



دليل الهوية البصرية

BRAND GUIDELINES · VERSION 1.0 · 2026

المحتويات

CONTENTS

11	COLOR SYSTEM	الألوان	٩
13	TYPOGRAPHY	الخطوط والسلم الطباعي	١٠
15	GRAPHIC PATTERN	النمط الجرافيكي	١١
16	GRID & LAYOUT	الشبكة والتخطيط	١٢
17	STATIONERY	القرطاسية	١٣
18	SOCIAL MEDIA	السوشال ميديا	١٤
19	ENVIRONMENT & MERCH	البيئة والمنتجات	١٥
20	DIGITAL	الرقمي والويب	١٦
21	FILE INDEX	فهرس الملفات	١٧

03	THE BRAND	مقدمة العلامة	١
04	PERSONALITY & TONE	الشخصية ونبرة الصوت	٢
05	LOGO ANATOMY	الشعار – البنية	٣
06	LOGO VARIANTS	متغيرات الشعار	٤
07	LATIN & BILINGUAL	النسخة اللاتينية والثنائية	٥
08	CLEAR SPACE & MIN SIZE	المساحة الآمنة والحد الأدنى	٦
09	LOGO ON BACKGROUNDS	الشعار على الخلفيات	٧
10	LOGO MISUSE	الاستخدامات الممنوعة	٨

مقدمة العلامة

THE BRAND

قيمنا

◆ **الأثر قبل الضجيج** – لا نقيس النجاح بعدد الإعلانات بل بما يبقى منها.

◆ **الحرفية** – التفصيل الصغير هو ما يفصل بين الجيد والاستثنائي.

◆ **الأصالة** – نستلهم من لغتنا وخطنا العربي، بلغةٍ معاصرة.

◆ **الشفافية** – وضوح في الوعد، ووضوح في التسليم.

◆ **الشراكة** – العميل شريك في الرحلة لا متلقٍ للنتيجة.

الشعار اللفظي · TAGLINE

نصنع الأثر – لا مجرد إعلان.

القصة

وُلد اسم **قلم فرح** من فكرة بسيطة: أن الإعلان في جوهره كتابة – كتابةً بالصورة واللون والفكرة. القلم أداة الأثر، والفرح هو ما نتركه في نفس من يرى العمل. من هنا جاء الشعار: حرف **الفاء** ينساب ليصير ريشة قلم ذهبية، تكتب اسم العلامة بخطٍ واثق.

الرسالة

نصنع لعملائنا حضوراً بصرياً يليق بهم، من الفكرة إلى التنفيذ، بمعايير مهنية تُنافس عالمياً وتفهم السوق السعودي.

الرؤية

أن نكون البيت الإبداعي الأول الذي تلجأ إليه العلامات في الرياض حين تريد أن تُروى قصتها بصدقٍ وجمال.

الشخصية ونبرة الصوت

PERSONALITY & TONE OF VOICE

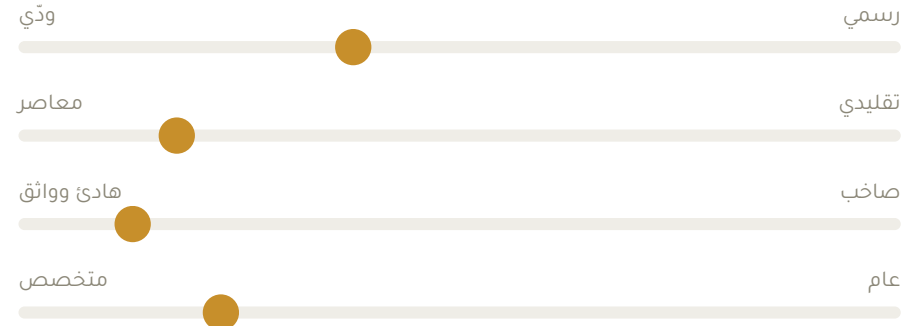
✓ نقول

- ✓ «نبني لك هوية تُعرّف من نظرة واحدة.»
- ✓ «خطة واضحة، جدول زمني معّين، ونتائج تُقاس.»
- ✓ «هذا التصميم يخدم هدفك التجاري، وإليك السبب.»

✗ لا نقول

- ✗ «الأفضل بلا منازع في الوطن العربي!»
- ✗ «باقات حصرية جداً جداً – اتصل الآن!!!»
- ✗ مصطلحات تسويقية مبهمّة بلا معنى عملي.

مقاييس الشخصية



شخصية **قلم فرح** واثقة دون تفاخر، دافئة دون تكلف، ودقيقة دون جفاف. نتحدث كخبير يجلس بجانب العميل لا فوقه.

قواعد الكتابة: جمل قصيرة · لا نستخدم أكثر من علامة تعجب واحدة · الأرقام بالخط اللاتيني في السياق الرقمي · نتجنّب المبالغة والوعود المطلقة.

الشعار – البنية

LOGO ANATOMY

مكوّنات الشعار

- ١ **الماسة** – نقطة حرف الفاء، أعيدت صياغتها كماسة ذهبية ترمز إلى القيمة والإتقان، وهي الوحدة الأساسية للنمط الجرافيكي.
- ٢ **حرف الفاء** – الرمز الكاليجرافي الكحلي، يمثل «فرح» ويشكّل جسم القلم.
- ٣ **الريشة الذهبية** – سنّ القلم، ملتحمة مع انسياب الحرف: أداة صناعة الأثر.
- ٤ **الاسم** – «قلم» بالكحلي و«فرح» بالذهبي، بخطّ كوفي هندسي معاصر.
- ٥ **الوصف** – «للدعاية والإعلان» بين زخرفتي ريشة، يحدد المجال ولا يُستخدم منفصلاً.

القاعدة الذهبية: الشعار وحدة واحدة. لا يُعاد ترتيب مكوناته ولا تُفصل الريشة عن الحرف إلا في نسخة «الأيقونة» المعتمدة.



متغيرات الشعار

LOGO VARIANTS



الاسم فقط

داخل التصميم التي تحمل الأيقونة أصلاً.

الأيقونة

الأفاتار، الفايكون، الختم، التطريز.

بدون الوصف

عند صغر المساحة أو تكرار الوصف في السياق.

الأفقي

الترويسات، الأشرطة العلوية، اللافتات العريضة.

الأساسي (عمودي)

الاستخدام الافتراضي - المطبوعات والواجهات.

الأولوية: يُستخدم الشعار الأساسي ما لم تفرض المساحة غير ذلك. الأيقونة لا تحل محل الشعار في أول ظهور للعلامة.

النسخة اللاتينية والثنائية

LATIN & BILINGUAL LOCKUPS



ثنائي اللغة

حين يلزم حضور اللغتين معاً في عنصر واحد.



اللاتيني – أفقي

ترويسات المواقع والعروض باللغة الإنجليزية.



اللاتيني – عمودي

للمراسلات الدولية والموقع farahpen.com والمنصات الإنجليزية.

قواعد الاسم اللاتيني: يُكتب دائماً **FARAH PEN** بحروف كبيرة، بخط Montserrat SemiBold، مع تباعد أحرف ١٤٪ – ولا يُترجم الاسم إلى «Qalam Farah». الوصف اللاتيني: **ADVERTISING & MARKETING** بتباعد ٣٤٪.

المساحة الآمنة والحد الأدنى

CLEAR SPACE & MINIMUM SIZE

الحد الأدنى للحجم



تحت هذه الأحجام تفقد الريشة والوصف وضوحهما. للأحجام الصغيرة جداً (تطريز، دبوس، فافيكون ١٦px) تُستخدم الأيقونة فقط.



وحدة القياس (x): ارتفاع الماسة الذهبية في الشعار. تُترك مساحة لا تقل عن ١x خالية من أي عنصر (نص، صورة، حافة) حول الشعار من جميع الجهات.

الشعار على الخلفيات

LOGO ON BACKGROUNDS



أسود/داكن
النسخة المعكوسة



ذهبي
النسخة البيضاء



كحلي
النسخة المعكوسة



كريمي
النسخة الأساسية



أبيض
النسخة الأساسية

قاعدة التباين

لا يوضع الشعار الملون على خلفية لونها قريب من الكحلي أو الذهبي. إذا كان التباين أقل من 4.5:1 تُستخدم النسخة البيضاء أو المعكوسة. على الصور: يوضع الشعار في منطقة هادئة، أو تُضاف طبقة كحلية شفافة ٣٠-٥٠٪ خلفه.



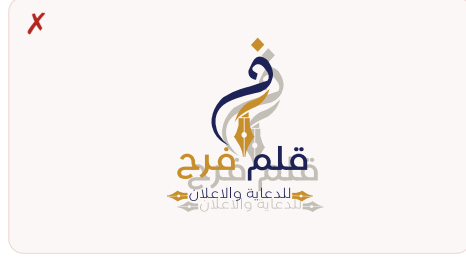
صورة فاتحة
كحلي أحادي عند ضعف التباين



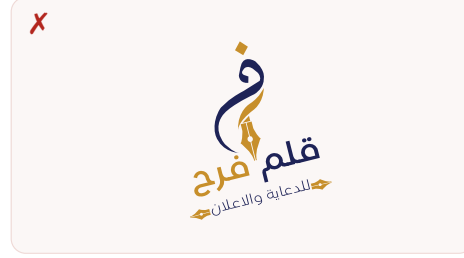
صورة فاتحة إلى متوسطة
أبيض بالكامل + طبقة تعتييم ٣٠٪

الاستخدامات الممنوعة

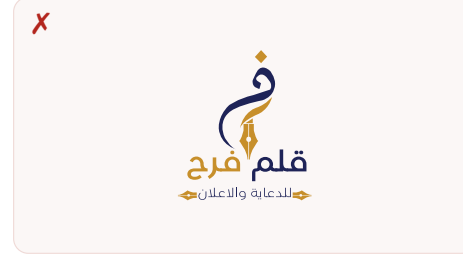
LOGO MISUSE



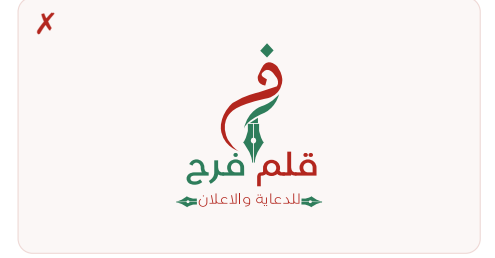
إضافة ظل أو تأثيرات



تدوير الشعار



تمديد أو ضغط النسب



تغيير ألوان الشعار



إعادة كتابة الاسم بخط آخر



إضافة إطار أو حدود حول الشعار



وضعه على خلفية منخفضة التباين



فصل الاسم عن الرمز في أول ظهور

أيضاً يُمنع: وضع الشعار داخل شكل غير معتمد · تغيير المسافة بين الاسم والرمز · استخدام نسخة منخفضة الدقة (استخدم دائماً **SVG** أو **PDF** للطباعة) · تغيير حجم عنصر واحد من الشعار دون الباقي.

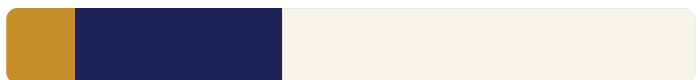
الألوان الأساسية

PRIMARY COLORS

دلالة اللون

الذهبي يمثل **الثقة والعمق المهني**. وهو اللون الحامل للعلامة. الذهبي يمثل **القيمة والإتقان**. ويُستخدم كلمسة تُبرز ولا تُزاحم.

نسبة الاستخدام



٦٠٪ محايد (أبيض / كريمي) ٣٠٪ ذهبي ١٠٪

تحذير: الذهبي ليس لون نص أساسي – لا يُستخدم لفقرات طويلة. تباينه على الأبيض **2.9:1** فقط، فيُقتصر على العناوين الكبيرة والعناصر الزخرفية.



ذهبي فرح

FARAH GOLD

HEX #C78F2B

RGB 199 / 143 / 43

CMYK 20 / 42 / 97 / 2

≈ PANTONE 131 C

≈ RAL 1024



كحلي فرح

FARAH NAVY

HEX #1E2357

RGB 30 / 35 / 87

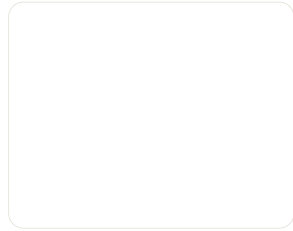
CMYK 100 / 95 / 35 / 25

≈ PANTONE 2766 C

≈ RAL 5022

الألوان المساندة والوظيفية

SECONDARY & FUNCTIONAL



أبيض

WHITE

#FFFFFF

المساحة السالبة الأساسية



فحمي

CHARCOAL

#1A1A1A

الطباعة أحادية اللون

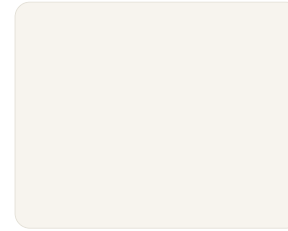


رمادي دافئ

WARM GRAY

#8B8778

نصوص مساعدة، بيانات ثانوية



كريمي

CREAM

#F7F4EE

خلفية بديلة للأبيض



ذهبي فاتح

LIGHT GOLD

#E3C179

نصوص ثانوية على الكحلي



حبر عميق

DEEP INK

#12163A

خلفيات داكنة، تدّج مع الكحلي

إمكانية الوصول (Accessibility)

أبيض على كحلي = 13.6:1 ✓ ممتاز

كحلي على كريمي = 12.4:1 ✓ ممتاز

ذهبي على كحلي = 4.7:1 ✓ مقبول للعناوين

ذهبي على أبيض = 2.9:1 ✗ لا يُستخدم للنصوص الصغيرة

ألوان وظيفية – واجهات رقمية فقط



معلومة

INFO

#2D6CB5



خطأ

ERROR

#B3261E



تنبيه

WARNING

#C99A2E



نجاح

SUCCESS

#2E7D5B

الخط العربي – Tajawal

ARABIC TYPOGRAPHY

النصوص · TAJAWAL REGULAR / MEDIUM

وضوح في الوعد ووضوح في التسليم

خط Tajawal هو الخط العربي الوحيد المعتمد للعلامة – للعناوين والفقرات والجداول والفواتير والموقع. توحيد الخط يمنح الهوية صوتاً بصرياً واحداً لا لبس فيه.

Regular 400 · Medium 500 · Bold 700 · ExtraBold 800 · Black 900

العناوين · TAJAWAL BOLD / EXTRABOLD

قلم فرح

أبجد هوز حطي كلمن سعفص

Regular · Medium · Bold · ExtraBold · Black

خط كوفي هندسي معاصر ينسجم تماماً مع كتابة الشعار. يُستخدم للعناوين بوزن Bold / ExtraBold، وللأرقام البارزة وأسماء الأقسام.

قواعد: Tajawal هو الخط العربي الوحيد – لا يُستخدم أي خط عربي آخر مطلقاً · التمييز يكون بالوزن لا بتغيير الخط · تباعد الأسطر للنص العربي ٨-١٢ · العناوين لا تُكتب بتشكيل كامل.

الخطوط اللاتينية والسلم الطباعي

LATIN TYPE & SCALE

السلم الطباعي

40 px / 30 pt	Tajawal ExtraBold	H1	عنوان رئيسي
30 px / 22 pt	Tajawal Bold	H2	عنوان فرعي
22 px / 15 pt	Tajawal Bold	H3	عنوان قسم
16 px / 10.5 pt	Tajawal Regular	Body	نص أساسي
13 px / 8.5 pt	Tajawal Regular	Small	نص مساعد
11 px / 7.5 pt · 8 %تباعد	Tajawal Bold	Label	تسمية

العناوين اللاتينية – MONTERRAT

FARAH PEN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

INTER – النصوص والواجهات

We build brands that are remembered — not just seen.

Riyadh · Kingdom of Saudi Arabia · farahpen.com

جميع الخطوط مفتوحة المصدر (SIL OFL) – يجوز استخدامها تجارياً وتضمينها في الموقع والمطبوعات دون رسوم. الملفات مرفقة في مجلد **Fonts-08**.

النمط الجرافيكي

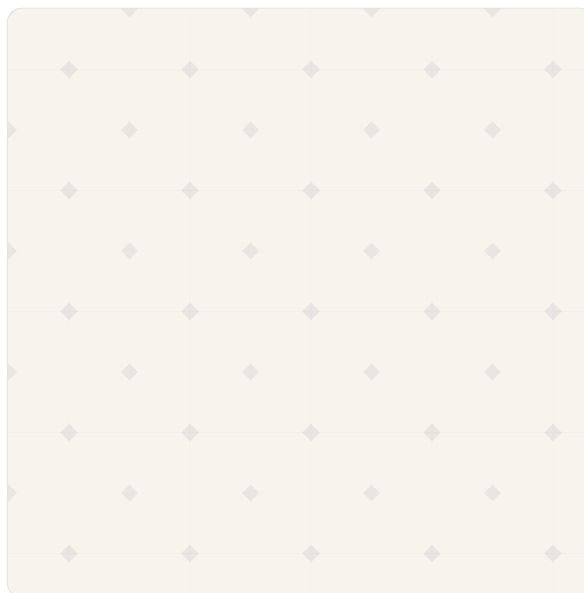
GRAPHIC PATTERN

المصدر

النمط مشتق مباشرة من **ماسية** الشعار (نقطة حرف الفاء)،
موزعة على شبكة متساوية مع خطوط رفيعة تربطها - إشارة
إلى الدقة والتخطيط.

قواعد الاستخدام

- ◆ شفافية قصوى ١٦% - النمط خلفية لا بطل.
- ◆ لا يُوضع خلف نص صغير أو جداول.
- ◆ حجم البلاطة ≤ 14 مم في الطباعة، ≤ 60 بكسل على الشاشة.
- ◆ لا يُلون بألوان خارج اللوحة المعتمدة.



النمط على الكريمي - كحلي بشفافية ٨%



النمط على الكحلي - ذهبي بشفافية ١٦%

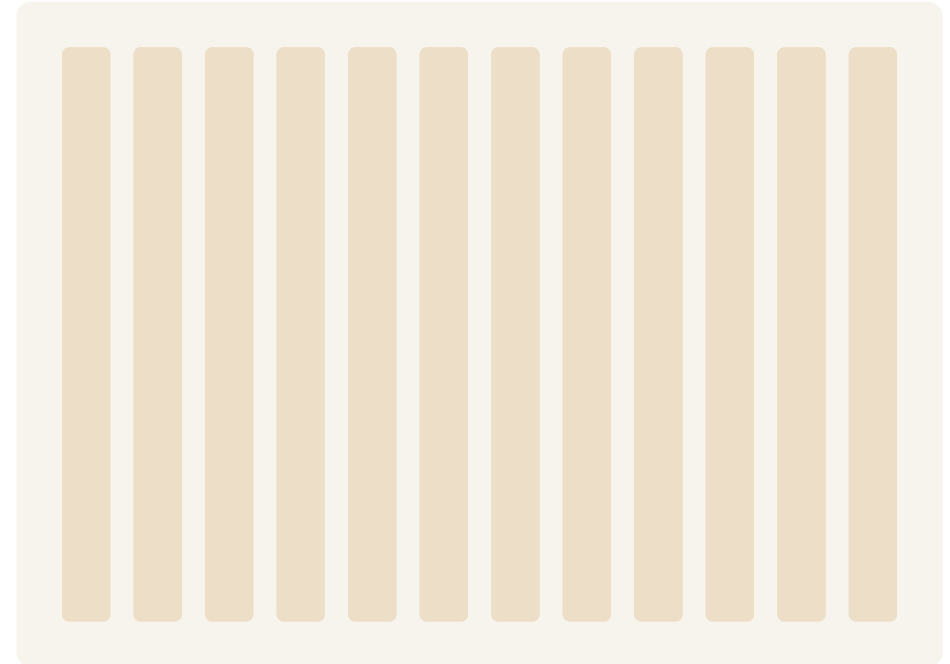
الشبكة والتخطيط

GRID & LAYOUT

قواعد التخطيط

- ◆ **الهامش الخارجي:** لا يقل عن ٢٠ مم في A4، و٢٤ بكسل على الجوال.
- ◆ **وحدة التباعد:** مضاعفات ٨ بكسل (8 / 16 / 24 / 32 / 48).
- ◆ **المحاذاة:** النص العربي إلى اليمين دائماً، والنص اللاتيني إلى اليسار.
- ◆ **المساحة السالبة:** عنصر تصميمي لا فراغ – لا تملأ كل مساحة.
- ◆ **الشريط الذهبي:** يظهر كخط سُفلي أو جانبي بِسُمك ٢-٢ مم كتوقيع بصري ثابت.

التوقيع البصري: كل مطبوعة تحمل ثلاثة عناصر ثابتة – الشعار، الشريط الذهبي، وسطر التواصل باللاتينية أسفل التصميم.



شبكة ١٢ عموداً – المسافة بين الأعمدة (Gutter) ٦ مم / ٢٤ بكسل

التطبيقات – القرطاسية

STATIONERY



عرض السعر

الفاتورة الضريبية

الورق الرسمي – A4

كرت العمل – ٩٠ × ٥٠ مم

ملفات الطباعة جاهزة بخاصية الحدّ الزائد (Bleed 3mm) في مجلد **Stationery-04** – الفاتورة متوافقة مع متطلبات الفاتورة الضريبية السعودية (رقم ضريبي، QR، إجمالي قبل/بعد الضريبة).

التطبيقات – السوشال ميديا

SOCIAL MEDIA

قواعد المنصات

- ◆ صورة الحساب = الأيقونة على خلفية كطية دائماً.
- ◆ لا يوضع نص مهم في آخر ٢٥٠ بكسل من الستوري.
- ◆ يظهر الموقع **farahpen.com** في كل تصميم.
- ◆ لا يُستخدم أكثر من لونين للنص في التصميم الواحد.
- ◆ الأغلفة الجاهزة: فيسبوك، لينكدإن، إكس، يوتيوب، واتساب بزنس.



ستوري ١٩٢٠x١٠٨٠



إطار صورة



خدمات - ١٠٨٠x١٠٨٠



اقتباس - ١٠٨٠x١٠٨٠

التطبيقات – البيئة والمنتجات

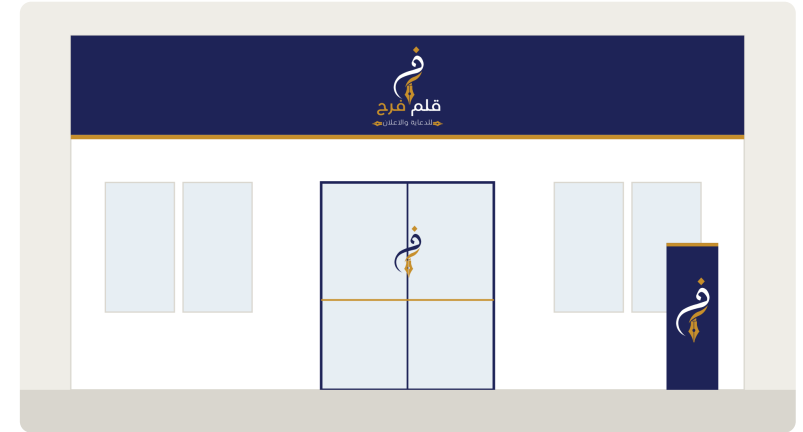
ENVIRONMENT & MERCHANDISE



رول أب



سيارة الشركة



لافتة المقر – الرياض

الرقمي والويب

DIGITAL & WEB

الأيقونات والتوقيع



حزمة الويب الجاهزة في مجلد **Digital-Web-07**: متغيرات CSS، إعدادات Tailwind، وسوم <head>، مانيفست، وصورة OG.

الموقع - farahpen.com



الأزوار: كحلي ممثلي (أساسي) · ذهبي ممثلي (ثانوي) · نصف قطر الحواف ٨ بكسل.

فهرس الملفات والتواصل

FILE INDEX & CONTACT

01	Logo – الشعار	٦٠ نسخة PNG · EPS · PDF · SVG بأربعة مقاسات · JPG
02	Icons & Favicon – الأيقونات	فافيكون ICO/PNG · أيقونات تطبيقات · صور حسابات
03	Backgrounds – الخلفيات	خلفيات سطح مكتب وجوال · اجتماعات · عروض · بلاطات النمط
04	Stationery – القرطاسية	كرت عمل · ورق رسمي · مغلف · فاتورة · عرض سعر · ختم · توقيع بريد · قالب عرض PPTX
05	Social Media – السوشال ميديا	أغلفة ٦ منصات · قوالب بوستات · قوالب ستوري
06	Environment – البيئة والمنتجات	لافتة · سيارة · يونيفورم · هدايا · رول أب · بادج
07	Digital & Web – الرقمي	OG image · manifest · head · Tailwind · CSS
08	Fonts – الخطوط	Tajawal · IBM Plex Sans Arabic · Montserrat · Inter (OFL)
09	Colors – الألوان	لوحة الألوان PDF/PNG
10	Brand Guidelines – الدليل	هذا الملف

farahpen.com · contact@farahpen.com · +966 59 073 5888 · RIYADH, SAUDI ARABIA



هذا الدليل مرجع مُلزم لأي جهة تنفذ أعمالاً بصرية باسم «قلم فرح». لأي استخدام غير مذكور هنا، يُرجع إلى قسم التسويق قبل التنفيذ. | الإصدار ١٠ - يوليو ٢٠٢٦