

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non-Profit Sector



دليل الهوية البصرية Brand Guidelines



المقدمة Introduction



مقدمة عن دليل الهوية

“إن ما يجعل هوية أي علامة تجارية راسخة في أذهاننا هو مدى اتساق جميع عناصرها من الشعار والخطوط والألوان والصور. لذا إن أردنا تشكيل صورة ذهنية إيجابية عن المركز لابد أن تعكس هويتها رؤية المركز وأهدافه ورسائله نوضح في هذا الدليل الملامح الأساسية لهوية المركز حتى نضمن توحيدها في جميع الاستخدامات بما يعكس مكانة المركز ونشاطه سواء في التواصل الداخلي أو الخارجي”

Introduction

What makes the identity of any brand entrenched in our minds is the uniformity of all its parts, including its logo, fonts, colors, and imagery. So if we want to shape a positive mental image of the center, its identity must reflect the NCNP's vision, objectives, and messages. In these guidelines, we clarify the key elements of the NCNP identity to ensure that it is standardized in all usages, representing the NCNP's positioning and activity in both internal and external communication.



الشعار
Logo

الشعار

تم تطوير شعار المركز ليعكس كافة القيم والتوجهات الاستراتيجية وذلك بتوازن مدروس بين العناصر البصرية الرمزية والنصية. وتستخدم في المواد المطبوعة والإلكترونية.

Logo

The NCNP logo was developed to reflect all the values and strategic directions that were explained in advance, with a thoughtful balance between symbolic and textual visual elements, and are used in printed and electronic materials.

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non—Profit Sector



عناصر الشعار

تتضمن عناصر الشعار جزءًا نصيًا وآخر رسومي، وهي مستلهمة من هوية المركز

Logo Elements

Logo elements are composed of two parts. One is the emblem and the other is the typeface. All are derived from the NCNP brand.

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non—Profit Sector

Logotype



Icon

المساحة الآمنة للشعار

المساحة الآمنة هي المنطقة الخالية من أي عناصر حول شعار المركز. هدفها التركيز على الشعار والتأكد من وضوحه. وحدة قياس المساحة الآمنة للشعار تساوي (X)

Logo Clear Space

The clear space area is the exclusion zone around the NCNP Logo. Its function is to focus on the logo and make it visible and separated from other elements. The clear space around the logo equals (x).



الاستخدامات الصحيحة للشعار

حتى نحافظ على ظهور الشعار بشكل موحد ونعزز اتساق الهوية بشكل عام، نعرض فيما يلي الاستخدامات الصحيحة للشعار التي يجب اتباعها مع أمثلة توضيحية فيما يخص الخلفيات والألوان وتموضع الشعار

Correct uses of the Logo

This section gives examples of correct logo usage with illustrations of logo background, color, and position to maintain the integrity of the logo and promote brand consistency.

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non–Profit Sector



Colored Logo

الشعار ملون

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non–Profit Sector



Colored Logo on dark backgrounds

الشعار ملون على خلفية غامقة

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non–Profit Sector



Single-Colored Dark

الشعار لون واحد غامق

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non–Profit Sector



Single-Colored White

الشعار لون واحد أبيض

الاستخدامات الصحيحة للشعار

حتى نحافظ على ظهور الشعار بشكل موحد ونعزز اتساق الهوية بشكل عام، نعرض فيما يلي الاستخدامات الصحيحة للشعار التي يجب اتباعها مع أمثلة توضيحية فيما يخص الخلفيات والألوان وتموضع الشعار

Correct uses of the Logo

This section gives examples of correct logo usage with illustrations of logo background, color, and position to maintain the integrity of the logo and promote brand consistency.



الاستخدامات الخاطئة للشعار

يجب على كل من يستخدم الشعار أن يلتزم بالإرشادات المذكورة في هذا الدليل، ومنها هذه الجزئية ليتفادى استخدام الشعار بطريقة خاطئة تضر بتناسق الهوية. نعرض فيما يلي أبرز الاستخدامات الخاطئة للشعار التي يجب تفاديها

Misuses of the Logo

To maintain brand consistency, we display illustrate possible misuses of the logo to be avoided.



الحجم الأدنى للشعار

حتى نحافظ على وضوح الشعار وتأثيره، لا بد ألا يُستخدم بحجم أصغر من الحجم المذكور في هذه الجزئية كما يلي
الحجم الأدنى للشعار في تطبيقات الهوية المطبوعة: 25 mm

Minimum Logo Size

To maintain the clarity and visibility of the logo, it must never be reproduced in a size smaller than the one shown in the following.

In a print environment, the minimum size of the logo should be at least 25 mm

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non–Profit Sector



25mm size

مكان الشعار

هناك أماكن معينة من مساحة التصميم يجب أن يظهر الشعار في أحدها، وبشكل عام، مكان شعار المركز الأساسي على الزاوية العليا من جهة اليمين في كافة التمايم المطبوعة والرقمية، وفي حال تعذر ذلك يتم الرجوع إلى أماكن الشعار الثانوية كما هو موضح فيما يلي

Logo Positioning

There are specific positions in the design space where the logo can be placed. Generally, the main position of the NCNP logo should be at the top right of the design in all printed and digital applications. Otherwise, the logo should be placed according to the following instructions.





هيكلة الهوية Brand Architecture

دمج الهويات

نستعرض في هذا القسم تفصيل دمج الهوية، بحيث نوضح
إحياطات دمج الهوية الأساسية مع الهويات المتعاونة.

- التناسب بين كتل الشعارات بنسبة 1:1، حتى لا يكون شعار أكبر من الآخر والتأكد من ضبط المحاذاة بينهم.
- يراعى استخدام الخط الأساسي من هوية الجهة العليا.
- يجب مراعاة تباين ألوان الشعارات مع ألوان الخلفية.
- العمل على تنسيق قالب يظهر الهويتين بشكل مريح بصرياً.
- الاستغناء عن أي تفاصيل لا تتماشى مع كافة الهويتين
- حسب دليل الهوية الإرشادي لكل منهم.
- مراعاة اختلاف طريقة دمج الهويات حسب عناصر كل هوية.
- يتم دمج الهويات تفصيلاً حسب هوية الجهة المشاركة.

Co-branding

In this section, we detail the co-branding, clarifying the following procedures:

- The logos should be proportionally balanced at a 1:1 ratio, ensuring that one logo does not dominate the other.
- The primary brand typeface should be used.
- Ensure the logos' colors contrast with the background.
- Create a template that presents both identities in a visually appealing and comfortable manner.
- Omit details that are not in alignment with both identities, following the guidelines specific to each identity.
- Consider the different ways of co-branding based on each brand identity elements.
- Co-branding is meticulously executed based on the identity of each participating entity.



شعار العميل مع الشركاء

قد يتضمن التصميم شعارات جهات أخرى بجانب شعار المركز، فيما يلي إرشادات للمكان الأنسب لوضع كل شعار



Logo with Partners

When co-branding, these instructions must be followed to place the NCNP logo positions:





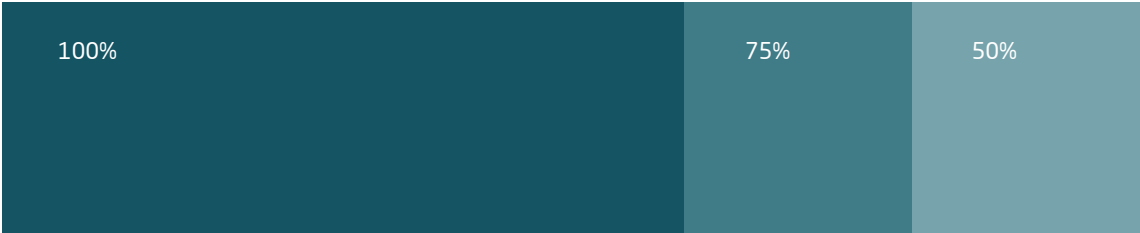
الألوان
Colors

الألوان الأساسية

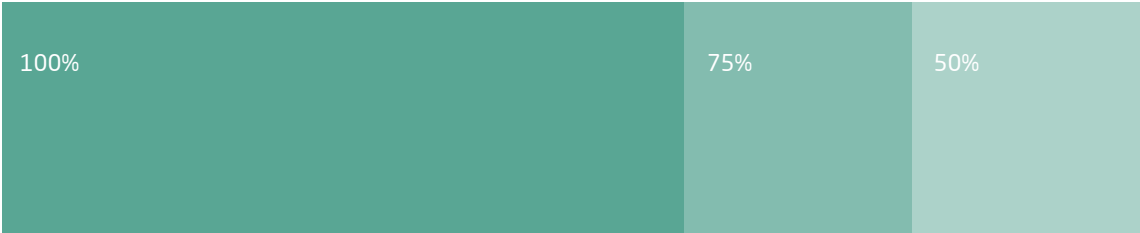
الألوان الأساسية للمركز هي الأزرق الفامق و الاخضر و الأزرق، ويجب أن تكون هي الألوان البارزة في تطبيقات الهوية. كما نرجو الالتزام بالقيم اللونية المحددة كما يلي

Primary Colors

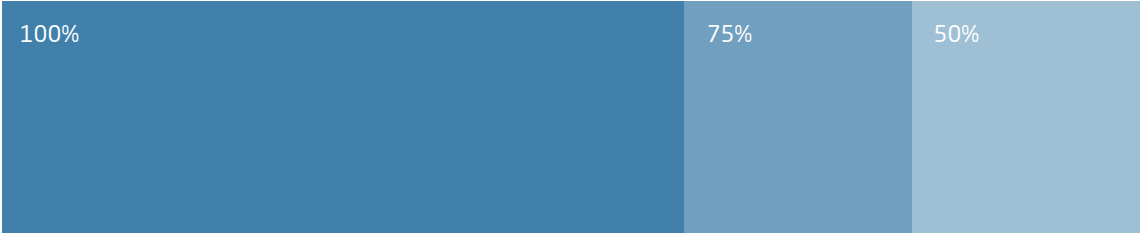
NCNP's primary colors are Dark Blue, Green, and Blue. They should be the dominant colors in all brand applications. Follow the below instructions to add the right color values:



Pantone 5473 C
CMYK C:91 M:56 Y:47 K:26
RGB R:20 G:84 B:99
#145463



Pantone 2241 C
CMYK C:67 M:16 Y:48 K:0
RGB R:89 G:166 B:148
#59A694



Pantone 7697 C
CMYK C:77 M:43 Y:16 K:1
RGB R:64 G:128 B:171
#4080AB

الألوان الثانوية

بناء على هوية المركز، اخترنا مجموعة ألوان ثانوية تدعم الهوية وتضفي عليها مزيدًا من المرونة في مختلف الاستخدامات

Secondary Colors

Based on the NCNP brand identity, we created secondary colors to add more flexibility to the brand and support it in all uses.



Pantone 533 C
CMYK C:88 M:82 Y:44 K:44
RGB R:38 G:43 B:71
#262B47



Pantone 460 C
CMYK C:12 M:9 Y:61 K:0
RGB R:227 G:214 B:128
#E3D680



Pantone 2232 C
CMYK C:60 M:12 Y:33 K:0
RGB R:105 G:178 B:176
#69B2B0



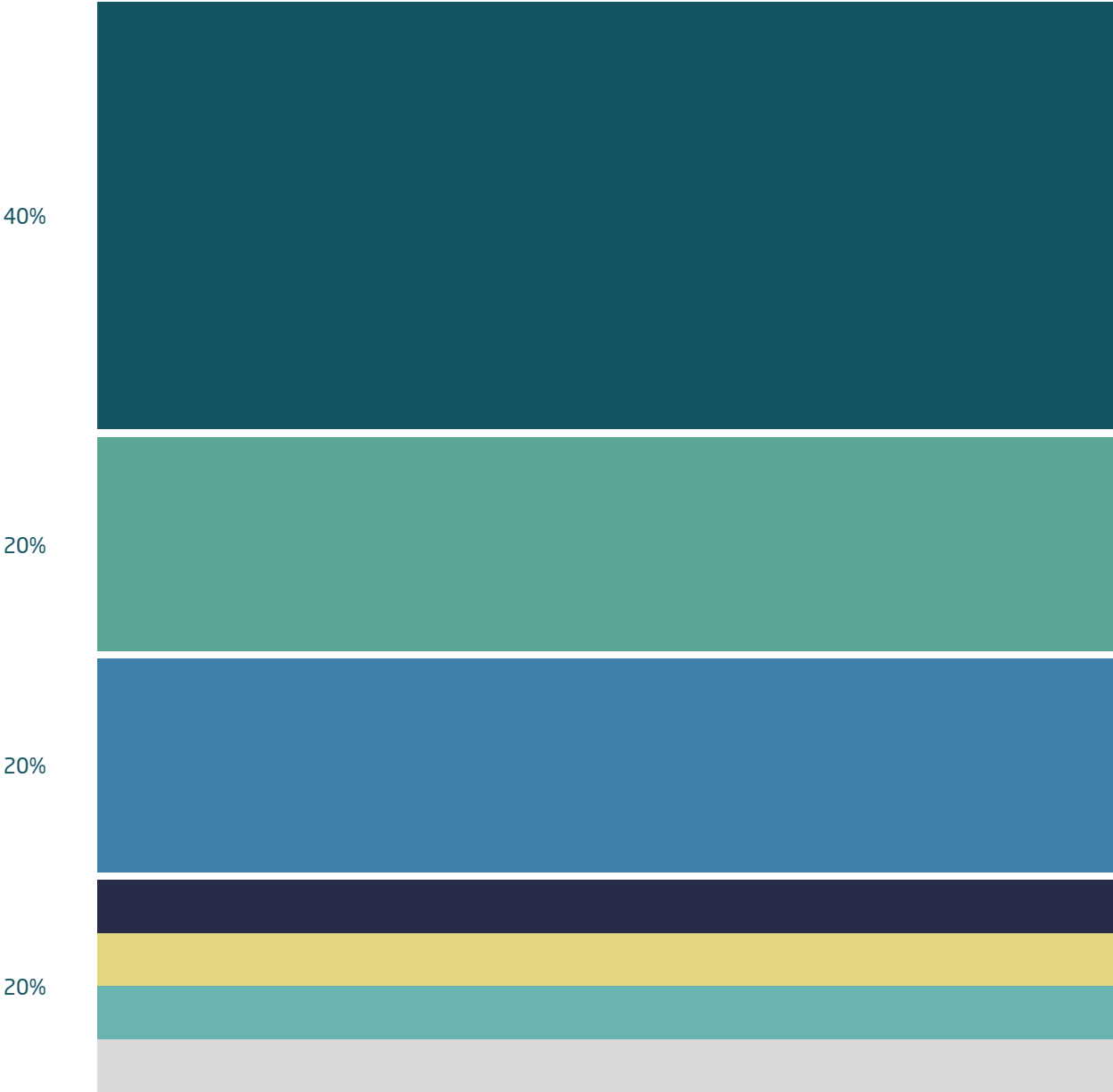
Pantone 1 C
CMYK C:100 M:0 Y:30 K:60
RGB R:0 G:83 B:100
#E3D680

نسب الألوان

نستعرض فيما يلي نسب الألوان التي يجب اتباعها فيما يخص ألوان الهوية الأساسية والثانوية

Color Proportions

Below are the fixed color ratios for primary and secondary colors:





الخطوط
Fonts

الخط الأساسي

تعزيزاً لتكامل هوية المركز، تم اختيار خط Neo Sans Arabic بحيث يتناسب شكله المرن والحديث مع شخصية الهوية. يجب الالتزام بهذا الخط في جميع المواد الرقمية والمطبوعة، وفيما يلي مثال توضيحي للخط بكل تنسيقاته وأوزانه

Primary Font

To enforce NCNP brand consistency, Neo Sans Arabic was chosen to be the main brand typeface. It is modern and flexible which makes it fit with the brand identity. This typeface must be used in all brand applications (digital and printed). The following is a sample showing the weights and formats of the typeface.

Neo Sans Arabic Regular / Bold

Optimism is the one quality **more associated with success** and happiness than any other.
التفاؤل هو الخصلة الأكثر ارتباطاً
بالنجاح والسعادة من أي شيء آخر

Neo Sans Arabic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
أبجد هوز حطي كلمن سعفص

Neo Sans Arabic Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
أبجد هوز حطي كلمن سعفص

الخط الثانوي

تتضمن الهوية خطوطاً ثانوية غير الأساسية، ويتم استخدامها في حال عدم توفر الخطوط الأساسية. تم اختيار نوع الخط Rubik لتتألف مع الهوية وخطها الأساسي ويراعى عند استخدامه المحاذاة بحيث يكون سهل القراءة

Secondary Font

Brand contains other typefaces which are secondary. In the absence of the primary typeface, they can be used. The secondary typeface is Rubik. It is flexible and fits the brand and its primary typeface. Use it carefully and make sure the alignments are correct to ensure readability.

Rubik

Regular / Medium / Bold

Optimism is the one quality **more associated with success** and happiness than any other.

التفاؤل هو الخصلة الأكثر ارتباطاً
بالنجاح والسعادة من أي شيء آخر

Rubik Regular

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyz
1234567890
أبجد هوز حطي كلمن سعفص

Rubik Medium

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyz
1234567890
أبجد هوز حطي كلمن سعفص

Rubik SemiBold

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyz
1234567890
أبجد هوز حطي كلمن سعفص



العناصر البصرية

Graphic Elements

السمات البصرية

النمط هو جزء مقتطع من الهوية ويدعمها في مختلف الاستخدامات. فيما يلي هيكلي توضيحي لطريقة اقتطاع النمط واستخداماته

Theme

The pattern is a cut-out from the identity. It can be used in many different ways. Below is an illustration of how the pattern should be cut for different uses.

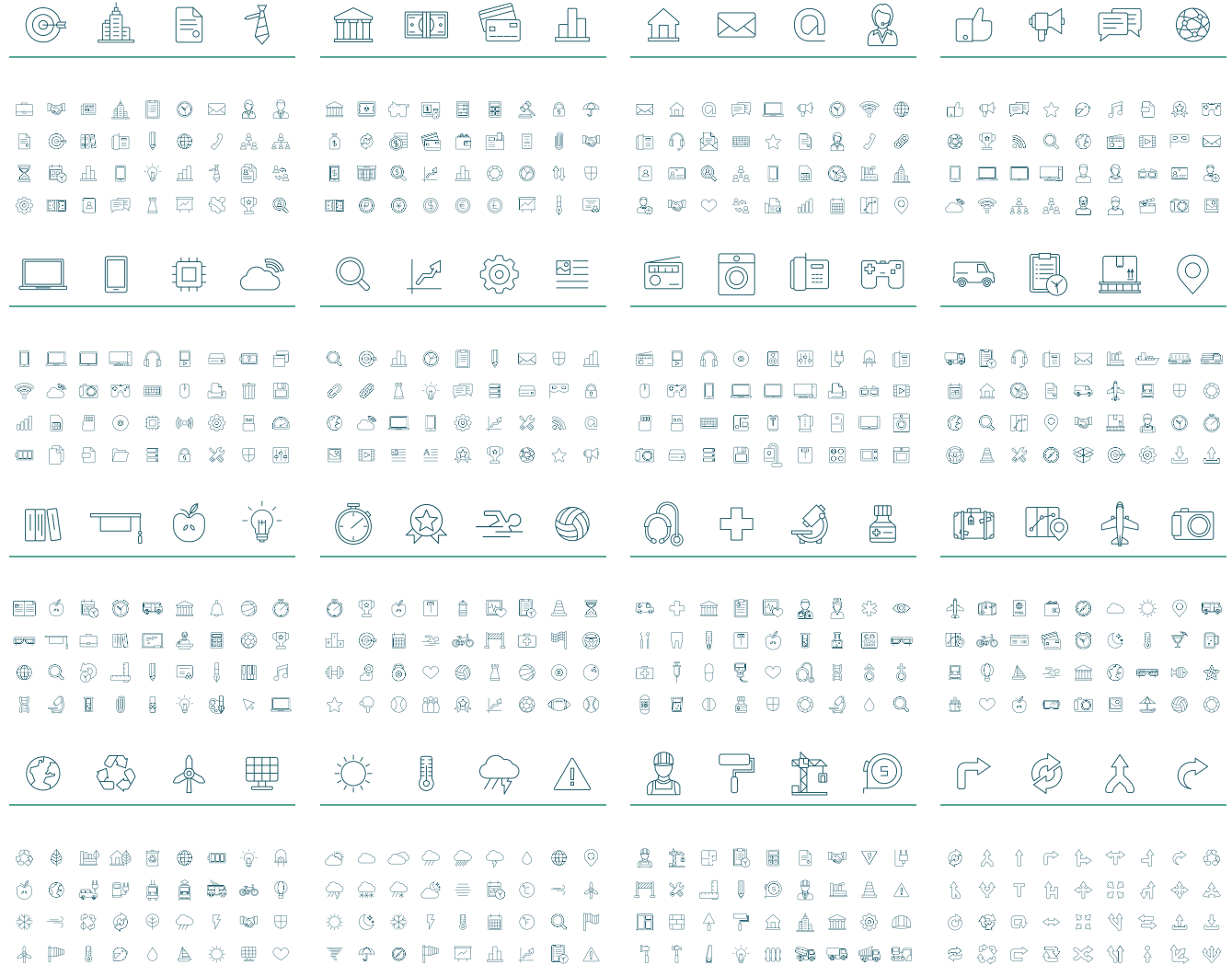


الأيقونات

تصميم الأيقونات مُستلهم من عناصر الهوية. تُستخدم الأيقونات في مختلف التصميمات مثل، قوالب التواصل الداخلي، اللوح الإرشادية، والإعلانات الداخلية

Icons

The design of the icons is inspired by the elements of the brand. Icons are used in various designs such as internal communication templates, signboards, and internal advertisements.



المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non–Profit Sector

