تقريـــر الهويـــات السعوديـــة

Saudi Branding Report

الإصـــدار الثاني
مشاريـــع الهوية المنفذة خلال العام ٢٠٢٠ م

2020

مـشـبـك
MESHBAK

مـــــرحبـــــاً
مـــرة ثانيـــة

منطلقين من التفاعل الرائع خلال العام الماضي من تقرير الهويات السعودية للعام ٢٠١٩ نصدر تقرير المشاريع المنفذة خلال العام ٢٠٢٠م.

وبالرغم من أن أحداث السنة الماضية تخللتها أزمة كبرى مثل أزمة كورونا التي غيّرت شكل العالم بالنسبة لنا و ربما تسببت في تعثر أو توقف بعض المشاريع التسويقية, إلا أنها أيضاً ساهمت بشكل غير مباشر في إطلاق هويات مشاريع واكبت أحداث الأزمة مثل التطبيقات والمشاريع والمبادرة الصحية والحكومية بالاضافة للمشاريع الترفيهية وصنّاع المحتوى.

في هذا التقرير نستكمل العمل لتسليط الضوء على أبرز مشاريع الهوية المنفذة خلال العام المنصرم مع تحليل لأسباب التغيير, بالإضافة لإبراز جهود الشركات والهيئات في مواكبة تطلعات عملائهم.

نحن في مشبك نؤمن أننا جزء فعّال ومؤثر في المجتمع الإبداعي ونسعى دائماً لإثراء المحتوى العربي المتخصص في المجال وتقديم رؤية شاملة تحليلية للمجال.

يسعدنا إطلاعكم عليه وسماع مرئياتكم بالتواصل معنا.

هـــــــلا

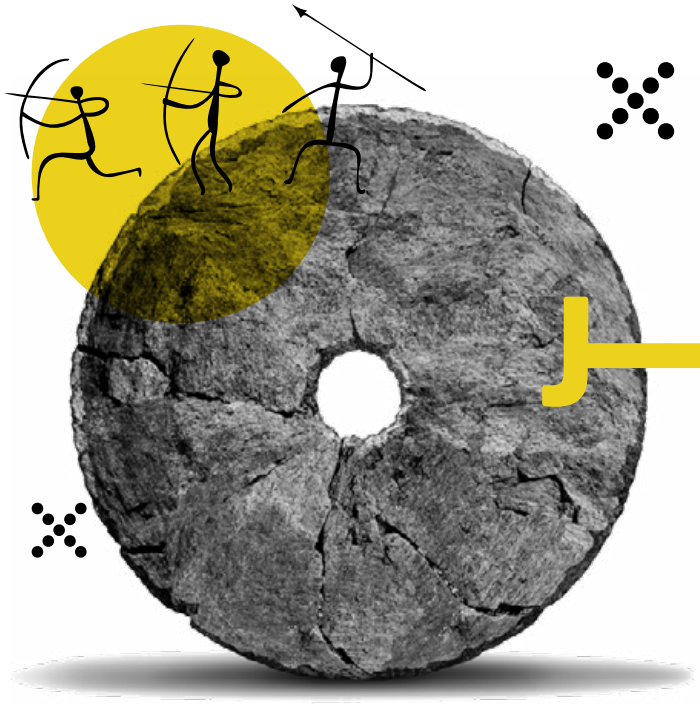
نحنُ هنا
لنحكي قِصّة

منذ قديم الزمان كان الرابط بيننا وبين الآخرين هو **الكلمات**..
كان رجل الكهف ينحت على الجدار ليروي أحداث يومه..
تنافس العرب في الجاهلية على حكاية قصصهم شعراً ونثراً..
القرآن الكريم وُصف بأنه أحسن القصص..

في مشبك ندرك تماماً أن صناعة الفرق يكون من خلال العودة لطريقة تواصلنا الأبسط والأعمق وهي حكاية القصة.

قفا نبك من ذكرى حبيب ومنزل
بسقط اللّوى بينَ الدّخول فحوملِ

في هذا التقرير



مقدمة

ما هي الهوية؟

لماذا تلجأ الجهات لتغيير هويتها؟

هل يمكن أن يفشل مشروع بناء الهوية؟

أبرز التوجهات المتعلقة بالهوية خلال 2020

1. الجهات الحكومية

1. وزارة السياحة
2. أمانة منطقة المدينة المنورة
3. التواصل الحكومي: كلنا مسؤول
4. مركز التواصل الحكومي | نعود بحذر (المرحلة الثانية من حملة كلنا مسؤول)
5. الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)
6. معرض الرياض الدولي للكتاب
7. الهيئة السعودية للفضاء
8. مستشفى قوى الأمن
9. وزارة الثقافة ، عام الخط العربي
10. هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات
11. وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية
12. تطبيق توكلنا
13. قناة القرآن الكريم، وقناة السنة النبوية
14. الأمن العام السعودي
15. المركز الوطني للتعلم الإلكتروني
16. أكاديمية مهد الرياضية
17. شعارات الهيئات الوطنية الثقافية والفنية التابعة لوزارة الثقافة
18. الديوان العام للمحاسبة
19. جمعية الإمام محمد بن سعود الخيرية بالدرعية (جمعية الدرعية)
20. معًا لمستقبل آسيا
21. أمانة منطقة عسير
22. غرفة تبوك
23. تحفيظ الشرقية
24. الألعاب السعودية
25. الرياض عاصمة المرأة العربية
26. وزارة الشؤون البلدية والقروية: البقالات
27. جائزة الملك فيصل
28. الهيئة السعودية للسياحة

2. القطاع الخاص

1. مايسترو
2. يلو (الوفاق)
3. العربية
4. خطوة جمل
5. جاهز
6. نادي الرياض السعودي
7. مؤسسة تركي بن عبدالمحسن آل الشيخ الخيرية

3. عـالميـاً

1. بي إم دبليو | BMW
2. نيسان | Nissan
3. برينجلز | Pringles
4. فايزر | pfizer
5. جي ميل | G-mail

عن مشبـك والفريق الرهيب!

تواصل معنـا

01

ماهي الهويـــــة؟

What is a BRAND?

ماهي الهوية؟
What is a Brand?

اختلفت المسميات والمعنى واحد - سواءاً سميناها هوية أو براند أو وسم فهي عادةً ترمز لنفس المفهوم.

تسويقياً الهوية هي كل ما يصنع شعور ويترك صورة ذهنية لدى العميل عن الشركة. وهذا الأمر يعني أن الهوية تشمل الاسم، الشعار، الأسلوب، الألوان، الخطوط، الرسائل التواصلية، الشخصية، النغمة، الصور، الرمز، القيم وغيرها من العناصر .

مالفـــرق؟

الهويـــة Brand

هي أي عنصر يدفع العميل لاختيارك دون غيرك من المنافسين. وهي محصلة كافة أعمال الشركة وأنشطتها وخدماتها.

بناء الهويـــة Branding

هي كيفية توصيل الهوية للعملاء والمستهدفين من خلال الأنشطة التجارية والتسويقية وكافة العناصر سويةً لتوصيل الرسالة.

إعادة بناء الهويـة Re-Branding

هي تحديث وتطوير الهوية لمواكبة التغيرات الاستراتيجية وعادة يحدث على مستوى الهوية البصرية ويلمسه العملاء.

Meshbak ©

نغمة

اسم شعار

نص خط رسالة

صورة

شخصية رمز لون

سلوك قيـــم خاصية

{هي كل ما يترك صورة ذهنية في أذهان العملاء}

لماذا تلجأ الجهات لتغيير هويتها؟

قد يتبادر للذهن أن تغيير الهوية هو أمر فني بحت يتعلق بتغيير تصميم الشعار.
لكن في الحقيقة تغيير الهوية هو تغيير استراتيجي يتطلب الكثير من البحث والتحليل للخروج بخطة واستراتيجية واعدة تخدم المشروع في المستقبل.
عادة يرتبط هذا التغيير البصري بمحددات وأسباب تتعدى الشكل الفني للهوية إلى تغييرات استراتيجية عميقة.
سنستعرض هنا أهم الأسباب التي تدعو الشركات لتغيير هويتها البصرية بما في ذلك الشعار.

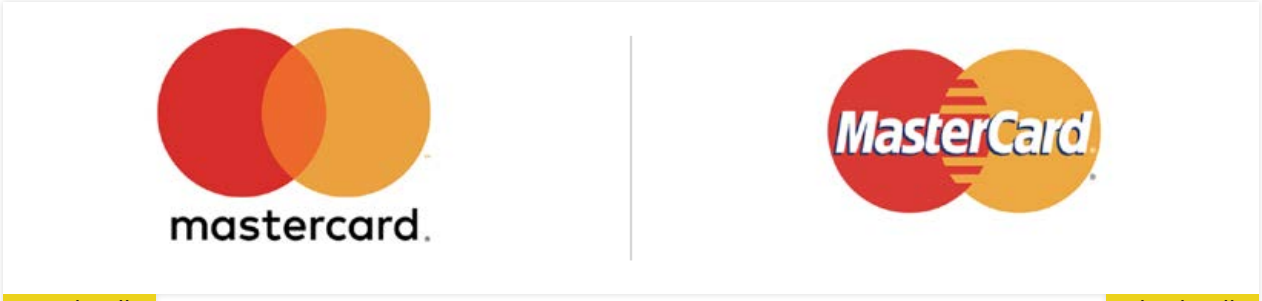
١- تغييـــر الاستراتيـجية / التــوسع ودخــول أسـواق جديدة

تشكل بعض الهويات البصرية / الشعارات عقبة للشركة الأساسية في حال أرادت التوسع ودخول مجالات أخرى.
مثلاً تم تطويـر هوية ستاربكس الجديدة بدون كلمة «قهوة» لمنح المزيد من المرونة للشركة في تقديم منتجاتها.
من الأمثلة المحلية أيضاً الهوية البصرية لشركة المراعي، حيث كان في السابق يحمل صورة البقرة للتعبير عن النشاط الرئيسي للشركة وهو" مشتقات الألبان " في حين نشأتها، لكن حين أرادت الشركة التوسع كان لابد من حذف هذا التحديد في الشعار فتم تغييره إلى الشعار الجديد لتغطية نطاق أوسع من المنتجات.

لماذا تلجأ الجهات لتغيير هويتها؟

٢- تغييـــر الاســـم التـــجاري

لعل من أهم أسباب تغيير الشعار هو تغيير الاسم التجاري brand name.
عادة تقوم الشركات بتغيير اسمها لأسباب عديدة منها الاندماج مع شركات أخرى، اختصار الاسم من أجل تخطي العقبات التي يشكلها والاعتماد على الأحرف، أو من أجل تخطي أي ارتباطات سلبية سابقة للاسم أو تغيير الكيان القانوني للمنظمة، كأن تتحول من هيئة لوزارة مثلاً.



الشعار قبل | الشعار بعد

٣- الاستحواذ أو الدمج

في حالة استحواذ شركة على شركة أخرى أو منتج معين، عادة تقوم الشركة المستحوِذة بإعادة تصميم شعار الشركة المستحوذ عليها، لمحاولة بناء علاقة جديدة بين الشركة والعملاء وإعلان اختلاف استراتيجيتها عن السابق. في حال كانت الشركة المستحوذ عليها ذات سمعة جيدة ووصول جيد للعملاء، تفضّل بعض الشركاء استبقاء الهوية السابقة - كما حصل عند استحواذ شركة أوبر على شركة كريم.

الشعار قبل | الشعار بعد

لماذا تلجأ الجهات لتغيير هويتها؟

٤- التجديد والتطوير لمواكبة العصر الحالي

قد يكون إعادة بناء الهوية لصناعة صورة بصرية احترافية للشركة تواكب العصر الحالي والتواجد الرقمي المستمر والأجيال الشابة الجديدة التي تختلف في تطلعاتها ورغباتها عن الأجيال السابقة, لذلك تسعى الشركات لمواكبة هذا الجيل من خلال التصاميم العصرية الحديثة التي تمكنهم من التواصل مع عملائها بشكل فعال.

قد تكون الهوية وقت التأسيس بسيطة وتم تنفيذها باجتهادات من المؤسسين, لكن مع تطور الشركة يتطلب ذلك مواكبة العصر فيتم تغيير الهوية لأشكال حديثة وباستخدام ألوان مميزة وجذابة تساعد على سرعة التعرف على الشركة واستذكارها.

الشعار قبل

الشعار بعد

مهما اختلفت الأسباب يبقى تغيير الهوية هو أحد أهم التغييرات التسويقية والاستراتيجية التي قد تحدث للمشروع وتساهم في صناعة صورة ذهنية أمام العملاء.

هل يمكن أن يفشل مشروع إعادة بناء الهوية؟

الحقيــقة هي نــعم.
يمكن لمشروع الهوية أن يفشل بطريقة قد تضر المشروع وتهز ثقة العملاء.
هناك بعض الحالات التي اضطرت فيها الشركات لسحب الهوية الجديدة وإعادة استخدام الهوية القديمة بدلاً منها, باختصار CTRL+Z.

الشعار قبل

الشعار بعد

ماهي أسباب فشل مشروع إعادة بناء الهوية؟

سنرتكز في حديثنا هنا عن الأسباب المتعلقة بالجانب التسويقي بشكل أكبر خاصة أنه قد تكون هناك عوامل مؤثرة مختلفة على الهوية مثل الأحداث العالمية والاقتصادية وتوقيت إطلاق الهوية.

دعونا مسبقاً نؤكد أن مشروع إعادة بناء الهوية ليس بالأمر السهل خاصة أنه يتم عادة لشركات أو جهات كبرى تمتلك قيمة مادية ملموسة للهوية.

١. عدم وجود استراتيجية واضحة للمشروع ويشمل ذلك عدم وضوح الأهداف أو اختلاف الأطراف المعنية بشأن الهوية الجديدة أو عدم الحاجة أساساً للتغيير.
٢. عدم توفر المصادر الكافية لإطلاق وتطوير الهوية مثل الميزانية المناسبة / الجدول الزمني المناسب أو حتى الأشخاص المختصين أو موافقة واعتماد الإدارة العليا ومتخذي القرار.
٣. إهمال الفريق الداخلي وعزله عن المشروع بطريقة تجعله بعيداً عن التطبيق.
٤. الوقت غير مناسب للتغير فهو إما مبكّر جداً (قبل ثبات صورة ذهنية معينة عن الهوية) أو متأخر جداً (بعد صناعة علاقة عاطفية عميقة مع العملاء).
٥. التواصل الضعيف بشأن التغيير والإطلاق وعدم مواكبة تطلعات العملاء فيما يتعلق بالوعد وأسباب التغيير والتوقعات الجديدة من المشروع.

الشعار قبل

الشعار بعد

أبرز توجـهات تصميم وتطويـــر الهوية

الأشكال الهندسية

وهـي الهويات التـي تـم صنعهـا باسـتخدام الأشـكال الهندسـية الأساسـية وتداخلها مع النصوص بشكل بسيط وأساسـي مثـل الدوائـر والمثلثـات والمربعـات.

التدرجات اللونية الجريئة

قديماً كانت الشركات تتحاشى استخدام تشكيلات لونية جريئـة لصعوبـة طباعتهـا. أمـا حاليـاً فقـد توفـرت تقنيـات الطباعـة الحديثـة وفـي ظل وجود التطبيقـات الرقمية لم يعـد ذلك عائقـاً بتاتاً.

التبسيـــط

بالرغـم مـن كونها الموجـة الرائدة خلال السـنوات الأخيرة وليـس فقـط ٢٠٢٠ م إلا أن التحديـات التـي مـر بها العالم فرضـت علينـا تبسـيط الهويـات لتسـهيل التعـرف عليهـا وتميزهـا فـي عالـم مزدحم.

02

مشاريـع الهـويـة

Branding Projects

هيكلة المشاريع داخل التقريـــر

تم بناء هيكل المشروع ليعطي نبذة بسيطة عن الجهة ونشاطها وخدماتها ومن ثم توضيح تفاصيل مشروع الهوية وسبب التغيير مع استعراض الهوية البصرية قبل وبعد التطوير.
في حال كان هناك حفل أو آلية معينة لتدشين المشروع سيتم استعراضها اعتماداً على المنشورات الإخبارية في الصحف ومن ثم مناقشة النقاشات المجتمعية حول المشروع.
في حال توفر المحتوى الإبداعي سيتم استعراض بعض المنشورات الفنية الخاصة بالهوية والروابط الإضافية للمشروع.

معاييـــر اختيـار المشاريع

قد يبدو اختيار مشاريع الهوية عشوائياً إلا أن الفريق قام بترشيح أكثر من ٤٢ مشروعاً تمت تغيير هوياتها خلال العام الماضي. تم تصفية هذه المشاريع من خلال عدة مراحل وبعدة معايير منها الإنتشار - توافر المعلومات عن المشروع -حجم المشروع - القطاع أو الصناعة سواءً كانت الجهة حكومية أم خاصة.
تم التركيز في التقرير على المشاريع في المملكة العربية السعودية مع عدة مشاريع أخرى عالمية.

القطاع	حجم المشروع	توفر المعلومات	الانتشار

03

مشاريـع حكومية

Governmental Projects

المـــشـــروع الأول

وزارة السيـــاحة

وزارة السياحة

أصبحت وزارة السياحة مؤخراً هي الجهة الرسمية الأولى المسؤولة عن تطوير القطاع السياحي بالمملكة، ويصب هدفها منذ إنشائها على الاهتمام بالقطاع السياحي بجميع جوانبه التي تشمل التنظيم والتنمية والتطوير، والترويج للسياحة، وتتطلّع الوزارة دائمًا إلى تعزيز دور القطاع السياحي وتحقيق التوافق بينه وبين مكانة وقيَم ودور المملكة في الحضارة الإنسانية وتأثيرها في المجتمع الدولي، باعتبار السياحة رافدًا مهمًا من روافد الاقتصاد الوطني.

وزارة السياحة
Ministry of Tourism

الهويـــة

استلهمت الهوية الجديدة ألوانها وخطوطها من علم المملكة العربية السعودية، وبحدود خريطتها الممتدة شمالًا وجنوبًا وشرقًا وغربًا في إشارة إلى الثراء والتنوّع السياحي والتراثي والحضاري الذي تتمتع به، وربطت ذلك بتجربة الزائر الذي يتنقّل بين وجهات المملكة السياحية مُستشعرًا قيَم الحفاوة والترحاب والضيافة التي يمتاز بها شعب المملكة. كما تتمازج الهوية مع شعار «أهلاً بالعالم» الذي جاء متزامنًا مع فتح المملكة أبوابها للعالم، وفتح التأشيرة السياحية للزوار من مختلف الدول.

المـــشــــروع الأول

وزارة الســيـــاحة

التغيير

أتـى تغييـر الهويـة دعمًـا للتوجه الجديد الـذي اتخذته وزارة السـياحة في تحقيق مسـتهدفات الإسـتراتيجية الوطنية للسـياحة التي تضمّنت إسهام القطـاع السـياحي فـي الدخـل المحلي بنسـبة ١٠٪ بالإضافـة إلى توفير مليـون وظيفـة جديـدة، وتحقيق ١٠٠ مليـون زيارة بحلول عـام ٢٠٣٠م.

الشعار قبل

الشعار بعد

المجتمع

اتفقت أغلب الآراء حول شـكل الشـعار أنه عصري ومفعم بالألوان التي تعكـس روح التنـوّع، كمـا وصفـوه بالتجـدد الخـارج مـن الإطـار التقليـدي للشـعارات الحكوميـة خاصة وأنه يتماشـى مع النمـط الحديث والعصري للـوزارة وأهدافها.

للمزيد

- فيديو إطلاق الهوية
- خبر إنشاء الهيئة السعودية للسياحة

mt.gov.sa

Saudi_MT

المــشــروع الثاني

أمانــة منــطقة المديـنة المنـورة

عن الأمانة

تُعنى أمانة منطقة المدينة المنورة بتطوير المنطقة وتقديم خدمات بلدية متميزة والحرص على تنمية الموارد عبر الشراكات والاستثمارات الجديدة والتي تسهم في تحسين الخدمات ورفع مستوى جودة الحياة.

الهوية

تجسّد الهوية البصرية وتمزج في مظهرها المرن بين الحداثة والأصالة المتمثلة في مكونات العمارة الإسلامية للمدينة، وتعكس في مضمونها مكونات الهوية التي تجمع بين القيمة التاريخية والتراثية.
وتُمثّل عناصر الشعار خطة الأمانة في مواصلة النمو، بدءًا من هيكل القبّة للمسجد النبوي الشريف وتدرّجات اللون الأخضر، حتى سعف النخيل الذي يعد جزءًا من ثقافة المنطقة وأحد أبرز العناصر المستخدمة في بناء مسجد الرسول صلى الله عليه وسلم في العهد النبوي، لتتناغم كل هذه الرسائل وترمز إلى المظلات التي تغطي ساحات المسجد النبوي للدلالة على مستوى العناية والرعاية.

أمانــة منــطقة المدينــة المنــورة

التدشين

أطلقت أمانة منطقة المدينة المنورة هويتها البصرية الجديدة في مايو من عام ٢٠٢٠م تزامنًا مع الموافقة السامية للعودة تدريجيًا إلى الحياة الطبيعية بعد الحظر الناتج عن أزمة كورونا.
وقامت فكرة التصميم على مسابقة نفّذتها الأمانة لمنح أفراد المجتمع من المصممين فرصة تصميم الشعار، وحدّدت جائزة للفائز بمقدار ٣٠ ألف ريال.وصل عدد المشاركين في المسابقة قرابة الـ ٣٠٠٠ مصمم. ودُشّنت الهوية رقميًا عبر منصات التواصل الخاصة بالأمانة نظرًا للظروف الاحترازية التي أُطلقت خلالها الهوية.

الشعار قبل

الشعار بعد

المجتمع

أشادت التعليقات والآراء بجمالية الشعار واتفقت على عكسه لهوية المدينة المنورة بشكلٍ وافٍ ومميز، وعبّرت بأنه تغييرًا جذريًا طال انتظاره.

للمزيد

amana-md.gov.sa

AmanaAlmadinah

التـواصل الحكومي: كلنـا مسؤول

المحتوى:

بقاءك من المنزل يقيك وأبنائك من الخطر؛ تلك رسالة الحملة الخاصة بوزارة الصحة التي هدفها التوعية بمخاطر الخروج من المنزل لغير الضرورة ومخالطة الاخرين خلال جائحة كورونا في عام ٢٠٢٠ ، حيث يدل الشعار بأننا في السعودية من «قيادة وحكومة وشعب» واعون ومسؤلون عن أهمية البقاء بالمنزل لمواجهة فيروس كوفيد - ١٩ .

كُلنا مسؤول

التدشين:

بسبب ظروف كورونا المصاحبة لفترة إطلاق الهوية، دشّن مركز التواصل الحكومي الهوية رقميًا عبر منصات التواصل الاجتماعي بحملة تحت هاشتاق #كلنا_مسؤول، تفاعل معها الهيئات والوزارات وغرّد بها الوزراء، وتداولها عدد من ناشطي مواقع التواصل الاجتماعي.

المجتمع:

أثنى الجميع على جهود المملكة المكثّفة خلال أزمة كورونا التي اجتاحت العالم، وأوضحت الحملة مسؤولية أفراد المجتمع في الوقوف ضد تفشّي الفيروس، كما حصدت ردود فعل إيجابية للتوعية المجتمعية.

للمزيد

moh.gov.sa

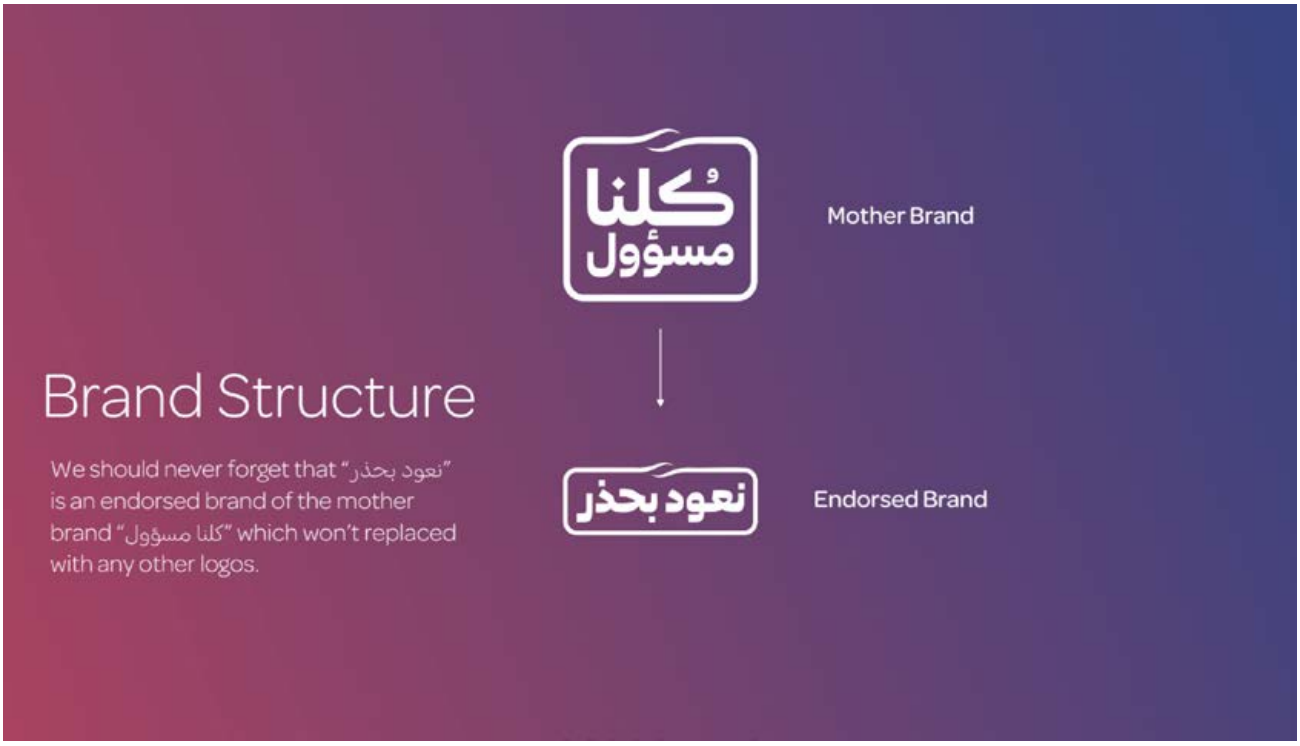
SaudiMOH

Meshbak Design Studio © 20

مركز التواصل الحكومي: نـعود بـحذر

(المرحلة الثانية من حملة كلنا مسؤول)

«نعـود بحـذر» هي المرحلـة الثانية من حملة «كلنا مسـؤول»، والتي كان هدفها التوعية بالعودة التدريجية للأوضاع الطبيعية من بعد الالتزام بالحجر الصحي والامتثال للتعليمات الصحية، ويرمز الشعار إلى تدرج العودة للحياة الطبيعية بعدة ألوان، بدءًا من اليمين باللون الأزرق الذي يمثّل العودة، وتتدرج إلى الأزرق الغامق فالبنفسجي فالأحمر، لتنتهي في اليسار باللون البرتقالي الذي يحمل إشارة التحذير.



مركز التواصل الحكومي: نـعود بـحذر

(المرحلة الثانية من حملة كلنا مسؤول)

التنفيذ

تـم تدشـين الحملـة رقميًـا عبـر منصـات التواصـل الاجتماعـي والإعلانـات التلفزيونية بالتعاون مع العديد من المؤثرين والجهات المختصة لرفع الوعي بالحملـة. وكان مـن منتجات الحملة: مقاطع فيديـو توعوية (يوم في حياة واعـي - الاحتـرازات الوقائيـة بيـن الصح والخطأ) منشـورات تثقيفيـة - دليل اسـتخدام الشـعار لنشـر الوعي - بودكاست

المجتمع

أبـدى العديـد من المتابعين إعجابهم برسـالة الحملـة والهدف منها، حيث سـاهمت فـي رفـع الوعي تجـاه أهميـة اتخـاذ الإجـراءات الاحترازية في التعاملات اليومية؛ لذا حظيَت الحملة بتفاعلٍ كبير وحققت نجاحًا واسعًا.

للمزيد

وزارة الصحة | moh.gov.sa

التواصل الحكومي | cgc.gov.sa

Meshbak Design Studio © 22

الهيــئة السعوديــة للبيــانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)

المشروع

أُعتمدت إستراتيجية سدايا عام ٢٠١٩ والتي ترتكز على دعم أهداف رؤية ٢٠٣٠ وإطلاق قدرات المملكة في بناء اقتصادٍ قائم على البيانات، ويصب عمل الهيئة في تنظيم قطاع البيانات وتمكين الابتكار والإبداع للارتقاء بالوطن من خلال ثلاثة أذرع، مكتب إدارة البيانات الوطنية، ومركز المعلومات الوطني، والمركز الوطني للذكاء الاصطناعي.

SDAIA
الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي
Saudi Data & AI Authority

التغيير

جاء تغيير الهوية تبعًا لاستراتيجية الهيئة الجديدة التي تنطلق برؤيةٍ تمنح المملكة شرف الريادة في الاقتصادات القائمة على البيانات، وترتقي بطموحها في أن تكون نموذجًا عالميًا للذكاء الاصطناعي، يهدف إلى تفعيل البيانات والذكاء الاصطناعي في واقع المملكة وخدماتها واقتصادها.

الهيـــئة السعوديـــة للبيـــانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)

دشّـن معالـي الدكتـور عبدالله بن شـرف الغامدي رئيس الهيئة السـعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي الهوية الجديدة لسدايا في ٤ مارس ٢٠٢٠ في فندق الريتز كارلتون بالرياض وسـط حضور عددٍ من معالي وكبار مسـؤولي الدولة، ولاقى الحفل أصداءً واسعة بين وسائل الإعلام، منها قناة العربية وروتانا خليجية. كما تأتي هذه الخطوة في ظل استشعار القيادة الرشيدة لأهميـة دور سـدايا الـذي يسـهم في الارتقـاء بالمملكة إلـى الريادة ضمن الاقتصادات القائمة على البيانات.

المزيد

- فيديو إطلاق الهوية

sdaia.gov.sa

SDAIA_SA

معرض الريــاض الدولي للكتــاب

عن المعرض

انطلق معرض الرياض الدولي للكتاب منذ أكثر من ٤٠ سنة تقريبًا كواجهة ومعلَم ثقافي يتوافد عليه كل المهتمين بمجال الثقافة والقراءة، ويعد منصةً مثاليةً للشركات والمؤسسات والعاملين بقطاع صناعة وتأليف ونشر الكتب لعرض منتجاتهم وخدماتهم، كما يحظى المعرض بدورٍ أساسي في تعزيز المشهد الثقافي بالمملكة وتنمية المهارات القرائية وزيادة الوعي العربي والثقافي والأدبي للمجتمع، كونه نقطة التقاء المثقفين والقرّاء من مختلف الدول والثقافات المتعددة.

معرض الرياض الدولي للكتاب
Riyadh International Book Fair

الهوية

صُمم الشعار الجديد لمعرض الرياض للكتاب ليجسّد اسم الرياض كمقرٍ للمعرض، وتأتي فلسفة الشعار بتصميم يمثّل شكل الكتب المرصوفةً على أرفف المكتبة بألوانٍ مُستلهمة من الشعار الرسمي لوزارة الثقافة بعد أن أصبح تحت مظلتها عام ٢٠١٩، ليكوّن الشعار مزيجًا يعكس هوية المعرض ويعبّر عن محتواه.

معرض الريـــاض الدولي للكتـــاب

التقديم

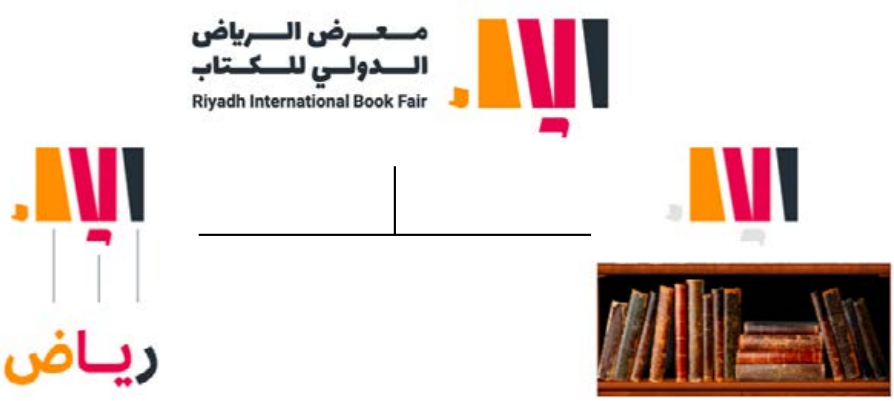
أطلقت وزارة الثقافة الهوية البصرية الجديدة لمعرض الرياض للكتاب ضمن تحضيراتها لدورة المعرض ٢٠٢٠م؛ وذلك لانضمام المعـرض تحـت مظلتها ككيانٍ واحد يمثـل رؤيتها وتوجهها ويقف بمحاذاتها في تحقيق أهدافها الثقافية.

الشعار قبل

الشعار بعد

المضمون

تفاوتـت الآراء بيـن الإعجـاب والانتقـاد، حيـث أعجـب العديـد بالشـعار كونه يعكـس صـورة الريـاض كمقـر للمعـرض، كمـا عبّـر الكثيـر عـن كونـه ملفتًـا يرسـخ بالذهـن مـن النظـرة الأولى، ولكـن بالمقابل واجه الشـعار كثيرًا من الانتقـادات كان أحدهـا بـأن كلمـة «ريـاض» غيـر واضحة بشـكلٍ كافٍ.



للمزيد

engage.moc.gov.sa/book-fair

RyBookFair

الهيـئة السعوديـة للفضاء

المشروع

تأسست الهيئة في ديسمبر ٢٠١٨ بموجب أمر ملكي كخطوةٍ استثنائية تنطلق بالمملكة نحو مستقبلٍ أكثر ابتكارًا وتطلعًا لأحدث التقنيات والفرص في قطاع الفضاء السعودي، وتحرص الهيئة برئاسة الأمير سلطان بن سلمان بن عبدالعزيز على تفعيل قطاع الفضاء بشكلٍ رئيس في ازدهار المملكة وتمكين الأجيال من الريادة، كما تُعنى بقيادة وتنظيم كل ما له علاقة بقطاع الفضاء وتطويره بما يضمن رعاية مصالح المملكة ومكتسباتها.
وفي مايو ٢٠٢٠ أُعتمدت الهيئة من قبَل مكتب الأمم المتحدة لشؤون الفضاء الخارجي وأُدرج شعارها في الموقع الخاص بها.

الهيئة السعودية للفضاء
SAUDI SPACE COMMISSION

الهوية

استمدّت الهيئة فلسفة هويتها الجديدة من الصوت الذي سجله الإنسان لحركة الأرض في الفضاء والذي رُصد بإثباتات علمية في شكل ذبذباتٍ متتابعة، بحيث أُعيد رسمه وتشكيله في الشعار بشكلٍ دائري في دلالة على الاستمرارية والتواصل، وتتوسط الشعار نخلة كرمز للأصالة السعودية.

الهيئة السعودية للفضاء

المشهد

غيّرت الهيئة هويتها لتواكب استراتيجيتها الجديدة في قيادة قطاع الفضاء والتي تقوم على تطوير القطاع وتنظيمه وتوفير الممكّنات لتحقيق إنجازات رائدة، ورسم خطة واضحة تحقق الأهداف ومحاور التركيز في مجال الفضاء والمسؤوليات اللازمة لتحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠.

للمزيد

saudispace.gov.sa إعلان إطلاق الهوية saudispace

مستـشفى قـوى الأمـن

عن:

هـي إحـدى الواجهـات الرئيسـة فـي منظومـة خدمـات الرعايـة الصحيـة بالمملكـة العربيـة السـعودية بشـكلٍ عـام، ووزارة الداخليـة بشـكلٍ خـاص، وبدأت المستشـفى كمسـتوصفٍ صغير بموارد محدودة عام ٩٧٢ أ م تحت مسمى «مستوصف قوى الأمن»، تقدم المستشفى العديد من الخدمات وتيسّـر سـبل وصـول المسـتفيدين لهـا، كمـا تسـعى باسـتمرار فـي تطويـر خدماتهـا وفـق أعلى المعاييـر العالمية.

مستشفى قـوى الأمـن
SECURITY FORCES HOSPITAL

الهوية

عبّـرت المستشـفى فـي هويّتهـا الجديـدة عـن القـوة والتلاحـم وارتباطها الوثيـق بـوزارة الداخلية.

مستـشفى قـوى الأمـن

التعريف

طـوّرت المستشـفى هويّتهـا فـي محـاكاة للتقـدم والتطور الذي تشـهده المملكة العربية السعودية ومواكبة التحول الرقمي للانطلاق نحو مستقبلٍ أفضل.

الشعار قبل

برنامج مستشفى قوى الأمن
Security Forces Hospital Program

الشعار بعد

مستشفى قـوى الأمـن
SECURITY FORCES HOSPITAL
Riyadh | الرياض

التدشين

دشّـن سـمو وزير الداخلية الهوية الجديدة لمستشفى قوى الأمن بالرياض والموقع الرسـمي والتطبيق الإلكتروني ومشروع أتمتة الملفات الطبية في مكتبه بديـوان الوزارة.

للمزيد

sfh.med.sa

المــشــروع التــاسع

وزارة الثـــقافة: عام الخط العربي

تقديم

تُبدي المملكة مسؤولية تاريخية كبيرة في حفظ الإرث الثقافي العربي وتعزيزه في مختلف المجتمعات العربية، واتخذت كإحدى مسؤولياتها خطوة إطلاق اسم عام الخط العربي لسنة ٢٠٢٠ تزامنًا مع اليوم العالمي للغة العربية بتوجيه من وزير الثقافة صاحب السمو الأمير بدر بن عبدالله بن فرحان آل سعود، وتأتي هذه المبادرة احتفاءً بالخط العربي وما يمثّله من أهمية في تعبيره عن مخزون اللغة العربية، بالإضافة لكونه فنًا أصيلًا وجماليًا في تفاصيله، كما وجّه صاحب السمو وزير الثقافة بتمديد عام الخط العربي حتى ٢٠٢١م حرصًا منه واهتمامًا بهذا المجد والإرث العريق.

Year of Arabic Calligraphy 2020

الهوية

نُفذّت هوية عام الخط العربي بيد الفنّان والخطاط السعودي فهد المجحدي، والذي استخدم في خطّها خط الثلث غير المنقوط بتوجيه واقتراح من وزير الثقافة الأمير بدر بن عبدالله بن فرحان، كرمز لاتصالنا الوثيق كعرب باللغة العربية.

وزارة الثـــقافة: عام الخط العربي

المشروع

دُشّنت هوية عام الخط العربي رقميًا في أبريل ٢٠٢٠م على عدة منصات نظرًا للظروف التي فرضتها جائحة كورونا، ورافق إطلاقها العديد من الأنشطة والمبادرات المؤسسية والفردية في عددٍ من المدن مثل الرياض وجدة، شملت تزيين الجدران والمرافق العامة بالخط العربي ودمجه في عددٍ من الرسومات، كما أُطلقت مسابقة الخط العربي على الموقع لإتاحة الفرصة للخطاطين والفنانين المشاركة بأفكارهم.

للمزيد

إعلان إطلاق الهوية | رابط دليل الهوية | mocsaudi

وزارة الثقافة: عام الخط العربي

هيئة الاتـصالات وتقنية المعلومات

نبذة عن

أُنشئت هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات عام ١٤٢٢ هـ تحت مسمى (هيئة الاتصالات السعودية) ثم غُيّر اسمها إلى (هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات) بعد أن أُسندت لها مهام جديدة مرتبطة بتقنية المعلومات، وتعد الهيئة الجهة المنظمة لقطاع الاتصالات وتقنية المعلومات وقطاع البريد في المملكة بما يعكس رؤيتها وتطلّعات قيادتها، ويرتكز دور الهيئة في النهوض بالتقنيات الحديثة وتعزيز آليات تطبيقها وحماية المستخدمين، وتعزيز المنافسة العادلة وتشجيع الاستثمار.

هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات
Communications & Information Technology Commission

الهوية

تعكس الهوية دور الهيئة التنظيمي في تعزيز التحول الرقمي وخلق تصورًا جديدًا، حيث تشكّل عناصر الشعار رمز الـ wifi ملتفًا حول حرف الـ C ليعكس بهذا دور الهيئة في حماية المستخدمين ورعاية مصالحهم، كما يعبّر تدرج الألوان عن التقنية والعالم الرقمي، ويعكس اتساع نطاق المهام والأدوار، واُستخدمت العناصر الرقمية لتكوّن طابعًا تقنيًا يعكس السرعة والابتكار والمرونة في القطاع.

هيئة الاتـصالات وتقنية المعلومات

التقديم

بعد مُضي ٢٠ عامًا على تأسيس الهيئة أطلقت هويتها الجديدة واستراتيجيتها التي تمثّل رؤية المملكة ٢٠٣٠ كنقطة تحوّل تاريخية في مسيرتها، وذلك لما تمثّله من انتقال استراتيجي على مستقبل القطاعات المُكلّفة بتنظيمها.

الشعار قبل

هيئة الإتصالات وتقنية المعلومات
Communications and Information Technology Commission

الشعار بعد

هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات
Communications & Information Technology Commission

التدشين

التزامًا من الهيئة بتطبيق الاحترازات والتباعد الاجتماعي بسبب جائحة كورونا، أطلقت هويتها رقميًا عبر منصات التواصل الاجتماعي بفيديو تعريفي يصوّر إعلان الشعار الجديد الخاص بالهوية.

المجتمع

اتفق الجميع على جمالية الشعار الجديد الخاص بهيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، حيث عبّروا أنها عكست التحول الرقمي الذي تتوجه له المملكة بما يتوافق مع رؤية ٢٠٣٠.

للمزيد

رابط دليل الهوية

إعلان إطلاق الهوية

CITC_SA

وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية

نبذة عن الجهة

أنشئت وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية عام ١٣٨٠هـ كوزارتين منفصلتين، ثم تم دمجهما بموجب الأمر الملكي عام ١٤٤١هـ الذي نصّ على ضم وزارة الخدمة المدنية إلى وزارة العمل والتنمية الاجتماعية»، وتركّز الوزارة في وقتها الحالي على تمكين الفرد والمجتمع والمؤسسات وتعزيز المسؤولية المجتمعية، والارتقاء بسوق العمل من خلال تطوير السياسات والتشريعات، وتمكين منسوبي الوزارة من تقديم تجربة مميزة للمستفيدين وفق رؤيتها لمجتمعٍ حيوي.

الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية

الهوية

عملت وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية بتنفيذ هوية بصرية تتماشى مع استراتيجيتها الجديدة تحت رسالة «نحو سوق عملٍ جاذب» ويعكس الشعار بتناغم ألوانه التجدد والتطوير والتنمية والتمكين، ليمثّل إشراقةً جديدة تضيء مسيرة التطور المستدامة وأيقونتها «وطنٌ من وطن» في إطار الحفاظ على الهوية الوطنية والقيَم والمبادئ.
تتكون الهوية من ٤ ألوان تعكس قيَم الوزارة، يشير اللون الأزرق إلى أنها «متكاملة» والأخضر «واعدة» والأصفر «داعمة للتنمية» والبرتقالي «راسخة»

وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية

التقديم

طوّرت الوزارة هويتها في إطار التغييرات الرسمية والهيكلية التي تصب هدفها في توفير أفضل الخدمات للمواطنين والمقيمين بالمملكة كجزء من التحول الرقمي في رؤية ٢٠٣٠ التي تهدف إلى النهوض بجميع جوانب التنمية الاجتماعية والاقتصادية لمواطني المملكة، لترمز الهوية إلى رؤيةٍ واضحة وانطلاقة واعدة نحو مستقبلٍ مشرق.

التدشين

دُشّنت الهوية رقميًا على منصات التواصل الاجتماعي بفيديو تعريفي يعكس فلسفة الهوية وتوجهها، وذلك تطبيقًا للاحترازات الوقائية.

للمزيد

رابط دليل الهوية | إعلان إطلاق الهوية | HRSD_SA

وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية

سدايـا: هويـة تطبيـق توكلنا

تطبيق توكلنا

انطلاقًا من حرص حكومة المملكة العربية السعودية -أيدها الله- على الحفاظ على صحة وسلامة المواطنين والمقيمين على أراضيها من خطر انتشار فيروس كورونا المستجد؛ قامت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي «سدايا» بالتعاون مع وزارة الصحة بإطلاق تطبيق «توكلنا»، وذلك لمساندة الجهود الحكومية لمواجهة فيروس كورونا.

توكلنا
Tawakkalna

الهوية

أطلقت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي «سدايا» الإطلاق التجريبي لتطبيق توكلنا الذي يأتي في إطار دعم الجهود الحكومية للحد من انتشار فيروس كورونا المستجد، وبحسب توجيهات خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود وولي عهده الأمير محمد بن سلمان بأن تقوم الجهات الحكومية -كل حسب اختصاصه- بالعمل على تعزيز الإجراءات الاحترازية لمكافحة جائحة كورونا في إطار التعاون الوثيق مع وزارة الصحة.

قناة القرآن الكريم، وقناة السنة النبوية

التعريف:

القـرآن الكريـم: قناة تلفزيونية سـعودية تابعـة لهيئة الإذاعـة والتلفزيون خاصـة ببـثّ حـي ومباشـر للحـرم المكي الشـريف من مكـة المكرمة.
السـنة النبوية: قناة تلفزيونية سـعودية خاصة ببثّ حي ومباشـر للمسجد النبوي الشـريف من المدينة المنورة.

الهوية

أُضيفت بعض التعديلات لشـعارات الهوية الجديدة لقناتي القرآن الكريم والسـنة النبويـة لتكـون أكثـر وضوحًـا، شـملت التعديـلات: تعبئـة الفـراغ الداخلـي لإبـراز السـيفين والنخلـة، إضافـة خلفيـة سـوداء شـفافة لكلمة مباشـر، تعديـل لـون شـعار قنـاة القـرآن الكريـم لذهبي أقـل صُفرة.

المضمون

كانـت الآراء حـول تطويـر هويـة قناة القـرآن الكريم وقناة السـنة النبوية سـلبية، وعلّقت أن الشـعار ما زال تقليديًا ولا يوجد به أي حداثة وتطوير.

الأمــن العــام السعودي

نبذة عن الجهة

تأسس الأمن العام السعودي عام ١٩٢٧م كأحد المؤسسات الأمنية التابعة لوزارة الداخلية السعودية، وترتكز مهمته في الحفاظ على النظام ومكافحة الجريمة وحماية المقدسات، ومكافحة الإرهاب وتأمين سلامة حجاج بيت الله الحرام والحماية من المخاطر، وذلك في سبيل أن يكون المجتمع السعودي الأكثر أمنًا وطمأنينةً في العالم.

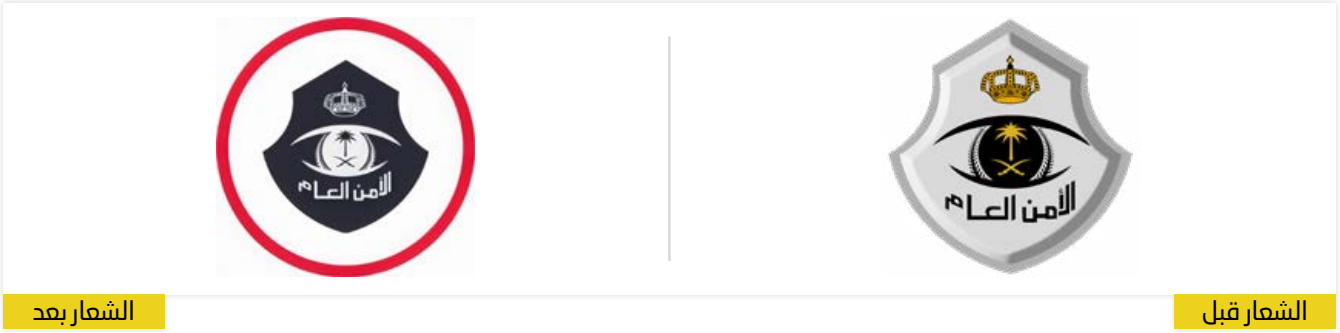
الهوية

أطلق الأمن العام السعودي شعاره الجديد بهوية بصرية جديدة وسط اهتمام كبيرٍ من المواطنين، وتحتوي عناصر الشعار على التاج والسيفين والنخلةً "شعار المملكة" محاطًا بدائرةٍ حمراء كتحذير أن أمن المملكة خطًا أحمر لا يمكن تجاوزه من أي فردٍ أو دولة.

الأمــن العــام السعودي

التعريف

دشّن الأمن العام السعودي هويته البصرية الجديدة عبر تغريدة في حسابه الرسمي بتويتر بتاريخ ٢٠/٨/٢٠٢٠م حيث لاقى الشعار محط اهتمام الكثير من الصحف ووسائل الإعلام، ولخّصت التغريدة أهم أهداف الأمن العام: منع الجريمة، حماية الأرواح والممتلكات والأعراض، القبض على المجرم.



الشعار قبل

الشعار بعد

للمزيد

moi.gov.sa

security_gov

المركز الوطني للتعليم الإلكتروني

عن المركز

مركز حكومي تأسس في أكتوبر عام ٢٠١٧م بقرار من مجلس الوزراء، وبرئاسة وزير التعليم حمد بن محمد آل الشيخ، ليكون جهة مستقلة تهدف لتعزيز الثقة في برامج التعليم الإلكتروني، وتمكين التكامل بين جهات التعليم والتوظيف، وقيادة الابتكار في التحول الرقمي في التعليم. متخذًا عاصمة المملكة العربية السعودية الرياض مقرًا لها.

المركز الوطني للتعليم الإلكتروني
National eLearning Center

الهوية

هوية جديدة تعكس الثقة في برامج التعليم الإلكتروني، والتكامل بين جهات التعليم والتوظيف، والابتكار في التحول الرقمي في التعليم. وترتكز على ثلاثة ألوان، يرمز اللون الأزرق إلى الثقة، واللون الأخضر إلى التكامل، والبنفسجي إلى الابتكار.

المركز الوطني للتعليم الإلكتروني

التقديم

أتى تغيير الهوية تزامنًا مع أوضاع كورونا وما فرضته من إجراءات جعلت من التعليم الإلكتروني حاجة وضرورة، كان ذلك سببًا في تطوير المركز الوطني للتعلم الإلكتروني بتوجه مستقبلي يتماشى مع جهود رؤية المملكة في ٢٠٣٠م

المركز الوطني للتعليم الإلكتروني
National eLearning Center

الشعار قبل

المركز الوطني للتعليم الإلكتروني
National eLearning Center

الشعار بعد

للمزيد

nelc.gov.sa

إعلان إطلاق الهوية

NCEL_SA

المـــشـــروع السادس عشـــر

أكاديـمية مهـد الريـاضيـة

عن الأكاديمية

هو مشروع وطني رياضي انطلق في ٢٧ يوليو من عام ٢٠٢٠ لاكتشاف وتطوير المواهب الرياضية للأطفال في كافة المناطق والمدن السعودية ضمن الألعاب الفردية والجماعية بهدف صناعة أجيال من الأبطال الرياضيين تحت إشراف مجموعة فنية من المدربين والإداريين وباستخدام مناهج علمية وتقنيات حديثة وشراكات دولية عبر منظومة رياضية متكاملة.

MAHD SPORTS ACADEMY

Land Of Champions

الهوية

استلهم شعار مهد اسمه من صلابة أرض المملكة، وعراقة تاريخها وروح شعبها ودعم قيادتها، وجاء شعارها بعنوان (أرض الأبطال) تحفيزًا لانتزاع أبطالها للذهب، أما علامتها فتكوّنت من ٦ عناصر هي: الكأس، والشعلة الأولمبية، والنشاط الرياضي، والصقر العربي الحر، والنخلة والتعليم.

أكاديـمية مهـد الريـاضية

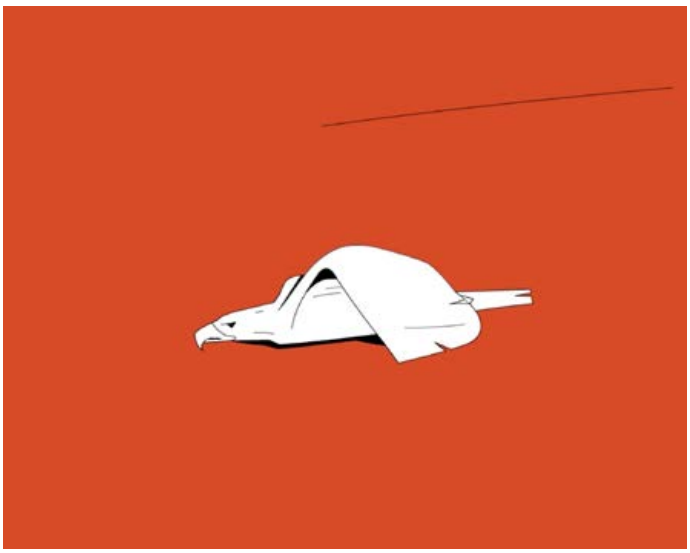
دشّنت أكاديمية مهد الرياضية هويتها في ٢٧ يوليو ٢٠٢٠م عبر مؤتمر صحفي في العاصمة الرياض تحت رعاية وزير الرياضة الأمير عبدالعزيز بن تركي الفيصل، وبحضور شخصيات عامة من رياضيين ومثقفين وأكاديميين، وبمباركة رئيس الاتحاد الدولي لكرة القدم جياني إنفانتينو والمدرب البرتغالي الشهير جوزيه مورينيو، وحظيَ الحفل بانتباه العديد من وسائل الإعلام السعودية مسلّطين الضوء على كلمة الأمير عبدالعزيز الفيصل: «نحتفل هذا اليوم -ولله الحمد- بإطلاق مشروع (أكاديمية مهد) الرياضية، هذا المشروع النوعي والفريد من نوعه على كافة المستويات والأصعدة، والذي يهدف إلى اكتشاف وتطوير المواهب الرياضية في وطننا الغالي في ظل الدعم غير المحدود الذي نجده من خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز، وولي العهد الأمير محمد بن سلمان واهتمامهما بالقطاع الرياضي وبشباب وشابات هذا الوطن الغالي».

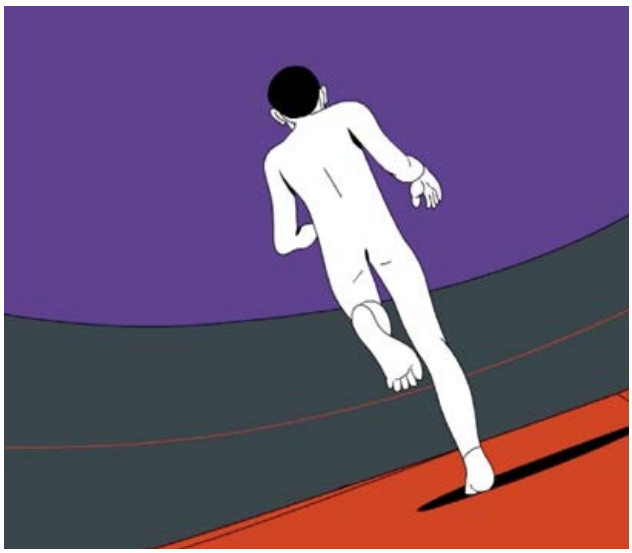
للمزيد

mahdacademy.sa إعلان إطلاق الهوية MahdAcademy

المـشـروع السادس عشـر

أكاديـمية مهـد الريـاضية





شعارات الهيـــئات الوطنيـــة الثقافيـــة والفنيـــة التابـــعة لوزارة الثـــقافة

أطلقت وزارة الثقافة ١١ هيئة ثقافية متخصصة لإدارة القطاع الثقافي السعودي، حيث تعمل الهيئات الثقافية ضمن مسارات تطويرية متنوعة تضمن أعلى مستويات الجودة في تنفيذ مشروع النهوض بالقطاع الثقافي وفقًا لرؤية المملكة ٢٠٣٠ وتوجهات وزارة الثقافة.
وهي: (هيئة الأدب والنشر والترجمة، هيئة الأزياء، هيئة الأفلام، هيئة التراث، هيئة فنون العمارة والتصميم، هيئة الفنون البصرية، هيئة المتاحف، هيئة المسرح والفنون الأدائية، هيئة المكتبات، هيئة الموسيقى، هيئة فنون الطهي).

وزارة الثقافة
Ministry of Culture

شعارات الهيـئات الوطنيـة الثقافيـة والفنيـة التابـعة لوزارة الثـقافة

الهوية

استوحت الهيئات شعاراتها من شعار وزارة الثقافة بنفس النمط و الألوان، مع مراعاة الاختلاف حسب توجه كل هيئة.

المضمون

أجمعت الآراء على بساطة التصاميم وإبداعها وتناغمها وتمسكها بالهوية الرئيسة.

هيئـة الأفـلام
Film Commission

هيئـة المتاحـف
Museums Commission

هيئـة الموسيـقى
Music Commission

هيئـة الفنـون البصريـة
Visual Arts Commission

هيئـة الأزيـاء
Fashion Commission

هيئـة فنـون الطهـي
Culinary Arts Commission

هيئـة المكتبـات
Libraries Commission

هيئـة التـراث
Heritage Commission

هيئـة فنـون العمـارة والتصمـيم
Architecture and Design Commission

هيئـة المسـرح والفنـون الأدائيـة
Theater and Performing Arts Commission

هيئـة الأدب والنشـر والترجمـة
Literature, Publishing & Translation Commission

للمزيد

moc.gov.sa

mocsaudi

الديـــوان العـــام للمحاسبـــة

نبذة عن

تأسس الديوان عام ١٣٤٥ هـ باسم ديوان المحاسبات، حتى تغيّر مسماه إلى «الديوان العام للمحاسبة» بعد صدور الأمر الملكي عام ١٤٤٠ هـ، ويعد الديوان العام للمحاسبة الجهاز الأعلى للرقابة المالية العامة والمحاسبة، وهو جهاز حكومي مستقل يتكفّل بمهام الرقابة اللاحقة على جميع إيرادات الدولة ومصروفاتها، ومراقبة حسن استعمال هذه الأموال واستغلالها، والمحافظة عليها، من خلال المراجعة المالية والالتزام، والرقابة على الأداء.

الديوان العام للمحاسبة
General Court of Audit

الهوية

أطلق الديوان هويته الجديدة بشعار يرمز إلى التكامل، حيث يسعى الديوان من خلاله إلى تأصيل ثقافة الشراكة الحقيقية مع الجهات المشمولة برقابته، وتعزيز القيمة المضافة تحقيقًا للصالح العام، ليتماشى مع رؤية الديوان بأن يكون جهازًا رقابيًا مهنيًا متطورًا يحقق الانضباط المالي ويرفع كفاءة أداء الأجهزة الحكومية.

المـــشـــروع الثامن عشـــر

الديـــوان العـــام للمحاسبـــة

التقديم

أتى تدشين الهوية الجديدة تزامناً مع صدور المرسوم الملكي بالموافقة على تعديل عددٍ من مواد نظام الديوان وإقرار مسماه الجديد الذي يُجسّد اهتمام القيادة الرشيدة في تطوير الأجهزة الرقابية، وتأكيدًا لأهمية ما يقوم به الديوان من أدوار واختصاصات.

الشعار بعد | الشعار قبل

التدشين

تم تدشين الهوية الجديدة للديوان في قاعة الأمير مساعد بن عبدالرحمن آل سعود بمقر الديوان في الرياض، وذلك بمشاركة عددٍ من الوزراء وكبار المسؤولين في الجهات الحكومية (عن بُعد) التزامًا بالإجراءات الاحترازية.

للمزيد

gca.gov.sa | اعلان إطلاق الهوية | SaudiGCA

جمعيــة الإمام محمد بن سعود الخيـرية بالدرعية (جمعية الدرعية)

مشروع الجمعية

أُنشئت جمعية الإمام محمد بن سعود الخيرية (جمعية الدرعية) بالدرعية عام ١٤٣٠ هـ وتُعنى بالأسر من ذوي الدخل المحدود والأرامل والمطلقات والأيتام من أهالي محافظة الدرعية وساكنيها والمراكز التابعة لها عبر عددٍ من الخدمات التنموية والرعوية في مختلف المسارات لتحقيق الاكتفاء الذاتي لهم ومساندتهم في ظروف الحياة الصعبة.

جمعية الدرعية
DIRIYAH SOCIETY

الهوية

أطلقت الجمعية هويتها من خلال حفل تدشين استراتيجيتها الجديدة برعاية سمو محافظ الدرعية الأمير محمد بن عبدالله بن عبدالرحمن آل سعود، ورئيس مجلس إدارة جمعية الإمام، والرئيس التنفيذي لهيئة تطوير بوابة الدرعية، وأخذ المدير التنفيذي لجمعية الدرعية أ.عبدالله العوين الحضور في رحلة ليعرفهم فيها على لمحة من تاريخ الجمعية وإنجازاتها ومحاور استراتيجيتها الجديدة.

المـشـروع التاسع عشر

جمعيـة الإمام محمد بن سعود الخيـرية بالدرعية (جمعية الدرعية)

التأسيس

مـع نهايـة العقـد الثانـي مـن تأسـيس جمعيـة الدرعيـة، أطلقـت الجمعيـة اسـتراتيجيتها الجديدة والتي شـملت الهوية الجديدة، لتكون أكثر شمولية فـي جعـل المجتمـع المدنـي لمحافظـة الدرعيـة والمراكـز التابعـة ضمـن أولوياتها.

الشعار قبل

الشعار بعد

التدشين

دشّـنت الجمعية حفل إطلاق اسـتراتيجيتها متضمنًا هويتها الجديدة برعاية صاحـب السـمو الأميـر أحمـد بـن عبـدالله بـن عبـد الرحمـن محافـظ الدرعية بحضـور عـددٍ من المسـؤولين فـي القطاعين العـام والخاص
وشـهد الحفل توقيع اتفاقية شـراكة بين جمعية الإمام محمد بن سـعود الخيريـة بالدرعيـة وهيئـة تطويـر بوابـة الدرعيـة، لتكـون الهيئة بهذا شـريكًا إسـتراتيجيًا للجمعية في العمـل الاجتماعي.

للمزيد

mscs.org.sa

mscs_org_sa

معًـا لمستـقبل آسيـا

نبذة:

حملة معًا لمستقبل آسيا لاستضافة السعودية لكأس آسيا عام ٢٠٢٧م، وتعد هذه الاستضافة نقطة انطلاق تحقق السعودية من خلالها المزيد من الإنجازات والبطولات والنجاح للمملكة.

BIDDING NATION
SAUDI ARABIA

2027

الهوية

يجمع شعار حملة الترشح لاستضافة نهائيات كأس آسيا ٢٠٢٧م بين ثلاثة عناصر تتمازج لتعبّر عن الهوية السعودية وشغفها بكرة القدم، وهي: الصقر الذهبي، وكرة القدم، والأجنحة.
يمثّل الصقر الذهبي رمزًا للطائر الوطني، كدلالةٍ على الشغف القوي للشعب السعودي، أما كرة القدم ترمز إلى التزام المملكة الجاد باستضافة كأس آسيا ٢٠٢٧ بأسلوبٍ جديد يكفل تعزيز هذه الرياضة وتوسيع تأثيرها وتحقيق أصداء إيجابية واسعة، ويتكامل الشعار مع الأجنحة التي ترمز إلى تعزيز الشراكات، والمضي قدمًا نحو تنظيم حدثٍ ناجح من كافة النواحي.

للمزيد

saudi2027.com saudi2027

أمانــة منـطقة عسيــر

الرؤية

هي الأمانة المعنية بتطوير منطقة عسير، وبناء تنمية عمرانية وسياحية مستدامة، مع الحفاظ على الموروث الحضاري والبيئي واستثماره محليًا وعربيًا، وتقديم الخدمات التي تنال رضا واستحسان المواطنين، والعمل على تكوين منظومة من الشراكات لتحقيق بيئة متكاملة ونوعية.

أمانــة منطقــة عسـير
ASSIR MUNICIPALITY

الهوية

يستمد شعار أمانة منطقة عسير الجديد مكوناته وزواياه الهندسية من الفنون العريقة لمنطقة عسير ، مثل: فن «القط» الخاص بتزيين المنازل قديمًا، وترمز ألوان الشعار إلى جميع مكونات منطقة عسير الطبيعية والجمالية والتراثية والثقافية، حيث يرمز اللون الأخضر إلى «لون البساط الأخضر والغابات الكثيفة التي تتميز بها المنطقة» واللون الأزرق «لشواطئ المنطقة التي تعد الجاذب السياحي الأول للأهالي والزوار في أيام الشتاء» أما اللون البني «يرمز إلى الجبال العالية والسهول الخصبة التي تشتهر بها المنطقة»

المــشــروع الواحد والعشرون

أمانــة منــطقة عسيــر

التغيير

صـرّح أمين عسـير الدكتور وليد الحميدي أن الشـعار الجديـد يمثل أحد أوجه الانطلاق بأعمال الأمانة نحو آفاق جديدة تستمد رؤيتها من جمال وعراقة منطقة عسـير بما يتوافق مع رؤية المملكة ٢٠٣٠.

الشعار قبل

الشعار بعد

التدشين

دشّن معالي وزير الشؤون البلدية والقروية المكلّف أ. ماجد الحقيل الشعار الجديد لأمانة منطقة عسـير خلال زيارته لمنطقة عسـير، ويأتي الشعار في إطار خطط تطوير جميع الهياكل الإدارية والفنية للأمانة بما يتماشى مع رؤية المملكة ٢٠٣٠

الآراء

اتفقـت أغلـب الآراء علـى نجـاح الشـعار كونـه جمـع بين ثلاثـة عناصـر، إبراز جماليـة ثقافة عسـير، والبسـاطة، وعكسـه للتقدم الحاصل فـي المملكة.

للمزيد

asirmunicipal

ars.gov.sa

المشروع الثاني والعشرون

غرفة تبوك

عن غرفة تبوك

هي هيئة لا تهدف إلى الربح، أُنشئت بقرار معالي وزير التجارة رقم ١٥٩٢ بتاريخ ١٤٠١/٠٤/٠٣هـ، ويُمثّل اختصاصها المصالح التجارية والصناعية لدى السلطات العامة، وتعمل على حمايتها وتطويرها لمنسوبيها، والقطاع الخاص بصفةٍ خاصة والاقتصاد الوطني بصفةٍ عامة، ويمتد نشاط الغرفة إلى المجال الاجتماعي تحقيقًا لدورها في تحقيق الرُقي والرفاهية للمنطقة التي تعمل بها.

غرفة تبوك
TABUK CHAMBER

سبب التغيير

جاء التغيير انسجامًا مع التحوّل الاقتصادي الكبير الذي تشهده المنطقة ورؤية المملكة ٢٠٣٠، وتعزيزاً لدور الغرفة في الحراك الاقتصادي والتنموي الذي تشهده المملكة.

الغرفة التجارية الصناعية بتبوك
Tabuk Chamber of Commerce & Industry

الشعار قبل

غرفة تبوك
TABUK CHAMBER

الشعار بعد

للمزيد

tcci.org.sa

tabukchamber

تحفيـــظ الشرقيـــة

عن:

جمعية خيرية تُعنى بتعليم كتـاب الله تلاوةً وحفظًا وإتقانًا، وذلك من خـلال برامـج متنوعـة ومناهـج علميـة متخصصـة وكفـاءات متميـزة وربـط جميـع فئـات المجتمـع بالقرآن.

تحفيظ
الشرقيّة
منذ 1388 هـ

التغيير

تـم تغييـر شـعار الجمعيـة احتفـالًا بمـرور ٥٠ عـام مـن العطـاء، والتـي أتت مواكبـةً للنقلـة النوعيـة التـي تشـهدها الجمعيـة فـي مختلف مسـاراتها تحقيقًـا لرسـالتها السـامية ورؤيتهـا المباركـة في نشـر وتعليم كتـاب الله، وتعزيـزًا لرسـالة المملكـة فـي خدمـة القـرآن الكريـم وأهله.

الجمعية الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم بالمنطقة الشرقية

الشعار قبل

تحفيظ
الشرقيّة
منذ 1388 هـ

الشعار بعد

للمزيد

quran-er.org.sa

qer_org

المشروع الرابع والعشرون

الألعاب السعودية

نبذة عن الألعاب السعودية

أطلق وزير الرياضة الأمير عبدالعزيز بن تركي الفيصل «دورة الألعاب السعودية» بنسختها الأولى ضمن مبادرات «برنامج جودة الحياة» المشرفة عليه اللجنة الأولمبية العربية السعودية، ويعد كما وصفه سموّه الحدث الرياضي الأضخم في تاريخ السعودية من حيث عدد المشاركين والألعاب بمشاركة أكثر من ٦٠٠٠ لاعب ولاعبة، و ٢٠٠٠ مشرف فنّي وإداري من ١٣ منطقة في بالمملكة، بالإضافة إلى فريق «أصدقاء السعودية» الذي يضم رياضيين أجانب من مختلف دول العالم للمنافسة في ٤٠ لعبة مختلفة.

كما سيشارك في التنظيم أكثر من ٥٠٠٠ متطوع ومتطوعة تحت إشراف أبرز المتخصصين من مختلف دول العالم، لجعل دورة الألعاب السعودية فرصةً ذهبيةً لشباب وشابات المملكة الذين يطمحون للعمل في المجال الرياضي.

الريـاض عاصـمة المـرأة العربية

٣٠.

أعلنت لجنة المرأة العربية في اجتماع دورتها الـ ٣٩ الذي عُقد بالرياض تحت مظلة جامعة الدول العربية وبحضور رؤساء ووزراء ووفود الدول العربية والآليات الوطنية المعنية بالمرأة، عن إطلاقها مدينة الرياض عاصمةً للمرأة العربية لعام ٢٠٢٠م تحت شعار «المرأة وطن وطموح» ويأتي هذا القرار لدور المملكة في دعم المرأة وتعزيز دورها على كافة المستويات.

الريـــاض 2020

عاصمة المرأة العربية

Riyadh Capital of Arab Women

وزارة الشؤون البلديــة والقرويــة:البقالات

الموضوع:

تأتي هذه الاشتراطات المُعدّة بالتعاون مع الجهات الحكومية المختلفة إلى تنظيم ورفع جودة قطاع البقالات والتموينات والأسواق المركزية وما في حكمها عبر تحسين الخدمات المقدمة للمستهلكين، وتشمل الاشتراطات: التصميم الموحّد، التشغيل، الترخيص.

التغيير

جاء الهدف من تغيير الهوية التجارية في القطاع لتوحيد العلامات والحصول على منظر أكثر تناسقًا بعيد عن التشوّه البصري، كما يتيح هذا التوحيد الوصول بسهولة للبقالات والتعرّف عليها.

التصميم

حاز هذا القرار على إعجاب المجتمع كونه سيقلل من التشوه البصري الناتج عن التباين في اللوحات الخارجية ويمنح اللوح شكلًا أجمل، إلا أن هناك بعض التخوف من التشابه وعدم التمييز.

وزارة الشؤون البلديـــة والقرويـة:البقالات

للمزيد

رابط دليل الهوية

جائـزة المـلك فيــصل

نبذة عن الجائزة

أنشئت مؤسسة الملك فيصل الخيرية عام ١٣٩٦ هـ/ ١٩٧٦ م على أيدي أبنائه تخليدًا لذكرى والدهم وإسهامًا في دعم العمل البنّاء وتمكين أجيال المستقبل لتُكمل المؤسسة نهج الملك فيصل -رحمه الله-.
وفي عام ١٣٩٧ هـ/ ١٩٧٧ م أُطلقت جائزة الملك فيصل العالمية بإعلان من صاحب السمو الملكي الأمير عبد الله الفيصل وبقرار من مجلس أمناء المؤسسة، وبدأ منح أولى جوائزها عام ١٣٩٩ هـ/ ١٩٧٩ م.

الهوية

تعكس الهوية الروح العربية بطابعٍ كلاسيكي يحمل الجزم والرزانة، ومن أهم مميزاتها أنها فعالة ومرنة.

الشعار قبل

الشعار بعد

للمزيد

قصه الشعار

KingFaisalPrize

الهيـــئة السعوديـــة للسيـــاحة

مستقبل السفر

الهيئة السعودية للسياحة تابعة لوزارة السياحة، وهي المشرف والمسؤول الرسمي لـروح السـعودية، وتتمثّـل أدوارهـا فـي المنتجـات السـياحية والتسـويق السـياحي وتجربة السيّاح.

الهيئـــة السعودية للسياحـــة
SAUDI TOURISM AUTHORITY

للمزيد

sta.gov.sa | اعلان إطلاق الهوية | Sauditourism

04

القطاع الخاص
Private Sector

مطاعم مايـــسترو بيـــتزا

بدأت مايسترو بيتزا عام ٢٠١٣ بإدارة وطاقات سعودية شابة، ومستشارين عالميين في المجال، أصبحت علامة مايسترو اليوم أحد أسرع سلاسل مطاعم الخدمات السريعة نموًا في المملكة، لتعبّر ببساطة عن الشباب والنشاط والإتقان في العمل، وحققت أرقامًا قياسية في سرعة التوصيل باستخدامها أحدث التقنيات.

مايسترو

MAESTRO

مطاعم مايـسترو بيـتزا

التغيير

كان الهدف المرتكز من تغيير الهوية هو التموضع بحُرية أكبر وسهولة التطبيق بكفاءة في الهوية البصرية.

الشعار قبل

الشعار بعد

المجتمع

تباينت الآراء حول شكل الشعار الجديد لهوية مايسترو، اتفقت مجموعة على جمال وتميّز الشعار وبساطته وعكسه لمايسترو كعلامة تجارية سعودية بارزة في مجال المطاعم، بينما نفَت مجموعة هذا الرأي وعبّرت أن الشعار بسيط جدًا وعادي وغير مميز.

للمزيد

maestropizza.com

maestropizzaksa

يـلو (الوفـاق لتأجيـر السيـارات)

عن يلو

تأسست شركة يلو -الوفاق سابقًا- عام ٢٠٠٠م كإحدى العلامات التجارية المختصة والبارزة في خدمة تأجير السيارات، والمعترف بها إقليميًا بأكثر من ٨٠ فرع بين مدن ومطارات مختلفة في المملكة العربية السعودية، وتمتد عربيًا للإمارات وجمهورية مصر العربية.

يلو YELO

يلو YELO

عن الهوية

هوية جديدة تواكب طموحات وتوجهات يلو المستقبلية وتدعم علامتها التجارية ذات الحضور العالمي القوي في قطاع خدمات النقل.
يتميز الشعار ببساطته، ويتكون من لونين، خلفية صفراء واسم يلو باللون البنفسجي.

المـــشـــروع السابع والعشرون

يـــلو (الوفـــاق لتأجيـــر السيـــارات)

سبب التغيير

جاء سبب تغيير الهوية استجابةً للنمو المتسارع الذي تشهده المملكة تحت ظل رؤية ٢٠٣٠ والتي يعد جانب السفر والسياحة أحد أولوياتها كونه يشكّل رافدًا مهمًا في دعم الاقتصاد، والذي يؤثر إيجابًا بدوره على قطاع تأجير السيارات، كما أنها تمثّل المرحلة القادمة وطموح يلو في التوسع والوصول لأسواق جديدة خارج المملكة والنطاق العربي.

الشعار قبل

الشعار بعد

للمزيد

iyelo.com

إعلان الهوية الجديدة

YeloDrive

قناة العربيـــة

المشروع:

قناة فضائية إخبارية سعودية، بدأ أول بثٍ لها في ٣ مارس ٢٠٠٣ تحت شعار «أن تعرف أكثر» ويقدّر عدد مشاهدي القناة بـ ٢٣,٣٩٦,١٢٠ مشاهدًا. يديـر العربية سفير السعودية في الإمارات المتحدة تركي الدخيل، وتبث من مدينة دبي للإعلام، وتُعنى بالأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية، تضم القناة مجموعة من الإعلاميين السعوديين والعرب والغربيين.

العربية
alarabiya

الهوية:

أطلقت قناة العربية هويتها الجديدة معلنةً بهذا تجديد روح القناة، وتغيرت الهوية بشكلٍ جذري حيث ساد عليها اللون الأبيض، ودُمجت فيها التكنولوجيا من خلال إضافة لمسات جمالية في استديوهات العربية، كما شمل تطوير الهوية التركيز على المصداقية والنزاهة في سبيل تقديم مادة إعلامية مميزة ترضي الذوق العربي والعالمي.

محمصة ومقهى خطـوة جـمل

عن خطوة جمل

محمصة خطوة جمل واحدة من أولى محلات التحميص المتخصصة في المملكة العربية السعودية، حيث بدأت خطواتها عام ٢٠١٤، وتهدف إلى الارتقاء بمستوى جودة البن في السوق المحلي بشكلٍ خاص والإقليمي بشكلٍ عام، كما تسعى إلى نشر المعرفة والثقافة حول القهوة المختصة، وتحرص بتلبية متطلبات عملائها بتوفير أحدث المنتجات في السوق العالمية، لتحقق بهذا رؤيتها في الريادة في مجال القهوة المختصة في المنطقة.

خطوة جمل
CAMEL STEP
COFFEE ROASTERS

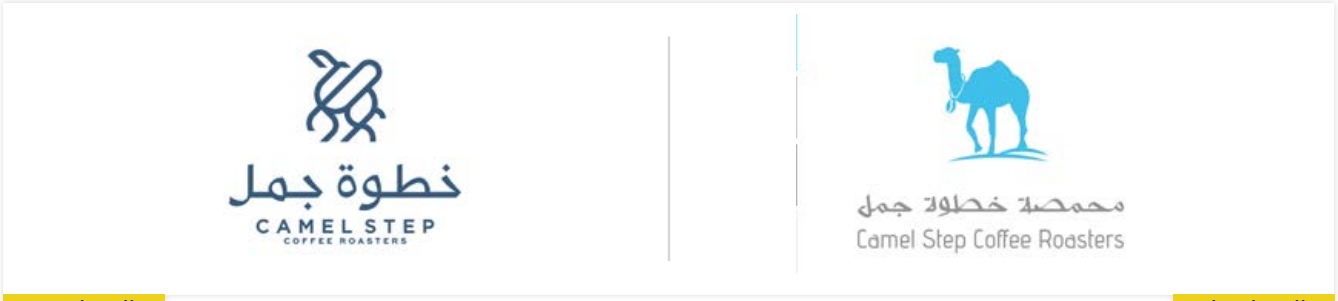
الهوية

طوّرت خطوة جمل هويتها الجديدة التي احتفظت بشعار الجمل كرمز لاسمها المستوحى من روح الصحراء، وغيّرت شكل وتصميم الشعار بما يتناسب مع توجهاتها، واتخذت الجمل كشعارٍ لها لأهميته في تيسير التنقل والترحال والتجارة.

محمصة ومقهى خطـوة جـمل

المشهد

دشنت خطوة جمل هويتها الجديدة احتفالًا بعامها السابع واحتفاءً بحقبةٍ جديدة يقودها الشغف والطموح تحقيقًا لرؤية المحمصة ونشر ثقافة القهوة المختصة.



الشعار قبل

الشعار بعد

المجتمع

تباينت الآراء حول الهوية ما بين استحسانٍ وإعجابٍ بالتصميم الجديد، وما بين انتقادات حول عدم وضوح الشعار كون الشعار السابق يعكس رمز وشكل الجمل بشكلٍ أوضح.

للمزيد

camelstep.com | إعلان الهوية الجديدة | camelstep

تطبيــق جـاهز

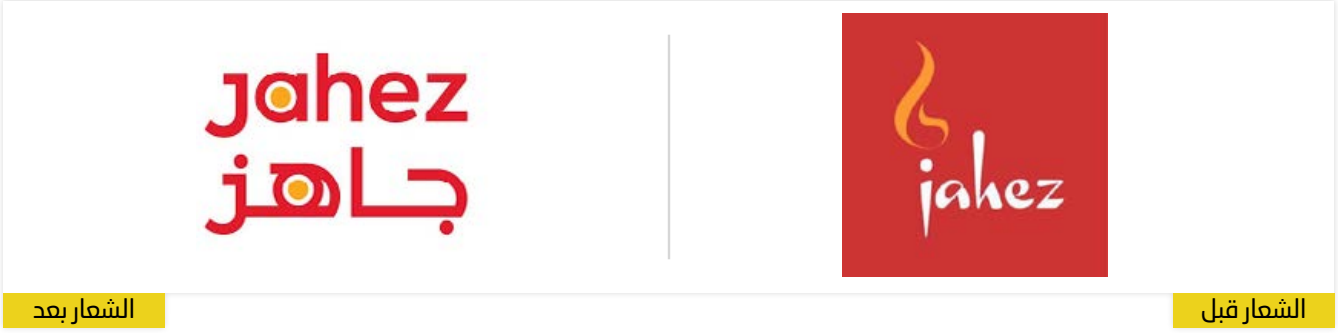
التعريف

جاهز شركة ومنصة سعودية ناشئة تأسست في سبتمبر ٢٠١٦م لصاحبها المهندس غصاب المنديل الرئيس التنفيذي لشركة علامات الدولية، ويختص عمل جاهز بمجال التوصيل من المطاعم والمتاجر إلى المستهلكين، مع توفير خدمة تتبع الطلب بشكلٍ دقيق.

jahez
جـاهز

التدشين

احتفلت منصة جاهز بهويتها الجديدة بإطلاق مسابقة عبر منصة تويتر عبارة عن سحب على جائزة رصيد ٥٠٠ ريال لأربعين فائز يغرّد بصورة الشعار الجديد، أو يضيف تعليقًا مناسبًا.



الشعار قبل

الشعار بعد

للمزيد

jahez.net

مسابقة جـاهز

JahezApp

نادي الريـاض السـعودي

نبذة:

هو نادي كرة قدم سعودي، تأسس عام ١٩٥٣ م تحت مسمى «أهلي الرياض» ثم «اليمامة»، حتى أصبح باسمه الحالي «نادي الرياض السعودي» شهد النادي عصره الذهبي في بداية التسعينات الميلادية بقيادة المدرب البرازيلي زوماريو ولاعبيه الكبار مثل طلال الجبرين وياسر الطايفي وفهد الحمدان، وحقق خلالها كأس ولي العهد ووصل إلى نهائي كأس دوري خادم الحرمين الشريفين في موسم ١٩٩٣-١٩٩٤ م.

الشعار قبل

الشعار بعد

للمزيد

RiyadhFC

المــشــروع الخامس والثلاثون

مؤسسة تركي بن عبدالمحسن آل الشيخ الخيرية

عن المؤسسة

أعلن معالي المستشار تركي بن عبدالمحسن آل الشيخ عن إطلاقه مؤسسة خيرية باسمه، وأنشأ لها حسابًا موثقًا على منصة تويتر يحمل شعارًا خاصًا للمؤسسة، وسيُعلن إطلاقها قريبًا كما أعلن.

تركي بن عبدالمحسن آل الشيخ
Turki AbdulMuhsen Alalshikh
Charitable Foundation مؤسسة خيرية

للمزيد

TAlalshikhFDN

05

الهويات العالمية
International Brands

المــشــروع السادس والثلاثون

بــي إم دبليــو | BMW

عن بي إم دبليو

شركة المحركات البافارية المعروفة بـ (بي إم دبليو) هي شركة ألمانية متعددة الجنسيات، ومتخصصة في إنتاج السيارات والدراجات النارية، بدأت عام ١٩١٦م كشركة مصنّعة لمحركات الطائرات، وتضم تحتها العلامات التجارية: بي إم دبليو، وميني بي إم دبليو، ورولز رويس، وتعد من أكبر المنافسين للسيارات الألمانية الأخرى مثل: مرسيدس، أودي، فوكس فوجن، مايباخ. وفي عام ٢٠١٥ كانت بي إم دبليو ثاني أكبر منتج سيارات في العالم.

الهوية

تخلّت بي إم دبليو عن شعارها الأيقوني بعد عقدين من الزمن بتصميم أبسط استبدلت فيه الإطار الأسود بإطار شفاف يعكس امتدادًا واتساعًا أكبر، وبأحرف أكثر بروزًا وعصرية، إلا أنّها احتفظت بالأيقونة الزرقاء والبيضاء. ليعكس الشعار بكل هذه العناصر علاقة بي إم دبليو بمتعة القيادة والتنقل في المستقبل كما عبّر عنه نائب رئيس العملاء والعلامة التجارية الأول للشركة جانز ثيمر للانطلاق نحو المزيد من الانفتاح والوضوح.

المــشــروع السادس والثلاثون

بــي إم دبليــو | BMW

التدشين

دشّنت بي إم دبليو شعارها الجديد تزامنًا مع إطلاق سيارة BMW Concept i٤ الاختبارية الكهربائية في مارس ٢٠٢٠ موضحةً أن الشعار يعبّر عن الانفتاح والوضوح ومواكبة التجدد.
وصرّحت الشركة عن استخدام شعارها الجديد في عمليات الاتصال في الشركة والتي تتضمن منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وموقع الشركة على الإنترنت، إلا أنه لا يوجد أي خطط لاستخدام الشعار الجديد على السيارات، وكان وضعه على غطاء محرك سيارة BMW Concept i٤ كونها كهربائية وموجهة لتسلا.

الشعار قبل

الشعار بعد

للمزيد

bmw.com

إعلان إطلاق الهوية

نيسان | Nissan

نبذة عن

شركة يابانية متخصصة في صناعة السيارات، مقرها الرئيس في مدينة يوكوهاما بمحافظة كاناغاوا، تأسست عام ١٩٣٢م، وكانت تُعرف سابقًا باسم «نيبون سانغيو» والتي تعني صناعات اليابان، ثم اُختصر الاسم لنيسان.
وفي عام ١٩٩٩م تحالفت نيسان مع صانع السيارات الفرنسي رينو في محاولة لإنقاذها من الإفلاس، فنقلها نقلةً نوعيةً كبيرة لتصبح شركة منافسة لكُبرى شركات السيارات.

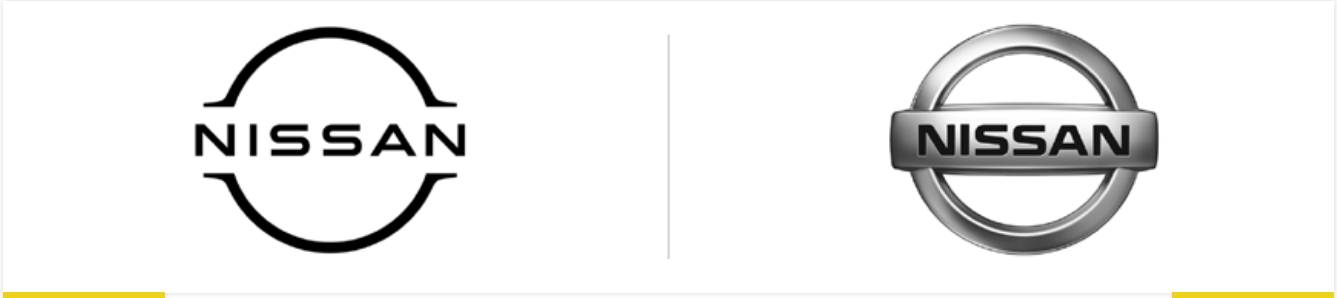
الهوية

منذ ٢٠ عامًا هذه المرة الأولى التي تغيّر فيها نيسان شعارها، لتعكس في شعارها الجديد التغيرات الهامة في المجتمع على مدى العقدين الماضيين، وتصف الشركة شعارها بأنه بداية لفصلٍ جديدٍ لها برمزه إلى التوجه نحو المستقبل مع الحفاظ على عراقة العلامة التجارية، حيث لم يتغيّر الشعار جذريًا، وإنما تم الاكتفاء بتغييرٍ بسيط يحفظ للشركة تاريخها ويعكس إنجازاتها وذكرياتها ويتماشى مع التطور في آنٍ واحد. برشاقة، وخفة، ومرونة، وإلهامٍ مستمد من تطورات العلم والتكنولوجيا والاتصالات الحديثة.

نيسان | Nissan

التحديث

انضمت نيسان للعديد من منافسيها في توجه التصميم لشعارها الجديد الذي ابتعد عن كونه ثلاثي الأبعاد إلى ثنائي الأبعاد مسطحًا، مثل: BMW, Volkswagen، وبدأت نيسان العمل على شعارها منذ عام ٢٠١٧م حتى أطلقته أخيرًا في ٢٠٢٠م ليواكب المستقبل الرقمي للعالم.
ومن المقرر ظهور الشعار الجديد رقميًا وبشكلٍ ملموس في يوليو، وسيظهر على سيارات نيسان الكهربائية شعار حصري مضاء بـ ٣٠ مصباح LED في إشارة لعدد السنوات بين الشعارين.



الشعار قبل

الشعار بعد

للمزيد

إعلان إطلاق الهوية

nissan-global.com

بريـــنجلز | Pringles

عن برينجلز

هـي علامـة تجارية أمريكيـة خاصة بإنتاج البطاطس القابلـة للتكديس، بدأ بيعها عام ١٩٦٧م من قبَل شـركة بروكتر آند غامبل (P&G) في الولايات المتحدة الأمريكية تحت اسـم برينجلز نيو فانجلد، ثم بيعت لشـركة كيلوغز عام ٢٠١٢م.

الهوية

قررت برينجلز منح شـعارها مظهرًا جديدًا بإبراز نكهاتها بشـكل أفضل على كل علبـة، حيـث يحافظ الشـعار الجديد على شـكل علامتـه النصية الصفراء السـابقة «pringles» كمـا هـي بالنقطـة علـى حـرف «i» والتـي ترمـز لقطعة رقائق البطاطس، مع تجديد لمظهر السيد برينجلز الذي استمر على شـكله منـذ عـام ١٩٩٧م، حيـث تخلـى عن شـعره الأصفر، واسـتبدل شـنبه الأصفر المخطط بنشب أسود، وأصبحت ربطة العنق الحمراء مسطحة. إلا أن الشـعار قـد يواجـه بعـض الصعوبة في التصاميـم ذات الخلفية البيضاء.

برينجلز | Pringles

التشخيص

عقـدت برينجلـز شـراكة مـع بطل اتحاد كـرة القدم الأمريكي فيكتـور كروز لتقديـم إعـلان شـعارها الجديـد بإطـلاق مسـابقة وطنية تمنح المشـجعين فرصة للفوز عبر حسابه الشخصي بتويتر في ديسمبر ٢٠٢٠ لتشجيع محبّي برينجلـز على المشـاركة والفـوز بـ ١٥٠٠ دولار بالإضافة لمجموعة مختارة مـن منتجات برينجلز بالشـعار الجديد.

الشعار قبل

الشعار بعد

المجتمع

اختلفـت ردود الفعـل حـول شـعار برينجلـز الجديـد، حيث نال إعجـاب البعض بكونه أكثر بساطة وعصرية، بالمقابل استنكر الكثير هذه البساطة بوصفها بسـيطة زيادة عن اللازم.

للمزيد

pringles.com | إعلان إطلاق الهوية | pringles

فايزر | pfizer

نبذة عن

شركة أدوية أمريكية عالمية تعد واحدة من أكبر شركات الأدوية في العالم، ويصب نشاطها في تطوير وإنتاج الأدوية واللقاحات لمجموعة واسعة من التخصصات الطبية.

الهوية

يتميز الشعار الجديد بحركة تصاعدية ملهمة للتقدم والتغيير بحثًا عن ابتكارات تخدم الغد، حيث تعكس الهوية شغف الشركة وتفانيها في الابتكار العلمي ورفاهية المرضى، كما أنها صُممت لتكون رقميةً في المقام الأول.

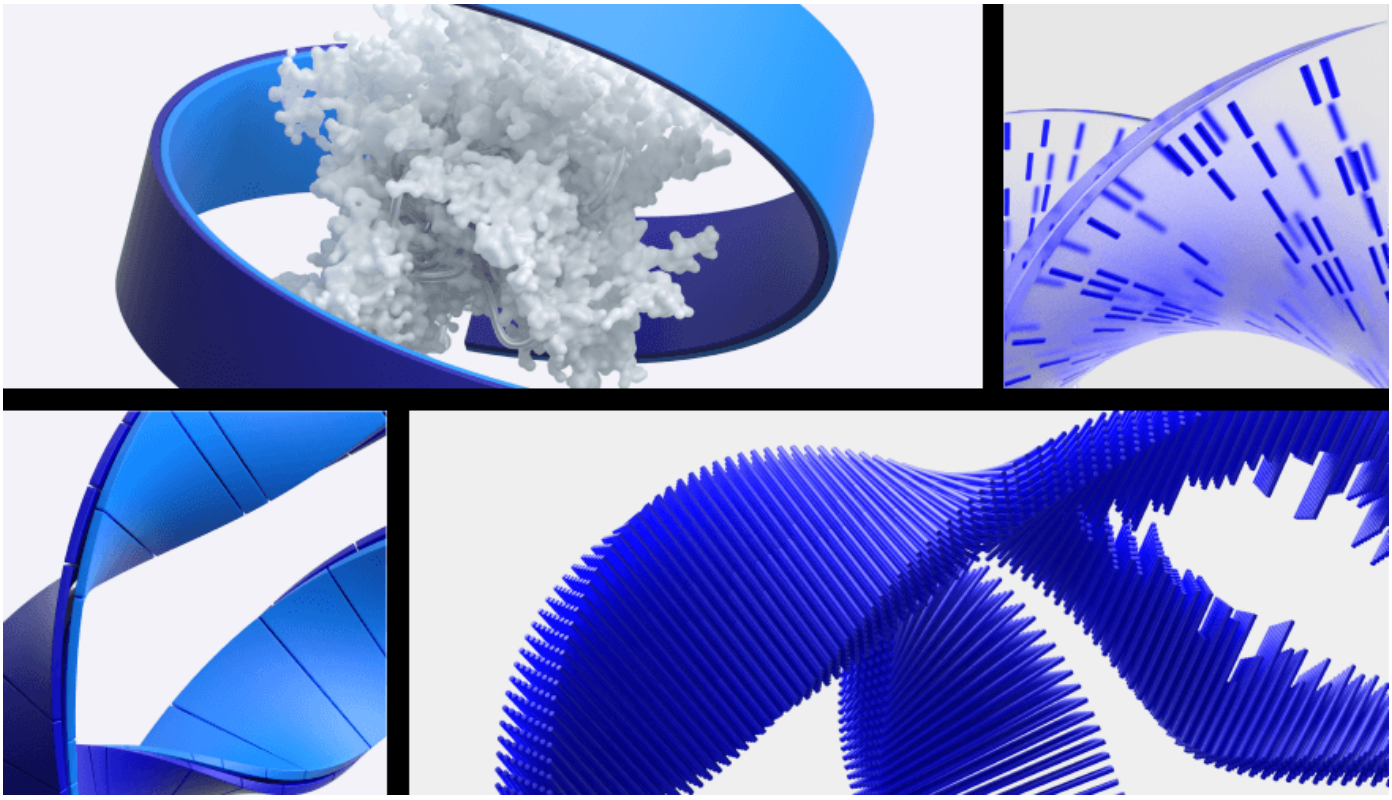
الشعار قبل

الشعار بعد

فايزر | pfizer

التشخيص

تبعًا للإستراتيجية الجديدة للشركة في انتقالها من التجارة الدوائية إلى القيادة العلمية، وبعد أن برز اسم فايزر في إنتاج لقاح فايروس كورونا ١٩ استبدلت رمزية كبسولة العلاج في شعارها القديم برمزية الحمض النووي في صورة تعكس تطورها من مؤسسة متنوعة إلى شركة أدوية بيولوجية أكثر تركيزًا وابتكارًا، ومن متابع علمي إلى قائد علمي من الدرجة الأولى.



للمزيد

إعلان إطلاق الهوية

pfizer

جي ميل | G-mail

نبذة عن

شركة أمريكية متخصصة في مجال الإعلان المرتبط بخدمات البحث على الإنترنت وإرسال رسائل البريد الإلكتروني عن طريق جي ميل، تأسست عام ١٩٨٩ م على يد سيرجي بيرن ولاري بايج، وهي تابعة لشركة جوجل المسؤولة عن تنظيم كم المعلومات الهائل على الويب، حيث تعتبر جوجل إحدى الشركات الرائدة في المجالات التقنية، وكل ما يتعلق بالسحابة الإلكترونية، وخدمات الإنترنت، ونحو ذلك.

Gmail

الهوية

استبدلت جوجل أيقونة شعار Gmail بتصميم يواكب منتجاتها الأخرى، فجعلت حرف الـ M بألوان متعددة مستلهمة من ألوان العلامة التجارية، وهي: الأزرق، الأحمر، الأصفر، الأخضر، وعكست هذه الألوان على كافة منتجاتها: كالخرائط، وصور جوجل، وغيرها.. إلا أن اللون الأحمر يغلب على شعار Gmail الجديد مع لمسة بسيطة من اللون الأزرق والأصفر والأخضر.

الشعار قبل

الشعار بعد

06

الخاتـــمـة

Conclusion

ماهي أبرز التحديات التي واجهت قطاع التصميم خلال ٢٠٢٠؟ وهل أثرت كورونا على تصميم وتطوير الهويات؟

بالرغم من أن العام ٢٠٢٠ كان مليء بالتحديات لقطاع التسويق والتصميم وكافة المجالات الإبداعية عموماً إلا أنه ذلك كان له أثر إيجابي أيضاً على تواجد الخدمات الرقمية والحملات التوعوية عموماً. يمكننا تلخيص أثر الأزمة على قطاع الهويات بالتالي:

- انطلاق العديد من المبادرات الحكومية التوعوية وتطبيقات نشأت خلال فترة الأزمة (توكلنا - تباعد - حملة لنعود بحذر - حملة كلنا مسؤول) مما عزز أهمية صناعة هوية للحملات تسهل توصيل الفكرة للفئة المستهدفة وتعزز تفاعلهم معها .

توكلنا Tawakkalna
تباعد Tabaud
نعود بحذر
كلنا مسؤول

- تحول العمل في الكثير من الجهات للعمل عن بعد مما غيّر طريقة التفكير في إدارة المشاريع وقد يكون أضاف بعض التحديات على كفاءة العمل وسرعة الإنجاز. في المقابل ساهم العمل عن بعد في زيادة فرصة عمل فرق مختلفة على المشاريع قد كان يمنعها سابقاً حاجز التواجد الجسدي.
- الحاجة إلى تطوير تصاميم شعارات توعوية و رموز وملصقات ترتبط بالجائحة في مواقع التواصل الاجتماعي والفروع (مثل: التعليمات الاحترازية ، طريقة غسل اليدين الصحيحة ..إلخ) وذلك تماشياً مع التوجهات العامة.

ماهي أبرز التحديات التي واجهت قطاع التصميم خلال ٢٠٢٠؟ وهل أثرت كورونا على تصميم وتطوير الهويات؟

- خلال الجائحة تم الاعتماد كليًا على التطبيقات الرقمية ، لذا قامت العديد من الجهات بتطوير وإعادة تصميم هويتها بما يتناسب مع توجه التحول الرقمي الجديد.

- خلق فرصة مسؤولية اجتماعية لتصميم منشورات على مواقع التواصل الاجتماعي تهدف إلى رفع الوعي عن فيروس كورونا ، وطرق الحماية منه حيث ساهمت العديد من الجهات وشركات القطاع الخاص في الحملات التوعوية.

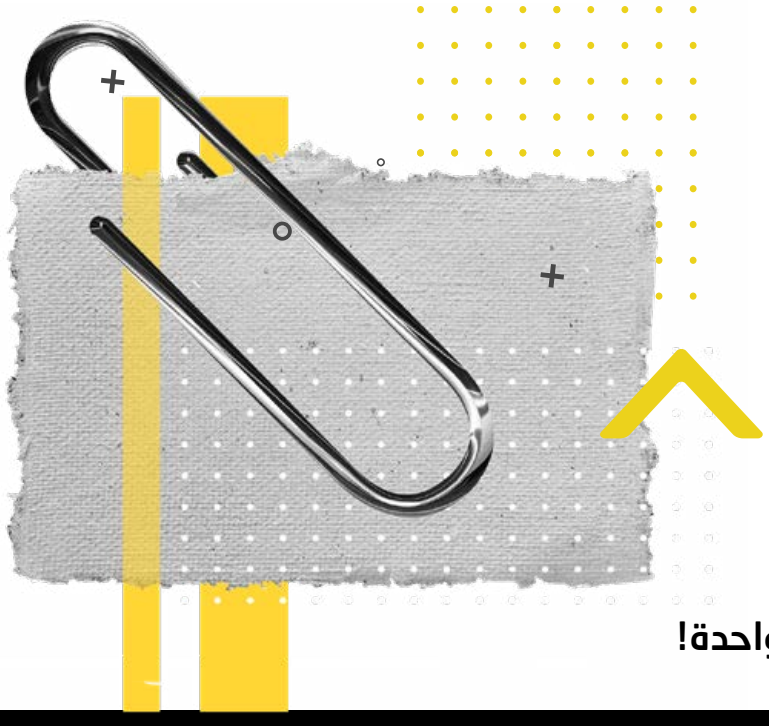
- العديد من الجهات أجلّت مشاريع الهوية والإنفاق التسويقي لحين عودة الأمور لمجراها الطبيعي مما قد يسبب هزّة للقطاع التسويقي وربما خروج العديد من المواهب من وظائفهم.

تفكر في إعـادة بناء الهـــوية؟

سواءاً كنت تبحث عن فريق استشاري يقيّم وضع الهوية الخاصة بشركتك أو مشروعك ويرسم الخطط الاستراتيجية لبناءها وهيكلتها ..

أو لربما تتطلع لإعادة تصميم الهوية البصرية وتطويرها بما يتماشى مع توجهات شركتك ويخدم عملائها..
أو لعلّك تبحث عن شريك إبداعي يمسك بيدك ويضع الأسس اللازمة لتطبيق الهوية على أرض الواقع. مهما اختلف احتياجك ففريق مشبك بخبرته وقدراته قادر على تلبية احتياجك.

***مشبك هو شريـــكك الإبداعي والتسويقي المتكامل، يطوّر حلول إبداعية تصل وتُلهم وتُؤثِـــــر.**



***للمشبك أكثر من 140 فائدة, والآن زادت واحدة!**

Meshbak ©

فريق عمل التقرير -آل مشبـــــك

خنـــساء أبوناجي
خبيرة محلية ومستشارة في بناء الهوية بخبرة تتجاوز ١٥ عاماً.
حاصلة على الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة ليستر بتخصص التسويق وبناءالهوية. مدير هوية معتمد من الجمعية الأمريكية للتسويق AIPMM.
المدير التنفيذي لشركة مشبك منذ ٢٠١٤ م.

ندى بكّـار
مصممة جرافيك ورسامة شغوفة بالفن والرسم وبخبرة تتجاوز عشر سنوات. عملت ندى على تطوير هويات مختلفة لعدة عملاء في القطاع الخاص والحكومي وتتميز ندى باهتمامها المتناهي للتفاصيل كما عملت على تنفيذ حملات إعلانية مختلفة لعملاء في القطاع الحكومي والخاص وتشرف على عمل فريق التصميم الإبداعي.

أنوار الخنبشـــي
يستهويها شغف العربية وكتابتها، تتسع تجربتها في الكتابة والتحرير لعدة مجالات ولا تنحصر في مجالٍ واحد، كالمجالات الإبداعية والتسويقية والمعرفية وغيرها..، عملت على كتابة وتطوير المحتوى للعديد من الجهات، وتمتلك خبرة سنتين في مجال كتابة المحتوى وتحريره.
كاتبة محتوى إبداعي في مشبك.

نجلاء الخليوي
تعمل نجلاء كمحلل تسويقي، تتميز بمهاراتها البحثية والتحليلية من خلال العمل على العديد من أدوات وأشكال البحوث التسويقية، منها: البحث الكمي والنوعي، الورش البحثية، و دراسة الحالة. كما تعمل نجلاء على تطوير الاستراتيجيات التسويقية بشكل متكامل، شاملة للمحتوى والتصاميم الإبداعية.

سارة الحقباني
سارة هي خريجة جامعة الملك سعود تخصص التسويق ، تعمل كأخصائية تواصل اجتماعي، عملت سارة مع الفريق الابداعي و فريق التسويق داخل مشبك على تنفيذ العديد من الحملات الرقمية، وتعمل سارة على متابعة و تحديث آخر مستجدات مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة ردود حسابات العملاء.

البتول إبراهيم
البتول هي خريجة جامعة الإمام محمد بن سعود تخصص جرافيك ديزاين ، تعمل كمصممة جرافيك في مشبك ، خبيرة بتصاميم السوشيال ميديا، متخصصة في تطوير هويات قطاع التغذية والتغليف، تملتك خبرة سنتين من ناحية تصاميم الهويات و تطوير التايبوغرافي.

مشاريع مشبك في تطويـر الهوية خلال 2020 / 2021

هوية واستراتيجية حملة منّا وفينا

نطاق العمل: تطوير استراتيجية البراند/ الاستراتيجية التواصلية / الهوية البصرية للحملة/ تصاميم وتطبيقات الحملة

عمل مشبك على تطوير استراتيجية حملة "منا وفينا" التابعة لهيئة المحتوى المحلي والمشتريات الحكومية بالإضافة لتطوير الهوية البصرية الخاصة بالحملة وكافة التطبيقات المطبوعة والرقمية الخاصة بها.

مستشفيات الموسى

نطاق العمل: تطوير استراتيجية البراند/ الاستراتيجية التواصلية / الهوية البصرية / تطبيقات الهوية / دليل الهوية الإرشادي

عمل مشبك على تطوير استراتيجية البراند الخاصة بمجموعة مستشفيات الموسى بالإضافة إلى تطوير الثيم البصري الخاص بالمجموعة والتطبيقات المطبوعة والرقمية وأدلة الإتجاهات وتطوير دليل الهوية الإرشادي لكافة تطبيقات الهوية.

هوية مساكن الروضة / شركة الراجحي القابضة

نطاق العمل: تطوير الهوية البصرية / تطبيقات الهوية / دليل الهوية الإرشادي/ بروفايل الشركة

عمل مشبك على تطوير الهوية البصرية الخاصة بمشروع مساكن الروضة في المدينة المنورة وذلك مع شركة الراجحي القابضة. شمل إطار العمل تصميم الشعار والثيم والبروفايل بالإضافة للتطبيقات المطبوعة والرقمية.

هوية كليف / شركة العيسى للاستثمار

نطاق العمل: تطوير الهوية البصرية / تطبيقات الهوية

عمل مشبك على تطوير الهوية الجديدة الخاصة بالعلامة التجارية كليف وشمل ذلك تصميم الشعار وتطبيقات الهوية المطبوعة والرقمية ودليل الهوية الإرشادي.

شبـــــكـــــاهـــــم

راسلنا

عطنـــا بريف واكتب قصة نجـــاحك
أو عطنا إيميلك وبنرسلك بروفايـلنـــا
أو سجلّ في نشرتـــنا واقرأ تدويـــناتنا
أو ادخل موقـــعنا وشوف أعمالنـــا
أو تابـــعنا على السوشيـــل ميـــديـا
أو سولـــف عنّـــا وشاركنـــا..

hi@meshbak.sa

مشبك
MESHBAK

www.meshbak.sa

meshbakstudio

هوية الشركة هي بمثابة "جواز السفر" الذي يعرّف الشركة
ويمنحها الموثوقية والقدرة على الإنتقال والعبور بسلاسة وحرّية..

خنساء أبوناجي