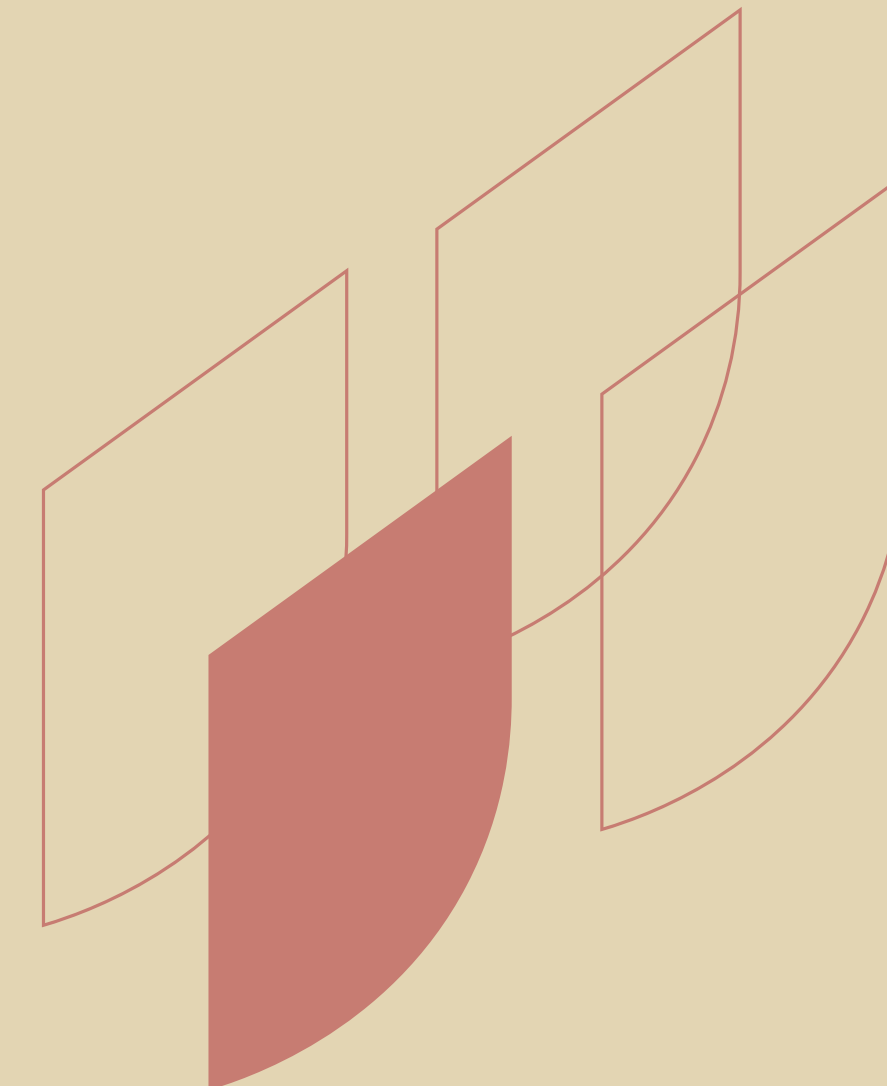




رحلة لإستشكاف
ثقافة القهوة

A journey to explore
the coffee culture

مرحباً
Hello



الفهرس

Index

About the Brand

The logo

Color palette

Typography

Stationary

Applications

حول العلامة التجارية

الشعار

لوحة الألوان

النصوص والخطوط

القرطاسية

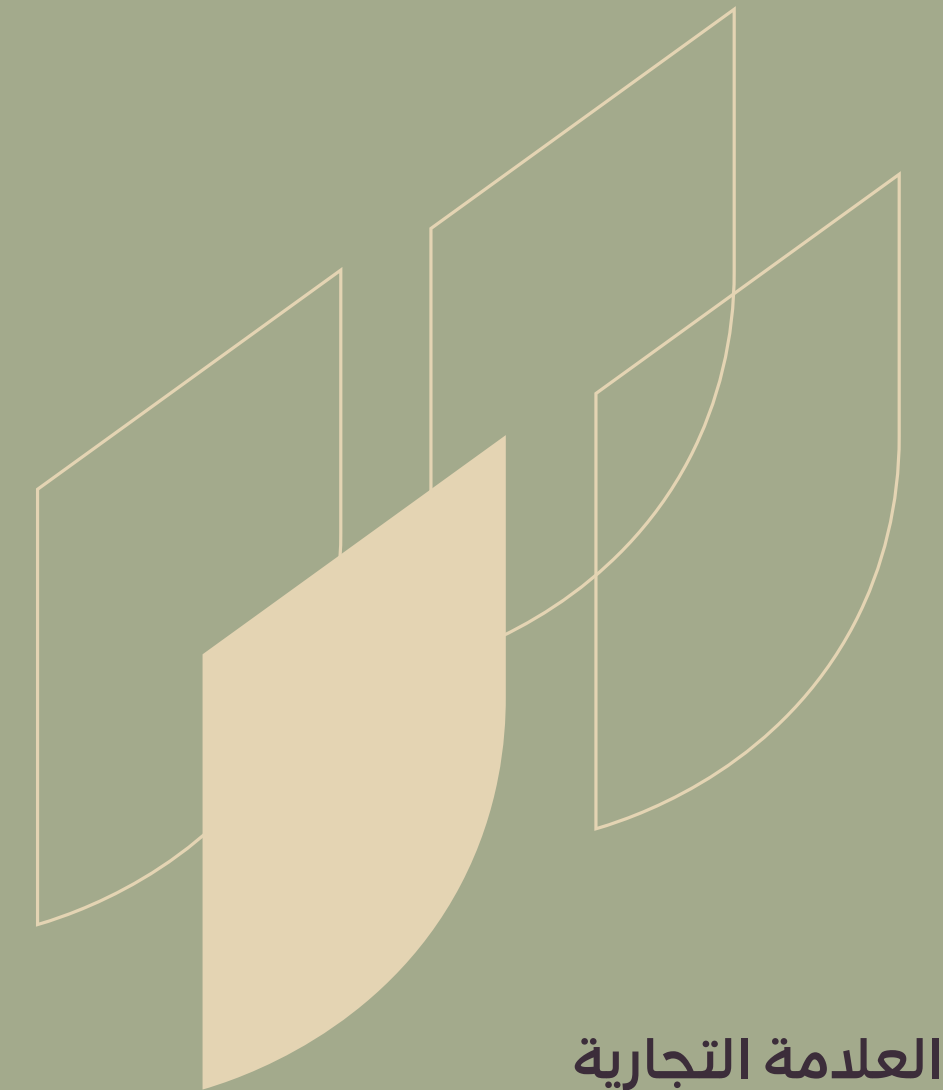
التطبيقات

مرحبًا بك في تعميم إرشادات العلامة التجارية. يحتوي هذا المستند على كل ما تحتاج لمعرفته حول كيفية استخدام علامتنا التجارية في المواد المطبوعة والرقمية لضمان بقائها متسقة طوال الوقت. يعد استخدام علامتنا التجارية بشكل صحيح أمرًا في غاية الأهمية بالنسبة لنا ، لذلك نطلب دائمًا الرجوع إلى الدليل والالتزام به.

Welcome to the Circular Brand Guidelines. This document contains all you need to know about how our brand should be used in print and digital materials ensuring it remains consistent throughout. Using our brand correctly is extremely important to us, so we ask that the guide is always referred and adhered to.

01

حول العلامة التجارية About the Brand



حول العلامة التجارية

About the Brand

جمعية القهوة السعودية هي منظمة غير ربحية تأسست في المملكة العربية السعودية بهدف تعزيز ثقافة وتراث القهوة في المجتمع السعودي. تعمل الجمعية بالتركيز على المحتوى المحلي والمنافسات والتطوير والتدريب في سوق القهوة

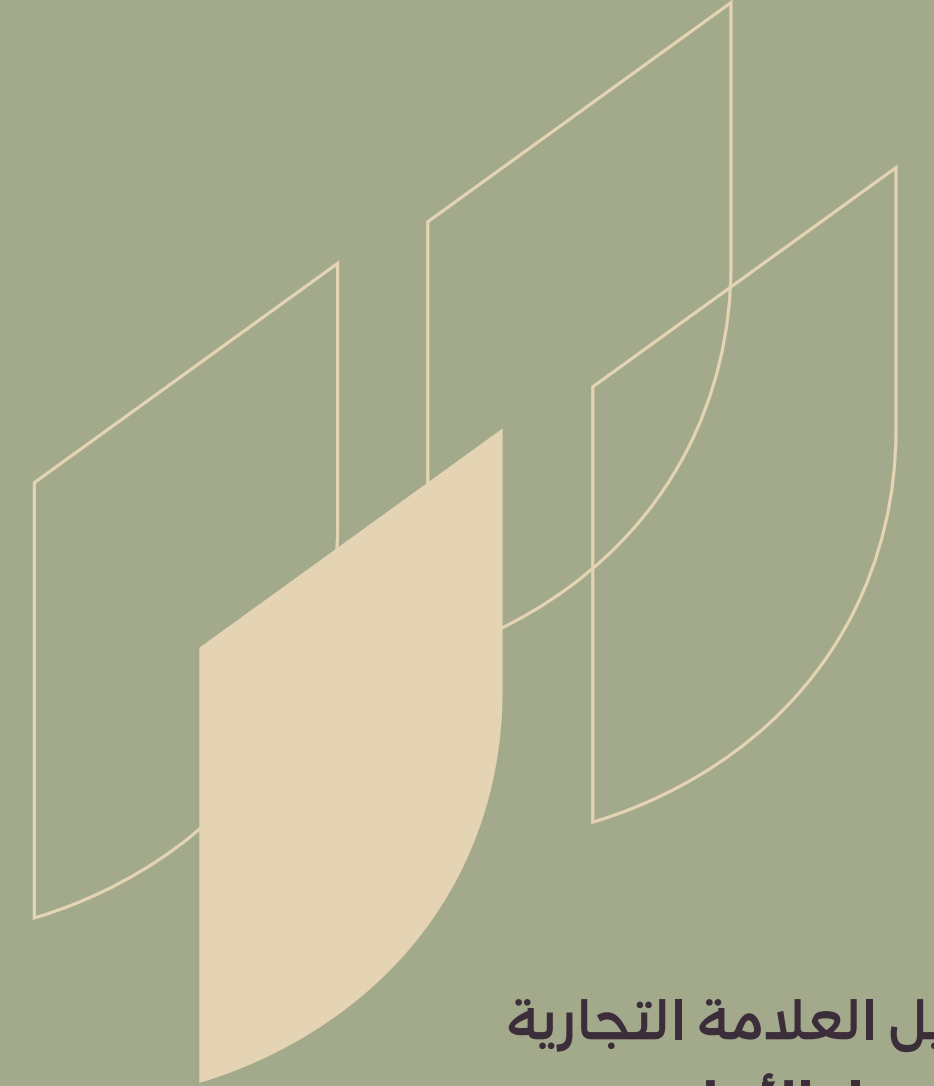
تتمثل الهوية البصرية لجمعية القهوة السعودية في العناصر التصميمية التي تمثل الجمعية وتعكس قيمها ورسالتها. قد تشمل الهوية البصرية للجمعية شعاراً مميزاً يحمل رموزاً ترتبط بالقهوة والثقافة السعودية، تهدف الهوية البصرية لجمعية القهوة السعودية إلى تعزيز الوعي بالجمعية وتمييزها عن الجمعيات الأخرى، وتعزيز الانتماء والتعاون من قبل الجمهور المستهدف. كما تساهم الهوية البصرية في بناء صورة احترافية والعمل على جاذبيتها للأعضاء والمهتمين بثقافة القهوة في المملكة العربية السعودية



The single most identifiable element of our identity is our logo. Consistent use of our logo is key to retaining brand strength through immediate recognition of who we are and what we stand for as a brand.

العنصر الوحيد الأكثر تحديدًا في هويتنا هو شعارنا. يعد الاستخدام المتسق لشعارنا أمرًا أساسيًا للحفاظ على قوة العلامة التجارية من خلال التعرف الفوري على هويتنا وما نمثله كعلامة تجارية.

02 الشعار logo



دليل العلامة التجارية
الإصدار الأول

كاسا
QASA

جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

كاسا
QASA

جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

كاسا
QASA

جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

كاسا
QASA

جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia



جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

دليل العلامة التجارية
الإصدار الأول

The updated look of our logo makes it both simple, modern and the clean.
The logo is available for use in Black and Dark Green and Yellow in all instances where the logo is used on its own.

For example: stationery, signage, uniforms, merchandise and third party use. The first preference is to use the light Red logo, however sometimes to ensure legibility the black or white options will work better.

المظهر المحدث لشعارنا يجعله بسيطًا وحديثًا ونظيفًا. الشعار متاح للاستخدام في الأسود أو الأخضر أو الأصفر في جميع الحالات التي يتم فيها استخدام الشعار بمفرده.

على سبيل المثال: القرطاسية واللدفات والزي الرسمي والبضائع واستخدام طرف ثالث. التفضيل الأول هو استخدام الشعار الأسود الفاتح ، ولكن في بعض الأحيان لضمان الوضوح ، ستعمل خيارات الأسود أو الأبيض بشكل أفضل.



المساحة الخالية هي المنطقة المحيطة بشعارنا والتي يجب أن تبقى خالية من أي نص أو عناصر رسومية. من خلال ترك مساحة حول الشعار ، نتأكد من أنه يبرز في جميع اتصالاتنا. الحد الأدنى للمساحة الواضحة هو 50٪ من ارتفاع الشعار بالكامل. يجب أن يكون حجم شعارنا كبيرًا بما يكفي لقراءته بسهولة في كل تطبيق. بينما يتم تحديد الحد الأدنى من الأحجام ، يفضل أن يظهر الشعار أكبر من الحجم الأدنى عندما يكون ذلك ممكنًا. يمكن تطبيق أي حجم يتجاوز الحد الأدنى..للحجم ، لكن المسافة النسبية بين الشعار والنص تظل كما هي

Clear space is the area surrounding our logo that must be kept free of any text or graphic elements. By leaving space around the logo, we make sure it stands out on all of our communications. The minimum clear space is 50% of the height of the entire logo. Our logo must be sized large enough to be easily read on every application. While minimum sizes are specified, it is preferred that the logo appears larger than the minimum size when possible. Any size beyond the minimum size can be applied, but the proportional distance between the logo and text remains the same.



علامتنا التجارية مدعومة بلوحة ألوان مصممة لتكون جديدة وحديثة ومميزة. يمكن لتركيبات مختلفة من الألوان تغيير درجة اللون ومظهر المستند بشكل كبير ، لذا من المهم مراعاة كيفية عملهما معًا. للمساعدة في تحقيق قدر أكبر من التعرف على العلامة التجارية ، من المهم أن يتم تطبيق لوحة الألوان الخاصة بنا باستمرار

Our brand is underpinned with a colour palette designed to be fresh, modern and distinctive. Different combinations of colour can dramatically change the tone and appearance of a document so it is important to consider how they work together. To help achieve greater brand recognition it is important that our colour palette is applied consistently.

03

لوحة الألوان Color palette

R=227 G=213 B=179
HEX e3 d5 b3
RGB 227 213 179
CMYK 11 13 31 0
LAB 86 1 18
GrayScale 16
Pantone 4239 C
Pantone 2323 U

R=199 G=124 B=114
HEX c7 7c 72
RGB 199 124 114
CMYK 20 59 51 2
LAB 60 29 18
GrayScale 43
Pantone 2341 C
Pantone 2445 U

R=163 G=170 B=140
HEX a3 aa 8c
RGB 163 170 140
CMYK 39 25 49 1
LAB 68 -7 14
GrayScale 35
Pantone 2404 C
Pantone 7494 U

لوحة الألوان الأساسية ثابتة في جميع الاتصالات. تم تنفيذ تسلسل هرمي للألوان ، بدءًا من الأخضر الفامق كونه الأكثر أهمية إلى أن الأحمر الفاتح هو الأقل استخدامًا. يجب استخدام ألوان حيثما أمكن ذلك.

The primary colour palette is constant throughout all communications. A colour hierarchy has been implemented, ranging from Dark green being the most important to light red being the least used. Where possible Pantone colours should be used .

R=60 G=45 B=58
HEX 3c 2d 3a
RGB 60 45 58
CMYK 67 75 53 53
LAB 21 9 -6
GrayScale 80
Pantone Black 5 C
Pantone Black 5 U

Our brand is underpinned with a colour palette designed to be fresh, modern and distinctive. Different combinations of colour can dramatically change the tone and appearance of a document so it is important to consider how they work together. To help achieve greater brand recognition it is important that our colour palette is applied consistently.

علامتنا التجارية مدعومة بلوحة ألوان مصممة لتكون جديدة وحديثة ومميزة. يمكن لتركيبات مختلفة من الألوان تغيير درجة اللون ومظهر المستند بشكل كبير ، لذا من المهم مراعاة كيفية عملهما معًا. للمساعدة في تحقيق قدر أكبر من التعرف على العلامة التجارية ، من المهم أن يتم تطبيق لوحة الألوان الخاصة بنا باستمرار.



R=60 G=45 B=58
HEX 3c 2d 3a
RGB 60 45 58
CMYK 67 75 53 53
LAB 21 9 -6
GrayScale 80
Pantone Black 5 C
Pantone Black 5 U



R=227 G=213 B=179
HEX e3 d5 b3
RGB 227 213 179
CMYK 11 13 31 0
LAB 86 1 18
GrayScale 16
Pantone 4239 C
Pantone 2323 U



R=199 G=124 B=114
HEX c7 7c 72
RGB 199 124 114
CMYK 20 59 51 2
LAB 60 29 18
GrayScale 43
Pantone 2341 C
Pantone 2445 U



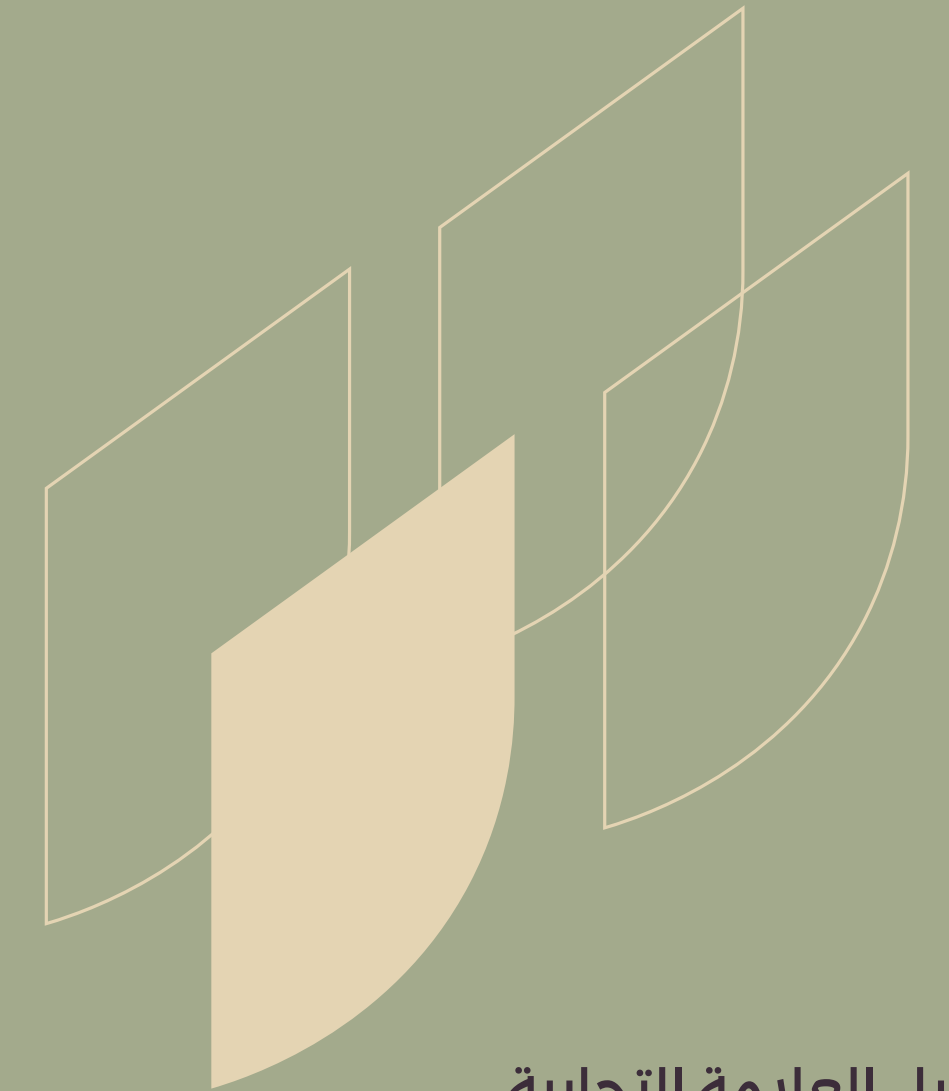
R=163 G=170 B=140
HEX a3 aa 8c
RGB 163 170 140
CMYK 39 25 49 1
LAB 68 -7 14
GrayScale 35
Pantone 2404 C
Pantone 7494 U

يجب استخدامه في جميع الحالات التي تتطلب الطباعة. إنه محرف بسيط ونظيف ومقروء يكمل شعارنا. لا ينبغي التغاضي عن أسلوب الطباعة كعنصر أساسي ضمن مجموعة أدواتنا. من المهم الالتزام بالترتيب الرائد والتتبع والنص المحدد في هذا المستند لتحقيق تناسق العلامة التجارية طوال الوقت.

it should be used in all instances where typography is required. It is a simple, clean and legible typeface that compliments our logo. Typography shouldn't be overlooked as a key element within our toolkit. It is important to adhere to the leading, tracking and text arrangement specified in this document to achieve brand consistency throughout.

04

الخطوط المستخدمة Typography



this is our corporate typeface, it should be used in all instances where typography is required , can be used on digital applications such as websites and email. It is important to adhere to the leading, tracking and text arrangement specified in this document to help achieve brand consistency throughout.

هنا عرض خطوط الهوية ، يجب استخدامه في جميع الحالات التي تتطلب الطباعة، يمكن استخدامها على التطبيقات الرقمية مثل المواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني. من المهم الالتزام بالترتيب الرائد والتتبع والنص المحدد في هذا المستند للمساعدة في تحقيق تناسق العلامة التجارية طوال الوقت

الخط الانقلاش

Calibri

QAHWA Association of Saudi Arabia

الخط العربي

BC Arabic

جمعية القهوة السعودية

Calibri

Title and main points

Texts and writings

Regular

FF Shamel Rounded

عنوان و النقاط الرئيسية

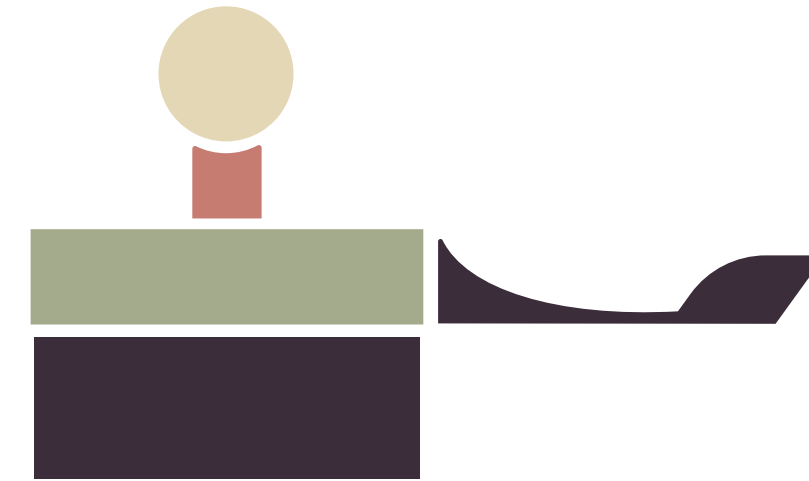
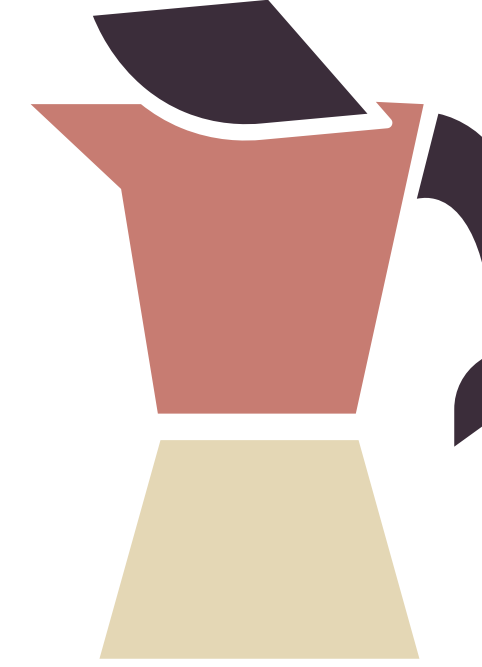
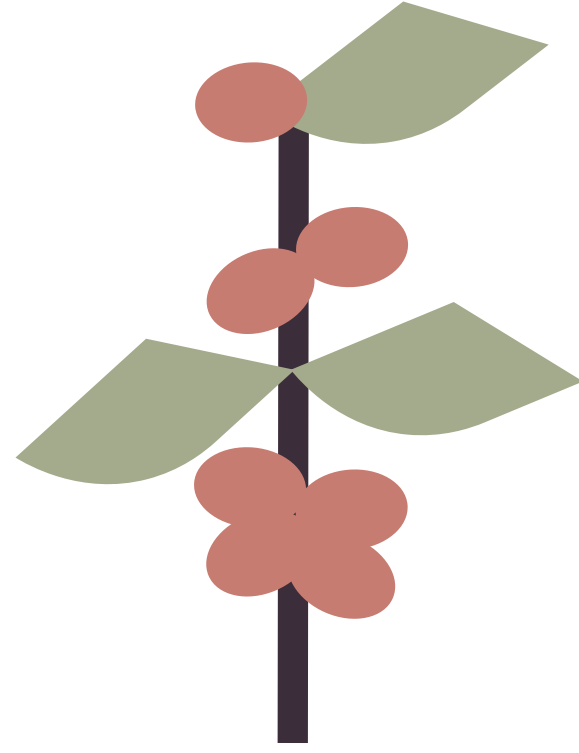
النصوص والكتابات

Regular

05

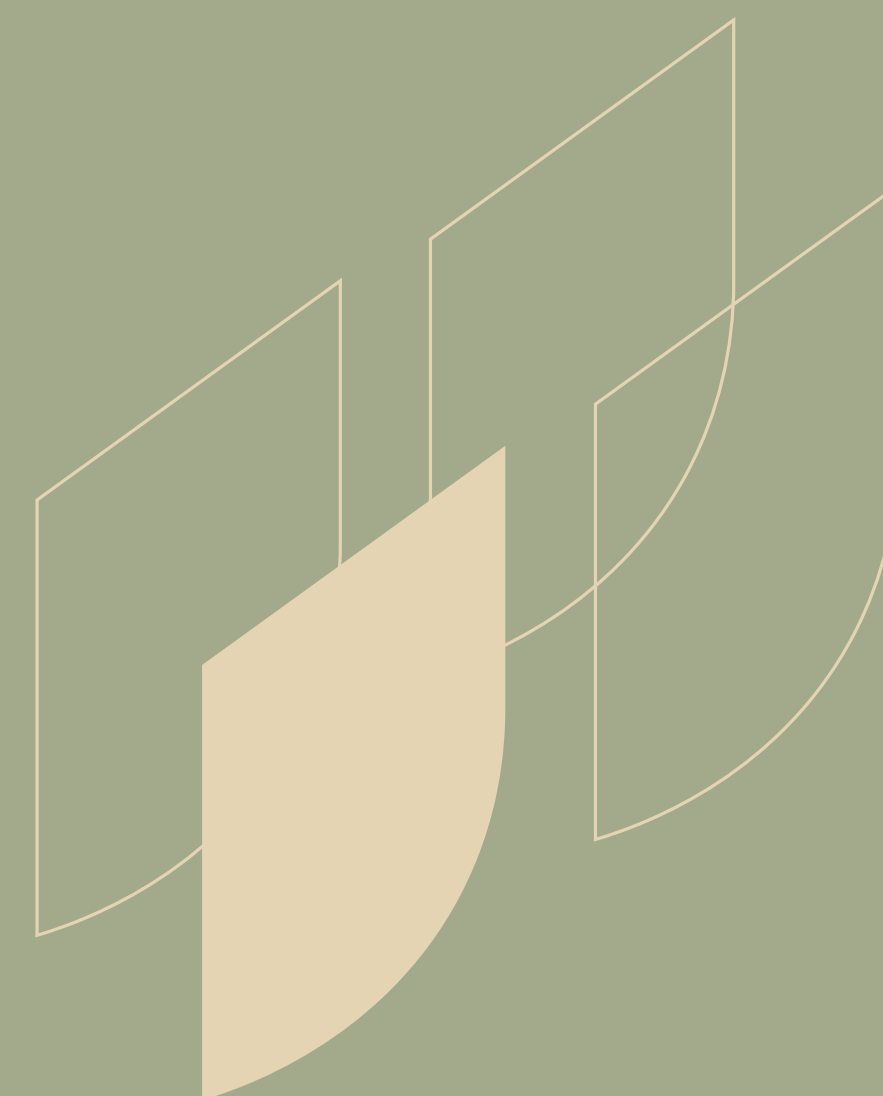
الأيقونات icon System





06

القرطاسية Stationary



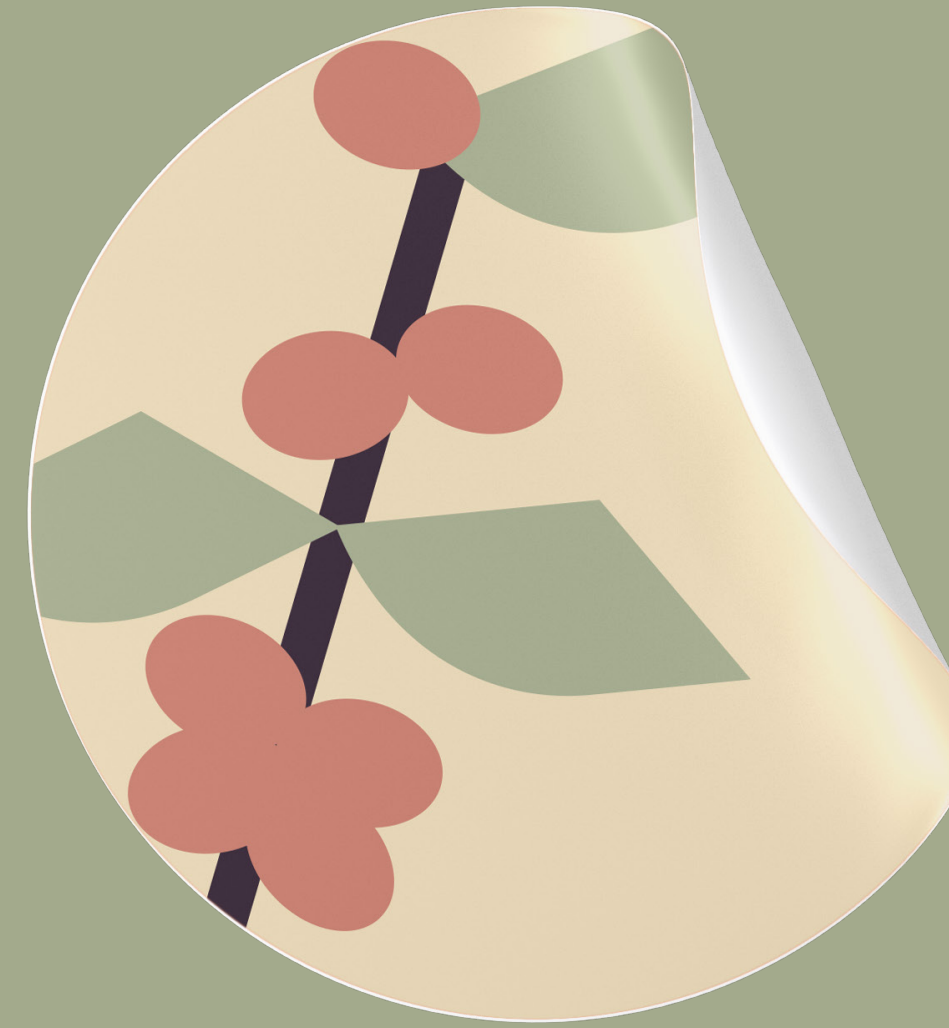


جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

دليل العلامة التجارية
الإصدار الأول













جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

دليل العلامة التجارية
الإصدار الأول



جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

دليل العلامة التجارية
الإصدار الأول

شكراً لكم
الهوية البصرية بواسطة



جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

جمعية القهوة السعودية
Qahwa Association of Saudi Arabia

دليل العلامة التجارية
الإصدار الأول