



Brand Book

كتيب العلامة والهوية
لعلامة بريك للوقود



مواصفات كتيب العلامة التجارية لعلامة بريك

متوفر هذا الدليل أيضاً 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 أيضاً طباعة الملف الكامل أو صفحاته الفردية على ورق بحجم A3 - A4، ويفضل استخدام طابعة ملونة.



مقدمة

يهدف الدليل الإرشادي الموسع للهوية المرئية لعلامة بريك إلى تنظيم وتوحيد معايير استخدام شعار الشركة، وذلك بهدف المحافظة على هوية مرئية 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 التصميم الفنية المضمنة أو إعداد أي تصميم جديد دون الرجوع لمكتب الاتصال الخاص بالشركة. وبالإضافة إلى الاستخدام الداخلي لهذا الدليل، ينبغي أيضا تزويد شركات التصميم الجرافيكي المتعاقد معها بنسخة من الدليل كمرجع لضمان مطابقة مخرجاتها مع معايير الهوية المرئية المعتمدة لدى علامة بريك. للاستفسار عن المعايير ونماذج التصميم والملفات الفنية الواردة في هذا الدليل، أو لأي استفسارات أخرى خاصة بالهوية المرئية لعلامة بريك، الرجاء التواصل

مع مكتب الاتصال للشركة عبر البريد الإلكتروني: www.breakstations.com



محتويات الدليل

القسم الأول (أساسيات العلامة التجارية)

1.1 مفهوم وفكرة الشعار	الصفحة 06
1.2 المساحة الفارغة والمقاس الأدنى	الصفحة 07
1.3 موضع الشعار	الصفحة 08
1.4 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (X)	الصفحة 09
1.5 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)	الصفحة 10
1.6 إصدارات الشعار	الصفحة 11
1.7 أيقونات العلامة التجارية	الصفحة 12

القسم الثاني (الحروف الطباعية)

2.1 الخطوط الطباعية الإنجليزية	الصفحة 15
2.2 الخطوط الطباعية العربية	الصفحة 16

القسم الثالث (ألوان الهوية المؤسسية)

3.1 الألوان الأساسية	الصفحة 18
3.2 الألوان الثانوية	الصفحة 19

القسم الرابع (الهوية المؤسسية)

4.1 تفاصيل الهوية المؤسسية	الصفحة 21
4.2 اتصل بنا	الصفحة 110

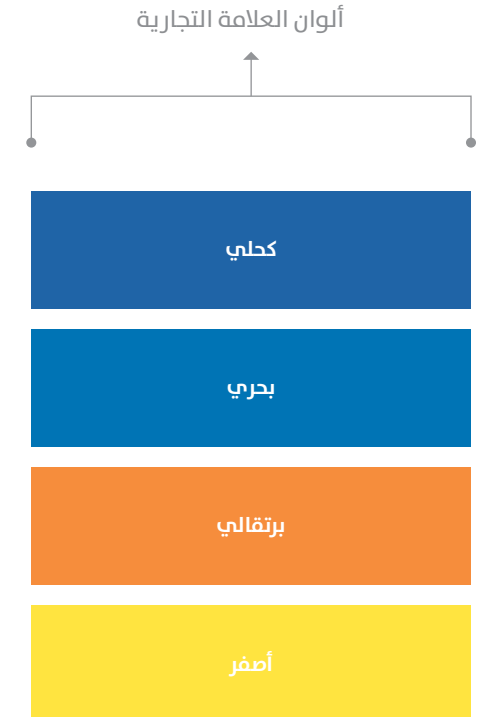
01

أساسيات العلامة التجارية

- 1.1 مفهوم وفكرة الشعار
- 1.2 المساحة الفارغة والمقاس الأدنى
- 1.3 موضع الشعار
- 1.4 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (X)
- 1.5 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)
- 1.6 إصدارات الشعار
- 1.7 أيقونات العلامة التجارية

1.1 مفهوم وفكرة الشعار

تلعب علامة بريك 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 المؤسسية 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 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

تمثل علامة بريك قوته المرئية بأحجامه المختلفة، فمقاس الحد الأدنى لحجم علامة بريك كما هو موضح في الشكل (أ).

المقاس الأقصى للشعار

لا يوجد حد أقصى لحجم استخدام علامة بريك. ومع ذلك، فإنه يجب عند استخدام علامة بريك بأحجام كبيرة جداً (يزيد عرضه عن 3 قدم)، ستحتاج إلى ضبط حجم وموقع رموز الشعار وتقليص موقعه بحيث يكون مطابق أقرب ما يمكن لعلامة بريك، بحيث يكون مقروءاً ومماثلاً للشعار المطبوع بقدر الإمكان.



الحد الأدنى:

للطباعة: (عرض الشعار) 10 ملم

على الشاشة: (عرض الشعار) 120 Pixels

الشكل (أ)

* الأحجام المعروضة غير صحيحة لمجرد التوضيح

* راجع قسم (1.5 إصدارت الشعار) صفحة (11)

1.3 موضع الشعار

المساحة الواضحة لتوظيف الشعار

حاول التأكد من ظهور علامة بريك في الركن الأيسر العلوي بالألوان الكاملة على خلفية بيضاء. يساعد وضع الشعار في الموضع المناسب ظهور الشعار بالشكل والمكان المناسب، لغرض التواصل في بناء الوعي لعلامة بريك.

المسافة حول الشعار

كروت العمل مقاس 9 x 5 سم



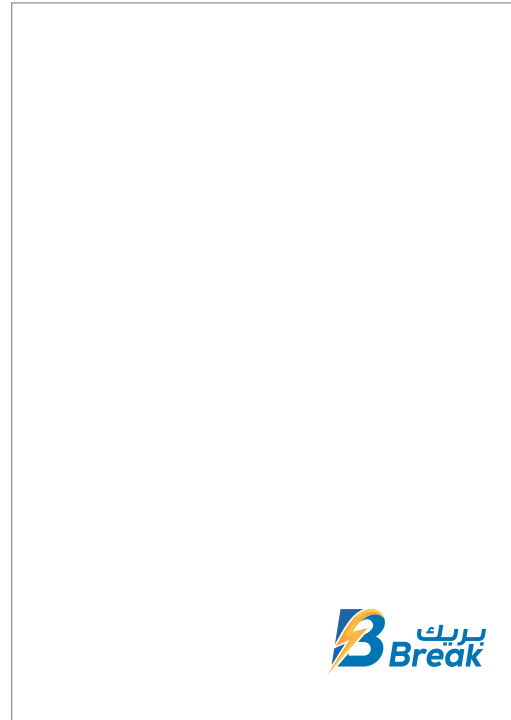
المسافة حول الشعار

الأوراق الرسمية مقاس A4



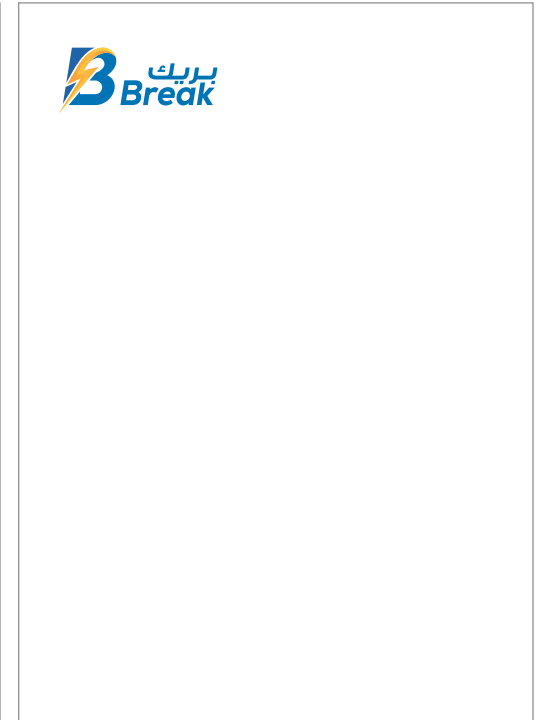
المكان البديل للشعار

الإستخدام الغير الرسمي



المكان الافتراضي للشعار

الإستخدام الرسمي



1.4 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 تغيير 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 تشوّهه

04 لا تضيف الظل إلى أي جزء من الشعار

05 لا تضع الشعار داخل شكل إضافي له

06 لا تدير الشعار أو تعدل زاويته

07 لا تضيف كلمات إلى الشعار

08 لا تغير نسب ومواضع التدرج اللوني على الشعار

09 لا تضع الشعار على الصور المعقدة

10 لا تضع الشعار على خلفية مع تباين غير كاف

11 لا تضيف عناصر إضافية إلى الشعار

12 لا تقص أي جزء من الشعار

06



05



04



03



02



01



12



11



10



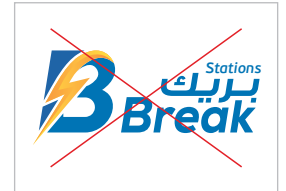
09



08



07



1.5 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)

أنواع الشعار الفنية

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

أنواع الشعار (نطاق قياسي)



النمط رقم (1)



الشعار بكامل ألوانه



النمط رقم (2)



النمط رقم (3)

أنواع الشعار (نطاق ضيق)



النمط رقم (4)



النمط رقم (5)



النمط رقم (6)



النمط رقم (7)

1.6 إصدارات الشعار

إصدارات الشعار القياسية

الطرق الصحيحة لاستخدام إصدارات الشعار على اللافتات والمطبوعات وما إلى ذلك.

الإصدار الإنجليزي



الإصدار العربي



العلامة



الإصدار الإنجليزي - العربي



الإصدار الإنجليزي مع السلوجن



الإصدار العربي مع السلوجن



الإصدار الإنجليزي - العربي مع السلوجن



إصدارات قليلة الاستخدام

الإصدار الأول



الإصدار الثاني



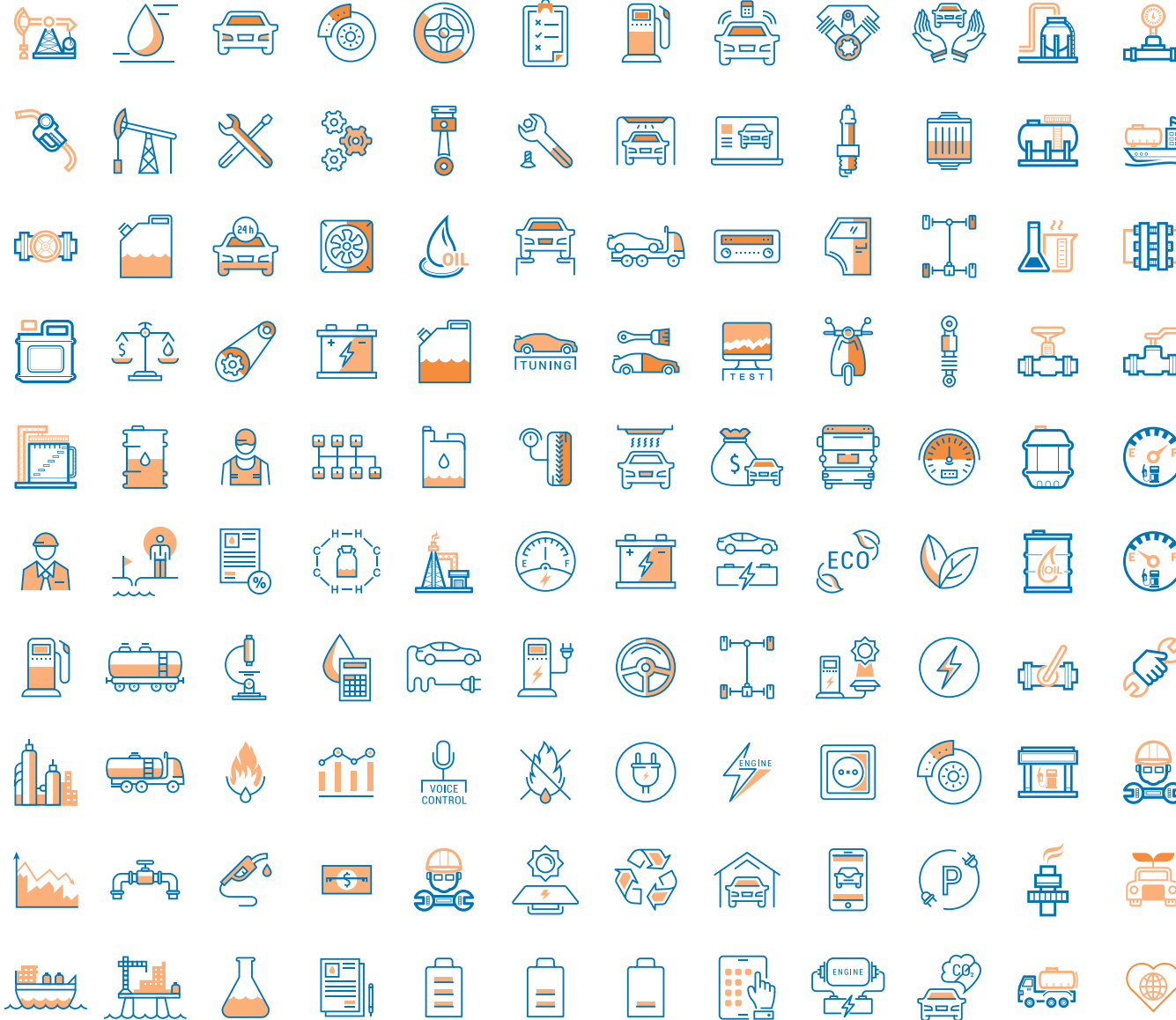
الإصدار الثالث



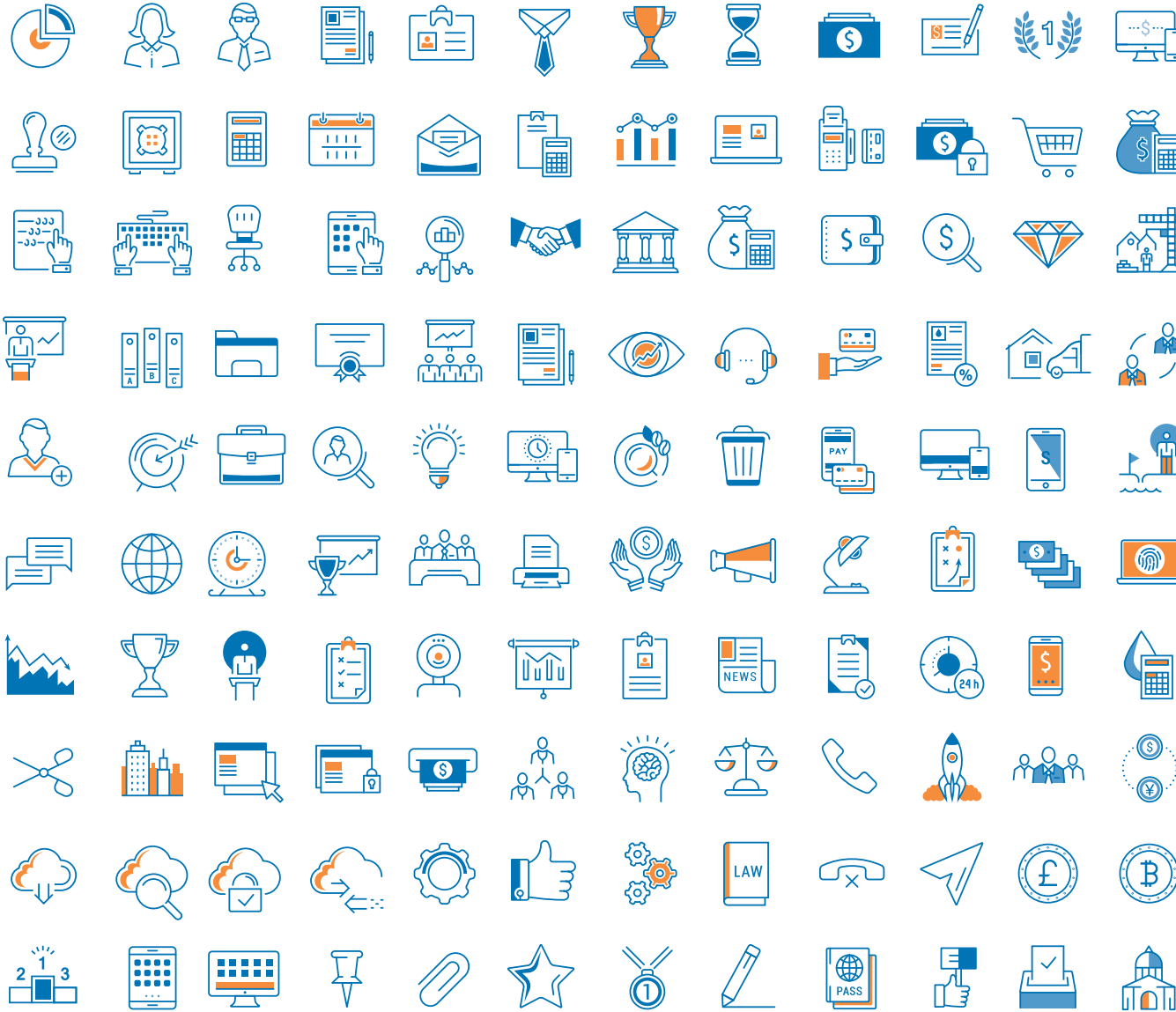
إسم العلامة



1.7 الأيقونات (أ)



1.7 الأيقونات (ب)



القسم الثاني

02

الحروف الطباعية

2.1 الخطوط الطباعية الإنجليزية

2.2 الخطوط الطباعية العربية

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 بريك، 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

نبرة 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 introducing 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. Some time later it was decided to make a few improvements but the project was so carried away that the new typeface which emerged needed urgently a new name. Beau Sans Pro is a modern sans-serif family of 16 fonts which includes true-italic.

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
n o p q r s t u v w x y z

—| Bold

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
 n o p q r s t u v w x y z

—| Regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

—| Figures

! " § \$ % & / () = ? ` ; :
 ; " ¶ ¢ [] | { } # ¿ '
 « € ® ™ † ″ / ø • ± '
 æ œ @ © , ~ ^ å ¥ ç
 ~ μ ... - < > ‰ ‡ Ω α ~ › ‹

—| Special Characters

2.2 الخطوط الطباعية العربية

تحديد الخط العربي الأساسي الخاص بالهوية وبيان تفاصيله

تم اختيار نوع الخط (Bahij TheSansArabic) كخط رئيسي للغة العربية لعلامة بريك، مما يسمح لنا تمثيل رسائلنا للجمهور من الحماس إلى الفهم العملي. الاستخدام الدقيق وحسن اختيار الحروف والخطوط الطباعية يعزز شخصية علامتنا التجارية للعملاء الكرام.

Bahij The Sans Arabic

نبرة عن عائلة الخط

The idea of matching a western designer with an interest in mixing Latin styles with an Arab calligrapher with the same interest in mixing Arabic calligraphic styles, both proficient with lettering yet interested in more simplified contemporary design, seemed like the perfect solution at the time. This choice and team also fitted the idea of developing the Arabic version of the hybrid family member of the Thesis font family – Bahij TheSansArabic. The Bahij TheSansArabic is one of the most successful contemporary Arabic fonts. Since its release, it has been used by several cultural institutions in the Arab World. The Bahij TheSansArabic is a trademark of Adobe Systems Incorporated.

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	

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

٠	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Figures

!	"	\$	/	(	)	=	:
[	]		{	}	,	_	@
<	>	*	؛	•	÷	×	\
*	«	»	'	-	%	*	"

Special Characters

Bold

Regular

Figures

Special Characters

القسم الثالث

ألوان الهوية المؤسسية

3.1 الألوان الأساسية

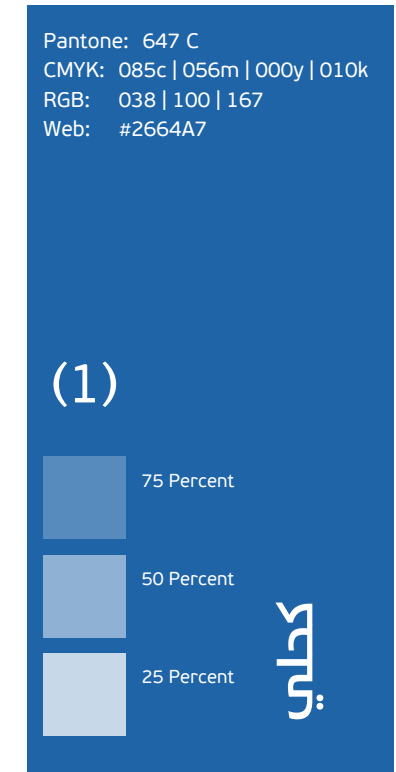
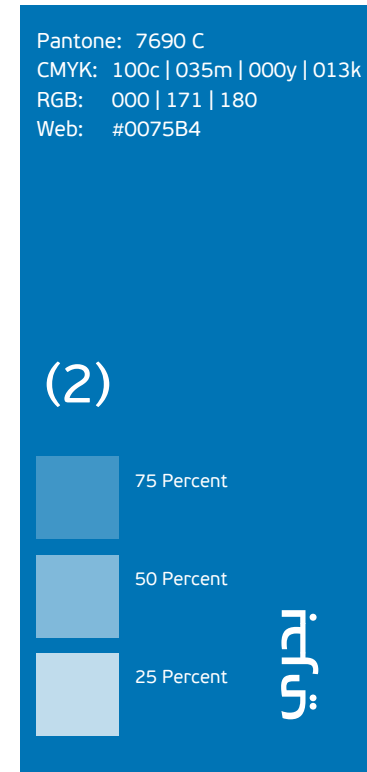
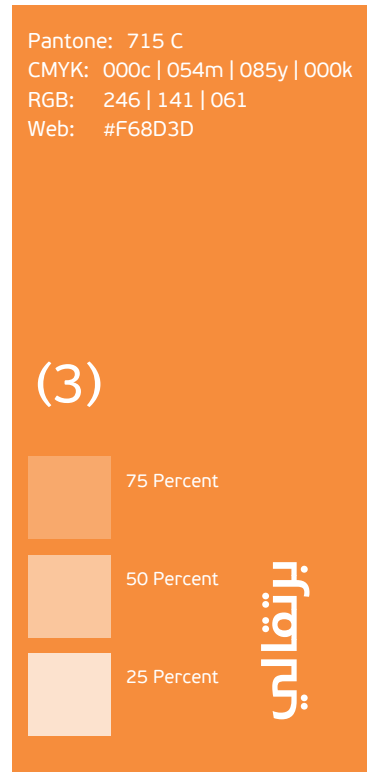
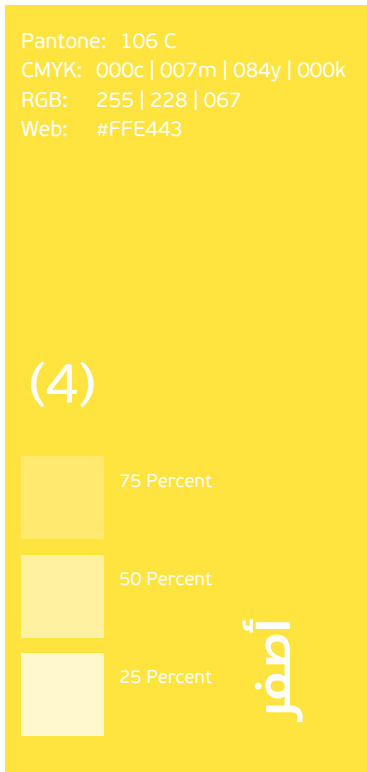
3.2 الألوان الثانوية

03

3.1 الألوان الأساسية

كيف تستخدم الألوان الأساسية، وتفصيلها؟

لقد تم إنتقاء الألوان الأساسية لعلامة بريك 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 أربعة ألوان أساسية لتمثيل علامة بريك: (كحلي - بحري - برتقالي - أصفر).



3.2 الألوان الثانوية

المزيد من الألوان مع تحليل أكثر تفصيلاً

وقد تم تطوير لوحة من الألوان الثانوية. والتي سوف تعطي نظرة استثنائية لعلامة بريك و لتمثل هوية العلامة التجارية الخاصة بها إلى وسائل الإعلام ذات الصلة. الألوان الثانوية مكملة للألوان الرسمية، ولكنها ليست معرفات يمكن التعرف عليها لعلامة بريك. سيتم استخدام الألوان الثانوية في أقل من 10 بالمائة من الألوان الأساسية في التصميم الواحد قدر الإمكان.



القسم الرابع

04

الهوية المؤسسية

4.1 تفاصيل الهوية المؤسسية

4.2 اتصل بنا

4.1 تفاصيل الهوية المؤسسية

إدارة هوية الشركة تعني حرفياً إدارة الهوية المؤسسية للشركة. يجب التأكد من أن هوية الشركة مطابقة بشكل صحيح ومتسق على كل التطبيقات، مع مراعاة التكاليف. نرى غالباً أنه يتم إنشاء العديد من التطبيقات تحت إشراف اجتهادي أو في أقسام مختلفة، بدون إدارة هوية الشركة، وذلك يؤدي بسهولة إلى تطبيق هوية الشركة بأسلوب مختلف ومخالف للمعايير الموضوعة لإدارة الهوية المؤسسية. لذلك فإن إدارة الهوية المؤسسية المركزية أمر ضروري. فهي الطريقة الوحيدة لحماية مؤسستك وبناء علامة تجارية قوية تضمن المحافظة عليها.

تفاصيل الهوية المؤسسية

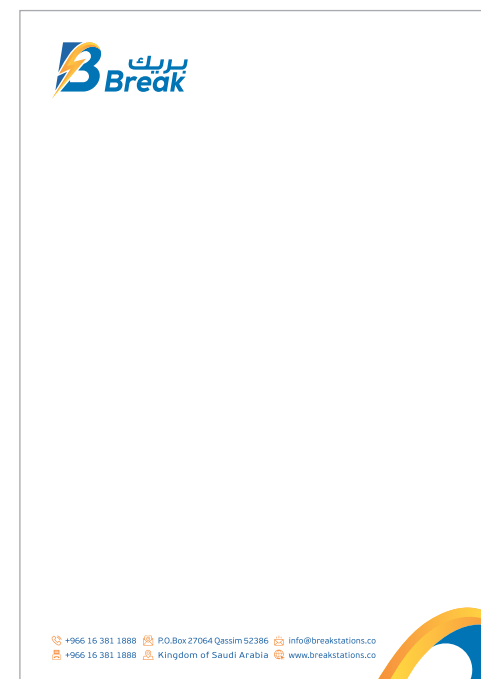


4.1.1

الهوية المؤسسية

- القرطاسية

القرطاسية / الورق الرسمي (الوجه الأمامي)



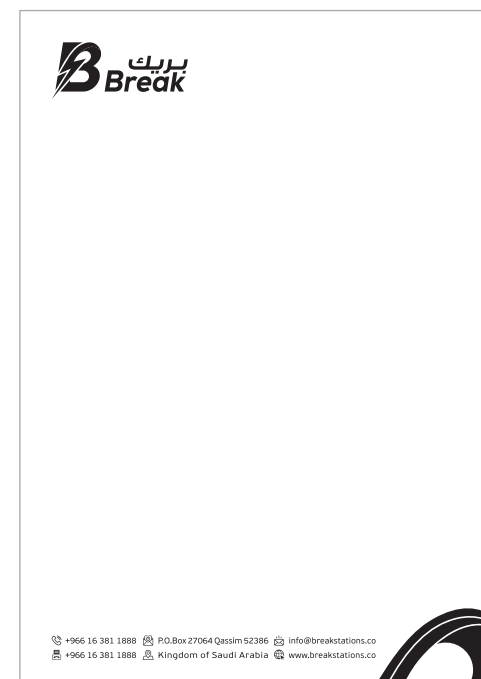
القرطاسية / الورق الرسمي (الوجه الخلفي) (1)



القرطاسية / الورق الرسمي (الوجه الخلفي) (2)



القرطاسية / نموذج ورق الفاكس



القرطاسية / كروت العمل



القرطاسية / ظرف (DL)



القرطاسية / ظرف (A5 - A4)



القرطاسية / بطاقة الموظف



القرطاسية / سند قبض



سند قبض Receipt Voucher	
Date: / /	SR التاريخ: / /
Received From Mr./Messrs: _____	
Amount: _____	مبلغ وقدره: _____
☐ Cash: _____	نقداً: _____
☐ Bank: _____	شيك رقم: _____
Being: _____	وذلك مقابل: _____
* This voucher is not valid unless its stamped.	
Management الإدارة	Cashier أمين الصندوق
Received by المستلم	

+966 16 381 1888 P.O.Box 27064 Qassim 52386 info@breakstations.co
 +966 16 381 1888 Kingdom of Saudi Arabia www.breakstations.co

القرطاسية / سند الصرف

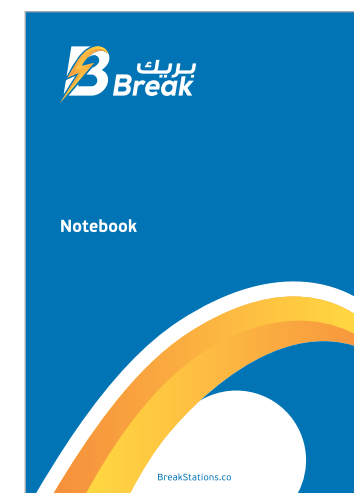


سند صرف Payment Voucher	
Date: / /	التاريخ: SR ريال H. هـ
Pay to Mr. / Messrs: _____	
Amount: _____	مبلغ وقدره: _____
☐ Cash: _____	نقداً: _____
☐ Bank: _____	شيك رقم: _____
Being: _____	وذلك مقابل: _____
* This voucher is not valid unless its stamped.	
Management الإدارة	Cashier أمين الصندوق
Received by المستلم	
+966 16 381 1888 P.O.Box 27064 Qassim 52386 info@breakstations.co +966 16 381 1888 Kingdom of Saudi Arabia www.breakstations.co	

القرطاسية / نموذج الفاتورة

[illegible]

القرطاسية / دفتر الملاحظات



القرطاسية / البطاقة المفوترة



تفاصيل الهوية المؤسسية

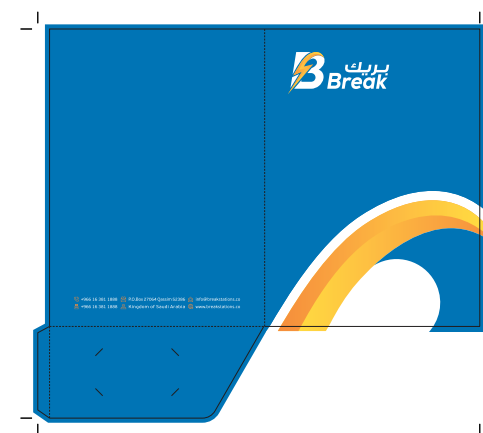
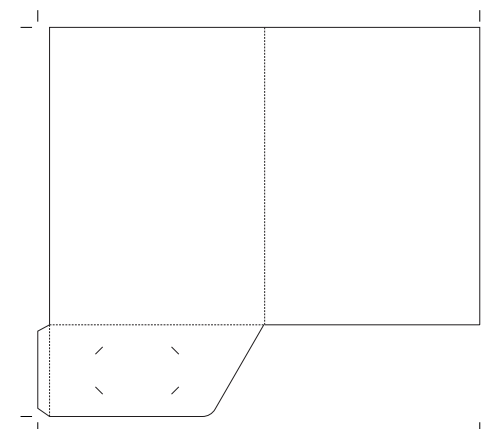


4.1.2

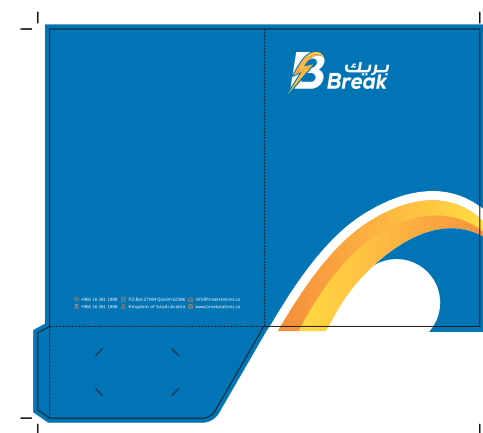
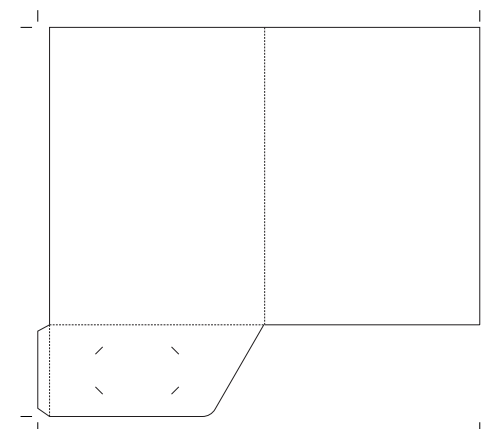
الهوية المؤسسية

- التطبيقات

التطبيقات / الفولدر (الوجه الخارجي)



التطبيقات / الفولدر (الوجه الداخلي)



التطبيقات / الختم الرسمي



التطبيقات / ستير القرص الليزري وجيبه



التطبيقات / بروفایل الشركة (الوجه الأمامي)



التطبيقات / بروفایل الشركة (النموذج الداخلي)



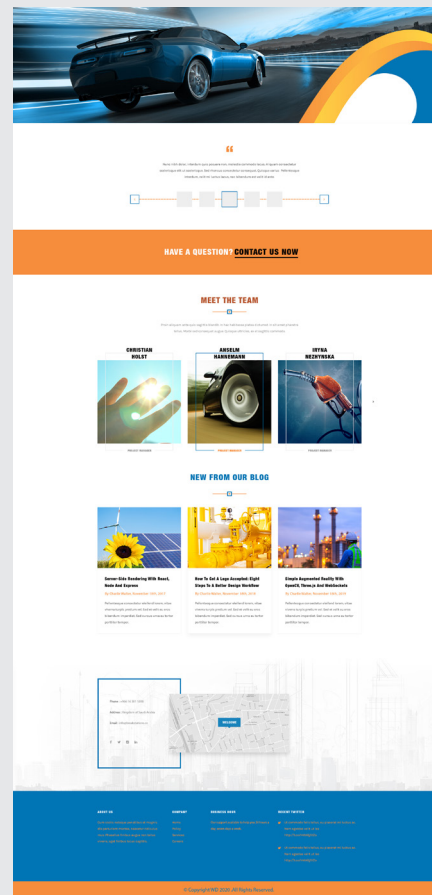
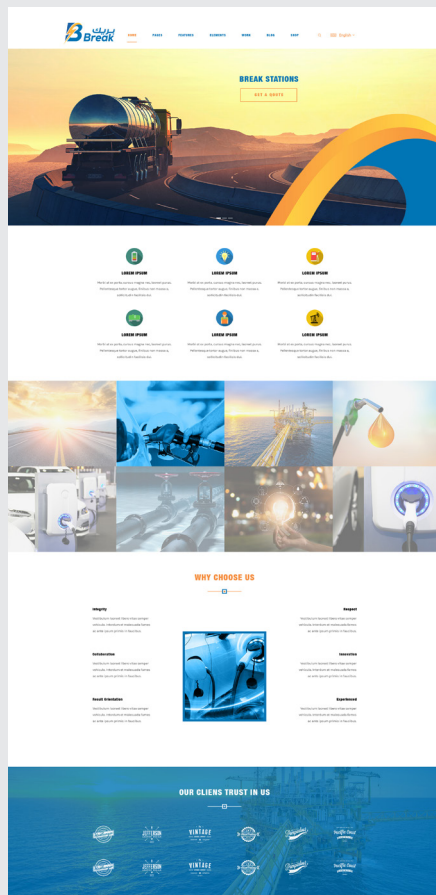
التطبيقات / الرول أب



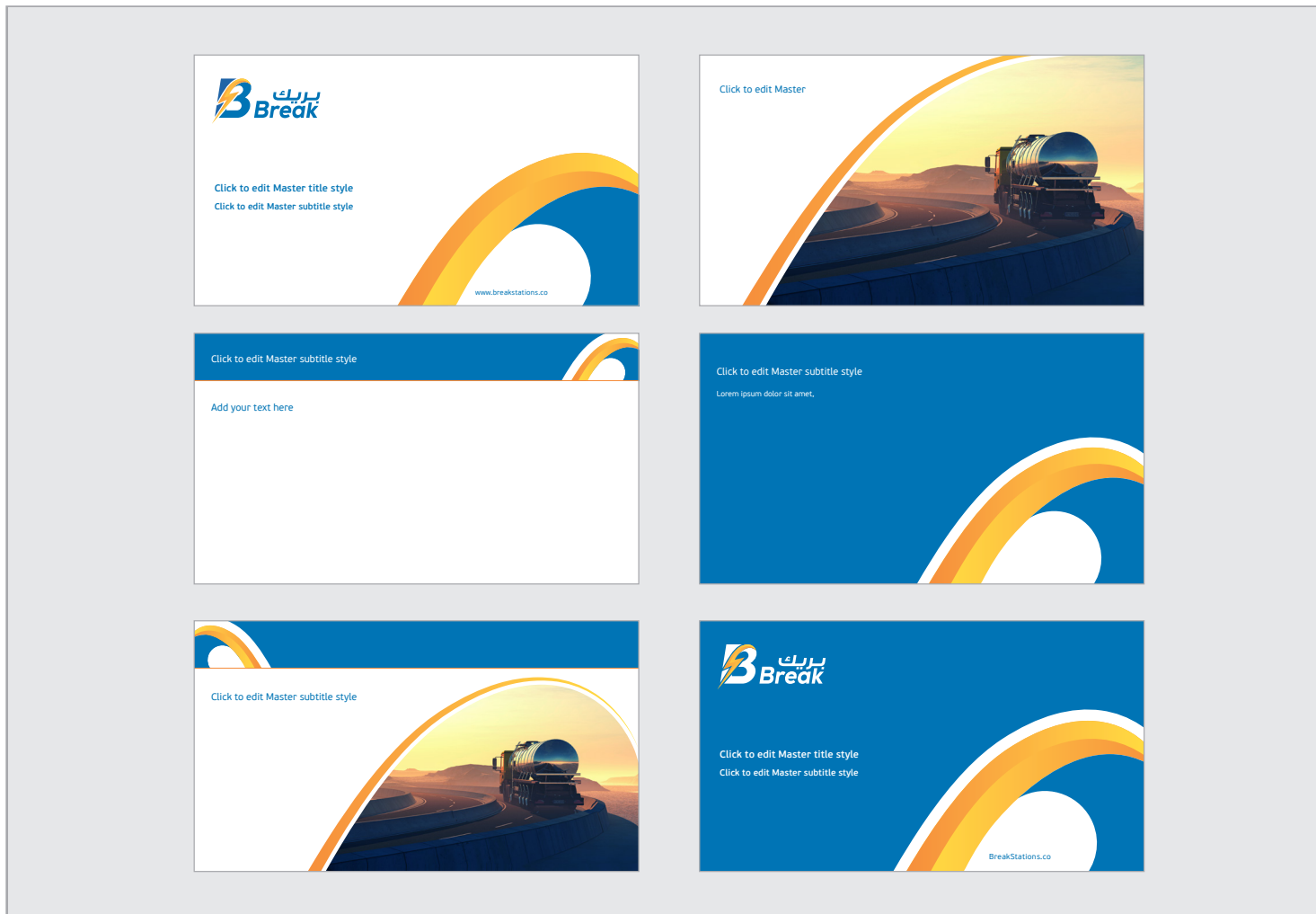
التطبيقات / الشيم الرئيسي للمعارض



التطبيقات / موقع الويب



التطبيقات / نموذج شرائح العرض التقديمي



التطبيقات / قالب مواقع التواصل الاجتماعي



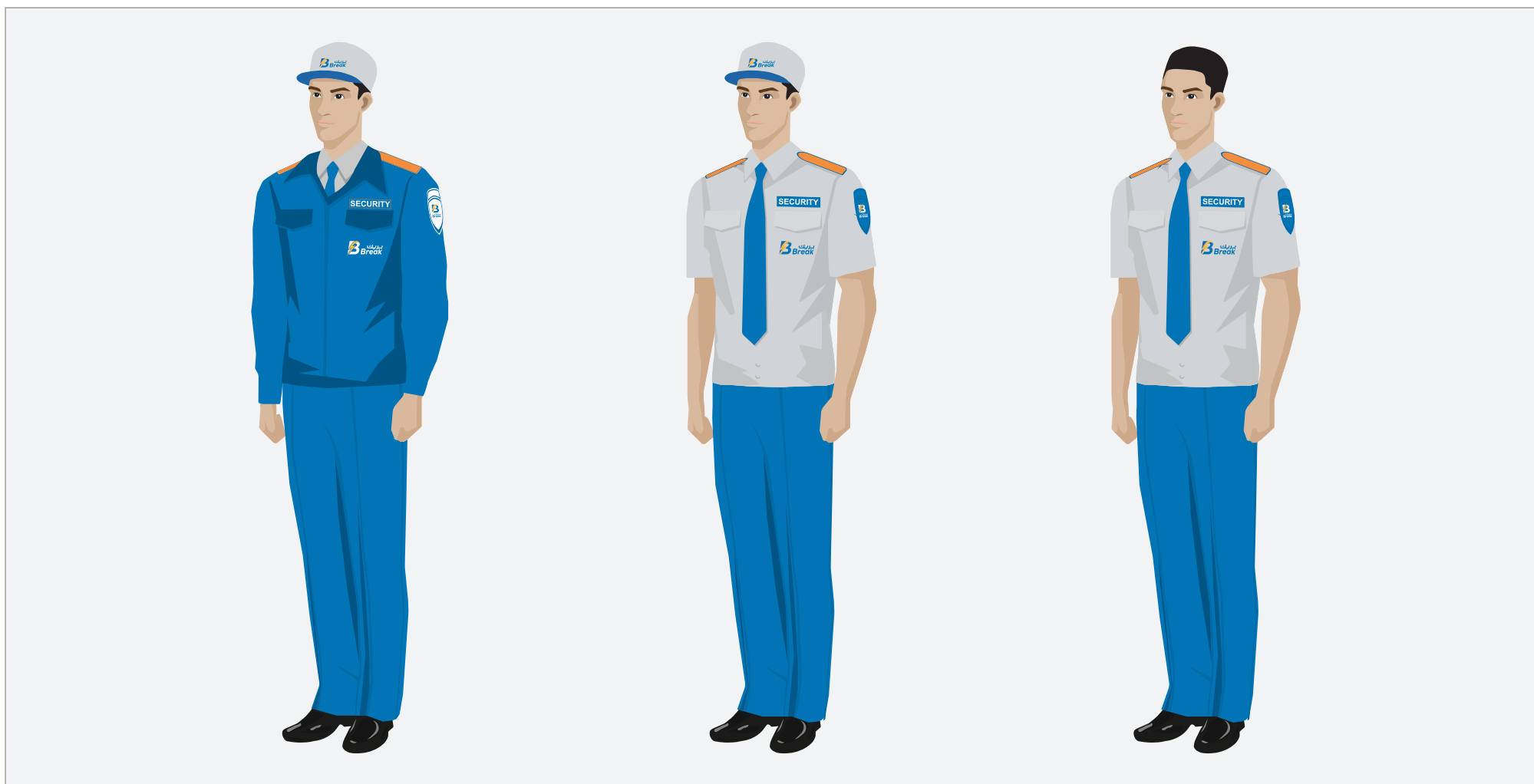


4.1.3

الهوية المؤسسية

- اللباس الموحد

اللباس الموحد / لباس رجال الأمن



اللباس الموحد / لباس عمال الصيانة



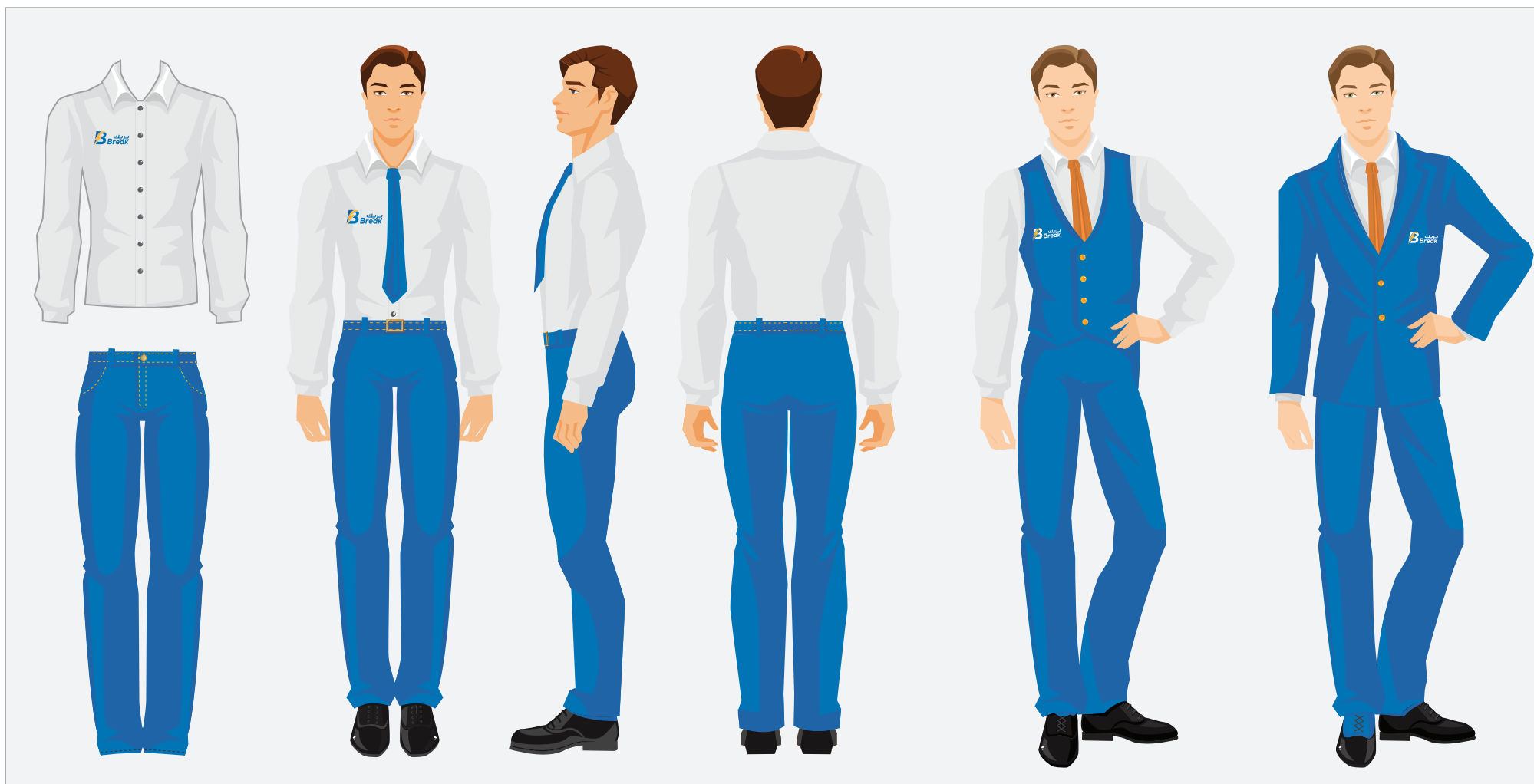
اللباس الموحد / لباس السلامة



اللباس الموحد / لباس عمال النظافة



اللباس الموحد / لباس المدراء والمشرفين



اللباس الموحد / تصميم التي شيرت (1)



اللباس الموحد / تصميم التي شيرت (2)



اللباس الموحد / تصاميم القمصان



اللباس الموحد / اللباس الشتوي (1)



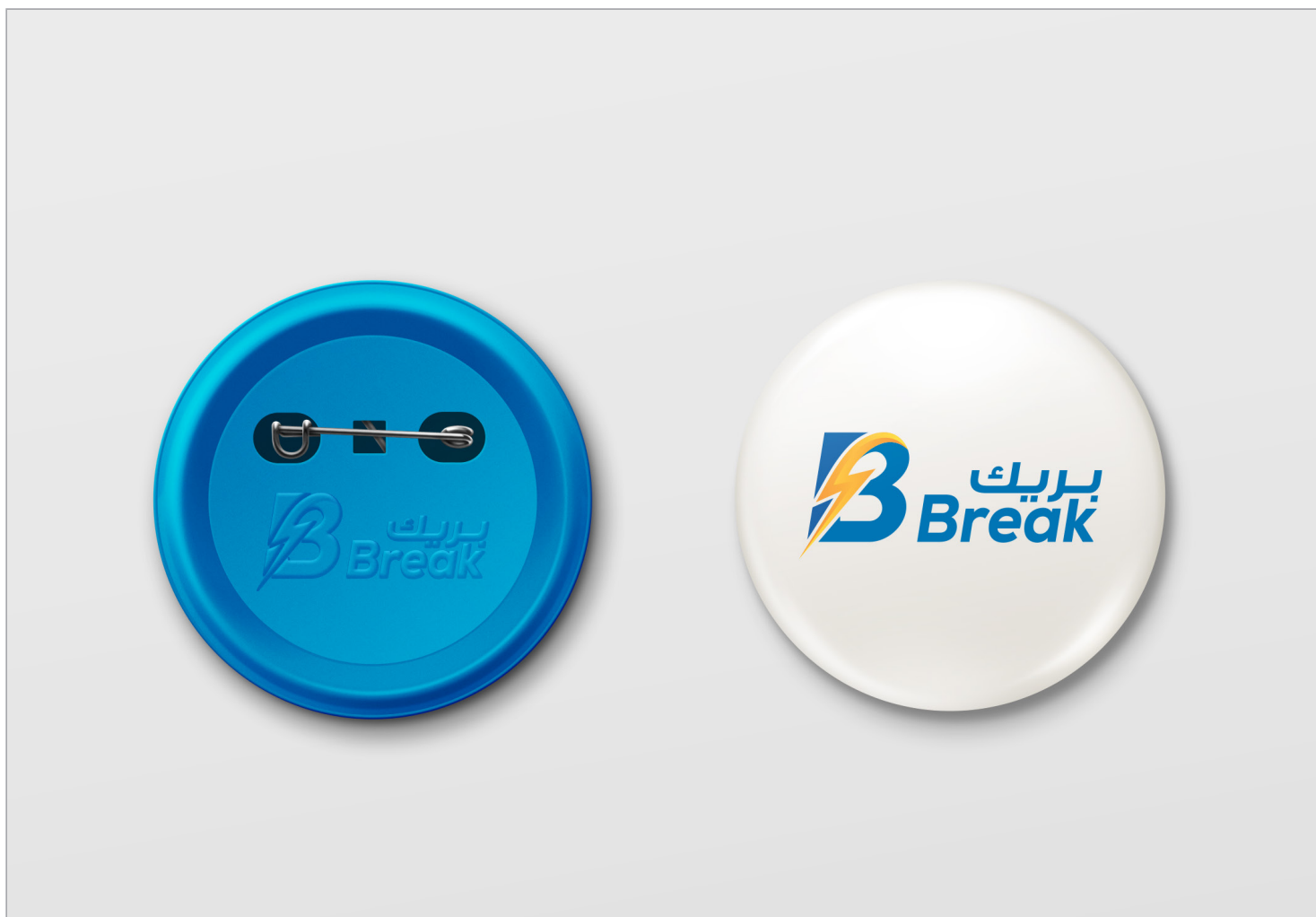
اللباس الموحد / اللباس الشتوي (2)



اللباس الموحد / القبعة



اللباس الموحد / دبوس الملابس



تفاصيل الهوية المؤسسية



4.1.4

الهوية المؤسسية

- المركبات

المركبات / شاحنة نقل الوقود



المركبات / شاحنة نقل الوقود (ستانلس ستيل)



المركبات / سيارات بيك أب (1)



المركبات / سيارات بيك أب (2)



المركبات / سيارات القان (1)



المركبات / سيارات القان (2)



المركبات / سيارات ميني باص (1)



المركبات / سيارات ميني باص (2)



المركبات / سيارات السيدان (1)



المركبات / سيارات السيدان (2)



تفاصيل الهوية المؤسسية



4.1.5

الهوية المؤسسية

- الأعلام

الأعلام / النموذج (1)



الأعلام / النموذج (2)



الأعلام / النموذج (3)



الأعلام / النموذج (4)



الأعلام / النموذج (5)



تفاصيل الهوية المؤسسية

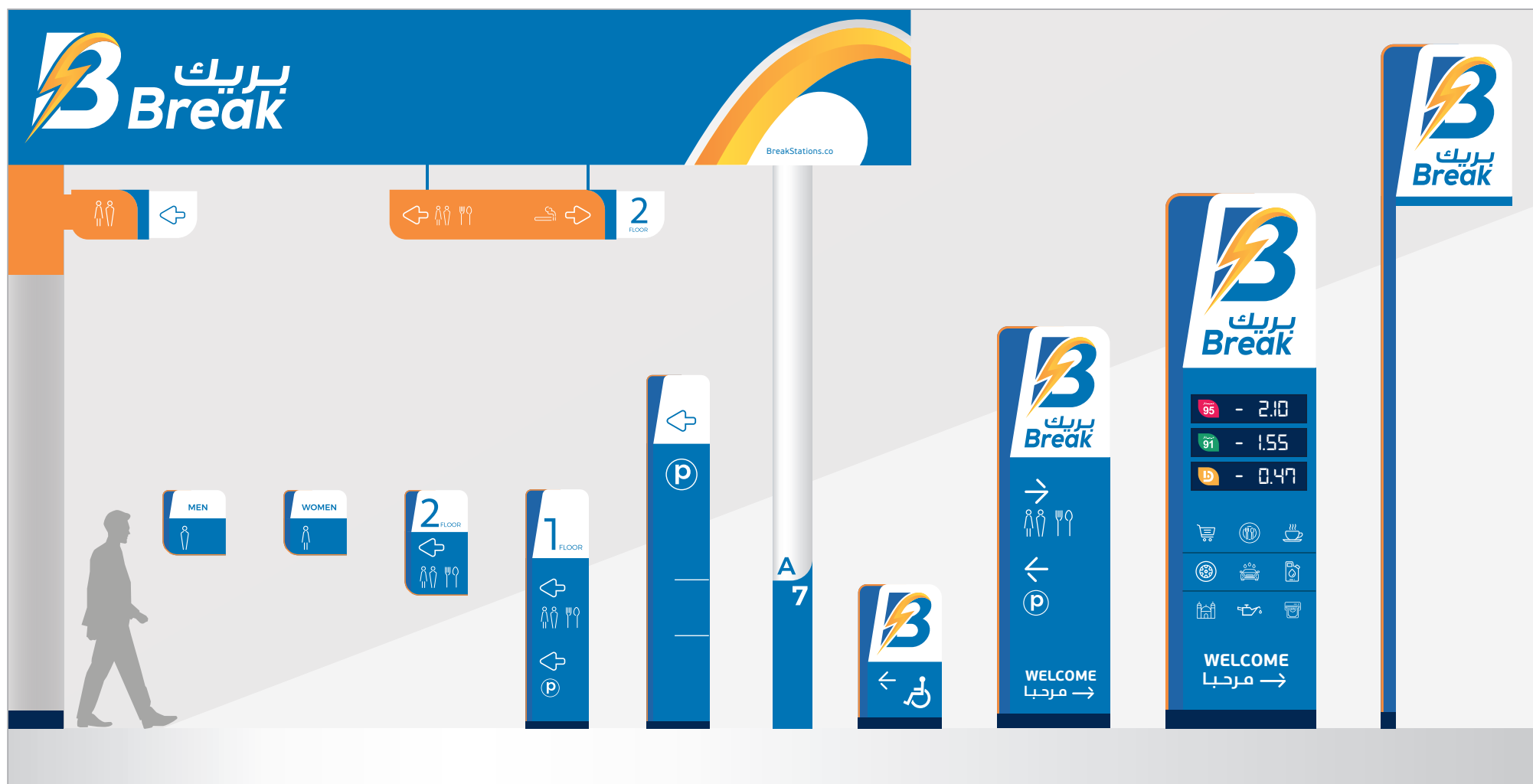


4.1.6

الهوية المؤسسية

- المحطات

المحطات / تصميم الأعمدة والبائون واللافتات



المحطات / تيم طلبات الوقود



المحطات / تصاميم القسم الخارجي





4.1.7

الهوية المؤسسية

- اللوحات الداخلية والخارجية

اللوحات / اليوني بول



اللوحات / لوحات الطرق (1)



اللوحات / لوحات الطرق (2)



اللوحات / الدانجلر



اللوحات / الشعار المحفور



اللوحات / لوحة الحروف البارزة



اللوحات / اللوحات الإعلانية



اللوحات / لوحات المباني



اللوحات / اللافتات الرقمية



اللوحات / التيم على الجدار



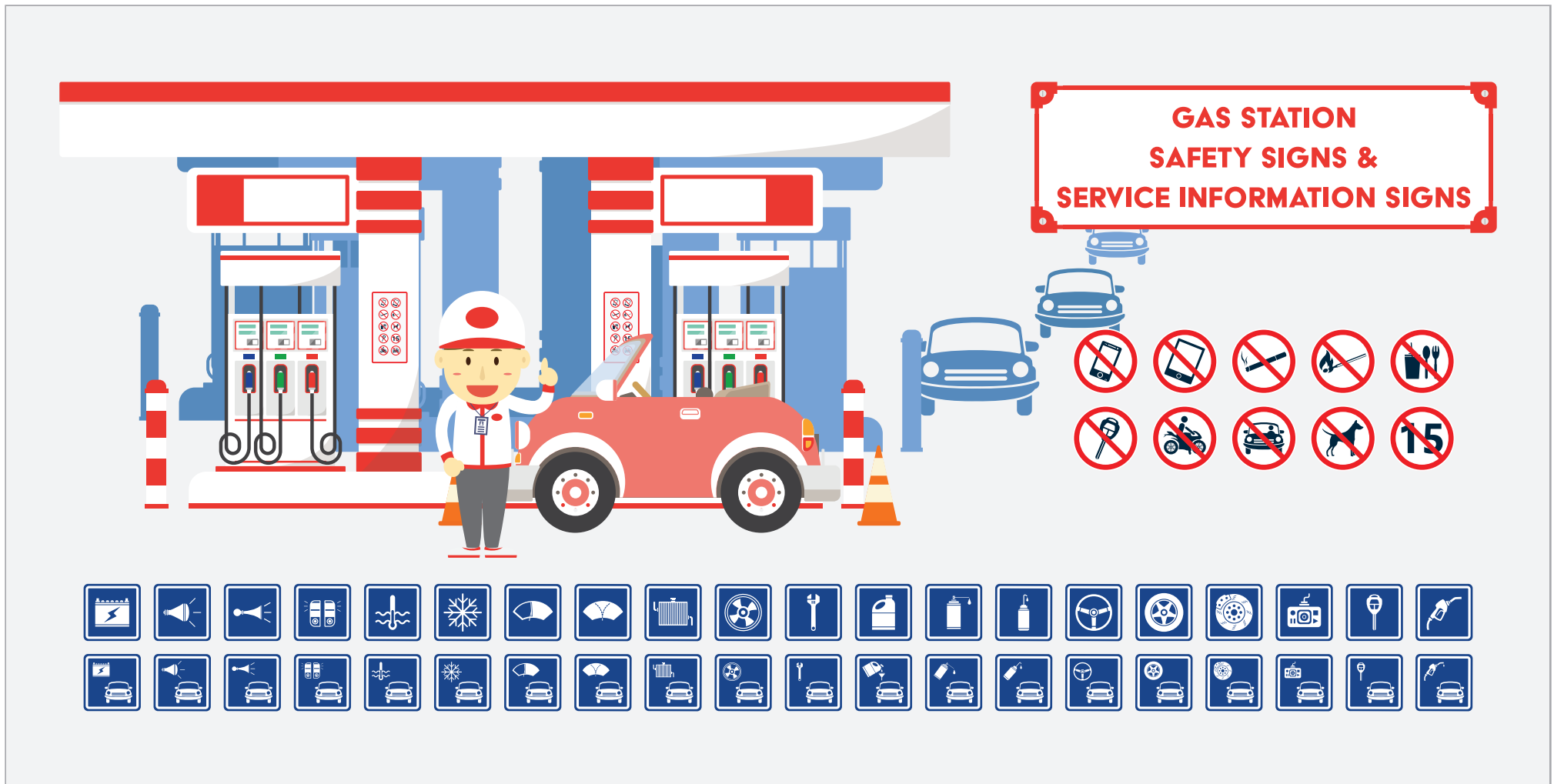


4.1.8

الهوية المؤسسية

- ملصقات السلامة والإرشادات

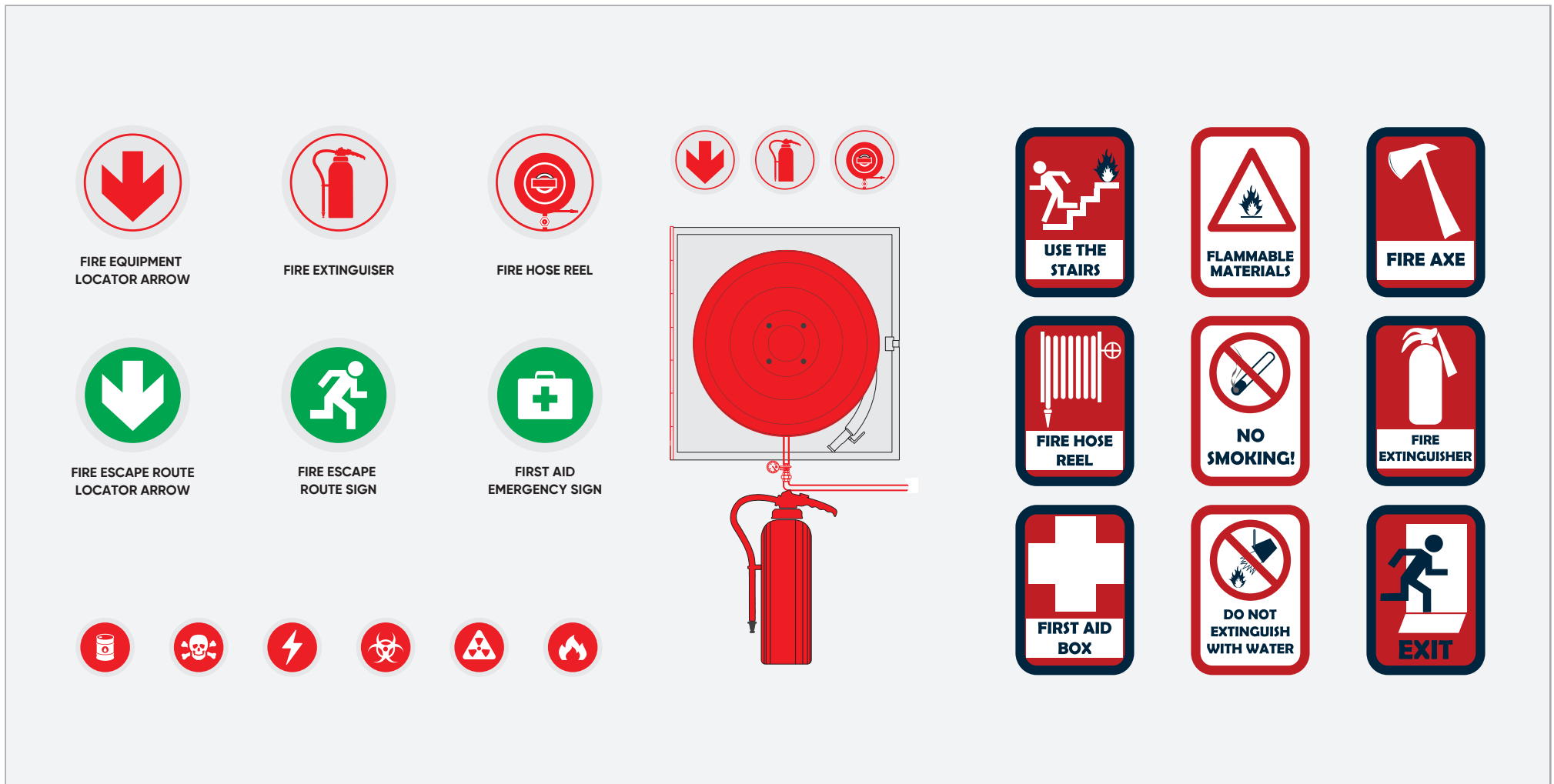
ملصقات السلامة والإرشادات / (1)



ملصقات السلامة والإرشادات / (2)



ملصقات السلامة والإرشادات / (3)

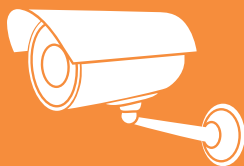


ملصقات السلامة والإرشادات / (4)

Children's Entertainment Area



منطقة ترفيه الأطفال



MONITORED BY
VIDEO CAMERA



المحطة مراقبة
بكاميرات المراقبة



MONITORED BY
VIDEO CAMERA



المحطة مراقبة
بكاميرات المراقبة

ملصقات السلامة والإرشادات / اللوحات الإرشادية

مراقب بالكاميرات 	للموظفين فقط 	المسجد 	سكن عمال 
دورات المياه 	للإحتياجات الخاصة 	→ مصلى رجال 	→ دورات مياه 
غيار الزيوت 	مخزن 	← مصلى رجال 	← دورات مياه 
تصليح الإطارات 	غرفة تحكم 	→ مصلى نساء 	← دورات مياه 
غسيل السيارات 	غرفة الكهرباء 	← مصلى نساء 	← دورات مياه 

ملصقات السلامة والإرشادات / ملصق طرق الدفع (الداخلي)



ملصقات السلامة والإرشادات / ملصق طرق الدفع (الخارجي)





4.1.9

الهوية المؤسسية

- الهدايا الدعائية

الهدايا الدعائية / قلم حبر



الهدايا الدعائية / ورق لعب



الهدايا الدعائية / علبة ورق اللعب



الهدايا الدعائية / تقويم مكتبي



الهدايا الدعائية / ذاكرة تخزين USB



الهدايا الدعائية / أكياس المناسبات



الهدايا الدعائية / معطر جو للسيارة



الهدايا الدعائية / كوب الشاي



4.2 اتصل بنا

لقد بذلنا قصارى جهدنا لإتمام كتيب علامتنا التجارية على المستوى العالمي من خلال فريق من الخبراء. وعلى المبدأ التوجيهي للشركات العالمية. يجب الأخذ بالاعتبار أن أدوات العلامة التجارية لدينا لها موارد وإرشادات إضافية حول علامة شركة بريك.

إذا كان لديك أي سؤال، فلا تتردد بالاتصال بفريقنا الخاص.



info@breakstations.co



www.breakstations.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 (2019).

www.wd-adv.com

