تقرير الهويات السعودية

مشاريع الهوية المنفذة خلال عام 2022م

الإصدار الرابع

2022

مشبك
MESHBAK

في هــذا التــقرير

مقدمــة التقريـر **3**
الأسباب الخفية لتغيير الهوية **4**
هويات الجهات الحكومية **5**
هوية يوم التأسيس 6
هيئة الحكومة الرقمية 9
هيئة تطوير محمية الإمام تركي بن عبدالله الملكية 10
مجلس المنطقة الشرقية للمسؤولية الاجتماعية - أبصر 11
الصندوق الثقافي 12
تروجينا 13
سندالة 14
نُسُك 15
برنامج العيد 16
منصة رسيل 17
داون تاون السعودية 18
المبادرة الوطنية لسلاسل الإمداد العالمية 19
جامعة أم القرى 20
موسم الرياض 2022 21
موسم جدة 22
دورة الألعاب السعودية 23
شتاء السعودية 24
ماراثون الرياض 2022 25
هوية مناعتنا حياة 26
هوية العودة للدراسة 27
موسم تمور المدينة 28
الطائف عاصمة الشعر العربي 29
مهرجان صيف أبها 30
مهرجان تمور الأحساء المصنعة 31
رالي سدير 32
مهرجان البن الخولاني السعودي 33
مركز التواصل الحكومي "هوية موسم الحج" 34
هويات الجهات الرياضية **35**
مجلس جمهور المنتخب السعودي "قدام" 36
الاتحاد السعودي للتنس 37
الاتحاد السعودي للمنطاد 38
الدوري الممتاز للسيدات 39
نادي الهلال 40
نادي ضمك 41
نادي الفتح 42
نادي الفيحاء 43
نادي الوشم بشقراء 44
نادي التهامي السعودي بجازان 45
نادي أبها 46
هويات الجهات الخاصة **47**
شركة نبذة للإنتاج الإعلامي 48
تمارا 49
ديتيلز 50
شركة SMC (الوسائل السعودية) 51
نعناع 52
ساسكو 53
سير 54
MOVE 55
بنك الرياض 56
البنك العربي 57
حلويات جرير 58
برغرايزر 59
هويات الجهات غير الربحية **60**
مسك الخيرية 61
الجمعية الأمريكية للمهندسين الميكانيكيين 62
جمعية التنمية الأهلية بالمعذر 63
جمعية التنمية الأهلية بطبرجل 64
جمعية التنمية الأهلية بمزعل 65
جمعية بررة لتحفيظ القرآن الكريم 66
جمعية مجموعة تحليل الأعمال 67
هويات الجهات الخليجية **68**
دولة قطر 69
مزاين كأس العالم 70
الجهاز الوطني للإعتماد الأكاديمي وضمان جودة التعليم 71
بنك المشرق 72
نادي النصر الإماراتي 73
عمان للتأمين 74
الاتحاد العماني لألعاب القوى 75
هويات الجهات العربية **76**
اتصالات مصر 77
إدراك 78
غندور 79
الاتحاد العربي لرياضة سباقات الهجن 80
كأس سوبر لوسيل 81
الجامعة العربية المفتوحة 82
أنغامي 83
هويات الجهات العالمية **84**
مونديال قطر 2022 85
شركة سكودا للسيارات 91
جوجل دو 92
باسكن روبنز 93
معهد الفيزياء العالمي في باريس IPGP 94
جسك 95
ساج 96
بوغاتي 97
سيتروين 98
Buick 99
هوم سنتر 100
فيراغامو 101
جوجل كروم 102
جوجل بلاي 103
انستقرام 104
هويات مشبك **105**
هيئة التقييس الخليجية 106
سناد القابضة 107
خاتمة التقرير **108**
أبرز توجهات تصميم الهويات لعام 2022 **109**
الخاتمة: احكم على العلامة من غلافها **110**
عن مشبك **111**
تنويه هام! **112**
آل مشبك **113**

مقدمـــة التقريـر

عدنـا لكـم مـن جديـد للسـنة الرابعـة علـى التوالـي مـع تقريـر الهويـات، حيـث اعتدنـا العمـل عليـه ختـام كل عـام لرصـد هويـات الجهـات الحكوميـة والخاصـة، المواسـم والفعاليـات، بالإضافـة للهويـات العالميـة سـواءً التـي أُطلقـت فـي عـام 2022م أو تـم تطويرهـا وتحديثهـا.

الهويـة بالنسـبة للمسـتهلك أو المختـص فـي المجـال أمـر مهـم، وعلـى مـدى الأربـع سـنوات الماضيـة لاحظنـا ووثّقنـا أهميـة ورواج هـذا الموضـوع لـدى أغلبيـة الأفـراد، وزيـادة المختصيـن بـه فـي المجـال الإبداعـي المحلـي.

خلف كل تغيير، هناك هدف وطموح

تلجـأ الكثيـر مـن العلامـات التجاريـة إلـى تغييـر هوياتهـا مدفوعـةً بهـدف أو رؤيـةٍ مـا تسـعى لتحقيقهـا. أصبحـت الهويـة اليـوم مفهومًـا عميقًـا وشـاملاً يمتـد مـن جوهـر العلامـة وتأسيسـها، إلـى تطلّعـات مسـتقبلها. لـم يعـد الأمـر يـدور فحسـب حـول المظهـر الخارجـي للعلامـة، بـل تجـاوز ذلـك ليصبـح مُعرِّفًـا بصريًـا يُخبـر عـن قيمـة العلامـة وتموضعهـا، ويربـط مـا بينهـا وبيـن ذاكرتنـا ووجداننـا. وهـذا يشـرح التفاعـل الكبيـر فـي المشـهد السـعودي حيـن قـام «نـادي الهـلال» علـى سـبيل المثـال؛ بتغييـر هويتـه التـي ألفهـا النـاس طيلـة أعـوامٍ وأعـوام.

hi@meshbak.sa

يسعدنا اطلاعكم ومشاركتنا مرئياتكم بالتواصل معنا

الأسباب الخفية لتغيير الهوية

نفسِّر هنا بعضًا من الغايات، التي تدفع العلامات إلى تغيير هويتها:

غاية التوسّع، والدخول لأسواقٍ جديدة

كثيرًا ما تغيّر العلامة هويتها حين تتوسّع في خدماتها ومنتجاتها، أو تستهدف عملاء جدد في مناطق أخرى سعيًا للحصول على هوية متكاملة تغطي كافة ما تقدمه، دون أن تحصرها في شيءٍ معين. وهو ما حدث مع «وزارة الحج والعمرة» حين غيرت هوية تطبيقها من «اعتمرنا» إلى «نسك» و أعادت بناء هويتها (Rebranding) ليصبح شاملاً لخدماتٍ أكبر، بعد أن كان مقتصرًا على حجز العمرة خلال فترة جائحة كورونا.

غاية التفرد، والحصول على مظهرٍ أصيل

أن تكون قوية المعنى، سهلة الحفظ وسريعة التذكر، هو أكثر ما تصبو إليه العلامات. ففي زمنٍ يشهد ازدهارًا في الأعمال والمشاريع، أصبحت المنافسة شديدة على الظهور بمظهرٍ فريدٍ لا يُنسى، لهذا السبب، نرى مثلاً «نعناع» تحدث هويتها (Brand Update) بإضافة رسم «الجمل» لها، لتؤكد على ارتباطها بالثقافة المحلية ومدى قربها للمجتمع السعودي.

غاية التجدد والمواكبة

نعيش اليوم في قطاعٍ سريع التغير لا سيما على المستوى الرقمي. أصبحت العلامات تستثمر في «هويةٍ مستدامة» تبقى صالحةً لأطول فترةٍ زمنيةٍ ممكنة ولا تقدم بسهولة. لذا نجد أن جزءًا كبيرًا من هويات 2022 جُدّدت بدافع أن تواكب هذا التطور وتبقى حاضرةً في المشهد. مثلما حدث مع جامعة «أم القرى» التي استحدثت هويةً جديدة، تتماشى مع التقدم الحالي الذي تشهده المملكة.

01

هويات
الجهات الحكومية

هوية يوم التأسيس

الشعار

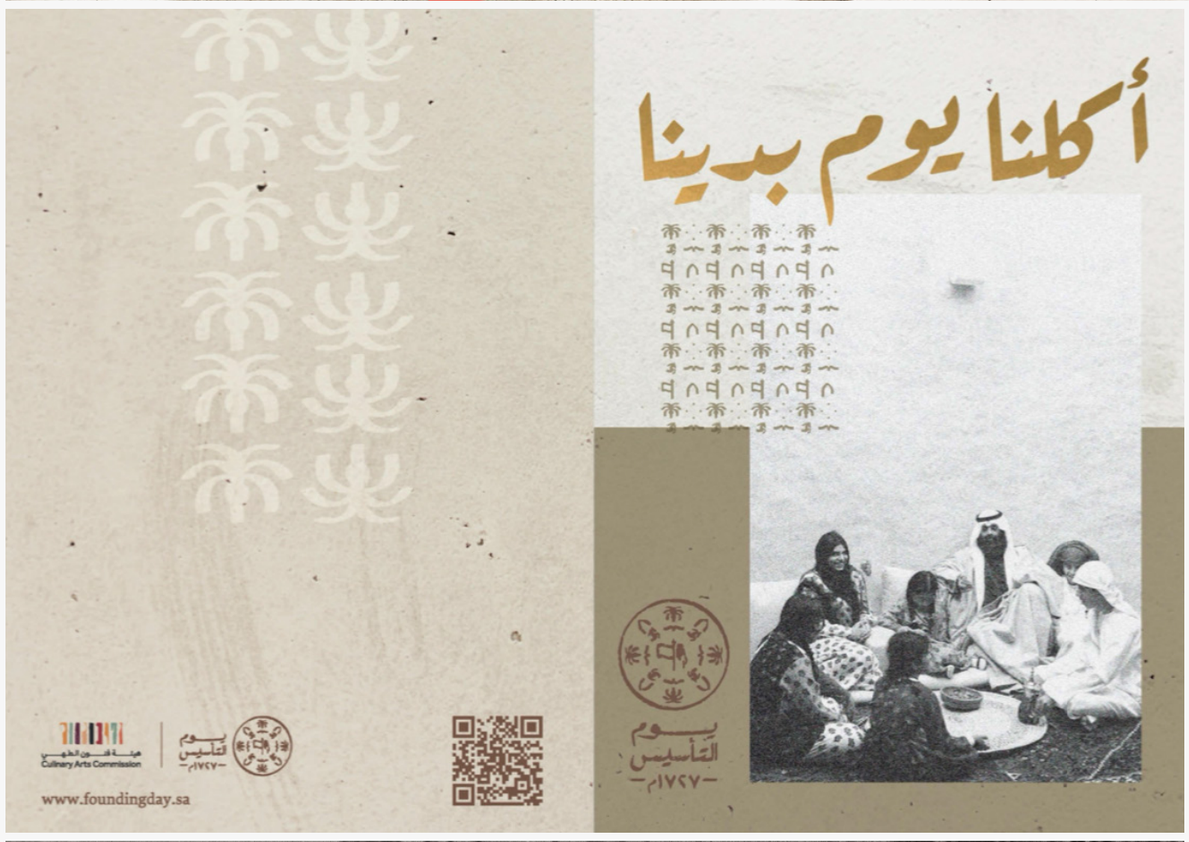
القصة

يوم التأسيس

أُطلقت الهوية البصرية لـ «يوم التأسيس» تحت شعار «يوم بدينا»، بألوانٍ جسّدت قيَم المملكة: اللون البيج، البنّي، الزهري، الأصفر، الأحمر، البرتقالي، الأخضر. أمّا الشعار البصري فتوسّطه أيقونة رجل يحمل راية في إشارة إلى بطولة رجالات المجتمع السعودي، ويحيط بها أربعة رموز: التمر الذي يرمز إلى النماء والكرم، والمجلس في تجسيد الوحدة والتناغم الثقافي، والخيل في إشارة إلى فروسية أمراء الدولة وشجعانها، والسوق في تمثيله للحراك الاقتصادي والانفتاح على العالم، كما كُتبت كلمة "يوم التأسيس - 1727م" بخطٍ مستلهم من مخطوطاتٍ عديدة وثّقت تاريخ الدولة السعودية الأولى.

روابط إضافية

هوية يوم التأسيس



يوم التأسيس
١٧٢٧م
نُسَّاخ خط الدرعية
كان من أبرزهم
سليمان بن عبدالله وأخويه علي وعبدالرحمن
يوم _ بدينا
يوم التأسيس ١٧٢٧م
أجواء ثقافية تفاعلية،
تأخذنا لحكايا التأسيس
٢٢-٢٤
فبراير
الرياض
يوم التأسيس ١٧٢٧م
فعاليات اليوم الأول من
نجاح
يوم التأسيس ١٧٢٧م
قصة من كرم الإمام محمد بن سعود
"وَفَدَ تاجرٌ من بريدة بعد أن خسر في تجارته وعليه دينٌ قدره (٤٠٠٠) فذهب إلى الإمام محمد بن سعود في الدرعية، وعرض عليه مشكلته، فأعطاه الإمام مبلغ الدين، فاندهش بعض من أولاده بإعطائه رجلاً لا يعرفه إلا بالاسم هذا المبلغ الكبير؛ فرد عليهم بعمق:
نعم.. الدنيا جعلت لكرامة بني آدم، فالخيِّرُ منهم ذو الشرف إذا ذُلَّ ينبغي إعانته بما يمكن لكيلا يزدريه السُّفَّل.
ومن أقوال الإمام محمد بن سعود
"إذا ذُلَّ الكريم فلا بد من نصرته"
يوم _ بدينا
يوم التأسيس ١٧٢٧م
قال عنه المؤرخ ابن بشر
مات الشجاع المقاتل في البحر، نادرة عصره بأساً وسطوة وشجاعة، وكان ارحمه كثير اللهج بالأشعار، لاسيما أشعار العرب والحماسة

هيئة الحكومة الرقمية

الشعار

قبل التطوير

هيئة الحكومة الرقمية
Digital Government Authority

بعد التطوير

هيئة الحكومة الرقمية
Digital Government Authority

القصة

هيئة الحكومة الرقمية

برؤيةٍ جديدة تسعى إلى تفعيل حكومة رقمية رائدة لمجتمعٍ مُمكّن وحيويّ، دشّنت «هيئة الحكومة الرقمية» هويتها الجديدة بألوانٍ دمجت بين الأزرق والبنفسجي والأخضر في رمزٍ إلى التحوّل الرقمي الذي تشهده المملكة، والتي تستند على ست ركائز: رضا المستفيدين، تمكين الأعمال، حكومة فعّالة، تعزيز كفاءة الاستثمار، تطوير البيئة التنظيمية، وتسريع التحول الحكومي الرقمي. وجسّد الشعار رمز المملكة وهويتها «السيفين والنخلة» بتصميمٍ انسيابي وطابعٍ عصري مع الحفاظ على أصالة وهوية المملكة.

روابط إضافية

هيئة تطوير محمية الإمام تركي بن عبدالله الملكية

الشعار

قبل التطوير

محمية الامام تركي بن عبدالله الملكية
IMAM TURKI BIN ABDULLAH ROYAL NATURE RESERVE

بعد التطوير

هيئة تطوير محمية الإمام تركي بن عبدالله الملكية
Imam Turki bin Abdullah Royal Nature Reserve Development Authority

القصة

هيئة تطوير محمية الإمام تركي بن عبدالله الملكية

اعتزازًا بالموروث وحفاظًا على استدامة الحياة الفطرية، أطلقت «هيئة تطوير محمية الإمام تركي بن عبدالله الملكية» هويتها الجديدة التي تهدف من خلالها إلى تعزيز ظهورها إعلاميًا في مختلف الأنشطة محليًا وعالميًا، بالإضافة إلى الحاجة لتمييزها بين الشعارات الرسمية والمؤسساتية بالمملكة، وكان ذلك بإضافة السيفين والنخلة في منتصف الشعار بفكرةٍ عصرية تُجسّد التآلف بين أصل المحمية وأرضها، وتطلعاتها إلى إمكاناتها المستقبلية وتسخيرها في السعي إلى الحفاظ على الحياة الفطرية.

روابط إضافية

مجلس المنطقة الشرقية للمسؤولية الاجتماعية - أبصر

الشعار

قبل التطوير

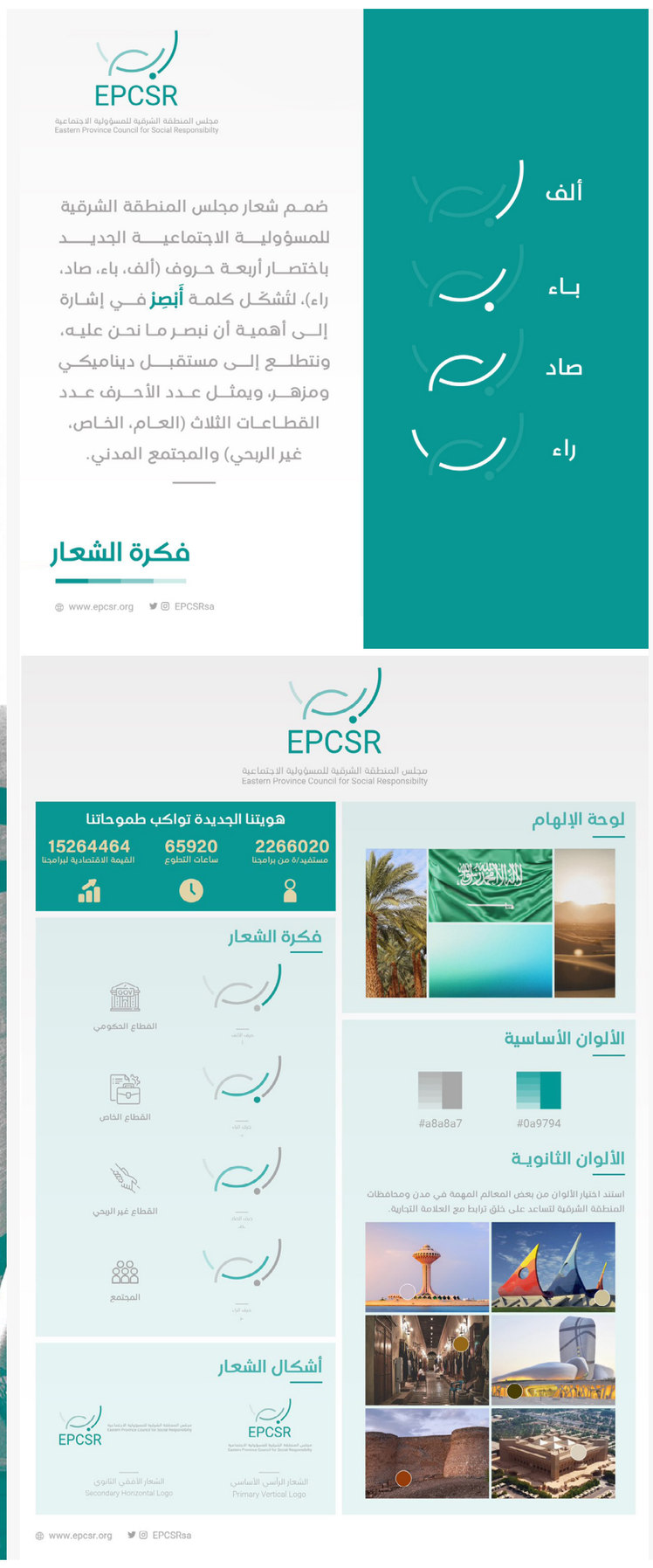
بعد التطوير

القـصة

مجلس المنطقة الشرقية للمسؤولية الاجتماعية (أبصر)

أطلق «مجلس المنطقة الشرقية للمسؤولية الاجتماعية» هويته الجديدة بنظرةٍ مستقبلية يواكب فيها طموحاته في تحقيق مبدأ «المواطَنة الصالحة حية» وجسّد في شعاره المكوّن من أربعة أحرف «أبصر» تكامل القطاعات الثلاثة مع المجلس «القطاع العام، الخاص، القطاع غير الربحي» والمجتمع المدني، في تطلعٍ لمستقبلٍ ديناميكي ومزدهر، واستُلهمت الوان الهوية من الطبيعة في صفاء السماء وزُرقة البحر بتناغمٍ مع لون علم المملكة وشعار «إمارة منطقة الشرقية» لتعبّر عن اعتزاز المجلس بتاريخ المملكة.

روابط إضافية



الصندوق الثقافي

الشعار

قبل التطوير

صندوق التنمية الثقافي
Cultural Development Fund

بعد التطوير

الصندوق الثقافي
CULTURAL DEVELOPMENT FUND

القصة

الصندوق الثقافي

من منطلق دوره الفعّال في دعم مستهدفات الاستراتيجية الوطنية للثقافة ضمن رؤية السعودية 2030، أطلق «الصندوق الثقافي» هويته الجديدة التي تعكس طموحه في ترسيخ مكانة المملكة وريادتها عالميًا بمجالات الثقافة والفنون، واعتمد في شعاره على تجسيد اسم الصندوق بالدمج بين خط النسخ التقليدي مع الخط الطباعي المعاصر، أمّا ألوان الهوية استُلهمت من تنوع الثقافة السعودية: «أزرق، أصفر، برتقالي، بنفسجي، رمادي» والتي تعبّر عن مرتكزات الصندوق الثقافي الثلاثة: النمو، الأصالة، الاستدامة.

روابط إضافية

تروجينا

الشعار

القـصة

مشروع تروجينا

في مشروعٍ يضع المملكة في مقدمة الدول السياحية، أطلق ولي العهد الأمير محمد بن سلمان مشروع «تروجينا» الجديد التابع لمدينة نيوم، والذي يؤسس لوجهةٍ سياحيةٍ غير مسبوقة للتزلج في الهواء الطلق، تندمج فيها الحداثة والابتكار مع جبال نيوم وطبيعتها الساحرة. جاءت هوية المشروع التي رُسم شعارها ليأخذ شكل سلسلة جبلية بألوانٍ متباينة من الأحمر الداكن والبرتقالي ليعكسان لون الجبال، والسماوي والأزرق ليعكسان الجليد وشتاء المنطقة.

روابط إضافية

سندالة

الشعار

القـصة

سندالة

في استكمال هدفها بأن تكون أرض المستقبل، دشّنت نيوم جزيرة «سندالة»؛ الوجهة السياحية البحرية الفاخرة التي تطمح أن تكون بوابة البحر الأحمر، والتي وصفها ولي العهد -حفظه الله- بأنها الانعكاس الحقيقي لتسارع تطوّر نيوم. جاءت هوية المشروع بتصميمٍ بسيط عكس طبيعة الجزيرة واسمها، بدءًا من الشعار البصري الذي تكوّن من الحرف S جُسّد في أعلاه شكل الجزيرة، وصولاً إلى ألوانها التي تدرجت بين الذهبي والبني لتعبّر عن أجواء الجزيرة وطبيعتها.

روابط إضافية

نُسُك

الشعار

قبل التطوير

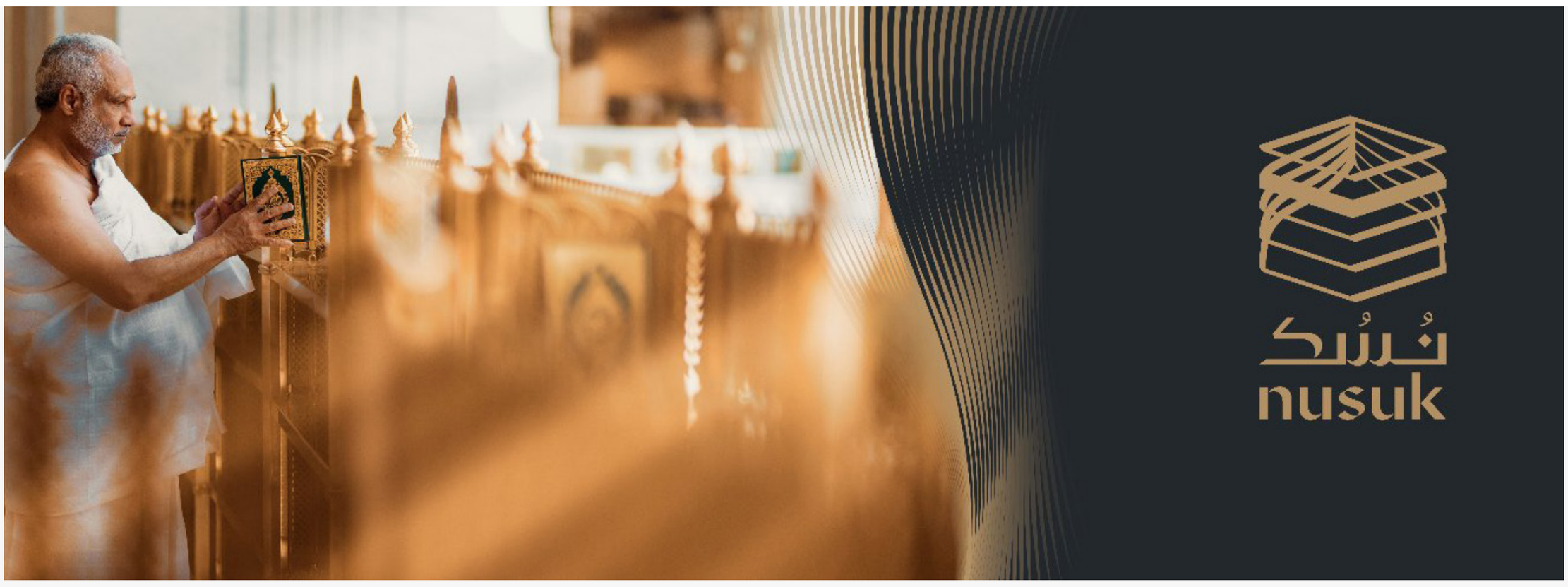
بعد التطوير

القصة

نُسُك

بعد نجاح تطبيق «اعتمرنا» أطلقت «وزارة الحج والعمرة» منصة «نُسُك» البوابة السعودية الجديدة لقاصدي مكة المكرمة والمدينة المنورة بهدف إثراء رحلة ضيوف الرحمن وتسهيل الإجراءات بمختلف أنواعها وبشكلٍ شامل، وذلك بهويةٍ جديدة تعكس مشاعر الخشوع والسكون باللون الأسود والبنّي المستوحى من كسوة الكعبة المشرفة، بالإضافة للون الأبيض الذي يرمز للنقاء والروحانية في الشعائر الدينية، ودمج الشعار بين شكل الكعبة مع قبة المسجد النبوي بتصميم مبتكر.

روابط إضافية



برنامج العيد

الشعار

القصة

برنامج العيد

أطلقت الهيئة العامة للترفيه «برنامج احتفالات العيد 2022» بهويةٍ تضمّنت ستة ألوان تعكس مشاعر البهجة والاحتفاء بالعيد: «الأزرق الداكن والسماوي لون الأمان والنقاء وصفاء السماء، اللون البرتقالي الساطع والأصفر اللذان يشيران للحيوية والطاقة والسعادة، اللون الوردي الساطع الذي يعكس الدفء» وشكّلت فلسفة الشعار الأجواء العائلية لصباح العيد، كما احتوى على كلمة «عيد» بخطوطٍ مُنحنية متمايلة يعلوها الألعاب النارية، وفي الأسفل كلمة برنامج العيد باللغتين العربية والإنجليزية.

روابط إضافية

منصة رسيل

الشعار

القـصة

منصة رسيل

ضمـن سـعيها فـي أن تكـون المدينـة المنـورة مدينـةً متكاملـةً تمنح سـاكنيها أسـلوب حياة أفضـل، وزيارة غنية ثقافيًا وسـياحيًا لزوّارهـا، أطلقـت هيئـة تطويـر منطقـة المدينـة منصـة «رسـيل»؛ المنصـة الأولى للمـدن الذكية فـي المملكـة، والتي تهدف إلـى إدارة تطويـر المدينـة ومشـاريعها. جـاءت هويـة المنصـة بتصميـمٍ رقمي يوحـي بالحداثـة والابتـكار، وُظـف فيهـا اللـون الأزرق بتدرجاتـه ليرمز إلـى التكنولوجيـا المتجـددة، والتقنيـة الذكيـة. كمـا شـمل الشـعار البصـري اسـم الجهـة مكتوبًـا باللغتيـن العربيـة والإنجليزيـة.

روابـط إضافيـة

داون تاون السعودية

الشعار

شـــركـــة داون تـــاون
الـــســـعـــوديـــة Saudi
Downtown Company

القـصة

داون تاون السعودية

أعلن صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز -حفظه الله- عن إطلاق شركة «داون تاون السعودية» بهدف إنشاء وتطوير مراكز حضرية ووجهات متعددة في 12 مدينة سعودية بطابعٍ حديث مستمد من ثقافة المملكة وروحها وطِرازها العمراني، وارتكزت الهوية على ثلاثة ألوان: الأسود، الأبيض، واللون التيفاني. لتعكس مُجتمعة القوة والعصرية، وشكّل الشعار الحروف الأولى لاسم الشركة «SDC» في دمجٍ تقني يعكس رؤية مستقبلية مبتكرة.

روابط إضافية

المبادرة الوطنية لسلاسل الإمداد العالمية

الشعار

المبادرة الوطنية لسلاسل الإمداد العالمية

القصة

المبادرة الوطنية لسلاسل الإمداد العالمية

أطلق ولي العهد الأمير محمد بن سلمان -حفظه الله- «المبادرة الوطنية لسلاسل الإمداد العالمية» بهدف تعزيز موقع المملكة كمركزٍ رئيس وحلقة وصل حيوية في سلاسل الإمداد العالمية، إضافةً إلى دورها في تمكين أهداف رؤية 2030 لتنمية وتنويع مصادر الاقتصاد الوطني. اعتمدت الهوية على اللون البرتقالي كلونٍ أساسي، ويرمز في معناه إلى الطاقة والحيوية، بالإضافة للون الرمادي في رمزٍ للقوة، واللون الأبيض. جسّد الشعار رمز السلسلة مع اسم المبادرة باللغة العربية.

روابط إضافية

جامعة أم القرى

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

جامعة أم القرى

دشّنت «جامعة أم القرى» هويتها الجديدة تماشيًا مع التطور الذي تشهده المملكة لمنحها هوية بصرية تعبّر عنها وعن مواكبتها لهذا التطوّر مع الاحتفاظ بركائزها وقيَمها الأصيلة، واعتمدت في شعارها الجديد على البساطة بخطوطٍ طولية ونصف دائرية باللون الأخضر الغامق يتوسّطها السيفين والنخلة مع اسم الجامعة بالأسفل باللغتين العربية والإنجليزية، واستخدمت في هويتها اللون الأخضر الغامق والذهبي في رمزٍ إلى هوية المملكة وعراقتها.

روابط إضافية

موسم الرياض 2022

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

موسم الرياض 2022

أطلق رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه "تركي آل الشيخ" هوية «موسم الرياض 2022» تحت شعار «فوق الخيال» مع تطوّر بسيط في شكل الشعار عن المواسم السابقة، شمل تغيير الزوايا لتُصبح أقل حدة وأكثر مرونة، وبألوان أقل تضمّنت «الوردي الفاقع، الأصفر، البنفسجي» مع إضافة رمز الاحتفال «الألعاب النارية»، كُتب اسم «موسم الرياض» باللغة الإنجليزية كنصٍ أساسي، ثم بالعربية بخطٍ أصغر مع إضافة «Beyond Imagination».

روابط إضافية

هوية موسم جدة

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

موسم جدة

في السنة الثانية لـ «موسم جدة» أُطلق موسم 2022 بهويةٍ مختلفة ومتجددة تحت شعار «أيامنا الحلوة» وركّزت الهوية على إبراز التنوّع الثقافي والانفتاح العالمي والانسجام بين المتعة والترفيه مع الاحتفاظ بالتراث والأصالة والتمسّك بالهوية البحرية كمنطقةٍ ساحلية تطل على البحر الأحمر، جسّد الشعار اسم «جدة» باللغتين العربية والإنجليزية واندماجها في كلمةٍ واحدة بطريقةٍ مبتكرة، واحتوى الشعار على أبرز مناطق الموسم التي تكوّنت بأربعة ألوان: الأخضر، الأزرق، البنفسجي، الوردي، البرتقالي.

روابط إضافية

دورة الألعاب السعودية

الشعار

القـصة

دورة الألعاب السعوية

انطلقـت «دورة الألعـاب السـعودية» لعـام 2022 كأول وأكبـر حـدثٍ رياضي وطني فـي المملكـة، والـذي يهـدف إلـى زيـادة عـدد ممارسـي الرياضـة بالمملكـة واكتشـاف جيـل رياضـي جديـد، جسّـد الشـعار رمـز الشُـعلة بخمسـة ألـوان مسـتوحاة مـن شـعار ألعـاب الأولمبيـاد «أزرق، أصفـر، أسـود، أخضـر، أحمـر» رمـز اللـون الأزرق للحـوت، والأصفـر للطيـر، أمّـا الأسـود كان للنمـر الـذي يعـد أيقونـة دورة الألعـاب السـعودية، كُتـب فـي الشـعار تحـت الرمـز البصـري اسـم «الألعـاب السـعودية» باللغـة العربيـة والإنجليزيـة.

روابـط إضافيـة

شتاء السعودية

الشعار

القصة

الهيئة السعودية للسياحة

مع قرب موسم الشتاء، أطلقت «الهيئة السعودية للسياحة» هوية «شتاء السعودية» التي تهدف إلى تكوين واجهةٍ إعلاميةٍ موحدة، تجمع مختلف الأنشطة والفعاليات الترفيهية وتجذب سياح المملكة من داخلها وخارجها. حملت الهوية طابعًا حيويًا يعكس شتاء المملكة، بدءًا من الألوان الزاهية، ووصولاً إلى الأيقونات المتنوعة التي يحمل كل منها رمزيته الخاصة؛ فهناك حدوة الحصان للأنشطة الرياضية، نغمة الموسيقى للحفلات الغنائية، والغيمة لطبيعة المملكة وجوّها الشتوي.

روابط إضافية

ماراثون الرياض 2022

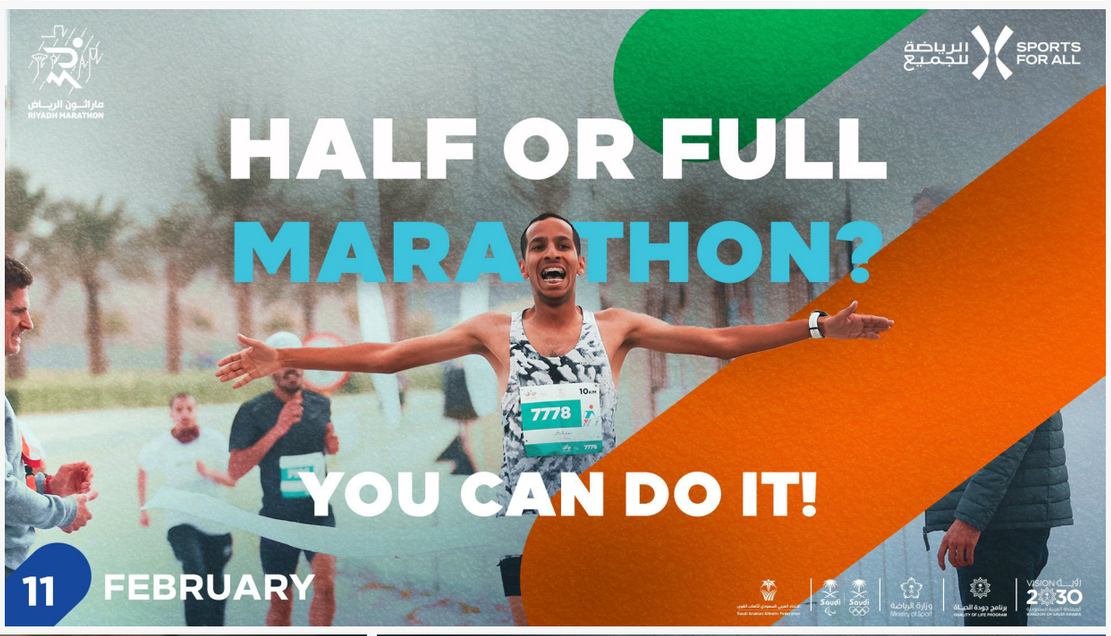
الشعار

القصة

ماراثون الرياض 2022

أطلق «الاتحاد السعودي للرياضة» ماراثون الرياض في نسخته الأولى لعام 2022 بدعمٍ من وزارة الرياضة وبرنامج جودة الحياة وباعتماد من الاتحادين الآسيوي والدولي لألعاب القوى. تشكّلت الهوية بثلاثة ألوان مُلهمة ومحفزة «الأخضر، البرتقالي، الأزرق السماوي» وجسّد الشعار أهم معالم مدينة الرياض بخطوط وزوايا حادة يتوسطها أيقونة شخص يركض، غلب على الشعار الطابع التقليدي، وظهر اسم الماراثون أسفل الرمز البصري باللغة العربية والإنجليزية.

روابط إضافية



هوية مناعتنا حياة

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

مناعتنا حياة

دشّن «مركز التواصل الحكومي» بالتعاون مع «وزارة الصحة» هوية «مناعتنا حياة» كمرحلةٍ ثالثة لسلسلة الحملات السابقة «كلنا مسؤول» و «نعود بحذر»، ودمج الشعار اللونين الأزرق والأخضر تعبيرًا عن تكاتف المجتمع في تطبيق الإجراءات الاحترازية، إضافةً إلى الخطين المائلين بالأخضر والتي تجسّد إيماءة اليد بالرعاية، كما تم الاستغناء عن الإطار المُقفل تمهيدًا لعودة الحياة الطبيعية. وتُفسّر كلمة «مناعتنا»: التكاتف في تحقيق المناعة بإكمال كامل الجرعات، «حياة»: اللقاح هو الأمل بعد الله تعالى في عودة الحياة لطبيعتها.

روابط إضافية

هوية العودة للدراسة

الشعار

العودة للدراسة

القصة

العودة للدراسة

تحت شعار «العالم ينتظرك» أطلقت «وزارة التعليم» الهوية البصرية لبداية العام الدراسي 1444 هـ احتفاءً بعودة الطلاب إلى مقاعد الدراسة وتحفيزًا لهم في رحلتهم التعليمية، وتكوّن الشعار من أيقونة العِلم والمعرفة «الكتاب» أعلى كلمة «العودة للدراسة» أمّا الهوية كاملة فشملت ثماني ألوان: الأسود، الأخضر، الأبيض، الأصفر، الأخضر الفسفوري، السماوي، الوردي، البرتقالي، لتُجسّد قيَم العلم: الالتزام، الاتزان، الأفق، النشاط، المعرفة، العلم، الامتنان، الشغف. وعكست مُجتمعة البهجة والحماسة للبدايات.

روابط إضافية

أبناؤكم وبناتكم "غالين علينا"..

منسوبي ومنسوبات وزارة التعليم..

شارك طفلك / طفلتك.. لحظاته السعيدة في أيامه الأولى من العام الدراسي واستمتع بمرافقته، وذلك ابتداءً من يوم الأحد 1/ 2/ 1444هـ الموافق 28/ 8/ 2022م ولمدة يومين على أن يكون استئنافك للعمل عند الساعة 10 صباحاً

مع مراعاة التالي:

- التنسيق مع المدير المباشر
- أن لا يخل ذلك بالعمل المناط بك
- أن يكون الطفل في المراحل المستهدفة:

الروضة - التمهيدي - الصف الأول الابتدائي

احرص على

تهيئة الطفل ومشاركته في اختياره الزي المدرسي ووجبته الصباحية	النوم المبكر والفطور الصحي يزيد من استقرار الطفل النفسي	التقاط صورة للطفل بالزي المدرسي سيعزز ثقته بنفسه	تقبل مخاوف الطفل ومعالجتها بالحوار

العودة للدراسة

moe_gov_sa moegov.sa moe_gov moe.gov.sa

موسم تمور المدينة

الشعار

القـصة

موسم تمور المدينة

انطلقـت فعاليـات «موسـم تمـور المدينـة» تحـت شـعار «تمورنـا بركـة» تماشـيًا مـع رؤيـة السـعودية 2023 بتوفيـر بيئـة زراعيـة مسـتدامة، وجسّـد الشـعار فـي شـكله الكامـل قبّـة المسـجد النبـوي، فـي انسـجامٍ مبتكـر مـع سـعف النخيـل، حيـث شـكّل الجـزء الأيمـن للشـعار سـعف النخـل بنصـفٍ مرسـوم لثمـرة التمـر، ويمتـد الجـزء الأيسـر بقبّـة المسـجد النبـوي، واسـتُلهمت ألـوان الشـعار مـن ثقافـة المملكـة وهويتهـا، باللـون الأخضـر والذهبـي.

روابـط إضافيـة

الطائف عاصمة الشعر العربي

الشعار

القصة

الطائف عاصمة الشعر العربي

احتفاءً باختيار مدينة «الطائف عاصمة الشعر العربي لعام 2022»، دُشّنت هويتها البصرية لتعزيز صورتها في تشكيل ذاكرة الشعر على مر الأزمنة، واستوحت ألوانها من البيئة الشعرية، أمّا فلسفة الشعار فارتبطت بهوية الصحيفة التي كان يستخدمها العرب قديمًا في الكتابة، إضافةً إلى خيمة الذبياني التي تعد من أهم الصور الشعرية التاريخية في سوق عكاظ، وتوسّط الشعار اسم الطائف، ونصٍ مكتوب على يساره «الطائف عاصمة الشعر العربي لعام 2022» باللغتين العربية والإنجليزية.

روابط إضافية

مهرجان صيف أبها

الشعار

القـصة

مهرجان صيف أبها

أطلقـت هيئـة تطويـر منطقـة عسـير «مهرجـان صيـف أبهـا 2022» تحـت شـعار «فـوق الجبـال»، ودُشّـنت هويـة المهرجـان بسـتة ألـوان تعبّـر عـن ثقافـة المنطقـة «أصفـر، برتقالـي، أحمـر، تيفانـي، أزرق، أخضـر فاتـح» مُكوّنـةً عـدة زخـارف هندسـية فـي الشـعار مسـتمدة ومسـتوحاة مـن القـط العسـيري؛ إحـدى فنـون العمـارة فـي منطقـة عسـير، علـى يميـن الرمـز البصـري محتـوى نصـي يُشـكّل اسـم «أبهـا» أسـفله بخـطٍ صغيـر «مهرجـان الصيـف 2022» لتعكـس الهويـة طابعًـا ثقافيًـا وتراثيًـا للمنطقـة.

روابـط إضافيـة

مهرجان تمور الأحساء المصنعة

الشعار

مهرجان تسويق
تمور الأحساء المصنعة
Al-Ahsa Processed Dates
Marketing Festival

القـصة

مهرجان تمور الأحساء المصنّعة

دشّنت أمانة الأحساء «مهرجان تمور الأحساء المصنّعة 2022» تحت شعار «ويّا التمر أحلى» والذي شهد ارتفاعًا في أعداد المشاركين عن الأعوام الماضية سعيًا لتعزيز المناخ التسويقي ودعم المجالات الاقتصادية والتسويقية للتمور. واعتمدت هوية المهرجان على ثلاثة ألوان فقط «الأخضر الغامق والفاتح، والذهبي» أمّا الشعار فجسّد رمز العطاء بالنخلة، وشكّل جذعها بأشكالٍ هندسية، أمّا السعف فكان بخطوط رفيعة مائلة، مع محتوى نصي لاسم المهرجان باللغة العربية والإنجليزية على يسار الشعار.

روابط إضافية

رالي سدير

الشعار

القـصة

رالي سدير

دشّـن محافـظ المَجمعـة الأميـر عبدالرحمـن بـن عبـدالله بـن فيصـل هويـة «رالـي سـدير» فـي نسـخته الأولـى 2022، ويعـد خطـوة مواكبـة لرؤيـة المملكة 2030 فـي تنويع الأنشـطة الرياضية واسـتثمار مواهـب الشـباب، اعتمـدت الهويـة علـى اللـون الأزرق كلـونٍ أساسـي فـي تعبيـره عـن الثقـة، بالإضافـة للأبيـض لـون الصفـــاء واتسـاع المــدى. وصُمّمــ الشـــعار بأسـلوب الطباعـــة «typoghraphy» لاسـم الرالـي «رالـي سـدير» مكتـوب بخـط الثُلـث، وعلـى اليميـن محتـوى نصـي لاسـم الرالـي باللغتيـن العربيـة والإنجليزيـة.

روابـط إضافيـة

مهرجان البن الخولاني السعودي

الشعار

مهرجان البُن الخولاني السعودي
SAUDI KHAWLANI COFFEE FESTIVAL

القصة

مهرجان البُن الخولاني السعودي 2022

أطلق «مهرجان البُن الخولاني السعودي» شعاره الجديد في نسخته التاسعة 2022 في محافظة الداير، بالتزامن مع مبادرة وزارة الثقافة «عام القهوة السعودية 2022»، ويأتي المهرجان كظاهرةٍ ثقافية اقتصادية للاحتفاء بمنتج البُن الذي يعد عنصرًا أساسيًا للقهوة السعودية وأحد رموز الثقافة المحلية. تغيّرت الهوية بشكلٍ طفيف في الألوان، حيث أصبحت أفتح وأزهى وأكثر سطوعًا وتضمّنت «الأخضر، الأصفر، الأحمر، البُنّي» مع تغيير بسيط في رسمة ثمرة البُن بالشعار.

روابط إضافية

هوية موسم الحج

الشعار

قبل التطوير

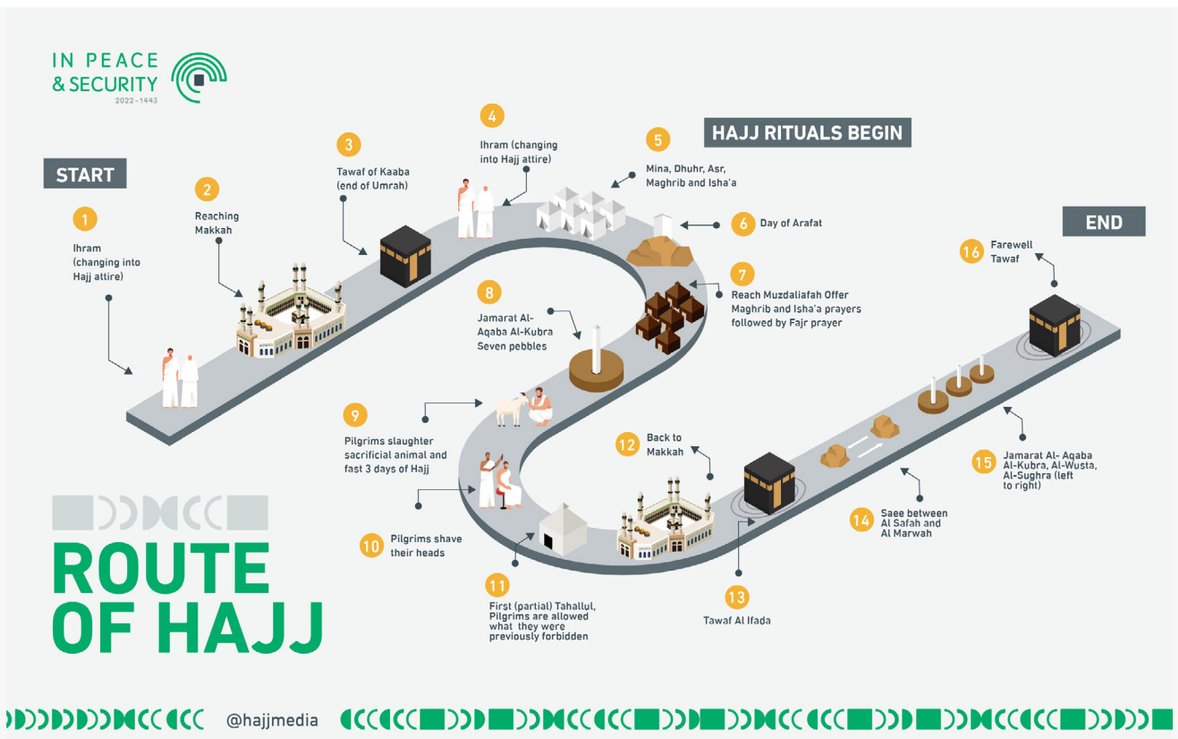
بعد التطوير

القصة

مركز التواصل الحكومي - حج 2022

استحدث «مركز التواصل الحكومي» هوية موسم الحج 2022 بتغييراتٍ بسيطة، حملت دلالاتٍ عميقة. فالهوية التي تحمل اسم «بسلامٍ آمنين» جاءت هذا العام برسمٍ خطي خالٍ من التباعد، تعبيرًا عن زيادة حجاج هذا العام عن العامين الماضيين. أما الشعار البصري فيتكون من أربع دوائر خضراء ترمز للطائفين، ينتصفها مكعب أسود يرمز للكعبة المشرفة، تكوّن مجتمعةً كلمة «حج»، والتي طُورت هذا العام لتكون بزوايا أقل حدة، إشارةً إلى مرونة الإجراءات.

روابط إضافية



02

هويات
الجهات الرياضية

مجلس جمهور المنتخب السعودي - قدّام

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

الاتحاد السعودي لكرة القدم

تفاعـلاً مـع بطولـة كأس العالـم 2022 التـي تسـتضيفها الجـارة العزيـزة قطـر، أطلـق «الاتحـاد السـعودي لكـرة القـدم» هويـة بصرية خاصة بمجلس جمهور المنتخب السعودي، حملت اسم «قـدام». اختيـر الاسـم لشـيوعه محليًا، ولاختزالـه لمعاني الإقـدام والتشـجيع؛ فهـو بمثابـة هتـافٍ واحـد نهتـف بـه جميعًـا لمنتخبنـا. اكتسـت الهويـة باللـون الأخضـر تماشـيًا مـع ألـوان المنتخـب، واحتـوت علـى عناصـر بصريـة تنتمـي لعالـم كـرة القـدم، كونـت باجتماعهـا معًـا شـكل الصقـر تجسـيدًا لتسـمية لاعبـي المنتخـب بالصقـور الخضـر.

روابـط إضافيـة

الاتحاد السعودي للتنس

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

الاتحاد السعودي للتنس

جاءت هوية «الاتحاد السعودي للتنس» الجديدة لتنقل لنا شيئًا من أجواء اللعبة. إذ تكوّن الشعار البصري من مربعات ملونة تمثل أجزاء من أركان الملعب، يمر بينها جميعًا حرف الـ «S» الذي يصوّر حركة إرسال الكرة بين طَرفيّ الملعب، والذي يرمز في الوقت عينه إلى أول حرفٍ من اسم الاتحاد السعودي. تلوَّن الشعار بدرجاتٍ مشبعة من الأزرق والأخضر والأصفر، عكست حيوية اللعبة والطاقة التي تمنحها.

روابط إضافية

الاتحاد السعودي للمنطاد

الشعار

قبل التطوير

SAHAB
الاتحاد السعودي للمنطاد
Saudi Arabian Ballooning Federation
Hot air | Airship

بعد التطوير

الاتحاد السعودي للمنطاد
Saudi Arabian Hot Air Balloning Federation

القصة

الاتحاد السعودي للمنطاد

بعد أن لاقى الاتحاد السعودي للمنطاد نجاح كبير بعد تأسيسه في عام 2019، جُددت هويته هذا العام إلى هوية أكثر احترافية متناسقة مع هويات الجهات الحكومية في المملكة. تكوّن الشكل الأساسي من الخطوط المنحنية باللون الأخضر ممثلةً كلاً من البالون للمنطاد والسعف النخل ويقع تحتها باللون البني ما يمثّل السلة والسيفين.

روابط إضافية

الدوري الممتاز للسيدات

الشعار

القصة

الدوري السعودي للسيدات

تزامنًا مع انطلاق الموسم الأول للدوري السعودي للسيدات، أطلقت «إدارة الكرة النسائية» التابعة للاتحاد السعودي لكرة القدم هوية الدوري الجديدة، التي أخذ شعارها البصري شكل كرة القدم. تلوّنت الهوية بثلاث ألوانٍ رئيسة غلب عليها اللون البنفسجي ليعبّر عن الذات النسائية، والأخضر الفاتح ليرمز إلى لون أرضية الملعب، والأخضر الداكن المعبر عن الوطنية المشابه للون العلم السعودي.

روابط إضافية

نادي الهلال

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

نادي الهلال السعودي

منطلقًا من أمجاده ومسيرته التاريخية، دشن «نادي الهلال السعودي» هويةً جديدة ذات تصميمٍ اعتمد على البساطة والسهولة، جاءت لتوحّد أنشطة النادي ورياضاته المختلفة وتعبر عنه كعلامةٍ مستقلة، وليس نادٍ رياضي لكرة القدم فحسب. دمج الشعار البصري حرف الهاء بالعربية والإنجليزية، توسطته مساحة خالية أخذت شكل الهلال لتعبر عن اسم نادي العاصمة. احتفظت الهوية بألوانها السابقة (الأبيض والأزرق)، مع تغييرٍ بسيطٍ باللون الأزرق عكس تطلّع النادي للمستقبل.

روابط إضافية

نادي ضمك

الشعار

قبل التطوير

نادي ضمك السعودي
Damac Saudi Club

بعد التطوير

القـصة

نادي ضمك السعودي

أطلق «نادي ضمك السعودي» هويته الجديدة إيمانًا منه بأن الهوية البصرية ليست فحسب شعارًا يُرتدى، بل هوية متكاملة تعبر عن منظومة النادي وتطلعاته. تمحور الشعار البصري حول فكرة المضمار باعتباره مصدرًا للطاقة والحيوية، وتمركز في داخله دائرة من الحرف D من كلمة DAMAC، يحتويها حرف C من كلمة Club، وذلك ليترجم بصريًا الأنشطة الرياضية المختلفة التي يحتويها النادي ويدعمها.

روابط إضافية

نادي الفتح

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

نادي الفتح السعودي

اجتمع في هوية «نادي الفتح السعودي» عراقة النادي وتطلعاته المستقبلية، معبرةً عن عهدٍ جديدٍ ملهم ابتدأ به النادي موسمه الرياضي هذا العام. يركز الشعار البصري للهوية على الحرف (F)؛ أول حرفٍ من اسم النادي والذي رُسم بأشكالٍ هندسية يأخذ أحدها شكل المعين، وهو رسم حرف الفاء في خط المسند القديم. أما ألوان النادي الجديدة فجاءت بدرجاتٍ متشبعة من الأزرق والأخضر الفاتح، تعبيرًا عن همة النادي وطموحه.

روابط إضافية

نادي الفيحاء

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

نادي الفيحاء السعودي

احتفظت هوية «نادي الفيحاء السعودي» الجديدة بروح الهوية السابقة، وجعلتها أكثر عصرية وبساطة، وذلك سعيًا في تسهيل استخدامها. إذ جاءت الهوية الحديثة بشعارٍ بصري ذو ألوانٍ حيوية، اُستغني فيه عن رسم السنبلة التي كانت تزين أطراف الشعار القديم، مع تبسيط العناصر الأخرى كالخط، وكرة القدم التي تنتصف الشعار. بأسفل الشعار يظهر تاريخ تأسيس النادي مكتوبًا بالسنة الميلادية، بعد أن كان مكتوبًا سابقًا بالسنة الهجرية.

روابط إضافية

نادي الوشم بشقراء

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

نادي الوشم بشقراء

بعد ما يقارب 45 عامًا أطلق نادي الوشم هويته الحديثة تمامًا، والتي حافظت على ألوان النادي السابقة لكن بدرجات مختلفة وزاهية أكثر. أصبح الشعار يقتصر على رسمة رمزية لبرج "المقاصير" الذي يقع في شقراء ويفتخرون به أهاليها، والذي استخدم في وقتٍ مضى للتصدي ومراقبة الأعداء فهذه رمزية على قوة نادي الوشم ومستواهم الرياضي.

روابط إضافية

نادي التهامي السعودي بجازان

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

نادي التهامي

تغيير جذري لهوية نادي التهامي مع المحافظة فقط على ألوان الفريق، احتوى الشعار الحديث للنادي على العديد من العناصر أبرزها القلاع أو البيوت الشعبية في جازان، والقالب العام للشعار أشبه ما يكون بالدرع ويُعكس ذلك على اللون الفضي الذي يكحّل الشعار، بالإضافة إلى كتابة اسم النادي بالإنجليزية بالحروف الكبيرة، وبالعربية بخط الرقعة والياء المرسومة المقاربة للتوقيع في أسفل الشعار.

روابط إضافية

نادي أبها

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

نادي أبها

تحـكي هويـة «نـادي أبهـا» الجديـدة قصـة الطمـوح، والأصالـة، والقـوة. إذ صُمـم الشـعار البصـري ليأخـذ شـكل درعٍ حصيـن، يحـاكي حصـون المنطقـة الحجريّـة التي عُرفـت بمناعتهـا، توسـطته إحـدى زخـارف فـن القـط العسـيري للتأكيد علـى أصالـة النادي. أما الشـعار اللفظي فكتـب باللغتيـن العربيـة والإنجليزيـة، رُسـم فيـه حـرف الـ A ليبـدو وكأنـه قمـةٌ مـن قمـم جبـال أبهـا الشـاهقة، معبـرًا عـن طمـوح النـادي. اسـتغنت ألـوان الهويـة عـن السـماوي الفاتـح واقتصـرت علـى اللونيـن الأزرق والأحمـر، وذلـك لتبسـيط الهويـة.

روابـط إضافيـة

03

هويات
الجهات الخاصة

شركة نبذة للإنتاج الإعلامي

الشعار

قبل التطوير

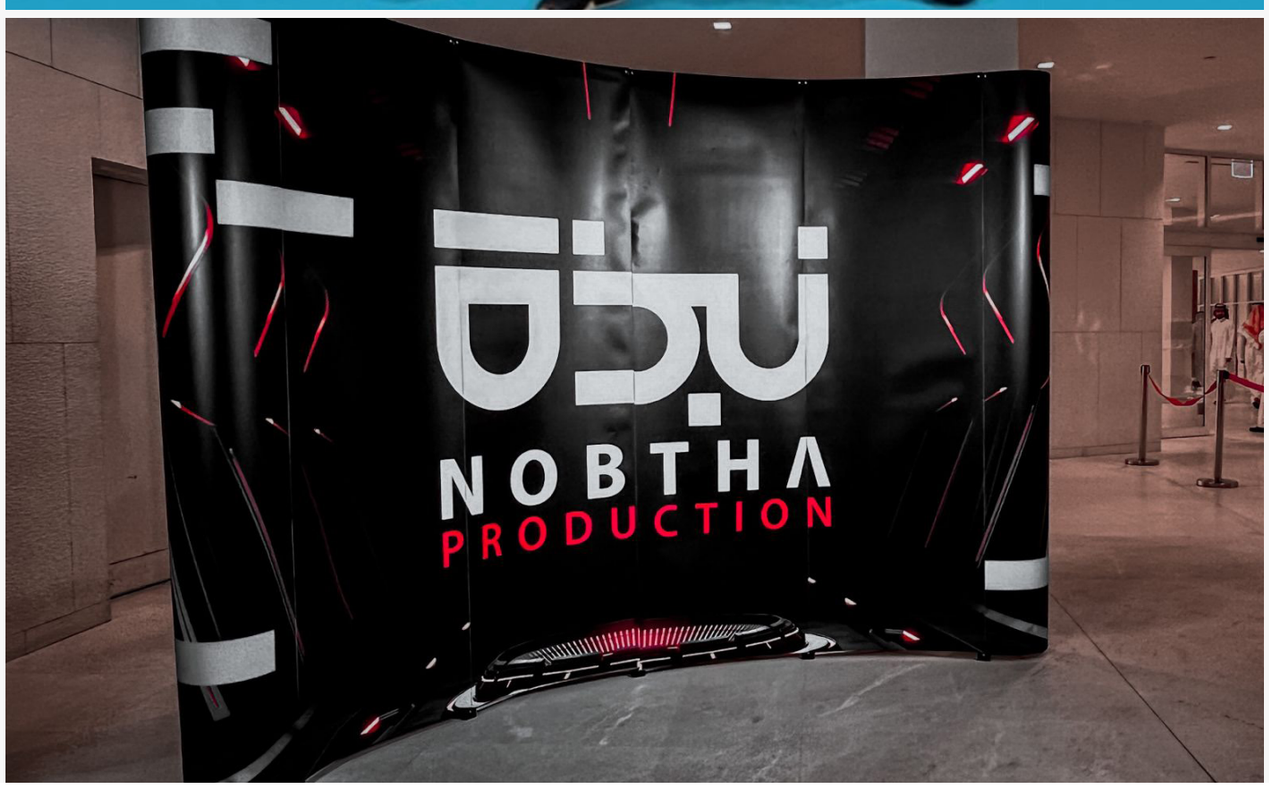
بعد التطوير

القـصة

نبذة

تجديد شعار «نبذة» للإنتاج المرئي والمسموع من شعار يبدو مكتوبًا بقلم القصب بريشته المشطوفة راسمةً زوايا حادة و واضحة وأحرف مصمّتة معبئة، إلى شعار أقل جدية بزوايا مستديرة وأخف حدة متسقةً مع مجال العلامة ويصوّر الاسم رسمة مبدئية لكاميرا التصوير الاحترافية مما يعكس اختصاصهم، بالإضافة لتغير الألوان إلى ألوان زاهية ومن ضمنها اللون السماوي؛ مما أعطى أريحية للنظر.

روابط إضافية



تمارا

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

تمارا

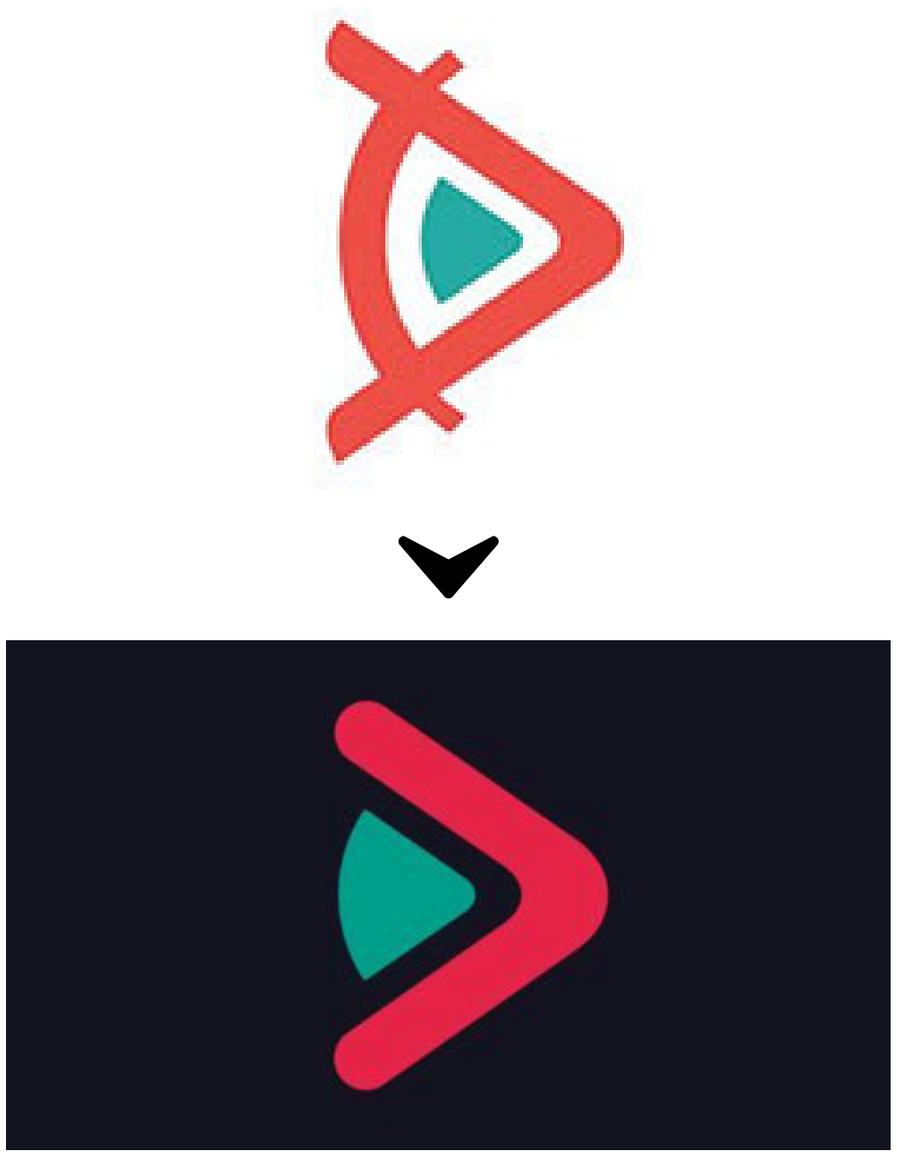
احتوى شعار «تمارا» السابق على عنصر ممزوج ما بين حرف التاء وحرف T وهما الحرف الأول للاسم، في ذات الوقت يمثل وجه مبتسم وعربة تسوّق. تحوّلت الهوية إلى مجموعة ألوان مستوحاة من السماء في مرحلة الغروب بشكل متداخل وحديث، رمزًا إلى أن الخدمة فعّالة في جميع الأوقات، والشعار تغيّر إلى اللون الأسود بخط رقعة منحني رمزًا للسهولة ورمز دائرة مصمتة ونصف دائرة بذات اللون رمزًا للأقساط حتى الاكتمال.

روابط إضافية

ديتيلز

الشعار

قبل التطوير



بعد التطوير

القـصة

ديتيلز

شـركة تسـويق رقمـي وإنتـاج مرئـي تسـتعمل شـعار "تفاصيـل أكثـر" لشـرح هويتها وتوجهـت للتركيز على التفاصيل في شـعارها الجديـد، فبالرغـم مـن محافظتهـا علـى روح الهويـة السـابقة إلا أن التجديـد ارتكـز علـى البسـاطة والأناقـة المناسـبة مـع توجـه العلامـة وتعكـس الاحتـراف فـي عملهـا، ومـن ناحيـة الألـوان فقـد أبـرزت الدرجـات الداكنـة مـن الألـوان بتباينهـا مـع الألـوان الزاهيـة فـي الهويـة.

روابـط إضافيـة

شركة SMC (الوسائل السعودية)

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

الوسائل السعودية SMC

تحـكي هويـة «الوسـائل السـعودية SMC» الجديـدة أهـداف الشـركة وتطلّعاتها، وقيمها التي تؤمـن بها. إذ جعلـت الشـركة مـن حـرف الـواو باللغـة العربيـة محـورًا كامـلاً لهويتها، ليرمـز إلـى أول حـرفٍ مـن اسـمها ويعبـر عـن تمسـكها بالهويـة العربيـة. كما أن الـواو دائمًـا مـا يعبـر عـن الاسـتمرارية والوصـل، وهـو مـا تهدف إليـه الشـركة بدخولها إلـى أسـواق خليجيـة وعالميـة. تلـون الشـعار باللـون الأصفـر الهـادئ، ليعكـس ثقـة الشـركة ونماءهـا.

روابـط إضافيـة

نعناع

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

نعناع

مـن ورقـة نعنـاعٍ مفـردة، إلـى جمـلٍ يحملهـا. هكـذا عبـرت شـركة «نعنـاع» عـن دخولهـا لمرحلـةٍ جديـدة فـي السـوق، تؤكـد فيهـا على مكانتهـا محليًـا. اختـارت نعنـاع «الجمـل» محـورًا لهويتهـا، لتعكـس إيمانهـا بالـدلالات المحليـة الراسـخة التـي تكـون بهـا أكثـر قربًـا مـن العمـلاء؛ فالجمـل هـو أول وسـيلة نقـلٍ عرفهـا أجدادنـا، وهـو يعبِّر أيضًـا عـن تحمـل المسـافات الطـوال. لـم تخـلُ الهويـة الجديدة من ورقـة النعنـاع، مـع تغييـر لونهـا إلـى لـونٍ أكثـر سـطوعًا يعكـس التجديـد والثقـة.

روابـط إضافيـة

ساسكو

الشعار

القـصة

ساسكو

احتفلت «ساسكو» بمرور أربعين عامًا على تأسيسها بإطلاق هويةٍ جديدة، جاءت لتتماشى مع رؤية المملكة 2030، ولتؤكد في الوقت ذاته على دور الشركة الريادي في القطاع. عبرت الهوية بألوانها التي تغيّرت من الأخضر للأزرق، عن العهد المستقبلي الجديد والتقدم الذي تواصله الشركة. مع تطوير الشعار البصري وجعله أكثر عصرية وبساطة. أما الشعار اللفظي، فجاء بخطٍ مختلف أضفى على الهوية طابع الثقة والرسمية.

روابط إضافية

سيـــــر

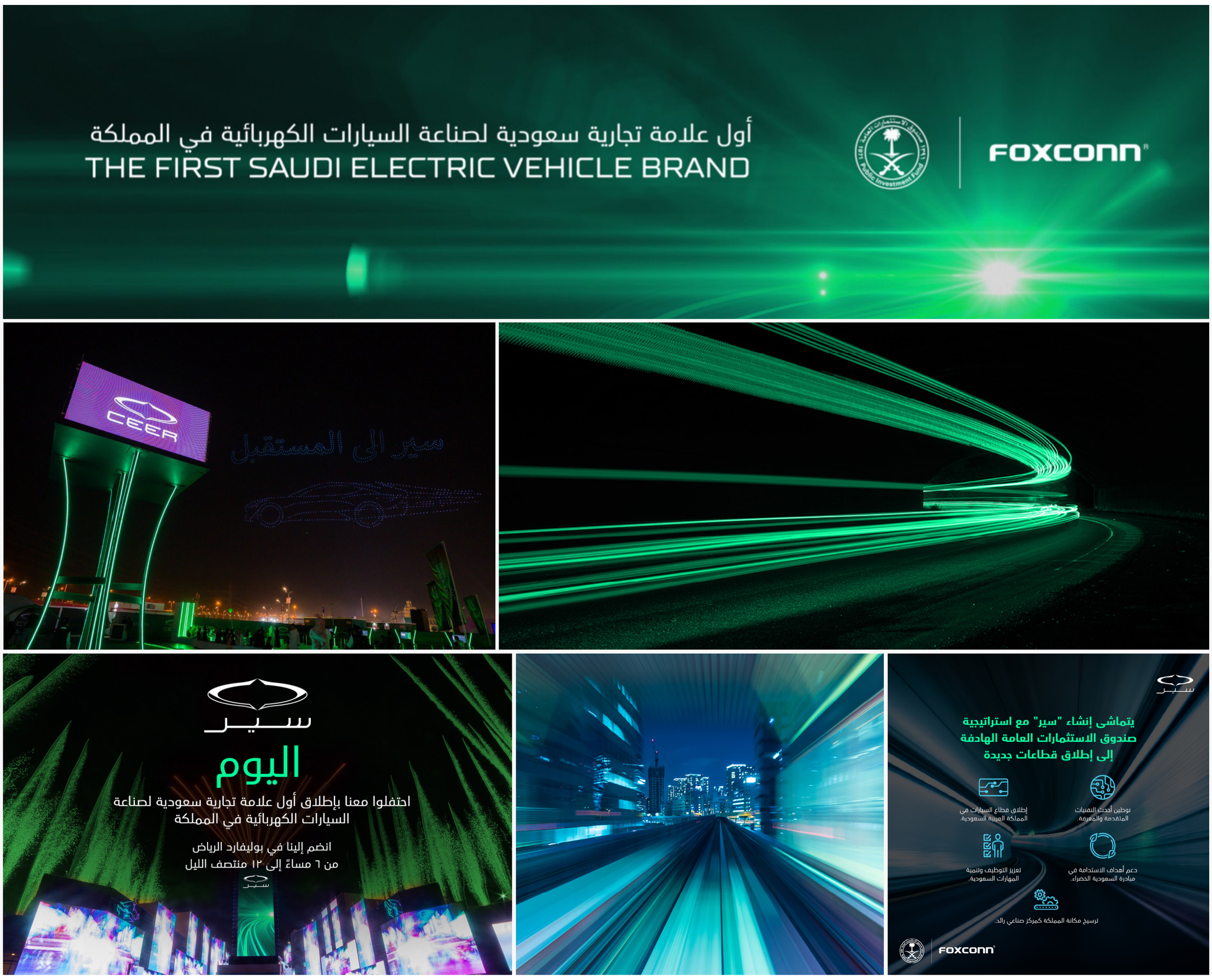
الشعار

القـصة

سير

تحـت عنـوان «سِـير إلـى المسـتقبل»، أطلـق ولـي العهـد الأميـر محمـد بـن سـلمان -حفظـه الله- شـركة «سـير»؛ أول علامـة تجارية سـعودية مختصـة بصناعـة السـيارات الكهربائيـة فـي المملكـة. تهـدف الشـركة إلـى تطويـر القطـاع الصناعـي محليًـا، وجـذب اسـتثماراتٍ عالميـة، ومـن هنـا كان الاسـم «سِـير» الـذي يعبِّـر عـن الانطـلاق والدعـم سـواءً لمَـن يقتنـي مـن العلامـة، أو لموظفيهـا. جـاءت الهويـة بشـعارٍ بسـيطٍ مـن اللونيـن الأبيـض والأسـود، ليكـون سـهل الاسـتخدام.

روابـط إضافيـة



MOVE

الشعار

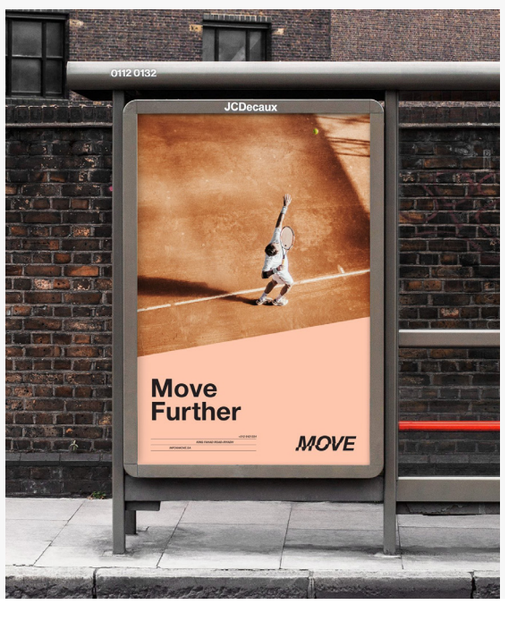
MOVE

القـصة

MOVE

جاءت هوية مركز «Move» المختص بالطب الرياضي لتختصر ما يقوم به المركز من عنايةٍ واهتمام لكل مَن يرتاده. يعبِّر الاسم عن حركة الإنسان التي تعكس حالته الصحية؛ فكلما كان أكثر حركة، كان بصحةٍ جيدة. كما أن تكوّنه من كلمةٍ واحدة جعلته رنانًا وقويًا. أما الشعار البصري فتمحور حول الإصابة، العلاج، التأهيل، ثم الشفاء، والتي عُبّر عن كل مرحلةٍ منها بحرفٍ في الشعار، لتعكس جودة عمل المركز.

روابط إضافية



بنك الرياض

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

بنك الرياض

جـدد هويتـه السـابقة مـع المحافظـة علـى ذات الألـوان، ففـي السـابق تكونـت مـن كلمـة «بنـك الريـاض» باللغتيـن العربيـة والإنجليـزي، وفـي الهويـة الجديـدة حافظـوا علـى كتابـة الاسـم باللغتيـن لكـن بنفـس اللـون وبتغييـر الخـط لخـطٍ أكثـر حداثـةً، بالإضافـة إلـى الرمـز فـي الشـعار والـذي يعبـر عـن عـدة رمزيـات، فهـو يبـدو كمربعيـن متصليـن لكـن يمكـن رؤيـة حـرف الـراء و الـR وهمـا الحـرف الأول مـن ريـاض، وعلامـة الـ ∞ وهـي ترمـز للاسـتمرارية واللـون الأخضـر لونًـا للنمـو، بينمـا اللـون الأزرق لونًـا للثقـة.

روابـط إضافيـة

البنك العربي

الشعار

قبل التطوير

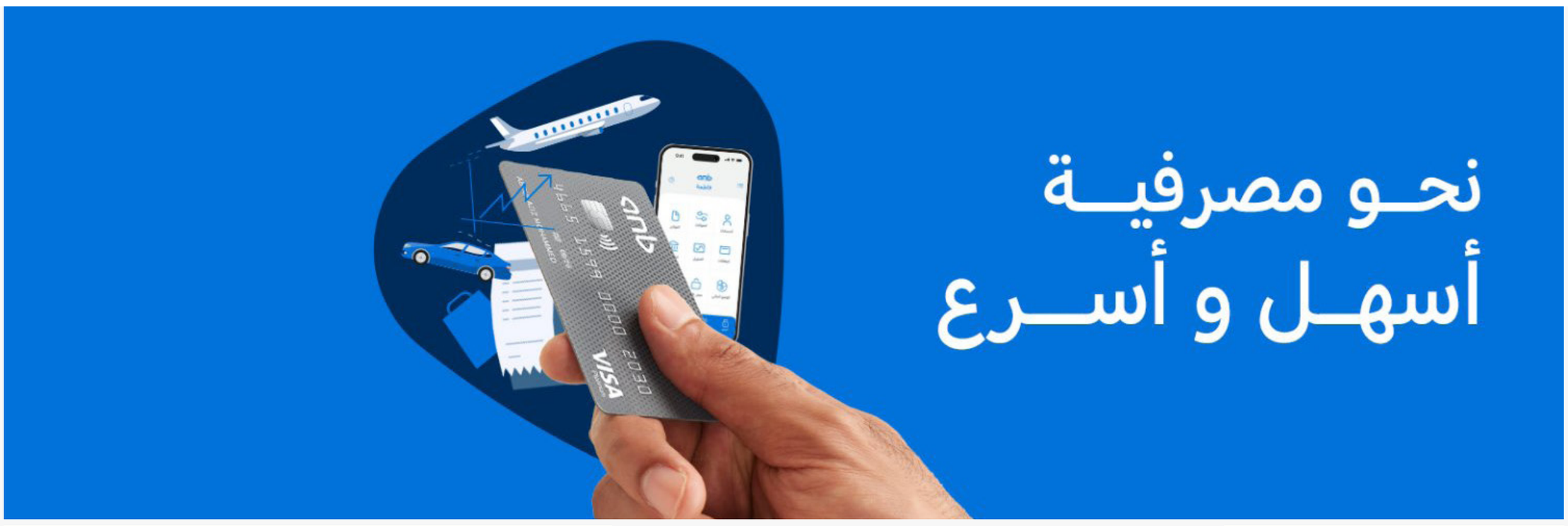
بعد التطوير

القـصة

البنك العربي الوطني

فيما مضى كانت هوية البنك ترتكز على حرف الـA بالإنجليزي ويكتفى بكلمة العربي كاسم له، بالإضافة إلى أن الألوان المستخدمة هي تدرجات اللون السماوي إلى الأبيض واللون الأحمر متوسطًا الشعار. لتأتي الهوية الحالية بحلة جديدة تمامًا تحت شعار "نحو رحلة مصرفية أسهل" حيث اكتفت باختصار البنك «anb» بالأحرف الصغيرة بزوايا مستديرة كنايةً عن سهولة العمليات المصرفية وسرعتها، واعتماد اللونين الأبيض والأزرق فقط لتتسق مع توجه الهويات الحديثة.

روابط إضافية

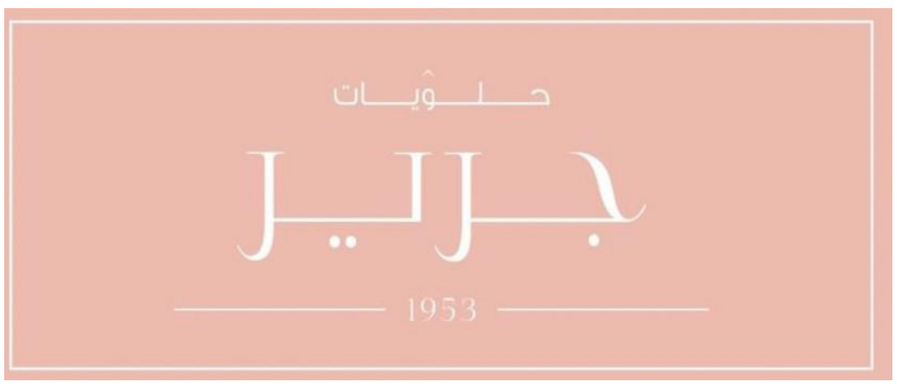


حلويات جرير

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير



القصة

حلويات جرير

«حلويات جرير القباني» تعتبر من أقدم العلامات التجارية العربية في مجال الحلويات وعُرفت باسم «القباني» وكانت هويتها القديمة بذات الاسم مؤطرة بيضاويًا باللون الذهبي، أما في هويتها الجديدة فانطلقت بحذف اسم «القباني» والاكتفاء بـ «حلويّات جرير» بخط أنيق ذو زوايا حادة ونقاط أحرف دائرية تعكس الهوية الأنيقة المناسبة لعلامة حلويّات رفيعة المستوى، واتخذت كلٌ من الذهبي والوردي والأبيض ألوانًا معتمدة.

روابط إضافية

برغرايزر

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

برغرايززر

عملـت «برغرايـززر» علـى تحديـث هويتهـا وإضافـة مظهـرٍ جديـدٍ لها، وإن لـم يختلـف كليًا عـن السـابق. فشـركة الوجبات السـريعة التـي ركـزت مؤخـرًا علـى قيمـة «الطزاجـة»، هدفـت مـن خـلال هويتها الجديدة إلى تأكيد تلك القيمة، وتعزيز صورتها كعلامة تقـدم الجِـدَّة والطـراوة. جـاءت الهويـة الجديـدة بتغييـرٍ بسـيطٍ فـي الشـعار اللفظـي شـمل دمـج حرفَـيّ الـ Z ليبـدو ان وكأنهمـا حـرف واحـد، مـع تقريـب الحـروف الأخـرى مـع بعضهـا لتكـون أكثـر تناسـقًا.

روابـط إضافيـة

04

هويات الجهات غير الربحية

مسك الخيرية

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

مؤسسة مسك الخيرية

دشـنت مؤسسـة «مسـك الخيريـة» هويتهـا البصريـة الجديـدة التـي هدفـت إلـى تعزيـز رسـائل المؤسسـة التواصليـة، وعكـس نموّهـا واسـتمرارية سـعيها. اعتمـدت الهويـة علـى البسـاطة والوضـوح لتكـون سـهلةَ الفهـم لـكل مـن يراهـا، فجـاءت بعناصـر أكثـر اتصـالاً مـع بعضهـا، لتعبـر عـن عطـاء المؤسسـة ودعمهـا للشـباب السـعودي. أمـا ألـوان الهويـة، فأُختيرت لتشـير للمسـارات الأربـع التـي تقدمهـا المؤسسـة، وهـي: (مسـك القـادة، مسـك المجتمـع، مسـك المهـارات، ومسـك الريـادة)، مؤكـدةً بذلـك علـى دورهـا.

روابـط إضافيـة

الجمعية الأمريكية للمهندسين الميكانيكيين

الشعار

قبل التطوير

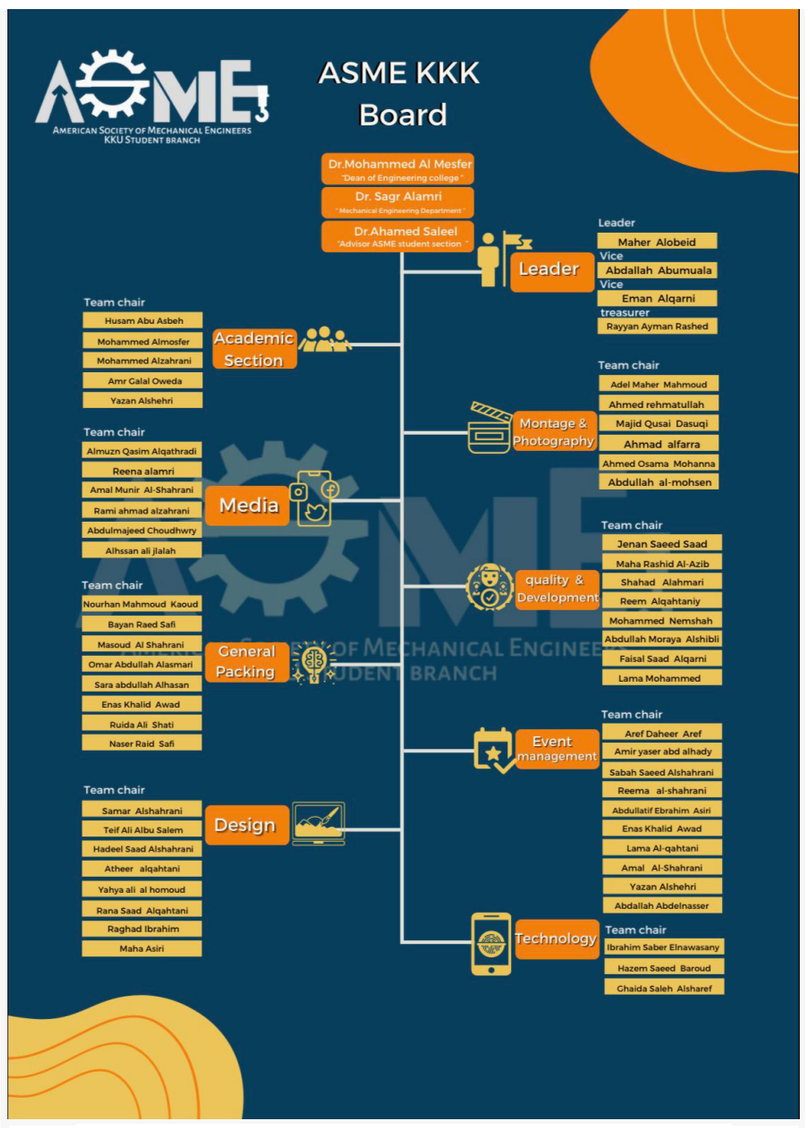
بعد التطوير

القـصة

الجمعية الأمريكية للمهندسين الميكانيكيين ASME

بالنسبة للجمعية الأمريكية للمهندسين الميكانيكيين «ASME»، فجاءت بهويةٍ مبتكرة، تختلف كليًا عن سابقتها. صُممت الهوية الحديثة لتأخذ شكل أدواتٍ ميكانيكية يعبر كل منها عن قيمةٍ خاصة. فهناك السهم في الحرف A الذي يرمز للتحسين والتطوير. والترس المسنن في الحرف S الذي يرمز للتكامل والانفتاح للعالم، وأعمدة الأساس في الحرف M التي ترمز إلى أن الهندسة الميكانيكية، هي أساس كل صناعة.

روابط إضافية



جمعية التنمية الأهلية بالمعذر

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

جمعيـة التنميـة الأهلية بالمعـذر

القـصة

جمعية التنمية الأهلية بالمعذر

في خطوةٍ نحو بناء مجتمعٍ حيوي رائد، دشّنت «جمعية التنمية الأهلية بالمعذر» هويتها الجديدة بتوجهٍ أكثر ثباتًا وثقة، لتوسّع من خلاله عملها في بناء مجتمعٍ واعد. ظهرت الهوية بألوانٍ أكثر وضوحًا جمعت بين التيفاني، والرمادي الغامق والفاتح، واعتمد الشعار على محتوى نصي لاسم الجمعية «تنمية» بخطٍ انسيابي يعكس المرونة، ودُمج اللون الرمادي الغامق والتيفاني مع إضافة ورقتي شجر في إشارةٍ للعطاء، وكُتب اسم الجمعية كاملاً ضمن الشعار باللغتين العربية والإنجليزية.

روابط إضافية

جمعية التنمية الأهلية بطبرجل

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

جمعية التنمية الأهلية بطبرجل

من شعارٍ تقليدي معتاد وغير مبتكر إلى هويةٍ جديدة تعبّر عن مفهوم التنمية المجتمعية أطلقتها «جمعية التنمية الأهلية بطبرجل» بطابعٍ حيوي يمثّل جزءًا من أهدافها ورسالتها في تحقيق رؤية المملكة 2030، احتوت الهوية على اللون الأزرق والأخضر التيفاني، يشير الأزرق إلى الحيوية والقوة، أمّا الأخضر التيفاني فيشير للعطاء. ويعكس الشعار بيئة مُحافظة طبرجل الزراعية والمعروفة بزراعة شجر الزيتون، ويُحاكي في انحناءاته أغصان النبات وأوراقه.

روابط إضافية

جمعية التنمية الأهلية بمزعل

الشعار

قبل التطوير

لجنة التنمية الاجتماعية الاهلية بمزعل

بعد التطوير

جمعية التنمية الاهلية بمركز مزعل

CIVIL DEVELOPMENT ASSOCIATION IN MAZAL CENTER

القـصة

جمعية التنمية الأهلية بمركز مزعل

اعتمـدت «جمعيـة التنميـة الأهليـة بمركـز مزعـل» فـي هويتهـا الجديـدة علـى ألـوانٍ حيويـة تعكـس توجههـا الجديـد، تضمّنـت الأزرق والأخضـر الفاتـح، أمّـا هيكلـة الشـعار فتكوّنـت مـن اسـم الجمعيـة المُختصـر «مزعـل» الـذي رُسـم نصفـه بـأوراق الشـجر فـي دلالـة علـى النمـاء والازدهـار، يتوسّـطه أيقونة الإنسـان في إشـارة إلـى اهتمـام الجمعيـة بتنميـة المجتمـع، كمـا أضيـف اسـم الجمعيـة كامـلاً باللغتيـن العربيـة والإنجليزيـة أسـفل الشـعار.

روابـط إضافيـة

جمعية بررة لتحفيظ القرآن الكريم

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

جمعية بررة لتحفيظ القرآن الكريم

من شعارٍ تقليدي يفقد التوازن والجمالية، إلى هويةٍ عصرية متناغمة أطلقتها «جمعية بررة لتحفيظ القرآن الكريم بتهامة بلسمر وبلحمر» شملت ألوان الهوية على الأخضر الغامق ودرجات الأزرق السماوي، مع إضافة اللون الذهبي والرمادي الفاتح، أمّا الشعار فصُمّم بطريقةٍ مبتكرة دمجت حرف الباء والراء لتُجسّد شكل القرآن الكريم، يتوسطهما في الأعلى حرف التاء المربوطة باللون الذهبي مُشكّلةً قبّة المسجد ومئذنته، وتضمّن الشعار اسم الجمعية كاملاً باللغة العربية.

روابط إضافية

جمعية مجموعة تحليل الأعمال

الشعار

جمعية مجموعة تحليل الأعمال
Business Analysis Association Group

القصة

جمعية مجموعة تحليل الأعمال

اعتمدت «جمعية مجموعة تحليل الأعمال» في هويتها الجديدة على البساطة في التصميم والتفرّد في المعنى، حيث استخدمت ثلاثة ألوان: اللون البنفسجي الذي يرمز إلى الفخامة، واللون السماوي الذي يعكس الثقة والتحفيز، أمّا الأصفر فيشير إلى التفاؤل والطموح، وتكوّن الشعار من رمزٍ بصري مُستوحى من أيقونة الاستدامة، واقتطاع من الشكل الهندسي المثلث الذي يعبّر عن الاستمرارية، مع إضافة اسم الجمعية بالكامل باللغتين العربية والإنجليزية.

روابط إضافية

05

هويات
الجهات الخليجية

دولة قطر

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

دولة قطر

جمعت «دولة قطر» في شعارها الجديد بين البساطة والقوة بعناصر من ثقافتها، حيث استغنت عن الدائرة المحيطة التي تشكّل علم قطر في شعارها القديم، واكتفت بشعار الدولة المكوّن من النخلة التي ترمز إلى الوفرة والكرم، والقارب المعروف عند القطريين بـ «فتح الخير»، أمّا الشراع فيمثّل علم قطر في إشارةٍ للفخر والانتماء، والسيف رمز الشجاعة، أخيرًا عنصر البحر المرتبط بتاريخ الدولة. أمّا ألوان الهوية ستة: الأحمر العنّابي، البيج، الأزرق، الأخضر، الأصفر، الأزرق السماوي.

روابط إضافية

مزاين كأس العالم

الشعار

القـصة

مزاين كأس العالم

تزامنًا مع بطولة كأس العالم لكرة القدم، أطلقت قطر فعالية «مزاين كأس العالم» وذلك لتقديم تجربةٍ لا تنسى لزائري البطولة، يتعرّفون بها أكثر على ثقافة المنطقة. شملت هوية الفعالية شعارًا خاصًا بها تكوّن من ثلاثة رموز، الأول هو الجمل العربي، والثاني كرة القدم، والأخير هو السدو الذي زيّنت زخارفه الشعار البصري. غلب على الهوية اللون البني كإشارةٍ إلى الصحراء، كما صاحبها إطلاق شخصية باسم «حويِّر»؛ كتصغيرٍ لحوار الناقة، وهو صغيرها.

روابط إضافية

الجهاز الوطني للاعتماد الأكاديمي وضمان جودة التعليم

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القصة

الجهاز الوطني للاعتماد الأكاديمي

أوجز «الجهاز الوطني للاعتماد الأكاديمي» بالكويت مسؤوليات الجهاز وقيمه في هويته الجديدة، التي اتخذت طابعًا مختلفًا كليًا عن سابقتها. فالشعار البصري الذي كان مرسومًا بالخط العربي، أُعيد تصميمه ليكون من رمزٍ واحد تشكل ثلاثة رموز؛ أولها علامة الصح التي تعبر عن الموثوقية، وثانيها زخرفة ثقافية محلية، وآخرها طابع الجودة الذي يستعمله الجهاز لاعتماد المستندات. حافظت الهوية على ألوانها السابقة، مع تغيير خط الشعار اللفظي بآخر أكثر حداثة.

روابط إضافية

بنك المشرق

الشعار

قبل التطوير

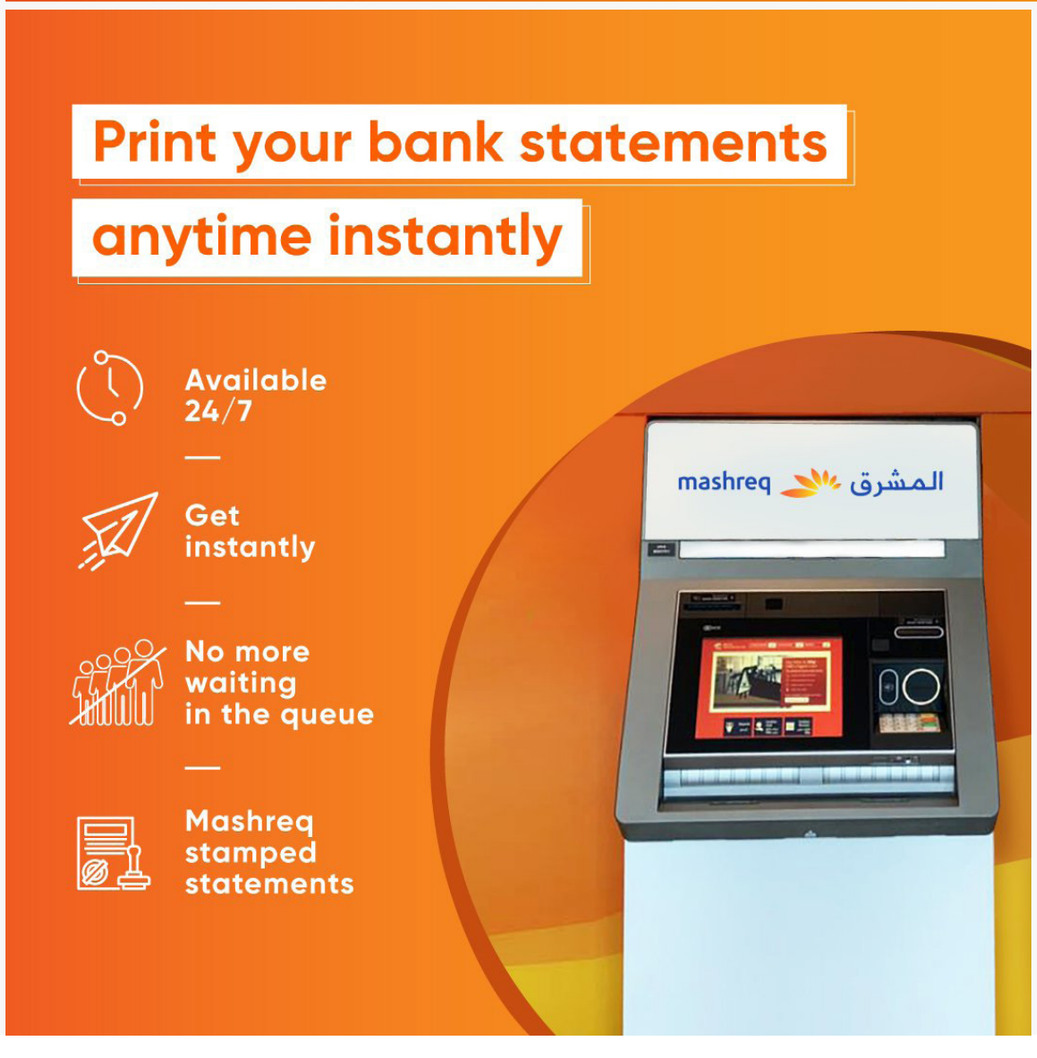
بعد التطوير

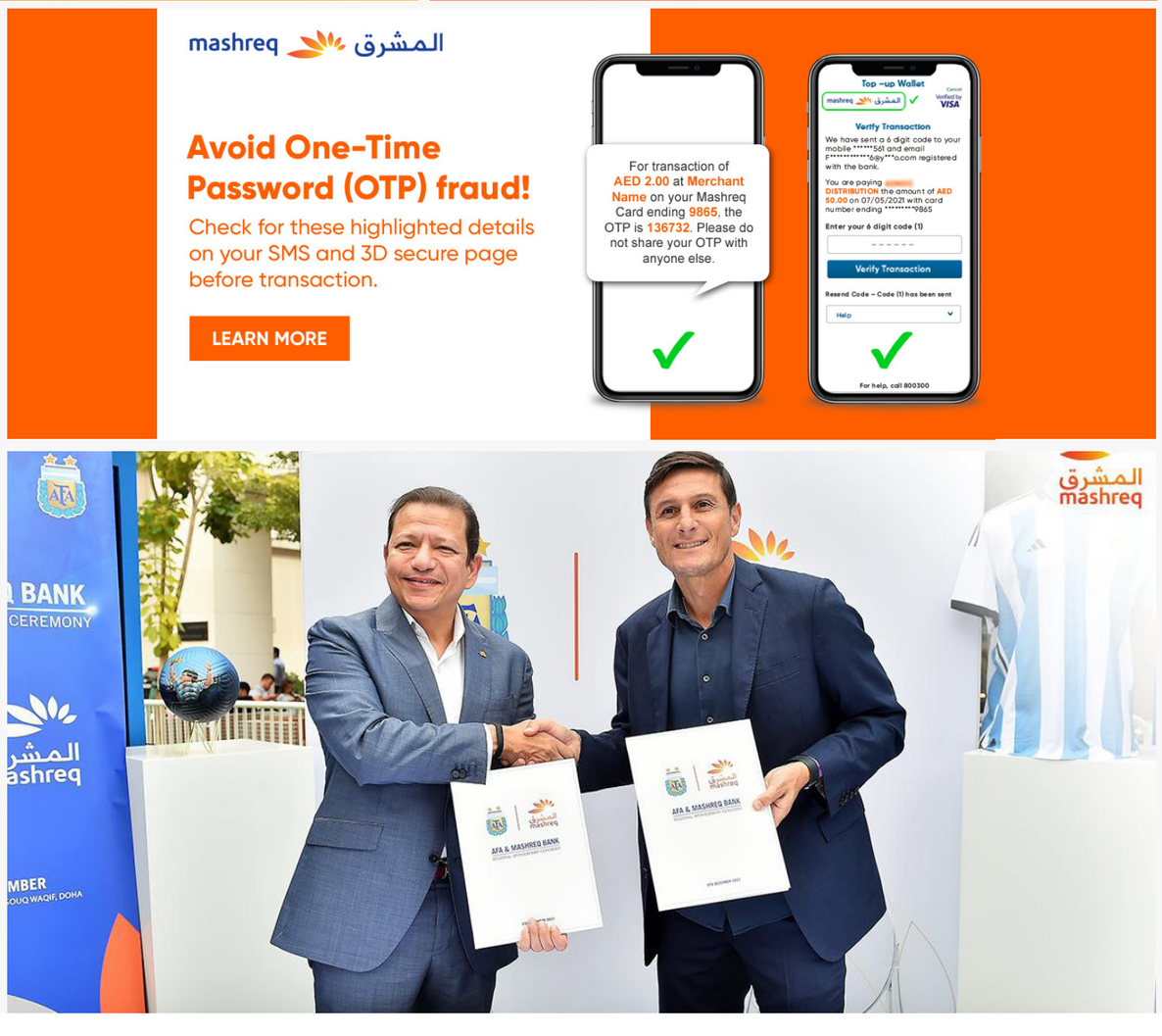
القصة

بنك المشرق

يعتبر «بنك المشرق» من أوائل البنوك التي واكبت التطور التقني في عالم الخدمات المصرفية، مما يجعله مدعاة لتجديد الهوية لتتسق مع الحداثة فتم إطلاق هويته الجديدة تحت شعار "تحدَّ اليوم" و "rise every day" بالإنجليزية. الشعار القديم كان يتكون من اللونين البرتقالي والأزرق ورمزية إشعاعات الشمس، أما في الشعار الجديد تم الاكتفاء باللون البرتقالي فقط، بالإضافة إلى تغيير طريقة تلوين الشعار إلى التموج من الأبيض حتى البرتقالي لتمثيل الإشراق.

روابط إضافية





نادي النصر الإماراتي

الشعار

قبل التطوير

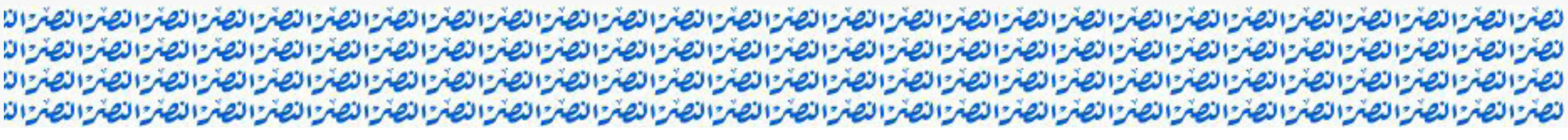
بعد التطوير

القـصة

نادي النصر الإماراتي

أعـاد تصميـم شـعاره الرسـمي قبـل انطـلاق دوري «أدنـوك للمحترفيـن»، حيـث كان الشـعار القديـم يحتـوي علـى عـدة رمـوز منهـا كـرة قـدم تعتلـي حـرف الـV المأخـوذة مـن كلمـة «victory» وهـي ترجمـة اسـم النـادي بالإنجليزيـة وحولهـا غصنيـن شـجر. أمـا فـي التجديـد فقـد اكتفـوا بلـون الشـعار أو لـون النـادي القديـم لكـن بدرجـة مختلفـة أكثـر انتعاشًـا، واسـم النـادي بالإنجليزيـة فقـط فـي إطـار بيضـاوي وشـريط يتكـرر بداخلـه حـرف الـV كنمـط وأعـلاه سـنة التأسـيس وأسـفله مقـر النـادي «دبـي».

روابـط إضافيـة



عمان للتأمين

الشعار

قبل التطوير

عمـــان للتأميـــن
Oman Insurance

بعد التطوير

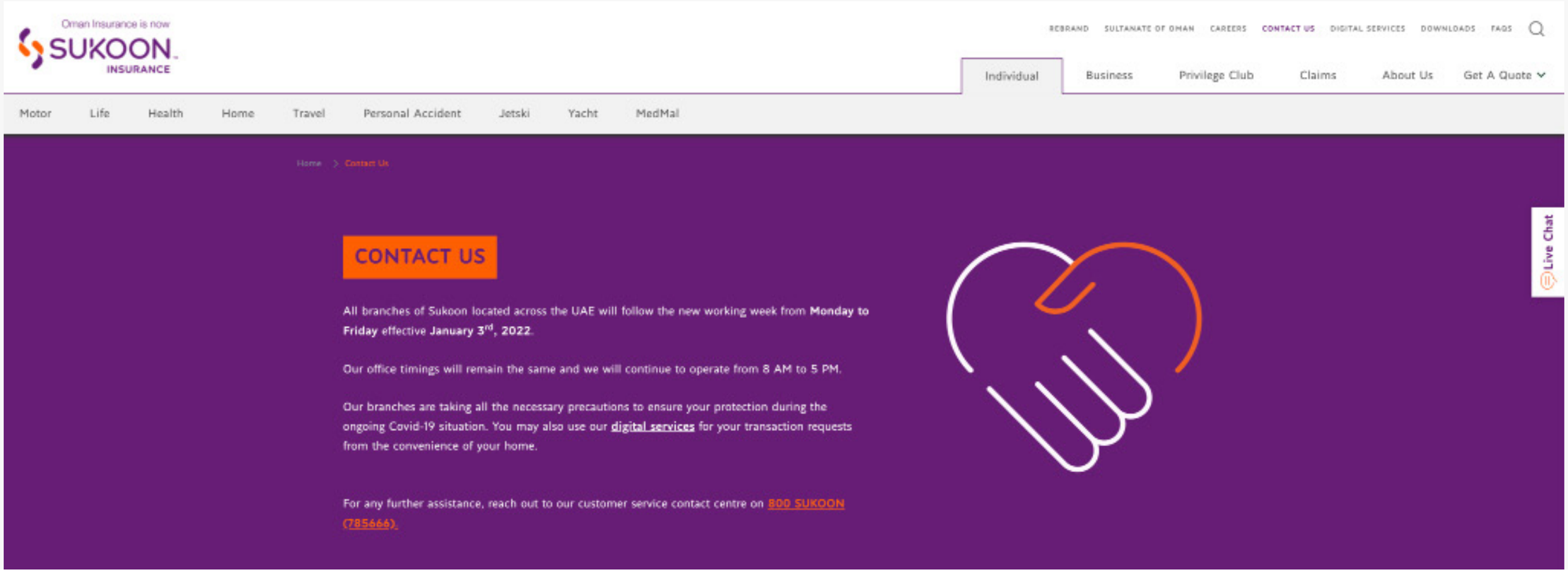
Oman Insurance is now
SUKOON™
INSURANCE

القـصة

سكون (شركة عمان للتأمين سابقًا)

أعلنت «شركة عُمان للتأمين» تغيير علامتها التجارية كاملة إلى «سكون» وتم تدشين إطلاق الهوية الجديدة على برج خليفة في دبي، حيث أُقيمت فعالية الإعلان بحضور رئيس مجلس الإدارة وأعضاء مجلس الإدارة وشركائه. الشعار الجديد يرمز إلى يدين تتلاقيان مما يعطي إحساس بالأمان والحماية، اختير اسم «سكون» ليعكس الطمأنينة وراحة البال وهي كلمة مشتركة بين ثلاث لغات: العربية، الأردو، والهندية وهذه تعتبر أكثر اللغات انتشارًا في المنطقة.

روابط إضافية



الاتحاد العماني لألعاب القوى

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

الاتحـــاد العمـــاني لألعاب القوى
Oman Athletics Association

القـصة

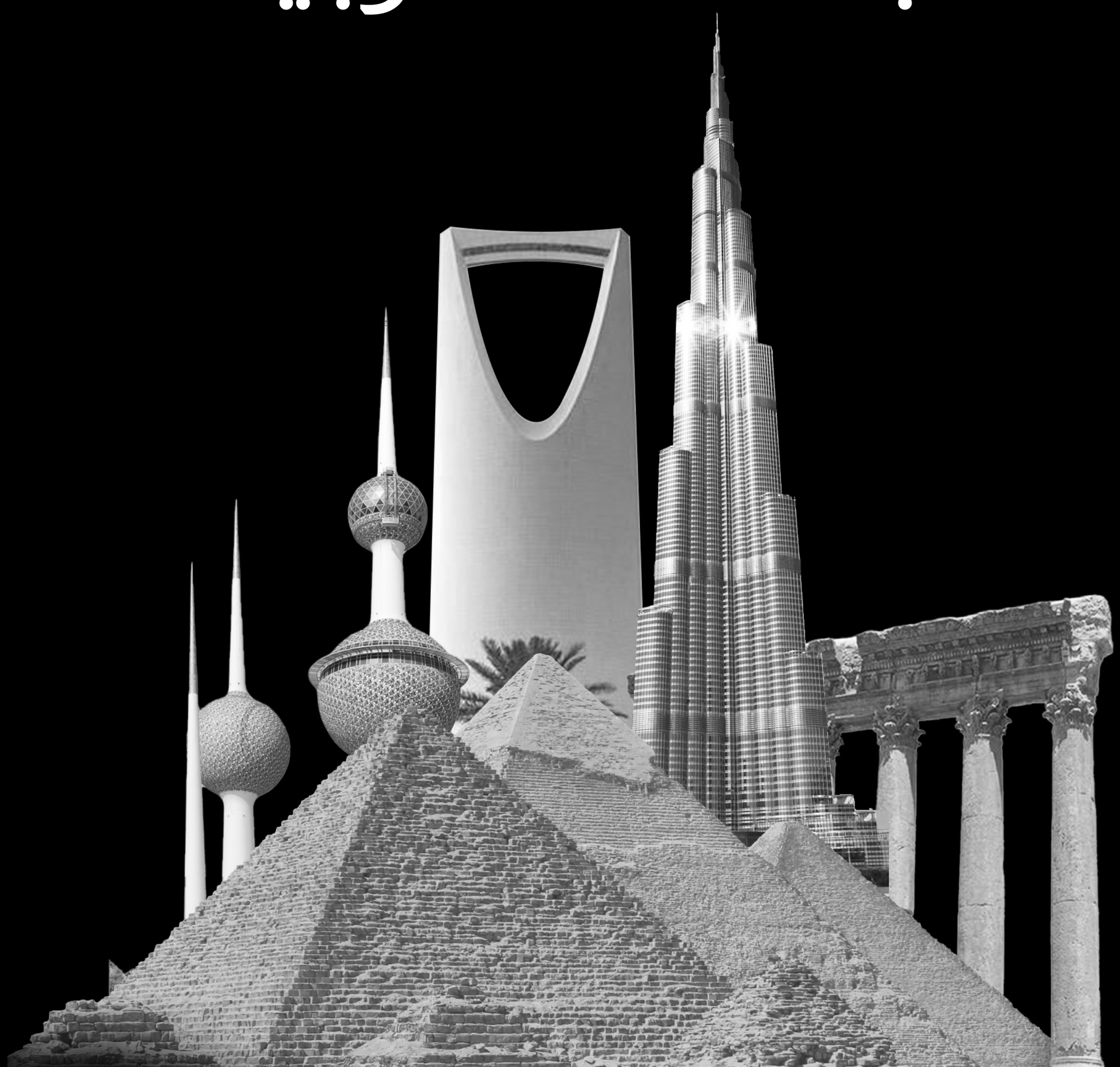
الاتحاد العماني لألعاب القوى

دشّـن «الاتحـاد العمانـي لألعـاب القـوى» هويتـه الجديـدة فـي خطـوةٍ نحـو التطويـر والتجديـد، وتميـزت الهويـة بالبسـاطة والعصريـة ومواكبـة تطـورات المجـال الرياضـي، مثّـل شـعار الهويـة المجموعـات الأساسـية للعبـة «الجـري، الوثـب، الرمي» من خـلال عرضهـا بشـكلٍ مبسّـط مُشـكلةً حـدود الشـعار، بالإضافـة لاسـم الاتحـاد بالكامـل باللغتيـن العربيـة والإنجليزيـة أسـفل الرمـز البصـري، ودمجـت الهويـة بيـن اللـون البرتقالـي الـذي يرمـز للطاقـة والحماسـة، واللـون الأزرق الـذي يرمـز للقـوة والاتسـاع.

روابـط إضافيـة

06

هويات
الجهات العربية



اتصالات مصر

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

اتصالات مصر

واكبت «اتصالات مصر» تحولها من شركة إلى مجموعة رائدة عالميًا في مجال الاستثمار التكنولوجي، بإطلاق هوية جديدة مبتكرة تعبر عن توسّع المجموعة وتحولها الرقمي السريع. دُشنت الهوية باسمٍ جديدٍ للعلامة يحمل اسم «اتصالات من &e»، بعدما كان سابقًا «اتصالات مصر»، وذلك لتحقيق التناغم والتناسق بين صورة المجموعة. كما تم تغيير ألوان الهوية من درجات الأخضر، لتصبح بالألوان الأحمر، الأسود، والأبيض.

روابط إضافية

إدراك

الشعار

قبل التطوير

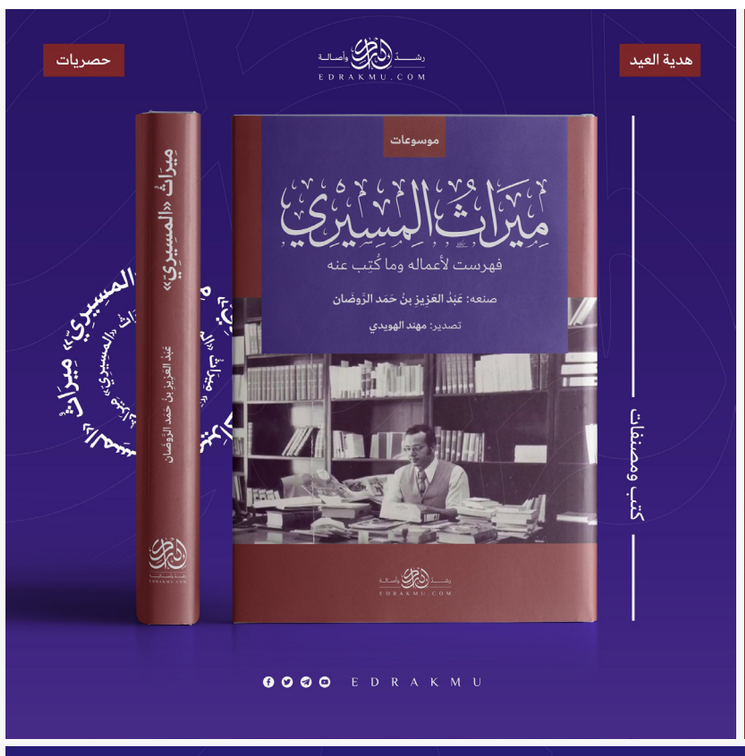
بعد التطوير

القـصة

إدراك

تغيير جذري في هوية «إدراك»، كان الشعار السابق يتكون من ثلاثة ألوان ويكتب بخط الرقعة العربي، أما في الشعار الجديد فكتبت كلمة «إدراك» بأقرب ما يكون للخط الديواني الجلي، وهو خط يمتاز بجماله وتداخل أحرفه ليعطي انطباعًا للأصالة وهو ما يعكس شعارهم «رشدٌ وأصالة» وبالنسبة للألوان فقد اكتفوا باللون البنفسجي والأبيض.

روابط إضافية



غندور

الشعار

قبل التطوير

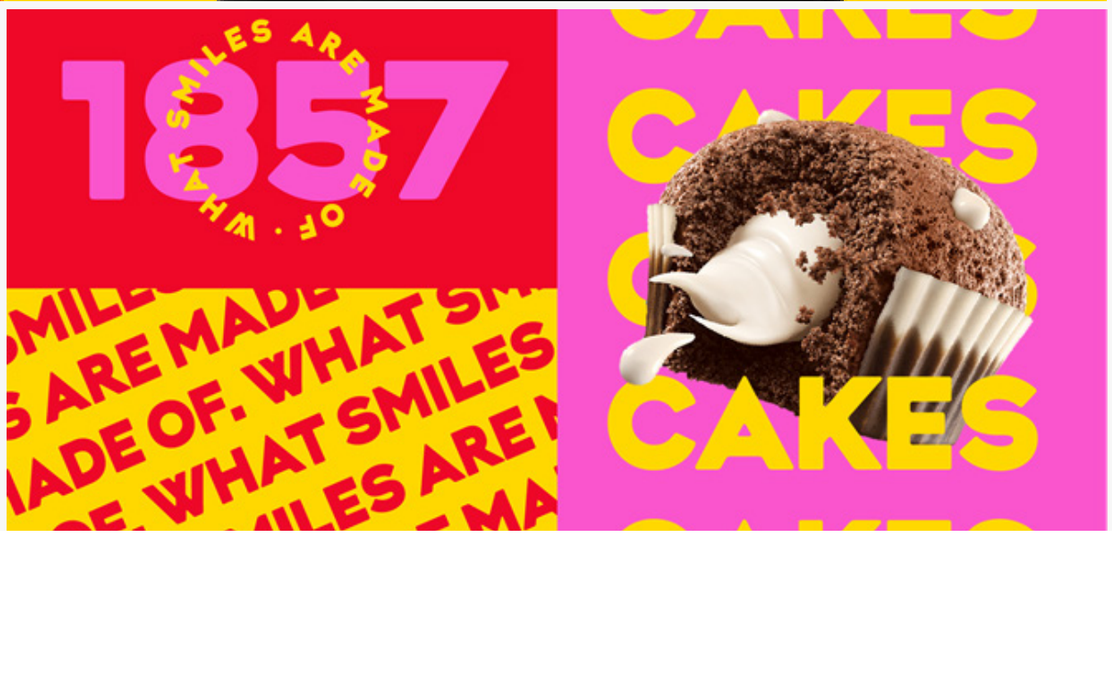
بعد التطوير

القـصة

غندور

بالنسبة لـ«غندور» علامة الحلويات الشهيرة التي لم تخلُ منها طفولتنا يومًا، فأطلقت هويتها الجديدة التي حافظت على جوهر العلامة. إذ أبقت الشركة على شخصية الفتى كمحورٍ رئيسيٍ للهوية لتحافظ على الألفة التي بناها الشعار على مر السنين الطويلة، مع إعادة رسمه بابتسامةٍ أكبر ليبدو أكثر بهجة، وذلك لتعزز رسالتها كعلامة ترسم الابتسامة لمَن يجربها. أما الشعار اللفظي فجاء بخطٍ مرنٍ أكثر، كما أبقت الهوية على ألوانها السابقة (الأحمر والأبيض).

روابط إضافية



الاتحاد العربي لرياضة سباقات الهجن

الشعار

الاتحاد العربي
لرياضة سباقات الهجن (المهاري)
THE ARAB UNION FOR CAMEL RACES (MAHARI)
AUCR

القصة

الاتحاد العربي لرياضة سباقات الهجن (المهاري)

أطلق هويته الحديثة التي احتوت على أيقونة ترمز إلى البوابة العربية يتوسّطها رجل يمتطي جمل باللون الأحمر الطوبي ويقع تحته اختصار اسم «الاتحاد العربي لرياضة سباقات الهجن» بالإنجليزية، وبجانبها يكتب «الاتحاد العربي» بخط كبير وتحتها تكملة الاسم ثم الاسم كاملاً بالإنجليزي في السطر الأخير. تميّزت الهوية بصورتها المتكاملة بالأنماط الإضافية على الشعار، وزخارف تجسد العديد من المعاني المتعلقة بالرياضة ذاتها.

روابط إضافية

كأس سوبر لوسيل

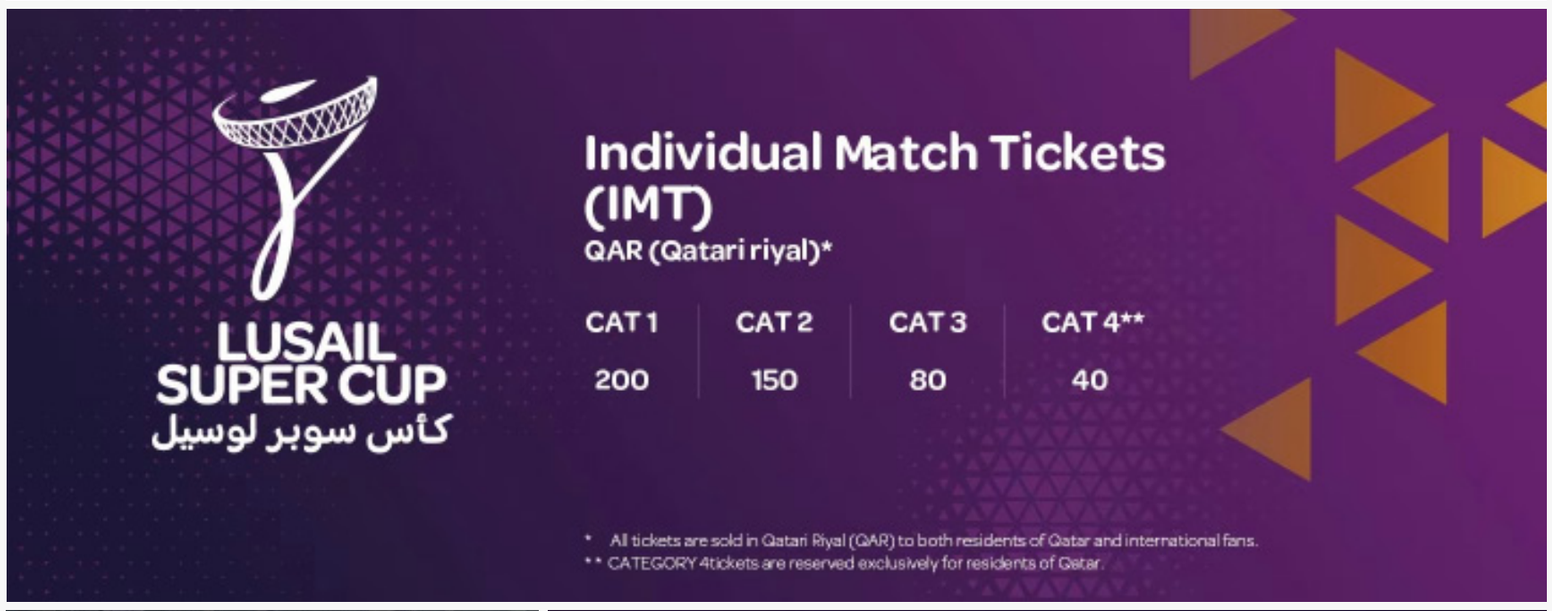
الشعار

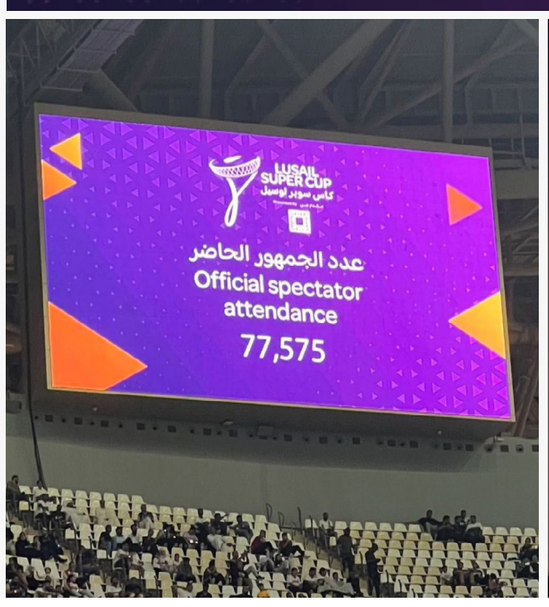
القـصة

كأس سوبر لوسيل

ضمـن فعاليـات «مونديـال قطـر 2022» اسـتضاف اسـتاد نهائـي كأس العالـم FIFA قطـر 2022 مباراة وديـة لـكأس سـوبر لوسـيل جمعـت بيـن نـادي الهـلال السـعودي بطـل الـدوري السـعودي للمحترفيـن، ونـادي الزمالـك للألعـاب الرياضيـة بطـل الـدوري المصـري الممتـاز. وتكـوّن الشـعار مـن رسـمٍ مصغّـر لملعـب لوسـيل فـي الجـزء العلـوي، بينمـا مثّـل فـي أسـفله شـعار مونديال قطـر الـذي يرمـز إلـى اللانهائيـة، ودمـج فـي ألوانـه بيـن البنفسـجي والذهبـي.

روابـط إضافيـة





الجامعة العربية المفتوحة

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

الجامعة العربية المفتوحة

بمناسبة مرور 20 عام على تأسيسها دشّنت «الجامعة العربية المفتوحة» هويتها الجديدة في حفل أقامته بحضور الدكتور علي بن محمد الشهراني رئيسها بالمملكة، وقد طُوّر الشعار ليمثّل رمزية البوابة والتي تشير إلى إتاحة التعليم للجميع، وبداخلها خطوط عرضية متدرجة ترمز للنمو المستمر وفي ذات الوقت تبدو كدرج صاعد وهو دلالة على الترقي علميًا، وحافظوا على اللون الأزرق من الشعار السابق مع تغيير درجة اللون.

روابط إضافية

أنغامي

الشعار

قبل التطوير

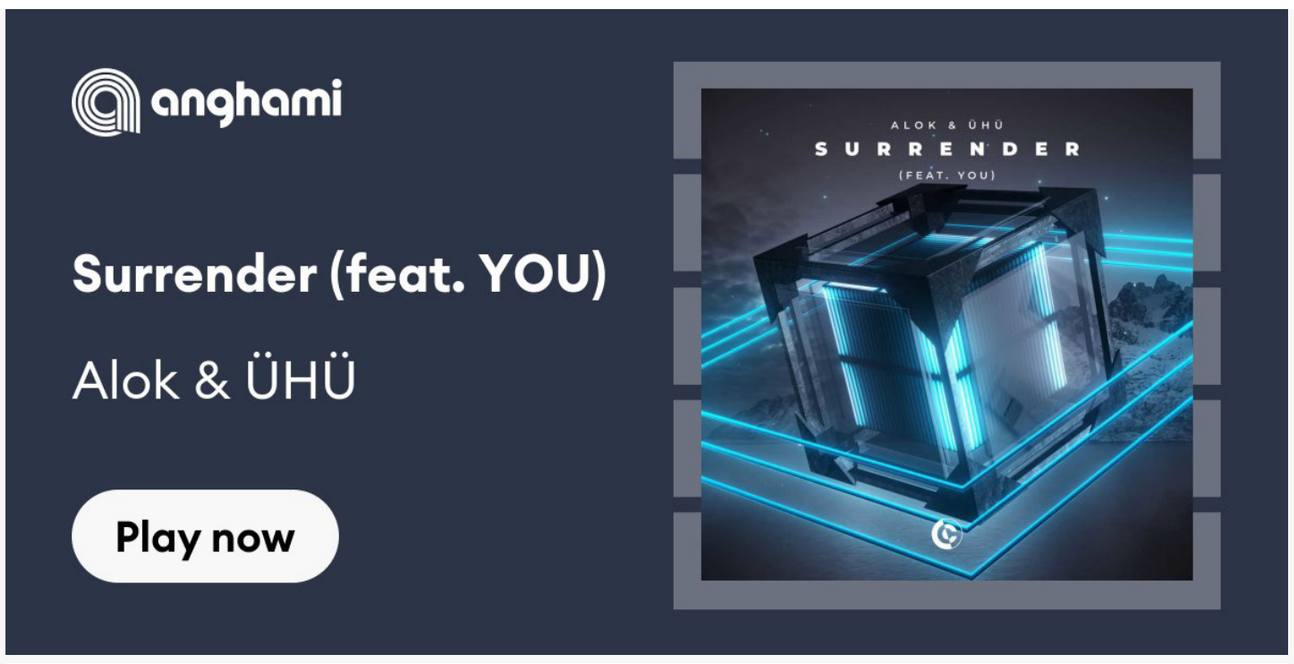
بعد التطوير

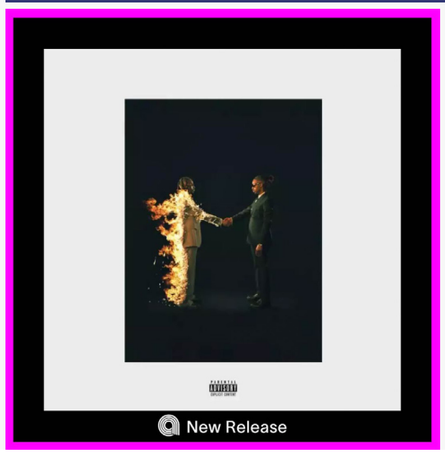
القـصة

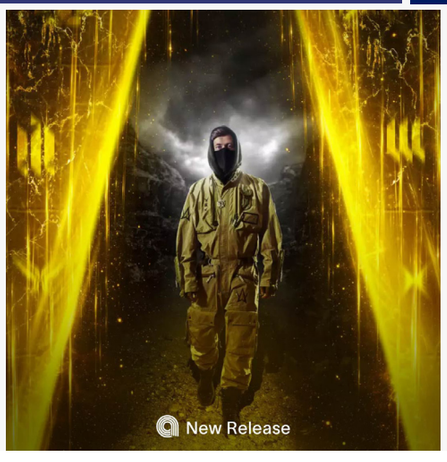
أنغامي

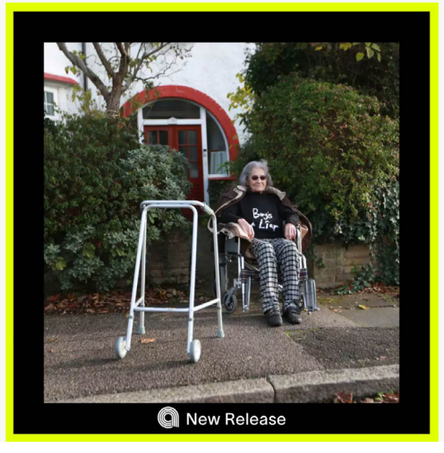
تسعى «أنغامي» في إيصال الصوت العربي إلى الساحة العالمية مع المحافظة على الهوية العربية الأصيلة. وهذا ما جعلها تطلق هوية حديثة تمامًا تتماشى مع تطلعاتها وطموحاتها المستقبلية. تم تدشين الهوية على برج خليفة في دبي مع شريكها «عمرو دياب». تكون الشعار الجديد من أربعة خطوط ملوّنة تعبّر عن الموجات الصوتية، بشكلها الانسيابي وألوانها المختلفة التي تجسّد أصوات المبدعين الموجودة أصواتهم في «أنغامي»، واختيرت بذلك ألوان شبابية تعكس الجمهور المستهدف.

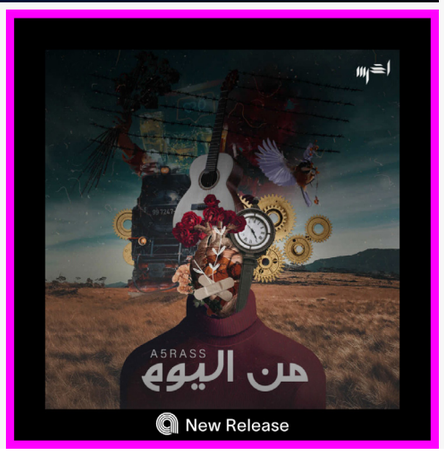
روابط إضافية











07

هويات
الجهات العالمية

مونديال قطر 2022

الشعار

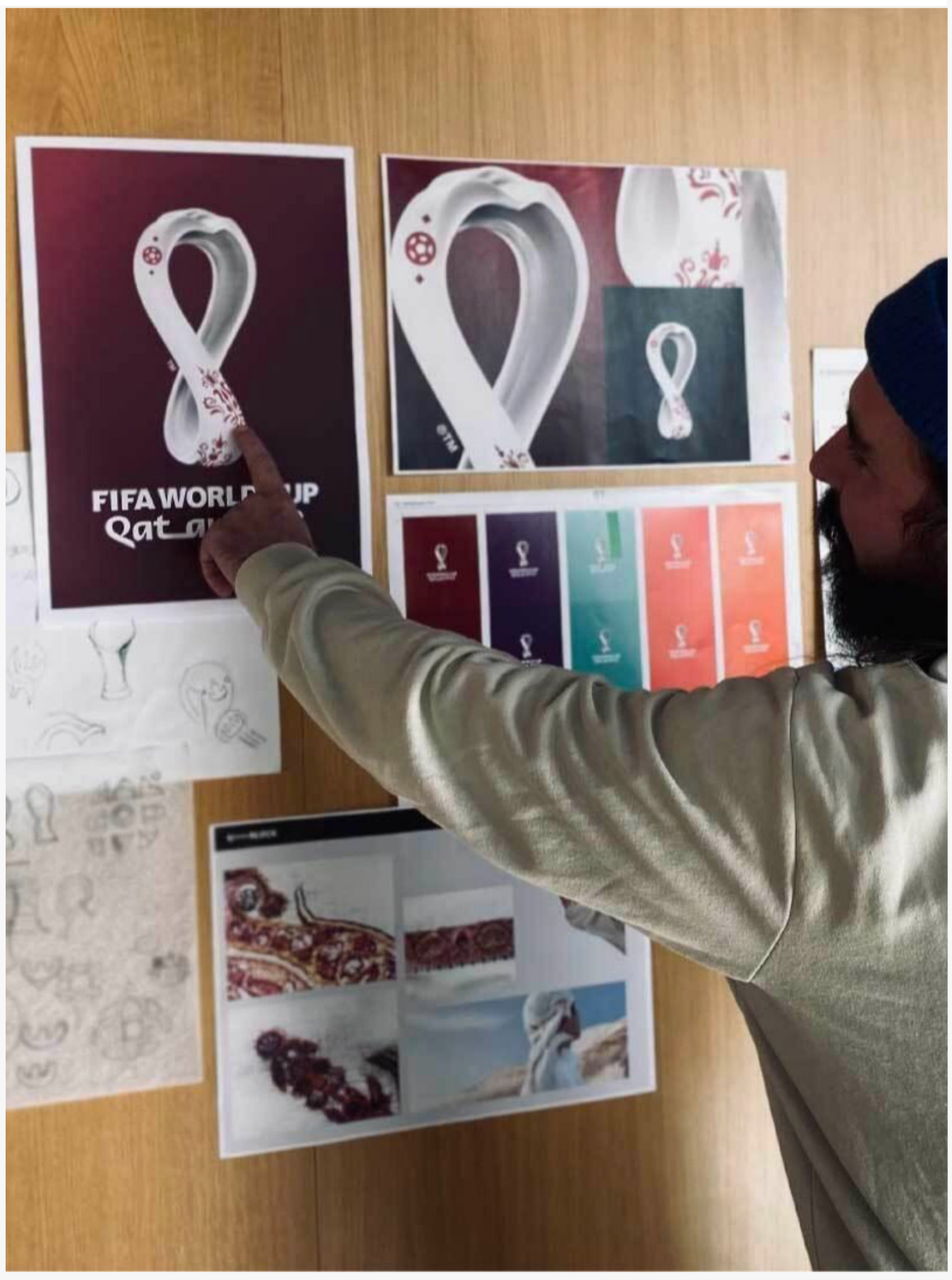
القـصة

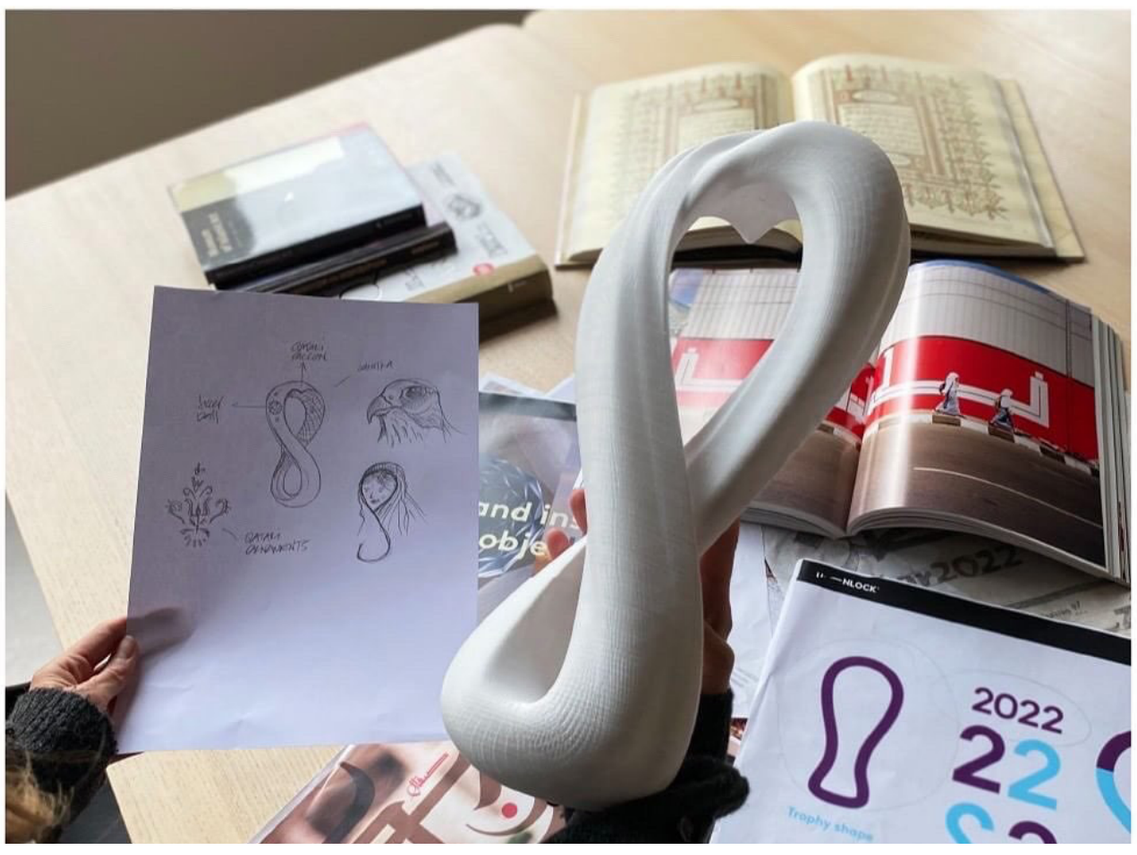
مونديال قطر 2022

لُبنـة الشـعار هـو الثقافـة القطريـة والعربيـة، فالشـكل العـام والأنمـاط الزخرفيـة مسـتوحاة مـن الغتـرة الشـتوية القطريـة، شـكّلت الغتـرة الشـتوية رقـم ثمانيـة للدلالـة علـى معنييـن؛ الأول رمـز لعلامـة اللانهائيـة ∞ والثانـي رمـزًا لعـدد الملاعـب الثمانيـة التـي سـتقام عليهـا البطولـة. وبالنسـبة لكتابـة اسـم قطـر فبالرغـم مـن كتابتهـا بالإنجليـزي إلا أنهـا كانـت مسـتلهمة مـن جماليـات الخـط العربـي فـي المـد الـذي يضـاف بيـن الأحـرف.

روابـط إضافيـة

مونديال قطر 2022



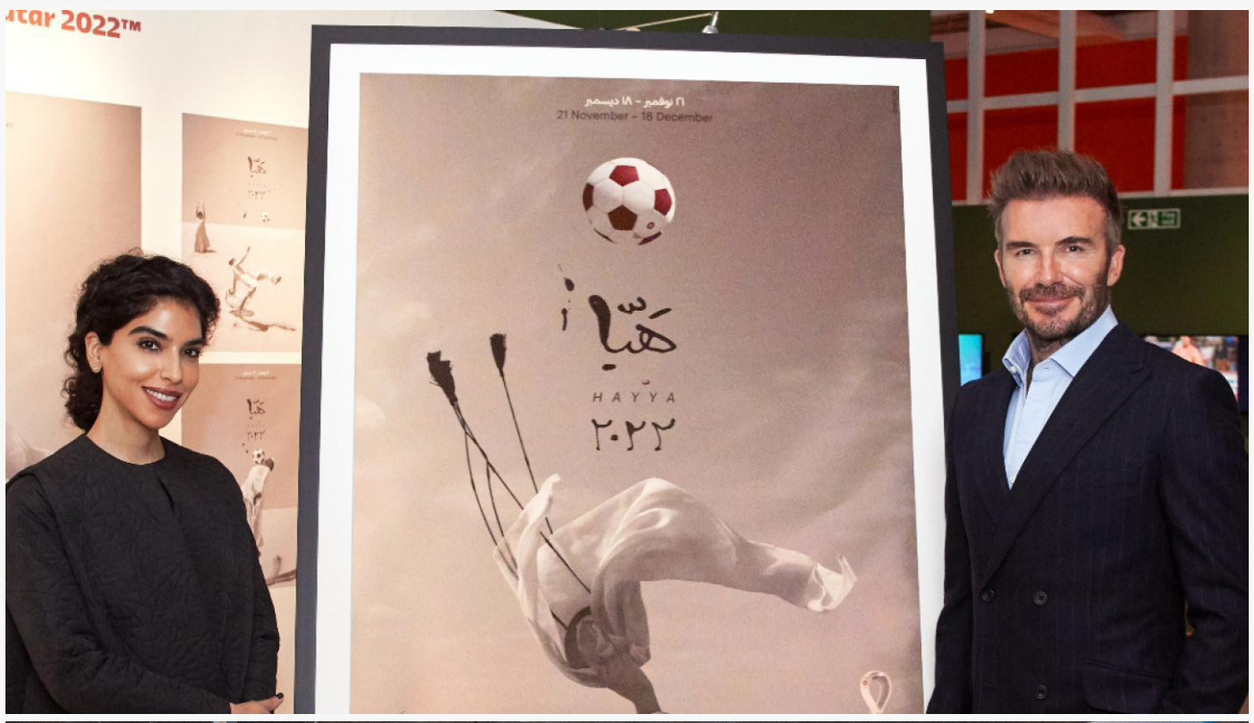


البطولة الأغلى

الملصق الرسمي

هَيّا إلى قطر ٢٠٢٢™

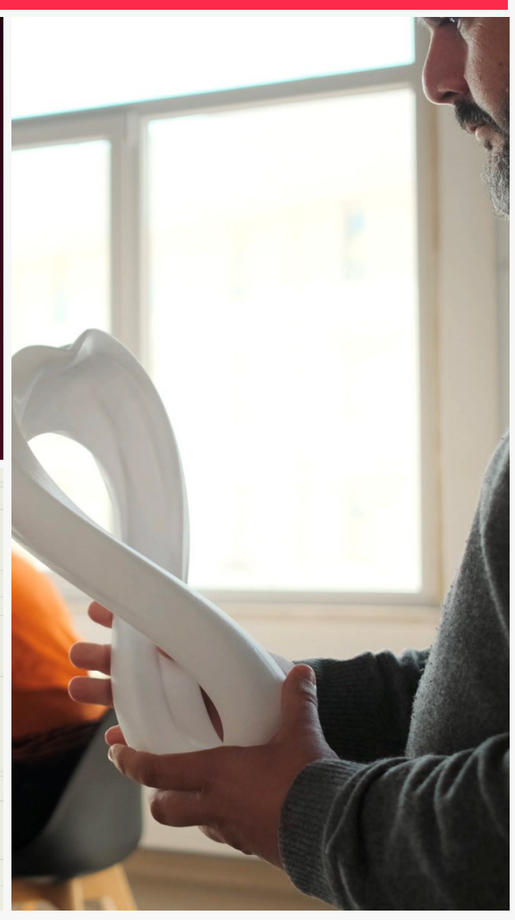
نقدّم لكم الملصق الرسمي لكأس العالم FIFA قطـــر ٢٠٢٢™

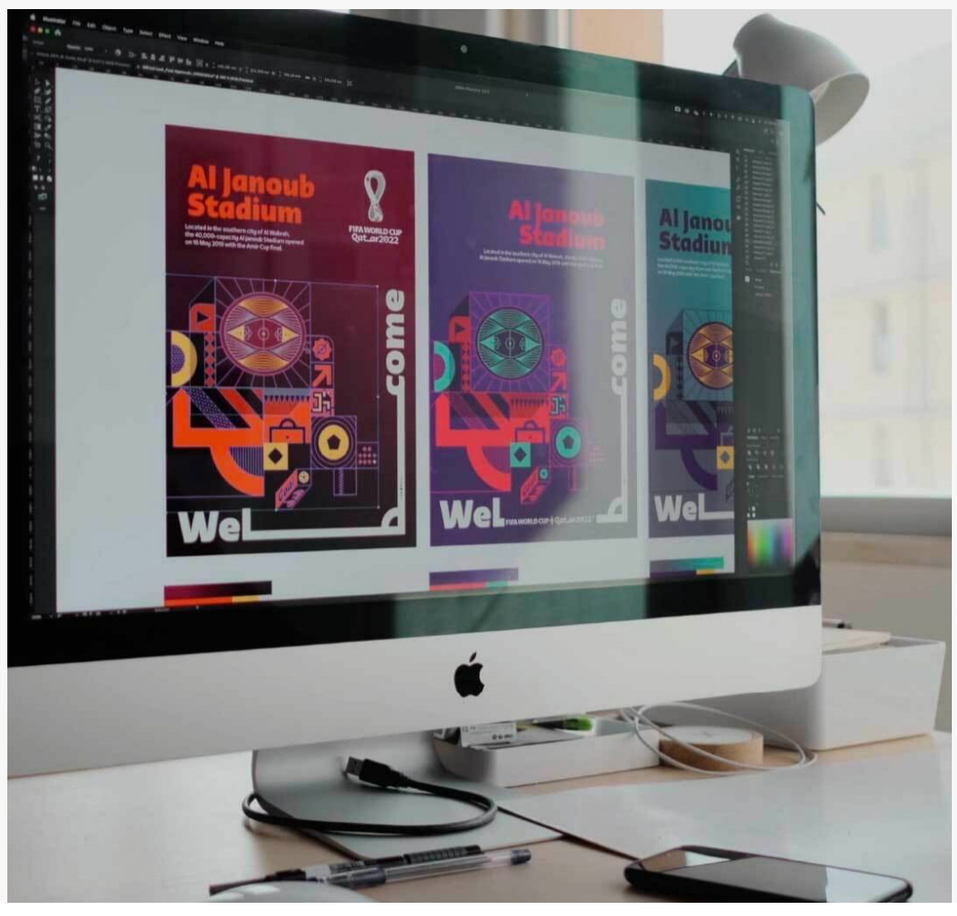


يُعرض الملصق الرسمي في مطار حمد الدولي، وسيبقى معروضاً بعد كأس العالم FIFA قطر ٢٠٢٢™ أمام المسافرين من قطر أو العابرين فيها عند البوابة رقم D18.

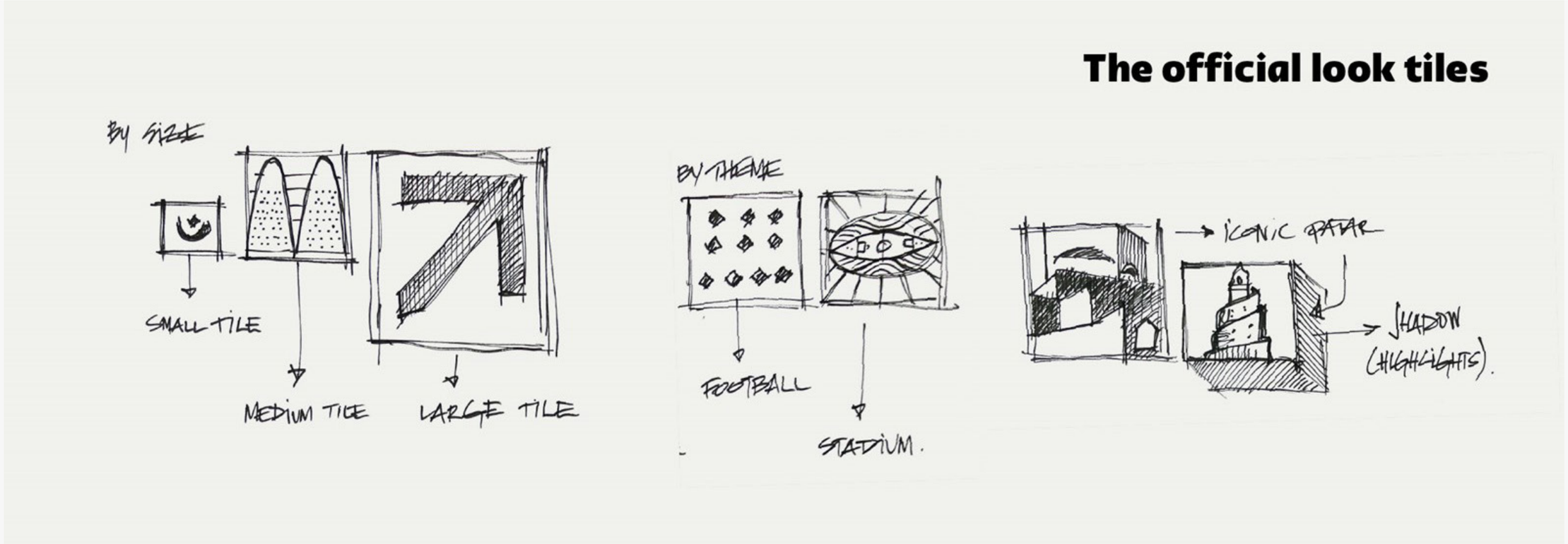
تم تصميم سلسلة الملصقات الثمانية بالتعاون مع الفنانة القطرية اللامعة بثينة المفتاح. تحمل هذه الملصقات بعداً عاطفياً تتقاسمه شعوب المنطقة. إذ يعبّر كل ملصق عن قيم كأس العالم FIFA قطر ٢٠٢٢™ بطريقة دقيقة، وفريدة، ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالهوية الثقافية والتراث المحلي.

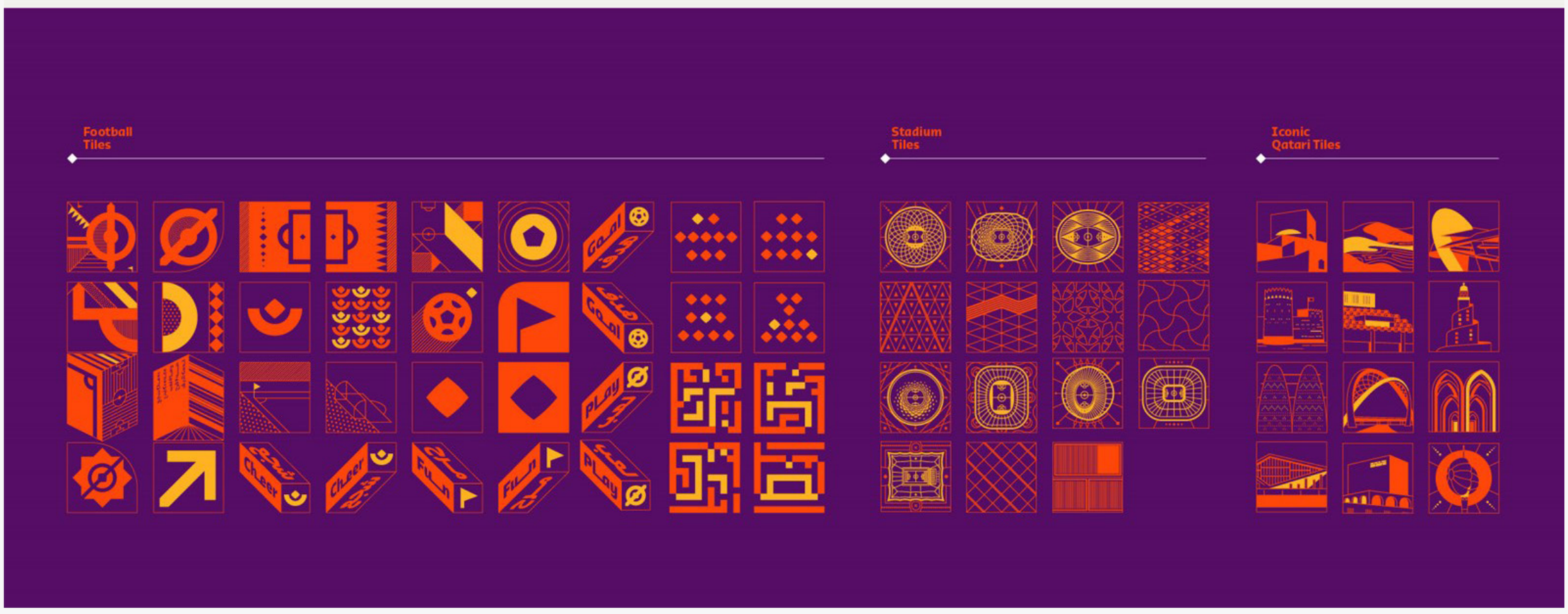
مونديال قطر 2022

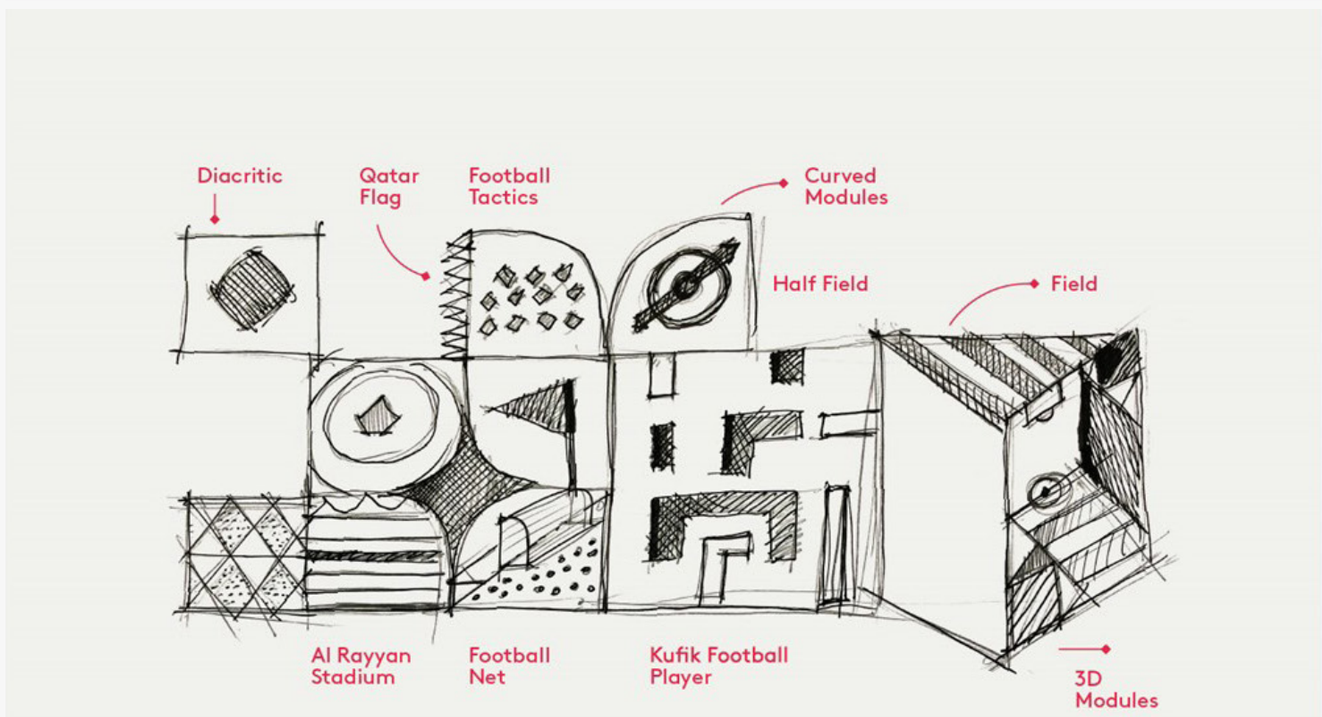


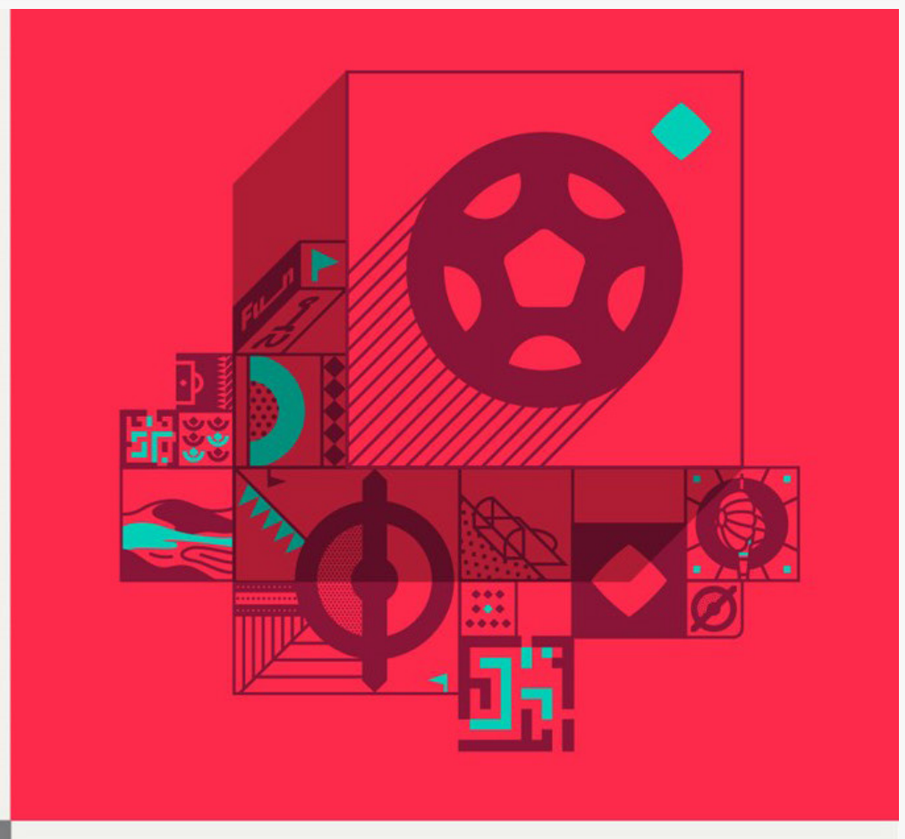


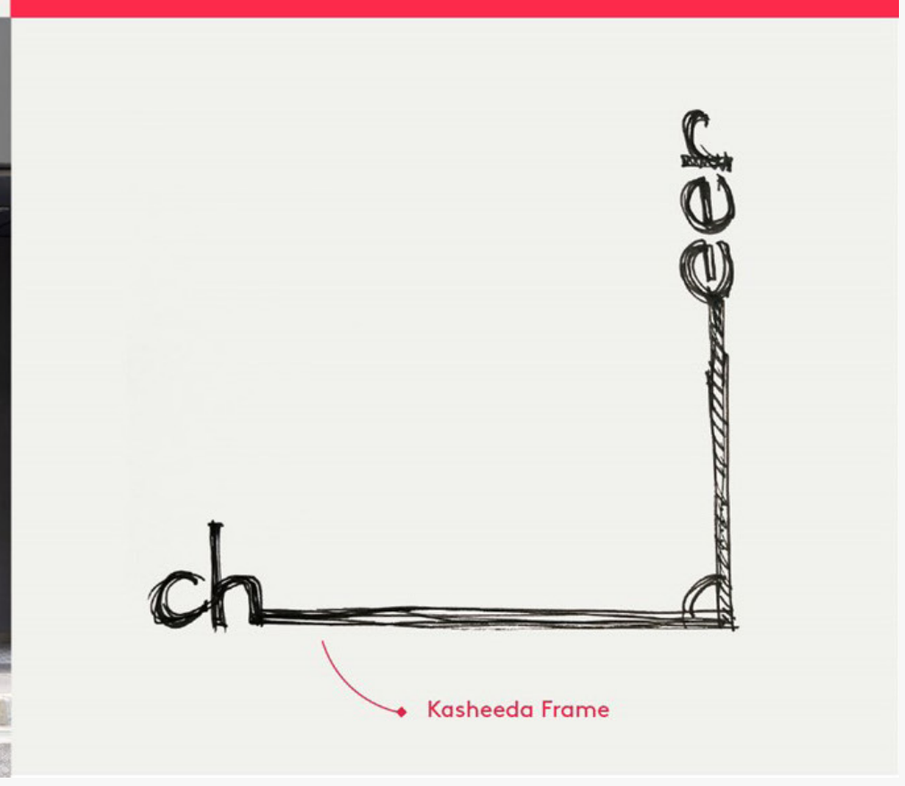
مونديال قطر 2022



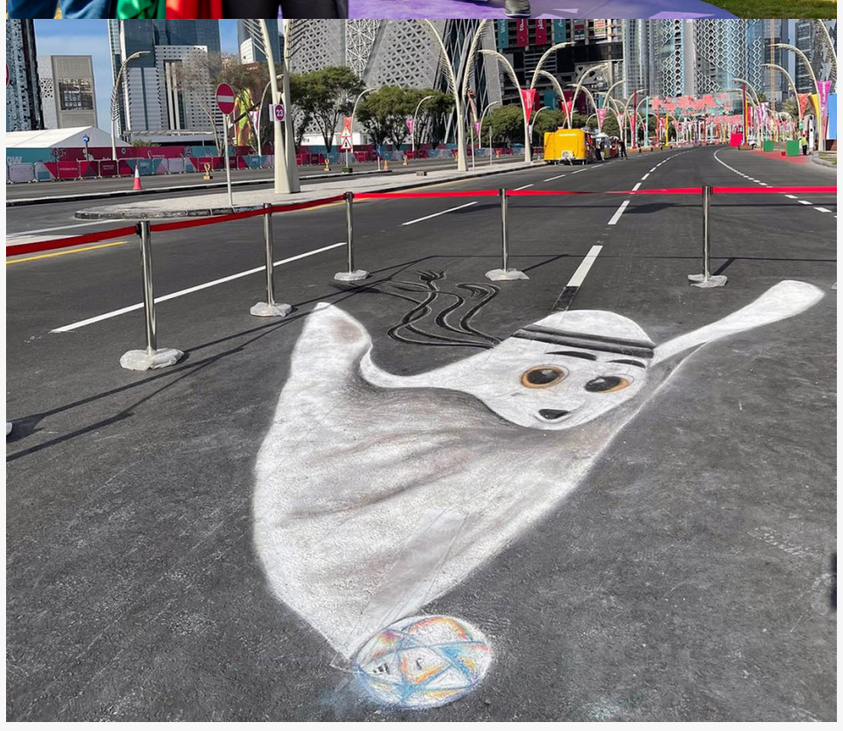






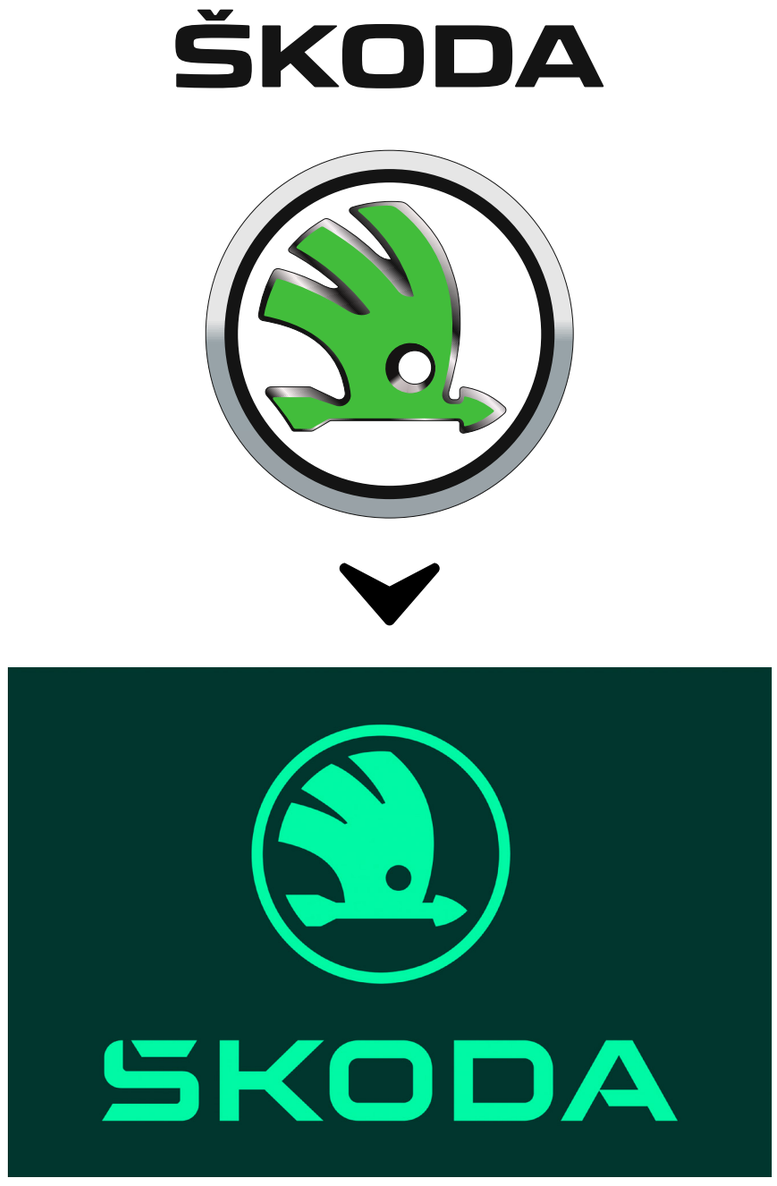


مونديال قطر 2022



شركة سكودا للسيارات

الشعار

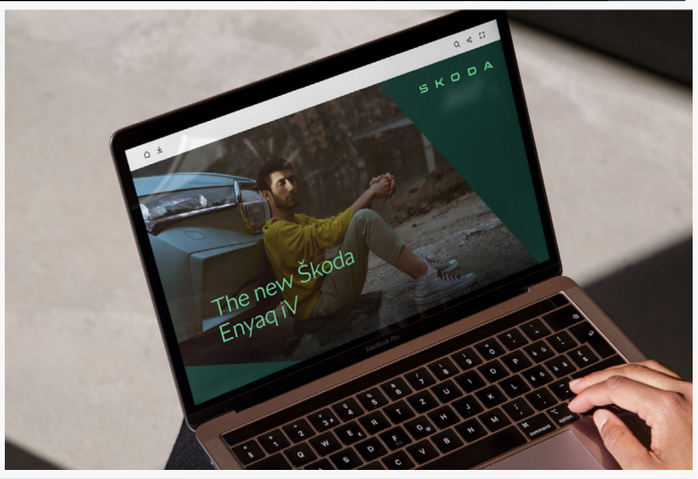


القـصة

شركة سكودا للسيارات

انطلاقًا من استراتيجيتها لعام 2030، أطلقت شركة «سكودا للسيارات» هويتها في استعدادها لمستقبل السيارات الكهربائية، واعتمدت على شعار ثنائي الأبعاد يُشكّل اسم الشركة باللغة الإنجليزية «SKODA» في شكلٍ انسيابي يرمز إلى السرعة، وسيُطبّق الشعار على غطاء المحرك الأمامي للسيارة وغطاء الصندوق الخلفي، أمّا الشعار البصري الأصلي الذي يجسّد شكل السهم المُجنّح، احتفظوا به مع تبسيطه ليكون ثنائي الأبعاد بمظهرٍ مسطّح.

روابط إضافية



جوجل دو

الشعار

قبل التطوير

Google Duo

بعد التطوير

Google Meet

القـصة

Google Duo

دمجت «شركة قوقل» تطبيق «Google Duo» المخصص لمكالمات الفيديو اليومية، مع تطبيق «Google Meet» المخصص لمكالمات الاجتماعات والأعمال، واحتفظت بمميزات كلا التطبيقين على «Google Meet»، تبع هذا الدمج تغيير في الهوية والشعار، يرمز الشعار الجديد إلى شكل كاميرا الفيديو لتوضيح وظيفة التطبيق، أمّا ألوان الهوية تضمّنت أربعة ألوان: الأزرق، الأخضر، الأحمر، الأصفر.. شكّلت مُجتمعة تناغمًا وحيوية في شكل الشعار النهائي.

روابط إضافية

باسكن روبنز

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

باسكن روبنز

عـادت العلامـة التجاريـة الأشـهر للآيسـكريم «باسـكن روبنـز» فـي هويتهـا الجديـدة إلـى ألـوان أول شـعارٍ للشـركة عـام 1947، والتـي اعتمـدت علـى اللـون البنّـي والـوردي كألـوانٍ أساسـية، بتصميـمٍ عصـري فـي شـعارها الجديـد، مـع الاحتفـاظ برقـم 31 الـذي يرمـز لعـدد النكهـات الخاصـة بآيسـكريم باسـكن، بالإضافـة لابتـكار شـعار لفظـي جديـد «seize the yay». أمّـا الهويـة تضمنـت أربعـة ألـوان: البنّـي، الـوردي، السـماوي الفاقـع، والأبيـض. وعكسـت فـي تطبيقاتهـا المـرح والسـعادة المرتبطة بلحظات تناول الآيسـكريم.

روابـط إضافيـة

معهد الفيزياء العالمي في باريس IPGP

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

معهد الفيزياء العالمي في باريس

احتفـل «معهـد الفيزيـاء العالمـي فـي باريـس» بمـرور مئـة عـامٍ على تأسيسـه بإطـلاق هويـةٍ جديدة هدفـت إلى توضيح الشـعار أكثـر، ومنحـه معنـىً خالـدًا. ورغـم الهويـة المسـتحدثة كليًـا، إلا أنهـا ظلـت محافظـةً على جوهـر الهويـة القديمـة فـي رغبـةٍ مـن المعهـد باحتـرام الأسـاس الـذي انطلـق منـه وكتـب مسـيرته. فالكـرة الأرضيـة، بـرج إيفـل، دُمجـت بأسـلوبٍ ابتـكاري ليعكـس تشـجيع المعهـد علـى الابتـكار. أمـا الألـوان فتغيـرت كليًـا مـن الأزرق إلـى الأحمـر لتعبـر عـن التجـدد، وقـوة تأثيـر الفيزيـاء.

روابـط إضافيـة

جسك

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

GSK

تحكي هوية شـركة الرعاية الصحية العالمية «GSK» هدف الشـركة فـي تسـخير العلـم والتكنولوجيـا لمحاربـة المـرض، وتركيزهـا فـي الفتـرة الحاليـة والمسـتقبلية علـى الابتـكار. صُمـم الشـعار البصـري بزوايـا ملتفـة علـى بعضهـا تذكرنـا بشـريط الـ DNA، وتوحـي أيضًـا بالمرونـة والتقـدم. أمـا ألـوان الهويـة فأُبقـي فيهـا علـى اللـون البرتقالـي الـذي يميّـز العلامـة منـذ تأسيسـها، والـذي يشـير فـي ذات الوقـت إلـى الطاقـة والـدفء التـي تمنحهـا الشـركة.

روابـط إضافيـة

ساج

الشعار

قبل التطوير

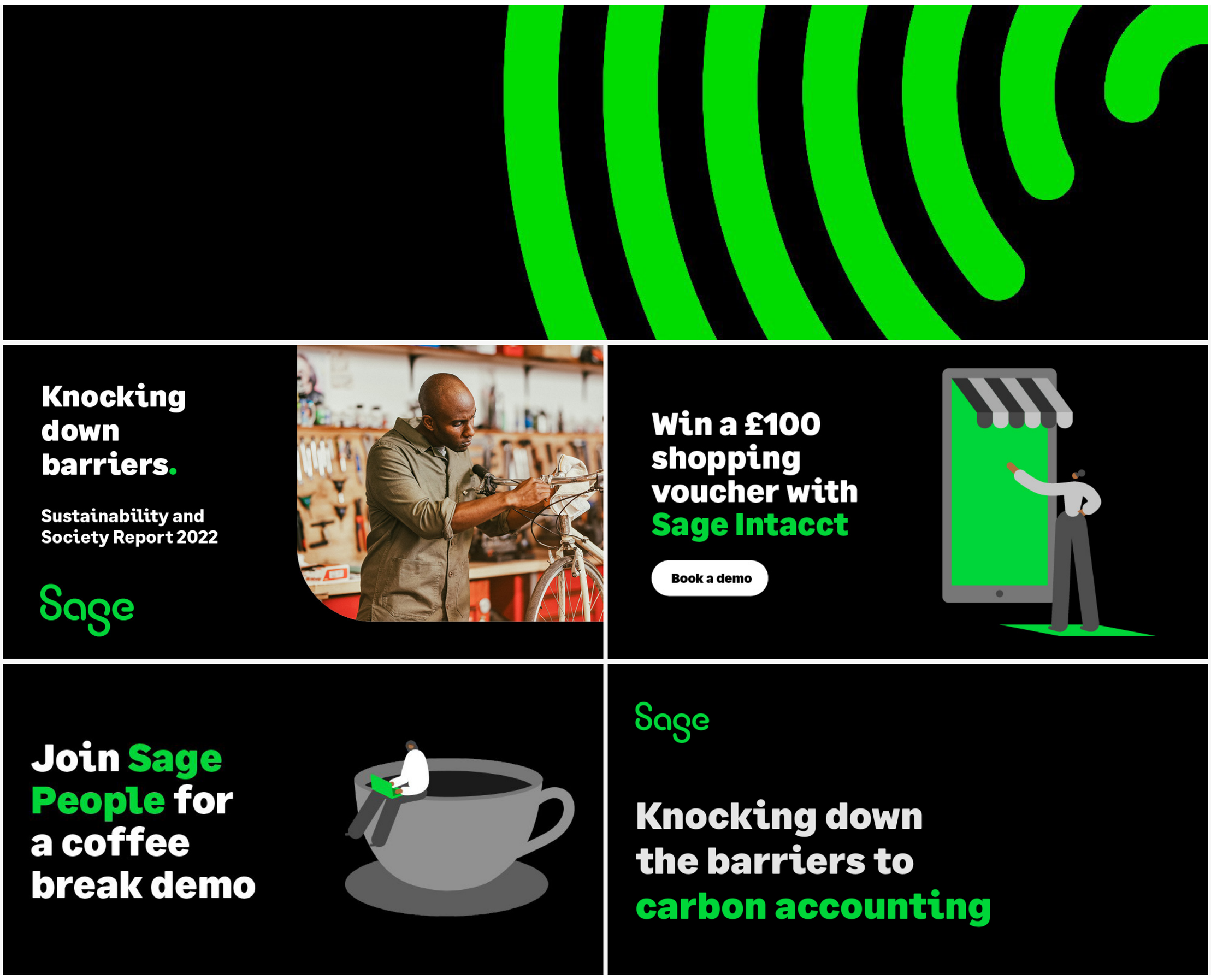
بعد التطوير

القـصة

Sage

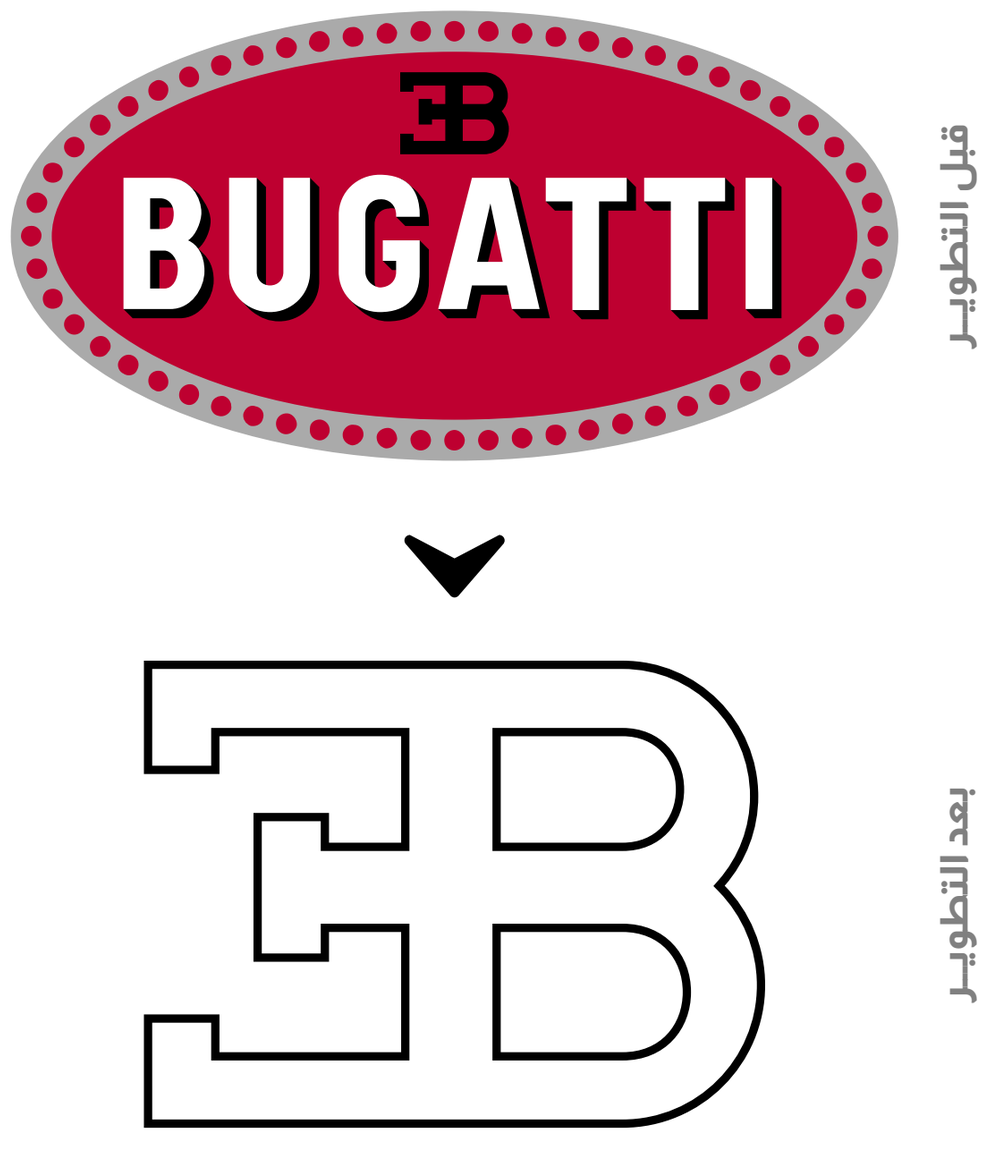
أطلقـت «Sage» الشـركة المتخصصـة فـي بنـاء الحلـول الرقميـة هويـة جديـدة تؤكـد رسـالتها، وتزيـد موثوقيـة العمـلاء تجاههـا. حملـت الهويـة البصريـة الجديـدة طابعًـا رقميًـا عكـس نشـاط الشـركة، إذ جـاء بخـط أكثـر سلاسـة ومرونـة بعـد أن كان رسـميًا وبزوايـا حـادة، ممـا يوحـي بتدفـق الحلـول التـي تقدمهـا. حافظـت الهويـة علـى اللـون الأخضـر الفاتـح، الـذي يعكـس الابتـكار والتجـدد.

روابـط إضافيـة



بوغاتي

الشعار

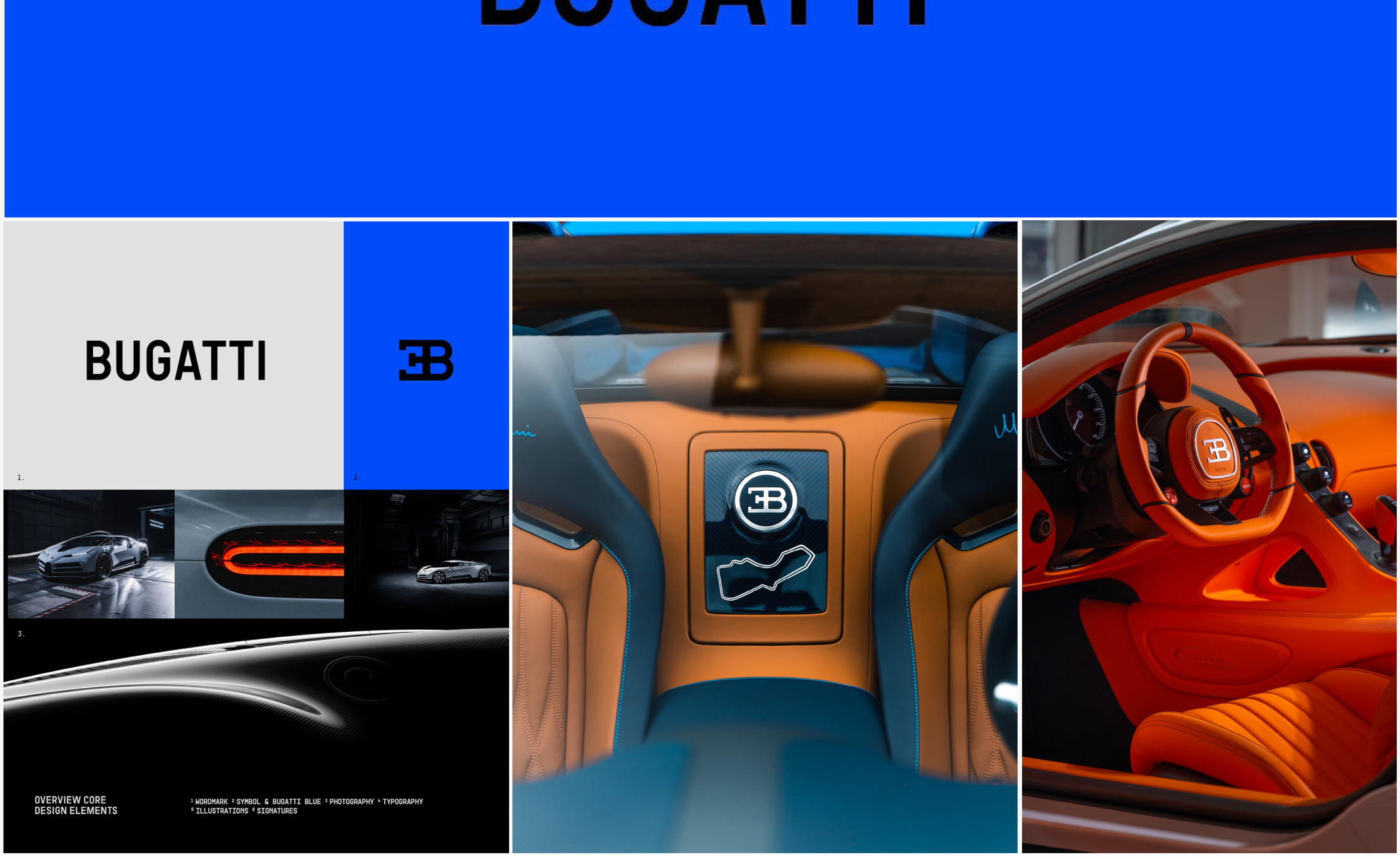


القـصة

Bugatti

أطلقـت «Bugatti» الشـركة الفرنسـية لصناعـة السـيارات هويـة جديدة تبنت مفهـوم البسـاطة والحداثة، لتعكس مظهـرًا قويًا يوحـي بالثقـة والتقـدم يقدمهـا كعلامـة تصنـع مختلـف المنتجـات الفاخـرة، غيـر مقتصـرةٍ فحسـب علـى السـيارات الرياضيـة. تكـوّن الشـعار البصـري مـن عنصـرٍ واحـد فحسـب دُمـج فيـه حَرفـيّ B و E؛ وهمـا الحرفـان الأولان لمؤسـس العلامـة Ettore Bugatti، كمـا تلـوّن بألـوانٍ كلاسـيكية مـن الأبيـض والأسـود لتعكـس عراقـة العلامـة.

روابـط إضافيـة



سيتروين

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

القـصة

Citroën

مستلهمةً من تاريخ الشركة العريق الذي بدأ منذ 1919، أطلقت «Citroën» الشركة المتخصصة بصناعة السيارات هويتها الجديدة لتدشّن عهدًا أكثر تطورًا وتقدمًا، لا سيما في تصاميمها. عاد الشعار البصري كما كان عام 1919 ولكن بظهورٍ أكثر أناقة، والذي تكوّن من أيقونة بيضاوية الشكل يتوسطها سهمان يشيران للأعلى، مما يرمز إلى تقدم الشركة المستمر وإلى سرعة سير السيارات أيضًا. اعتمدت الهوية الألوان الكلاسيكية لها، والتي شملت الأبيض، الأسود، والرمادي.

روابط إضافية

Buick

الشعار

قبل التطوير

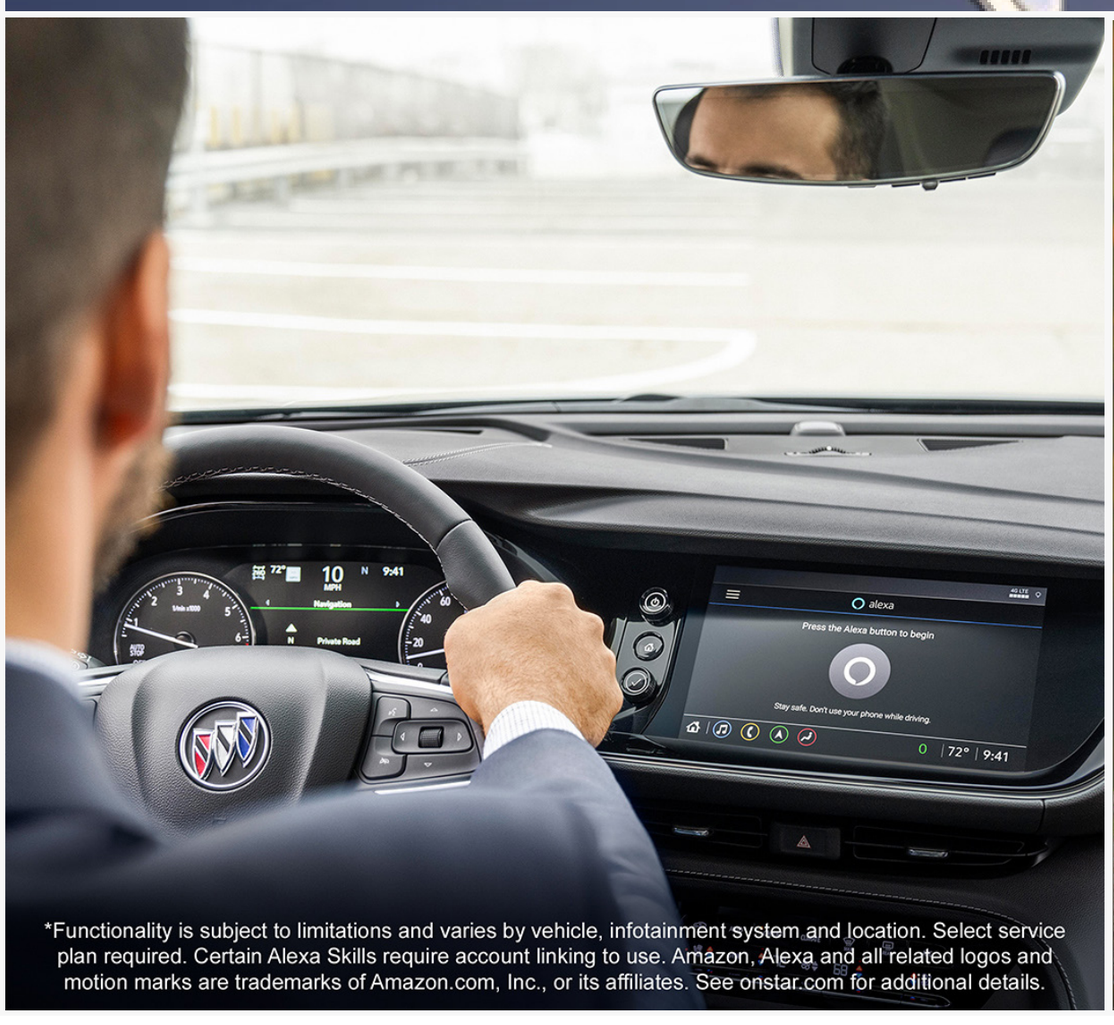
بعد التطوير

القـصة

Buick

جاءت هوية «Buick» الجديدة دعمًا لانتقالها لتصنيع السيارات الكهربائية. وهي أول هوية مُحدثة كليًا تُطلقها العلامة منذ ثلاثين عامًا، بعد أن كانت تقوم فقط بتغييراتٍ طفيفةٍ عليها. تُقدم الهوية شعار العلامة الجديد الذي أُعيد فيه ترتيب الدروع الثلاثة على خطٍ مستقيم، كإشارةٍ إلى ثبات خطواتها. كما دمجت بين الألوان الكلاسيكية والألوان التي تميزت بها العلامة منذ تأسيسها وهي الأحمر، الأزرق، والفضي، وذلك للمحافظة على جوهر العلامة.

روابط إضافية



هوم سنتر

الشعار

قبل التطوير

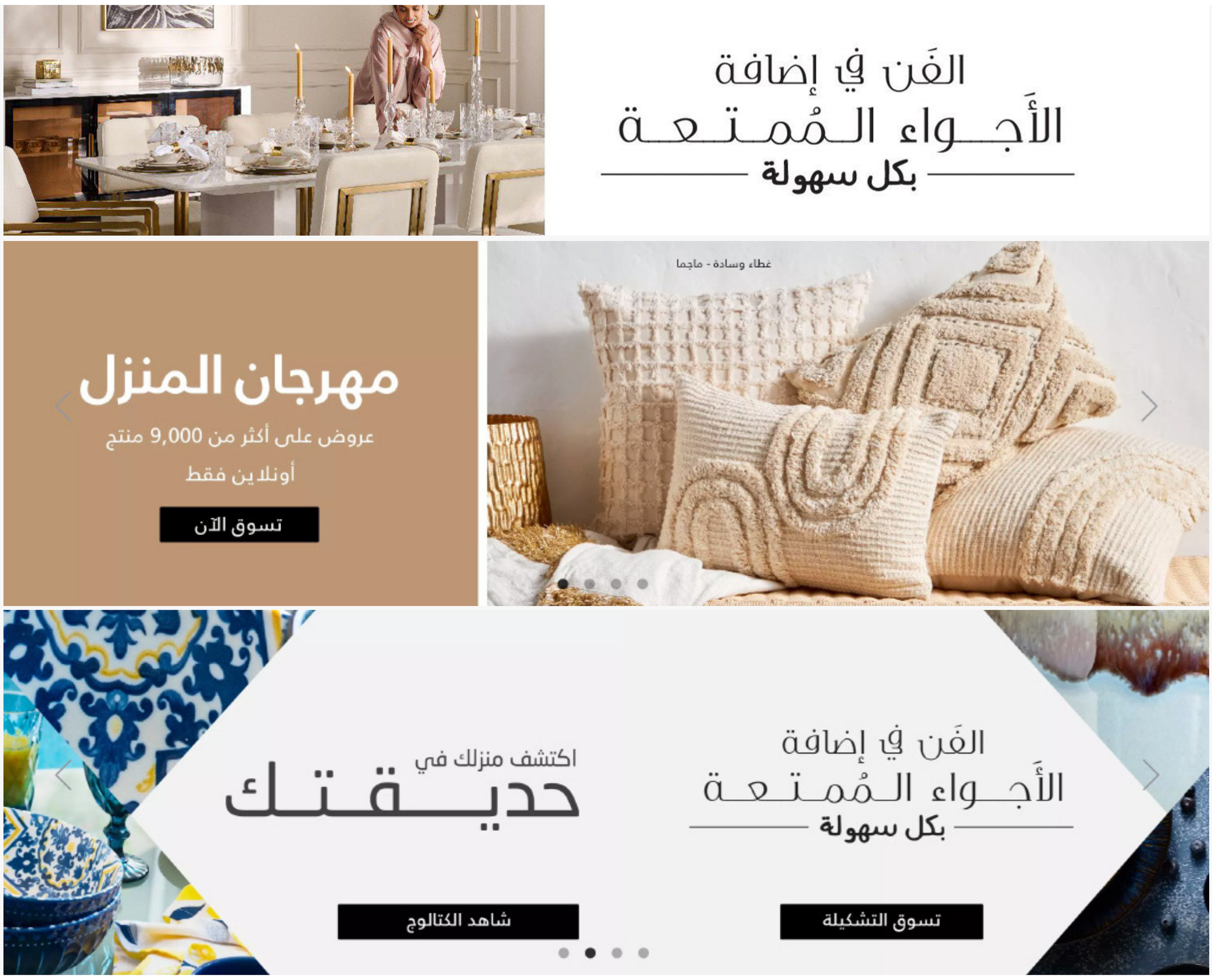
بعد التطوير

القصة

هوم سنتر

أطلق «هوم سنتر» هويته الجديدة بشعار لفظي (inspired by you) أو «مستوحى منك» في الشعار الجديد شكل يشبه المنزل أو الكوخ، ينقسم إلى ثلاثة أقسام ولكل منها نمط، وهذا بسبب أن «هوم سنتر» يرى أنه يمكّن عملائه من إيجاد اهتماماتهم ضمن مجموعته الواسعة التي تساعد على عكس شخصيات العملاء في منازلهم، رافق إطلاق الهوية الجديدة حملة ترويجية باسم (your home, your home centre) لأن «هوم سنتر» يساعدك على تحويل منزلك إلى بيت دافئ.

روابط إضافية



فيراغامو

الشعار

قبل التطوير

Salvatore Ferragamo

بعد التطوير

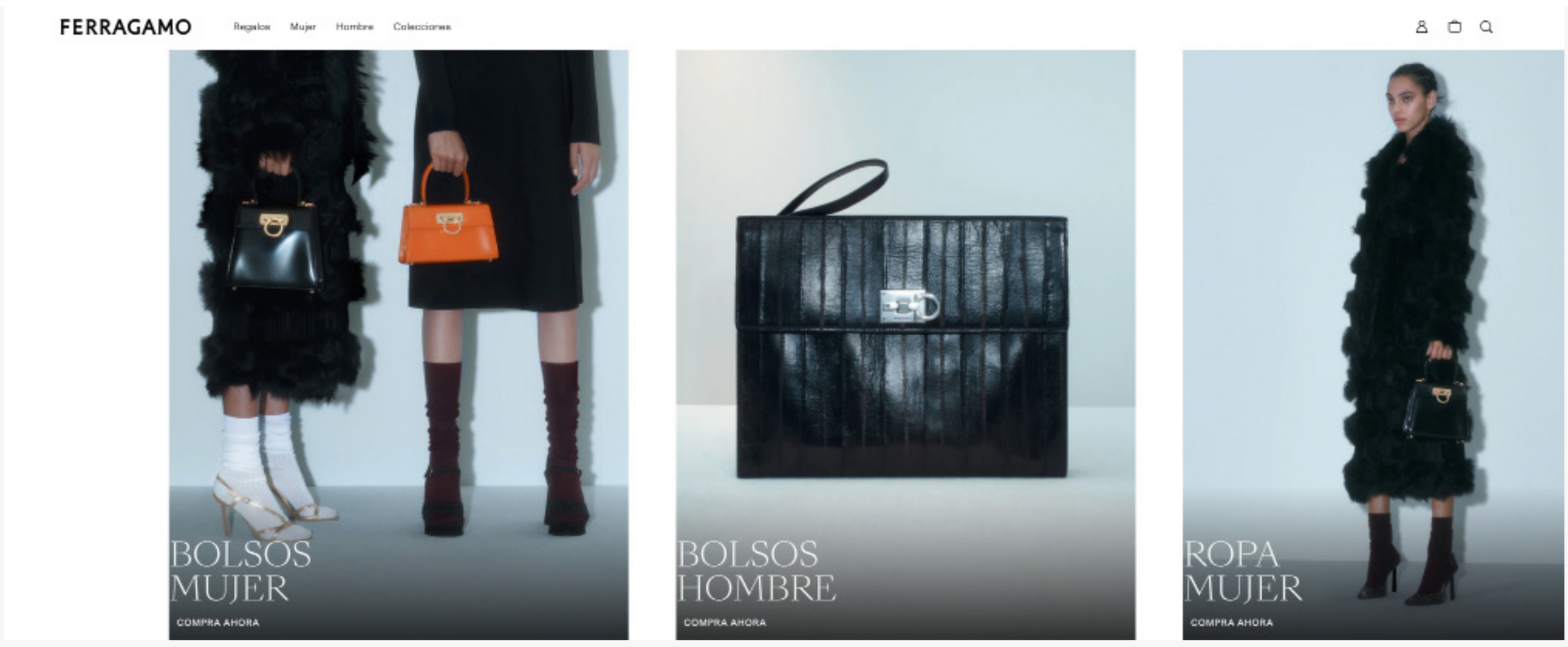
FERRAGAMO

القصة

سيلفاتور فيراغامو

أعلنت واحدة من أكبر العلامات التجارية الإيطالية «Salvatore Ferragamo -» عن تدشين هويتها الجديدة التي اعتمدت فيها على اختصار اسم العلامة إلى «Ferragamo» وصُمم الشعار بطابعٍ دمج بين الكلاسيكية والعصرية، تغير فيها نوع الخط عن السابق الذي كان يرمز للمرح والليونة، إلى خطٍ عريض يعكس القوة والجرأة والتفرد الذي يعبّر عن عراقة وقيمة العلامة التجارية.

روابط إضافية



جوجل كروم

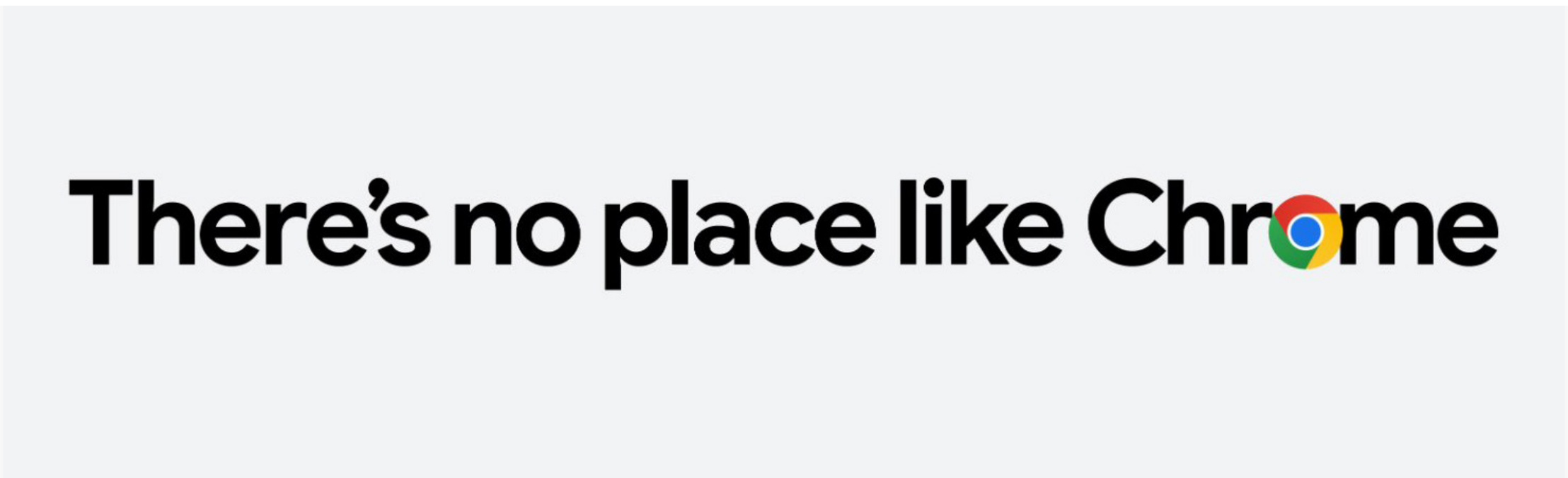
الشعار

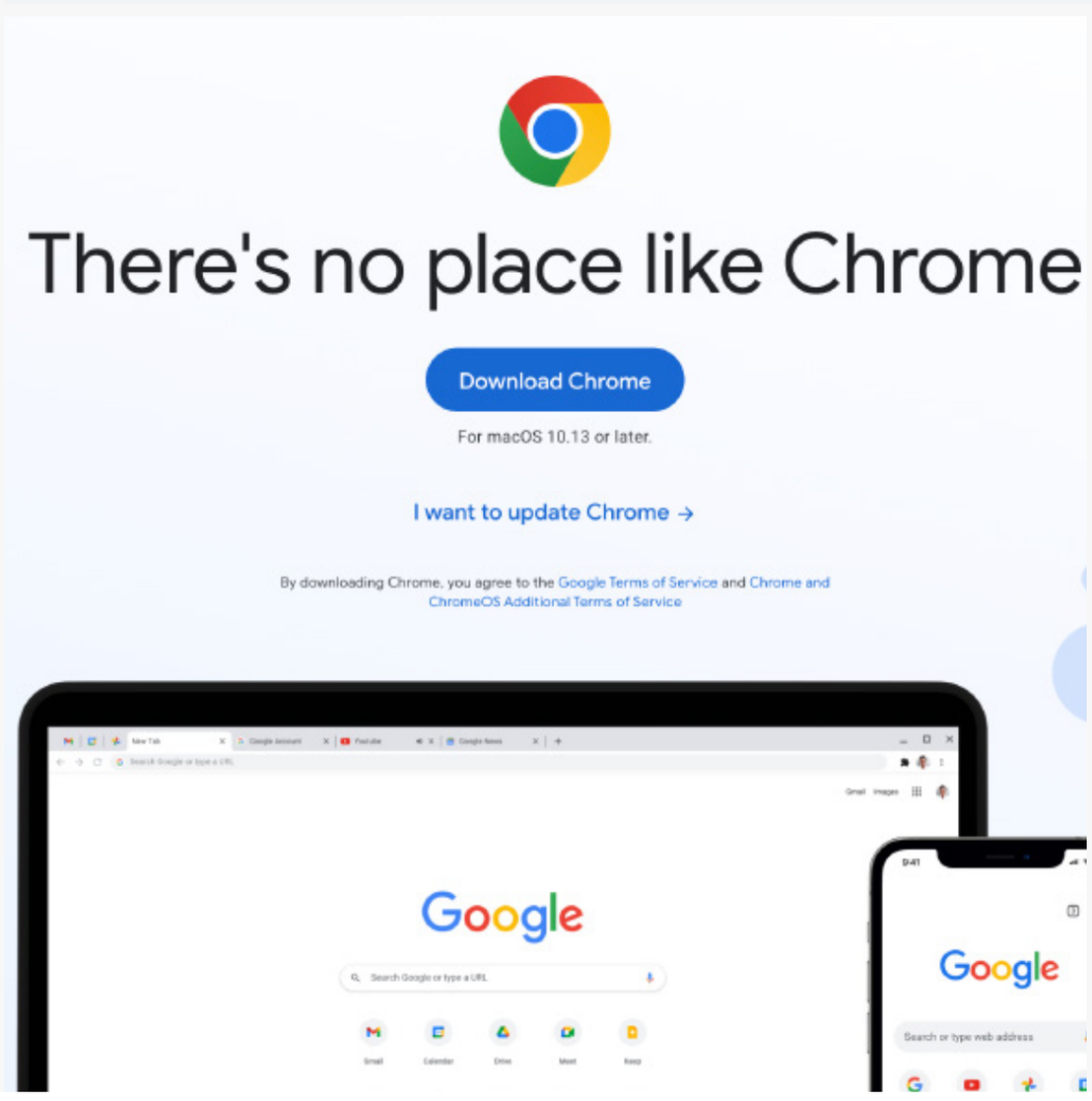
القـصة

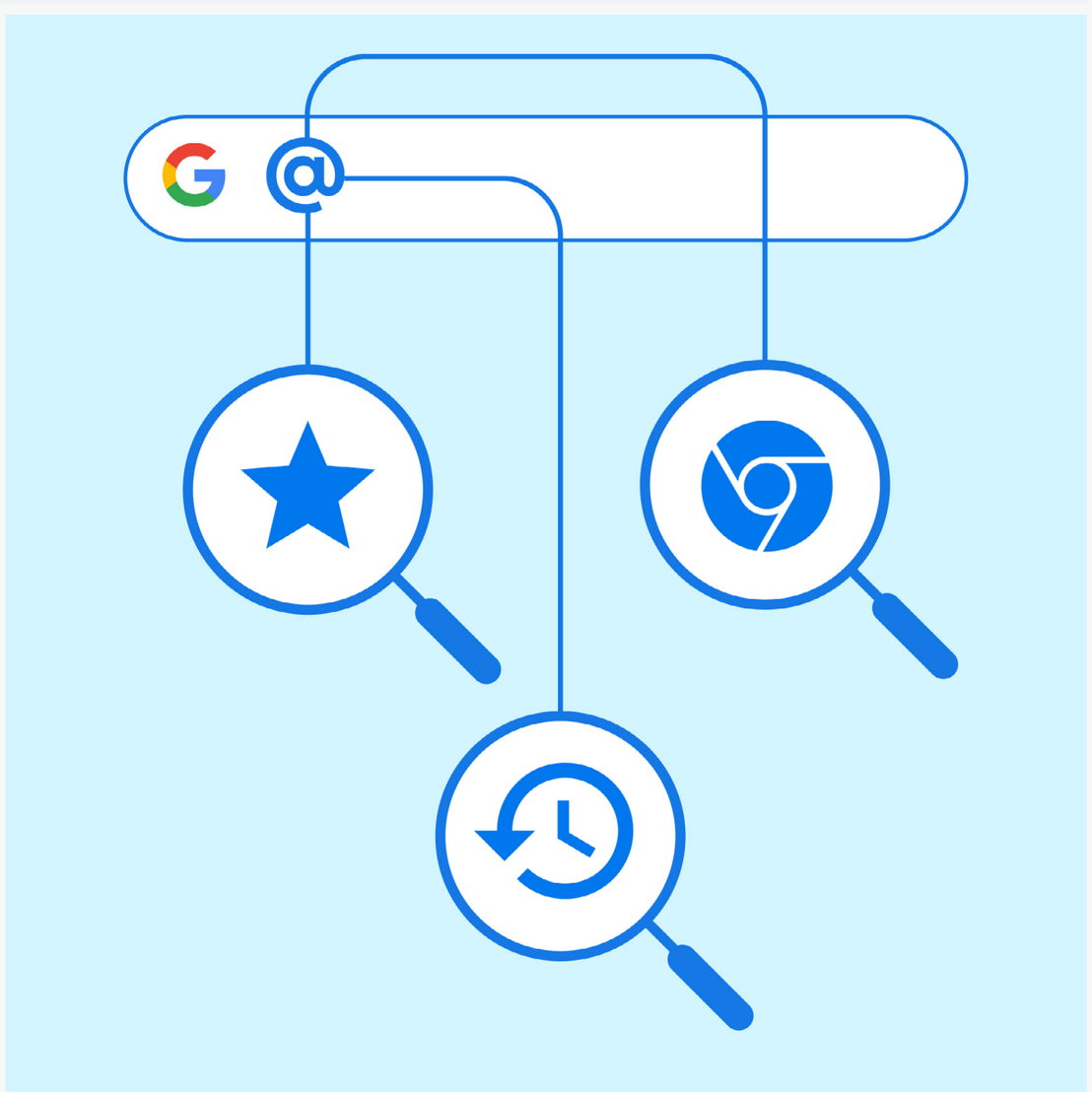
قوقل كروم

«قوقـل» هـذه السـنة أخـذت علـى عاتقهـا تحسـين شـعاراتها لتتماشـى بـذات الألـوان والدرجـة، ففـي الوهلـة الأولـى عنـد مشـاهدتها لـن تلاحـظ تغييـر جـذري أو ملفـت للنظـر وقـد تمـر عليهـا دون ملاحظتهـا لكنهـا مـن المؤكـد سـتصبح متسـقة مـع بعضهـا أكثـر، بالنسـبة لـ«قوقـل كـروم» فـي الشـعار الجديـد ألغـت الظـلال الداخليـة فـي الشـعار، وتغيـرت درجـة الألـوان إلـى ذات الدرجـات المسـتخدمة فـي بقيـة شـعارات «قوقـل».

روابـط إضافيـة







جوجل بلاي

الشعار

قبل التطوير

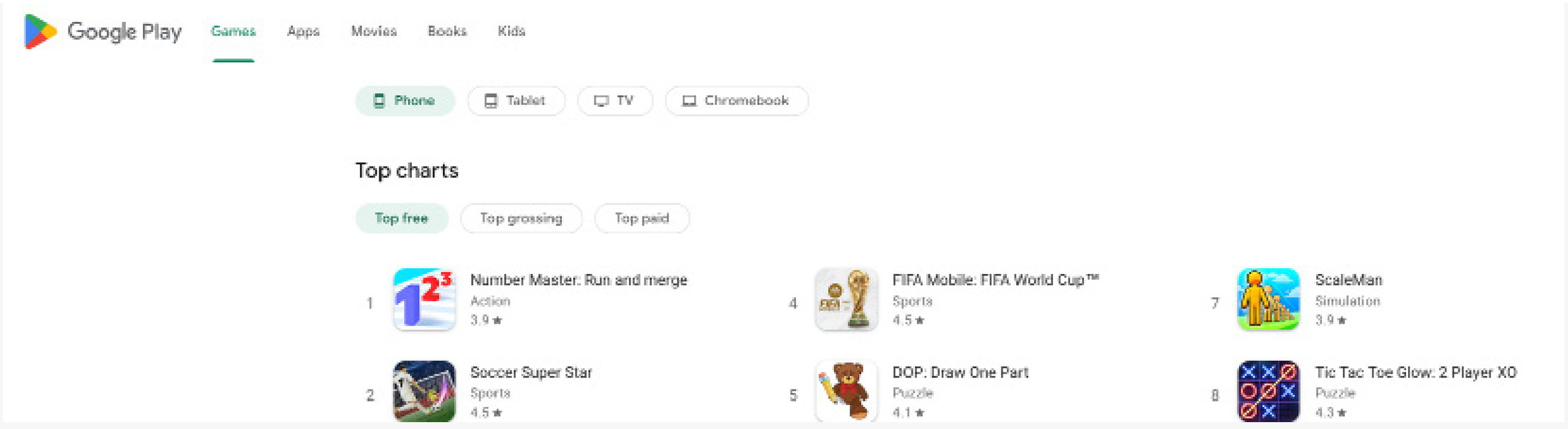
بعد التطوير

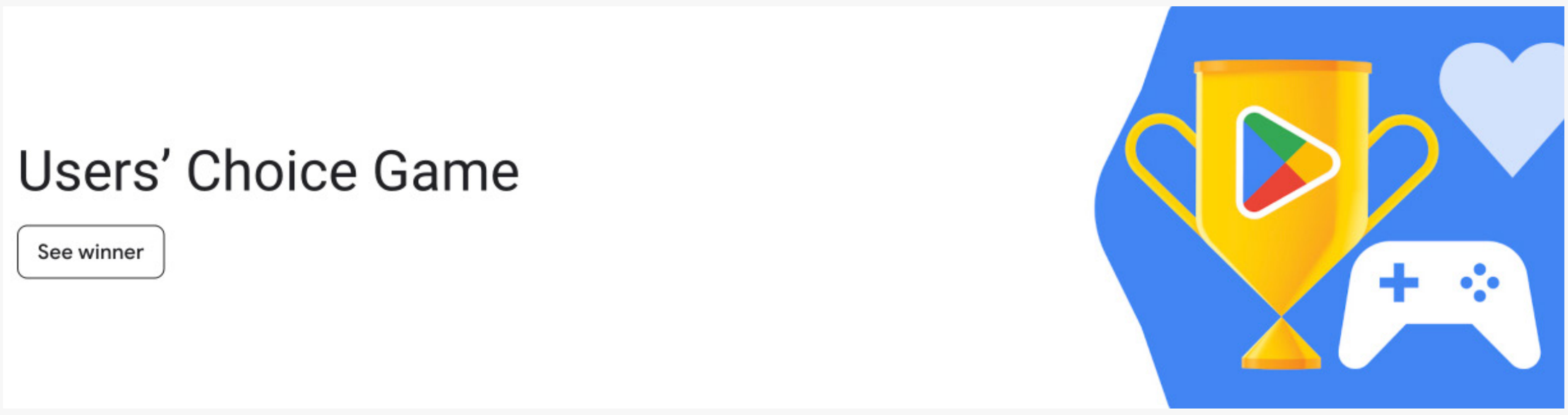
القـصة

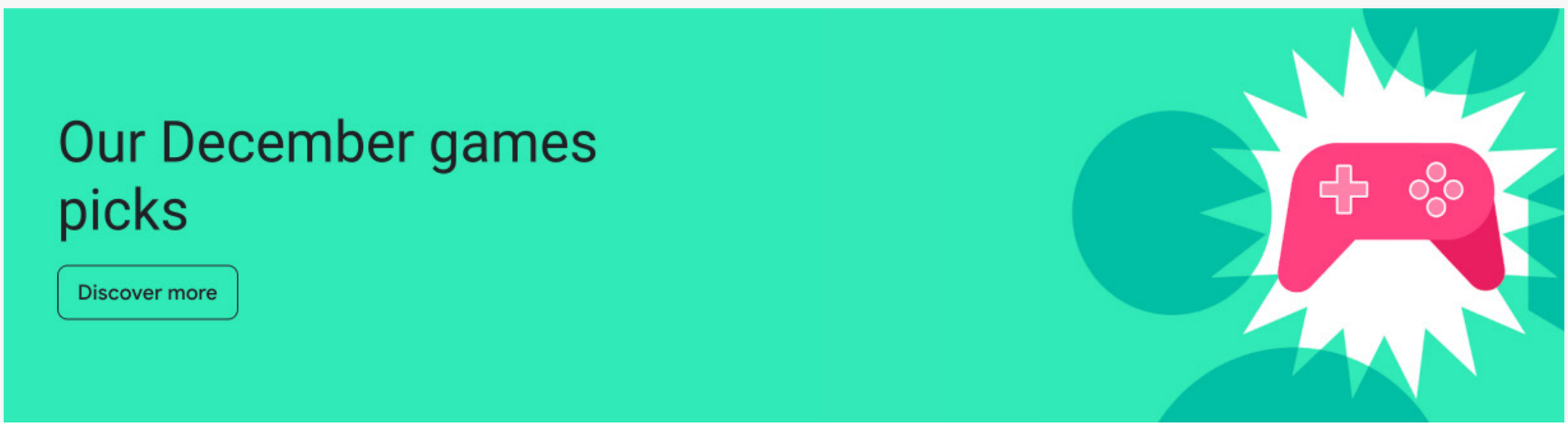
قوقل بلاي

قد يبدو أن الشعار لم يتغير تغيرًا جليًا، لكن عند النظر عن كثب يتضح أن «قوقل بلاي» طوّرت شعارها من عدة نواحي، أبرزها درجة تشبّع الألوان وتدرجها حيث وحّدت ألوانها مع بقية منتجات «قوقل» لتوحيد الهوية، كما تم تبسيط الشعار عن طريق التخلي عن التظليل في داخله، بالإضافة إلى تقليل حدة زوايا المثلث ونسبة شرائح الألوان الأربعة ففي الشعار الجديد أصبحت متساوية الوزن مما يعطي إحساسًا أكبر بالتوازن.

روابط إضافية

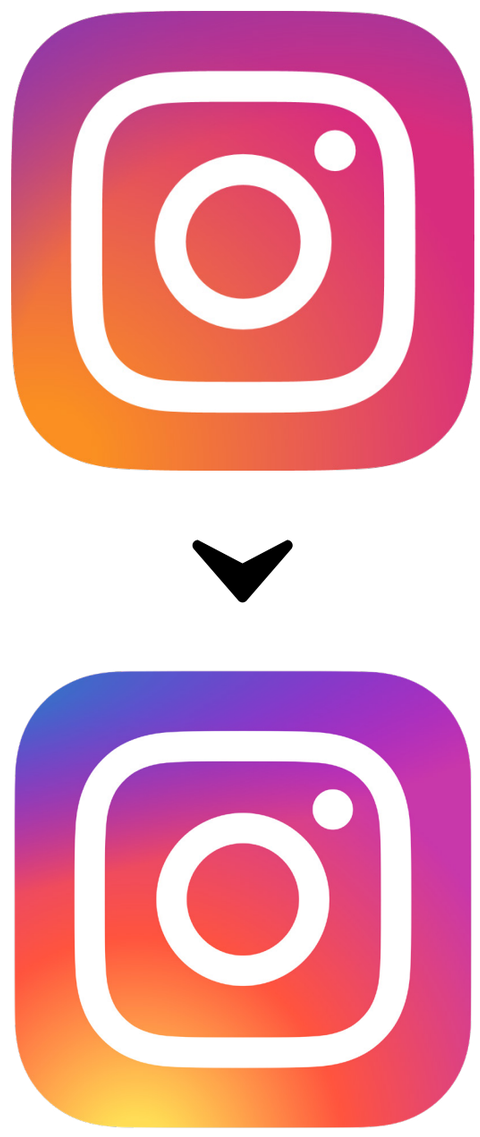






انستقرام

الشعار

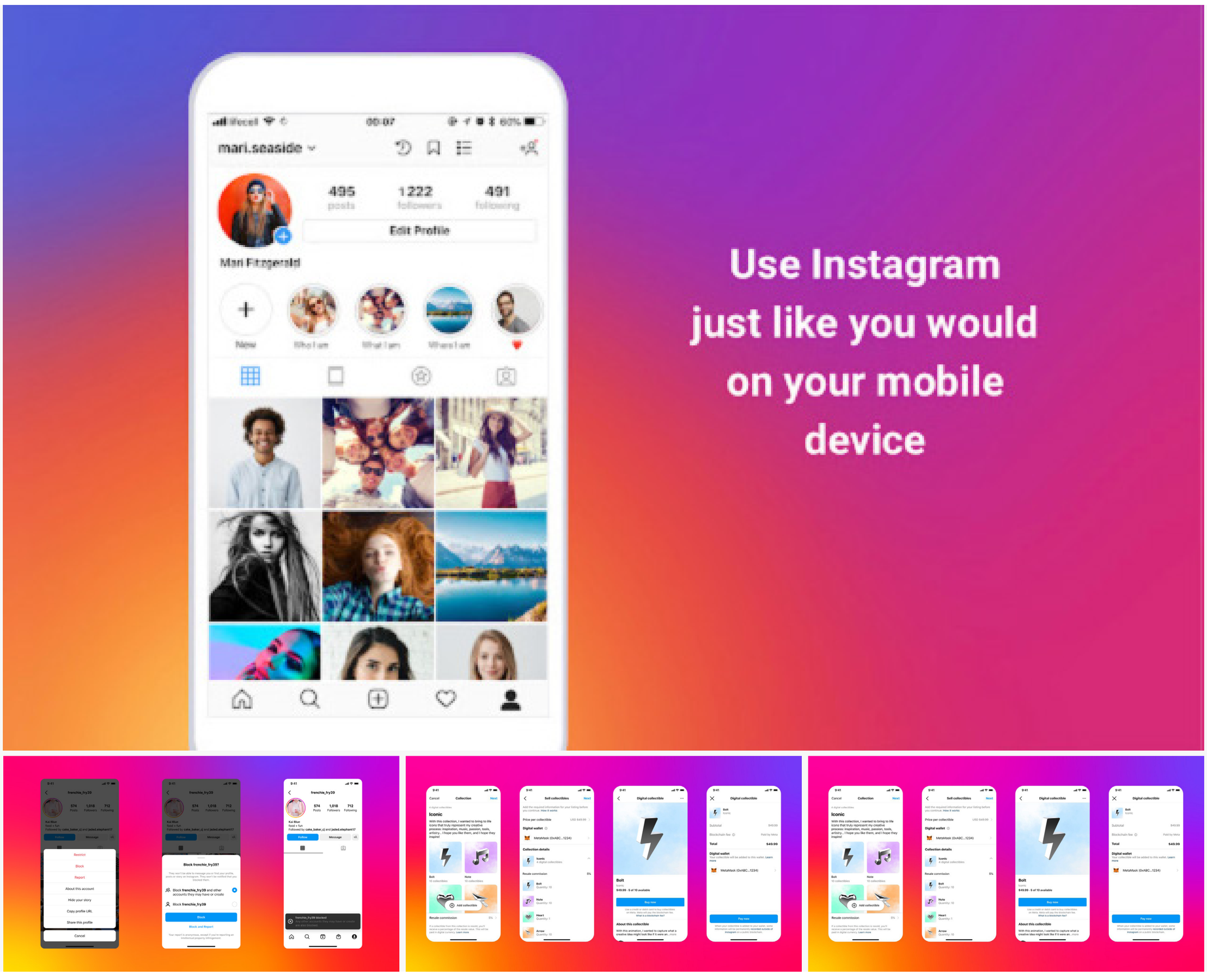


القصة

انستقرام

تغيرات طفيفة اعتمدها موقع التواصل الاجتماعي «انستقرام» في شعاره الجديد تبعًا لهويته واستراتيجيته الجديدة، وتجنب في شعاره التغيير الجذري للتصميم، حيث ظهر الشعار بخطوطٍ أعرض وتدرجات لونية أكثر تناغمًا لتحافظ العلامة على صورتها ومكانتها وتأثيرها الإيجابي بين جمهورها، مع زيادة المساحة اللونية في الشعار، كما حافظت العلامة على وعدها في منح المستخدم تجربة شاملة ومغمورة باللحظات المميزة.

روابط إضافية



08

هويات مشبك
MESHBAK

هيئة التقييس الخليجية

الشعار

قبل التطوير

هيئة التقييس
لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية
GCC Standardization Organization

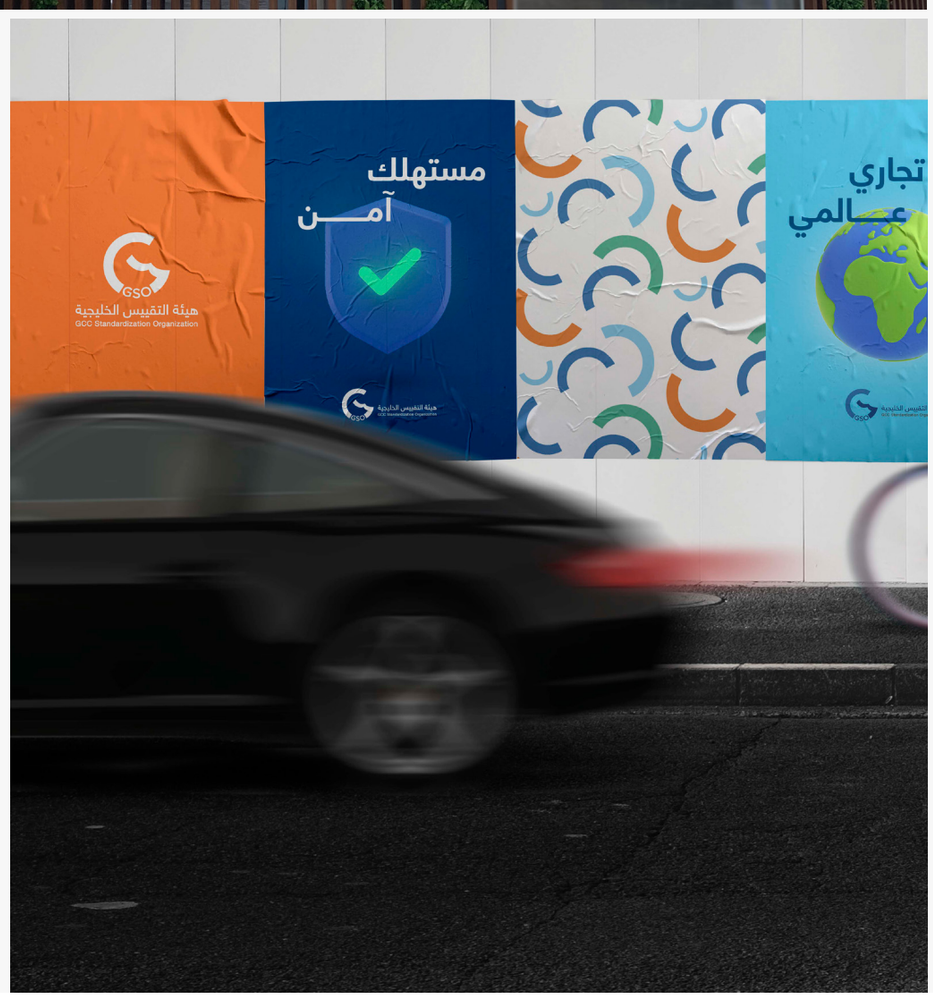
بعد التطوير

هيئة التقييس الخليجية
GCC Standardization Organization

القصة

قامت مشبك بتطوير شعار هيئة التقييس لدول مجلس التعاون لدول الخليج الذي يعبر بشكل عام عن حرف الـ G باللغة الإنجليزية ليرمز لكلمة Gulf وتموج الشعار يرمز إلى التضاريس الجغرافية للخليج العربي وتم تطوير اللون المستعمل به إلى درجتين من اللون الأزرق الذي يرمز على زرقة الماء في الخليج العربي والذي يعبر عن القوة والثقة والولاء.

روابط إضافية



سناد القابضة

الشعار

قبل التطوير

بعد التطوير

سناد القابضة
Sinad Holding

القصة

عملنا في مشبك على تغيير شعار عسير على شعار سناد القابضة بناء على تطوير الأهداف ورؤية الشركة بشكل كامل، يرمز شعار سناد القابضة إلى سلسلة تمثل النمو والتطور الديناميكي للمؤسسات والمشاريع ويمثل هذا الشعار موقع سناد كونها الأساس في مجال الاقتصاد والاستثمار.

روابط إضافية

خاتمة
التقرير

أبرز توجهات تصميم الهويات لعام 2022

العُمق والبساطة

اتسمت معظم هويّات 2022 ببساطة التصميم؛ عناصر قليلة، ألوان مُحددة ومُنتقاة بعناية، ومفاهيم عميقة لكنها واضحة. أيقنت العلامات أنه كلما كانت الهويّة بسيطة، سهُل فهمها وازداد ارتباطها. لذا نجد أن هويات هذا العام تكتفي بدمج العناصر، أو اختزال العلامة كاملةً في حرف واحد أو أحرفها الأولى، بعيدًا عن البهرجة والتعقيد.

الخطوط العريضة والفريدة

قد يكون هذا التوجه هو غنيمة العام. فعلى مر الأعوام السابقة، كان للألوان والعناصر البصرية نصيبها الكافي من الاهتمام، أما في 2022، فتألق الخط العربي بكل ما يحويه من جمالياتٍ وامتيازات. جاءت هويات هذا العام بخطوطٍ فريدة. ولم تعد العلامات تستخدم السائد من الخطوط بل دعت حاجتها للتميّز والأصالة أن تبتكر خطوطها الخاصة. فنرى الخطوط العريضة التي يسهل قراءتها من مسافةٍ بعيدة. ونرى الخطوط البسيطة الكلاسيكية، التي تبتعد عن كثرة الزخارف والانحناءات.

العناصر المحلية

نشهد اليوم قطاعًا يعتز بثقافته وقيمه المحلية، وهذا بلا شك انعكس على تصميم الهويات. حَوت الكثير من هويات 2022 عناصر محلية تؤكد على جذور العلامة، وتقرّبها من عملائها أكثر. كالصقر في هوية «قدَّام»، سعف النخيل في هوية «مهرجان تمور الأحساء»، وجبال أبها مع فن القط العسيري في هوية «نادي أبها».

الخاتمة: احكم على العلامة من غلافها

تميل العلامات التجارية نحو بناء هويات أقرب للناس، بسيطة وغير متكلفة، قريبة للعين ومألوفة لكن بنفس الوقت تحافظ على جمالها وتميزها. لكن لا يعني ذلك ضرورة تحديثها وتغييرها كل سنة لاتباع موضة أو (ترند) في عالم التصميم، فالمسألة مسألة موازنة بين التحوّل والمواكبة وبين الإبداع والبساطة، لذلك يجب أن تجد مربط الفرس بينهما؛ لتصبح هويتك باقية وعصرية قدر المستطاع رغم تطور وتغير الزمان.

في بيئة التنافس وتعدد العلامات التجارية، لا يكفي للفت انتباه الجمهور أن يصبح منتجك مميزًا أو خدمتك استثنائية، وإنما أنت بحاجة إلى علامة تجارية مقنعة ومتسقة مع نشاطك وتطورات السوق لتجذب انتباه جمهورك وتوسع دائرة عملائك.

لتفهم ما الذي يندرج تحت "العلامة التجارية" تحتاج أن تفكر من زاوية الجمهور، كيف ينظر الناس لعلامتك؟ وكيف تريد أنت أن ينظروا لها؟

واضحة المعالم: لتصبح علامتك قوية يجب أن تكون أهدافها واضحة ومعالم شخصيتها مصقولة، لتنفق طاقاتها وجهودها في صميم ما تهدف إليه.

فريدة من نوعها: كثرة العلامات التجارية يصعّب عملية تأسيس علامة أصيلة من الصفر، لكن الطريقة الأسلم لتفرد علامتك التجارية هي أن تبحث عن ما يميزها، هل هي الرسالة؟ أم القيم؟ أو المنتجات؟ أو حتى الهوية؟ عندما تجده اعمل على إبرازه.

فاهمة سوقها: تزدهر العلامات التجارية عندما توجد في بيئة ترعاها وتهتم لها، بمعنى عندما تصل للجمهور الصحيح، ويتطلب ذلك أن تفهم السوق جيدًا حتى تتمكن من الوصول لجمهوره.

وجه واحد لعلامتك في كل المنصات: لتنجح هوية علامتك التجارية يجب أن تستخدم معايير ثابتة في كل المنصات، اختلاف شخصية العلامة يشتت الجمهور والعلامة.

عن مشبك MESHBAK

نحن شركة تسويق إبداعية متخصصة تقدم خدمات واستشارات إبداعية في الهوية والتصميم والحملات الإعلانية، نتحرى عن الأوّلي والتالي، نصور خيالك، نطور رسائلك، ونشبّك الأفكار ونفصّلها عليك لتناسب جمهورك وتحقق أهدافك.
ندرك الثقافة المحلية ونتكلم بلسان عملائنا، كيف نفعل ذلك؟

تطوير الهوية

نساعدك في بناء الهوية، انطلاقًا من الاستراتيجية، مرورًا بالجوانب البصرية والتخطيط، ومن ثم التنفيذ وتطبيقها.

التسويق

نحقق هدفك التسويقي، انطلاقًا من الاستراتيجية مرورًا بالبناء والتخطيط ومن ثم التنفيذ والإشراف .

الإعلانات

نضع بصمتك الإعلانية عبر الفيديوهات الترويجية التي تحمل الرسائل التواصلية وتعزز وصولها للفئة المستهدفة .

ما الذي يميزنا؟

مشبك هو شريكك الإبداعي المتكامل، يطوّر حلول إبداعية تصل وتُلهم وتؤثر. نقنص الفرص ونحكي قصتك من خلال الهوية البصرية والتصاميم والتسويق والإعلانات.

ليه مشبك؟!

مشبك يشبهنا، في قوته ومرونته ووظيفته. نقرّب المسافات بينك وبين جمهورك، ونكمل الفراغات بين أفكارك، ونوثق العلاقة بينك وبين عملائك.

تنويه هام!

لكل من بادر وطوّر وأطلق هوية في هذه السنة، نحن سعينا بكل ما أوتينا من قوة وبذلنا قصارى جهدنا في البحث وجمع المعلومات ؛ بهدف شمول وذكر كافة الجهات والهويات المحلية والعالمية، فنعتذر مسبقًا في حال عدم ذكرنا لجهة ما.

آل مشبك

فريق عمل التقرير

الرؤية

خنساء أبو ناجي

الإشراف وإدارة المشروع

موضي العاصمي	دارين خلف	شهد المحبوب
شيماء الحمد	أحمد أبو شنب	شهد باعباد

البحث وجمع المعلومات

حصة العمرو	ابتسام علوي	شهد البكران
ريم الدريس	أفراح علي حاج	

التصميم والمحتوى الإبداعي

أنوار الخنبشي	غادة العدواني	شيماء العيسي
شهد العتيق	محمود شرفاي	نهى باحفظ الله

تقارير سابقة

تقرير الهويات السعودية للعام 2019

تقرير الهويات السعودية للعام 2020

تقرير الهويات السعودية للعام 2021

مشبك

MESHBAK

meshbakstudio