

# دليل الهوية المؤسسية

## Corporate Identity Guidelines

20  
26

مرجع الكتابة والتصميم  
والاتصال المؤسسي

لجمعية اعتدال  
للتكافل والاستدامة

## ■ تمهيد

مرجع موحد لما يجب أن تبدو عليه اعتدال، وكيف نتحدث، وكيف تعرض أثرها، وكيف تحفظ كرامة المستفيد.

هذا الدليل ليس ملفًا بصريًا فقط، بل مرجع تشغيلي لكل من يكتب أو يصمم أو ينشر أو يتحدث باسم الجمعية. الهدف ليس توحيد الشكل وحده، بل توحيد طريقة التفكير والكلام، وعرض الأثر على الإنسان والاقتصاد والبيئة.

# لماذا هذا الدليل؟



# يستخدم قبل:

■ تمهيد

• كتابة منشور أو  
خبر أو إعلان أو  
حملة.

• إطلاق حملة تبرع  
أو حملة توعوية.

• تصميم عرض أو  
تقرير أو  
إنفوجرافيك.

• مخاطبة مستفيد  
أو متبرع أو شريك.

• إعداد صفحة  
برنامج في الموقع  
الإلكتروني.

• عرض أثر الجمعية  
أمام جهة داعمة أو  
إشرافية.



# فهرس المحتويات

01

## أساس الهوية

الاسم الرسمي والاستخدامات  
التعريف بالجمعية  
الرؤية والرسالة  
القيم  
القيم في السلوك الاتصالي  
جوهر العلامة  
وعد العلامة

02

## ما تمثله اعتدال

ما تمثله اعتدال  
ما لا تمثله اعتدال

03

## الجمهور

الجمهور حسب الأولوية  
المستفيدون  
المتبرعون الأفراد  
الشركات والمتطوعون  
الجهات الإشرافية والمجتمع والإعلام  
المهمة التي تؤديها الهوية

04

## الأثر

أشكال الأثر  
الأثر الإنساني  
الأثر الاقتصادي  
الأثر البيئي  
الأثر المؤسسي  
الأهداف الشعورية

05

## الصوت والشخصية

شخصية العلامة  
نبرة الصوت وقواعد الكتابة  
اختبار النبرة قبل النشر  
الأعداء الخمسة للصوت

06

## لغة العلامة

المفردات المعتمدة  
مفردات نستخدمها بحذر  
تجنب... ولا تقل أبدًا  
أسلوب الكتابة حسب نوع الرسالة

07

## النظام البصري

الاتجاه الجمالي  
الشعار  
إصدارات الشعار المعتمدة  
التسلسل الهرمي للشعار  
تموضع الشعار  
المساحات والأبعاد  
استخدام الشعار  
نظام الألوان  
الخط  
الأيقونات والرسوم  
النمط  
رموز التصميم  
مبادئ التصميم العشرة  
قواعد الصور والقصص  
كيف تبدو اعتدال في المحتوى؟  
الأساليب البصرية  
الرسوم البيانية وتصنيف الأثر  
قواعد الاتجاه RTL  
المكونات والأنماط

08

## البرامج والتطبيق

مسارات العطاء  
البرامج الأساسية  
كيف نكتب عن العطاء  
أمثلة: قبل وبعد  
القيم في السلوك الاتصالي  
قائمة فحص قبل النشر  
الاعتماد الداخلي والتحديث

# أساس الهوية

- الاسم الرسمي والاستخدامات
- التعريف بالجمعية
- الرؤية والرسالة
- القيم
- القيم في السلوك الاتصالي
- جوهر العلامة
- وعد العلامة

01

▪ أساس الهوية

## الاسم الرسمي والاستخدامات

الصيغة المعتمدة في جميع المواد: جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة

### ✓ صيغ معتمدة

• جمعية اعتدال - مختصر مسموح.

• اعتدال - مختصر مسموح.

• جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة - الصيغة الكاملة.

### ✗ صيغ غير معتمدة

• اعتدال للاستدامة فقط.

• مؤسسة اعتدال.

• جمعية اعتدال الخيرية.

• جمعية حفظ النعمة.

**قاعدة تحريرية:** لا يُستخدم الاسم السابق في المواد الاتصالية إلا عند الحاجة الرسمية أو النظامية، وبصيغة توضح أنه اسم سابق.



## التعريف بالجمعية

أربعة مستويات للتعريف تستخدم بحسب السياق والمساحة المتاحة.

### التعريف الرسمي

جمعية أهلية تعزز الاعتدال في استهلاك النعم من خلال التوعية والتدريب على ترشيد الاستخدام، وتشجع التصديق بفوائض النعم لدعم المحتاجين وشكر النعمة، وتبني مبادرات الاقتصاد الدائري لاستدامتها.

### التعريف المختصر

اعتدال: تكافل يحفظ الكرامة، واستدامة تحفظ النعم.

### التعريف الاتصالي

ترسيخ ثقافة الاعتدال في استهلاك النعم، وتوجيه الفوائض إلى مستحقيها بكفاءة وكرامة، وبناء حلول مستدامة تقلل الهدر وتعزز التكافل.

### التعريف القصير جداً

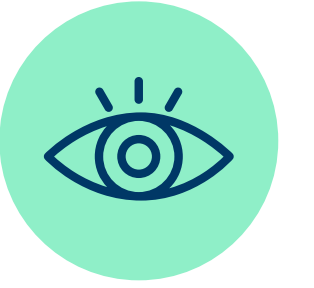
عطاء مسؤول، وأثر مستدام.

## ■ أساس الهوية

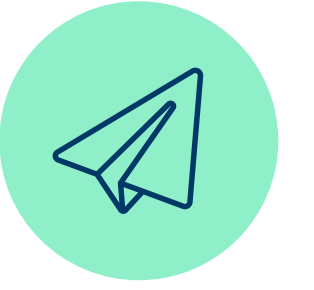
مجتمع متوازن يعيش فيه الجميع حياة كريمة ويحققون الاعتدال في استخدام النعم.

جمعية أهلية تعزز الاعتدال في استهلاك النعم عبر التوعية والتدريب على الترشييد، وتشجع التصديق بفوائض النعم لدعم المحتاجين وشكر النعمة، وتتبنى مبادرات الاقتصاد الدائري لاستدامتها.

## الرؤية



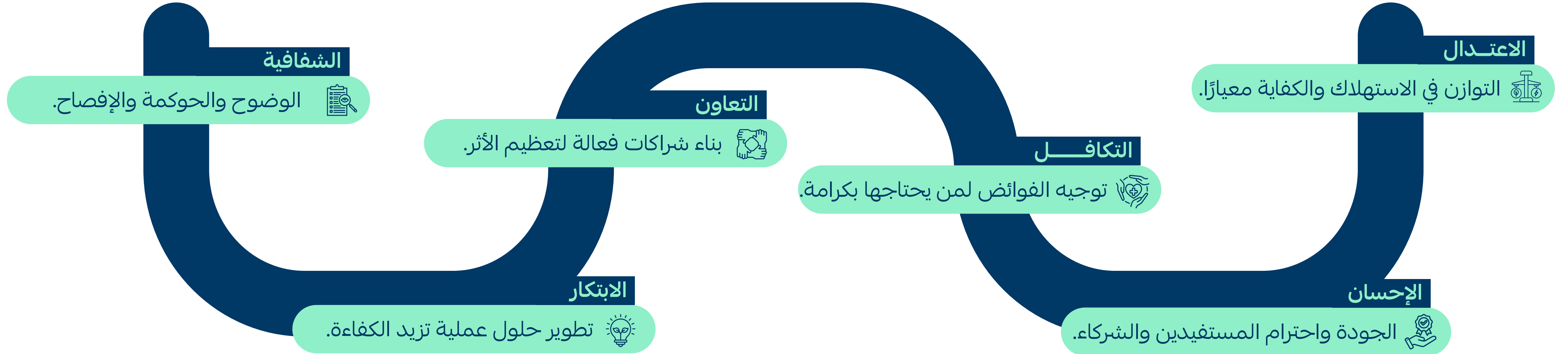
## الرسالة



# القيم

ليست كلمات تزيينية، بل معايير توجه التفكير والكتابة والتصميم واتخاذ القرار.

## ■ أساس الهوية



## القيم في السلوك الاتصالي

تتحول كل قيمة إلى سلوك ملموس في الكتابة والتصميم والخدمة.

| القيمة   | كيف تظهر في الاتصال والتصميم؟                                                    |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|
| الاعتدال | لغة متزنة، ودعوة للعطاء دون مبالغة، وتصميم هادئ لا يزاحم الرسالة.                |
| الإحسان  | عناية بجودة الخدمة، واحترام صورة المستفيد، وتقدير الشركاء دون مبالغة دعائية.     |
| التكافل  | إبراز العطاء كمسار كريم يصل من فائض المجتمع إلى احتياج الأسر دون مساس بالخصوصية. |
| التعاون  | الحديث عن الشركاء كجزء من منظومة الأثر لا كجهات داعمة عابرة.                     |
| الابتكار | إبراز الحلول التي تحسن الفرز والتوزيع والترشيد وإعادة الاستخدام وقياس الأثر.     |
| الشفافية | عرض الأرقام بمصادرها، والتمييز بين المنجز والمستهدف وما هو قيد الاستكمال.        |

## جوهر العلامة

تحويل ثقافة حفظ النعم من فكرة أخلاقية عامة إلى منظومة عملية تقيس الهدر، وتوجه الفائض، وتحفظ الكرامة، وتبني أثرًا إنسانيًا واقتصاديًا وبيئيًا.

## لا تعمل اعتدال في مسار واحد، بل تربط بين:

التبرع العيني

التبرع النقدي

الدعم العيني

الترشيد

التوعية

قياس الأثر

الشراكات

الاقتصاد الدائري

إعادة التدوير

إعادة الاستخدام

## وعد العلامة

أن تجعل العطاء والترشيد والاستدامة فعلًا كريماً، واضحًا، موثوقًا، وقابلًا للقياس؛ ينعكس أثره على الإنسان والاقتصاد والبيئة.

### خمسة أسئلة يجب أن تجيب عنها كل مادة تصدر من الجمعية:

هل تحفظ كرامة  
المستفيد؟

هل توضح مسار  
العطاء أو البرنامج؟

هل تعرض الأثر الإنساني أو  
الاقتصادي أو البيئي بوضوح؟

هل تستند إلى رقم  
أو وصف موثق؟

هل تعبر عن الاستدامة  
كسلوك ومنظومة لا كشعار؟

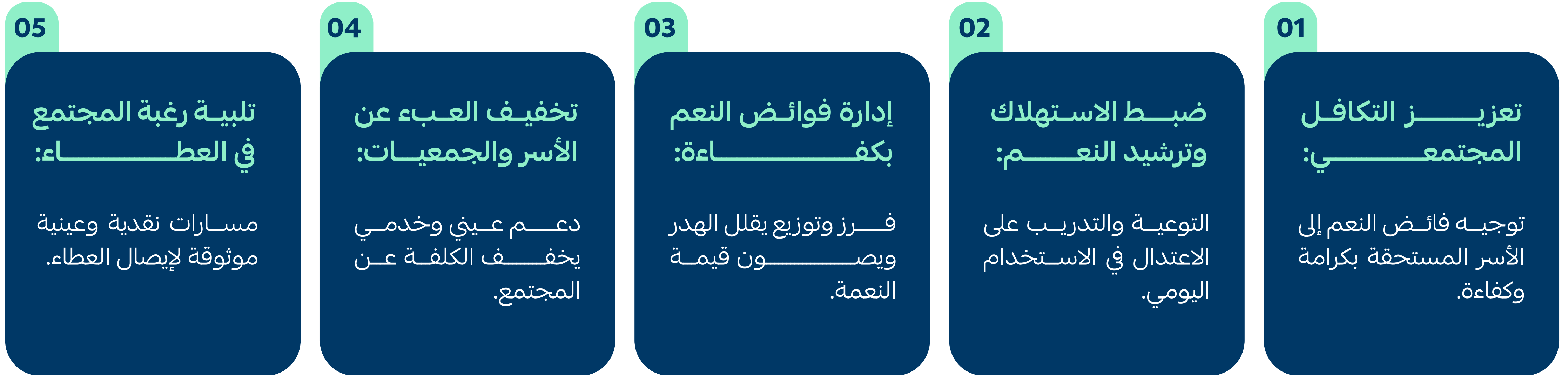
# ما تمثله اعتدال

- ما تمثله اعتدال
- ما لا تمثله اعتدال

# 02

## ما تمثله اعتدال

خمسة مرتكزات تختصر دور الجمعية وتوجه كل رسالة تصدر عنها.



▪ ما لا تمثله اعتدال

## ما لا تمثله اعتدال

تصحيح خمسة مفاهيم شائعة قد تختزل دور الجمعية أو تشوّهه.

- 01 ليست جمعية تبرعات عينية فقط  
العطاء النقدي مساوٍ أساسي إلى جانب العطاء العيني.
- 02 ليست حملة بيئية شعارها اللون الأخضر  
الاستدامة منظومة قياس وسلوك، لا لوناً أو شعاراً.
- 03 ليست جهة إغاثة طارئاً  
عملها تنموي مستدام لا مساعدات لحظية عابرة.
- 04 ليست مستودعاً لإعادة التوزيع  
بل منظومة فرز وترشيد وأثر للقياس.
- 05 ليست واجهة دعائية  
كل رسالة مرتبطة بأثر موثق لا بانطباع فقط.

# الجمهور

- الجمهور حسب الأولوية
- المستفيدون
- المتبرعون الأفراد
- الشركات والمتطوعون
- الجهات الإشرافية والمجتمع والإعلام
- المهمة التي تؤديها الهوية

# الجمهور حسب الأولوية

ترتب الجمهور لتوجه الرسالة والنبرة بحسب أولوية كل فئة.

01

المستفيدون

- أسر ومستحقون يتلقون الدعم بكرامة.

02

المتبرعون الأفراد

- عطاء نقدي وعيني من فائض النعم.

03

الشركات والمسؤولية المجتمعية

- شركات تصنع أثرًا مؤسسيًا مشتركًا.

04

المتطوعون

- طاقة بشرية تحول العطاء إلى أثر.

05

الجهات الإشرافية والشركاء

- حوكمة والتزام وثقة متبادلة.

06

المجتمع والإعلام

- نشر ثقافة الاعتدال ووعي عام.

▪ الجمهور • المستفيدون

## المستفيدون

الأولوية الأولى دائماً: لغة تحفظ الكرامة وتصون الخصوصية.

### ✓ كيف نخاطبهم

- خصوصية تامة دون صور وجوه أو أسماء.
- لغة تبرز التحول لا الحاجة.
- وضوح في الخطوة التالية والخدمة.

### ✗ ما نتجنبه معهم

- الاستعطف أو إبراز البؤس.
- كشف الهوية أو تفاصيل الأسرة.
- المنّ أو لغة الإحسان المتعالية.

الكرامة والطمأنينة – أن يشعر المستفيد بأنه مُكرّم لا محتاج معروض.

الهدف الشعوري



▪ الجمهور • المتبرعون الأفراد

## المتبرعون الأفراد

مساران معتمدان يعرضان دائمًا معًا: النقدي والعيني.



### ما نتجنبه

- الإلحاح أو الضغط العاطفي.
- حصر التبرع في المسار العيني وحده.



### كيف نكتب لهم

- نوضح أثر كل ريال وكل قطعة.
- نشكر بصدق دون مبالغة دعائية.



### المسار العيني

- فائض النعم: ملابس، أثاث، أجهزة.
- فرز وتوزيع كريم يصون القيمة.



### المسار النقدي

- تمكين البرامج والتشغيل والترشيد.
- أثر قابل للقياس لكل ريال.

## الشركات والمتطوعون

فئتان تصنعان الأثر المؤسسي والطاقة البشرية للجمعية.

### الشركات والمسؤولية المجتمعية



نخاطبها بلغة الأثر المشترك والاحترافية والشفافية.

• تقارير شفافة بالأرقام والمصادر.

• أثر مؤسسي مشترك يبرز قيمة الشريك.

• شراكات استراتيجية ورعاية للبرامج.

• فرص للمواءمة مع مستهدفات الاستدامة.

### المتطوعون



نخاطبهم بلغة المساهمة وقيمة الوقت والانتماء.

• عائد مجتمعي يقاس ويعرض بفخر.

• انتماء لمجتمع العطاء المسؤول.

• تقدير صادق وتنمية للمهارات.

• فرص أثر ملموسة وواضحة المعنى.

• الجمهور • الجهات الإشرافية والإعلام

## الجهات الإشرافية والمجتمع والإعلام

فئتان تبنيان الموثوقية وتنشران ثقافة الاعتدال.

### الجهات الإشرافية والشركاء

نخاطبها بلغة الحوكمة والالتزام والدقة.

• احترام للأطر والمعايير الرسمية.

• موثوقية في الأرقام والإجراءات.

• إفصاح دقيق وتقارير موثقة.

• حوكمة والتزام نظامي واضح.

### المجتمع والإعلام

نخاطبهم بلغة الإلهام والوضوح والمصادقية.

• ترسيخ ثقافة الاعتدال وحفظ النعم.

• محتوى ملهم وقابل للمشاركة.

• أرقام موثقة قابلة للنشر.

• قصص أثر تحفظ الكرامة.



## المهمة التي تؤديها الهوية

تجاه كل هذه الفئات، تؤدي الهوية أربع مهام جوهرية.

01

### توحيد الصوت والشكل

- صوت واحد ومظهر متسق عبر كل القنوات.

02

### حفظ كرامة المستفيد

- كرامة مصونة في كل رسالة وصورة.

03

### عرض الأثر الثلاثي بوضوح

- أثر إنساني واقتصادي وبيئي موثق.

04

### بناء الثقة

- ثقة لدى المتبرعين والشركاء والجهات.

# الأثر

- أشكال الأثر
- الأثر الإنساني
- الأثر الاقتصادي
- الأثر البيئي
- الأثر المؤسسي
- الأهداف الشعورية

■ الأثر

## أشكال الأثر

فئتان تصنعان الأثر المؤسسي والطاقة البشرية للجمعية.



### الأثر المؤسسي

- حوكمة وشراكات وثقة
- تدعيم الباقي.



### الأثر البيئي

- خفض للكربون والطاقة
- والمياه والهدر.



### الأثر الاقتصادي

- توفير وعائد وخفض
- لفواتير الأسر.



### الأثر الإنساني

- أسر مستفيدة واحتياجات
- تُلبى بكرامة.

الأثر المؤسسي داعم للأبعاد الثلاثة الإنساني والاقتصادي والبيئي، ولا يحل محلها في عرض النتائج.

## ■ الأثر - الإنساني

# الأثر الإنساني

كل رقم هنا يمثل أسرة عاشت تحولاً بكرامة خلال عام 2025.



4,102

جهاز كهربائي



2,265

قطعة أثاث



14,396

قطعة ملابس



1,807

أسرة مستفيدة

المصدر: تقرير الأثر 2025

نعرض الأثر الإنساني بأرقامٍ مجردةٍ تحفظ خصوصية الأسر وكرامتها.



جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة  
etedal.org.sa

24 | دليل الهوية

## ▪ الأثر - الاقتصادي

# الأثر الاقتصادي

العطاء المسؤول يُترجم إلى توفير وعائد يُقاس بالريال.



126,463 ريال

خفض فواتير الأسر



236,823 ريال

توفير على الخدمات العامة



363,286 ريال

إجمالي التوفير المباشر



128.4%

العائد على الاستثمار

المصدر: تقرير الأثر 2025

نعرض القيمة الاقتصادية بمصدرها، ونميز التوفير المتحقق عن المستهدف.



جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة  
etedal.org.sa

25 | دليل الهوية

## ■ الأثر - البيئي

# الأثر البيئي

الاستدامة هنا سلوك يُقاس: كربون و طاقة ومياه وأشجار.



16,667 ◀

شجرة مكافئة



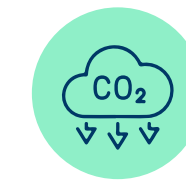
3,310,550 ◀

لتر مياه



341,124 ◀

كيلوواط ساعة طاقة



350 ◀

طن eCO<sub>2</sub> خفضت

المصدر: تقرير الأثر 2025

الأثر البيئي يعادل نحو 27,740 يوم قيادة سيارة - استدامة بالأرقام لا باللون.



جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة  
etedal.org.sa

26 | دليل الهوية

## الأثر المؤسسي

بنية من الحوكمة والشراكات تدعم الأثر ولا تحل محله.

نعرض المؤسسي كعاملٍ ممكن؛ يقوّي الثقة والاستمرارية، ويبقى داعمًا للأثر الإنساني والاقتصادي والبيئي.



246

• ساعة تطوع 34٠  
متطوعًا



4.3 دقيقة

• زمن الاستجابة



3.25 مليون

• وصول إعلامي



89.66%

• رضا المستفيدين



96.30%

• مؤشر الحوكمة



21

• شراكة نشطة

## ▪ الأثر - الأهداف الشعورية

# الأهداف الشعورية

لكل فئة شعور نسعى لترسيخه في كل رسالة وتجربة.

| الجمهور          | الهدف الشعوري المستهدف                         |
|------------------|------------------------------------------------|
| المستفيد         | الكرامة والطمأنينة – مُكرّم لا مُحْتَاج معروض. |
| المتبرع الفرد    | الثقة ووضوح الأثر – يعرف أين ذهب عطاؤه.        |
| الشركة / الشريك  | الفخر بالأثر المشترك والمصداقية.               |
| المتطوع          | الانتماء وقيمة المساهمة الحقيقية.              |
| الجهة الإشرافية  | الموثوقية والالتزام والدقة.                    |
| المجتمع والإعلام | الإلهام وثقافة الاعتدال وحفظ النعم.            |

# الصوت والشخصية

- شخصية العلامة
- نبرة الصوت وقواعد الكتابة
- اختبار النبرة قبل النشر
- الأعداء الخمسة للصوت

05

## شخصية العلامة

ست سمات تحكم نبرة اعتدال في كل ما تكتبه وتنشره.



## نبرة الصوت وقواعد الكتابة

نبرة ثابتة وقواعد عملية تجعل كل نص يشبه اعتدال.

### النبرة



هادئة، واثقة، دافئة دون عاطفة زائدة، محترمة.

### البناء اللغوي



• جمل قصيرة ومباشرة.

• فعل مبني للمعلوم لا للمجهول.

• لغة بسيطة بلا مصطلحات معقدة.

### المضمون والأثر



• أرقام موثقة بمصادرها وتواريخها.

• خاطب القارئ مباشرة وبوضوح.

• اذكر الأثر والخطوة التالية.

## اختبار النبذة قبل النشر

اثنا عشر سؤالاً سريعاً – أي جواب بـ«لا» يعني إعادة الصياغة.

|                             |   |                                      |   |
|-----------------------------|---|--------------------------------------|---|
| هل اللغة متزنة دون مبالغة؟  | ✓ | هل أوضحت مسار العطاء النقدي والعيني؟ | ✓ |
| هل حفظت كرامة المستفيد؟     | ✓ | هل الجمل قصيرة ومباشرة؟              | ✓ |
| هل تجنببت الاستعطاف؟        | ✓ | هل تجنببت الشعارات الفارغة؟          | ✓ |
| هل وضحت الأثر بصدق؟         | ✓ | هل النبذة دافئة ومحترمة؟             | ✓ |
| هل استندت إلى رقم أو مصدر؟  | ✓ | هل تجنببت الإلحاح التسويقي؟          | ✓ |
| هل ميزت المنجز عن المستهدف؟ | ✓ | هل الاستدامة سلوك لا مجرد لون؟       | ✓ |

## الأعداء الخمسة للصوت

خمسة أنماط تفقد اعتدال مصداقيتها – تجنبها دائمًا.

05

### الإلحاح التسويقي

ضغط وإلحاح على  
التبرع يفقد الثقة.

04

### الشعارات بلا أثر

كلام كبير وعبارات رنانة  
دون دليل.

03

### الغموض

أرقام بلا مصدر أو وعود  
مبهمة لا تُقاس.

02

### الإحسان غير المستدام

مساعداً لحظية بلا أثر  
دائم أو قياس.

01

### الاستعفاف

استدراار الشفقة بدل  
عرض الأثر بكرامة.

# لغة العلامة

- المفردات المعتمدة
- مفردات نستخدمها بحذر
- تجنب... ولا تقل أبدًا
- أسلوب الكتابة حسب نوع الرسالة



▪ لغة العلامة - استخدم

## المفردات المعتمدة

كلمات نختارها بدقة لأنها تحمل قيمة العلامة ومعناها.

| المفردة المعتمدة      | الدلالة ولماذا نستخدمها                            |
|-----------------------|----------------------------------------------------|
| النعم                 | بدل «الأشياء/الموارد»؛ تربط الاستهلاك بقيمة الشكر. |
| مستفيد / أسرة مستفيدة | بدل «محتاج/فقر»؛ تحفظ الكرامة.                     |
| عطاء / تكافل          | بدل «صدقة/إحسان»؛ تبرز الشراكة لا التفضل.          |
| فائض النعم            | بدل «ملابس قديمة/مستعملة»؛ تصون القيمة.            |
| أثر موثق              | بدل «إنجازات» مرسلة بلا مصدر.                      |
| ترشيد / اعتدال        | بدل «تقليل» المجتزأ؛ سلوك واعٍ لا حرمان.           |

▪ لغة العلامة - بحذر

## مفردات نستخدمها بحذر

كلمات مقبولة بشروط – خارجها قد تضعف الرسالة أو مصداقيتها.

| المفردة     | شرط الاستخدام                              |
|-------------|--------------------------------------------|
| مجاني       | فقط بسياق لا يقلل من قيمة الخدمة المقدمة.  |
| حملة        | عند وجود إطار زمني وهدف محدد، لا لكل نشاط. |
| متبرع كريم  | دون مبالغة أو مديح دعائي مفرط.             |
| أخضر / بيئي | مقرونًا برقم أو سلوك ملموس لا كشعار.       |
| مستدام      | حين يوجد قياس فعلي للأثر يدعم الوصف.       |

▪ لغة العلامة - تجنب

## تجنب... ولا تقل أبدًا

مستويان من المنع: ما يُتجنب بحذر وما لا يُكتب إطلاقًا.

### لا تقل أبدًا

• وعود مبالغ فيها مثل «تغير حياتك».

• أسماء أو صور المستفيدين.

• محتاجين / فقراء / معوزين.

• الاستدامة = اللون الأخضر فقط.

• «تبرع الآن وإلا...» وأسلوب الترهيب.

### تجنب بحذر

• المصطلحات التقنية المعقدة.

• «الأفضل/الأكثر» دون دليل موثق.

• عبارة «تقليل الفقر» المرسلة.

• حصر العطاء في مسار واحد.

• التعميمات والأوصاف بلا رقم.

## أسلوب الكتابة حسب نوع الرسالة

لكل نوع من الرسائل بنية ونبرة تخدم هدفه.



# النظام البصري

- الاتجاه الجمالي
- الشعار
- إصدارات الشعار المعتمدة
- التسلسل الهرمي للشعار
- تموضع الشعار
- المساحات والأبعاد
- استخدام الشعار
- نظام الألوان
- الخط
- الأيقونات والرسوم
- النمط
- رموز التصميم
- مبادئ التصميم العشرة
- قواعد الصور والقصص
- كيف تبدو اعتدال في المحتوى؟
- الأساليب البصرية
- الرسوم البيانية وتصنيف الأثر
- قواعد الاتجاه RTL
- المكونات والأنماط

## الاتجاه الجمالي

أربعة مبادئ بصرية تجعل اعتدال هادئة ومؤسسية وإنسانية.

01

### هدوء بصري

- مساحات بيضاء سخية،  
بلا ازدحام يزاحم الرسالة.

02

### دفع إنساني

- ألوان ترابية وخضرية  
تبعث الطمأنينة والثقة.

03

### وضوح مؤسسي

- تسلسل هرمي واضح  
وشبكة منظمة ومتسقة.

04

### معاصرة سعودية

- حداثة بصرية تحترم  
السياق المحلي وقيمه.

## الشعار

يُجسد شعار اعتدال قيم العطاء والاستدامة والتكافل من خلال تكوين بصري متكامل يعكس رسالة الجمعية وأثرها المجتمعي. تمثل المنطقة السفلية باللون البني جانب الإمداد والعمل اللوجستي الذي يضمن وصول الموارد واستثمارها بالشكل الأمثل، بينما ترمز الأسهم المتحركة داخلها إلى الاستدامة واستمرارية المنفعة وتدفق العطاء بصورة مستمرة. أما الجزء العلوي باللون الأخضر فيعبر عن العطاء والنماء، فيما تجسد هيئة الورقة مفهوم التكافل والمسؤولية المجتمعية وحفظ النعمة. وتتكامل هذه العناصر لتشكيل رمزًا بصريًا يعبر عن دور اعتدال في تحويل الفائض إلى أثر مستدام يحقق النفع للمجتمع.

Word mark

اعتدال  
للتكافل والاستدامة  
ETEDAL SOLIDARITY & SUSTAINABILITY

Logo mark



Full logo

## إصدارات الشعار المعتمدة

يُعد شعار اعتدال العنصر الأساسي في نظام الهوية البصرية، والأكثر حضورًا في مختلف التطبيقات الرقمية والمطبوعة. يعتمد الشعار على تكوين نصي وأيقوني يعكس هوية العلامة بصورة واضحة ومتوازنة، ويجسد قيم التكافل والاستدامة والاعتدال. ولضمان اتساق الهوية البصرية، يجب استخدام الشعار بصيغته الرسمية المعتمدة دون أي تعديلات أو إعادة تصميم. كما ينبغي الالتزام بإرشادات الاستخدام المعتمدة، واختيار النسخة المناسبة وفق الخلفية، مع الحفاظ على مساحة حماية كافية حول الشعار لضمان وضوحه وتطبيقه الصحيح في جميع السياقات.



## ▪ النظام البصري · الشعار

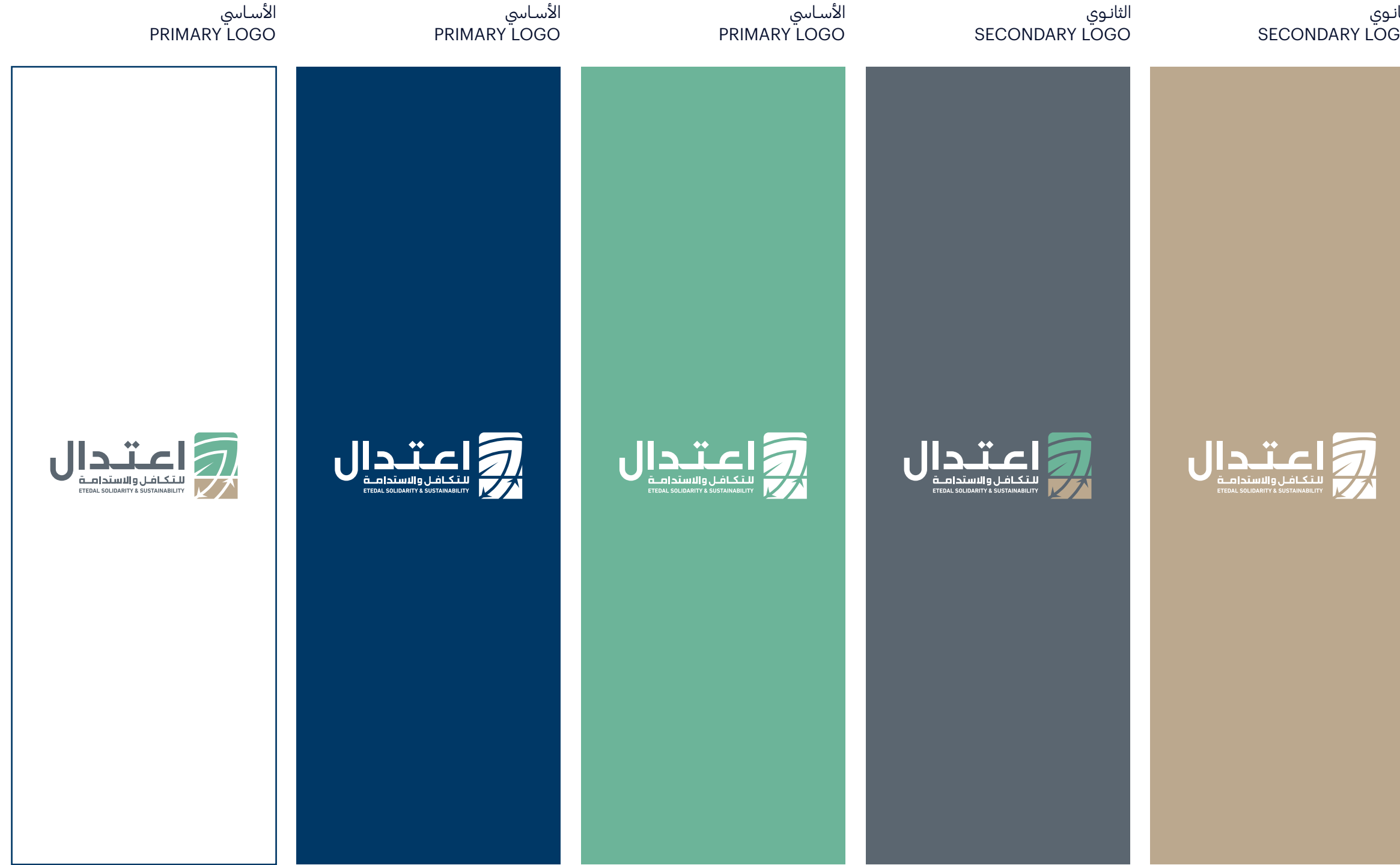
# التسلسل الهرمي للشعار

### الشعار الأساسي

يُعد الشعار الأساسي النسخة الرئيسة والأكثر استخدامًا في النظام البصري لهوية اعتدال . يظهر الشعار بصيغته المعتمدة وبألوانه الأساسية على الخلفيات المصرّح بها، ويُستخدم متى ما كانت ظروف التصميم والاستخدام تسمح بذلك، بما يضمن وضوحه وتوازنه البصري وانسجابه مع باقي عناصر الهوية.

### الشعار الثانوي

تُستخدم النسخ الثانوية من شعار اعتدال في السياقات التي تتطلب مرونة تصميمية أعلى أو تباينًا بصريًا مع خلفيات ملوّنة أو بديلة. تشمل هذه النسخ تنويعات لونية معتمدة يتم توظيفها وفق احتياج التصميم، مع الحفاظ على وضوح العلامة وثباتها البصري وعدم المساس بهويتها الأساسية.



## ▪ النظام البصري

# المساحات والأبعاد

لحماية الشعار من التزاحم البصري وضمان وضوحه وتميّزه في مختلف التطبيقات، يجب الحفاظ على مساحة خالية حوله من جميع الجهات لا تقل عن حجم الأيقونة المعتمدة كوحدة قياس مرجعية. كما يجب الالتزام بهذه المساحة عند استخدام الشعار بجوار الشعارات أو العناصر البصرية الأخرى لضمان الفصل البصري والحفاظ على قوة حضور الهوية. ولضمان وضوح تفاصيل الشعار وقابليته للقراءة، يجب ألا يقل ارتفاعه عن 70 بكسل في الاستخدامات الرقمية، وألا يقل عرضه عن 22 ملم في المطبوعات.



الحد الأدنى لحجم الشعار  
MINIMUM LOGO SIZE

رقمي  
DIGITAL



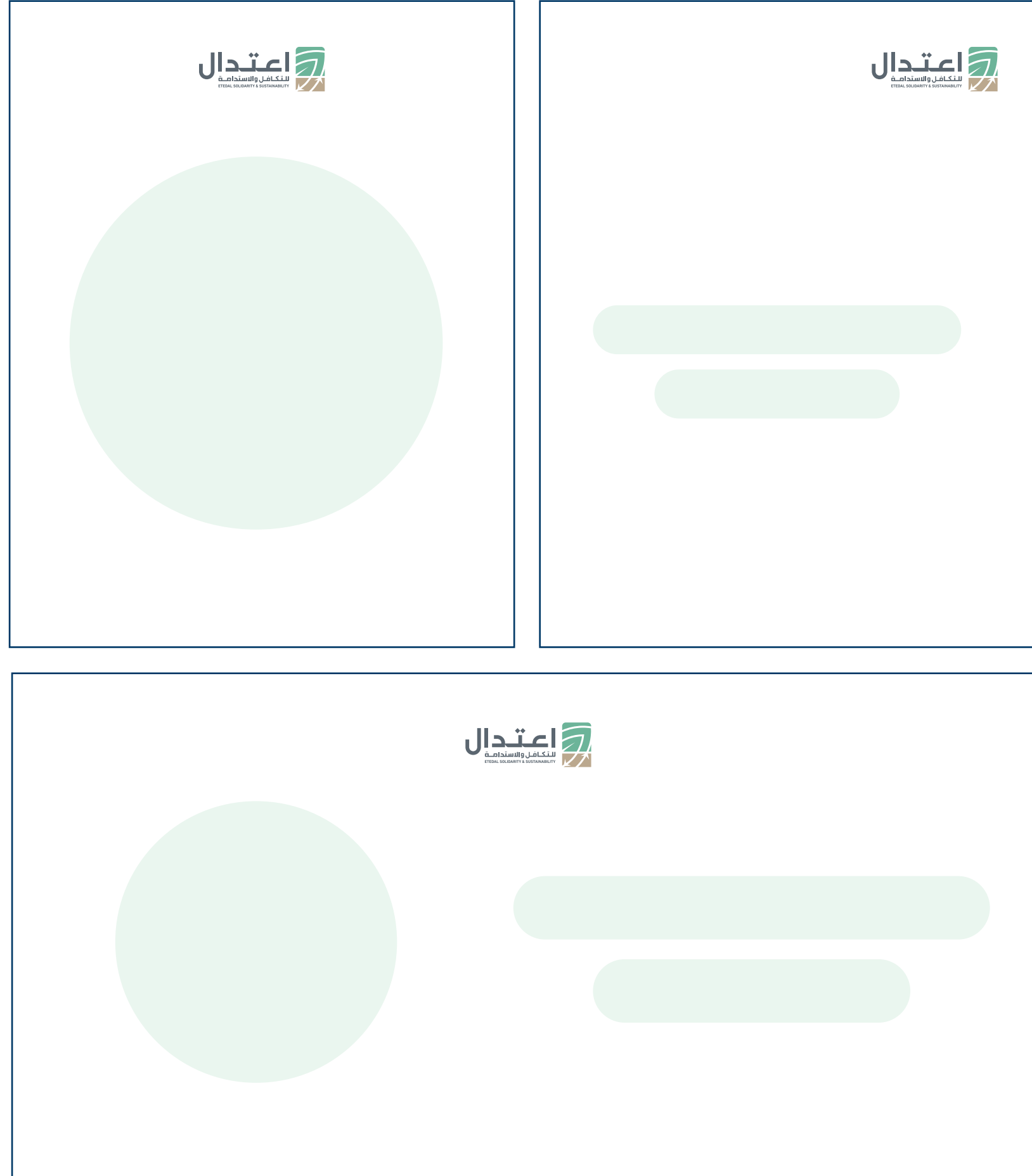
طباعي  
PRINT



جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة  
etedal.org.sa

44 | دليل الهوية

## ▪ النظام البصري



## تموضع الشعار

لضمان وضوح الهوية واتساقها البصري، يُفضل وضع شعار اعتدال في الجزء العلوي من التصميم ضمن مساحة واضحة وخالية من العناصر المزدحمة.

### 1. التصاميم المعتمدة على الصور

يوضع الشعار في أعلى التصميم لضمان وضوحه وعدم تداخله مع العناصر البصرية.

### 2. التصاميم النصية

يُستخدم الشعار في أعلى الصفحة كعنصر تعريف رئيسي للهوية.

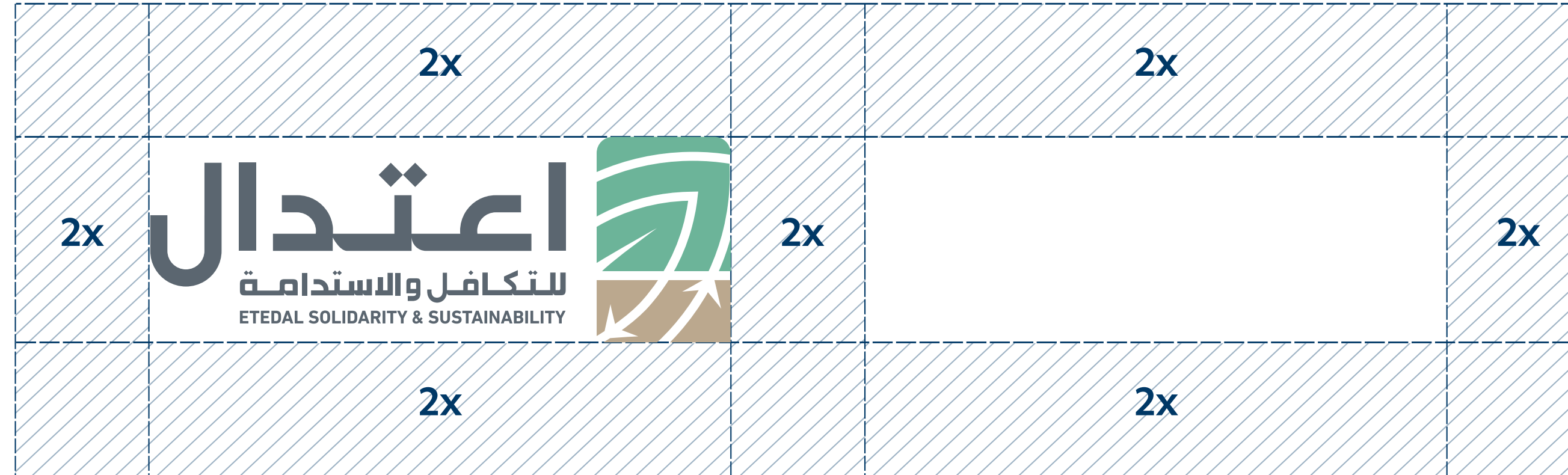
### 3. التصاميم الأفقية

يُحافظ على موضع الشعار في الجزء العلوي لتحقيق الاتساق عبر مختلف التطبيقات.

## ▪ النظام البصري

# تموضع الشعار

عند استخدام شعار اعتدال إلى جانب شعارات الشركاء أو الجهات الراعية، يجب الحفاظ على مسافات فاصلة واضحة بين الشعارات لضمان الوضوح والاستقلالية البصرية لكل علامة. كما ينبغي مراعاة التوازن البصري بين الشعارات من حيث الحجم والمحاذاة، مع الالتزام بمساحات الحماية المعتمدة لشعار اعتدال.



## النظام البصري

# استخدام الشعار

تعكس طريقة استخدام الشعار حضور العلامة وصورتها البصرية.

لذلك، من المهم الالتزام بالاستخدام الصحيح لضمان وضوح الهوية واتساقها في جميع السياقات.

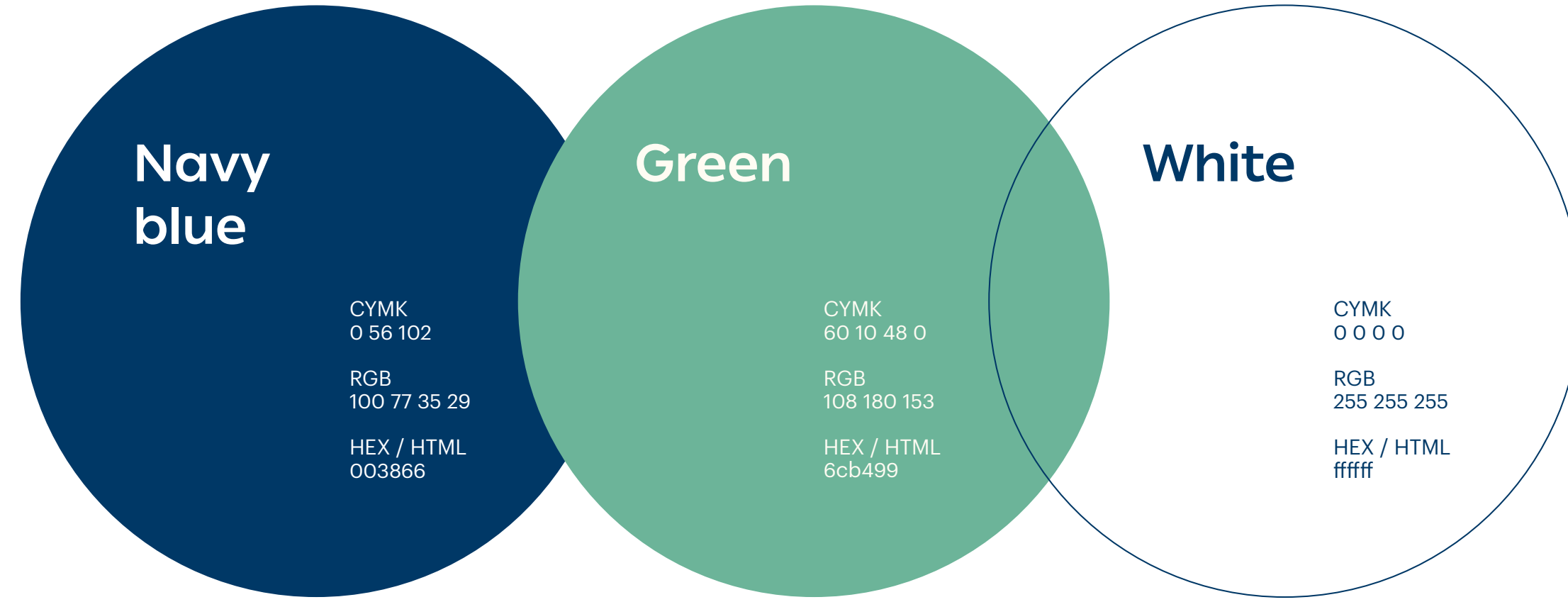
تستعرض الأمثلة التالية بعض الاستخدامات التي لا تتوافق مع النظام البصري المعتمد، والتي يُنصح بتفاديها للحفاظ على توازن العلامة.

|                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>لا تقم بتدوير الشعار<br/>DO NOT ROTATE THE LOGO</p>                                    |  <p>لا تقم بإعادة تلوين الشعار<br/>DO NOT RECOLOR THE LOGO</p>                                             |  <p>لا تغير أبعاد الشعار<br/>DON'T ALTER THE LOGO'S PROPORTIONS</p>              |
|  <p>لا تحدد الشعار<br/>DON'T OUTLINE THE LOGO</p>                                         |  <p>لا تستخدم الشعار منخفض الدقة<br/>DO NOT USE THE LOW-RESOLUTION LOGO</p>                               |  <p>لا تستخدم الشفافية على الشعار<br/>DO NOT USE TRANSPARENCY WITH THE LOGO</p> |
|  <p>لا تقم بإضافة ظلال مسقط أو أي تأثيرات<br/>DO NOT ADD DROP SHADOWS OR ANY EFFECTS</p> |  <p>لا تستخدم النقاط أو التدرجات اللونية على الشعار<br/>DO NOT USE PATTERNS OR GRADIENTS ON THE LOGO</p> |  <p>لا تغير أي جزء من الشعار<br/>DO NOT CHANGE ANY PART OF THE LOGO</p>        |

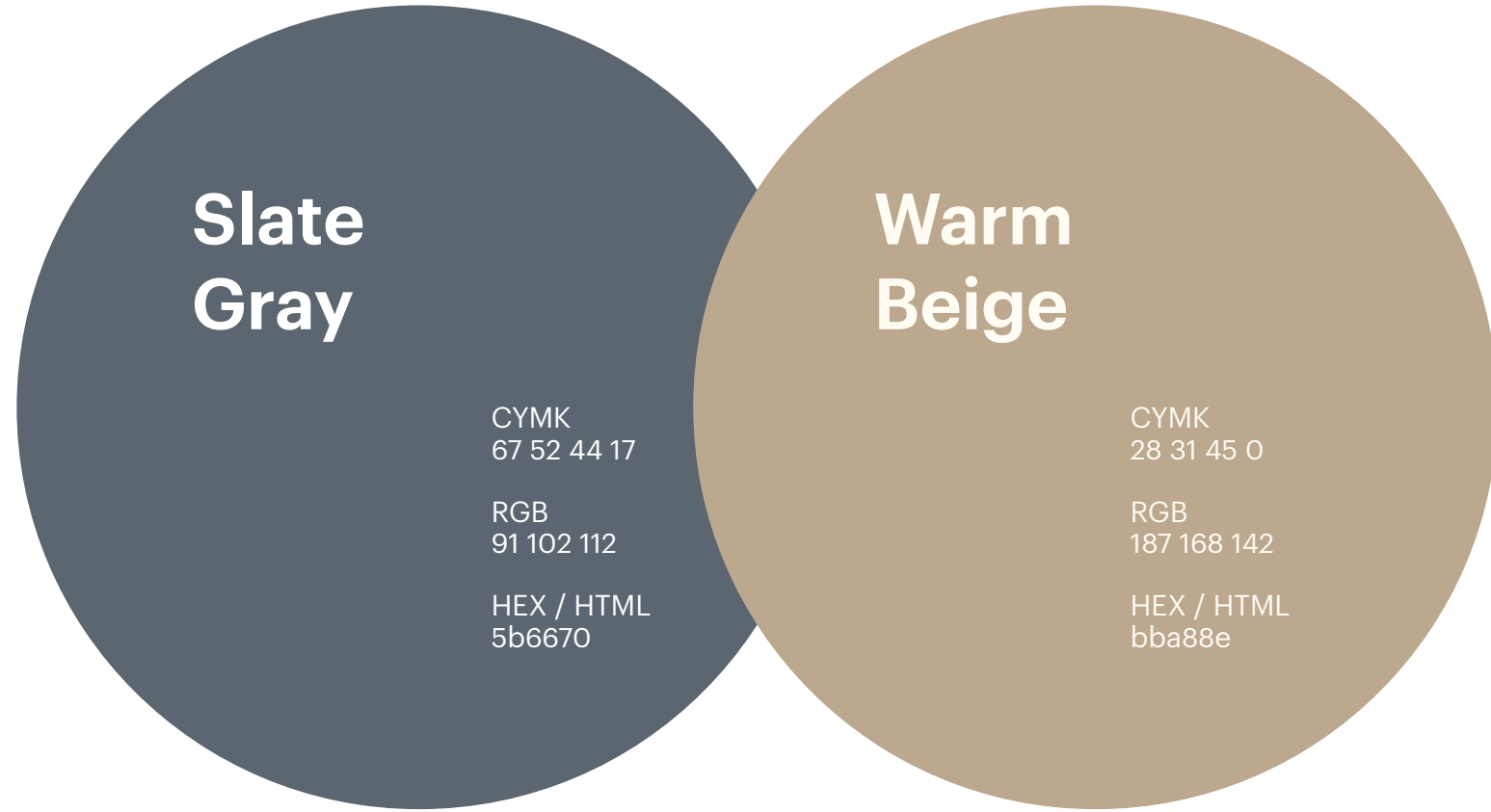


## النظام البصري · الألوان

### الألوان الأساسية PRIMARY COLORS



### الألوان الثانوية SECONDARY COLORS



## نظام الألوان

تمثل **الألوان الأساسية** الركيزة البصرية لهوية جمعية اعتدال، حيث يعكس اللون الكحلي الثقة والاحترافية والاستقرار، ويرمز اللون الأخضر إلى الاستدامة والنمو والأثر الإيجابي، بينما يساهم اللون الأبيض في تعزيز الوضوح والبساطة وإبراز العناصر البصرية. وتعمل هذه الألوان معًا على بناء هوية متوازنة ومتسقة تعكس رسالة الجمعية وقيمها.

تمثل **الألوان الثانوية** عناصر داعمة للهوية البصرية، حيث يعكس اللون الرمادي الاتزان والاحترافية، بينما يرمز اللون البيج إلى الإمداد والدعم اللوجستي واستدامة الأثر. وتُستخدم هذه الألوان لتعزيز مرونة الهوية والحفاظ على انسجامها البصري عبر مختلف التطبيقات.



## النظام البصري · الألوان

|                                                                                                 |                                                                                              |                                                                                           |                                                                                                   |                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #01263a                                                                                         | #5c9980                                                                                      | #e6e6e6                                                                                   | #3a4349                                                                                           | #968472                                                                                           |
| #01283e                                                                                         | #60a086                                                                                      | #e9e9e9                                                                                   |                                                                                                   |                                                                                                   |
| #002f51                                                                                         | #64a78d                                                                                      | #f3f3f3                                                                                   | #475159                                                                                           | #a8957f                                                                                           |
| #00345d                                                                                         | #68ad93                                                                                      | #f9f9f9                                                                                   |                                                                                                   |                                                                                                   |
| CYMK<br>0 56 102<br><br>RGB<br>100 77 35 29<br><br>HEX / HTML<br>003866<br><br><b>Navy blue</b> | CYMK<br>60 10 48 0<br><br>RGB<br>108 180 153<br><br>HEX / HTML<br>6cb499<br><br><b>Green</b> | CYMK<br>0 0 0 0<br><br>RGB<br>255 255 255<br><br>HEX / HTML<br>ffffff<br><br><b>White</b> | CYMK<br>67 52 44 17<br><br>RGB<br>91 102 112<br><br>HEX / HTML<br>5b6670<br><br><b>Slate Gray</b> | CYMK<br>28 31 45 0<br><br>RGB<br>187 168 142<br><br>HEX / HTML<br>bba88e<br><br><b>Warm Beige</b> |
| #326891                                                                                         | #78c8a9                                                                                      | #f9f9f9                                                                                   | #6b7982                                                                                           | #cbb293                                                                                           |
| #5589af                                                                                         | #83dbb8                                                                                      | #fafafa                                                                                   |                                                                                                   |                                                                                                   |
| #89bcd9                                                                                         | #89e5c0                                                                                      | #fdfdfd                                                                                   | #80919b                                                                                           | #d5b896                                                                                           |
| #b3e4ff                                                                                         | #8fefc8                                                                                      | #fefefe                                                                                   |                                                                                                   |                                                                                                   |

## ▪ النظام البصري · الخطوط

### الخط

بينغ  
عريب

يُعد Ping Arabic الخط الرسمي المعتمد في هوية اعتدال، ويشكّل أحد العناصر الأساسية في النظام البصري للعلامة. يتميز بوضوحه العالي واتزان البصري، مما يعزز سهولة القراءة ويمنح المحتوى حضورًا مؤسسيًا هادئًا ومتسقًا. كما تتيح عائلة الخط تنوعًا في الأوزان يدعم بناء التسلسل الهرمي للمحتوى، من العناوين الرئيسية إلى النصوص التفصيلية، بما يضمن وضوح الرسالة واتساق الهوية عبر جميع التطبيقات الرقمية والمطبوعة.

مرحبًا!

ا ب ت ث ج ح خ د ذ ر ز س  
ش ص ض ط ظ ع غ ف ق ك  
ل م ن ه و ي  
٩٨٧٦٥٤٣٢١٠  
{ } \* ^ % \$ # @ !

Hello!  
A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z  
9 8 7 6 5 4 3 2 1 0  
! @ # \$ % ^ \* { }

مرحبًا!

ا ب ت ث ج ح خ د ذ ر ز س  
ش ص ض ط ظ ع غ ف ق ك  
ل م ن ه و ي  
٩٨٧٦٥٤٣٢١٠  
{ } \* ^ % \$ # @ !

Hello!  
A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z  
9 8 7 6 5 4 3 2 1 0  
! @ # \$ % ^ \* { }

مرحبًا!

ا ب ت ث ج ح خ د ذ ر ز س  
ش ص ض ط ظ ع غ ف ق ك  
ل م ن ه و ي  
٩٨٧٦٥٤٣٢١٠  
{ } \* ^ % \$ # @ !

Hello!  
A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z  
9 8 7 6 5 4 3 2 1 0  
! @ # \$ % ^ \* { }



## النظام البصري · رموز التصميم



## الأيقونات والرسوم

تعتمد الأيقونات والرسوم على أسلوب خطي موحد يعكس البساطة والوضوح، ويعزز مفاهيم الاستدامة والتكافل والمسؤولية المجتمعية، مع الالتزام بألوان الهوية لتحقيق الاتساق البصري عبر مختلف التطبيقات.



## ■ النظام البصري

# النمط

استلهم النمط البصري من الأيقونة الرئيسية في شعار اعتدال، حيث أُعيد توظيف عناصرها الهندسية وتبسيطها لتشكيل نمط متكرر يعزز حضور الهوية البصرية. ويسهم هذا النمط في بناء لغة بصرية متسقة تدعم مختلف التطبيقات مع الحفاظ على الارتباط المباشر بالشعار والهوية المؤسسية.



▪ النظام البصري · رموز التصميم

## رموز التصميم

قيم ثابتة تضمن اتساق المسافات والزوايا والظلال والحركة عبر كل التطبيقات.

01

### المسافات

مضاعفات 4 و 8  
• لا مبالغة ولا تهويل في  
الطرح.

02

### زوايا الحواف

8 - 24 بكسل  
• استدارة هادئة تطف  
البطاقات دون مبالغة.

03

### الظلال

خفيفة وناعمة  
• عمق لطيف يفصل  
العناصر بلا ثقل بصري.

04

### الشبكة

أعمدة منتظمة  
• هيكل ثابت ينظم  
المحتوى ويجانبه بدقة.

05

### الحركة

120 - 360 ملي  
• انتقالات سلسة وهادئة  
لا تشتت الانتباه.

06

### التباين

معييار AA  
• قراءة مريحة تضمن  
الوصول للجميع.



جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة  
etedal.org.sa

53 | دليل الهوية

## مبادئ التصميم العشرة

قواعد مرجعية نحتكم إليها عند كل قرار بصري في هوية اعتدال.

|    |                              |
|----|------------------------------|
| 01 | الوضوح قبل الزينة دائمًا.    |
| 02 | تسلسل هرمي يقود العين بثبات. |
| 03 | تسلسل هرمي يقود العين بثبات. |
| 04 | هدوء لوني يخدم لا يصرخ.      |
| 05 | الأخضر للمعنى لا للتزيين.    |
| 06 | صور تحفظ كرامة الإنسان.      |
| 07 | أرقام موثقة بمصدرها دائمًا.  |
| 08 | اتساق كامل عبر كل التطبيقات. |
| 09 | RTL سليم في كل التفاصيل.     |
| 10 | بساطة قابلة للتنفيذ بسهولة.  |

## قواعد الصور والقصص

الصورة شهادة على التحول، لا عرضًا للحاجة؛ والكرامة شرط قبل أي لقطة.

### ✓ نظهر

• تفاصيل دالة: أيدي، أدوات، مكان.

• بيئة نظيفة ومرتبطة تحترم الناس.

• لحظة التحول والأثر بعد الدعم.

• موافقة موثقة قبل أي نشر.

• ضوءًا طبيعيًا وألوانًا دافئة صادقة.

### ✗ نتجنب

• إبراز الفقر بوصفه مشهدًا جذابًا.

• لقطات تثير الشفقة أو تذل المستفيد.

• وجوهًا أو أسماء دون موافقة موثقة.

• صورًا عامة لا صلة لها بالأثر.

• فبركة المشاعر أو تمثيل المواقف.

▪ النظام البصري · نماذج تطبيقية للهوية

## كيف تبدو اعتدال في المحتوى؟



## النظام البصري · نماذج تطبيقية للهوية

# كيف تبدو اعتدال في المحتوى؟

**اعتدال**  
التكافل والاستدامة  
ETEDAL

### لماذا تختار التصديق بالفائض لديك؟

01 نماء للمال: الصدقة تبارك في السرزق  
02 استدامة للأثر: بدلاً من الهدر، تحول مقنناتك إلى نفيع ممتد  
03 تكافل اجتماعي: نصل بجودك إلى من يستحق، بكل كرامة وتقدير

اجعل من فائض نعمك أثراً لا يزول

المنطقة الشرقية - الدمام  
etedal.org.sa • info@etedal.org.sa  
etedal.sa • etedal.sa

**اعتدال**  
التكافل والاستدامة  
ETEDAL

### برنامج كسوة اعتدال

ستر يصل وأثر يستدام.

سبرغ الآن سبرغ بأمان

**اعتدال**  
التكافل والاستدامة  
ETEDAL

### أثر يتجاوز العطاء لوعي يدوم

قمنا بتجنب 350 طناً من الانبعاثات الكربونية بما يكافئ

27,740 شجرة مزروعة | 16,667 بوقا بدون قيادة السيارة

عام ومستقبل أخضر

سبرغ الآن سبرغ بأمان

**اعتدال**  
التكافل والاستدامة  
ETEDAL

### تحول نحو أثر أوسع واستدامة

01 انطلاقاً من التطور المستمر في مسيرة الجمعية، وامتداداً لرؤيتها الطموحة نحو تحقيق أثر مجتمعي أوسع وأكثر استدامة، جاء تغيير الاسم من جمعية اعتدال لحفظ النعمة إلى جمعية اعتدال للتكافل والاستدامة، ليعكس مرحلة جديدة تتجاوز مفهوم حفظ النعمة إلى منظومة أشمل تُعنى بالتكافل المجتمعي والاستدامة الاجتماعية والبيئية.

02 تكافؤ يعزز جودة الحياة وشراكات تصنع الأثر

وبأن هذا التغيير تأكيداً على توجه الجمعية نحو تطوير مبادرات نوعية وبرامج مستدامة تساهم في تعزيز التكافل بين أفراد المجتمع، ورفع جودة الحياة، وبناء شراكات فعالة مع مختلف القطاعات، بما يواكب مستهدفات رؤية المملكة 2030 ويعزز من الأثر التنموي للمجتمع.

03 تحول نحو أثر أوسع واستدامة

كما يحسد الاسم الجديد هوية أكثر شمولاً تعبر عن رسالة الجمعية الحالية والمستقبلية، والتزامها المستمر بالابتكار والاستدامة، وتنظيم الأثر الاجتماعي، بما يساهم في بناء مجتمع أكثر وعياً وتكافلاً واستدامة.

المنطقة الشرقية - الدمام  
etedal.org.sa • info@etedal.org.sa  
etedal.sa • etedal.sa

## النظام البصري · نماذج تطبيقية للهوية

# الأساليب البصرية

تعتمد هوية اعتدال على مجموعة من الأساليب البصرية :

### 1. التصاميم الواقعية والإنسانية

يعتمد هذا الأسلوب على الصور الواقعية لإبراز قصص الأثر والمبادرات المجتمعية ومحتوى التبرعات، بما يعزز الارتباط الإنساني مع الرسالة ويقربها من الجمهور.

### 2. العناصر والأيقونات ثلاثية الأبعاد

تُستخدم العناصر ثلاثية الأبعاد لإبراز المفاهيم والخدمات بصورة حديثة وجذابة، خاصة في العروض التقديمية وأغلفة الملفات وبعض المواد التوعوية.

### 3. الأسلوب البصري الخاص بالعلامة

يعتمد على توظيف ألوان وعناصر هوية اعتدال بأسلوب بصري مميز يعزز حضور العلامة ويسهل التعرف عليها في المناسبات والحملات الرئيسية.



### • الأسلوب الثالث



### • الأسلوب الثاني



### • الأسلوب الأول



## الرسوم البيانية وتصنيف الأثر

لكل نوع أثر لون ثابت، ولكل رسم مصدر واضح، وتمييز بين المنجز والمستهدف.

### مؤسسي



شراكات وحوكمة داعمة.

### بيئي



موارد تُصان وانبعاث يُخفّض.

### اقتصادي



توفير وعائد مالي.

### إنساني



أسر واحتياجات تُلبّى.

## قواعد الرسوم البيانية



- رسوم نظيفة وخالية من الزخرفة، مع ذكر المصدر.
- لون ثابت لكل نوع أثر بحسب التصنيف أعلاه.
- تمييز بصري واضح بين الرقم المنجز والرقم المستهدف.

▪ النظام البصري · اتجاه RTL

## قواعد الاتجاه RTL

العربية تتدفق يمينًا، واللاتينية والأرقام يسارًا! التفاصيل الصغيرة تصنع الاتساق.

### ✓ تظهر

- محاذاة جميع النصوص العربية إلى اليمين.
- يبدأ التخطيط البصري من اليمين إلى اليسار.
- عكس الأيقونات الاتجاهية بما يتوافق مع اتجاه القراءة.
- استخدام ترقيم القوائم والصفحات بصيغة متسقة وصحيحة.
- تبقى الأرقام والرموز والأكواد والنصوص اللاتينية وفق اتجاه RTL.

### 📄 مثال التدفق

النص العربي يُحاذى إلى اليمين.

- الأرقام تبقى باتجاهها الطبيعي 920032542
- الأكواد والنصوص اللاتينية تبقى باتجاه RTL 66E003A



## المكونات والأنماط

عناصر واجهة موحدة تُبنى منها جميع المواد والتطبيقات، لضمان الاتساق وسهولة الاستخدام عبر مختلف نقاط التواصل.

### ✓ قواعد المكونات

- بطاقات بزوايا 21-61 بكسل وظل خفيف.
- زر أساسي أزرق، وثنائي أخضر محدد.
- جداول برأس داكن وصفوف متناوبة.
- اقتباسات على لوحة داكنة بخط واضح.
- شارات تميز الحالة (منجز / مستهدف).

### 📄 نماذج

- قواعد المكونات
- تطوع معنا
- منجز
- مستهدف
- «تكافل يحفظ الكرامة»

# البرامج والتطبيق

- مسارات العطاء
- البرامج الأساسية
- كيف نكتب عن العطاء
- أمثلة: قبل وبعد
- القيم في السلوك الاتصالي
- قائمة فحص قبل النشر
- الاعتماد الداخلي والتحديث

## مسارات العطاء

للعطاء مساران رئيسيان متكاملان: نقدي وعيني، وكلاهما يصنع أثرًا موثقًا.

### العطاء النقدي

مسار أساسي يمكن الجمعية من سد الاحتياج الأهم.

• إتاحة مرونة في توجيه الأثر حيث يلزم.

• كفالة أو دعم لبرنامج محدد.

• تبرع نقدي مباشر عبر القنوات المعتمدة.

### العطاء العيني

مسار يحوّل الفائض إلى دعم يحفظ الكرامة.

• فرز وترشيد يحفظ قيمة النعمة.

• فائض الأثاث والأجهزة الكهربائية.

• فائض الملابس بحالة جيدة صالحة.

المساران متكافئان في الأهمية – نعرضهما دائمًا معًا، ولا نختزل العطاء في العيني وحده.

## البرامج الأساسية

ستة برامج تترجم رسالة اعتدال إلى أثر إنساني واقتصادي وبيئي ملموس.



### جيل الاعتدال

- توعية مدرسية تغرس ثقافة ترشيد النعم.



### كسوة اعتدال

- فائض الملابس يتحول إلى كرامة ودفء.



### حصيف لترشيد الكهرباء

- خفض الفاتورة عبر ترشيد ذوي وواعٍ.



### نمها لا ترمها

- إعادة تدوير الأثاث والأجهزة بدل إهدارها.



### تغيير أنماط الاستهلاك

- كوتشينج أسري نحو الاعتدال في الاستخدام.



### الصيانة المنزلية الشاملة

- إصلاحات تعيد للمنزل أمانها وكفاءتها.

## كيف نكتب عن العطاء

نكتب عن مسارات العطاء بوضوح وصدق، ونُظهر أين يذهب العطاء وكيف يتحول إلى أثر ملموس يمكن قياسه وتتبع نتائجه.

### في الكتابة عن العطاء

- نعرض المسارين النقدي والعيني معًا.
- نربط الدعوة بخطوة عملية واضحة.
- نوضح وجهة العطاء والأثر المتوقع.
- ندعو بلغة تحفظ كرامة المستفيد.

### الشفافية

- كل رقم مقرون بمصدره المعلن.
- إتاحة التقارير لمن يطلب التفاصيل.
- تمييز صريح بين المنجز والمستهدف.
- لا مبالغة ولا وعود غير موثقة.

▪ البرامج : أمثلة قبل وبعد

## أمثلة: قبل وبعد

إعادة صياغة عبارات شائعة بلغة تحفظ الكرامة وتُظهر الأثر بصدق.

|     |                                              |                          |     |
|-----|----------------------------------------------|--------------------------|-----|
| بعد | «شارك فائض نعمك مع أسر تستحق»                | «ساعد الفقراء المحتاجين» | قبل |
| بعد | «حوّل فائض ملابسك إلى دعم يحفظ الكرامة»      | «تبرع بملابسك القديمة»   | قبل |
| بعد | «استفادت 1,807 أسرة في 2025 وفق تقرير الأثر» | «غيّرنا حياة آلاف الأسر» | قبل |

## قائمة فحص قبل النشر

مراجعة سريعة في ثلاثة محاور قبل اعتماد أي مادة للنشر.

### الأثر

- ✓ كل رقم له مصدر؟
- ✓ تمييز منجز ومستهدف؟
- ✓ الأثر معروض بصدق؟
- ✓ الاستدامة سلوك لا لون؟

### التصميم

- ✓ محاذاة RTL سليمة؟
- ✓ ألوان العلامة صحيحة؟
- ✓ الشعار بنسخته المعتمدة؟
- ✓ مساحة بيضاء كافية؟

### النص

- ✓ اللغة تحفظ الكرامة؟
- ✓ النبذة متزنة وواضحة؟
- ✓ خالية من المبالغة؟
- ✓ المساران معًا حين يلزم؟

## الاعتماد الداخلي والتحديث

كيف تُعتمد المواد قبل النشر، ومتى يُراجع هذا الدليل ويُحدّث.

### مسار الاعتماد

- إعداد أولي وفق قواعد هذا الدليل.
- مراجعة قائمة الفحص قبل النشر.
- اعتماد من الجهة المخوّلة بالجمعية.

### دورية التحديث

- مراجعة دورية سنوية للدليل.
- تحديث الأرقام مع كل تقرير أثر جديد.
- إضافة ما يستجد من برامج وقنوات.

## قبل أن تنشر، اسأل نفسك

03

### هل يعبر عن الاستدامة؟

- سلوك ومنظومة قياس، لا لونًا ولا شعارًا.

02

### هل يظهر الأثر بصدق؟

- كل رقم موثق، بلا مبالغة أو وعود زائفة.

01

### هل يحفظ الكرامة؟

- لا يظهر المستفيد في موضع شفقة أو ضعف.

إن لم تتحقق هذه الشروط، فأعد الصياغة.



+966 92 003 2542

info@etedal.org.sa

Kingdom of Saudi Arabia / Dammam

المملكة العربية السعودية / الدمام

etedal\_sa