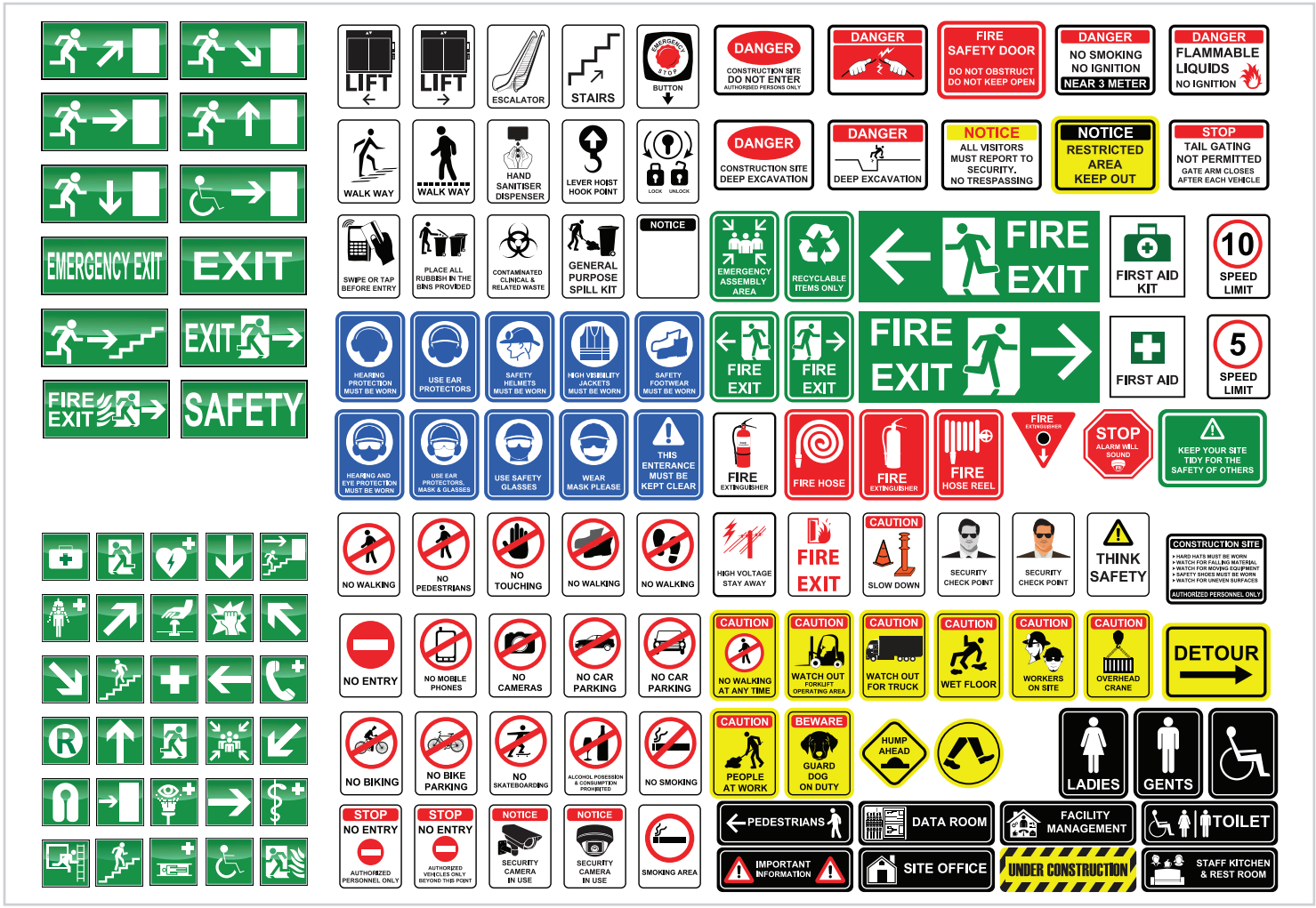
القسم 04

الهوية البصرية

- ملصقات السلامة والإرشادات

ملصقات السلامة والإرشادات (1)

ملصقات السلامة والإرشادات (2)



ملصقات السلامة والإرشادات (3)

FIRE EQUIPMENT LOCATOR ARROW

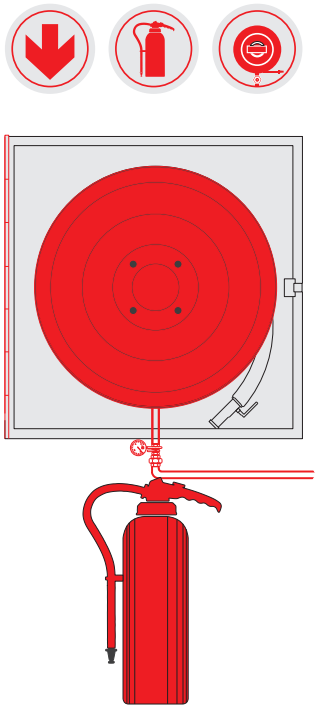
FIRE EXTINGUISER

FIRE HOSE REEL

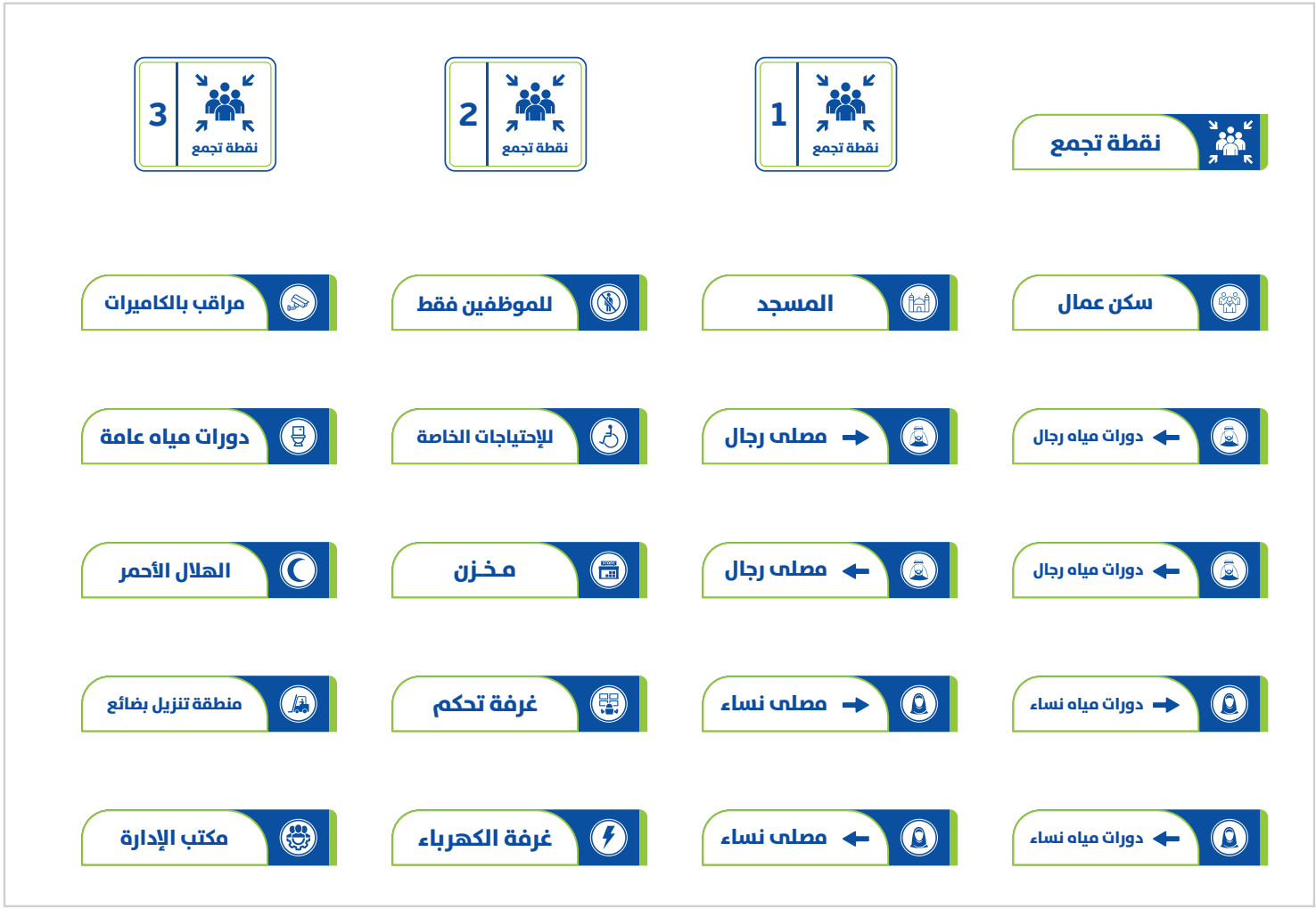
FIRE ESCAPE ROUTE LOCATOR ARROW

FIRE ESCAPE ROUTE SIGN

FIRE AID EMERGENCY SIGN

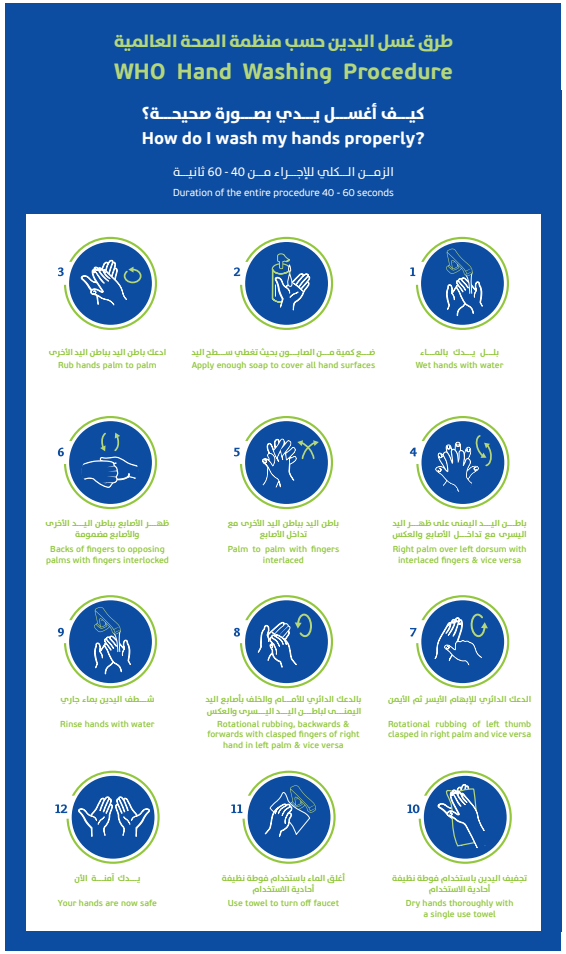


ملصقات السلامة والإرشادات / اللوحات الإرشادية



ملصقات السلامة والإرشادات / الملصقات الرئيسية

ملصقات السلامة والإرشادات / ملصق تعقيم اليدين



القسم 04

الهوية البصرية

- الهدايا الدعائية

الهدايا الدعائية / قلم حبر فاخر

الهدايا الدعائية / كوب الشاي

الهدايا الدعائية / ورق لعب

الهدايا الدعائية / علبة ورق اللعب

الهدايا الدعائية / ذاكرة تخزين USB

الهدايا الدعائية / أكياس المناسبات

الهدايا الدعائية / معطر جو السيارة

الهدايا الدعائية / مذكرة

الهدايا الدعائية / تقويم

4.2 اتصل بنا

لقد بذلنا قصارى جهدنا لإتمام كتيب علاماتنا التجارية على المستوى العالمي من خلال فريق مــن الخبراء. وعلى المبدأ التوجيهــي للشركات العالمية. يجــب الأخذ بالاعتبار أن أدوات العلامة التجارية لدينا لها موارد وإرشادات إضافية حول علامة بلو ماركت.
إذا كان لديك أي سؤال، فلا تتردد بالاتصال بفريقنا الخاص.

info@petromap.co
www.petromap.co

Innovation Ideas

WD Agency all designs & artwork in this guideline is one of WD magnificent work. Ideas, Concepts, designs, and innovations are the soul of WD's creative minds (2021).

www.wd-adv.com

www.petromap.co