

Wady Company

Brand Guidelines Book



Table of Contents

Brand Elements

- Vertical logo layout.
- Horizontal logo layout for stationery.
- Arabic logo version.
- Latin-language logo version.
- Clear space around the logo.

Colors:

- Primary colors and their proportions in designs.
- Secondary colors and their proportions in designs.
- Primary color usage.
- Secondary color usage.
- Color palettes.
- Message and status colors.
- Color values for development platforms (Google - Apple - Bootstrap).
- Color backgrounds.

Typography:

- Arabic and English typefaces and their weights.

Icons:

- Logo icon.
- Logo icon sizes and usage.

Patterns.

Stationery standards.

فهرس المحتويات

عناصر العلامة التجارية

- الوضع الرأسى للشعار.
- الوضع وضع الأدبياتالأفقي للشعار.
- وضع الشعار للغة العربية.
- وضع الشعار للغات اللاتينية.
- المساحات المحيطة بالشعار.

الألوان:

- الألوان الرئيسية، ونسبها في التصميم.
- الألوان الثانوية، ونسبها في التصميم.
- استخدامات الألوان الرئيسية.
- استخدامات الألوان الثانوية.
- المجموعات اللونية.
- ألوان الرسائل والحالات.
- قيم الألوان لمنصات البرمجة: (جوجل - أبل - بوت استراب).
- الخلفيات اللونية.

الخطوط العربية والإنجليزية، وأوزانها.

الأيقونات:

- أيقونة الشعار.
- أحجام أيقونات الشعار، واستخداماتها.
- الأنماط.
- معايير القرطاسية.

Space

For a balanced visual presence, the golden ratio was adopted as the geometric foundation for constructing its elements. This geometric discipline is not merely about numbers; rather, it reflects meticulous care for the details of the brand, granting it an aesthetic touch that shines clearly across various applications.

من أجل حضور بصري متزن، اعتمدت النسبة الذهبية كأساس هندسي لبناء عناصره.. هذا الانضباط الهندسي ليس مجرد أرقام، بل هو انعكاس للعناية الفائقة بتفاصيل العلامة التجارية، ما يمنحها لمسة جمالية تتألق بوضوح في مختلف التطبيقات.

تستخدم هذه الوضعية للشعار عند الضرورة القصوى

This layout for the logo is used only in cases of extreme necessity.



Space

To ensure the clarity of the logo and the full visibility of all its elements, sufficient empty space must be left on all four sides surrounding the logo, and filling it with any content such as text, images, or other trademarks must be avoided



لضمان وضوح الشعار وظهور جميع عناصره بشكل كامل، يجب ترك مساحة فارغة كافية من الجهات الأربع المحيطة بالشعار، ويتعين اجتناب ملئها بأي محتوى مثل النصوص أو الصور أو العلامات التجارية الأخرى





Safe Reach For Elevators

Colors

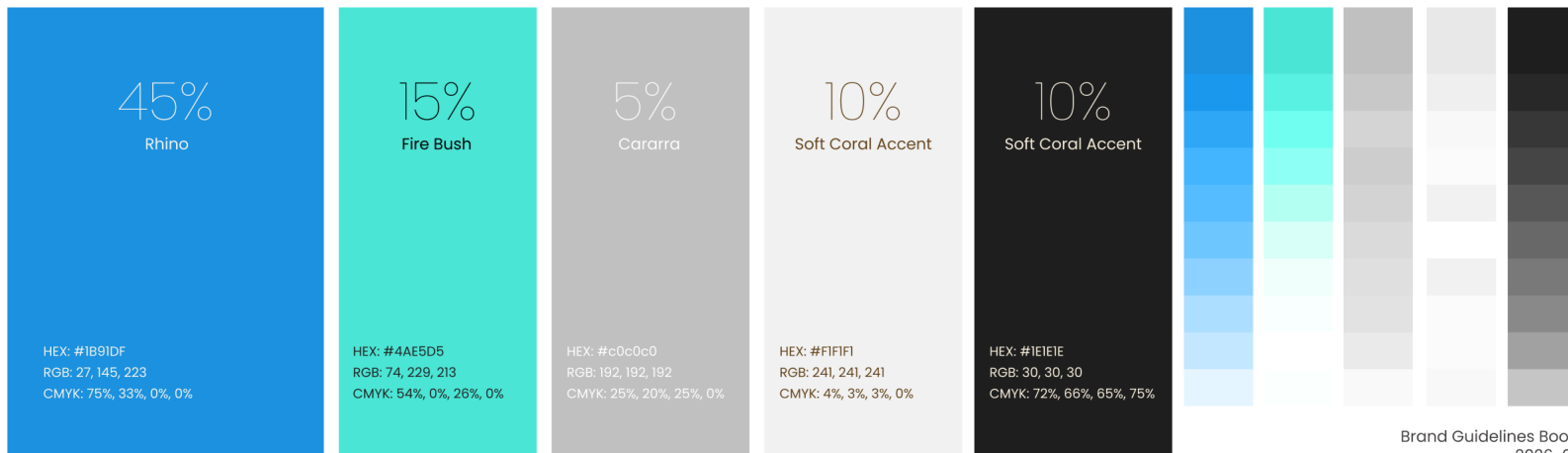
Colors are an essential part of a brand identity. They communicate personality and values and create capturing visuals.

تُعد الألوان عنصرًا أساسيًا في هوية العلامة التجارية، إذ تعبر عن الشخصية والقيم وتُسهم في خلق صور بصرية جذابة.



Colors

%70



Colors

Primary Colors



الألوان الرئيسية

تمثل جوهر الهوية البصرية للشركة، والانطباع الأول، وتُعرَّفُ العلامة بصرياً في جميع نقاط التواصل، كما تعكس هذه الألوان الثقة، الاحتراف، والكفاءة، وهي الأكثر حضوراً في (الشعار، العناوين الرئيسية، العناصر البارزة، الواجهات الأساسية). تُستخدم الألوان الرئيسية لقيادة التصميم بصرياً، وإبراز هوية الشركة بشكل واضح ومتسق، وأي تغيير أو تقليل في استخدامها يؤثر مباشرة على قوة الهوية وتماسكها.

Primary Colors

Represent the core of the company's visual identity, the first impression, and visually define the brand at all touchpoints. These colors reflect trust, professionalism, and competence, and are the most prominent elements in (the logo, main headings, highlighted elements, and core interfaces). Primary colors are used to lead the design visually and clearly emphasize the company's identity consistently. Any change or reduction in their use directly affects the strength and cohesion of the brand identity

Colors

Secondary Colors



الألوان الثانوية

ألوان داعمة تُستخدم لتعزيز الألوان الرئيسية دون منافستها. وظيفتها الأساسية خلق توازن بصري، وتحسين قابلية القراءة، وتنظيم المحتوى، ومنح التصميم مساحة تنفّس ووضوح. تُستخدم في: (الخلفيات، أقسام المحتوى، النصوص، والعناصر المساندة)، كما تساعد على ربط الهوية بالبيئة الثقافية المحلية بأسلوب هادئ وأنيق.

Supporting Colors

These colors are used to enhance the primary colors without competing with them. Their primary functions are to create visual balance, improve readability, organize content, and give designs breathing space and clarity. They are used in: (backgrounds, content sections, texts, and supporting elements), and they also help connect the identity to the local cultural environment in a subtle and elegant style. Their presence prevents visual fatigue and makes the user experience more comfortable and fluid.



Color Palettes

Do not use multiple color sets together in a single design.
Choose one primary set and add a secondary set only when necessary.
Coral is always for accent, not for backgrounds.

لا تُستخدم المجموعات معًا في تصميم واحد. اختر مجموعة واحدة أساسية وأضف مجموعة ثانية عند الحاجة فقط. المرجاني دائمًا للإبراز، لا للخلفيات.

Color Palette: 01



Digital / UI Experience **الواجهات الرقمية والتفاعلية**
Systems, Control Panels, Applications, Interactive Pages. الأنظمة، لوحات التحكم، التطبيقات، الصفحات التفاعلية.



Color Palette: 02



Visual Priority **الأولوية البصرية**
Systems, Control Panels, Applications, Interactive Pages. إبراز الأرقام - النتائج - الدعوات للإجراء - العناوين المهمة.



Color Palette: 03



Corporate / Brand Core **الهوية المؤسسية**
Logo, official website, reports, corporate presentations. الشعار، الموقع الرسمي، التقارير، العروض المؤسسية.



Color Palette: 04



Cultural Identity **الهوية الثقافية**
Logo, official website, reports, corporate presentations. المواد التسويقية - أغلفة التقارير - العروض الخاصة.



Color Message and Status Colors

Upgrade statuses, Pro features.	حالات الترقية، ميزات.	توقف، خطر، انتباه، فشل.	Stop, danger, attention, failure.
Disabled buttons, unavailable options.	أزرار غير مفعله، خيارات غير متاحة	انتبه، تحقق، قيد المراجعة	Pay attention, verify, under review.
Unsaved changes, drafts.	تغييرات غير محفوظة، مسودات	نجاح، اكتمال، موافق، جاهز.	Success, completion, oKay, ready.
		معلومات، تفاصيل، تعلم أكثر	Information, details, learn more.

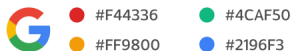
ألوان الرسائل والحالات.. لغة بصرية كاملة تمكن في :

- التواصل غير اللفظي مع المستخدم.
- توجيه السلوك نحو الإجراءات الصحيحة.
- نقل المشاعر والطوارئ بشكل فوري.
- خلق شخصية متسقة للنظام أو التطبيق. الاستثمار في نظام ألوان جيد للرسائل هو استثمار في وضوح التواصل، وكفاءة المستخدم، ورضاه النهائي عن المنتج أو الخدمة.

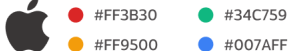
Message and Status Colors... a complete visual language that enables:

- Non-verbal communication with the user.
- Guiding behavior toward correct actions.
- Instantly conveying emotions and emergencies.
- Creating a consistent personality for the system or application. Investing in a good message color system is an investment in communication clarity, user efficiency, and their ultimate satisfaction with the product or service.

Material Design



Apple Human Interface



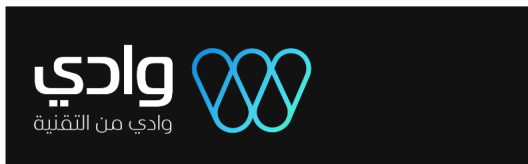
Bootstrap





Colors

الخلفيات اللونية





Safe Reach For Elevators

Typ **o**gr **a**phy

A A A A A A A

Colors are an essential part of a brand identity. They communicate personality and values and create capturing visuals.

يمثل الخط الطباعي الصوت المكتوب للعلامة التجارية، وقد تم اختياره بعناية وفق معايير مهنية دقيقة، ليضمن تواصلاً بصرياً متماسكاً وفعالاً.

Typography

Font AR-EN

After

Source Code Pro

Hacen Saudi Arabia

Alilato

ضمن الهوية البصرية المتكاملة والذكية، اخترنا نهج "الخط الواحد بأربع أوزان" كحل استراتيجي متطور يجمع بين التماسك البصري والمرونة التصميمية، والاحترافية التقنية المتقدمة.

As part of a comprehensive and smart visual identity, we have selected the "Single Typeface with Nine Weights" approach as an advanced strategic solution that combines visual cohesion, design flexibility, and sophisticated technical professionalism.

Regular : WADY

وادي : Regular

Regular : Valley of Technology

وادي من التقنية : Extra Light

Italic : Valley of Technology

Bold : Valley of Technology

Bold Italic : Valley of Technology



Safe Reach For Elevators

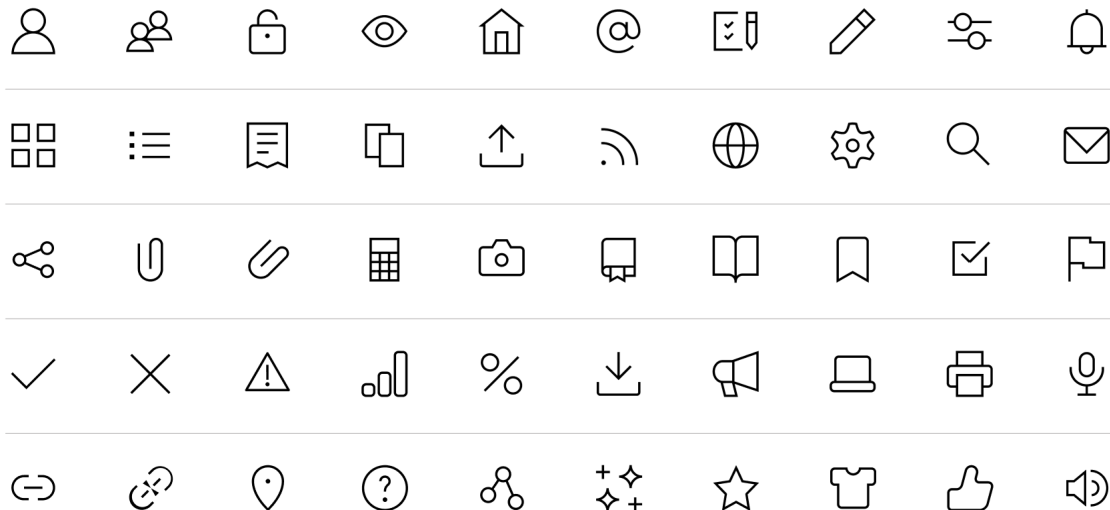
icons

Icons represent a universal visual language that achieves consistency and speed in communication across all brand platforms, enhancing identity and facilitating user experience. They also translate the company's services into easily understandable symbols, achieving high operational efficiency at the strategic level

تمثل الأيقونات لغة بصرية عالمية تحقق الاتساق والسرعة في التواصل عبر جميع منصات العلامة التجارية، مما يعزز الهوية ويسهل تجربة المستخدم. كما أنها تترجم خدمات الشركة إلى رموز سهلة الفهم، تحقق كفاءة تشغيلية عالية على المستوى الاستراتيجي.

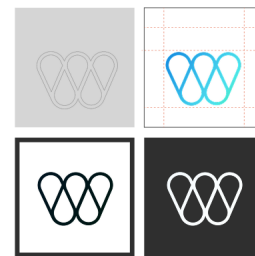


Icons



الأيقونات

Icons





Icon



XS:	24px×24px	للأيقونات الصغيرة جداً
S:	48px×48px	تطبيقات الجوال - الأيقونات
M:	96px×96px	العرض القياسي - الويب والطباعة المتوسطة
L:	192px×192px	العرض الكبير - العروض التقديمية
XL:	384px×384px	الملصقات واللوحات الإعلانية
XXL:	768px×768px	اللوحات الكبيرة جداً



Safe Reach For Elevators

Pattern

Three thin, light blue wavy lines that sweep across the bottom of the slide, passing behind the word 'Pattern'.

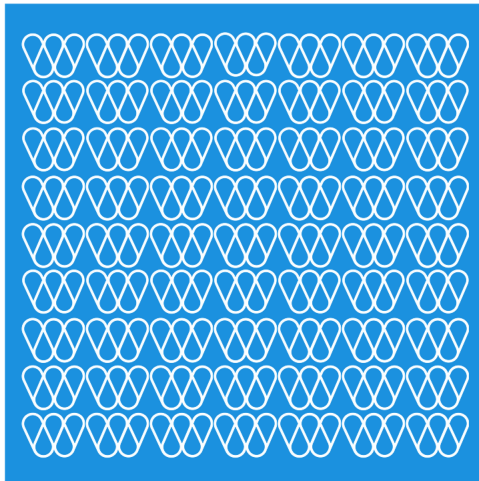
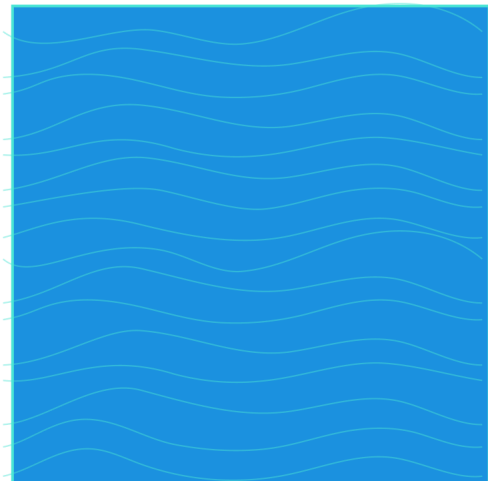
Visual patterns infuse vitality and achieve cohesion and continuity across all brand applications, thereby strengthening the identity and embedding it in visual memory. They also serve as a secondary design language that facilitates visual communication and enriches the overall experience for both the user and the client.

تضفي الأنماط البصرية الحيوية، وتحقق التماسك والاستمرارية عبر جميع تطبيقات العلامة التجارية، مما يعزز الهوية ويرسخها في الذاكرة البصرية. كما أنها تمثل لغة تصميمية ثانوية تسهل التواصل البصري وتثري التجربة الشاملة للمستخدم والعميل.



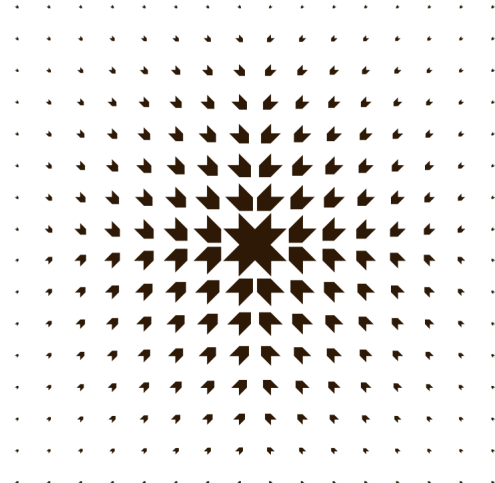
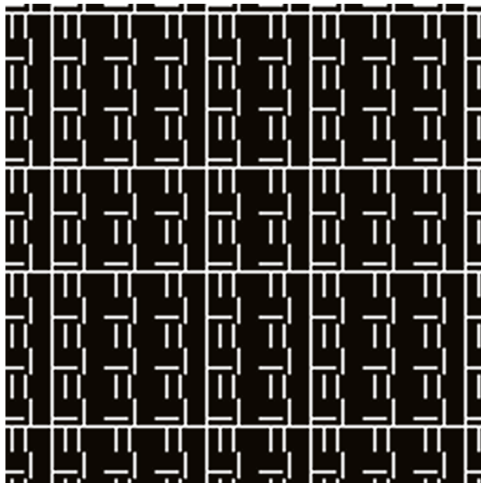
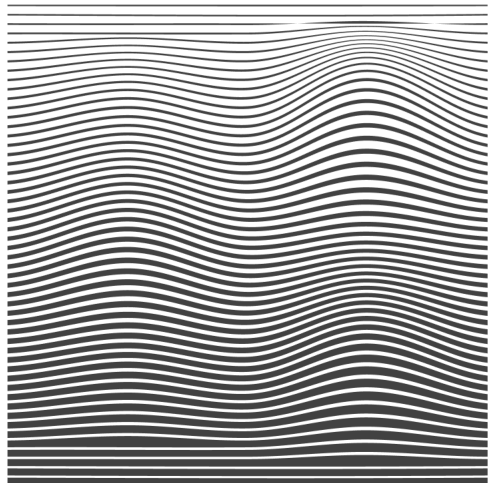


Pattern



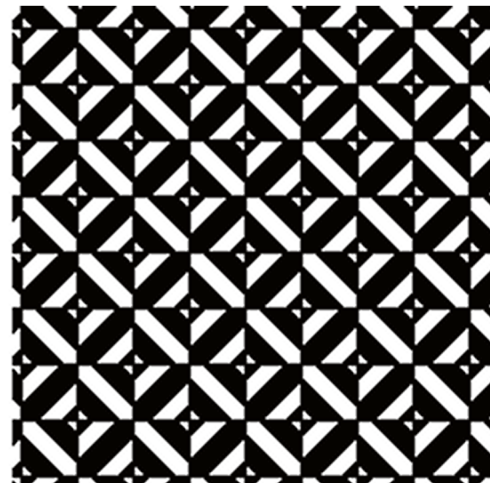
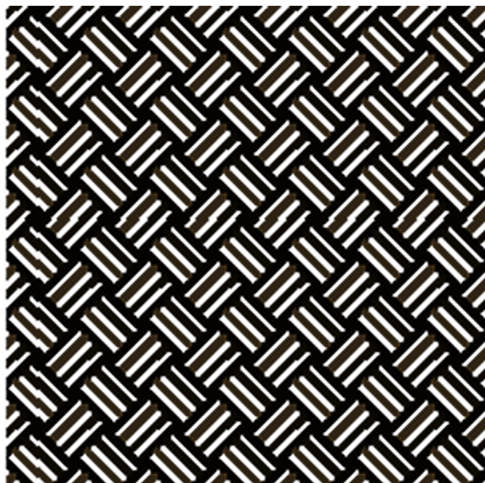
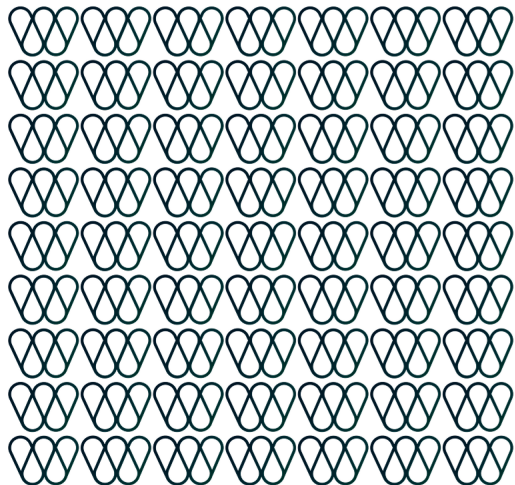


Pattern





Pattern





Safe Reach For Elevators

Mouckup



THANK YOU
FOR WATCH





وادي

وادي من التقنية

