



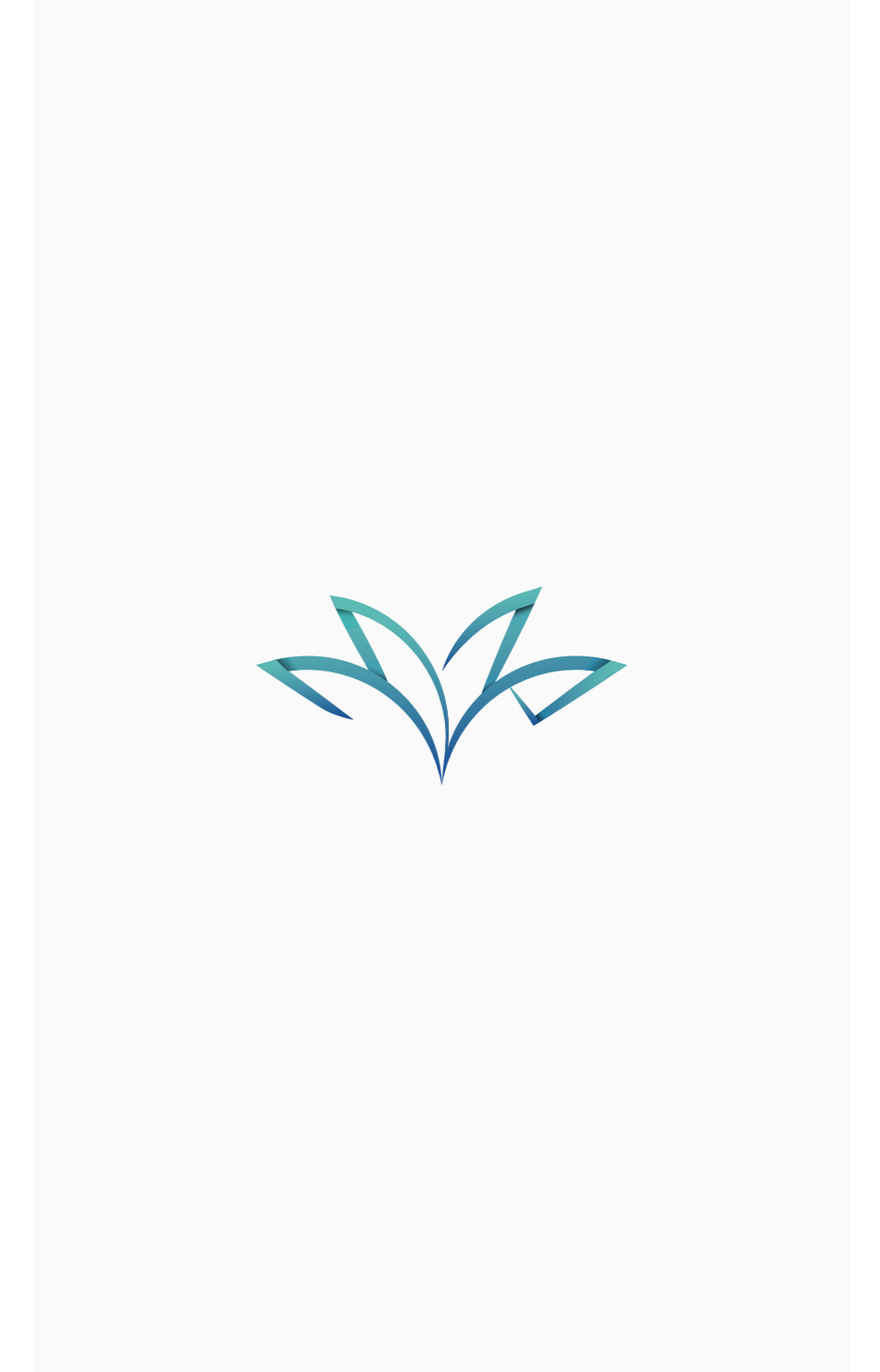
مؤسسة الأهلوية
محمد بن عبد العزيز الجبجج

Brand Mark

العلامة
التجارية

الشعار الرئيسي

Main Logo



الشعار مع خلفية داكنة

Dark Logo



الحجم الأدنى والمساحة الآمنة

Minimum Size & Clear Space

For legibility, the logo is never made smaller than 1.7 cm wide in print, or 16 pixels wide on-screen.

Minimum clear space is shown in gray area.

It is important that clear space be maintained from all surrounding typographic elements in order to distinguish the logo within a composition. Clear space is always determined by width of [عبد] characters (Three characters from Arabic typeface).

In all instances, the logo must be clearly visible and legible. Ideally more clear space should be given when available.

لأجل الوضوح، لا يتم أبداً جعل الشعار أصغر من 1.7 سم في الطباعة، أو 16 بكسل على الشاشة.

يظهر الحد الأدنى من المساحة الفارغة في المنطقة الرمادية. من المهم الحفاظ على مساحة واضحة بين جميع العناصر المطبعية المحيطة من أجل تمييز الشعار داخل التكوين. يتم تحديد المساحة الفارغة دائماً بعرض [عبد] الأحرف (ثلاثة أحرف من الخط العربي). وفي جميع الأحوال يجب أن يكون الشعار واضحاً مرئياً ومقروءة. من الناحية المثالية أكثر وضوحاً وينبغي إعطاء المساحة عندما تكون متاحة.

Screen Minimum size

16 px



Print Minimum size

1.7 cm



Clear Space



الاستخدامات الخاطئة

Misuse

The logo has been carefully designed to ensure legibility and visual balance and should not be altered in any way. Please do not make graphic decisions that contradict the guidelines developed in this document. The following are a few examples of slip-ups.

لقد تم تصميم الشعار بعناية لضمان الوضوح والتوازن البصري ولا يجوز تعديله بأي شكل من الأشكال. يرجى عدم اتخاذ قرارات مصورة تتعارض مع الإرشادات الموضوعة في هذه الوثيقة. وفيما يلي بعض الأمثلة على الاستخدامات الخاطئة.



Do not change the colors of the logo.



Do not use gradient (another colors).



Do not change the typeface nor recreate or manipulate the wordmark.



Do not tilt the logo.



Do not add effects to the logo.



Do not place the logo on an image without sufficient contrast.



Do not place the logo on a background without sufficient contrast.



Do not stretch or skew the logo.



Do not confine the logo in a shape.

Visual Toolkit

العناصر
المرتبعة

Titles Font

"Kufam" is the titles typeface of the brand. It is the lead typeface used for headlines in all graphic system.

"Kufam" used in English and Arabic.

Alternate Use

Due to the nature of typeface licensing, if "Kufam" is not available, then use Arial.

Latin Font

AaBbCc
12345
&\$

Kufam Medium

AaBbCc
12345
^()

Kufam Medium Italic

Arabic Font

أبجد هوز
12345
*#

Kufam Medium

Typography

"Somar" is the primary typeface. It is the lead typeface used for paragraphs in all communications in Arabic and English.

"Somar" used also as body copy to complement Replica, enabling more flexibility in typographic messaging.

Alternate Use

Due to the nature of typeface licensing, if "Somar" is not available, then use Arial.

Latin Font

AaBbCc
12345
&\$

Lenos Thin

AaBbCc
67890
/()

Lenos ExtraBold

AaBbCc
12345
***#**

Lenos Regular

Arabic Font

أبجد هوز
١٢٣٤٥
@!

Lenos SemiBold

أبجد هوز
٦٧٨٩٠
/=+

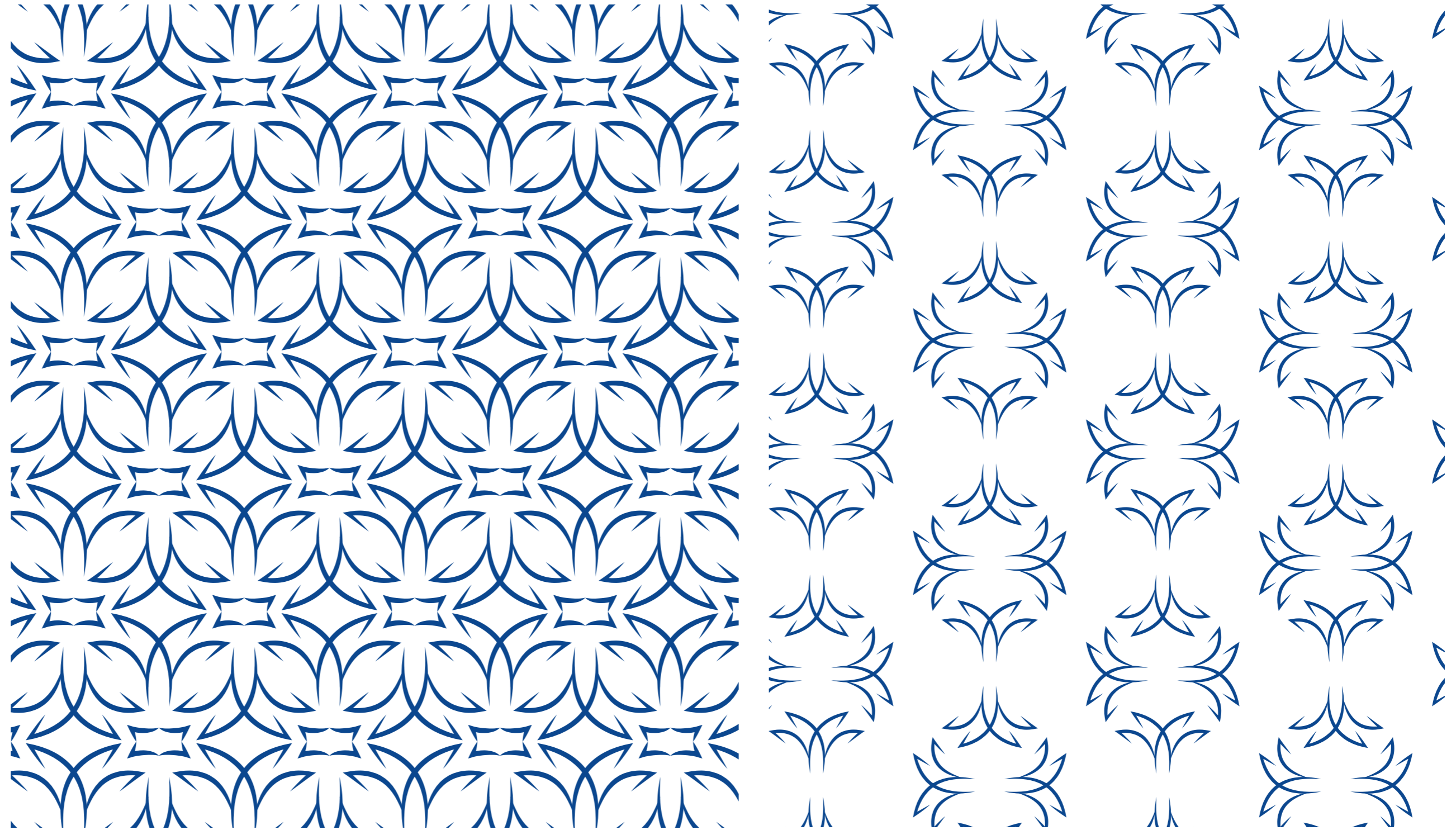
Lenos Light

أبجد هوز
١٢٣٤٥
<>:"

Lenos ExtraLight

النمط (زخرفة الهوية)

Pattern




أمثلة لاستخدام الخطوط مع الباترن والألوان

Visual Examples

This Headline is set in Somar



مؤسسة
محمد بن عبدالعزيز الجميح
الأهلية




This Headline
is set in Somar

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam porttitor turpis vitae est egestas, at lacinia leo efficitur. ellentesque eu neque vestibulum quam elementum pellentesque in nec lectus. Donec nibh orci, dapibus non venenatis sed, elementum eget eros. In hac

عنوان بـ
سومار بولد

هناك حقيقة مثبتة منذ زمن طويل وهي أن المحتوى المقروء لصفحة ما سيلهي القارئ عن التركيز على الشكل الخارجي للنص أو شكل توضع الفقرات في الصفحة التي يقرأها. ولذلك يتم استخدام طريقة



Colors

Color is a very important element and a key identifier for the brand. The colors contribute to creating an easily recognizable and distinctive identity. Color is always a main consideration when creating and designing communications, environments and corporate merchandising materials.

يعد اللون عنصرًا مهمًا جدًا ومعرفًا رئيسيًا للعلامة التجارية. تساهم الألوان في خلق هوية مميزة يسهل التعرف عليها. يعد اللون دائمًا أحد الاعتبارات الرئيسية عند إنشاء وتصميم الاتصالات والبيئات والمواد الترويجية للشركات.

Primary Colors

GREEN BLUE

RGB 91,185,180
CMYK 64,4,35,0
HEX #5BB9B4

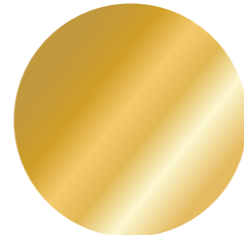


BLUE

RGB 11,71,143
CMYK 100,76,9,0
HEX #0B478F

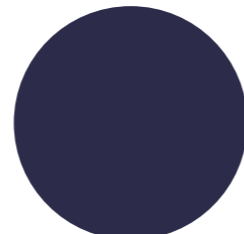


GOLD LAYER



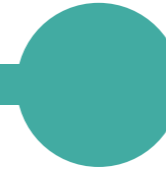
BLACK BLUE

RGB 44,43,74
CMYK 91,84,40,42
HEX #2C2B4A

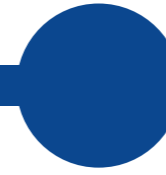


Secondary Colors

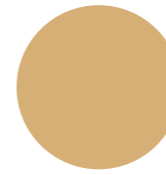
RGB 66,170,162
CMYK 70,9,41,0
HEX #42AAA2



RGB 19,66,122
CMYK 100,78,23,8
HEX #13427A



RGB 213,175,117
CMYK 16,31,58,4
HEX #D5AF75



Gradient Area

