

University Kasdi Merbah Ouargla

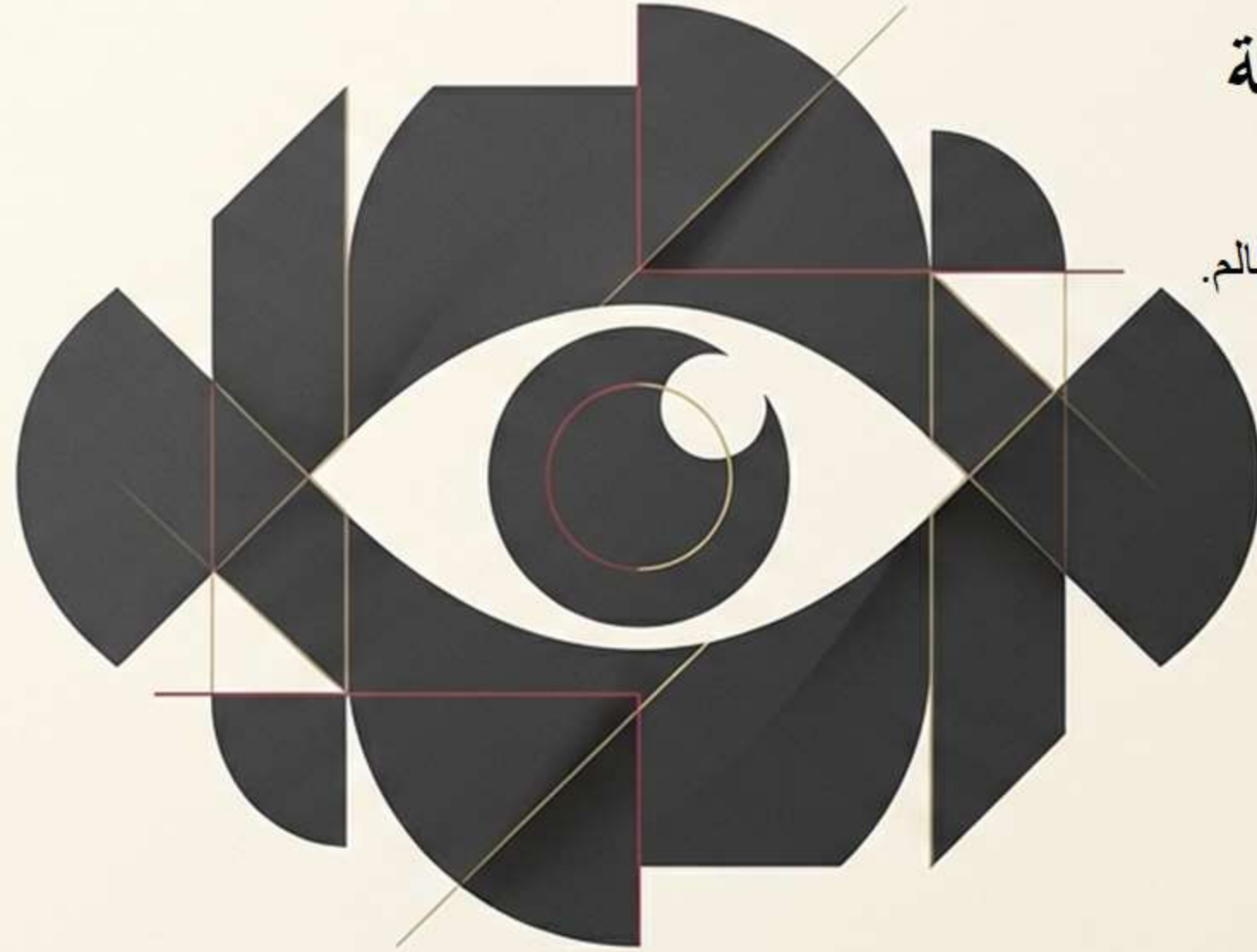
3rd year engineering

Module: PROJECT MANAGEMENT

TP1: LOGOS-MISSION-VISION-VALUES

Prepared by : Mrs. AMRANE Leila

2025-2026



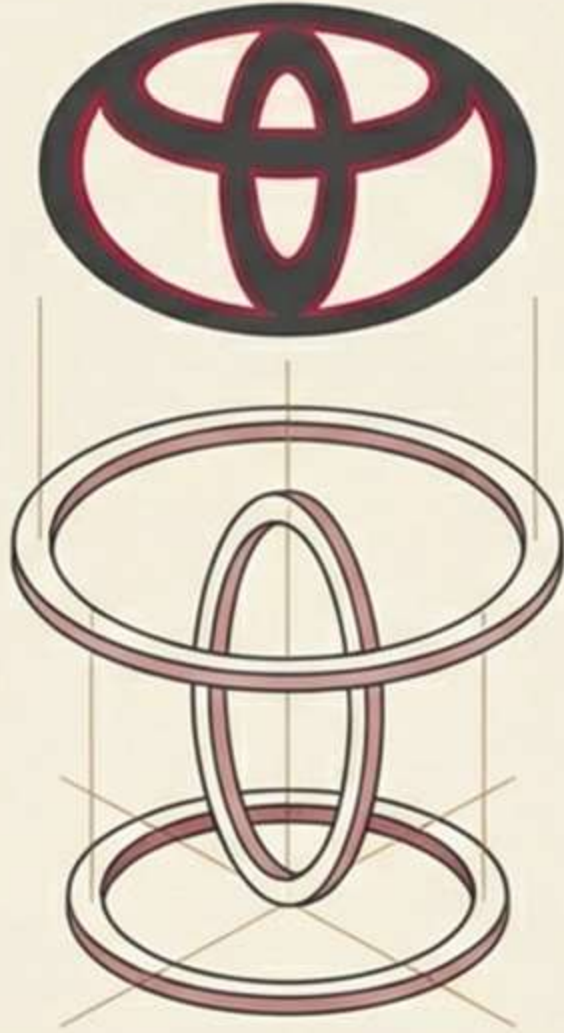
اللغة السرية للعلامات التجارية

ما تراه عيناك، وما يفهمه عقلك.

كشف الرسائل المخفية في أشهر شعارات العالم.

Le Langage Secret des Marques

Ce que vos yeux voient, ce que votre cerveau comprend.
Décryptage des messages cachés dans les logos les plus célèbres du monde.



- **Toyota** : Trois ellipses entrelacées. L'une représente le cœur du client, l'autre le cœur de l'entreprise. L'ovale extérieur symbolise le monde et les opportunités technologiques infinies. (Astuce : on peut lire toutes les lettres de T-O-Y-O-T-A).

يمثل الشكلان البيضاويان الداخليان المتداخلان قلب العميل وقلب الشركة، وهو ما يرمز إلى الثقة المتبادلة وعلاقة المنفعة المشتركة كما يشير إلى حرف T وعجلة القيادة. يمثل الشكل البيضاوي الخارجي الأكبر العالم الذي يحتضن شركة تويوتا. وتدل المساحات الفارغة في الشعار على القيم التي تسعى الشركة لتقديمها لعملائها، مثل الجودة، الابتكار، النزاهة، ضمان السلامة، والحفاظ على البيئة



- **Wikipedia** : Le globe construit en pièces de puzzle multilingues est volontairement inachevé en son sommet. Il symbolise le fait que la quête de la connaissance humaine ne sera jamais terminée.

الكرة الأرضية المبنية من قطع أحجية (بازل) متعددة اللغات غير مكتملة عمدًا في قمته. إنها ترمز إلى حقيقة أن السعي وراء المعرفة الإنسانية لن ينتهي أبدًا.



- **BMW** : Les quartiers bleus et blancs rendent hommage au drapeau de la Bavière. Le mythe tenace de l'hélice d'avion tournoyante provient d'une publicité de 1929 rappelant leurs origines dans l'aéronautique (Rapp Motorenwerke).

الأحرف الثلاثة في BMW هي اختصار لثلاث كلمات ألمانية، حيث يمثل كل حرف كلمة محددة

B : ترمز إلى Bayerische (بافاريا)، وهي الولاية الألمانية التي تُعد المقر الأم للشركة

M : ترمز إلى Motoren (محركات)

W : رمز إلى Werke (مصانع أو أعمال)،

حيث يشير الاسم الكامل "Bayerische Motoren Werke" إلى "مصنع المحركات البخارية" (أو البافارية). تأسست الشركة في عام 1916 كشركة مصنعة لمحركات الطائرات، ولم تبدأ في صناعة السيارات إلا في عام 1929

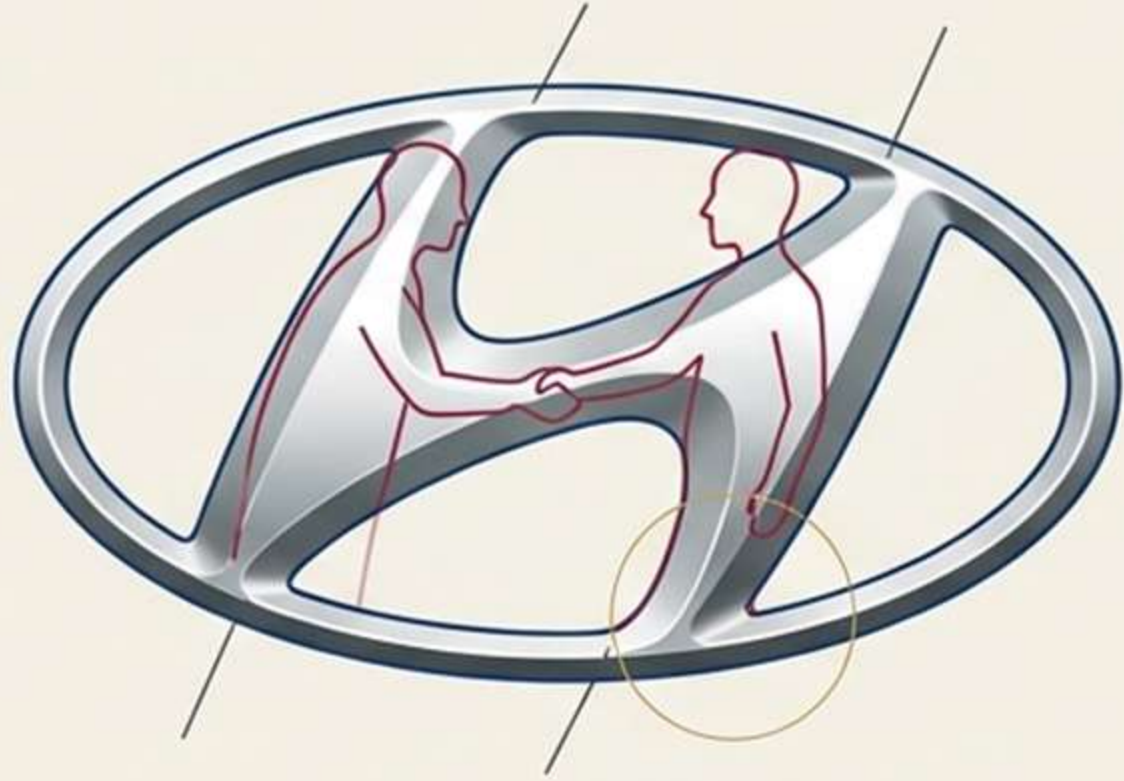
المربعات الزرقاء والبيضاء في الشعار مستوحيان من ألوان علم ولاية بافاريا الألمانية. يُفسر تصميم الشعار غالباً على أنه يمثل مروحة طائرة في حالة دوران وسط السماء الزرقاء، وهو ما يعكس تاريخ الشركة العريق في مجال الطيران



Ferrari : Le célèbre Cavallino Rampante (cheval cabré) appartenait à Francesco Baracca, as de l'aviation de la Première Guerre mondiale. Sa mère l'a offert à Enzo Ferrari comme porte-bonheur. Le fond jaune représente la ville de Modène.

كان شعار الحصان الأسود الجامح في الأصل الرمز الشخصي لـ Francesco Baracca، وهو طيار مقاتل إيطالي مشهور، كان قد رسمه على طائرته لأنه كان يعتقد أنه يجلب له الحظ. وفي عام 1923، وبعد فوزه بأحد السباقات، التقى Enzo Ferrari بوالدة الطيار. واقترحت على Enzo أن يستخدم رمز الحصان على سيارته ليحلب له الحظ.

اعتمد Enzo الحصان وأضاف إليه : خلفية صفراء تمثل مدينة مودينا، مسقط رأسه. ألوان العلم الإيطالي في أعلى الشعار. الحرفان "SF" اختصاراً لـ Scuderia Ferrari فريق السباقات الخاص بـ Enzo.



- Hyundai : Ce n'est pas qu'un 'H' en italique. C'est la silhouette stylisée de deux personnes se serrant la main : un client satisfait concluant un accord avec un vendeur.

هيونداي: ليست مجرد حرف "H" مائل.
إنها صورة ظلّية مُصمّمة لشخصين يتصافحان: عميل راضٍ يُبرم
اتفاقاً مع بائع.



- Beats : Le cercle rouge représente une tête humaine vue de profil, et le 'b' minuscule figure un casque audio posé sur l'oreille. Vous vous voyez dans le logo.

بيتس: الدائرة الحمراء تمثل رأس إنسان يُرى من الجانب، وحرف "b"
الصغير يُجسّد سماعة رأس موضوعة على الأذن. هذا ما يمكنكم ملاحظته
في الشعار.

amazon



- Amazon :

Amazon : La flèche orange dessine un clin d'œil satisfait, mais surtout, elle relie le 'A' au 'Z'. La promesse ? Livrer absolument tout, de A à Z, avec le sourire.

أمازون - كل شيء من الألف إلى الياء - يربط السهم بين حرفي "A" و "Z" ليشير إلى أن أمازون تباع كل شيء. كما يشكل السهم ابتسامة تعبر عن رضا العميل عند استلام الطلبات.

BR

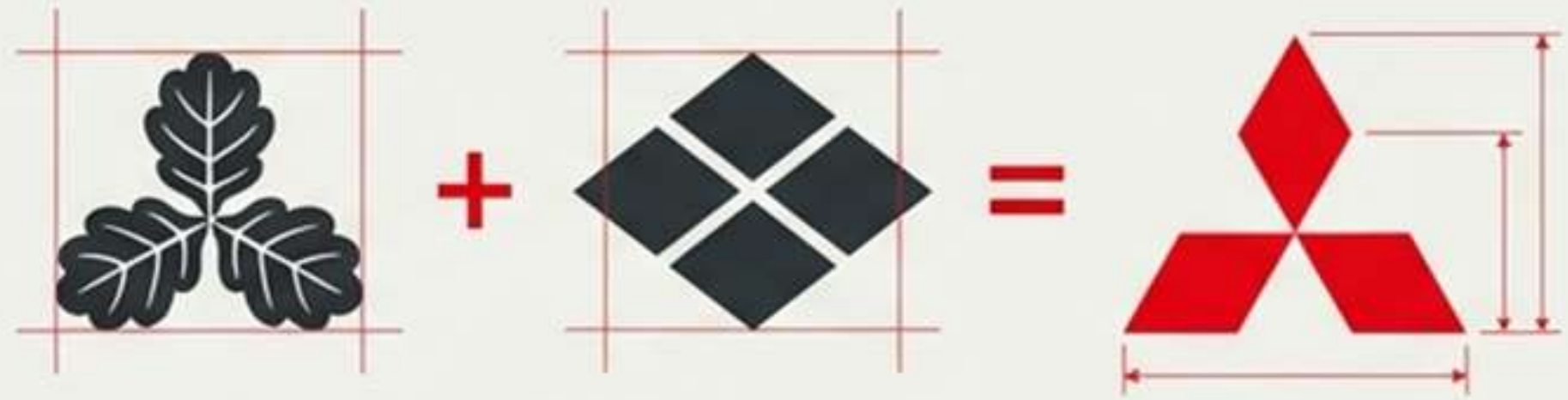
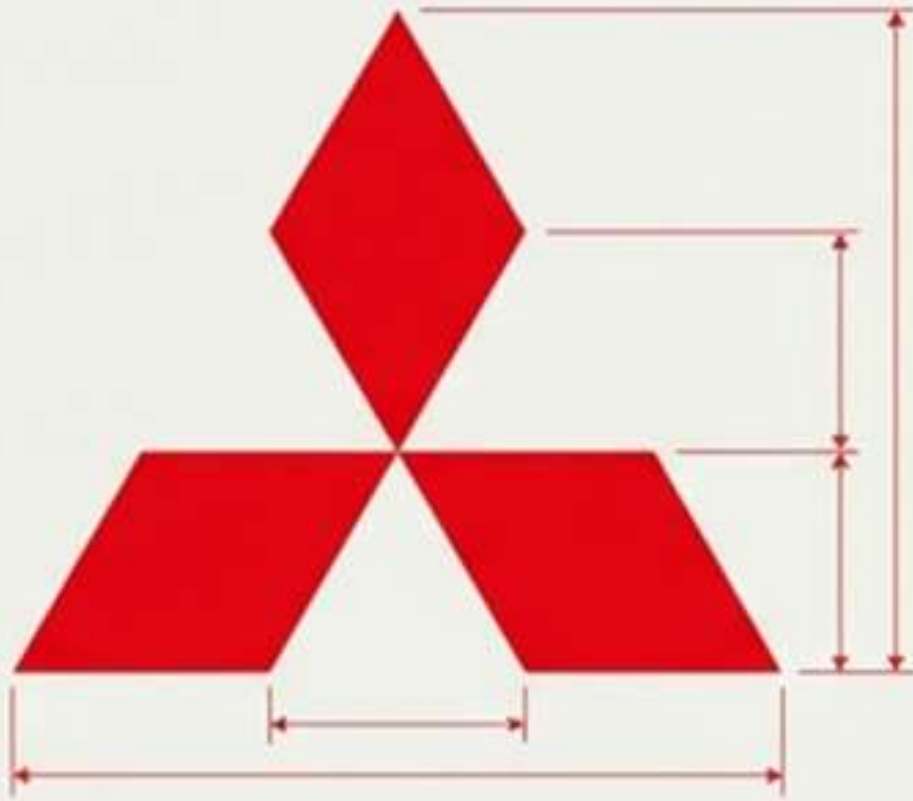


- Baskin-Robbins :

Baskin-Robbins : Regardez les parties roses du 'BR'. Elles forment le nombre 31, en référence au concept historique de 1953 : proposer un parfum de glace différent pour chaque jour du mois.

انظر إلى الأجزاء الوردية من حروف "BR". إنها تشكّل الرقم 31، في إشارة إلى المفهوم التاريخي لعام 1953 « تقديم نكهة آيس كريم مختلفة لكل يوم من أيام الشهر »

Mitsubishi



Une fusion géométrique.

Le fondateur Yataro Iwasaki a combiné l'emblème de son premier employeur (trois feuilles de chêne) avec le blason de sa propre famille (trois diamants superposés). 'Mitsu' signifie trois, 'Hishi' signifie diamant.

اندماج هندسي..

قام المؤسس ياتارو إيواساكي بدمج شعار أول جهة عمل له (ثلاث أوراق بلوط) مع شعار عائلته الخاص (ثلاثة ماسات متراكبة). تعني كلمة 'Mitsu' ثلاثة، وتعني 'Hishi' الماس..



Lamborghini

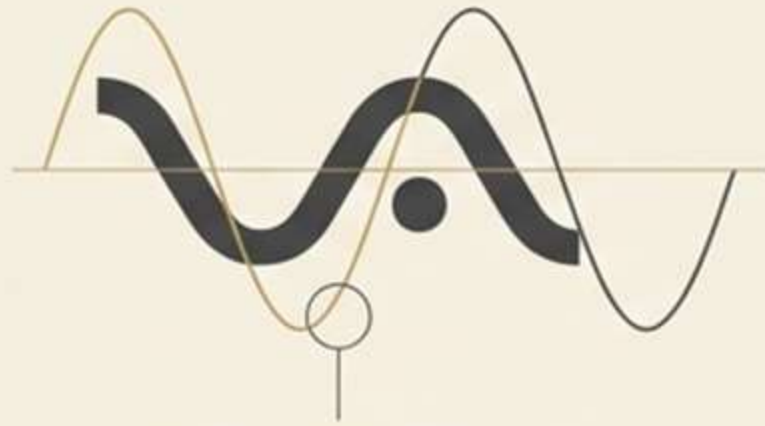
Pourquoi un taureau ?
Ferruccio Lamborghini est né
le 28 avril 1916, sous le signe
du Taureau.

Passionné de corrida, il a
choisi un animal en position
d'attaque pour incarner la
puissance, mais aussi pour
rivaliser visuellement avec le
cheval cabré de son grand
rival, Ferrari.

لماذا ثور؟

وُلد فيروتشيو لامبورغيني في 28 أبريل 1916، تحت برج الثور. وباعتباره شغوفاً بمصارعة الثيران، فقد اختار حيواناً في وضعية الهجوم ليجسد القوة، ولكن أيضاً لمنافسة بصرياً الحصان الجامح (شعار) منافسه اللدود فيراري.

VAIO



Onde Analogique



Code Binaire (1 et 0)

- **Sony Vaio** : Le design incarne la transition technologique. Le 'V' et le 'A' forment une onde analogique continue, tandis que le 'I' et le 'O' représentent le code binaire du monde numérique (1 et 0).

يجسد التصميم التحول التكنولوجي. يشكل حرفا "V" و "A" موجة تماثلية (Analog) مستمرة، في حين يمثل حرفا "I" و "O" الشفرة الثنائية للعالم الرقمي (1 و 0).



- **LG** : Conçu autour des concepts de jeunesse et d'avenir, le 'L' forme un nez et le 'G' dessine le contour d'un visage humain souriant et clignant de l'œil, rendant la technologie amicale.

صُمم الشعار حول مفاهيم الشباب والمستقبل؛ حيث يشكل حرف "L" أنفًا، بينما يرسم حرف "G" ملامح وجه بشري مبتسم ومغمز بعينه، مما يجعل التكنولوجيا تبدو ودودة.



Apple : Le logo initial était illisible à petite échelle. Le design minimaliste actuel inclut une morsure (bite en anglais, clin d'œil à l'informatique) pour s'assurer que le fruit ne soit pas confondu avec une cerise.

أبل: كان الشعار الأول غير واضح عند تصغير حجمه. أما التصميم الحالي البسيط فيتضمن قضمة -Bite- بالإنجليزية، في إشارة ذكية إلى كلمة Byte المرتبطة بالمعلوماتية (وللتأكد من أنها تفاحة حتى لا تُخلط مع حبة كرز).



Cisco : Les lignes représentent à la fois des ondes électromagnétiques (leur cœur de métier) et le Golden Gate Bridge, rendant hommage à San Francisco, la ville natale de l'entreprise.

سيسكو: تمثل الخطوط في الشعار موجات كهرومغناطيسية (وهي مجال عملها الأساسي)، كما تمثل جسر Golden Gate Bridge، تكريمًا لمدينة San Francisco، مسقط رأس الشركة.



McDonald's : Les arches dorées n'étaient pas une lettre au départ, mais une véritable architecture physique conçue pour attirer l'œil des automobilistes, avant que Ray Kroc ne les transforme en l'emblématique lettre M.

ماكدونالدز: لم تكن الأقواس الذهبية في البداية مجرد حرف، بل كانت تصميمًا معماريًا حقيقيًا أنشئ لجذب انتباه سائقي السيارات، قبل أن يحولها Ray Kroc إلى الحرف الشهير "M" الذي أصبح رمزًا للشركة.

La Vision définit l'état final désiré dans le futur

- **Le Rêve** : C'est une projection claire de l'avenir.
- **Les questions clés** : Où allons-nous ? Que voulons-nous devenir ?
- **La temporalité** : C'est un objectif lointain, l'ambition ultime qui guide la direction générale de l'entreprise.

VISION



الرؤية هي صورة مستقبلية نطمح إليها، وتعتبر وصفاً للحالة النهائية المرجو الوصول إليها. هي بمثابة حلم كبير أو "عقيدة" تحدد الاتجاه المستقبلي للمؤسسة على المدى الطويل. الرؤية لا تتعلق بالحاضر، بل تجيب على سؤال "ماذا نريد أن نصبح؟" أو "إلى أين نحن ذاهبون؟"

La Mission justifie votre existence au présent

الرسالة هي ما تفعله المؤسسة حالياً وفي الوقت الحاضر من أجل الوصول إلى تحقيق رؤيتها.
هي تجيب بشكل أساسي ودائم على سؤال "لماذا نحن موجودون؟".

- **La Raison d'Être** : C'est votre réalité immédiate et vos actions actuelles.
- **La question clé** : Pourquoi existons-nous aujourd'hui ?
- **La temporalité** : C'est ce que l'entreprise accomplit maintenant pour se rapprocher de sa grande Vision.



Les valeurs

Les véritables valeurs fondamentales ne sont pas de belles paroles encadrées dans le hall d'accueil. Ce sont les convictions profondes qui filtrent les décisions et dictent le comportement réel des employés face au marché et aux concurrents.



القيم هي السلوكيات والمبادئ والثقافة الأساسية التي توجه وتضبط العمل داخل المؤسسة. لا ينبغي أن تكون مجرد كلمات تُكتب على الجدران، بل يجب أن تُترجم إلى سلوكيات فعلية وملموسة يلتزم بها جميع الموظفين في بيئة العمل بشكل يومي.

شركة: LinkedIn

- الرؤية: خلق فرصة اقتصادية لكل فرد من القوى العاملة العالمية.
- الرسالة: ربط المحترفين في العالم لجعلهم أكثر إنتاجية ونجاحاً.

شركة: Google

- الرؤية: توفير الوصول إلى معلومات العالم بنقرة واحدة.
- الرسالة: تنظيم معلومات العالم وجعلها مفيدة وفي متناول الجميع.

شركة أوبر:

- الرؤية: نقل أكثر ذكاءً مع عدد أقل من السيارات وإمكانية وصول أكبر، وسيلة نقل أكثر أماناً وأرخص تكلفة وموثوقية؛ النقل الذي يخلق المزيد من فرص العمل والدخل الأعلى للسائقين.
- الرسالة: تتمثل مهمة أوبر في توفير وسائل النقل – للجميع وفي كل مكان.

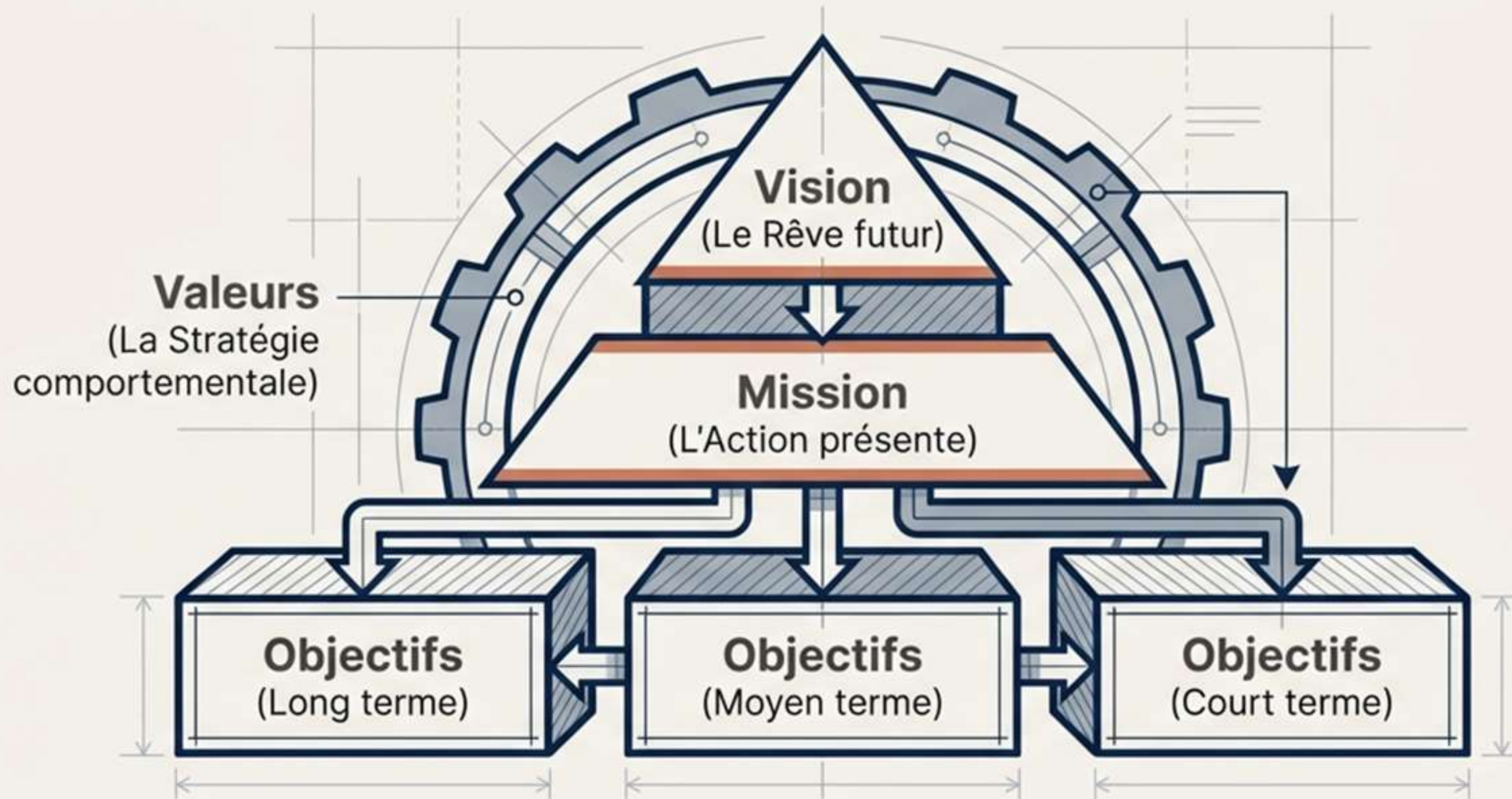
شركة فيراري:

- الرؤية: فيراري، التميز الإيطالي الذي يجعل العالم يحلم.
- الرسالة: تصنيع السيارات ورمز التميز الإيطالي في جميع أنحاء العالم، ونفعل ذلك للفوز على كل من الطريق والحلبات. إبداعات فريدة تُغذي أسطورة الحصان الجامح وتولد "عالم الأحلام".

شركة أمازون:

- الرؤية: أن تكون الشركة الأكثر تركيزاً على العملاء على Earth ، حيث يمكن للعملاء العثور على أي شيء قد يرغبون في شرائه عبر الإنترنت واكتشافه.
- الرسالة: نحن نسعى جاهدين لتقديم أقل الأسعار الممكنة، وأفضل اختيار متاح، وراحة قصوى.

L'architecture complète de la stratégie



Un alignement parfait : chaque tâche quotidienne (court terme) soutient un objectif tactique (moyen terme), qui valide un objectif stratégique (long terme), justifiant la mission présente pour finalement atteindre la vision future.