

BRAND GUIDELINES

English edition

V1.1 (06 . 2014)



درباره MMM (تریپل M خوانده می شود)

Manufactura Moderna de Metales

شرکت تولید کننده لوله های فلزی داخل خودرو
(همکاری با شرکت هایی مانند سوزوکی، آئودی،
پژو، فلوکس واگن، تویوتا)

وب سایت رسمی شرکت www.mmm.es

ترجمه متن روی جلد

دفترچه راهنمای برند (هویت بصری)

نسخه انگلیسی

نسخه ۱/۱ (تاریخ بازنگری: ژوئن ۲۰۱۴)

شعار: پیشگام در سیستم های لوله کشی صنعتی

نکات آموزشی

جلد باید رسمی، ساده و کاملاً کاربردی طراحی شود. یک جلد
استاندارد باید این ۴ ویژگی را داشته باشد:

۱. عنوان و نشانه برند: نشانه اصلی

۲. شماره نسخه (Version): با درج اعداد

۳. تاریخ انتشار: برای جلوگیری از اشتباه گرفتن فایل های
قدیمی با فایل های جدید.

نکته: نوشتن شماره ورژن دفترچه حیاتی ترین کار شماروی جلد
است، چون همه بدانند نسخه قبلی باطل است.

INDEX

03	Introduction	22	Lettering for plant
		23	Uniforms
04	The brand	26	Styles
05	The symbol	26	Stylesheet
05	The logo		
06	Branded versions		
07	Global and local market		
08	Unusual usages		
09	Minimum sizes		
10	Corporate colors		
11	Accessory graphic design		
12	Typography		
13	Styles		
14	Applications		
14	Stationery		
15	Business cards		
16	E-mail Signatures		
17	Envelopes		
18	Presentations template		
19	Generic ad for press		
20	Outdoor signage		
21	Basic Signs		

ترجمه متن (سرتیتراها)

فهرست مطالب (Index)

مقدمه

برند (نشانه، نسخه‌های مختلف، حداقل اندازه‌ها و...)

رنگ‌های سازمانی

عناصر گرافیکی کمکی (جانبی)

تایپوگرافی (فونت‌ها)

کاربردها (اوراق اداری، تبلیغات، لباس کار و...)

سبک‌ها

نکات آموزشی

صفحه فهرست، صرفاً برای پیدا کردن شماره صفحات نیست؛ بلکه نقشه راه کل پروژه است.

با نگاه به این فهرست، ۳ نکته مهم را یاد می‌گیریم:

۱. **جامعیت کار:** طراح فقط یک لوگو طراحی نکرده، بلکه تمام نیازهای آینده شرکت را پیش‌بینی کرده است.

۲. **دسته‌بندی منطقی:** اطلاعات از کل به جزء چیده شده‌اند.

۳. **ارزش آفرینی:** وقتی مشتری این فهرست طولانی و دقیق را می‌بیند، متوجه گستردگی کار شما می‌شود.

Welcome to **MMM** corporate manual.

This document will help you understand the character of the brand, its features and aspects to be considered by suppliers or persons related to **MMM** who need to make use of it in every situation.

Despite its conciseness, each data contained in this document is the result of a thoughtful work of graphic design and communication, thus the coherence and consistency of its treatment depends largely on the willingness of making an efficient use of it.

Consult this manual whenever you need it. Use the brand responsibly.

ترجمه متن

به دفترچه راهنمای هویت سازمانی MMM خوش آمدید. این سند به شما کمک می‌کند تا شخصیت برند و ویژگی‌های آن را به خوبی درک کنید. تمامی پیمانکاران، تامین‌کنندگان و افراد مرتبط با شرکت باید در موقعیت‌های مختلف از این قواعد پیروی کنند. با وجود مختصر بودن این دفترچه، تک‌تک اطلاعات آن نتیجه ساعت‌ها تفکر در زمینه دیزاین و ارتباطات است. بنابراین، حفظ یکپارچگی و انسجام برند، کاملاً به دقت و تعهد شما در استفاده درست از این قوانین بستگی دارد. هر زمان که نیاز بود به این راهنما مراجعه کنید. از برند «مسئولانه» استفاده کنید.

نکات آموزشی

صفحه مقدمه فقط برای خوش‌آمدگویی نیست، بلکه برای تعیین خط قرمزهای برند است.

نکات طلایی در این متن وجود دارد:

۱. **مخاطب کیست؟** دقت کنید که طراح نوشته «پیمانکاران و تامین‌کنندگان». یعنی این دفترچه فقط برای طراح گرافیک شرکت نیست! چاپخانه‌دار، سازنده تابلو، و برنامه‌نویس سایت هم باید این قواعد را بخوانند و اجرا کنند.

۲. **ارزش‌گذاری روی کار دیزاین:** در پاراگراف دوم، طراح به مخاطب گوشزد می‌کند که «این قوانین سلیقه‌ای نیست، پشت خط به خط آن فکر شده است». این جمله، احترام به کار طراح را بالا می‌برد.

۳. **واژه کلیدی «مسئولانه»:** طراح در جمله آخر به جای خواهش کردن، توپ را در زمین مجری می‌اندازد و می‌گوید: «شما در قبال استفاده از این لوگو مسئول هستید!»

THE BRAND

Strength and technological weight.

A tubular shaped brand that clearly transmits dynamism and expansion due to the helical pattern of the symbol.

MMM talks about technology, vitality and safety. Its brand has the weight and the strength needed to support these concepts. Through the use of thick and well defined strokes we provide the brand with a solid foundation to compete in an industrial environment.

A brand made to suit the digital and off-line environments depending on the needs to communicate or the environment where we want to be heard.

It has several versions. You can use one or the other depending on your specific needs.



Positive version of the mark on neutral background

MMM
Excellence in
tube systems

ترجمه متن

برند (شخصیت و هویت)

قدرت و وزن تکنولوژیک

نشانی با فرم‌های استوانه‌ای (لوله‌ای) که به لطف الگوی مارپیچ خود، حس پویایی و گسترش را به روشنی منتقل می‌کند.

برند MMM نماد تکنولوژی، سرزندگی و ایمنی است. نشان این برند، وزن و قدرت کافی برای انتقال این مفاهیم را دارد. ما با استفاده از خطوط ضخیم و کاملاً واضح، پایه‌ای مستحکم برای رقابت در یک محیط صنعتی به این برند بخشیده‌ایم.

هوییتی که متناسب با نیازهای ارتباطی سازمان، برای هر دو محیط دیجیتال (آنلاین) و چاپی (آفلاین) طراحی و بهینه‌سازی شده است. این نشانه دارای نسخه‌های مختلفی است که می‌توانید بسته به نیاز دقیق خود، از آن‌ها استفاده کنید.

نکات آموزشی

در این صفحه، طراح در حال «دفاع استراتژیک» از فرم لوگو است.

از این صفحه ۳ درس بزرگ می‌گیریم:

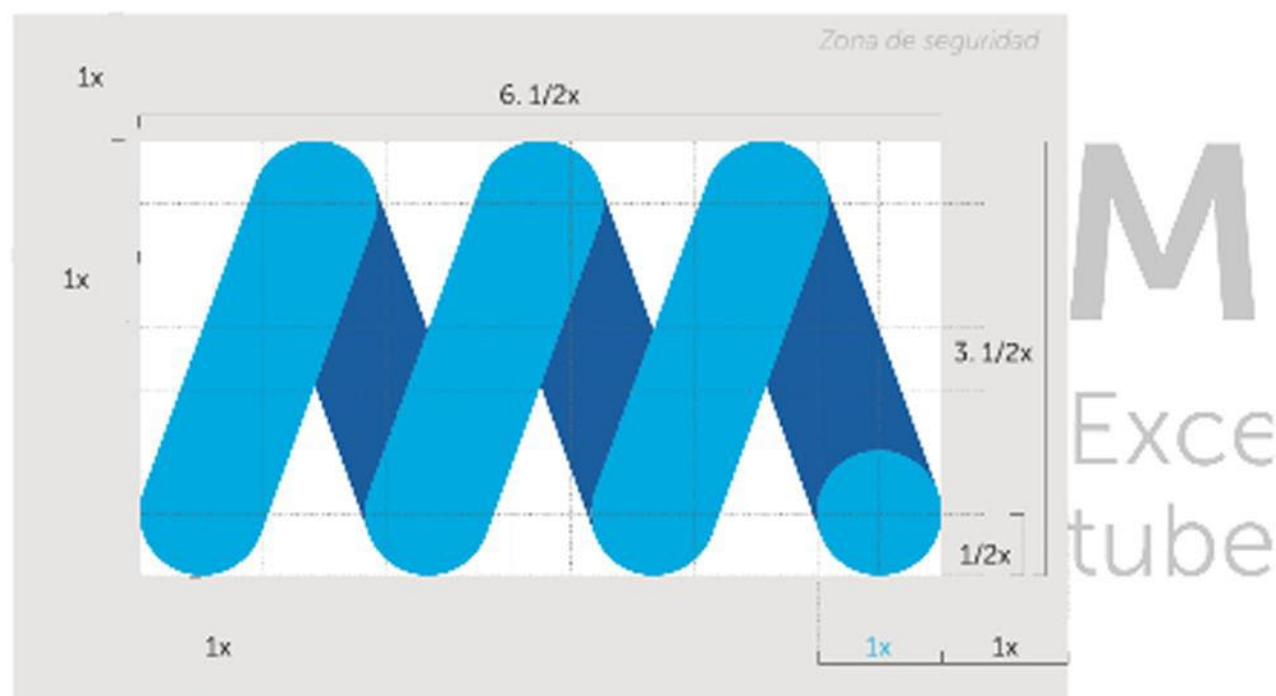
۱. **فرم‌ها معنی دارند:** طراح نمی‌گوید «من از خطوط ضخیم خوشم آمد!»، بلکه می‌گوید «خطوط ضخیم مساوی است با قدرت در محیط خشن صنعتی». این یعنی توجیه منطقی گرافیک.

۲. **اشاره به داستان برند:** استفاده از کلمه «لوله‌ای» (Tubular) بی‌دلیل نیست؛ این شرکت تولیدکننده سیستم‌های لوله‌کشی است. طراح فرم لوگو را به محصول شرکت گره زده است.

۳. **دید همه‌جانبه:** طراح در همین ابتدای کار خیال مشتری را راحت می‌کند که این لوگو هم برای چاپ (آفلاین) و هم برای صفحه نمایش (دیجیتال) بی‌نقص کار می‌کند.

THE SYMBOL

Construction and safety zone.



TYPOGRAPHY

MMM
Excellence in
tube systems

Museo Sans

The typography used by **MMM** on its logo is the Museo Sans, a sans serif and highly readable geometric font designed by Jos Buivenga.

The monogram and the tag-line that make up the brand use two families of the Museo Sans font:

Museo Sans 700

Museo Sans 300

ترجمه متن

نشانه (سمبل)

ساختار هندسی و حریم امن
(روی تصویر به فاصله 1X به عنوان منطقه امن اشاره شده است).

تایپوگرافی (قلم سازمانی)

تایپوگرافی استفاده شده در لوگوی MMM، فونت «Museo Sans» است؛ یک فونت هندسی، بدون سریف (بدون دندانه) و با خوانایی بسیار بالا که توسط Jos Buivenga طراحی شده است.

مونوگرام (حرف نماد) و شعار برند، از دو وزن مختلف همین خانواده فونت استفاده می‌کنند:

Museo Sans 700 (وزن ضخیم برای نام برند)

Museo Sans 300 (وزن نازک برای شعار برند)

نکات آموزشی

این صفحه به ما یاد می‌دهد که لوگو یک ساختار مهندسی شده است.

۳ درس کلیدی:

۱. **حریم امن (Clear Space):** چرا طراح نگفته حریم امن «۲ سانتی متر» است، بلکه نوشته «1X»؟ چون لوگو ممکن است روی یک خودکار یا یک بیلپورد چاپ شود!

X یک واحد متغیر و بر اساس تناسبات خود لوگوست تا همیشه فاصله استاندارد با عناصر دیگر حفظ شود.

۲. **ذکر نام دقیق فونت و طراح آن:** طراح با آوردن نام دقیق فونت و سازنده آن، جلوی یک فاجعه را می‌گیرد! اگر این نوشته نباشد، فردا کارمند شرکت نام برند را با فونت Arial یا Tahoma تایپ می‌کند و هویت بصری نابود می‌شود.

۳. **تضاد (کنتراست) در وزن فونت‌ها:** طراح برای نام برند و شعار، از دو فونت مختلف استفاده نکرده، بلکه از یک فونت با دو وزن (ضخامت) متفاوت استفاده کرده است.

VERSIONS OF THE BRAND

1. The brand can be used in positive, on white or on a surface clear enough that it can be easily readable.
2. The negative version will be used only on dark or black backgrounds.

The brand can also be used on plain backgrounds or images, using positive or negative colours depending on the readability of each one.



Positive version of the mark on neutral background



Negative version of the brand on photographic image



Negative version of the brand on a black background

ترجمه متن (سر تیترها)

نسخه های مختلف برند (کاربرد روی پس زمینه ها)

۱. نسخه مثبت (Positive): این نسخه روی پس زمینه سفید یا سطوح روشنی که خوانایی لوگو را مختل نکنند، استفاده می شود.

۲. نسخه منفی (Negative): این نسخه منحصرأً برای پس زمینه های تیره یا کاملاً مشکی کاربرد دارد.

لوگو می تواند روی پس زمینه های رنگی ساده یا تصاویر عکاسی شده نیز قرار بگیرد. انتخاب نسخه مثبت یا منفی، مستقیماً به «میزان خوانایی» لوگو روی آن پس زمینه بستگی دارد.

متن تصاویر

۱- نسخه مثبت روی زمینه خنثی.

۲- نسخه منفی روی تصویر عکاسی شده

۳- نسخه منفی روی زمینه مشکی).

نکات آموزشی

طراح حرفه ای می داند که لوگو قرار است روی ویدیو، کاور اینستاگرام و کاتالوگ قرار بگیرد، پس از همین الان نسخه های مخصوص آن را طراحی و قانون گذاری کرده است.

قرار دادن لوگو روی یک عکس واقعی، کابوس طراحان است! طراح با آوردن عکس کارخانه در این صفحه نشان داده که اگر عکس شلوغ و تیره است، باید از نسخه سفید (نگاتیو) استفاده کنید تا لوگو در پس زمینه از بین نرود.

Versions for LOCAL and GLOBAL market

Because **MMM** is located in different areas and regions of the world we need a brand that can be expressed locally in each of its locations.

In the different branded versions that follow the only element that remains unchanged is the symbol. The font will change its form and meaning depending on the needs of each location.



Version of the international brand.



Branded version for Romania.



Branded version for Russia.

ترجمه متن

نسخه‌های برند (بازار محلی و بین‌المللی)

از آنجا که شرکت MMM در مناطق و کشورهای مختلف جهان حضور دارد، ما به برندی نیاز داریم که بتواند خودش را با شرایط محلی هر منطقه تطبیق دهد و معرفی کند.

در نسخه‌های مختلفی که در پایین می‌بینید، تنها عنصری که کاملاً ثابت و بدون تغییر می‌ماند، «نشان تصویری (سمبل)» است. اما بخش تایپوگرافی (نوشته‌ها)، بر اساس نیاز هر کشور و منطقه، فرم و معنی خود را تغییر می‌دهد.

راهنمای تصاویر زیرین:

۱- نسخه بین‌المللی برند.

۲- نسخه بومی سازی شده برای کشور رومانی.

۳- نسخه بومی سازی شده برای کشور روسیه.

نکات آموزشی

- طراح قانون گذاشته است که گرافیک (لوگوی آبی) خط قرمز است و هرگز عوض نمی‌شود، اما نوشته‌ها می‌توانند بر اساس زبان آن کشور تغییر کنند.

- دقت کنید که در کشور روسیه، کلمه MMM به MAR تغییر کرده است! اما چون گرافیک و رنگ ثابت مانده، مخاطب هنوز هم متوجه می‌شود که این همان شرکت اصلی است.

Versions for an unusual usage of the brand

These days almost all the printing techniques have mechanisms to reproduce the **MMM** brand on any media and format. Even though, we can find some printing techniques which due to their nature can not reproduce with the required quality complex shapes or colour compositions. For example: flexography, pyrography, engraving, die or bas-relief in plastic, metal, paper ...
For this reason a monochrome version is added to use only and exclusively on these cases.



Pyrography in wood



Bas-relief in leather (USB leather cover)

ترجمه متن

نسخه‌های مخصوص برای کاربردهای غیرمعمول (متریال‌های خاص)

امروزه بیشتر روش‌های چاپ می‌توانند لوگوی MMM را روی هر متریالی پیاده کنند. اما هنوز هم تکنیک‌هایی وجود دارند که به خاطر ماهیت فیزیکی‌شان، نمی‌توانند فرم‌های پیچیده یا ترکیب‌های رنگی را با کیفیت مطلوب چاپ کنند.
به عنوان مثال: چاپ فلکسو، سوخت‌نگاری (چاپ حرارتی)، حکاکی، و مهر برجسته روی پلاستیک، فلز یا کاغذ.
به همین دلیل، یک «نسخه تک‌رنگ و تخت (Monochrome)» طراحی شده است تا منحصراً و فقط برای این موارد خاص استفاده شود.

راهنمای تصاویر زیرین:

چاپ حرارتی روی چوب
حکاکی برجسته روی چرم

نکات آموزشی

این صفحه به ما یادآوری می‌کند که لوگو همیشه روی مانیتور روشن یا کاغذ گلاسه دیده نمی‌شود!
- طرح می‌داند که رنگ‌های گرادیانت یا سایه‌دار روی متریال‌هایی مثل چوب، فلز یا چرم قابل اجرا نیستند. بنابراین هر لوگویی در دنیا، هر چقدر هم رنگارنگ و سه‌بعدی باشد، باید یک نسخه تک رنگ تخت و بدون سایه داشته باشد.

MINIMUM SIZES

Off-line

To prevent brand to become illegible or lose its formal impact, we set a minimum size for reproduction. This is the minimum size that can present the brand in a printed field. Since the brand is less legible when in negative the minimum size in this case is somewhat higher.

Positive

Ancho: 35 mm



Negative

Ancho: 40 mm



On-line

Similarly, we set a minimum size to apply when the brand is shown in screens (smartphones, tablets, desktops, etc.).

Positive

Ancho: 230 px



Negative

Ancho: 250 px



ترجمه متن

حداقل اندازه‌ها (Minimum Sizes)

آفلاین (محیط چاپی)

برای جلوگیری از ناخوانا شدن یا افت کیفیتِ فرمِ لوگو، یک «حداقل اندازه» برای چاپ تعیین کرده‌ایم. این کوچک‌ترین سائیزی است که می‌توان لوگو را روی متریال‌های چاپی قرار داد. از آنجا که خواناییِ لوگو در نسخه منفی (سفید روی پس‌زمینه تیره) کمی کمتر است، حداقل اندازه در این حالت کمی بزرگ‌تر در نظر گرفته شده است. (نسخه مثبت: عرض ۳۵ میلی‌متر / نسخه منفی: عرض ۴۰ میلی‌متر)

آنلاین (محیط دیجیتال)

به همین ترتیب، یک حداقل اندازه هم برای زمان‌هایی که لوگو در صفحات نمایشگر (گوشی‌های هوشمند، تبلت، مانیتور و...) نشان داده می‌شود، تعریف کرده‌ایم.

نکات آموزشی

- طراح حرفه‌ای می‌داند که واحدِ چاپ، «میلی‌متر» و واحدِ مانیتور، «پیکسل» است. بنابراین هر دو را دقیق مشخص کرده است.

- چرا نسخه منفی (نگاتیو) سائز بزرگ‌تری نیاز دارد؟ چون در چاپ، جوهرِ مشکیِ پس‌زمینه ممکن است کمی پخش شود و لبه‌های لوگوی سفید را بخورد (ناخوانا کند).

CORPORATE COLOURS

The color range of **MMM** is certainly related to the blue. We use two tones of blue to transmit a new technologically positive future and an industrial history of over 70 years that conveys trust and confidence.



Different references for different supports:



Complementary range: GREY

We find in these different shades of gray a perfect ally to communicate similar strategic values to those already discussed in the blue but in a much more subtle way. This range is ideal for use in secondary elements such as backgrounds, texts, lines, etc.



Adobe ® Kuler

<https://kuler.adobe.com/MMM-Excellence-in-tube-systems-color-theme-3764167/>

ترجمه متن

رنگ‌های سازمانی

دامنه رنگی برند MMM قطعاً به رنگ آبی گره خورده است. ما از دو طیف مختلف آبی استفاده می‌کنیم تا ترکیبی از یک آینده پیشرفته تکنولوژیک و تاریخ صنعتی ۷۰ ساله‌ای را منتقل کنیم که حس اعتماد و اطمینان را به همراه دارد.

- آبی روشن: فرآیندهای تکنولوژیک
- آبی تیره: فرآیندهای صنعتی

رنگ‌های مکمل: خانواده خاکستری‌ها

این طیف‌های متنوع از رنگ خاکستری، بهترین همراه (مکمل) برای رنگ‌های اصلی هستند و همان پیام‌های استراتژیک رنگ آبی را با ظرافتی بسیار بیشتر منتقل می‌کنند. این رنگ‌ها برای استفاده در عناصر فرعی مثل پس‌زمینه‌ها، متن‌ها و خطوط کاملاً ایده‌آل هستند.

در پایین صفحه، کدهای دقیق رنگ‌ها برای سیستم‌های Pantone، RGB، CMYK و HTML، RAL درج شده است

نکات آموزشی

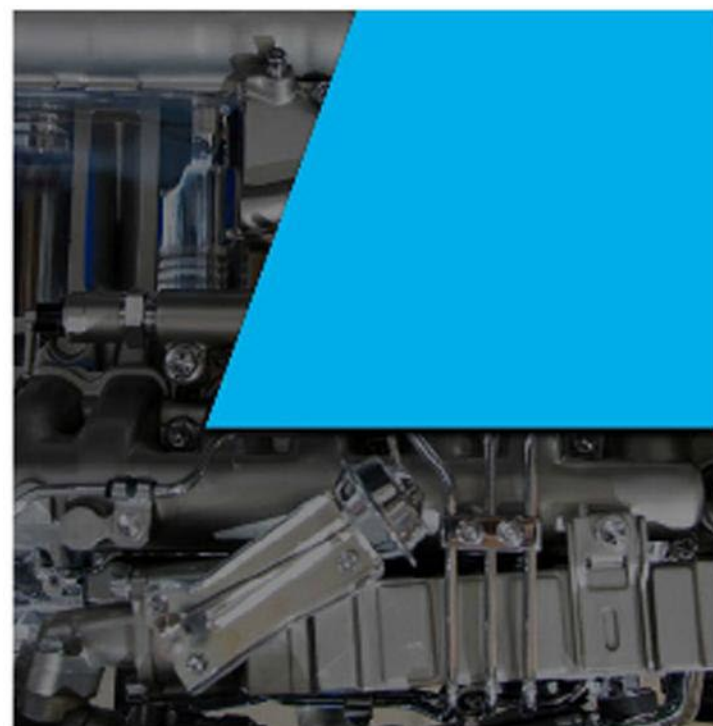
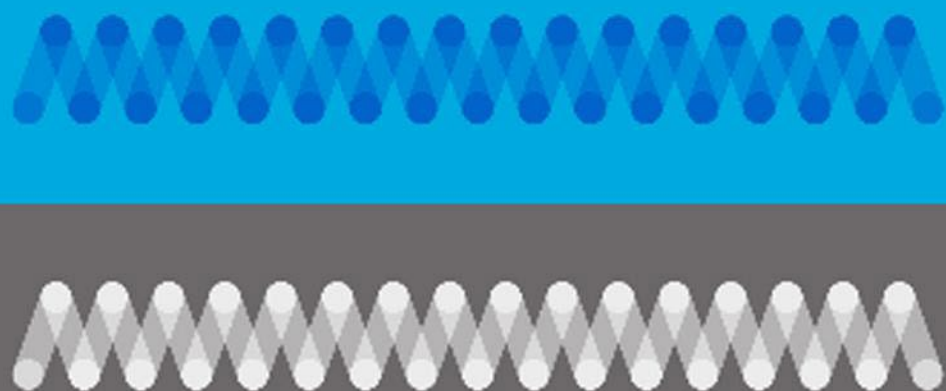
طراح فقط نگفته «رنگ ما آبی است». بلکه آبی روشن را نماد تکنولوژی و آبی تیره را نماد ۷۰ سال تجربه و اعتماد معرفی کرده است. (دفاع استراتژیک از دیزاین).

- اهمیت کدهای رنگی مختلف: طراح کدهای متفاوتی داده است. RGB (برای مانیتور)، CMYK (برای چاپ افست)، Pantone (برای چاپ رنگ پنجم و دقیق)، و RAL (برای رنگ‌آمیزی صنعتی).

کاربرد رنگ خنثی (خاکستری): طراح می‌داند که اگر همه چیز آبی باشد، چشم خسته می‌شود، پس خاکستری را معرفی کرده تا برای متن‌ها و پس‌زمینه‌ها استفاده شود و لوگوی آبی مثل یک نگین روی آن‌ها بدرخشد.

ACCESSORY GRAPHIC DESIGN

The visual style of **MMM** is clean and sober. The basic elements of the brand may be decomposed to create a graphical system that adapts to different applications. Along with the typography, the photography and the color, they make up the main imagery spectrum of **MMM**.



Other accessory elements

Using the same angle as in the lines of the brand, a trapezoidal element has been developed which can be used as the base to place the information you want to highlight in different applications whether printed or on-line. Application of these forms will be subject to the general chromatic criteria described in the manual.

See example:
[Press release articles: p. 18](#)

ترجمه متن

طراحی گرافیک جانبی (مکمل)

سبک بصری شرکت MMM بسیار تمیز و موقر است. عناصر پایه این برند می‌توانند تجزیه شوند تا یک سیستم گرافیکی خلق کنند که با کاربردهای مختلف سازگار می‌شود. این عناصر به همراه تایپوگرافی، عکاسی و رنگ، طیف اصلی تصاویر و هویت بصری MMM را تشکیل می‌دهند.

دیگر عناصر جانبی:

با استفاده از زاویه‌ای دقیقاً مشابه با زاویه خطوط نشانه برند، یک عنصر دوزنقه‌ای شکل توسعه یافته است. این فرم می‌تواند به عنوان یک پایه (بیس) برای قرار دادن اطلاعاتی که می‌خواهید در کاربردهای مختلف (چه در چاپ و چه در محیط آنلاین) برجسته شوند، مورد استفاده قرار گیرد. کاربرد این فرم‌ها، تابع قوانین کلی رنگ‌بندی است که در این دفترچه راهنما توضیح داده شده است.

نکات آموزشی

طراح برای پس‌زمینه‌ها از خطوط بی‌ربط استفاده نکرده، بلکه «زاویه کج حرف M» در لوگو را استخراج کرده و از آن یک فرم دوزنقه‌ای ساخته است. این کار باعث می‌شود حتی زمانی که لوگو در تصویر حضور ندارد، مخاطب با دیدن آن زاویه خاص، ناخودآگاه هویت برند ما را تشخیص دهد.

Aa



<http://www.exljbris.com/museosans.html>

Museo Sans

The corporate font for **MMM** is the Museo Sans. With a nice appearance and an excellent readability it offers a geometric design style that works well in all sizes of text and displays. It is based on the original and popular Museo Serif font designed by Jos Buivenga in 2008 for the exljbris Font Foundry.

The Museo Sans font family includes 10 styles with 5 different weights and provides italic versions that match any language of Western and Central Europe. The OpenType features include Museo Sans ligatures, fractions, numerators, denominators, superiors, old style figures ...

The Museo Sans will be the exclusive font in off-line media: corporate items (letterheads, business cards ...) advertising (newspapers, catalogs, etc ...) external and internal communication (memo, presentations, etc ...).

Museo Sans can be used as "web font" in all its styles, so it will be the font with which **MMM** is expressed in the digital environment: web, interactive, digital documents, digital advertising, etc ...

ترجمه متن

تایپوگرافی

فونت سازمانی برای MMM فونت Museo Sans است. این فونت با ظاهری زیبا و خوانایی عالی، یک سبک هندسی ارائه می‌دهد که در تمامی اندازه‌های متنی و نمایشگرها به خوبی عمل می‌کند. این فونت برپایه فونت اصلی و محبوب Museo Serif بنا شده است که توسط Jos Buivenga در سال ۲۰۰۸ برای مجموعه exljbris Font Foundry طراحی شد.

خانواده فونت Museo Sans شامل ۱۰ سبک مختلف با ۵ وزن متفاوت است و نسخه‌های ایتالیک (کج) آن با هر زبانی در اروپای غربی و مرکزی سازگار است. ویژگی‌های OpenType این فونت شامل لیگچرها (حروف متصل)، کسرها، صورت و مخرج کسرها، حروف بالانویس و اعداد به سبک قدیمی است.

فونت Museo Sans، تنها فونت انحصاری در رسانه‌های آفلاین (چاپی) خواهد بود: اقلام سازمانی (سربرگ، کارت ویزیت و...)، تبلیغات (روزنامه‌ها، کاتالوگ‌ها و...)، و ارتباطات داخلی و خارجی (یادداشت‌ها، فایل‌های ارائه و...).

فونت Museo Sans به عنوان «وب فونت» در تمامی سبک‌هایش قابل استفاده است، بنابراین این همان فونتی است که MMM در محیط دیجیتال با آن صحبت می‌کند: وبسایت، رسانه‌های تعاملی، اسناد دیجیتال، تبلیغات دیجیتال و غیره.

نکات آموزشی

یک طراح حرفه‌ای می‌داند که انتخاب فونت فقط برای زیبایی نیست؛ بلکه صدای برند است.

تاکید بر استفاده از این فونت هم وزن در اوراق اداری و هم در وبسایت، جلوی بی‌نظمی را می‌گیرد و یکپارچگی قدرتمندی به سازمان می‌دهد. همچنین بررسی امکاناتی مثل کسرها و اعداد، نشان می‌دهد فونت انتخابی برای تایپ گزارش‌های مالی این شرکت صنعتی هیچ کمبودی نخواهد داشت.

STYLES

Museo Sans 100

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 100 Italic

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 300

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 300 Italic

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 500

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 500 Italic

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 700

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 700 Italic

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 900

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

Museo Sans 900 Italic

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 # | ! " % \$ & / () = * + , - . : ; ' " [] ^ _

ترجمه متن

سبک‌ها (وزن‌های فونت)

(در این صفحه، طراح پنج وزن مختلف از خانواده فونت Museo Sans را به همراه نسخه‌های ایتالیک آن‌ها به نمایش گذاشته است تا تفاوت ضخامت‌ها مشخص شود):

Museo Sans 100 (نازک‌ترین)

Museo Sans 300

Museo Sans 500

Museo Sans 700

Museo Sans 900 (ضخیم‌ترین)

در زیر هر وزن، تمام حروف الفبای بزرگ و کوچک (A-Z)، اعداد (0-9) و علائم نگارشی برای تست خوانایی درج شده است.

نکات آموزشی

دلیل قرار دادن این صفحه در دفترچه این است که طراحان بعدی بدانند برای ایجاد تفاوت بین یک «تیترا مهم» و یک «متن معمولی»، نیازی به عوض کردن نوع فونت ندارند! کافی است از وزن‌های مختلف (ضخامت‌های) همان فونت سازمانی استفاده کنند. این کار هم تنوع ایجاد می‌کند و هم نظم هندسی برنر را کاملاً حفظ می‌کند.

BUSINESS CARD



Frontside

Using a unique design for the frontside of each card.



Backside for personal cards

Design with the personal details of every member of staff.



Backside for generic cards

Generic Design for anonymous cards. Only corporate data.

ترجمه متن

کارت ویزیت

روی کارت (Frontside): استفاده از یک طراحی کاملاً منحصر به فرد و ثابت برای روی تمامی کارت‌ها.

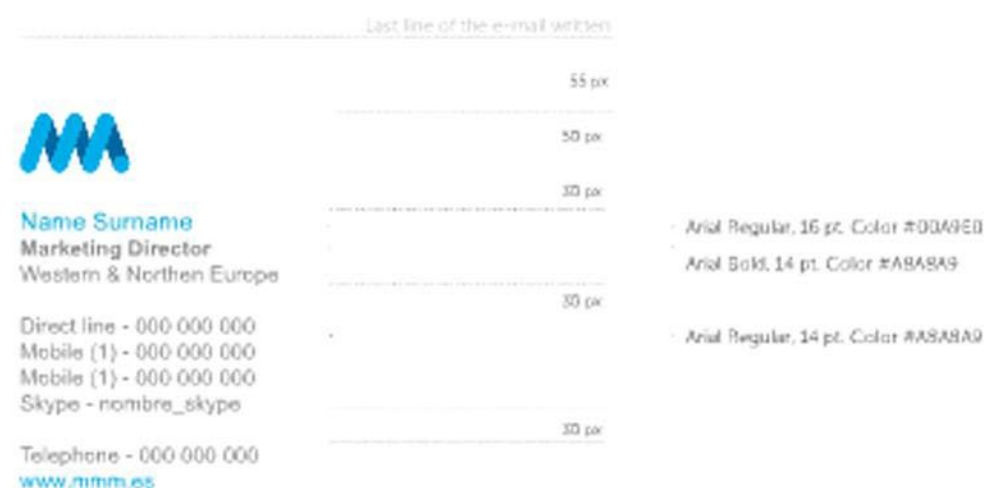
پشت کارت برای کارت‌های شخصی (Backside for personal cards): طراحی همراه با جزئیات و اطلاعات شخصی برای تک تک اعضای پرسنل.

پشت کارت برای کارت‌های عمومی (Backside for generic cards): طراحی عمومی برای کارت‌های بدون نام. این کارت‌ها منحصراً فقط شامل اطلاعات حقوقی و سازمانی شرکت هستند.

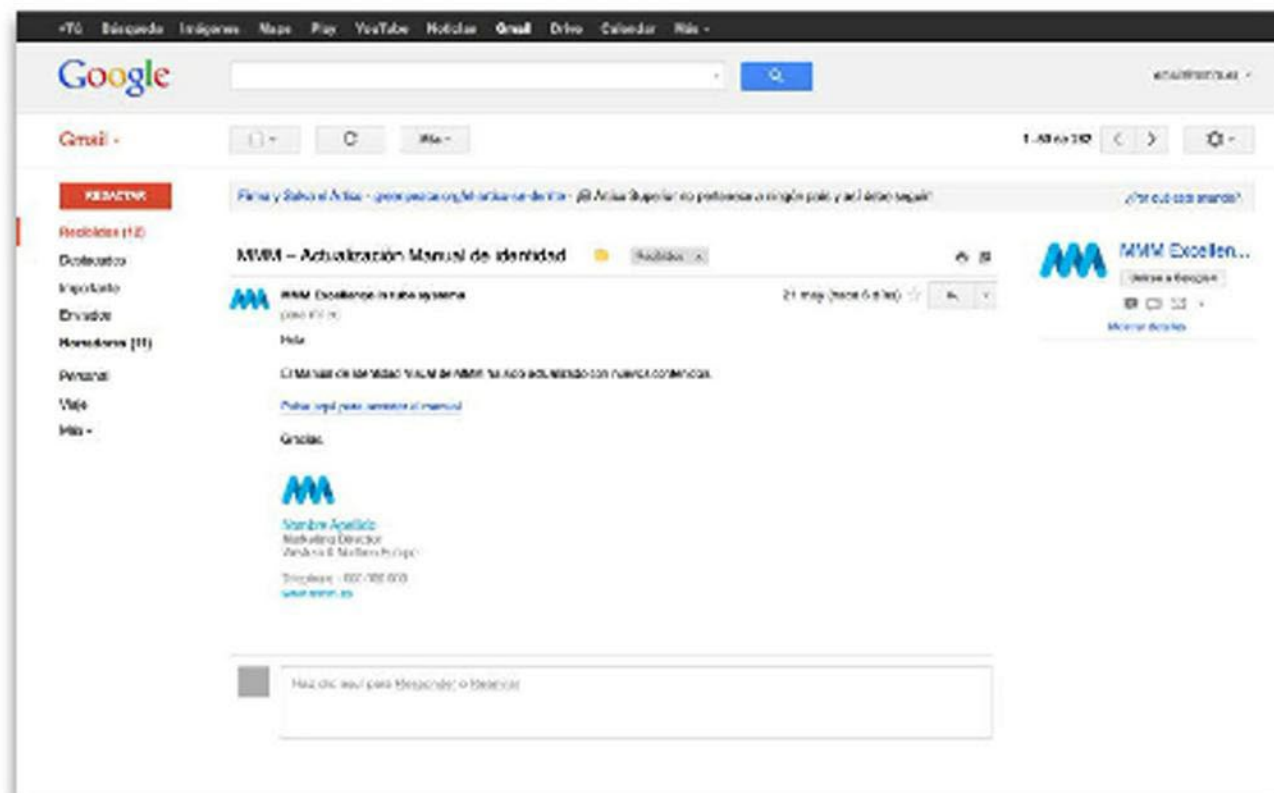
نکات آموزشی

طراحی کارت ویزیت عمومی (بدون نام) یک تکنیک کاربردی در برندهای بزرگ (B2B) است. شرکت‌ها در نمایشگاه‌ها یا جلسات اولیه، همیشه به کارت‌هایی نیاز دارند که صرفاً نام و آدرس شرکت را معرفی کند و وابسته به شخص خاصی نباشد.

SIGNATURE FOR E-MAIL



Identity of users in a web environment (eg Gmail)



ترجمہ متن

امضا برای ایمیل

الگوی فواصل و فونت‌ها در طراحی امضا:

نام و نام خانوادگی، سمت، دپارتمان: استفاده از فونت Arial Regular،
سایز 16، رنگ آبی (#00A9E0)

اطلاعات تماس (خط مستقیم، موبایل، تلفن، اسکایپ، وبسایت):

استفاده از فونت Arial Regular و Bold، سایز 14، رنگ خاکستری (A8A8A9#)

فاصله بین خطوط و بخش‌های مختلف دقیقاً بر اساس مقیاس پیکسل (px) مشخص شده است.

هویت کاربران در یک محیط تحت وب (مثلاً جیمیل):

در پایین تصویر، یک نمونه واقعی از نحوه پیاده سازی و نمایش این امضا در کادر متنی سرویس Gmail نشان داده شده است.

نکات آموزشی

چرا طراح در این صفحه فونت زیبای Museo Sans را رها کرد و به سراغ فونت ساده Arial رفت؟

پاسخ: اگر شما امضای ایمیل را با فونت اختصاصی برند طراحی کنید، زمانی که ایمیل می‌زنید، چون آن فونت روی سیستم او نصب نیست، ساختار ایمیل به هم ریخته نمایش داده می‌شود. به همین دلیل، در محیط ایمیل به سراغ فونت‌های ایمن (مثل Arial) می‌روند که روی تمامی کامپیوترهای جهان نصب هستند.

ENVELOPE DIN C6/5



Design for window envelope to the left



Windowless envelope design

ترجمه متن

پاکت نامه (استاندارد DIN C6/5)

طراحی برای پاکت پنجره دار در سمت چپ:

(تصویر بالا، محل دقیق قرارگیری لوگو و اطلاعات فرستنده را در تقابل با پنجره طلق دار پاکت نشان می دهد).

طراحی برای پاکت بدون پنجره:

(تصویر پایین، جایگذاری ساده تر المان ها را روی یک پاکت یکدست نشان می دهد).

فونت Museo Sans به عنوان «وب فونت» در تمامی سبک هایش قابل استفاده است، بنابراین این همان فونتی است که MMM در محیط دیجیتال با آن صحبت می کند: وب سایت، رسانه های تعاملی، اسناد دیجیتال، تبلیغات دیجیتال و غیره.

نکات آموزشی

پاکت اداری بر اساس استاندارد جهانی پُست (DIN) طراحی می شوند. طراحی پاکت پنجره دار یکی از چالش های گرافیک است؛ زیرا محل قرارگیری لوگو، آدرس فرستنده و تمبر باید دقیقاً محاسبه شود تا با پنجره شفاف پاکت (که آدرس گیرنده از داخل آن پیداست) هیچ گونه تداخلی نداشته باشد.

POWER POINT TEMPLATE



Opening page

The covers are presented with a clear and visible date and headline, always accompanied by the brand on a common background using the accessory graphic design or by graphical icons best suited to the situation.

ترجمه متن

قالب پاورپوینت

صفحه ورودی (Opening page)

کارورها (صفحات جلد) همراه با یک تاریخ و سرتیتر کاملاً واضح و خوانا ارائه می‌شوند. این صفحات همیشه در کنار نشانه برند، روی یک پس زمینه مشترک که از عناصر گرافیکی جانبی (همان دوزنقه‌ها) یا آیکون های گرافیکی متناسب با موضوع جلسه تشکیل شده، قرار می‌گیرند.

صفحات داخلی (Interior pages)

صفحات داخلی دارای یک مسیر کوچک به عنوان راهنمای ساختاری ارائه هستند. نشانه فوتر (پاورقی) به همراه شماره صفحه و لوگوی برند نیز همیشه حضور دارند. فضای مرکزی صفحه کاملاً باز گذاشته شده است تا با توجه به تعداد زیاد احتمالات از نظر نوع محتوا، نیازهای سازنده آن فایل ارائه را برطرف کند.

نکات آموزشی

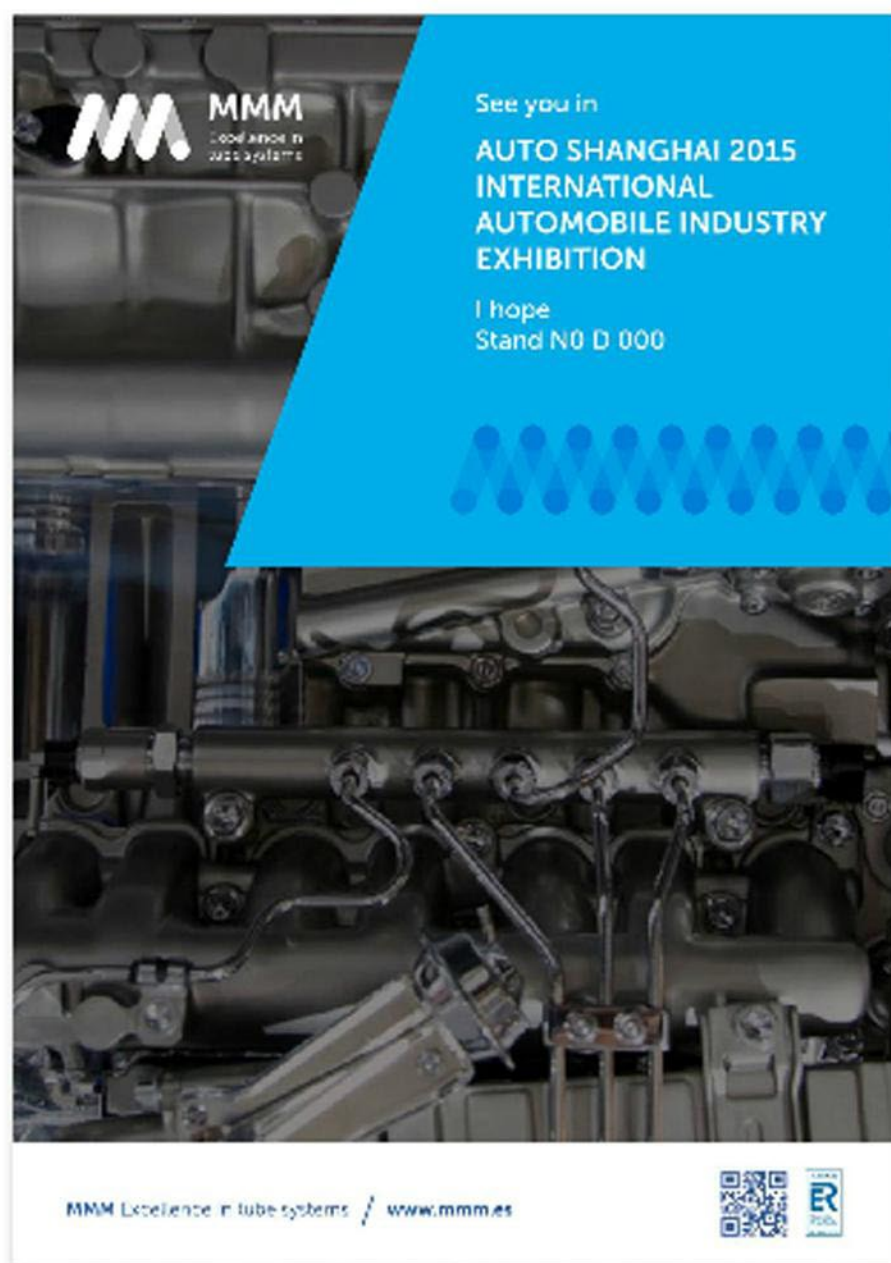


Interior pages

The inside pages contain a small route as a structural guide to the presentation, a common foot mark with paging and the brand always present. The central space is open to the needs of the creator of the presentation given the number of possibilities in terms of content.

کارمندان بخش فروش یا مدیریت، گرافیکست نیستند و معمولاً ارائه های پاورپوینت را با سلیقه شخصی و به هم ریخته طراحی می‌کنند! وظیفه شما به عنوان طراح این است که یک قالب آماده (Template) به آن‌ها بدهید.

PRESS ADVERTISING



See you in
**AUTO SHANGHAI 2015
 INTERNATIONAL
 AUTOMOBILE INDUSTRY
 EXHIBITION**
 I hope
 Stand N0 D 000

MMM
 Excellence in tube systems

MMM Excellence in tube systems / www.mmm.es

The advertising is structured in four distinct areas:

1. The top left, **MMM** brand location in the most readable color version.
2. Above right, an area where we will write the main message of the advertising over the accessory graphic design.
3. The central ad space will house the images and / or text that give content to the message.
4. Lower space designed to locate contact information, possible side markings or graphics.

ترجمه متن

تبلیغات مطبوعاتی (چاپی)

ساختار تبلیغات در چهار ناحیه کاملاً مجزا سازماندهی شده است:

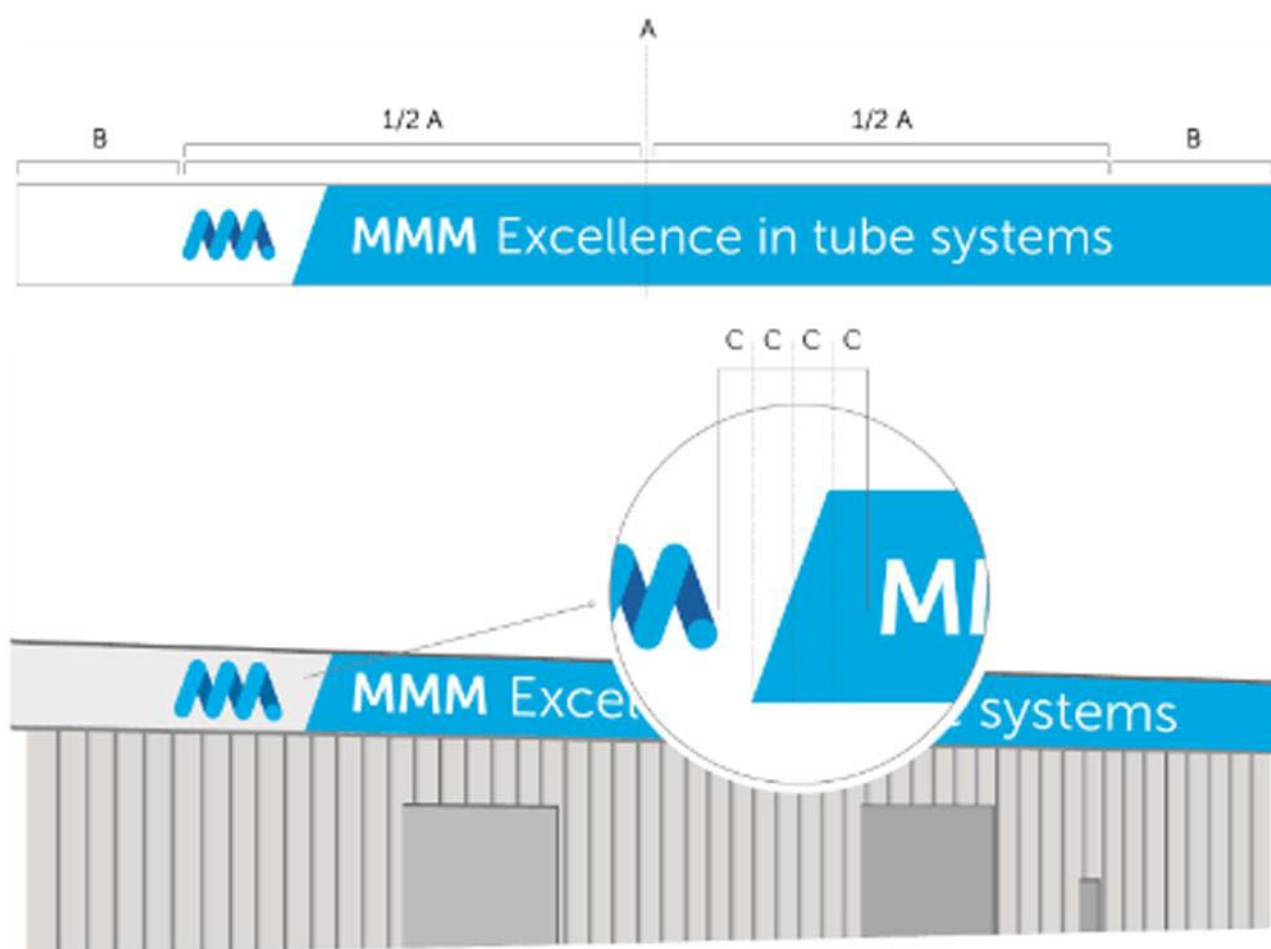
۱. بالا-چپ: محل قرارگیری برند MMM که با خواناترین نسخه رنگی لوگو ارائه می شود.
۲. بالا-راست: ناحیه ای که پیام اصلی تبلیغ را روی آن می نویسیم و پس زمینه آن با استفاده از عناصر گرافیکی جانبی پوشش داده می شود.
۳. فضای مرکزی تبلیغ: این فضا تصاویر و / یا متن هایی را در خود جای می دهد که محتوای پیام را تشکیل می دهند.
۴. فضای پایین: این قسمت برای قرارگیری اطلاعات تماس، و در صورت نیاز، نشانه ها یا گرافیک های فرعی طراحی شده است.

نکات آموزشی

طراح با ایجاد این قالب بندی چهار بخشی، کار را برای طراحان بعدی شرکت ساده کرده است. از این به بعد، هر تبلیغ جدیدی که قرار باشد چاپ شود، فقط کافی است عکس مرکز و متن پیام تغییر کند. این کار نه تنها سرعت طراحی را بالا می برد، بلکه تضمین می کند تمام تبلیغات شرکت در مجلات مختلف، یکدست و متعلق به یک خانواده به نظر برسند.

EXTERIOR SIGNAGE

In many cases, outdoor signage will be the first impression that someone receives from MMM. For that reason, we have established a method to respect both the aesthetic parameters and the patterns of the overall image.



ترجمه متن

تابلوهای بیرونی (محیطی)

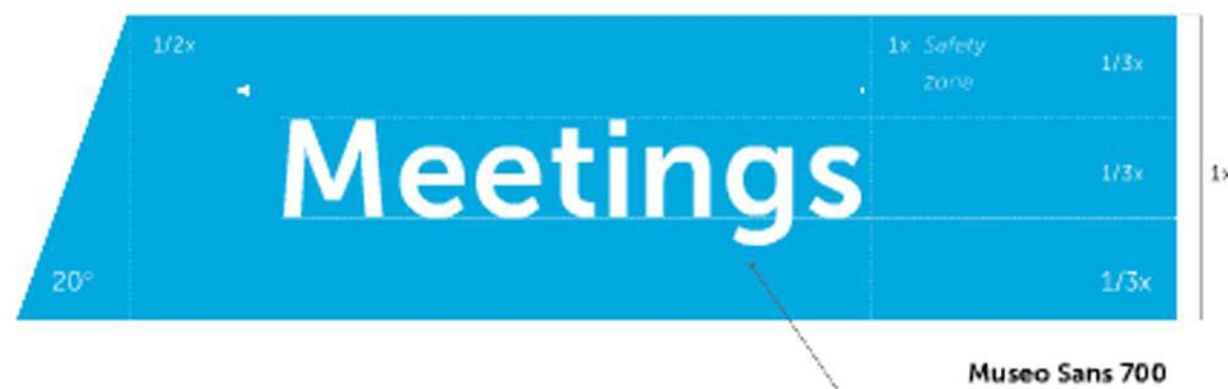
در بسیاری از موارد، تابلوهای بیرونی اولین تأثیری هستند که یک شخص از برند MMM دریافت می‌کند. به همین دلیل، ما روشی را پایه‌گذاری کرده ایم تا به پارامترهای زیبایی‌شناسانه و همچنین الگوهای تصویر کلی برند کاملاً احترام گذاشته شود.

نکات آموزشی

وقتی قرار است لوگوی شما روی سوله یک کارخانه به طول ۲۰ متر نصب شود، دیگر سانتی‌متر و میلی‌متر کاربردی ندارند. در اینجا از نسبت های فیزیکی (مثل A و $A/2$) استفاده می‌شود. این فرمول های ریاضی به تابلوساز اجازه نمی‌دهد که به دلیل کمبود فضا در کارگاهش، ابعاد تابلو را تغییر دهد یا حریم امن لوگو را در نمای ساختمان نقض کند.

BASIC LETTERING

Internal lettering system is based on the corporate trapezoidal graph of **MMM**. We have created basic units corresponding to percentages and used them to establish boundaries between typography and the base element. It is designed to be modular and scalable within the limits of each environment. The simplicity and clarity of presentation elements remain evident on any application. The color range is limited to light blue and white of **MMM**.



Delivery

Laboratory

Management

Office



ترجمه متن

حروف چینی پایه (سیستم تابلوهای راهنما)

سیستم نوشتاری داخلی، دقیقاً بر پایه گرافیکِ ذوزنقه‌ای سازمانی MMM بنا شده است. ما واحدهای پایه‌ای را متناسب با درصدها خلق کرده‌ایم و از آن‌ها برای تعیین مرزها و فواصلِ دقیقِ بین تایپوگرافی و عنصرِ پایه استفاده نموده‌ایم.

این سیستم طوری طراحی شده است که ماژولار (قطعه‌بندی شده) باشد و قابلیت تغییر مقیاس (بزرگ و کوچک شدن) در محدوده هر محیطی را داشته باشد. سادگی و وضوح عناصرِ ارائه، در هر نوع کاربردی کاملاً مشهود باقی می‌ماند. دامنه رنگی این تابلوها، انحصاراً به آبی روشن و سفید برند MMM محدود شده است.

نکات آموزشی

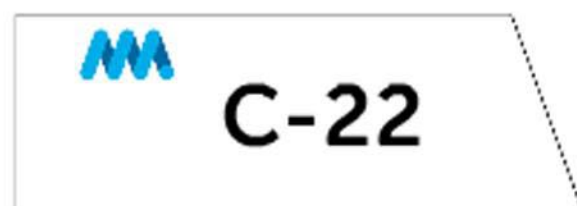
یک طراح حرفه‌ای، هویت بصری را به روی دیوارهای سازمان نیز می‌کشد. طراحی سیستم تابلوهای راهنمای داخل شرکت (مثل اتاق مدیریت، آزمایشگاه و بخش تحویل) با استفاده از همان فرم کجِ لوگو، نشان‌دهنده کمالِ یک هویت بصری است.

سیستم ماژولار تضمین می‌کند که اگر فردا یک اتاق کوچک جدید به سازمان اضافه شد، تابلوی آن دقیقاً با همان تناسبِ تابلوی بزرگِ سالن اصلی ساخته شود.

LETTERING FOR MACHINES

Machine lettering system is based on the corporate trapezoidal graph of **MMM**.

We have created basic units corresponding to percentages and used them to establish boundaries between typography and the base element. It is designed to be modular and scalable within the limits of each environment. The simplicity and clarity of presentation elements remain evident on any application. The format and color range is limited to the characters in black on a white sticker to be attached to the machine.



ترجمه متن

کاربردها / سیستم نوشتاری برای دستگاه‌ها (ماشین‌آلات)

سیستم نوشتاری (حروف چینی) برای دستگاه‌ها، بر پایه گرافیکِ دوزنقه ای سازمانی MMM بنا شده است. ما واحدهای پایه‌ای را متکی بر درصدها خلق کرده‌ایم و از آن‌ها برای تعیین مرزها و فواصل دقیق بین تایپوگرافی و عنصر پایه استفاده نموده‌ایم.

این سیستم طوری طراحی شده است که ماژولار (قطعه‌بندی شده) باشد و قابلیت تغییر مقیاس در محدوده هر محیطی را داشته باشد. سادگی و وضوح عناصر بصری ارائه شده، در هر نوع کاربردی کاملاً مشهود باقی می‌ماند. قالب و دامنه رنگی این بخش، تنها به کاراکترهای (حروف) مشکی روی یک استیکر (برچسب) سفید که روی دستگاه چسبانده می‌شود، محدود شده است.

نکات آموزشی

طراح در این بخش به یک جزئیات خیره‌کننده فکر کرده است: لیبل شماره‌گذاری روی دستگاه‌های صنعتی! او دامنه رنگی را فقط به «مشکی روی استیکر سفید» محدود کرده است. چرا؟ چون در یک کارگاه صنعتی کم‌نور یا محیطی که پر از روغن و کثیفی است، یک استیکر سفید با نوشته‌های مشکی بیشترین میزان خوانایی را دارد. این یعنی دیزاینر کاملاً با واقعیت‌های محیط تولید آشناست و فقط روی کاغذ طراحی نکرده است.

Uniforms: On garnet



ترجمه متن

کاربردها / لباس کار (یونیفورم):

روی رنگ زرشکی (قرمز تیره)

استفاده از نسخه مثبت نشانه (پوزیتیو) روی لباس‌های با رنگ روشن.

مشخصات (دستورالعمل تولید):

چاپ سیلک اسکرین در دو رنگ (آبی سازمانی MMM) روی پارچه. یا به عنوان روش جایگزین، گلدوزی اختصاصی.

یونیفورم‌های زرشکی:

تی‌شرت

پیراهن آستین کوتاه

نکات آموزشی

در بخش مشخصات، طراح صراحتاً تکنیک اجرا یعنی «چاپ سیلک اسکرین» یا «گلدوزی» را تعیین کرده است.

طراح می‌داند که چاپ‌های دیجیتال و حرارتی معمولی روی لباس کارگران صنعتی در اثر شستشو به سرعت از بین می‌روند.

Uniforms: On white



ترجمه متن

کاربردها / لباس کار (یونیفورم): روی رنگ سفید
استفاده از نسخه مثبت نشانه (پوزیتیو) روی لباس‌های با رنگ روشن.

مشخصات (دستورالعمل تولید):

چاپ سیلک اسکرین در دورنگ (آبی سازمانی MMM) روی پارچه. یا به عنوان روش جایگزین، گلدوزی اختصاصی.

یونیفورم‌های سفید:

تی‌شرت

پیراهن آستین کوتاه

لباس کار مخصوص آزمایشگاه

نکات آموزشی

در کارخانه‌های بزرگ، لباس پرسنل خط تولید با لباس مسئول کنترل کیفیت یا بخش آزمایشگاه متفاوت است. آوردن این صفحه در دفترچه نشان می‌دهد که طراح، تمام سلسله‌مراتب پرسنل (از کارگر تا تکنیسین آزمایشگاه) را در نظر گرفته است و می‌داند که لوگوی سازمانی چگونه باید روی روپوش‌های سفید آزمایشگاهی بنشیند.

Uniforms: On blue



Using the negative version of the symbol on dark-colored clothing.

Specifications:
Screenprint in two colors (white and gray) on fabric. Or alternatively, specific embroidery.

Blue uniforms:
work jacket

ترجمه متن

کاربردها / لباس کار (یونیفورم): روی رنگ آبی
استفاده از نسخه منفی نشانه (نگاتیو) روی لباس های با رنگ تیره.

مشخصات (دستورالعمل تولید):

چاپ سیلک اسکرین در دو رنگ (سفید و خاکستری) روی پارچه. یا به عنوان روش جایگزین، گلدوزی اختصاصی.

یونیفورم های آبی:

ژاکت (کاپشن) کار

نکات آموزشی

وقتی لباس کارگر دقیقاً هم رنگ برند (آبی سازمانی) است، اگر لوگوی آبی را روی آن چاپ کنیم، لوگو کاملاً در لباس محو می شود! طراح برای حل این مشکل، قانون استفاده از «نسخه نگاتیو» (سفید و خاکستری) را در این صفحه فعال کرده است.

STYLES

STYLESHEET

MMM
Excellence in tube systems

Miguel Toledo (Pages: 25 - Pot: 100, 21 Pot)
00150 Madrid de Per: Barcelona, Spain
T: +34 936 003 100, F: +34 936 006 005
mtoledo@mmm.es
www.mmm.es

26/ 06 / 2014

Asunto: Minerales de zonas en Conflicto

Apreciado Proveedor,

El pasado 15 de Noviembre de 2012 la SEC (U.S. Securities and Exchange Commission) aprueba poner en práctica los requisitos de divulgación de la información referente a los llamados "Minerales de Conflicto", según las indicaciones de la Ley de Reforma de Wall Street y Protección al Consumidor Dodd-Frank de 2010. La nueva legislación obliga a los fabricantes a realizar la due diligence, y revelar al uso que se hace de "Minerales de Conflicto", así como validar el origen de los minerales de la República Democrática del Congo (RDC) y los países vecinos.

Como proveedor de Manufactura Moderna de Metales y perteneciente de la cadena de proveedores de OEMs, se le requiere responder a la solicitud de información en materia de uso y origen de "Minerales de Conflicto" en sus productos, incluyendo los minerales provenientes de reciclaje o chatarra. Se debe reunir toda la documentación que determine dónde se originaron los minerales y en qué instalación fueron procesados o fundidos.

Dispone del formato excel adjunto o que puede descargarse en la siguiente web:
www.conflictfreeemailer.org

Por favor, responder antes del 10 de Septiembre de 2013.

Muchas gracias por su colaboración.

Atentamente,

Jordi Garcia
Director Comercial

Departamento Comercial
9566684526
metales@mmm.es

MANUFACTURA MODERNA DE METALES S.L. - C.I.F. 100120907
Sede en el Registro Mercantil de Barcelona. NÚM. 00150, C/DA 2013, 100150, 20, 08015, BARCELONA, SPAIN
www.mmm.es

Y

Museo Sans 500
18 pt
Pantone 2995

Museo Sans 500
11 pt
Negro

Justified paragraph
single spaced.

X

Margins.
Top and Bottom: 15 mm (X)
Left and Right: 15 mm (Y)

ترجمه متن

سبک ها / شیوه نامه (استاندارد مکاتبات)

(خطوط راهنما در تصویر، تنظیمات دقیق تایپ در سربرگ اداری را مشخص می کنند):

عنوان نامه (موضوع): فونت Museo Sans 500 / سایز 18 pt (پوینت) / رنگ آبی Pantone 2995

متن بدنه نامه: فونت Museo Sans 500 / سایز 11 pt (پوینت) / رنگ مشکی (Negro)

نحوه چینش پاراگراف: تراز شده (Justified paragraph) / با فاصله خطوط تکی (Single spaced)

حاشیه ها (Margins):

حاشیه بالا و پایین کاغذ: 15 میلی متر (متغیر X)

حاشیه چپ و راست کاغذ: 15 میلی متر (متغیر Y)

نکات آموزشی

یک طراح حرفه ای حتی سایز فونت نامه، رنگ موضوع نامه، تراز بودن متن و فاصله دقیق تایپ از لبه های کاغذ (۱۵ میلی متر) را هم قانون گذاری می کند.

اگر این صفحه نباشد، هر منشی در شرکت با یک فونت (مثلاً یکان یا میترا) و با سایز دلخواه نامه می زند و نظم بصری برند در نامه های رسمی کاملاً نابود می شود.

ترجمه متن

طراحی شده توسط:

استودیو خلاقیت Periferia Creative

تلفن: 34+ 937 881 941

ایمیل: info@periferia.cat

وبسایت: www.periferia.cat

آدرس: اسپانیا، بارسلونا، تراسا 08224، رامبلادِ اِگارا 235، واحد C-D5.

نکات آموزشی

پشتِ جلدِ دفترچه راهنما، محلِ قرارگیری امضای شماست.

درج نام استودیو، آدرس و راه‌های ارتباطی نشان‌دهنده اعتبار، اعتماد به نفس و مالکیت معنوی اثر است.

این کار به نوعی «بازاریابی خاموش» نیز محسوب می‌شود؛ زیرا در سال‌های آینده، هر مدیر، پیمانکار یا چاپخانه‌ای که این دفترچه را بخواند و از نظم آن لذت ببرد، برای پروژه‌های بعدی خود مستقیماً با شماره تلفن شما که پشت جلد درج شده است، تماس خواهد گرفت.

Designed by:



+34 937 881 941

info@periferia.cat

www.periferia.cat

Rambla d'Egara 235, 5 C-D

08224 Terrassa

Barcelona (Spain)