



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

كلية الأدب العربي والفنون

Faculty Of Arabic Literature and Arts



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في التصميم الغرافيكي

تصميم موقع الكتروني لمؤسسة التعليب و التغليف
" غلفلي "

تحت اشراف :

أ. العايب نصيرة

إعداد الطالب :

بلفكرات إيهاب إسلام

الصفة	مؤسسة الانتماء	الرتبة العلمية	الإسم و اللقب
رئيسا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر	عبد الصدوق إبراهيم
مشرفا مقرر	جامعة مستغانم	أستاذ مساعد (أ)	العايب نصيرة
مناقشا	جامعة مستغانم	أستاذ مساعد (أ)	بلبشير أمين



السنة الجامعية : 2023 - 2024



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

كلية الأدب العربي والفنون

Faculty Of Arabic Literature and Arts



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في التصميم الجرافيكي

تصميم موقع الكتروني لمؤسسة التغليف و التغليف
" غلفلي "

تحت اشراف :

أ. العايب نصيرة

إعداد الطالب :

بلفكرات إيهاب إسلام

الصفة	مؤسسة الانتماء	الرتبة العلمية	الإسم و اللقب
رئيسا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر	عبد الصدوق إبراهيم
مشرفا مقرر	جامعة مستغانم	أستاذ مساعد (أ)	العايب نصيرة
مناقشا	جامعة مستغانم	أستاذ مساعد (أ)	بلبشير أمين

السنة الجامعية : 2023 - 2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

في بداية هذه المذكرة، أودّ أن أهدي كلمات الشكر والتقدير لأعزائي، عائلتي الغالية وجميع أصدقائي. لم تكن رحلة إتمام هذه المرحلة من حياتي ممكنة دون دعمكم اللامتناهي وتشجيعكم المستمر.

لأمي وأبي، الروحانيين الذين لطالما كانوا رمزًا للتضحية والإلهام، كلمات الشكر لا تكفي لوصف مدى عظمة حبكما ودعمكما الذي لا ينتهي. إلى أخوتي الأعزاء رامي عبد الودود وفايز عبد الفتاح ورياض عبد الإله، شكرًا لكم على الوقوف بجانبني في كل مرحلة من مراحل هذه الرحلة، بكم كنت قويًا ومتحمسًا دائمًا.

وإلى أصدقائي الأعزاء خلوف زكرياء، شريفي لبنى، صندوق فاطمة وصندوق أمينة، الذين شاركوا معي اللحظات السعيدة والصعبة، شكرًا لكم على الثقة والدعم المتواصل. أنتم جزء لا يتجزأ من نجاحي وإنجازي.

وختامًا، لأساتذتي الكرام، الذين بذلوا جهودًا كبيرة في إرشادي وتوجيهي خلال هذه الرحلة العلمية، أعتزف بما قدمتموه من عطاء ومساعدة لأصل إلى ما أنا عليه الآن.

أبدي لكم جميعًا خالص شكري وامتناني، وأعدكم بأنني سأظل ممتنًا لكم إلى الأبد.

مع كل الحب والامتنان.

أنا لا أجد كلمات تكفي لتعبير عن امتناني العميق وشكري الجزيل لكل منكم على الدعم والتوجيه القيم الذي قدمتموه لي في رحلتي العلمية والشخصية.

أولاً وقبل كل شيء، أريد أن أشكر الله عز وجل على نعمه الكبيرة فاللهم إني أشكرك وأثني عليك على نعمك الكثيرة التي لا تعد ولا تحصى، فقد وهبتي القدرة والفرصة لاستكمال هذه المذكرة، وهداني لسبيل العلم والمعرفة

أريد أيضاً أن أعبر عن شكري العميق لجميع أساتذتي الأعزاء الذين بذلوا جهوداً كبيرة في تعليمي وإرشادي، ولكل من قدم لي يد العون والمساعدة سواء كانوا قريبين أم بعيدين.

وبشكل خاص، أود أن أشكر الأساتذتين الكريمتين، العايب نصيرة وكحلي عمارة، على الدعم والتوجيه القيم الذي قدمتماه لي خلال إعداد مذكرتي، فقد كانتا دعمًا حقيقيًا ومصدر إلهام لي.

أخيراً، أعبر عن امتناني وشكري الجزيل لكل من قدم لي يد العون والدعم في هذه الرحلة، سواء بالكلمات الطيبة أو بالأفعال الصادقة.

في الختام، أطلب من الله أن يجزيكم خير الجزاء، وأن يبارك في جهودكم وأن يسدد خطاكم دائماً.

المخلص :

تهدف هذه الدراسة الى تصميم موقع الكتروني لمؤسسة تغليب وتغليف "غلفلي", بحيث قمت بتصميم الهوية البصرية لهذه المؤسسة إضافة الى تصميم الموقع الإلكتروني الخاص بها . ومن خلال المنهج الوصفي التحليلي قمت بشرح التناسق ما بين عناصر الهوية البصرية والموقع الإلكتروني، والذي من خلاله توصلت الى عدة نتائج بينت تأثير فكرة السماح للمستخدمين بتصميم تغليف مخصص لمنتجاتهم في جلب الزبائن، إضافة الى مدى أهمية الموقع في توفير تغليف مخصص للمنتجات.

الكلمات المفتاحية :

تغليف وتغليب، موقع الكتروني، تصميم، هوية بصرية

Abstract :

This study aims to design a website for the packaging and wrapping company "Ghalifli". The study includes designing the visual identity for the company in addition to designing its website. Using a descriptive and analytical approach, the study explains the consistency between the elements of the visual identity and the website. Through this approach, the study reached several results that demonstrate the impact of the idea of allowing users to design custom packaging for their products in attracting customers, in addition to the importance of the site in providing customized packaging for products.

Key words :

Packaging and Wrapping , Website , Design , Visual Identity

الفهرس :

ب.....	الإهداء
ت.....	شكر و عرفان
ث.....	الملخص
ح.....	مقدمة
1.....	الفصل الأول
1.....	التغليف والمواقع الإلكترونية وتأثيرهما على سلوك المستهلك
2.....	1. ا. عموميات حول التغليف
2.....	1(1) مفهوم التغليف و أهميته
3.....	2(2) الخصائص الفنية للتغليف
5.....	3(3) تأثير التغليف على سلوك المستهلك
6.....	11. ا. المواقع الإلكترونية وعلاقتها بالتغليف
6.....	1(1) المواقع الإلكترونية وبناء علامة تجارية قوية
7.....	2(2) طرق الترويج للموقع الإلكتروني
8.....	3(3) علاقة الموقع الإلكتروني بطلب تغليف
10.....	الفصل الثاني
10.....	إبراز جمالية التكوين الفني من خلال تصميم الهوية البصرية وواجهة الموقع لمؤسسة التعليب والتغليف " غلفلي "
11.....	1. ا. تصميم الهوية البصرية للمؤسسة
11.....	11. i. تصميم الهوية البصرية بغناصرها
11.....	1 (1) الإسم التجاري
11.....	2 (2) مرحلة التخطيط و اختيار نموذج الشعار
12.....	3 (3) مرحلة الإنجاز ببرنامج ADOBE ILLUSTRATOR (AI)
15.....	4 (4) مرحلة اختيار الألوان
18.....	5 (5) مرحلة اختيار الشعار اللفظي
18.....	18. ii. تطبيقات الهوية البصرية :
18.....	1 (1) تصميم ملصق اشهاري لعرضه على منصة انستغرام
22.....	2 (2) تصميم لافتة اشهارية
23.....	3 (3) تصميم ملصق اشهاري للطباعة
27.....	11. ا. تصميم الموقع الإلكتروني :
27.....	1(1) مرحلة التخطيط و اختيار شكل الموقع الإلكتروني
28.....	2(2) مرحلة اختيار الألوان
29.....	3(3) مرحلة اختيار الخط للموقع
30.....	4(4) انجاز تصور للموقع من خلال موقع ADOBE ILLUSTRATOR (AI)
32.....	خاتمة
33.....	قائمة المراجع :

مقدمة:

في الوقت الحاضر، تعيش الشركات والمؤسسات في عصر رقمي يتسم بالتطور السريع والتحول المستمر. ومن بين التحديات التي تواجه الشركات في هذا السياق، تبرز أهمية وجودها على الإنترنت وتواجدها القوي في المجال الرقمي.

تحمل المواقع الإلكترونية أهمية كبيرة في عصرنا الحالي، حيث تمثل نقطة الاتصال الرئيسية بين الشركات وعملائها، وتعتبر واجهة العلامة التجارية على الإنترنت. فهي توفر للشركات فرصة للتفاعل المباشر مع الجمهور، وتسهل عمليات التسويق والمبيعات، بالإضافة إلى تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وبناء الثقة لدى العملاء.

وفي هذا السياق، تأتي أهمية تصميم وتطوير مواقع الإنترنت للشركات والمؤسسات كوسيلة حيوية لتعزيز الوجود الرقمي وتحقيق النجاح في السوق الحالي. وإذا تحدثنا عن تحقيق النجاح فسنحدث أيضاً عن مؤسسات التغليف والتغليف التي تمثل جزءاً أساسياً من البنية الاقتصادية في مختلف القطاعات، حيث تلعب دوراً حيوياً في حفظ وحماية المنتجات وتقديمها بشكل جذاب وملائم للزبائن.

يعتبر التغليف والتغليف جزءاً أساسياً من عملية تسويق المنتجات، حيث يلعبان دوراً حاسماً في جذب انتباه الزبائن وتعزيز قيمة المنتج في نظرهم. فالتغليف الجذاب والعملي يساهم في حماية المنتج وتسهيل عمليات النقل والتخزين، كما يعزز العلامة التجارية فيعتبر التغليف عنصراً أساسياً في نمط حياتنا المعاصرة، فهو واجهة المنتج الذي من خلاله يتمكن المستهلك من معرفة نوعية المنتج وخصائصه النفعية والتكوينية له، من خلال الأشكال والرسومات والكلمات التي نشاهدها في اللباس الخارجي للمنتج.

في موضوعي اخترت تصميم وتطوير موقع إلكتروني من خلاله يقوم الزبون بتصميم غلاف منتجاته بنفسه، فيطلب تصميم الموقع الإلكتروني الاهتمام بعدة عناصر منها: التجربة الاستخدمية للمستخدم، وتصميم واجهة مستخدم جذابة وسهلة الاستخدام، وتضمين محتوى ذو جودة عالية يعكس هوية المؤسسة ويعزز قيمها ومنتجاتها، وقبل بدء عملية إنشاء الموقع، يعد إنشاء هوية بصرية قوية أمراً ضرورياً. وبالنظر إلى أهميتها لأنها تعتبر الواجهة العامة لهذه المؤسسة.

لماذا اخترت مجال التعبئة والتغليف؟

إن اختيار هذا المجال يعود إلى ما هو ذاتي، ويتمثل في محاولة الابتعاد على ما هو نمطي في مواضيع البحوث المتناولة هذه السنة إضافة إلى رؤية شخصية تهدف إلى تسليط الضوء على أهمية هذا الجانب في المجتمع، خاصة في الجزائر حيث يعاني هذا القطاع من الإهمال ووضع التصاميم الغير مراعية للشروط

المعتمد عليها وأيضا التصاميم التي أصبحت تمثل ثلوثا بصريا. إضافة الى ما هو أسباب موضوعية والتي منها ان التغليف والتعليب ليسا مجرد عمليات فنية، بل هما جزء لا يتجزأ من عملية تسويقية شاملة تؤثر بشكل مباشر على انطباع المستهلك وقراراته الشرائية، وبالتالي يجب تعزيز وتحسين هذا الجانب لتحقيق النجاح والتميز في السوق.

هذه المذكرة تهدف إلى استكشاف عدة جوانب متعلقة بتصميم وتطوير موقع إلكتروني لمؤسسة تعبئة وتغليف، من خلال طرح أسئلة مختلفة والتي أساسها كيف يمكن لتصميم وتطوير موقع إلكتروني ان يلبي احتياجات الزبون ويعزز مكانة منتجاته في السوق الرقمي؟

ومن هنا نصل الى مجموعة تساؤلات وهي:

- ما هي عناصر الهوية البصرية التي يجب تضمينها في تصميم هوية مؤسسة التعليب والتغليف؟
- كيف يمكن تصميم تجربة مستخدم مميزة على الموقع الإلكتروني لمؤسسة التعليب والتغليف لجذب واحتفاظ بالزبائن؟
- ما هي الطرق الفعالة لقياس تأثير الهوية البصرية وجودة التعليب والتغليف على تحقيق أهداف الشركة في السوق؟
- ما هي العناصر الأساسية التي يجب أن يتضمنها موقع إلكتروني لمؤسسة تعليب وتغليف؟

المنهج:

للوصول إلى الهدف والإجابة على تساؤلات البحث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وهذا من خلال تحليل جميع المعلومات المتحصل عليها من خلال المراجع العلمية والكتب المتخصصة في مجال تصميم الجرافيك وتصميم المواقع الإلكترونية والتسويق الرقمي إضافة الى التغليف. بالاستعانة بالمنهج التجريبي من خلال مختلف التصاميم المنجزة في العمل.

هيكل البحث:

بعد مقدمة البحث عمدت إلى تقسيم بحثي إلى فصلين، فصل أول وهو نظري عنونته بالتغليف والمواقع الإلكترونية وتأثيرهما على سلوك المستهلك، والذي قسمته هو الآخر إلى مبحثين وهي على النحو الآتي المبحث الأول عنونته بعموميات حول التعبئة والتغليف تطرقت من خلاله إلى مفهوم التغليف وأهميته، والخصائص الفنية له، إضافة الى تأثيره على المستهلك أما المبحث الثاني فقد عنونته بالمواقع الإلكترونية وعلاقتها بالتغليف حاولت من خلاله عموميات حول المواقع الإلكترونية وأهميتها في بناء علامة تجارية قوية، وكذا طرق الترويج للمواقع، إضافة الى أهمية الموقع لطلب التغليف.

وبالنسبة إلى الفصل الثاني وهو التطبيقي فقد عنوانته بإبراز جمالية التكوين الفني من خلال تصميم الهوية البصرية وواجهة الموقع لمؤسسة التعليب و التغليف " غلفلي"، وبدوره قسمته إلى مبحثين المبحث الأول عنوانته بهوية مؤسسة غلفلي، وتطرق في تصميم الهوية بعناصرها، و تطبيقات الهوية البصرية، اما المبحث الثاني بعنوان تصميم الموقع الالكتروني للمؤسسة و تناولت فيه تصميم واجهة الموقع، إضافة الى تصميم لوحة عمليات الموقع.

وانتهيت إلى خاتمة حاولت من خلالها الإجابة على إشكالية البحث.

مصادر الدراسة:

- ✓ الاستعانة بمختلف المراجع العربية والانجليزية وهذا الجانب النظري
- ✓ بالإضافة إلى إتباع الإرشادات ونصائح الأستاذ المشرف
- ✓ بالإضافة الى استخدام كافة المعلومات المكتسبة خلال مساري الدراسي

الدراسات السابقة:

- مذكرة محمد زاير، تصميم هوية بصرية لمنتجات غذائية تقليدية " تمريرات لينة"، مذكرة ماستر، كلية الأدب العربي و الفنون، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2023
- كتاب التسويق من المنتج إلى المستهلك، طارق الحاج، عمان الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، 1997م

المفاهيم الإجرائية:

المواقع الالكترونية:

اصطلاحاً : هو مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمن ولا مكان وله عنوان فريد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت¹. الموقع على الويب هو مجموعة الصفحات أو الوثائق الموحدة التي تتيحها منظمة أو شخص والتي ترتبط مع بعضها لتحقيق أهداف المنظمة أو الشخص أو المصدر الذي أنتجها.

الخط الكوفي: الشائع عند عامة الناس ان الخط الكوفي هو الخط اليابس- أي ضد اللين والمدور - الذي تكون زواياه قائمة غير مستديرة اي انه نفس الخط العربي المتطور الذي عرف في شمال الحجاز وفي شمال افريقيا²

يتميز بخصائص أساسية وهي الترابط والتكامل³ وهذا ما يعطيه مظهرًا هندسيًا فريدًا.

الهوية البصرية: مجموعة العناصر التخطيطية الوصفية للمؤسسة كتابة او طباعة او تصويرا تحمل هوية المؤسسة وتتيح التعرف عليها وتمييزها عن غيرها من المؤسسات⁴ , فتُعدّ الهوية البصرية بمثابة لسان العلامة التجارية الناطق، فهي تُجسّد قيمها ورسالتها ورؤيتها من خلال عناصر مرئية مُنسجمة تُخاطب عقول وقلوب الجمهور المستهدف.

مواقع التواصل الاجتماعي: هي عبارة عن منصات إلكترونية تفاعلية تُمكن المستخدمين من التواصل وتبادل المعلومات والأفكار فيما بينهم، وذلك من خلال إنشاء محتوى ونشره ومشاركة محتوى الآخرين والتعليق عليه. وتُوفّر هذه المنصات أدوات متنوعة للتواصل، مثل الرسائل النصية والفيديوهات والصور والبث المباشر⁵ وعليه فهي عالم افتراضي للتفاعل عبر منصات إلكترونية، يربط الناس ويُتيح مشاركة المحتوى والتواصل.

¹محمد بلال الزعبي والشراعية أحمد بطشان، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة لبنان، دار وائل للطباعة والنشر، 2004، ص351-352.

² مذكّره عبد الله ثاني قدور، الخط الكوفي في مساجد تلمسان، بحث لنيل شهادة الماجستير في الثقافة الشعبية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2001، ص 38

³ موقع waybackmachine، [أنواع الخطوط وأشكالها المختلفة - ثقافة الخط العربي - بيانات \(archive.org\)](https://www.archive.org)، اخر اطلاع على الموقع يوم 28 ماي 2024 .

⁴ ميلودي العزوي، 2007، الاتصال المؤسسي أساسياته تطبيقاته ادارته، الإصدار ط1، الدار البيضاء، المغرب، مطبعة النجاح الجديدة، ص 216

⁵ سهام القاسمي، التسويق الرقمي: إستراتيجيات النجاح في عالم الإنترنت، 2020 (طبعة أولى)، ص 123

الفصل الأول

التغليب والمواقع الالكترونية وتأثيرهما
على سلوك المستهلك

ا. عموميات حول التغليف :

في عالمٍ زاخر بالألوان والأشكال، تلعب عبوات المنتجات دورًا هامًا في جذب انتباه المستهلكين، وفي عالم يعتمد على الابداع و الابتكار , يعتبر التغليف ليس مجرد غلاف للمنتجات , بل البوابة التي تعكس هوية المنتج و تحكي قصته ليروي لنا قصة كل منتج , في هذا الفصل , سنغوص في عالم التغليف لنكتشف سر جاذبية هذه التغليف ودورها الرئيسي في ابراز جمال هذا العالم اللامحدود من الفن و العلم .

1. مفهوم التغليف وأهميته:

التغليف هو مجموع العناصر التي تكون جزء من المنتج والتي تباع معه من أجل حفظ محتوياته⁶ , فهو بصفة عامة الشكل الخارجي للمنتج و الوجه الأول الذي يلتقي به وجه العميل، فينقل له رسالة عامة حول المنتج وعلامته التجارية , و هنالك فرق ما بين التغليف و التعليب , فالأولى مستخلصة من كلمة عبوة , الغلاف الملموس للمنتج مثل : قارورات المياه الصالحة للشرب .

و قد جاء في تعريف مصطلح التغليف في قاموس المعاني بأنه من فعل غلف , أي أغلفة ورق أو بلاستيك أو صناديق تباع فيها المنتجات⁷

اما بالنسبة لكلمة التغليف باللغة الفرنسية فهي⁸ EMBALLAGE وبالإنجليزية فهي Packaging⁹

وجاء في مفهوم اخر بأن التغليف قد عرف عددا من التطورات في الاصطلاح الجمالي و التصميمي و كان الهدف من ذلك تحسين استعمالات المنتجات , فضلا عن التميز عن المنافسين أيضا¹⁰ .

⁶ موقع ويكيبيديا , [تغليف - ويكيبيديا\(wikipedia.org\)](https://ar.wikipedia.org) , اخر اطلاق على الموقع يوم 22 أبريل 2024.

⁷ موقع المعاني, [تعريف و شرح و معنى التغليف بالعربي في معاجم اللغة العربية معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصر، الرائد، لسان العرب، القاموس المحيط - معجم عربي عربي صفحة 1\(almaany.com\)](https://www.almaany.com) , اخر اطلاق على الموقع يوم 24 أبريل 2024.

⁸ موقع [dictionnaire.reverso.net](https://dictionnaire.reverso.net/traduction/arabefrancais), [Traduction, en Français | Dictionnaire Arabe-Français | Reverso](https://dictionnaire.reverso.net/traduction/arabefrancais), اخر اطلاق على الموقع يوم 24 أبريل 2024.

⁹ موقع dictionary.cambridge.org, [TRANSLATE in English, Spanish, French and more with Cambridge](https://dictionary.cambridge.org), اخر اطلاق على الموقع يوم 24 أبريل 2024.

¹⁰ JEAN-PIERRE MATHIEU, DESIGN ET MARKETING « fondement et méthodes », PARIS, Editions l'harmattan, 2006, p 375.

و لتغليف أهمية كبيرة ليس لأنه يقوم بحماية المنتجات فقط و لكن له أهمية كبيرة على الموزع و المستهلك و تتمثل في :

" بالنسبة للمنتج التغليف يعمل على حماية السلعة التي يقوم بإنتاجها من الكسر والتلف. والتسهيل على المنتج الترويج لسلعته من خلال التغليف الذي يكسب سلعته مظهرا خاصا وجذابا.

بالنسبة للموزع فالتغليف عموما يعمل على تسهيل عرض السلعة داخل المتجر وبالطريقة التي يراها مناسبة، لكي يسهل على المستهلك رؤيتها وحملها.

بالنسبة للمستهلك فالتغليف يمكنه من التعرف على السلعة بسهولة، وكذا مكوناتها وحجمها وطريقة استعمالها. كما يسهل التغليف على المستهلك حملها ونقلها واستخدامها.¹¹

و عليه يُعدّ التغليف عنصراً هاماً في رحلة أي منتج من مرحلة الإنتاج إلى الاستهلاك. فهو ليس مجرد غلاف خارجي يُحيط بالسلعة، بل هو أداة تسويقية فعّالة تلعب أدواراً حيوية في حماية المنتج، وتعزيز مبيعاته، وخدمة المستهلك كما يُؤكّد الاقتباس على الأدوار الثلاثة للتغليف التي تمّ تحليلها سابقاً. فهو يُشير إلى دور التغليف في حماية المنتج من الكسر والتلف وتسهيل عملية الترويج من خلال المظهر الجذاب وتسهيل عرض السلعة داخل المتجر.

2. الخصائص الفنية للتغليف :

ان في و قتنا الحالي اصبح التغليف ذو طابع جمالي محض بعدما كان في السابق دور وظيفي فقط , فأصبح بإمكان المصمم ان يطلق عنان مخيلته ليأتي بمختلف التصاميم و من خلال مساعدة البرامج التكنولوجية المختلفة لم يصبح هناك أي حدود في مجال التغليف و التعليب , فتعددت المواد و التصاميم الهندسية و مختلف الوظائف كالحجم و مقاومة الصدمات و الوزن و المرونة وغيرها .

• المواد المستخدمة في صناعة التغليف:

تختلف المواد المستعملة في التغليف على حسب نوعية المنتج و نوعية الحماية المراد بها في التغليف ومنها :

" الكرتون و الورق فيعتبران خيارا شائعا لتغليف العديد من المنتجات و يستخدمان في صناعة علب الشحن و المنتجات الاستهلاكية و الاغذية الجافة و غيرها , و من اهم مميزات هذه المدة توفرها و بأسعار منخفضة اضافة الى قوة التحمل و الحماية اللتان توفرهما للمنتوج اثناء عمليات

¹¹ عمر وصيفي عقيلي ,مبادئ التسويق " مدخل متكامل " , عمان .الاردن , دار زهران للنشر و التوزيع .د.ط, 1994م, ,صص 134- 135

الشحن و غيرها و لكن ايضا تعتبر اكثر استخداما لسهولة الطباعة عليها و قابلية اعادة تدويرها او امكانية التحليل البيئي لأنها تعتبر مواد صديقة للبيئة

البلاستيك و التي تنقسم الى 3 اقسام نبدأها بالأكياس البلاستيكية التي تستعمل لتغليف مختلف المنتجات كالخضروات و الفواكه و هذا لإمكانيتها لمقاومة الماء و خفة وزنها خاصة للمنتجات المستهلكة , ثم نجد زجاجات البلاستيك يتم استخدامها لتعبئة المشروبات الغازية، والمياه المعبأة، والمنظفات و هذا راجع لمثانتها مما يمح بحماية هاته المنتجات خاصة السائلة منها و في الاخير نجد أغلفة البلاستيك و التي تستخدم للوجبات و التي من مميزاتا امكانية اعادة تدويرها .

المعادن التي تعتبر مثالية لتغليف المنتجات التي تتطلب حماية اضافية نظرا لأنها تتمتع بقوة عالية وصلابة، و تتميز البعض منها بأنها مقاومة لتآكل مثل الصفيح و القصدير مما يساعد في الحفاظ الطويل على المنتجات , و الذي يساعد على حفظ الطعم و الجودة

الزجاج , ان شفافية و جمالية الزجاج يزيد المنتج جمالا و يساعد في سويقة و هذا ما تتميز به هذه المادة , بالإضافة الى امكانية مقاومة التأثيرات البيئية كالحرارة مما يضمن الحفاظ على الجودة , مع امكانية التعقيم مما يجعله مثاليا لتعبئة المنتجات بشكل أفضل مقارنة بمواد أخرى¹²

يُعدّ اختيار مادة التغليف المناسبة قرارًا هامًا يُؤثر على حماية المنتج وفعاليتة التسويقية وتجربة المستهلك، ولذلك يجب مراعاة خصائص المنتج واحتياجاته عند اختيار مادة التغليف. فالكرتون والورق خياران متوفران بأسعار منخفضة وقابلين لإعادة التدوير، بينما تتمتع المعادن بقوة عالية لحماية المنتجات الحساسة، ويُضفي الزجاج شفافية وجمالية تُعزّز من جاذبية المنتج، بينما يُعدّ البلاستيك خيارًا شائعًا لسهولة تشكيله وخفة وزنه.

فبالرغم من توفر العديد من المواد الممكنة استخدامها للتغليف الا انه يخضع لعدة قوانين واعتبارات فنية لضمان فعالية وجاذبية للتغليف وعليه ما هي الاعتبارات التي وجب على المصمم الغرافيكي أخذها بعين الاعتبار؟

¹² موقع GEMINI , [Gemini \(google.com\)](https://www.gemini.google.com), اخر اطلاق على الموقع يوم 20 ماي 2024

• الأسس والخصائص الحيوية لتحقيق تصميم فعال وجذاب:

يعمل المصمم على إيجاد الانسجام والتكامل بين التصميم المنجزة وعليه فيعمل وفق برنامج ليحقق هذا النجاح ومن اهم العناصر التي يجب أن يحترمها ما يلي:

وظيفة التغليف فيجب عليه ان يحدد ماهية التغليف، سواء كانت لحمايته، أو ترويجه، أو تعزيره، أو جمع البيانات عن المنتج. وعلى أن يلبي احتياجات ومتطلبات السوق.

مواد التغليف يتعين اختيار مواد تناسب كل من حجم ونوع المنتج اضافة الى ظروف التخزين والنقل.

تصميم الشكل والحجم يجب أن يتماشى حجم التغليف مع حجم المنتج لتقليل التكلفة وتحسين كفاءة الشحن والتخزين، اما بالنسبة لشكل التغليف في غالبية الاحيان يتبع شكل المنتج وكلما كان بسيطاً ومتجانساً استطاع تأدية مهامه.

الالوان والتصميم فهما اول عنصر يلاحظه المستهلك فلون الغلاف يمكن أن يؤثر على درجة قبوله، فرجال علم النفس قد أوضحوا أن الأفراد يستجيبون للألوان بطريقة يمكن التنبؤ بها. فعلى سبيل المثال كل السلع التي يتم شراءها داخل المحلات دون تخطيط سابق لشرائها يفضل إن يكون غلافها ذو لون أحمر، حيث دلت البحوث على أن اللون الأحمر هو لون فعال في استمالة الأفراد للقيام بالتصرف الفوري¹³. ام بالنسبة للتصميم يجب أن يكون بسيطاً وواضحاً ويعبر عن شخصية المنتج وعلامته التجارية.

التكلفة و التي يمكننا ان نقول تعتبر من أهم الاشياء في التغليف حيث تسمح بتحديد سعر المنتج، كما يجب أن يحقق التغليف قيمة مضافة للمنتج دون زيادة تكلفته بشكل غير مبرر.

العلامة إضافة الشعارات والرموز الخاصة بالمنتج امر أساس في التغليف حيث تحمل كل مؤسسة هويتها من اسم او رمز.

3. تأثير التغليف على سلوك المستهلك:

أصبح لتصميم المظهر الخارجي أهمية تسويقية... فقد ثبت أن له دورا كبيرا في الحصول على نتائج بيعيه مرضية ... وقد أدركت الإدارات التسويقية لمؤسسات السلع الاستهلاكية من وقت

¹³ إسماعيل محمد السيد، سلسلة التسويق الحديث، المجلد الأول الإعلان، الإسكندرية، المكتب العربي الحديث، ص78

بعيد أهمية التصميم.... في النشاط التسويقي، سواء بالنسبة للسلع الكبيرة كالسيارات والثلاجات أو بالنسبة للسلع الصغيرة كالأقلام وغيرها¹⁴

وعليه فإن مظهر المنتج له الاستطاعة في اثاره رغبة المستهلك في الشراء و هذا بسبب الشكل, اللون و المادة المصنعة منه , لذلك ان ارادت أي شركة الحصول على مبيعات كثيرة فعليها الاهتمام بكسوة منتوجاتها لأنها اول ما يترأ من المنتج في الرفوف .

II. المواقع الإلكترونية وعلاقتها بالتغليف:

هل تتخيل عالما حيث يتحول كل نقرة على لوحة المفاتيح الى لوحة فنية تمتزج فيها الاشكال والألوان لتخلق عملا مميزا بطبعه؟

1. المواقع الإلكترونية وبناء علامة تجارية قوية:

أصبحت المواقع الإلكترونية التقنية الجديدة التي فرضت نفسها على المؤسسات والمستخدمين في عصر يواكب التطورات التكنولوجية، من أجل تحقيق رغباته وإشباع حاجياته اليومية في مختلف المجالات، وذلك نظرا لانتشار هذه الوسيلة عالميا وسعة استخدامها وسهولتها، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد والتكاليف.

وعليه بناء علامة تجارية قوية عبر المواقع الإلكترونية يمكن أن يحقق العديد من الفوائد، مثل زيادة الثقة لدى المستخدمين، تحسين الانتشار الإعلامي وتعزيز السمعة الإيجابية للعلامة التجارية. كما قد يساهم في نمو الشركة بشكل ملحوظ.¹⁵

لبناء علامة تجارية قوية عبر المواقع الإلكترونية، يجب على الشركات اتباع استراتيجيات متكاملة. هذا يتضمن موقع جذاب وسهل الاستخدام، توفير محتوى ذو جودة عالية يلبي احتياجات العملاء، تعزيز التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتقديم تجربة ممتازة فهناك العديد من الاستراتيجيات مثل استخدام الصور والفيديوهات عالية الجودة لعرض المنتجات إضافة الى توفير تجربة جذابة للمستهلك. بالإضافة الى ذلك ان توفير محتوى تفاعلي.

¹⁴ طارق الحاج، التسويق من المنتج إلى المستهلك، عمان الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، 1997م، ص 106

¹⁵ موقع Gemini (google.com), اخر اطلاق على الموقع يوم 28 ماي 2024

2. طرق الترويج للموقع الإلكتروني:

أصبح وجود موقع إلكتروني فعال أمرًا ضروريًا لأي مؤسسة تسعى إلى النجاح والوصول إلى جمهور أوسع. ولذلك، فإن تصميم موقع إلكتروني لمؤسسة تغليب وتغليف يتطلب دراسة متأنية واستراتيجيات فعّالة للترويج له وجذب العملاء. يوجد العديد من الطرق الفعّالة للترويج لموقع إلكتروني، ونذكر منها:

1. التسويق عبر المحتوى:

- إنشاء محتوى قيم وجذاب
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

2. الإعلانات المدفوعة:

- إعلانات Google: استهداف كلمات مفتاحية ذات صلة لضمان ظهور إعلانات الموقع في نتائج البحث.
- إعلانات Facebook: استهداف جمهور بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم على الإنترنت.
- إعلانات Instagram: استخدام الصور ومقاطع الفيديو الجذابة لجذب انتباه العملاء.

3. التسويق المؤثر:

- التعاون مع المؤثرين
- التسويق بالتعاون مع الشركات الأخرى

4. المشاركة في الفعاليات:

- حضور المعارض التجارية
- رعاية الفعاليات

3. علاقة الموقع الإلكتروني بطلب تغليف:

إنّ تصميم موقع إلكتروني فعّال لمؤسسة تغليب وتغليف يُصبح ضروريًا لزيادة طلبات التغليف وتحقيق النجاح. ولذلك الموقع الإلكتروني له أهمية في جذب طلبات التغليف من خلال:

- عرض منتجات التغليف والتعبئة
- تصميم تغليف مخصص لجذب طلبات التغليف

❖ أمثلة عملية لتطبيق فكرة تصميم التغليف المخصص:

- ✓ توفير مكتبة من قوالب التغليف: يُمكن للمؤسسة توفير مكتبة من قوالب التغليف الجاهزة التي يُمكن للعملاء تخصيصها حسب احتياجاتهم.
- ✓ أدوات سهلة الاستخدام: يجب أن تكون أدوات تصميم التغليف سهلة الاستخدام ومفهومة حتى للعملاء الذين ليس لديهم خبرة في التصميم.
- ✓ عرض نماذج واقعية للتغليف: يُمكن للمؤسسة عرض نماذج واقعية للتغليف لما يُصمّمه العملاء لمساعدتهم على تصوّر الشكل النهائي للمنتج.
- ✓ دمج خدمة الطباعة والتغليف: يُمكن للمؤسسة دمج خدمة الطباعة والتغليف مع خدمة تصميم التغليف المخصص لتوفير خدمة شاملة للعملاء.
- ✓ تقديم خدمات إضافية: يُمكن للمؤسسة تقديم خدمات إضافية مثل خدمات التصميم الاحترافي أو خدمات الاستشارات لمساعدة العملاء على تصميم تغليف فعّال.

فالتغليف ليس مجرد غلاف خارجي، بل هو أداة تسويقية فعّالة تُحمي المنتج، وتعرّز مبيعاته، وتُقدّم تجربة شراء مُرضية للمستهلك. فهو يُساهم في حماية المنتج من الكسر والتلف خلال مراحل النقل والتخزين والعرض، ويلعب دورًا هامًا في جذب انتباه المستهلكين من خلال التصميم الجذاب، ويُقدّم معلومات قيّمة حول المنتج، مثل مكوناته وحجمه وطريقة استخدامه.

وتتعدد المواد المستخدمة في صناعة التغليف، ولكل منها مزاياها وعيوبها، ولذلك يجب اختيار مادة التغليف المناسبة لخصائص المنتج واحتياجاته. كما يلعب التصميم الجذاب والوظيفي دورًا هامًا في نجاح التغليف، بينما يجب مراعاة التكلفة والاعتبارات البيئية عند اختيار مادة التغليف وتصميمه.

ويلعب التغليف دورًا هامًا في قرارات الشراء للمستهلكين، حيث يُمكن للتصميم الجذاب أن يُثير رغبة المستهلك في الشراء، ويُقدّم التغليف معلومات قيّمة تُساعده على اتخاذ قرارات شراء مُستنيرة.

وتُتيح المواقع الإلكترونية عرض منتجات التغليف والتعبئة بشكل فعّال، وتُمكن العملاء من تصميم تغليف مخصص لمنتجاتهم، وتُساهم في جمع البيانات وتحليلها لتحسين منتجات التغليف وخدماتها.

وبشكل عام، يُعدّ الموقع الإلكتروني أداة قيّمة لمؤسسة التغليف والتعبئة لجذب العملاء وزيادة الطلبات. من خلال تصميم موقع إلكتروني فعّال واستخدام استراتيجيات تسويقية ذكية، تُعدّ فكرة السماح للمستخدمين بتصميم تغليف مخصص لمنتجاتهم من خلال الموقع الإلكتروني استراتيجية فعّالة، يمكن للمؤسسات زيادة أرباحها وتحقيق النجاح.

الفصل الثاني

إبراز جمالية التكوين الفني من خلال تصميم الهوية
البصرية وواجهة الموقع لمؤسسة التعليب والتغليف

" غلفلي "

تقديم المشروع:

1. تصميم الهوية البصرية للمؤسسة:

تصميم الهوية البصرية لمؤسسة التغليف والتغليف وقد مر هذا التصميم بعدة مراحل وهي:

1. تصميم الهوية البصرية بعناصرها:

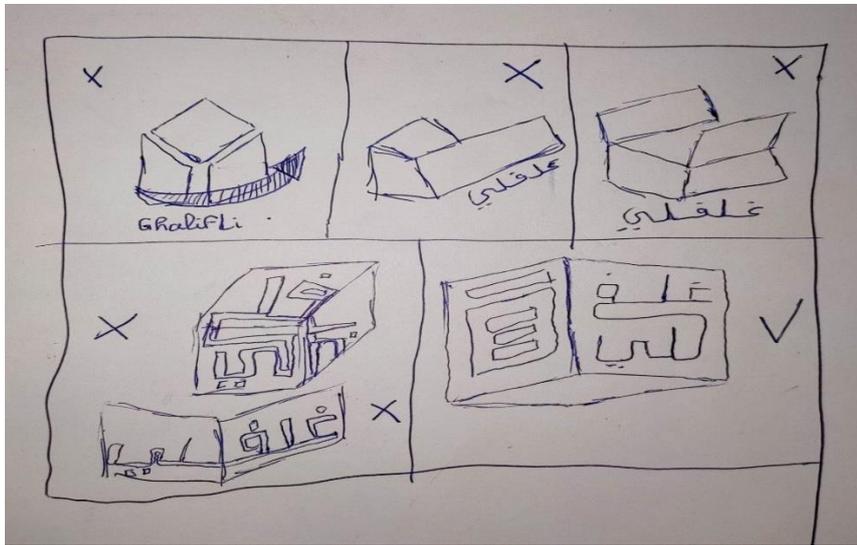
1. الإسم التجاري:

من مزايا الاسم التجاري سهولة النطق والادراك والتذكر¹⁶ فهو أول ما يميز العلامة التجارية عن غيرها

قمت باختيار اسم " غلفلي " وهذا راجع للأسباب التالي:

- هذه المؤسسة تقوم باستهداف السوق الجزائرية فقمت بوضع اسم جزائري، مما يجعل الزبائن يشعرون بالانتماء للعلامة التجارية.
- يجب أن تصير العلامات التجارية اقل اثاره للخوف¹⁷
- فباستعمال اسم عامي جزائري فانه يؤثر على الجانب العاطفي لهم ويعكس الاهتمام بالتواصل مع الجمهور الجزائري وتلبية احتياجاتهم.
- سهولة النطق والتذكر مما يميزه و يجذب الانتباه للعلامة.

2. مرحلة التخطيط و اختيار نموذج الشعار:

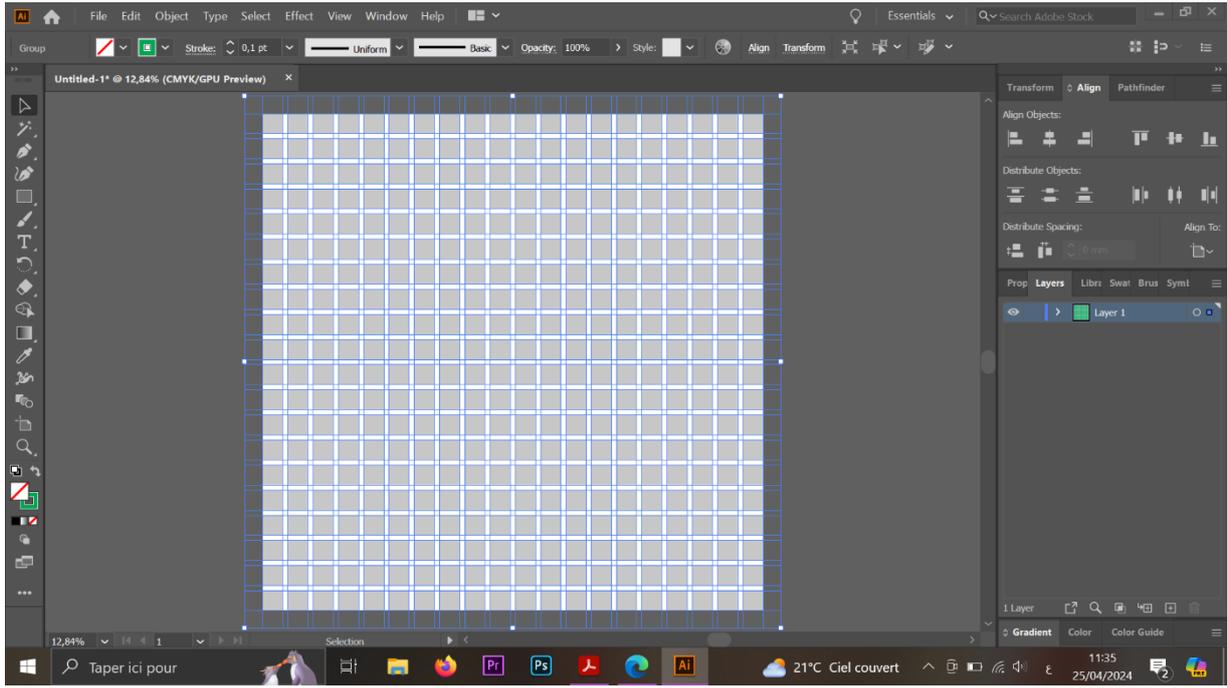


الشكل 1 : الرسومات الأولية لشعار مؤسسة غلفلي

¹⁶ عماد صالح , إدارة العلامة التجارية والاسم التجاري, 10 يوليو 2021 , ص 5
¹⁷ فيليب كوتلر واخرون , ترجمة عصام داود , التسويق 4.0 الانتقال من التسويق التقليدي إلى الرقمي , جبل عمان ناشرون , 2018 , ص 139

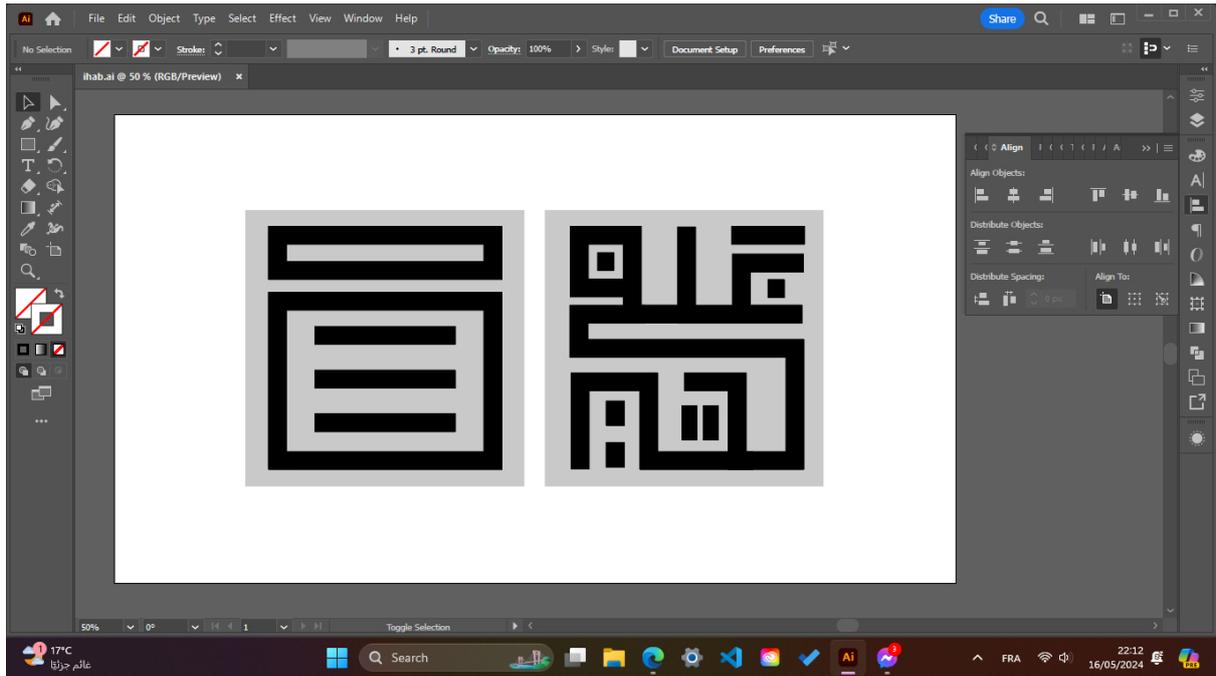
يرجع اختيار شعار مركب الى عدة أسباب فالمكعب يهدف الى إيضاح فكرة التعليب لكي يكون الشعار هادفاً , و يرمز أيضا الى الاستقرار و الثبات مما يعكس جودة المؤسسة , و يحقق التوازن و التناغم مع الخط المستعمل الخط الكوفي الهندسي الذي بدوره يجسد الانسجام بين التراث الثقافي و الرؤية التجارية مما يضيف لمسة من الاصالة و الهوية و هذا الذي تطمح اليه المؤسسة.

3. مرحلة الإنجاز ببرنامج (AI) ADOBE ILLUSTRATOR :



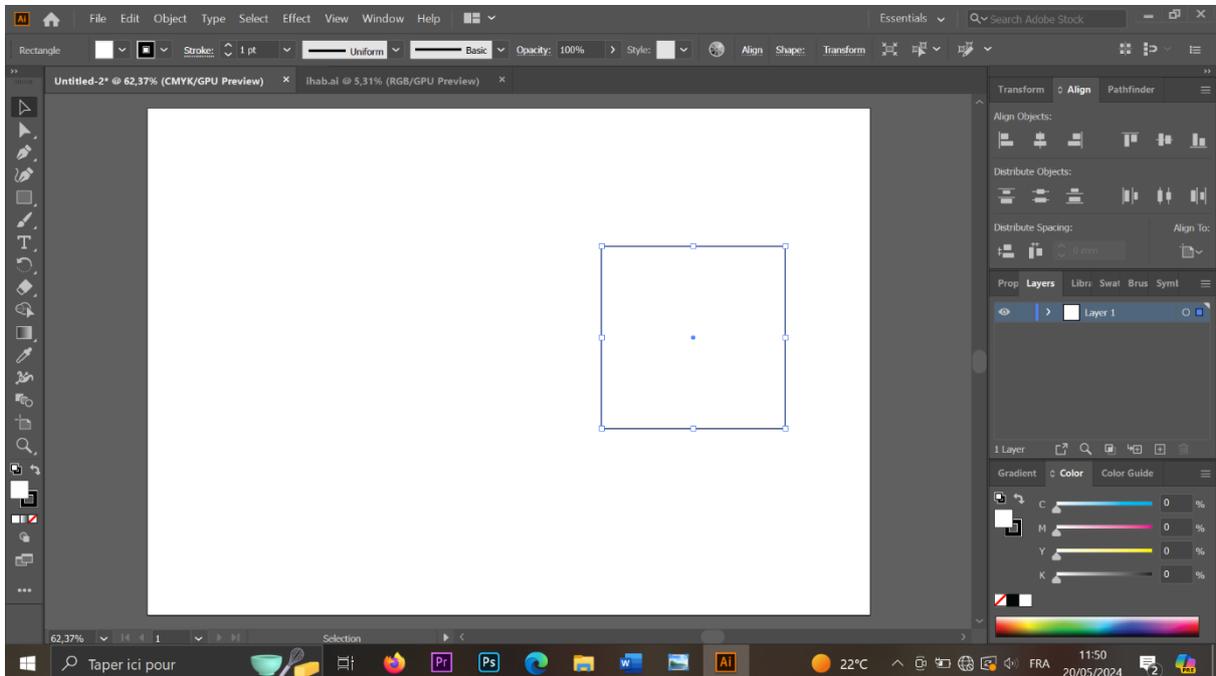
الشكل 2 : مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai

تم الاعتماد على الخطوط الهندسية لرسم الشبكة التي ستحتوي على اسم المؤسسة و هذا لضمان توازن و انسجام الفراغات و كذلك الحروف.

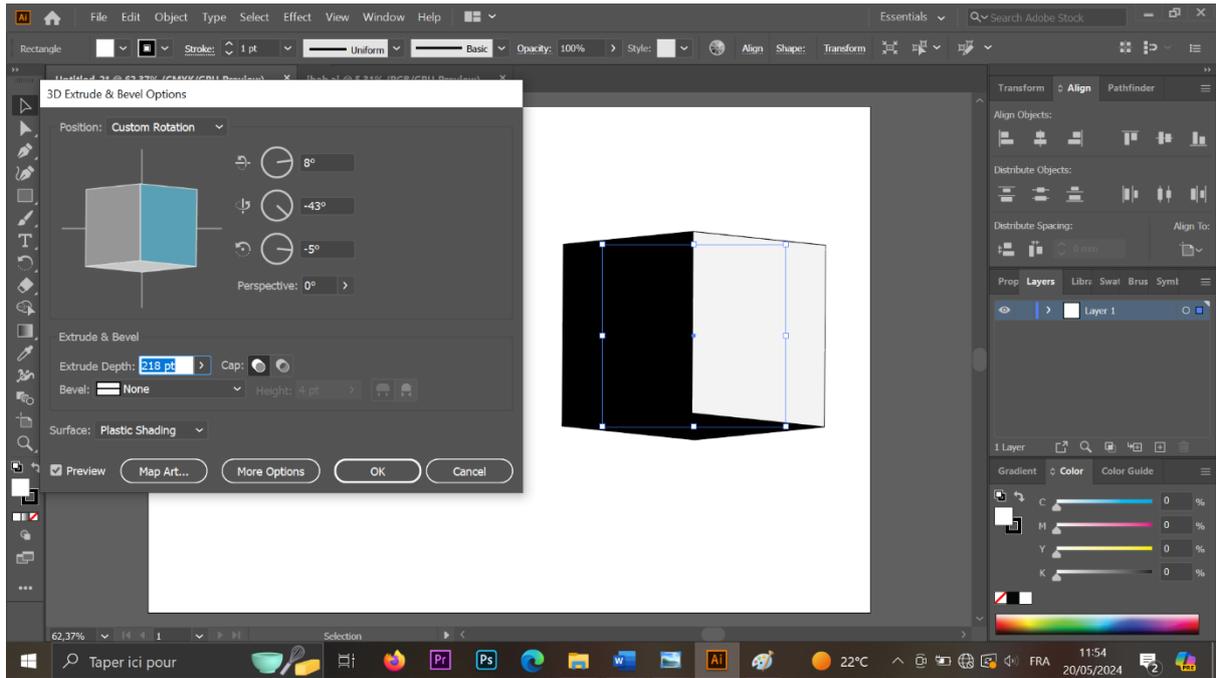


الشكل 3 : مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai

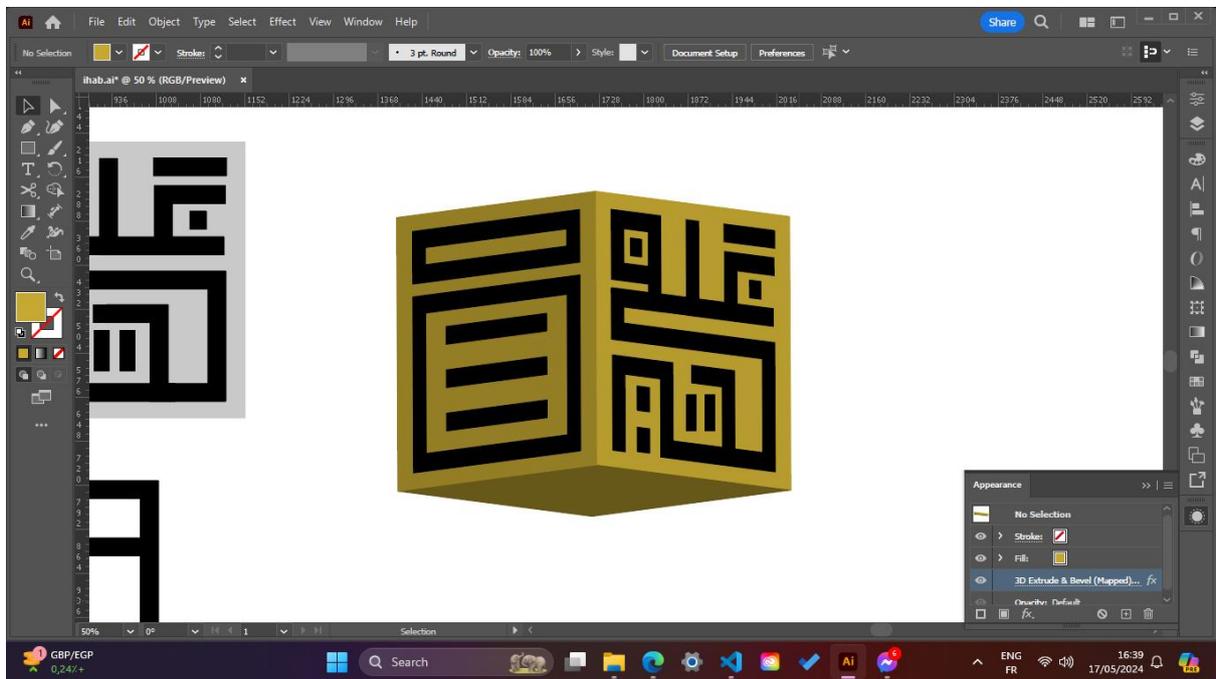
و أيضا تصميم المكعب من خلال مربع و هذا للحصول على الشكل المرجو بالابعاد و الميلان المرجو الوصول اليه.



الشكل 4: مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai



الشكل 5 : مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai



الشكل 6 : مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai

4. مرحلة اختيار الألوان :

ان مؤسسة غلفلي هي مؤسسة للتغليف و التغليف ومن الشائع ان المادة الأساسية للتغليف هي الكرتون و لضمان فهم الشعار اكثر و تقريب فكرته الى الزبون فقط من خلال رؤيته فاني اخترت الألوان الخاصة بالكراتين و اعتمدت على الصورة التالية في اختياري :



الشكل 7 : صورة لمجموعة كراتين في مخزن

18

من خلال موقع ADOBE COLOR , بحيث يتيح لك Color إنشاء سمات لون وتحريرها بما يصل إلى عشرة ألوان أو استخراج السمات من الصور التي تلمحك. و يقوم بتحويل السمات إلى ألوان RGB و LAB و CMYK و HSV و Pantone دون فقد السطوع أو دقة اللون.¹⁹

تحصلت على الألوان التالية :

¹⁸ موقع packagingfulfillment , [Branding Basics: 5 Benefits of the Right Product Package Design](#) , اخر اطلاق على الموقع يوم 09 ماي 2024
¹⁹ موقع abobe , [تصميم سمات لون فريدة واكتشافها Adobe Color](#) , اخر اطلاق على الموقع يوم 24 افريل 2024

#A67C63



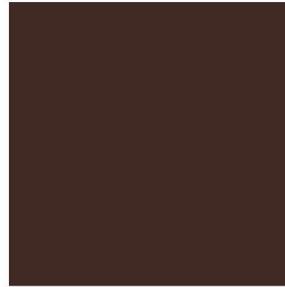
#D9AE96



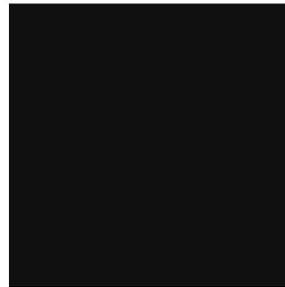
#F2CAB3



#402B24



#0D0D0D

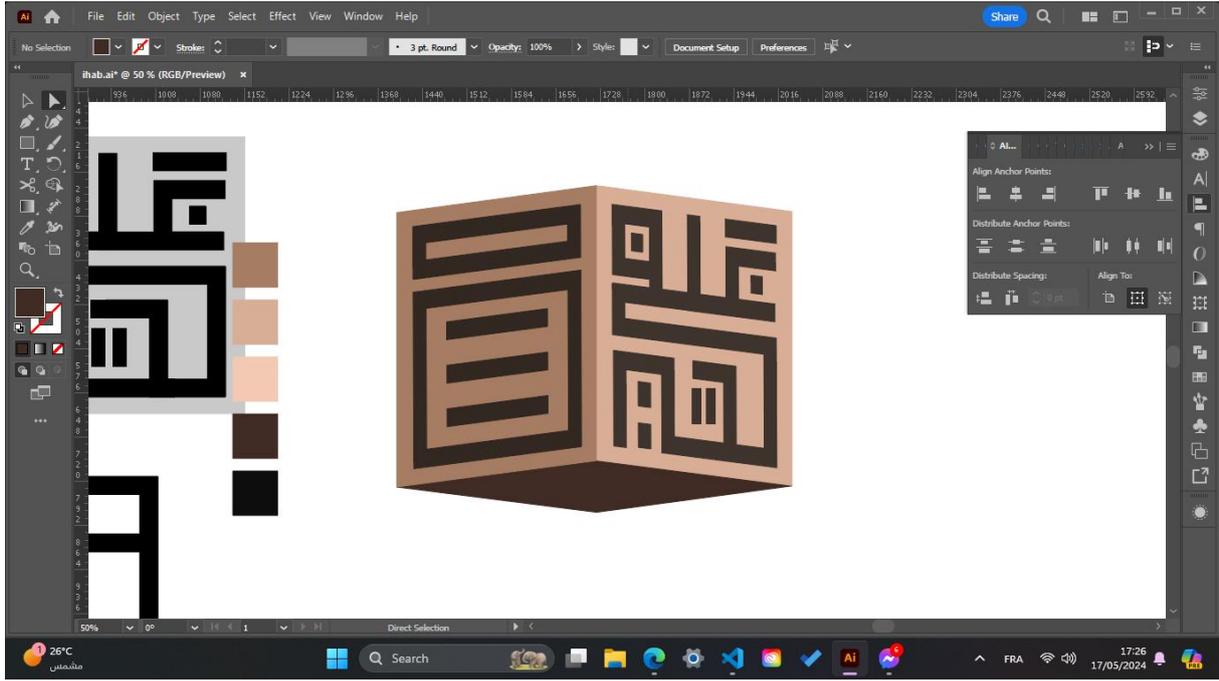


الشكل 8 : لوحة الألوان من موقع ADOBE COLOR

20

²⁰ تصميم لوحة الوان مستوحى من مذكرة محمد زاير , تصميم هوية بصرية لمنتجات غذائية تقليدية "تمريرات لينة" , جامعة مستغانم, 2023,

بعد تطبيق الألوان نتحصل على الشعار التالي :



الشكل 9 : شعار مؤسسة غلفلي بالألوان

ان مؤسسة غلفلي تلتزم بتقديم حلول تغليف مبتكرة و فعالة للمستهلكين , و اردت ان ابين هذا من خلال شعارها فقامت بحفر كلمت غلفلي إضافة الى شعار التغليف على الصندوق الخارجي و هذا دلالة على ان المؤسسة قادرة على تصميم أي شكل من التغليف و عليه تحصلت على الشعار النهائي لمؤسسة غلفلي :



الشكل 10 : الشعار النهائي لمؤسسة غلفلي

5. مرحلة اختيار الشعار اللفظي :

ان اختيار الشعار اللفظي مهم جدا للمؤسسة لما له دور كبير على الصورة العامة لها و لهذا وقع الإختيار على الجملة التالية : باللغة الفرنسية " **l'emballage a porte d'un clic** "

باللغة الإنجليزية " **PACKAGING AT THE CLICK OF A BOTTON** "

باللغة العربية " **التغليف بنقرة زر واحدة** "

2. تطبيقات الهوية البصرية :

1. تصميم ملصق اشهاري لعرضه على منصة انستغرام :

قمت بتصميم 5 ملصقات لترويج للمؤسسة عبر تطبيق انستغرام , و هذا راجع للأهمية الكبيرة لهاته المنصات في الوصول للفئة المنشودة و كانت التصميم من خلال برنامج ADOBE PHOTOSHOP , و هي كالتالي :

N'Y PENSE PAS TROP
Consultez Notre Site
Et Personnalisez Votre
EMBALLAGE

+213659 43 06 30
www.Ghalifli.com

الشكل 11 : الملصق الاشهاري الأول لمنصة انستغرام

GHALIFLI
VOTRE SOLUTION
D'EMBALLAGE

SI VOUS POUVEZY PENSEZ
NOUS POUVONS Y CRÉE

+213659 43 06 30

www.Ghalifli.com

الشكل 12 : الملصق الاشهاري الثاني لمنصة انستغرام



الشكل 13 : الملصق الاشهاري الثالث لمنصة انستغرام

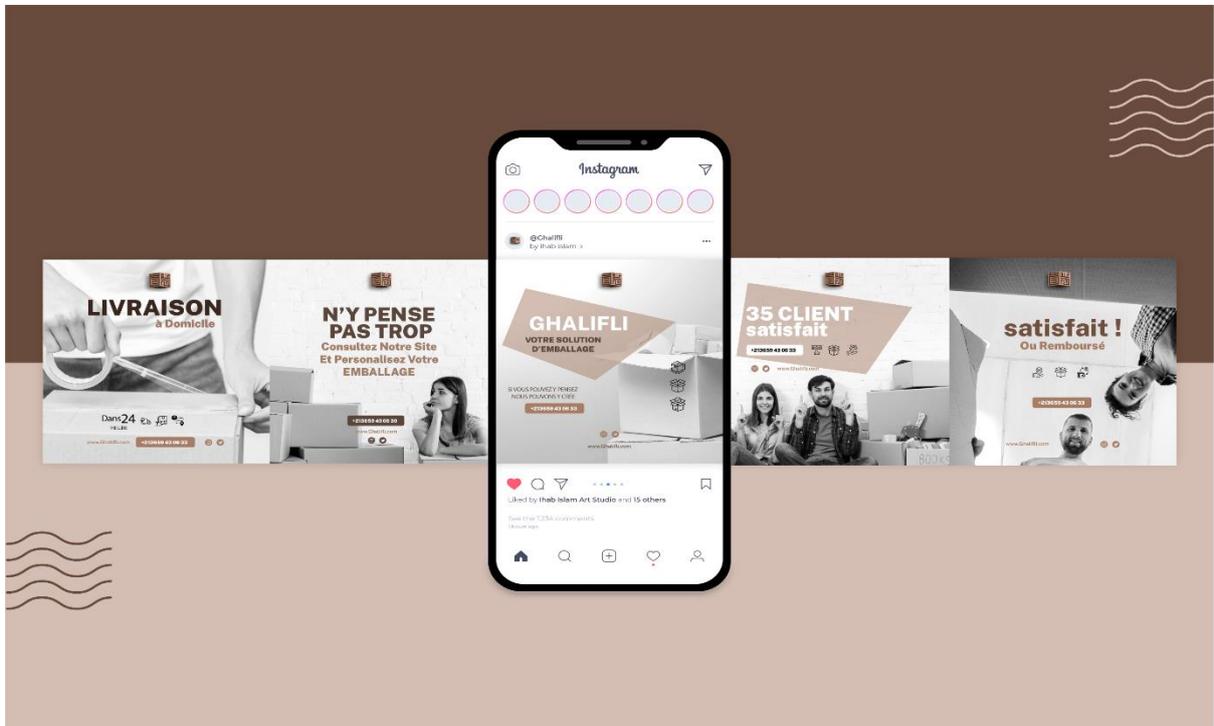


الشكل 14 : الملصق الاشهاري الرابع لمنصة انستغرام



الشكل 15 : الملصق الاشهاري الخامس لمنصة انستغرام

نموذج تصوري لطريقة عرضه هذه الأخيرة على مستوى موقع انستغرام كمثال و كانت كالتالي :



الشكل 16 : INSTAGRAM CAROUSEL

2. تصميم لافطة اشهارية :

ففي عالم مليء بالإعلانات تساعد اللافتة على التميز عن المنافسين , كما تهدف الى عرض الرسالة و الخدمة الرئيسية للعلامة التجارية , وهذا من خلال تصميم مثير للفضول و جذاب و هذا ما حاولت انجازه في هذه اللافتة :

**IMAGINEZ-LE , DESIGNER-LE
NOUS LE CREONS**

RÉALISEZ VOTRE EMBALLAGE DE REVE

1 DESSINEZ VOTRE RÊVE
Concevez votre emballage idéal à l'aide de nos outils en ligne . Choisissez la taille, les matériaux et personnalisez-le avec les couleurs et les logos de votre marque.

2 FABRICATION DE MERVEILLES
Notre technologie de pointe donne vie à votre design. Une impression de haute qualité et une fabrication de précision garantissent la perfection de votre emballage.

3 EXPÉDITION
Emballé en toute sécurité et prêt à partir ! Nous travaillons avec des transporteurs fiables pour garantir que vos boîtes personnalisées arrivent en toute sécurité et à temps.

4 LIVRAISON À DOMICILE
Livraison à domicile pour votre confort ! Votre commande sera livrée directement à votre porte, entre les mains expertes de notre coursier attentionné.

www.Ghalifli.com
+213659 43 06 30

الشكل 17 : اللافتة الإشهارية " لغلفلي "

نموذج تصوري لطريقة عرضه هذه الأخيرة على الحقيقة كمثل و كانت كالتالي :



الشكل 18 : MOCKUP للافئة اشهارية " لغلفلي "

3. تصميم ملصق اشهاري للطباعة :

تلعب الملصقات الإعلانية المطبوعة دورًا هامًا في عالم التسويق والإعلان، حيث تُعدّ أداة فعّالة لجذب انتباه الجمهور المستهدف وتوصيل الرسالة الإعلانية بشكلٍ مُقنع. وتكمن أهمية تصميم ملصق إعلاني للطباعة في النقاط التالية:

- التأثير البصري القوي
- إيصال الرسالة بوضوح
- التنوع في الاستخدامات
- تعزيز هوية العلامة التجارية
- إمكانية إعادة الاستخدام

و من خلال هاته العناصر الخمسة حاولت تصميم ملصق اشهاري يحتوي على ما ذكر سابقا فكانت هذه النتيجة :



الشكل 19 : الملصق الإشهاري الأول " لغفلي "



الشكل 20 : الملصق الاشهاري الثاني " لغلفلي "

بعد استخدام MOCKUP مناسب للملصقات السابقة, تحصلت على الاشكال التالية :



الشكل 21 : MOCKUP للملصق الإشهاري

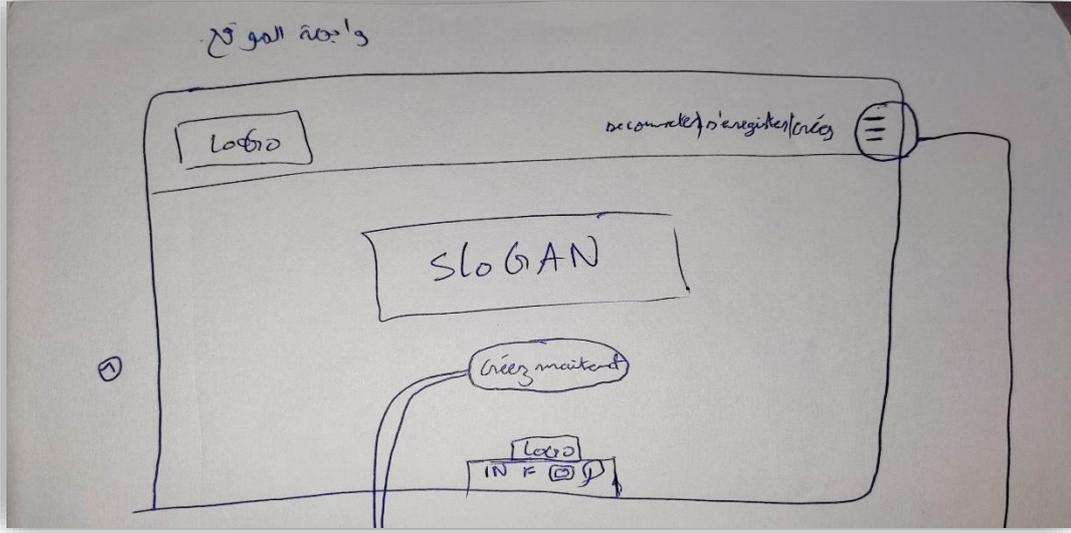


BANNER MOCKUP : الشكل 22

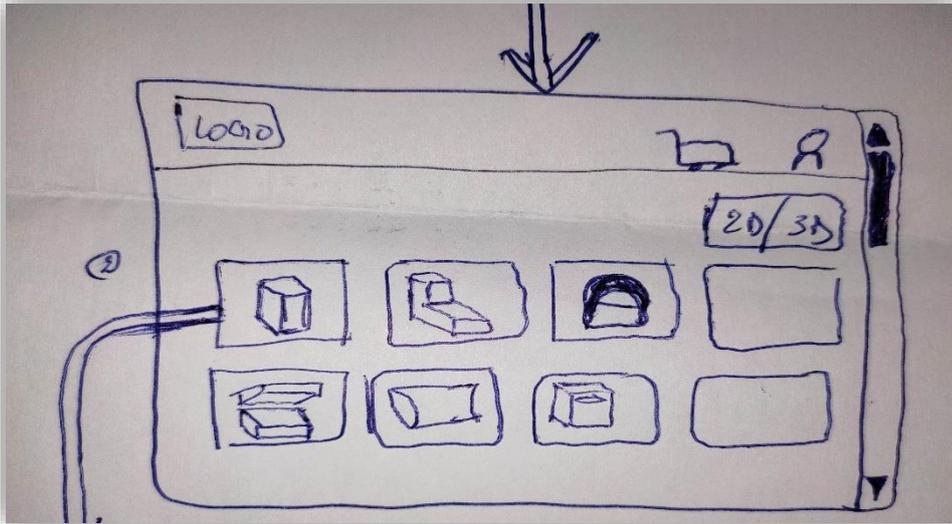
II. تصميم الموقع الالكتروني :

تصميم الموقع الالكتروني لمؤسسة التعليب و التغليف و قد مر هذا التصميم بعدة مراحل و هي :

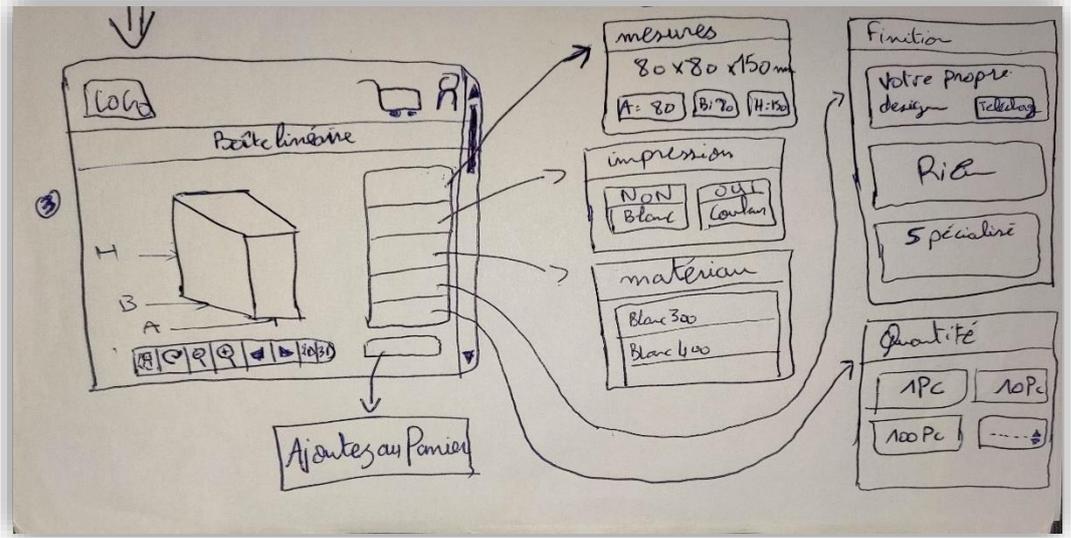
1) مرحلة التخطيط و اختيار شكل الموقع الالكتروني :



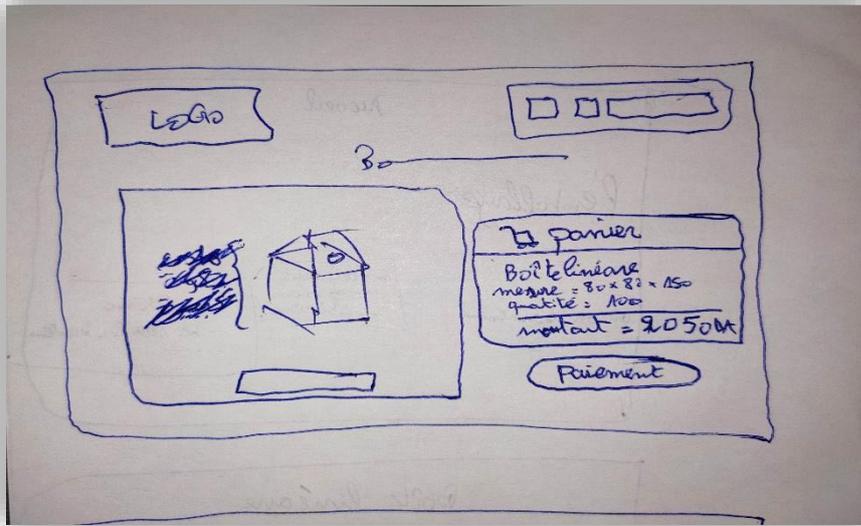
الشكل 23 : رسم تخطيطي لواجهة الموقع الالكتروني



الشكل 24 : رسم تخطيطي للوحة العمليات الأولى للموقع الالكتروني



الشكل 25 : رسم تخطيطي للوحة العمليات الثانية للموقع الإلكتروني



الشكل 26 : رسم تخطيطي للوحة العمليات الثالثة للموقع الإلكتروني

(2) مرحلة اختيار الألوان :



الشكل 27 : لوحة الألوان المستعملة للموقع

3) مرحلة اختيار الخط للموقع :

للخط المستعمل في الموقع تم اختيار خط LAMA SANS تم انشاءه من طرف BAIANAT²¹

و هذا لعدة أسباب منها :

1. **الوضوح والبساطة:** يتمتع خط Lama Sans ببنية بسيطة وواضحة تجعل النص سهل القراءة على مختلف الشاشات والأجهزة .

2. **القابلية للقراءة:** يتميز الخط بمسافات واسعة بين الحروف والكلمات، مما يجعله سهل القراءة حتى على العينين المرهقتين.

3. **التنوع:** يتوفر الخط بأوزان مختلفة (Bold, Light, Italic) تسمح بتنوع التصميم وجعل بعض العناصر تبرز عن غيرها.

4. **الحداثة:** يعكس الخط طابعاً عصرياً ومبتكراً يتماشى مع صورة المؤسسة

5. **الاحترافية:** يتميز الخط بلمسة احترافية تمنح الموقع مصداقية وتُظهر اهتمامك بتقديم تجربة مستخدم جيدة.

6. **التوافق مع اللغات العربية والإنجليزية والفرنسية:** يدعم الخط اللغة العربية والإنجليزية و الفرنسية بشكل ممتاز، مما يجعله مناسباً لموقعك متعدد اللغات.

7. **التكامل مع العناصر البصرية:** يتناغم الخط بشكل جميل مع مختلف العناصر البصرية مثل الصور والرسومات، مما يُضفي على الموقع مظهرًا جميلاً ومتناسقًا.

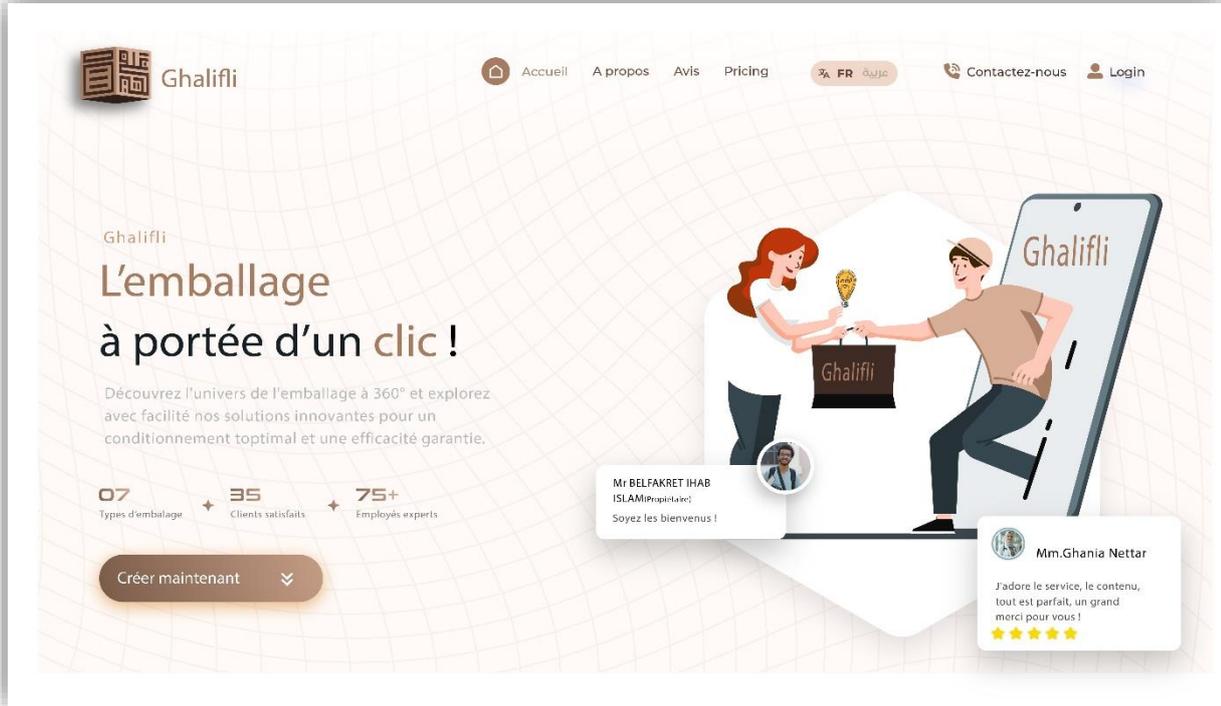
8. **تحسين تجربة المستخدم:** يُساهم وضوح الخط وقابليته للقراءة في تحسين تجربة المستخدم على الموقع، مما يجعله أكثر سهولة في الاستخدام.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:; ' " (!?) +-* / = éè à ç ù ê û

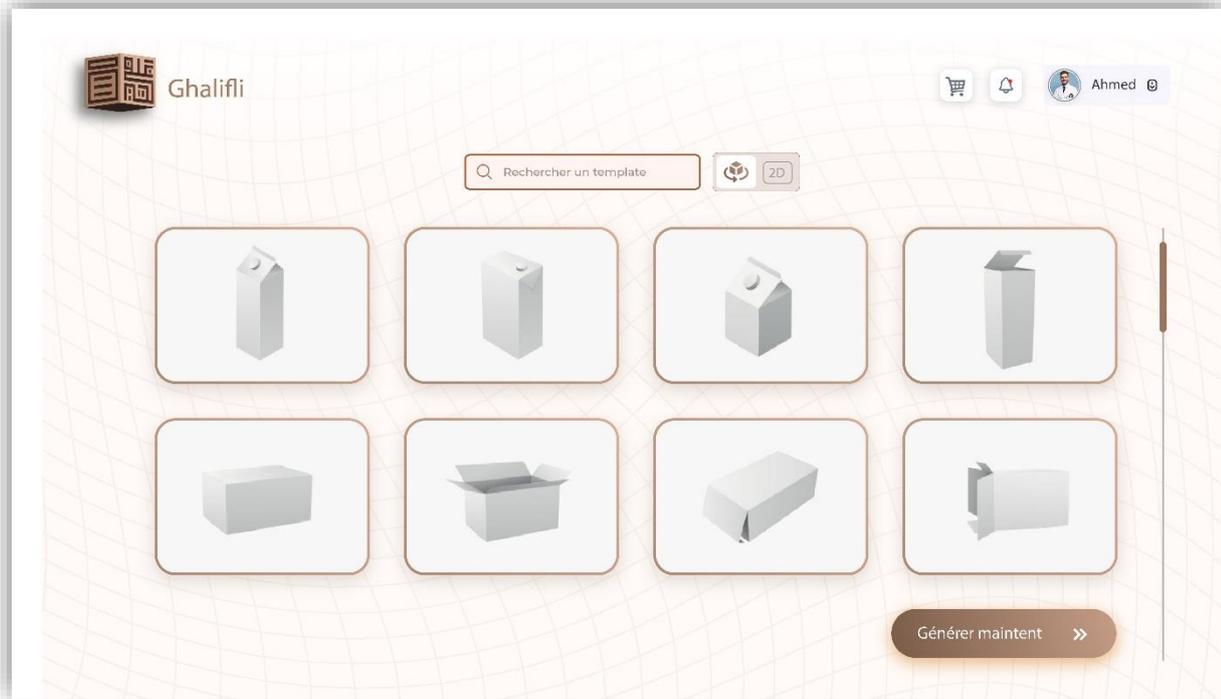
الشكل 28 : مثال تعريفي حول خط LAMA SANS

²¹ موقع عرب فونتنس لتحميل الخطوط , [[تحميل خط](https://arbfonts.com)] تنزيل (Lama Sans SemiBold (arbfonts.com) , اخر اطلاق على الموقع يوم 20 ماي 2024

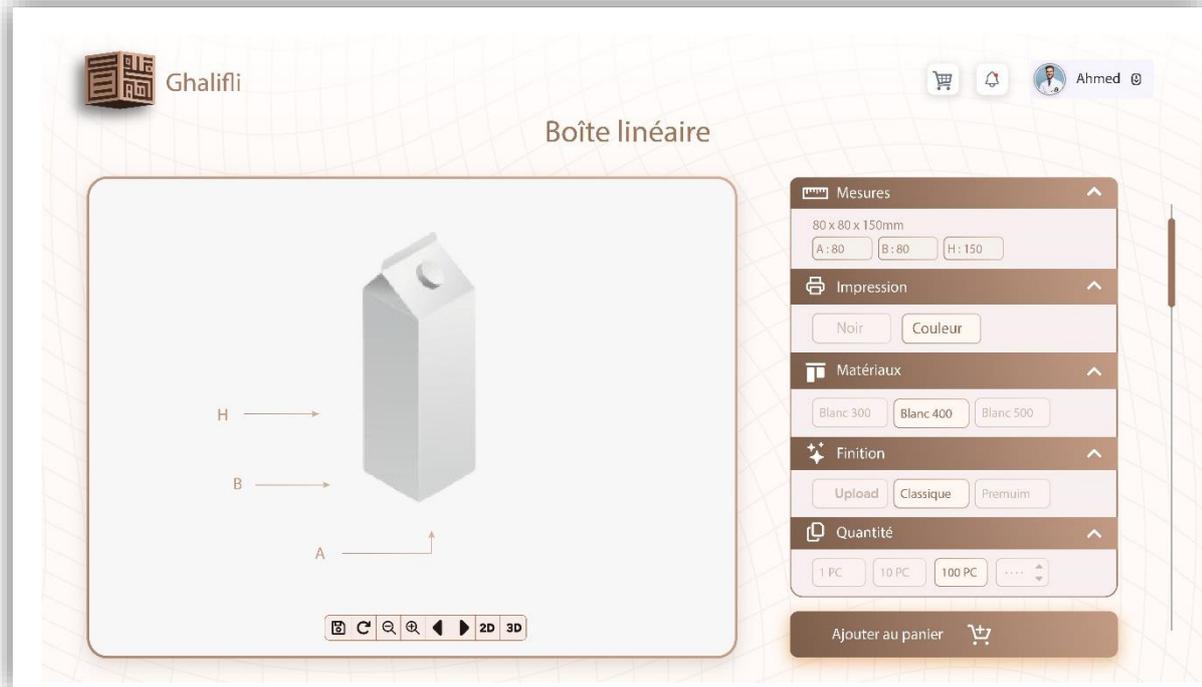
(4) انجاز تصور للموقع من خلال موقع (ADOBE ILLUSTRATOR (AI



الشكل 29 : تصور لواجهة الموقع



الشكل 30 : تصور للوحة العمليات الأولى للموقع



الشكل 31 : تصور للوحة العمليات الثانية للموقع



الشكل 32 : تصور للوحة العمليات الأخيرة للموقع

خاتمة

ختامًا،

يُمثّل هذا العمل رحلة إبداعية مكثفة سعت إلى تجسيد هوية بصرية فريدة على موقع الكتروني لمؤسسة "غلفلي". فلقد تمّ تصميم هذا الموقع بعناية فائقة، مُراعياً لقواعد التصميم ولاحتياجات المؤسسة وأهدافها التسويقية، مع التركيز على إبراز القيم الأساسية التي تُميّزه، مثل الجودة والابتكار والاستدامة.

وقد أثمرت هذه الجهود عن نتائج مُرضية تمثّلت في:

- **خلق هوية بصرية مُناسقة:** تتميز عناصر الهوية البصرية، من اسم وشعار وألوان وطباعة، بتناغمٍ مُلفتٍ يُضفي عليها طابعاً فريداً يُميّزها عن مُنافسيها.
- **تعزيز التّواصل البصري:** تُساهم بساطة ووضوح التصميم في سهولة تلقّي الرسالة البصرية للمؤسسة من قبل الجمهور المستهدف، ممّا يُساعد على ترسيخ علامتها التجارية في أذهانهم.
- **خلق تجربة مُتكاملة:** تُكَمّل الملصقات الإعلانية والموقع الإلكتروني، مُشكّلةً منظومةً مُتكاملة تُعزّز من حضور المؤسسة وتُضفي عليها لمسةً احترافية.
- **إضافة قيمة للمنتج:** يُساهم التغليف المُصمّم بعناية في تعزيز قيمة منتجات المؤسسة، وجذب انتباه المستهلكين، وتحفيزهم على الشراء.

وعلى ضوء هذه النتائج،

نثق بأنّ الهوية البصرية الجديدة لمؤسسة "غلفلي" وموقعها الإلكتروني سيلعبان دوراً هاماً في تعزيز مكانتها في السوق، وتحقيق أهدافها التسويقية، وترسيخ علامتها التجارية كرائدةٍ في مجال التعبئة والتغليف.

قائمة المراجع :

الكتب :

- طارق الحاج، التسويق من المنتج إلى المستهلك، عمان الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، 1997م
- محمد بلال الزعبي والشراثة أحمد بطشان، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة لبنان، دار وائل للطباعة والنشر، 2004
- JEAN-PIERRE MATHIEU, DESIGN ET MARKETING « fondement et méthodes », PARIS, Editions l'harmattan, 2006

المذكرات الجامعية :

- مذكرة محمد زاير، تصميم هوية بصرية لمنتجات غذائية تقليدية " تمريرات لينة"، مذكرة ماستر، كلية الأدب العربي و الفنون، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2023

المواقع الالكترونية:

- موقع ويكيبيديا، [تغليف - ويكيبيديا\(wikipedia.org\)](https://ar.wikipedia.org)، اخر اطلاق على الموقع يوم 22 أبريل 2024.
- موقع المعاني، [تعريف و شرح و معنى التغليف بالعربي في معاجم اللغة العربية معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصر، الرائد، لسان العرب، القاموس المحيط - معجم عربي عربي صفحة 1\(almaany.com\)](https://www.almaany.com)، اخر اطلاق على الموقع يوم 24 أبريل 2024.
- موقع [dictionnaire.reverso](https://dictionnaire.reverso.net)، [Arabe-Français | Reverso](https://dictionnaire.reverso.net/Arabe-Français)، اخر اطلاق على الموقع يوم 24 أبريل 2024.
- موقع [dictionary.cambridge](https://dictionary.cambridge.org)، [TRANSLATE in English, Spanish, French and more with Cambridge](https://dictionary.cambridge.org/translate)، اخر اطلاق على الموقع يوم 24 أبريل 2024.
- موقع [packagingfulfillment](https://packagingfulfillment.com)، [Branding Basics: 5 Benefits of the Right Product Package Design \(packagingfulfillment.com\)](https://packagingfulfillment.com/branding-basics)، اخر اطلاق على الموقع يوم 09 ماي 2024

● موقع abobe , [تصميم سمات لون فريدة واكتشافها Adobe Color |](#) , اخر اطلاق على الموقع
يوم 24 افريل 2024

● موقع freepik , [Freepik | Create great designs, faster](#) , اخر اطلاق على الموقع يوم
24 ماي 2024