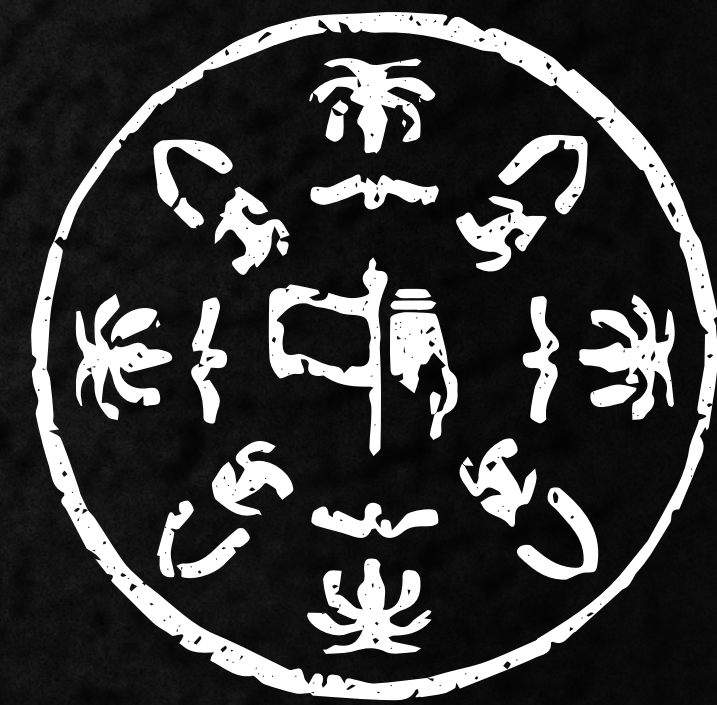


دليل هوية العلامة التجارية  
BRAND BOOK

إصدار 4.0  
VERSION 4.0



اليوم  
التأسيس  
- ١٧٢٧م -



# بتاريخنا وتنوع وتناغم ثقافتنا نحتفل بمرور ثلاثة قرون على تأسيس وطننا.

يوم التأسيس هو مشروع وطني طموح - إن جاز لنا التعبير - يعيد ربط الناس بجذورهم الوطنية، ويلهم خيالهم عبر رحلة تاريخية تعكس مزيجاً من الثقافة المشتركة، ولحمة وطنية لشعب يمتلك العزم ذاته وعمق الانتماء.

وسعيًا منا لإبراز القيمة الكبيرة لثلاثة قرون من التاريخ العريق، ارتكزت استراتيجيتنا على وصل الماضي بالحاضر عبر رحلة يوم التأسيس، التي تسعى إلى إيصال رسائلها بروح معاصرة ونظرة مغايرة، من خلال حملة تجسد رؤية جديدة ومميّزة، وتسלט الضوء على تنوع الثقافة السعودية، التي ترعرعت في ظلّ الدولة التي أسسها الإمام محمد بن سعود عام 1727م.

Founding Day is as ambitious a national project as can be conceived. Introducing a people to their own story of national origins, inspiring their imaginations with the depth and quality of their shared history and culture, and ultimately leaving them with a stronger sense of national purpose and destiny. In pursuit of these lofty goals, our strategy anchors the present three centuries in the past.

Communicating key messaging with classic elegance and sophistication, our campaign conjures a kaleidoscopic prism of iconic cultural images expressing the variety of Saudi culture, united under the shading umbrella of the state which Imam Muhammad bin Saud established three centuries ago in 1727 AD.



Landscape Images	صور مناظر طبيعية	25
Historical Images	صور تاريخية	26
Events Images	صور حفلات	27
Black & White Images	صور أبيض وأسود	28
Dos and Don'ts	ما يجب فعله و ما لا يجب فعله	29
<b>Brand Elements</b>	<b>عناصر الهوية</b>	<b>30</b>
Iconography	الأيقونات	31
Primary Patterns	الأنماط الأساسية	32
Secondary Patterns	الأنماط الثانوية	33
Correct & Incorrect Pattern Cropping & Placement	الاقتصاص والتنسيب	35
Incorrect Usage	الاستخدامات الخاطئة	36
<b>Design Templates</b>	<b>قوالب التصميم</b>	<b>37</b>
Portrait Template	قالب رأسي	38
Portrait Template (Digital)	قالب رأسي (رقمي)	39
Portrait Template (Long)	قالب رأسي (طويل)	40
Square Template	قالب مربع	42
Landscape Template	قالب أفقي	44
Landscape Template (Long)	قالب أفقي (طويل)	46
<b>Co-Branding</b>	<b>استخدام الشعار بجانب شعارات أخرى</b>	<b>48</b>
Co-Branding (Sponsors)	التسويق المُشترَك (الرعاية)	49
Co-Branding Principles (Partners)	مبادئ التسويق المُشترَك (الشركاء)	50
Co-Branding Example	مثال على التسويق المُشترَك	51
<b>Brand Applications</b>	<b>تطبيقات الهوية</b>	<b>52</b>

Introduction	المقدمة	02
<b>Brand Logo</b>	<b>الشعار</b>	<b>04</b>
Logo Structure	هيكل الشعار	05
Logo Colourways	ألوان الشعار	06
Arabic Logo Variations	أشكال الشعار العربي	07
Arabic Logo Clear Space	المساحة الهامشية للشعار العربي	09
Logo Misuses	استخدامات خاطئة	10
Logo Positioning	مكان الشعار	11
<b>Brand Colours</b>	<b>ألوان الهوية</b>	<b>12</b>
Colour Inspiration	استلهام الألوان	13
Primary Colours	الألوان الأساسية	14
Secondary Colours	الألوان الثانوية	15
Colour Usage Meter	نسبة استخدام الألوان	16
Logo Usage	استخدامات شعار علامة يوم التأسيس	17
<b>Typography</b>	<b>الخطوط</b>	<b>18</b>
Brand Typeface	الخط	19
Default System Font	نظام الخط	20
Colour Usage for Typography	استخدام الألوان للخطوط	21
<b>Photography</b>	<b>التصوير</b>	<b>22</b>
Portraiture	صور بورتريه	24



# 1.0 الشعار Brand Logo





1.1

## هيكل الشعار

### Logo Structure



الرمز

Symbol

يوم  
التأسيس  
١٧٤٧م

النص

Wordmark

#### The Symbol

The Flag, the Dates, the Majlis, the Arabian Horse, and the Souq are symbols that meet and reflect in ever-changing patterns to create the Founding Day logo.

#### The Wordmark

Was inspired by ancient manuscripts chronicling the events of the first Saudi State.

The Founding Day logo structure consists of the symbol and wordmark. Do not alter this lockup or the forms of our logo.

الرمز

الراية، التمر، المجلس، الخيل العربي، والسوق خمسة تجسيديات جوهريّة تعكس تناغماً تراثياً حياً وأنماطاً متغيرة باستمرار، هي رموز شعار يوم التأسيس.

النص

من المخطوطات القديمة التي تؤرخ أحداث الدولة السعودية الأولى، وطابع الخطوط استلهم خط الشعار.

يتكون هيكل شعار يوم التأسيس من رمز الشعار ونصّه، ويمنع تغيير هذا الشكل أو تغيير أي من رموزه.

[تحميل شعار العلامة التجارية](#)

[Download the Brand Logos here](#)

[شعار العلامة التجارية المتحرك من هنا](#)

[Download the Logo Animation here](#)



1.2

## ألوان الشعار

### Logo Colourways



يوم  
التأسيس  
- ١٧٢٧م -

Gold

Pantone (Premium Metallics) 10358 C



يوم  
التأسيس  
- ١٧٢٧م -

Black

#000000



يوم  
التأسيس  
- ١٧٢٧م -

White

#FFFFFF

Please note that the Founding Day logo is either black or white depending on the background used. Please note that Founding Day logo cannot be coloured in any other colour except for gold and only when it is used in special treatment printing.

شعار يوم التأسيس إما أسود أو أبيض حسب الخلفية المستخدمة. ولا يمكن تلوين الشعار بأي لون آخر باستثناء اللون الذهبي، وذلك عند استخدامه في مناسبة خاصة.

[تحميل شعار العلامة التجارية](#)

[Download the Brand Logos here](#)



يمكن استخدام اللون الذهبي فقط في طباعات محددة.  
Glamour Gold can only be used in specific printings.



### 1.3

## أشكال الشعار العربي

### Arabic Logo Variations



الشعار الأفقي الثانوي  
Secondary Horizontal Logo

الشعار الرأسي الأساسي  
Primary Vertical Logo

The vertical lockup will be primarily used across all collateral and communications. When the primary vertical lockup cannot be used due to space restrictions, the secondary horizontal lockup should be used instead.

The usage of the symbol and the wordmark separately is limited to rare cases (example Instagram avatar)

سيتم استخدام الشعار الرأسي بشكل أساسي في كافة الاتصالات، وعندما يتعذر ذلك بسبب قيود المساحة، يستخدم الشعار الأفقي الثانوي بدلاً من ذلك، ولا يستخدم رمز الشعار ونصه بشكل منفصل إلا في حالات نادرة.

[تحميل شعار العلامة التجارية](#)

[Download the Brand Logos here](#)





البصمة الذهبية  
Gold Embossing



## المساحة الهامشية للشعار العربي

### Arabic Logo Clear Space

To ensure legibility and prominence, the logo is surrounded by an area of clear space which remains free of other design elements, such as other logos or patterns.

لضمان وضوح الشعار بعناصره كاملاً، يُحاط الشعار بمنطقة خالية من عناصر التصميم الأخرى، مثل الشعارات أو الأنماط الأخرى.



المساحة الهامشية للشعار - أفقي

Clear Space – Horizontal Logo



المساحة الهامشية للشعار - رأسي

Clear Space – Vertical Logo



9.5mm height

53px height



16mm height

100px height

### تحميل شعار العلامة التجارية

[Download the Brand Logos here](#)

### الحد الأدنى لحجم الشعار

Minimum Size

طباعة  
Printing

ديجيتال  
Digital



## استخدامات خاطئة

### Logo Misuses

The logo should not be altered.  
Please use the brand book provided  
to maintain the integrity and promote  
consistency of the brand.

هذه أمثلة للاستخدامات الخاطئة للشعار. يرجى  
استخدام الشعار الأساسي للحفاظ على تكامل  
العلامة التجارية وتعزيز اتساقها.



وضع نص او عناصر الهوية داخل  
المساحة الهامشية  
Position text or brand elements inside  
logo's clear space



إضافة تأثيرات  
Add effects



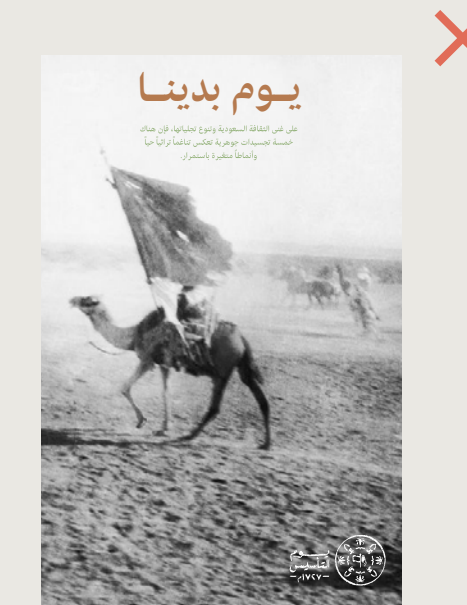
تغيير أبعاد الشعار  
Change logo proportions



تغيير موقع النص  
Change wordmark placement



إزالة أي جزء من هيكل الشعار  
Remove any part from the logo structure



وضع الشعار على صورة  
Position logo on busy backgrounds



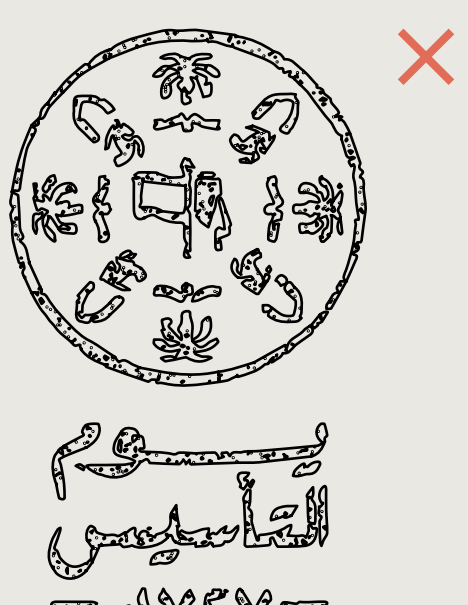
تغيير درجة ظهور ألوان الشعار  
Change colour opacity



إمالة الشعار  
Rotate the wordmark



تلوين الشعار  
Change the logo colour



تحويل الشعار إلى خطوط  
Turn logo into strokes



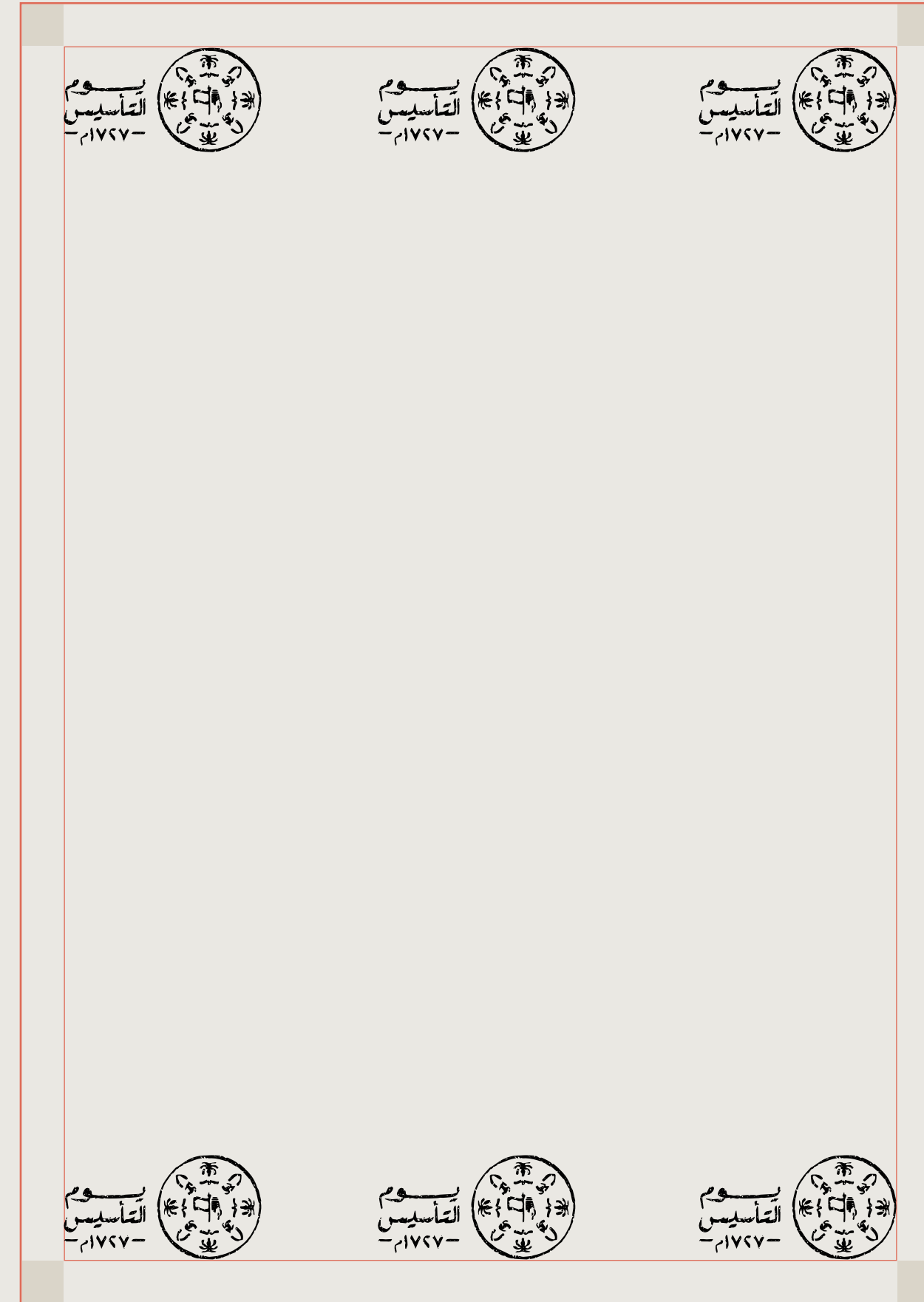
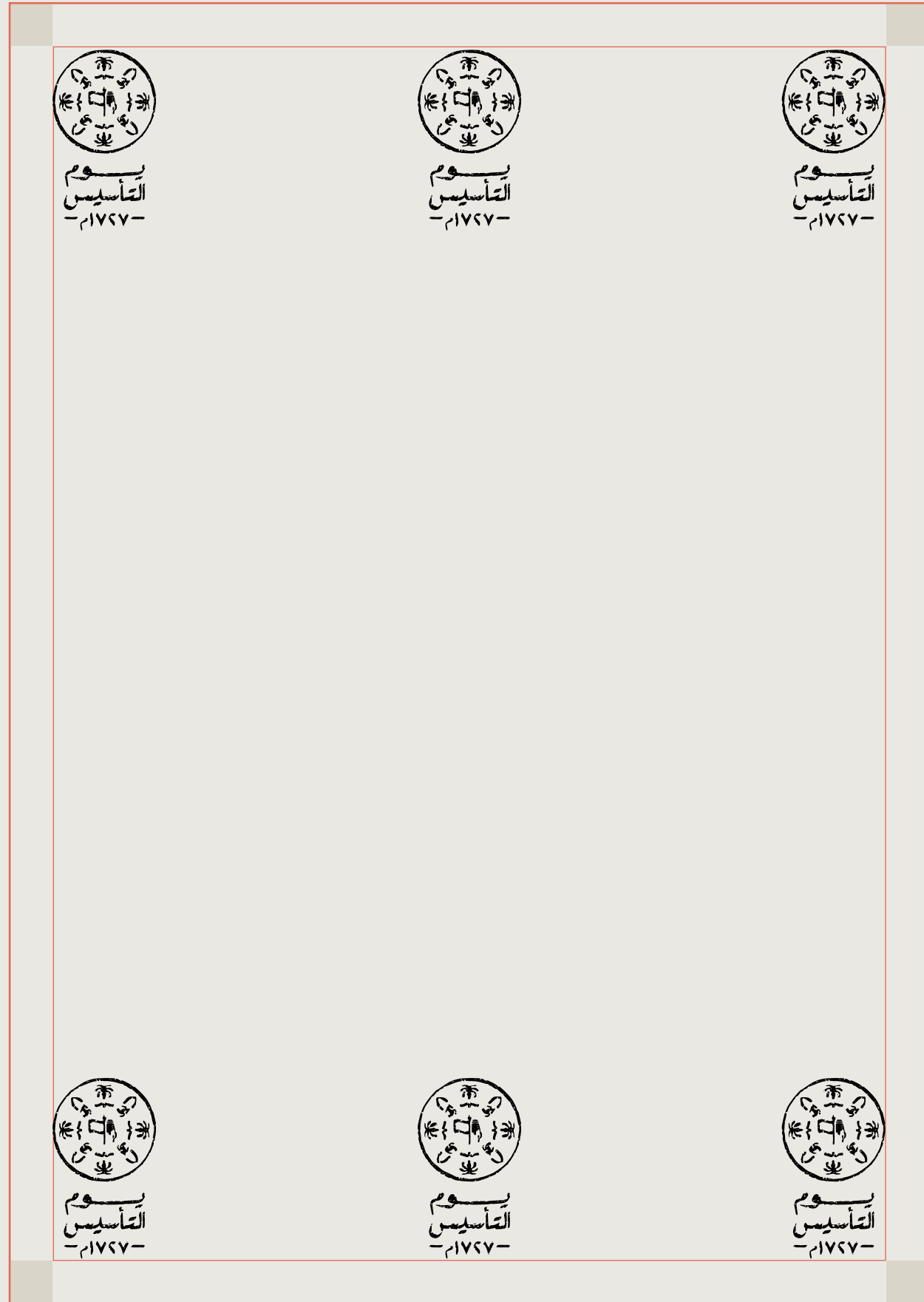
1.8

## مكان الشعار

### Logo Positioning

يمكن وضع شعار يوم التأسيس في الأعلى أو الأسفل أو في الزوايا الأربع.

The Founding Day logo can be placed at the top, bottom, centre or the four corners.





# 2.0 ألوان الهوية Brand Colours

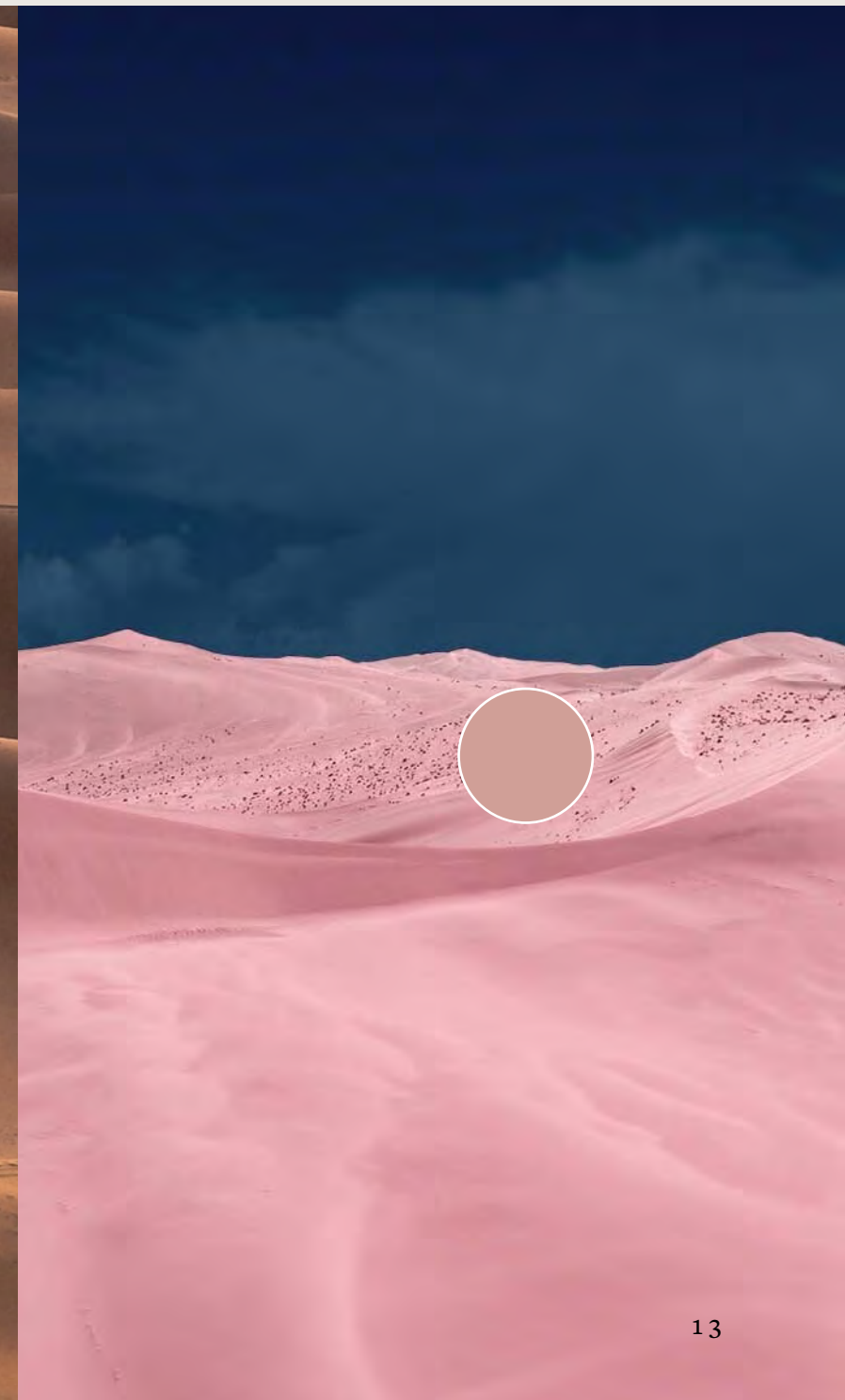
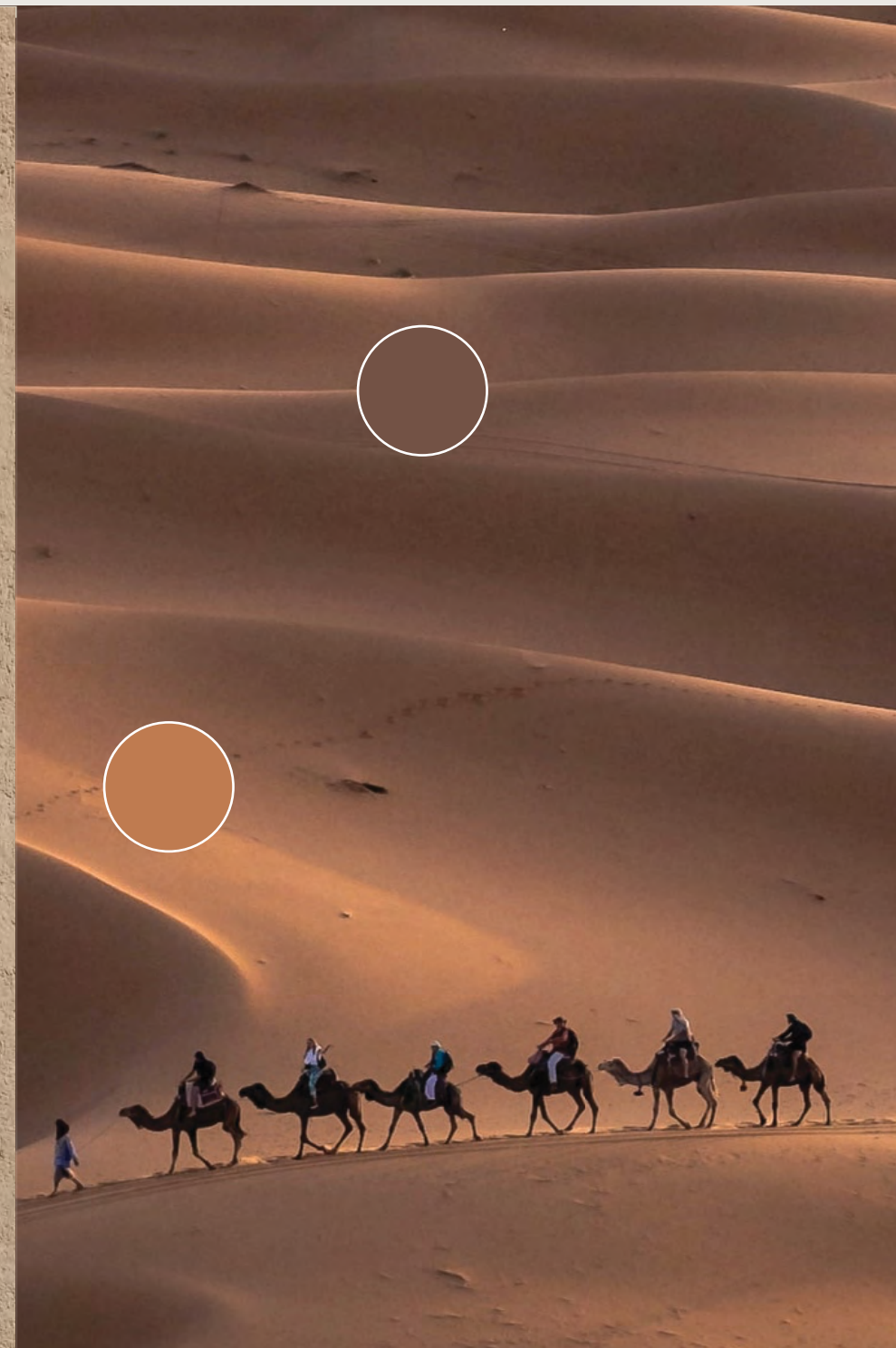
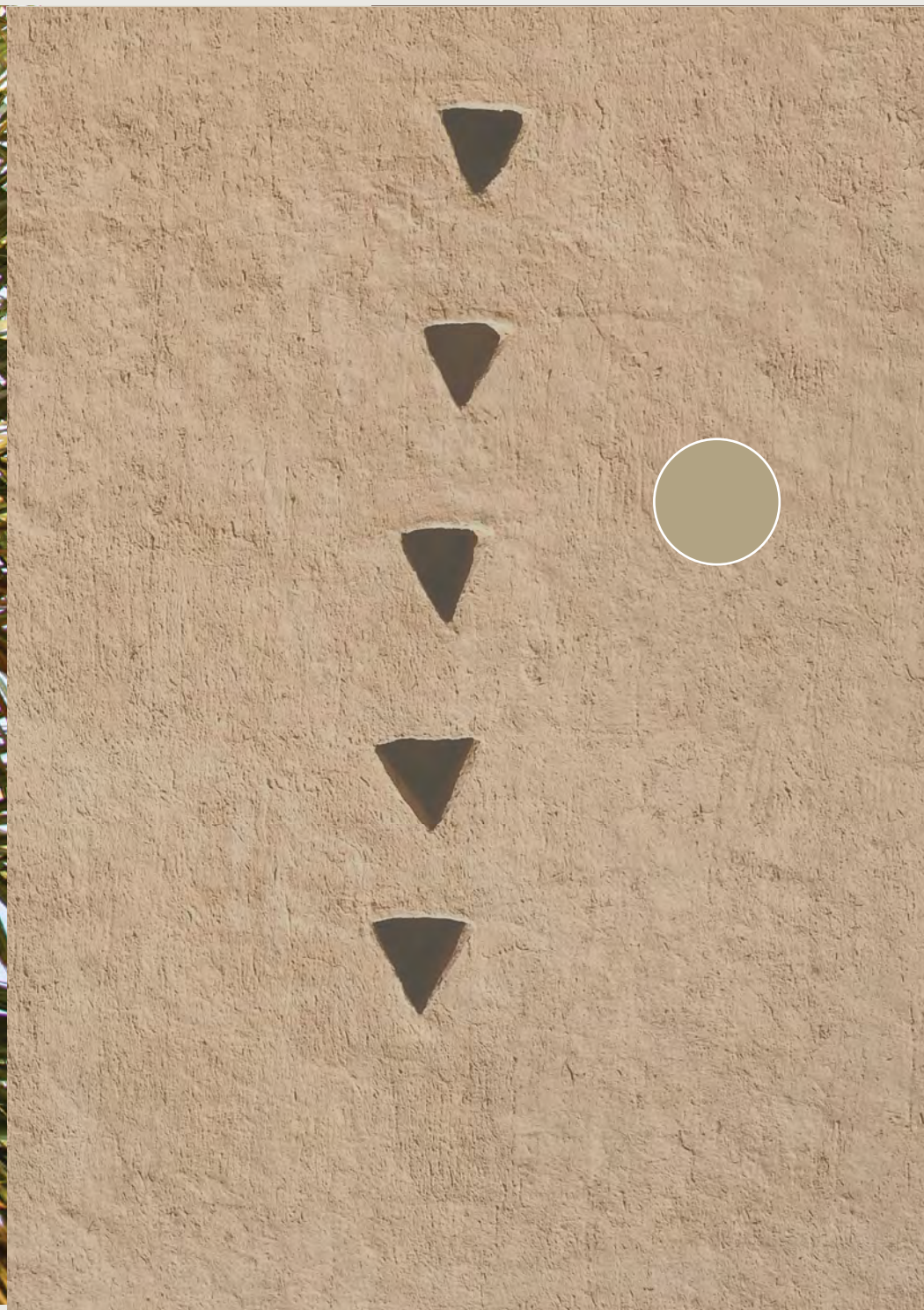


2.1

استلهام الألوان  
Colour Inspiration

These colours help set the brand apart and invoke positive affinity with it.

تم اختيار ألوان مميزة تساعد في خلق ترابط إيجابي مع العلامة التجارية.





## 2.2

### الألوان الأساسية

#### Primary Colours

## الوضوح

### Clarity

PANTONE (Colour Bridge) 7506 CP 50% Tint

CMYK: 0, 4, 13, 0

RGB: 255, 245, 229

HEX: #FFF5E5

Brand colours play a major role in distinguishing the brand. As such, it is vital we use the correct colour codes and colour combinations set out within these guidelines. Colours outside of these guidelines will be considered harmful to the brand.

تلعب ألوان العلامة التجارية دوراً رئيسياً في تمييز علامتنا التجارية، ولذا من الضروري أن نستخدم أكواد الألوان ومجموعات الألوان الصحيحة المنصوص عليها في هذا الدليل، وأي ألوان غير مذكورة ضمن الدليل، هي ألوان غير معتمدة لعلامتنا التجارية.

## العزيمة

### Determination

PANTONE (Colour Bridge) 7615 CP

CMYK: 44, 62, 67, 32

RGB: 115, 82, 69

HEX: #735245

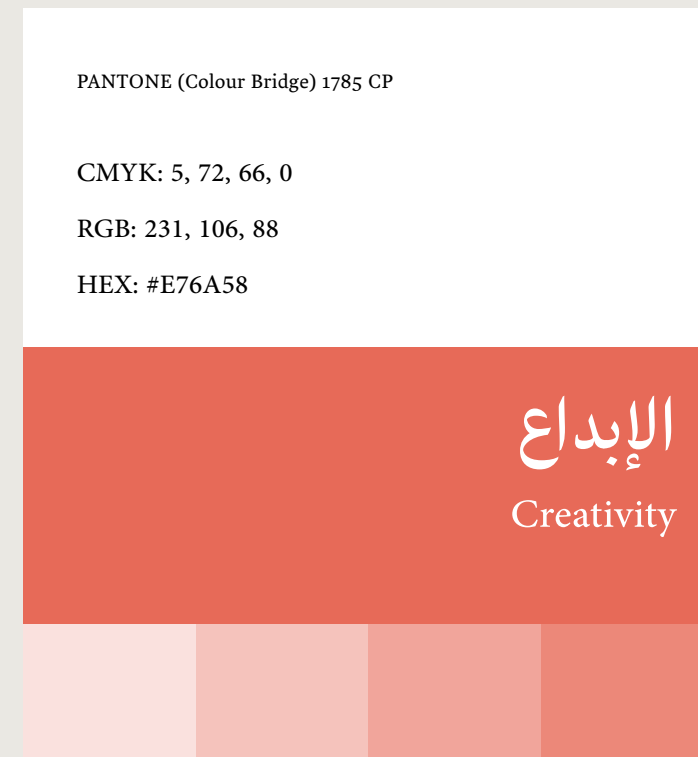
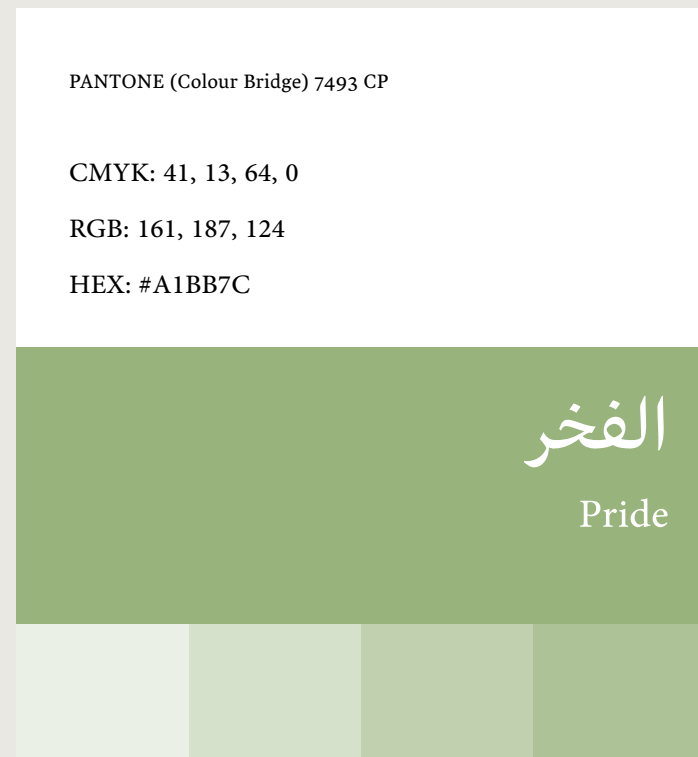
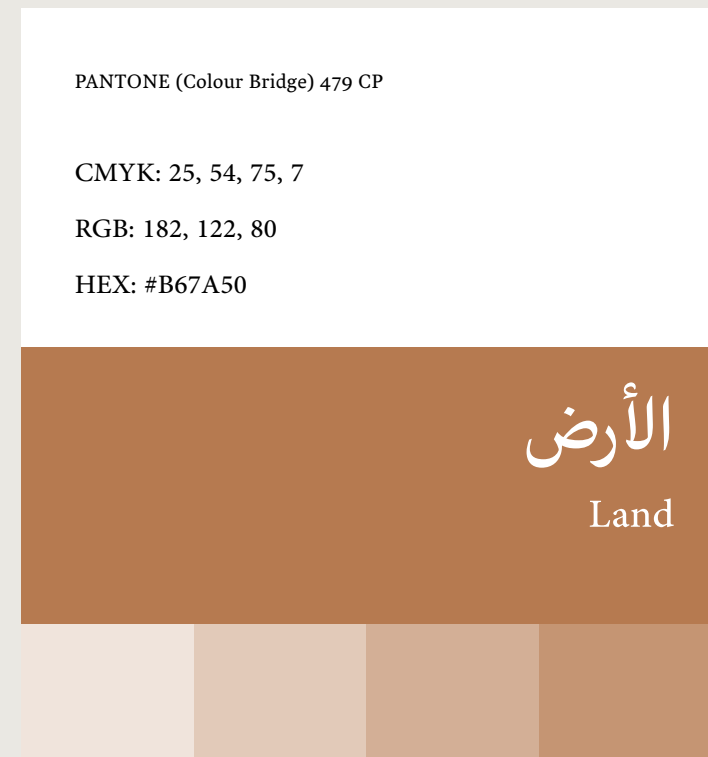
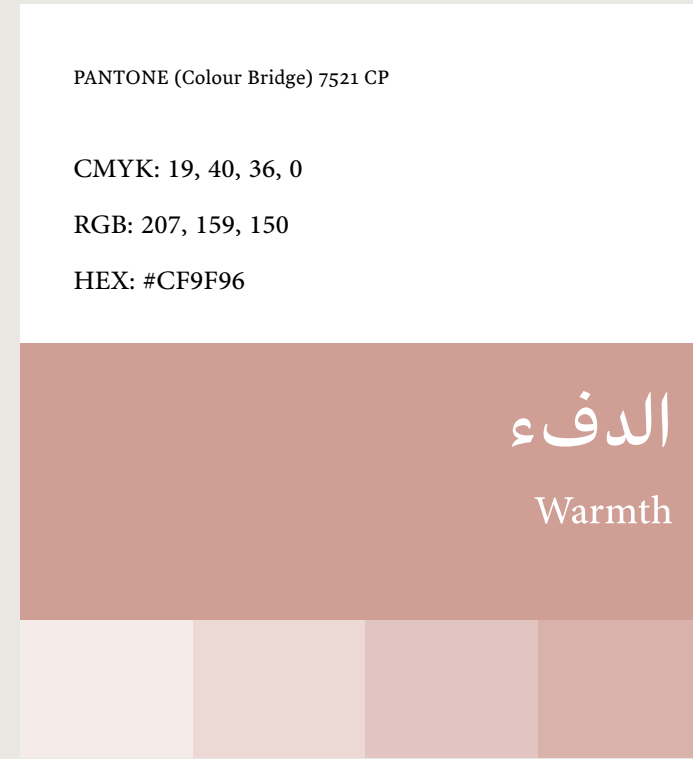
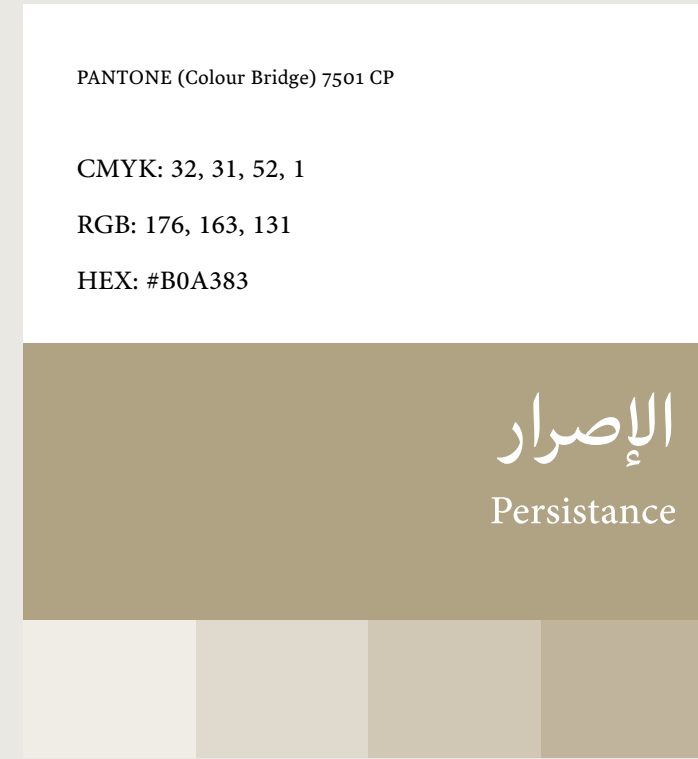
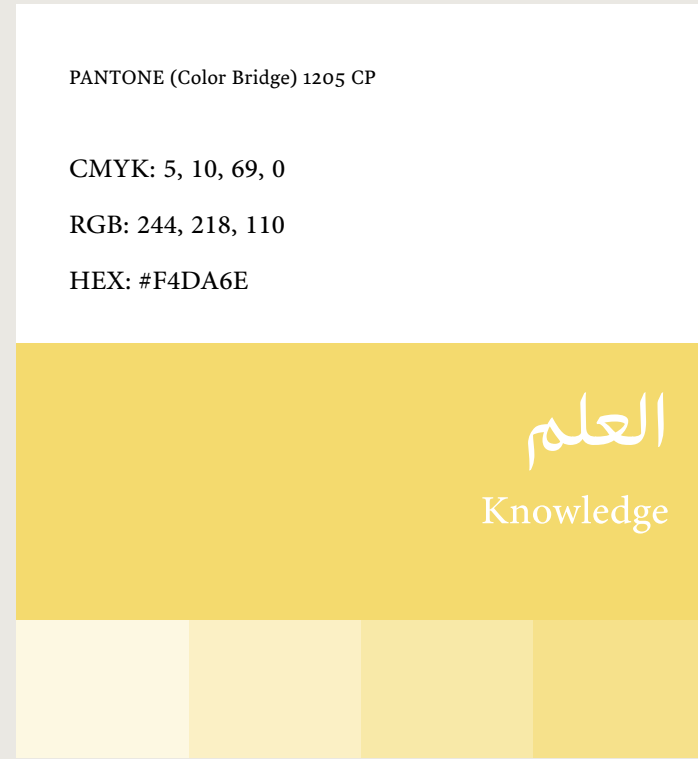
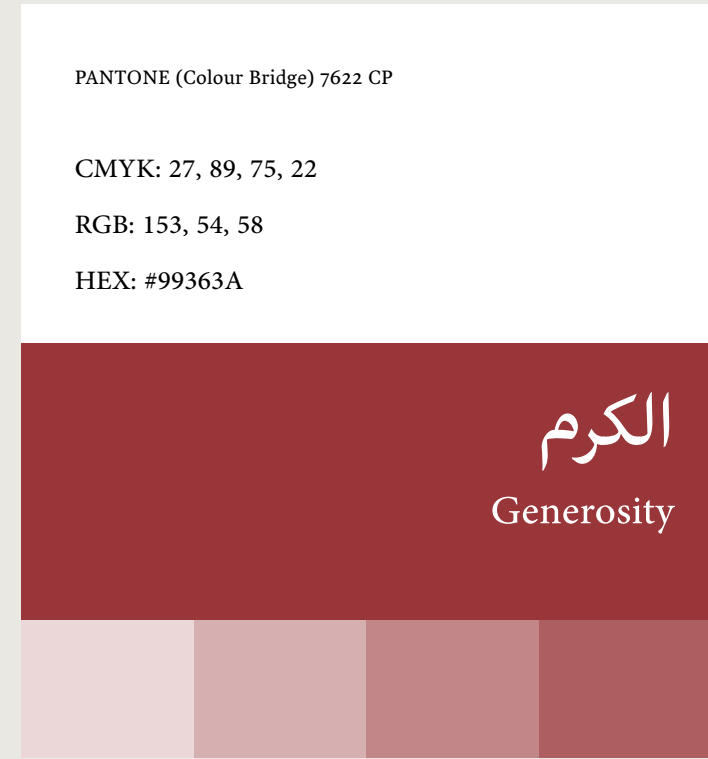
ستقدّم النماذج والقوالب في الأقسام التالية من هذا الدليل إرشادات توضيحية إلى آلية استخدام مجموعات الألوان.

The applications and templates in the later sections of this guidelines will provide a good guide for how the colour palette should be implemented.



## 2.3

### الألوان الثانوية Secondary Colours



The seven secondary colours are used to communicate different themes. In addition to the secondary colours, white can be used for typography and secondary graphics to ensure sufficient contrast and legibility.

تُستخدم الألوان السبعة الثانوية في كافة أشكال التواصل الخاصة بالعلامة التجارية، وإلى جانبها يمكن استخدام اللون الأبيض لضمان التباين والوضوح الكافي.

ستقدّم النماذج والقوالب في الأقسام التالية من هذا الدليل إرشادات توضيحية إلى آلية استخدام مجموعات الألوان.

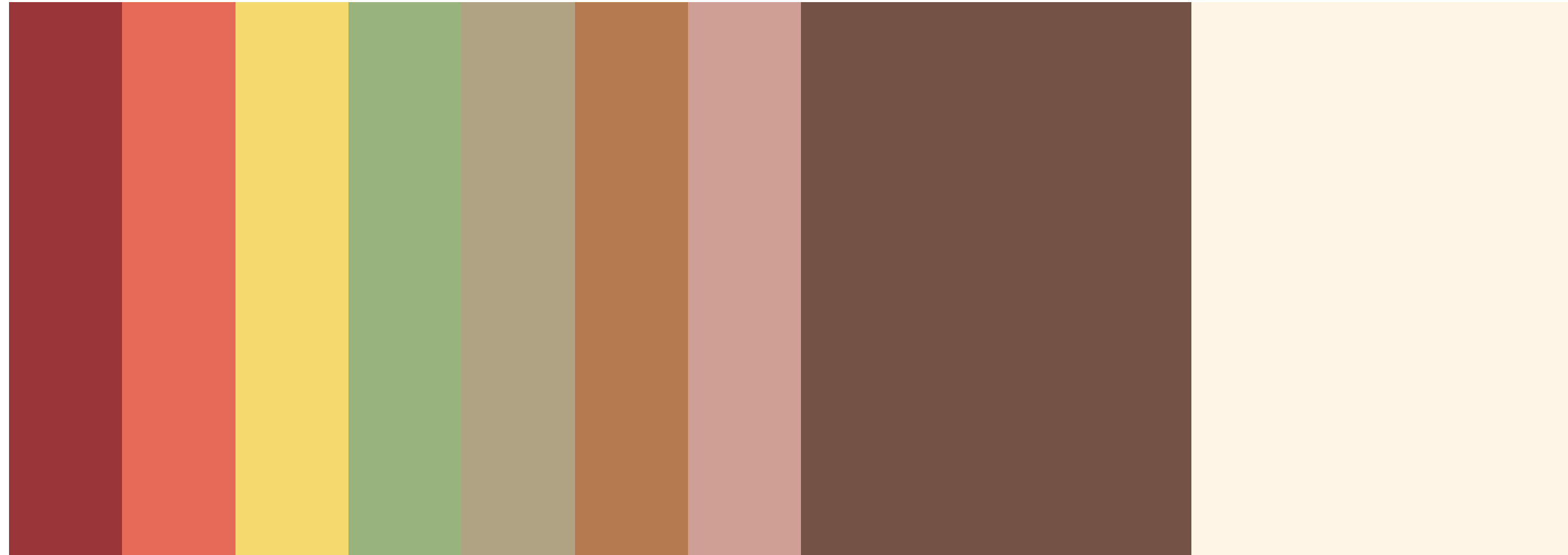
The applications and templates in the later sections of this guidelines will provide a good guide for how the colour palette should be implemented.



## 2.4

### نسبة استخدام الألوان

#### Colour Usage Meter



The secondary palette is designed to complement the primary brand palette. When using brand colours the primary palette must be kept as dominant as possible in usage.

تم تصميم مجموعات الألوان الثانوية الخاصة بهوية العلامة التجارية ليوم التأسيس؛ لإكمال المجموعة الأساسية. وعند استخدامها يجب التأكد من الحفاظ على الألوان الأساسية بارزة قدر الإمكان.

ستقدم النماذج والقوالب في الأقسام التالية من هذا الدليل إرشادات توضيحية إلى آلية استخدام مجموعات الألوان.

The applications and templates in the later sections of this guidelines will provide a good guide for how the colour palette should be implemented.



## استخدامات شعار علامة يوم التأسيس

### Logo Usage

On the left are correct and incorrect logo usages on different coloured backgrounds.

هنا توضيح لاستخدامات علامة يوم التأسيس حال وجود خلفية ملونة، حيث توضح الأمثلة بالأعلى الاستخدام الصحيح، وتبين الأمثلة بالأسفل الاستخدام الخاطئ.



الاستخدامات الصحيحة  
DO'S



الاستخدامات الخاطئة  
DON'TS



# 3.0 الخطوط Typography





HARIR

حرير

حرير عادي

Harir Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 .,:; @£\$#%&\*()!?

أ 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

٠ ٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ ؟ ! # \$ % ^ \* ( ) + -

حرير غامق

Harir Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 .,:; @£\$#%&\*()!?

أ 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

٠ ٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ ؟ ! # \$ % ^ \* ( ) + -

The Founding Day brand typeface is Harir. Harir Bold can be utilised for headings and sub - headings, while Harir regular is used for body copy. This typeface eliminates the noise around the characters by increasing counter spacing and making it look more consistent.

تمّ اعتماد خط حرير كخط رئيس ليوم التأسيس، حيث يستخدم خط حرير غامق في العناوين الرئيسية والفرعية، ويستخدم وحرير عادي في كتابة النصوص. إذ سيعمل هذا الخط على إبراز الكلمات عن طريق زيادة التباعد بين الأحرف، لتبدو أكثر اتساقاً.

[خط العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Brand Fonts here](#)

يوم بدينا



### 3.3

## نظام الخط

### Default System Font

Arabic	اللغة العربية
Times New Roman Regular	أ 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 ٠ ٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ ؟ ! # \$ % ^ * ( ) + -
Times New Roman Bold	أ 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 ٠ ٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ ؟ ! # \$ % ^ * ( ) + -
English	اللغة الإنجليزية

Times New Roman Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 .,:; @£\$#%&*()!?
Times New Roman Bold	<b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</b> <b>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</b> <b>0123456789 .,:; @£\$#%&amp;*()!?</b>

When the brand typeface cannot be used within office environment softwares such as MS PowerPoint, MS Word, etc. use the digital typeface Times New Roman for both Arabic and English.

عندما يتعذر استخدام خط العلامة التجارية الخاص في بعض البرامج المكتبية مثل Microsoft Word و Microsoft PowerPoint وأي اتصالات إلكترونية، يستخدم خط Times New Roman بدلاً من حريز، في اللغتين العربية والإنجليزية.



## استخدام الألوان للخطوط

### Colour Usage for Typography

Typography should be utilised with different brand colours in addition to white when placed on coloured backgrounds. It's essential to ensure text legibility. Brand colours can be used for text if there is enough contrast between the text and background.

بهدف ضمان وضوح النصوص عند عرضها على خلفيات ملونة، يجب الكتابة باستخدام ألوان تختلف عن ألوان علامة يوم التأسيس، بالإضافة إلى استخدام اللون الأبيض. ويمكن استخدام الألوان الخاصة بعلامة يوم التأسيس إذا كان هنالك تباين كافٍ بين النصوص والخلفية.





# 4.0 التصوير Photography



## 4.1

# التصوير

## Photography

Photography is vital to the success of the brand and should be treated as an essential part of our brand executions. In this section, you will find guidelines on photographic composition, content, tone, and usage. Standardizing these facets of photography will ensure a consistent look and feel across the entire image library.

Our photography needs to be eye-catching and reminiscent of the past so to transport the viewer back in time.

يعد التصوير الفوتوغرافي محورياً هاماً لنجاح علامتنا التجارية، ويجب التعامل معه على أنه جزء أساسي من عمليات تنفيذ علامتنا التجارية. في هذا القسم، ستجد إرشادات حول تكوين الصور الفوتوغرافية والمحتوى والنبرة والاستخدام، حيث سيضمن توحيد جوانب التصوير الفوتوغرافي هذه مظهراً متسقاً عبر مكتبة الصور بأكملها.

يجب أن تكون صورنا ممتعة بصرياً وجذابة للمشاهد، مذكرة إياه بالماضي كما لو أنه الآن.





## 4.2

### صور بورتريه Portraiture

Portrait photography will be black & white. The subjects must be wearing traditional clothing and be situated in Saudi Arabian environments. Studio photography is not appropriate.

Multi-visual executions must represent the Saudi demographic. This will be achieved through diverse wardrobe and talent. 40% of the portraits should be men, 40% women, and 20% children.

ستكون الصور بالأبيض والأسود، وستركز على زاوية علوية من الصدر إلى أعلى، حيث يكون النظر دوماً باتجاه الكاميرا. وعلى الأشخاص ارتداء الأزياء التقليدية التي تمثل بيئاتهم المختلفة من المملكة، لذا فإن التصوير الفوتوغرافي في الأستوديو غير مناسب. يجب أن تعكس الصور على اختلافها التركيبة السكانية للسعودية، وسيحقق ذلك من خلال أزياء ومواهب متنوعة، على أن تكون نسبة توزيع الصور 40% رجال و 40% نساء و 20% أطفال.

كافة الصور المستخدمة في هذا الدليل كنماذج توضيحية خاضعة لحماية الملكية الفكرية، ولا يحق نشرها أو إعادة استخدامها في أي مجال، دون الحصول على حقوق النشر الخاصة بها.

All images used in this document are for guidance and reference only. All relevant image rights and permissions must be obtained prior to publishing any imagery in the public domain.



### 4.3

## صور مناظر طبيعية Landscape Images



Saudi Arabia is renowned for its vast, cascading landscapes which should be documented in black & white photography for a premium look & feel. Aerial photography must showcase cultural destinations, landscapes and landmarks. The photographs must not be cluttered or abstract in nature.

تشتهر المملكة العربية السعودية بمناظرها الطبيعية الشاسعة، والتي يجب توثيقها من خلال التصوير الفوتوغرافي بالأبيض والأسود للحصول على صور لا مثيل لها.

يجب أن يُظهر التصوير من الجوّ الوجهات الثقافية، والمناظر الطبيعية والمعالم، ويجب ألا تكون الصور الفوتوغرافية مزدحمة أو مجردة بطبيعتها.



كافة الصور المستخدمة في هذا الدليل كنماذج توضيحية خاضعة لحماية الملكية الفكرية، ولا يحق نشرها أو إعادة استخدامها في أي مجال، دون الحصول على حقوق النشر الخاصة بها.

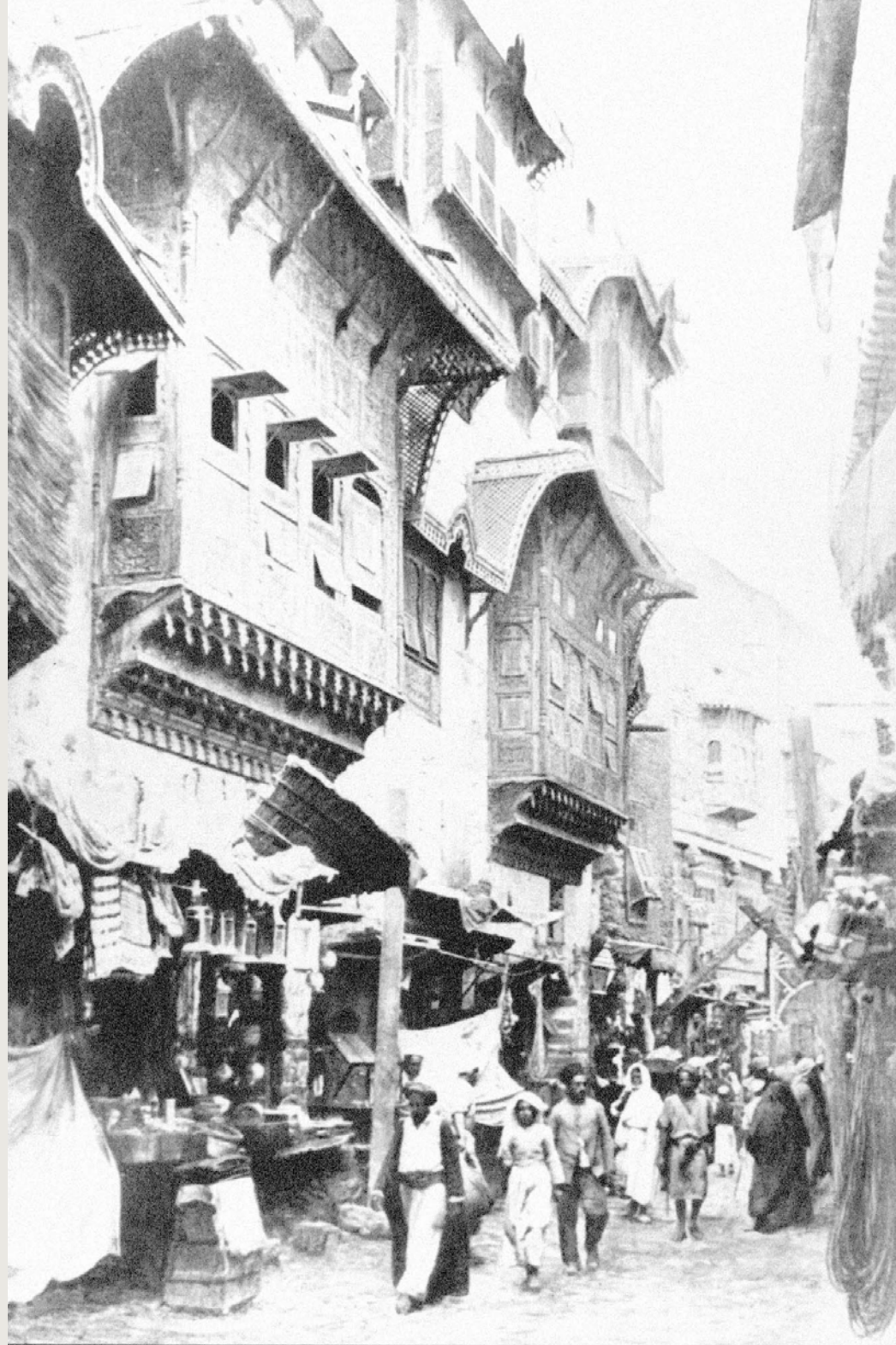
All images used in this document are for guidance and reference only. All relevant image rights and permissions must be obtained prior to publishing any imagery in the public domain.



## 4.4

### صور تاريخية

#### Historical Images



For this national event, the inspiration was drawn from the Kingdom's history, and what better way to communicate heritage than through the lens of the historical archives? Strictly black and white photography must be featured. Various places, people, and events of Saudi Arabia.

احتفالية يوم التأسيس الوطنية مستوحاة من الماضي برمته، لذا فإن أفضل طريقة لإبراز التاريخ عبر الصور هو العودة إلى الصور المؤرشفة تاريخياً، على أن يتم عرض الصور بالأبيض والأسود. يجب أن تعكس الصور على اختلافها التنوع الثري للمملكة العربية السعودية، وأن تعرض أماكن وأشخاص وأحداث سعودية مختلفة.

كافة الصور المستخدمة في هذا الدليل كنماذج توضيحية خاضعة لحماية الملكية الفكرية، ولا يحق نشرها أو إعادة استخدامها في أي مجال، دون الحصول على حقوق النشر الخاصة بها.

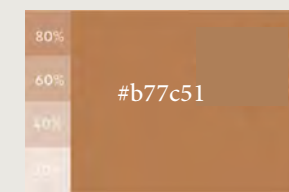
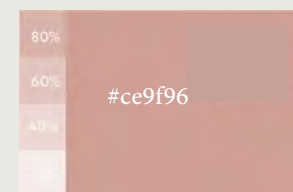
All images used in this document are for guidance and reference only. All relevant image rights and permissions must be obtained prior to publishing any imagery in the public domain.



## 4.5

### صور حفلات

#### Events Images



Founding Day will entail an extensive, nationwide roster of events, ranging from large scale main events, to smaller activities throughout all the cities. When capturing this, a subtle, dusty pink/sandy overlay colour should be applied to all the photos (see primary colour tones to the left). Photographs should be taken 60% in the daytime and 40% at night. The subjects should have cheerful, happy and intrigued facial expressions.

يوم التأسيس - الاحتفالية الوطنية على مستوى البلاد - سيضم مجموعة من الفعاليات المتنوعة، بدءاً من الاحتفال الرئيس إلى الفعاليات الأصغر، وعند التقاط الصورة، لا بد من وضع لون وردي/رملي رقيق عليها (انظر درجات الألوان الأساسية إلى اليسار)، على أن تكون نسبة التقاط الصور 60% في النهار و 40% في الليل، وأن يتمتع الأشخاص بتعابير وجه مرحة وسعيدة وجاذبة للأنظار.

كافة الصور المستخدمة في هذا الدليل كنماذج توضيحية خاضعة لحماية الملكية الفكرية، ولا يحق نشرها أو إعادة استخدامها في أي مجال، دون الحصول على حقوق النشر الخاصة بها.

All images used in this document are for guidance and reference only. All relevant image rights and permissions must be obtained prior to publishing any imagery in the public domain.



## 4.6

### صور أبيض وأسود

#### Black & White Images



قبل المعالجة  
Before Treatment

بعد المعالجة  
After Treatment

The photos must be taken from interesting angles to create a dynamic layout. Photos must be desaturated with adjustment in levels to create high contrast and ensure the dynamic facet of the image. Dark images must only comprise of 90% black, and never a full 100%. Leave room for empty/plain background space in order to allow for masking once ready for photo treatment. Film grain/noise should be applied to photos to maintain the vintage feel.

لا بد من التقاط الصور من زوايا مدهشة، مع ضبط مستوياتها لإخراج صور عالية الوضوح وديناميكية.

يجب أن تكون نسبة اللون الأسود في الصور 90% كحد أقصى، مع ترك مساحة لمساحة خلفية فارغة / عادية، يمكن إخفاؤها بمجرد معالجة الصور، كما يجب عكس الإضاءة على الصور للحفاظ على المظهر العتيق.

كافة الصور المستخدمة في هذا الدليل كنماذج توضيحية خاضعة لحماية الملكية الفكرية، ولا يحق نشرها أو إعادة استخدامها في أي مجال، دون الحصول على حقوق النشر الخاصة بها.

All images used in this document are for guidance and reference only. All relevant image rights and permissions must be obtained prior to publishing any imagery in the public domain.



## ما يجب فعله و ما لا يجب فعله

### Dos and Don'ts

بالرغم من الاعتماد على إلهام الماضي في التصوير، إلا أنه من المهم أن يكون التصوير الفوتوغرافي ممتعاً بصرياً وحدائياً وجذاباً.

Although we are drawing inspiration from the past, it is important our photography is visually interesting.



الأشياء بعيدة جداً  
Subjects too far away



الأشياء هي التركيز الرئيسي للإطار  
Subjects are main focus of frame



الأشياء قريبة جداً  
Subjects too close

### الاقتصاص Cropping

يضيف الاقتصاص على الصور التركيز، ويساعد على تأطير لحظة أو شخص أو مكان معين، إنه يخلق صوراً جذابة وشعوراً بالانتماء إلى ذلك الزمن.

Cropping the image adds focus, it helps to frame a specific moment, person or place. It makes the image visually interesting and intimate.



باهت جداً  
Too dull



كمية متوازنة من اللون  
Balanced amount of colour



مشبع جداً  
Too saturated

### تشبع اللون Colour Saturation

عندما نستخدم الصور الملونة للفعاليات، نستخدم حيوية الألوان للتعبير عن الإحساس بالطاقة والتفاؤل. يجب أن تخلق الإضاءة عمقاً وتؤكد على الموضوع، لذا فإن الصور العالية التشبع تعكس الحدائبة بكل أبعادها.

Colourful photographs of events will convey a sense of energy and optimism. Lighting should create depth of field and emphasise the subject. Highly saturated images look too modern.



عمق سطحي  
Too flat



المقدار المناسب من العمق  
Right amount of depth



غير واضح  
Too unclear

### عمق الجودة Depth of Field

عمق الجودة يجب أن يكون الركيزة الأساسية لأي صورة، والجمع بين التعتيم والتركيز يجعل التصوير الفوتوغرافي أكثر تشويقاً ويشعر بمزيد من الخصوصية.

Not everything has to be in focus. Combining blur and focus can make the photography more interesting and feel more personal.

كافة الصور المستخدمة في هذا الدليل كنماذج توضيحية خاضعة لحماية الملكية الفكرية، ولا يحق نشرها أو إعادة استخدامها في أي مجال، دون الحصول على حقوق النشر الخاصة بها.

All images used in this document are for guidance and reference only. All relevant image rights and permissions must be obtained prior to publishing any imagery in the public domain.



# 5.0 عناصر الهوية Brand Elements



## 5.1

## الأيقونات

### Iconography

The brand includes a set of 9 icons.  
These icons can be used by themselves  
or repeated together to create a pattern.  
All icons must be resized proportionally.

تم تصميم مجموعة من 9 أيقونات، يمكن  
استخدامها بمفردها أو معاً لإنشاء نمط، كما يجب  
تغيير حجم الأيقونات دوماً بشكل متناسب.



[تحميل أيقونات العلامة التجارية من هنا](#)

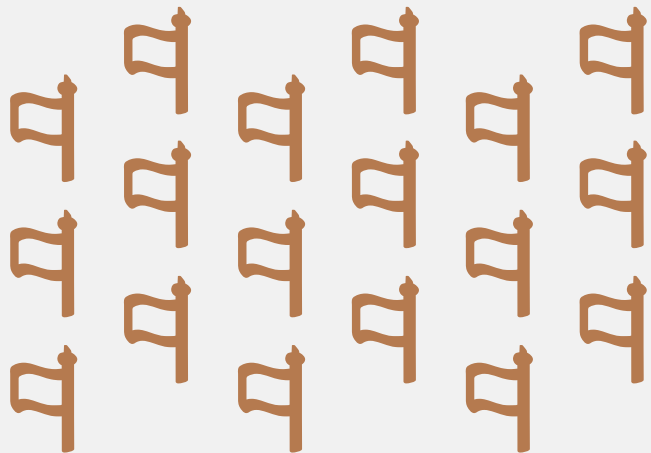
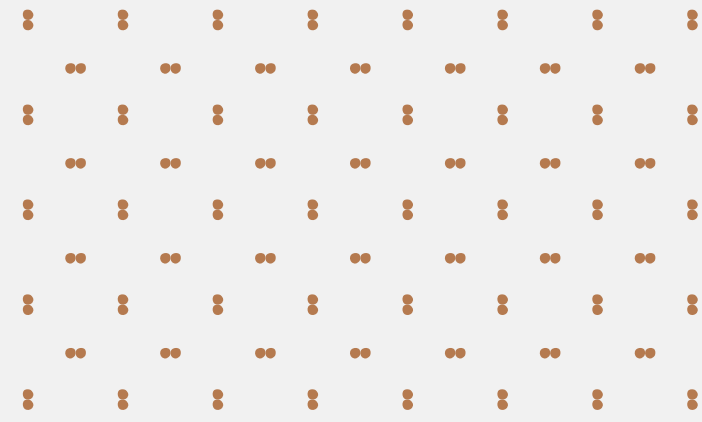
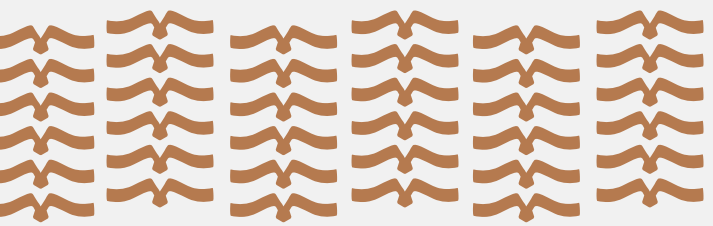
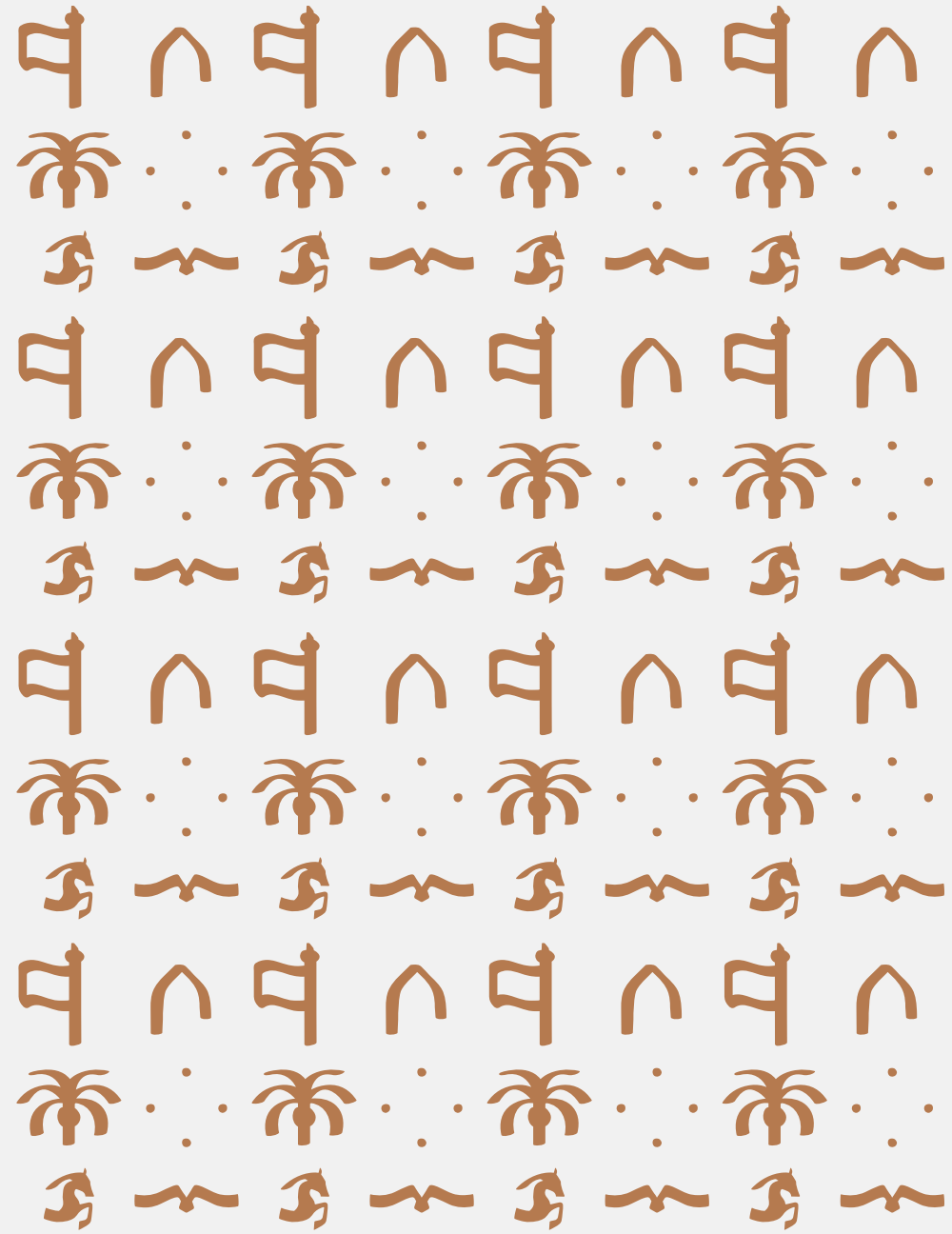
[Download the Brand Iconography here](#)



## 5.2

### الأنماط الأساسية

#### Primary Patterns



The Founding Day brand uses several patterns as part of its visual language, which is derived from the basic form of the brand mark. The Founding Day patterns represents different qualities and aspirations within the brand.

Founding Day patterns are to be used equally across all communications and collateral. A single pattern should not be favoured over others, in order to avoid repetitiveness.

تستخدم علامة يوم التأسيس التجارية عدة أنماط كجزء من التواصل البصري، وهي مشتقة من الشعار الأساسي للعلامة التجارية، حيث يجسد كل نمط من هذه الأنماط صفات وتطلعات مختلفة للعلامة التجارية. أنماط يوم التأسيس لا بد أن تستخدم بالتساوي في كافة عمليات التواصل والاتصال، و لا ينبغي تفضيل نمط على آخر، من أجل تجنّب التكرار.

[تحميل أيقونات العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Brand Primary Patterns here](#)

نمط متكرر بأشكال متعدّدة  
Multiple Shapes Repetitive Pattern

نمط متكرر أحادي الشكل  
Single Shape Repetitive Pattern

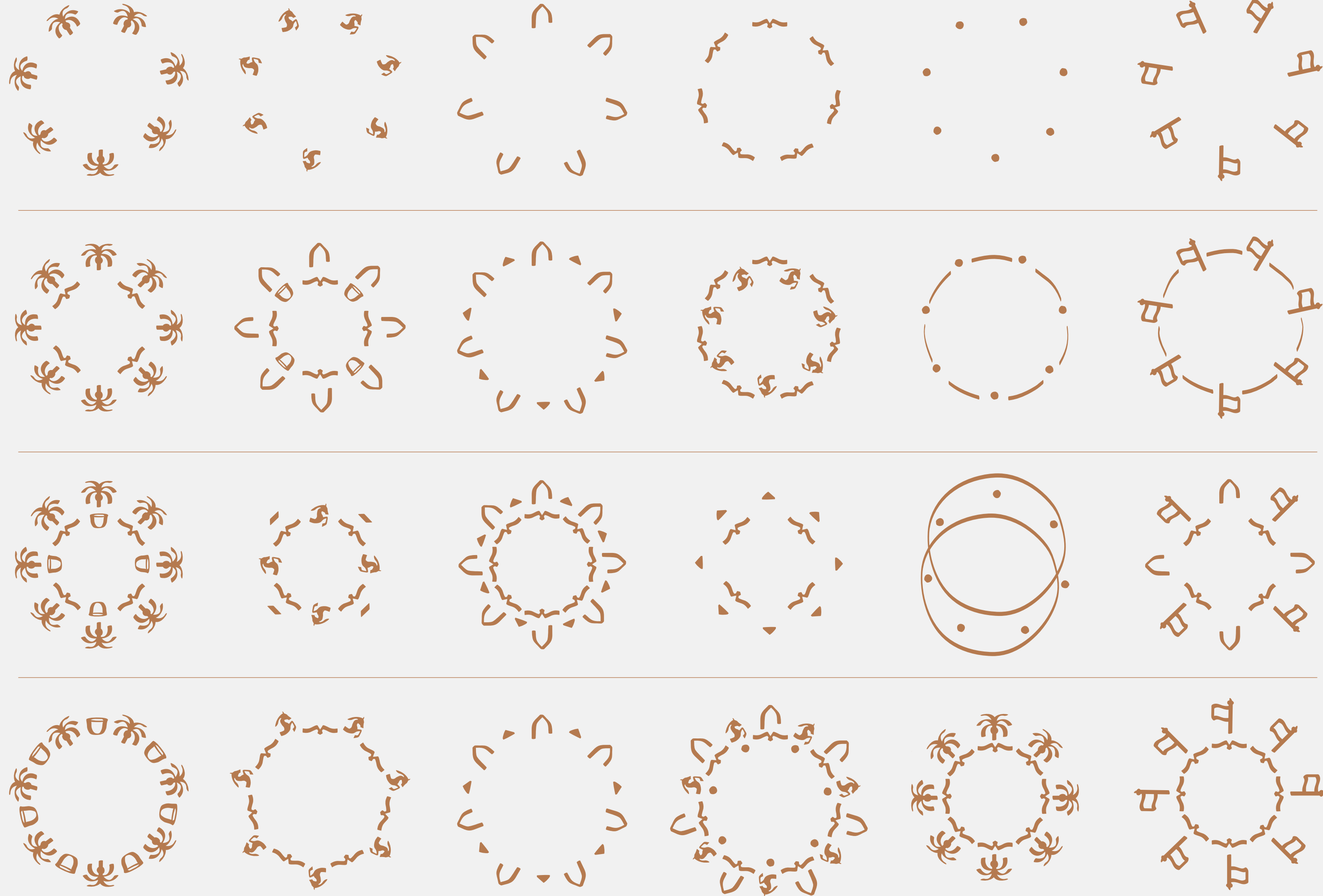
لا تستخدم أبداً أكثر من نمط واحد في قالب واحد  
Never use more than one pattern in a single template



5.3

الأنماط الثانوية

Secondary Patterns



Examples of shape based circular patterns, some are formed from a single repetitive shape while some are a mix of multiple shapes.

مثال على أنماط دائرية باستخدام الأيقونات، يتشكل بعضها من أيقونة واحدة متكررة بينما يشكل البعض الآخر مزيجاً من أيقونات متعددة.

[تحميل أيقونات العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Brand Secondary Patterns here](#)

يسمح بدمج أكثر من نمط ثانوي، على ألا يتم تغيير حجم النمط عند الدمج.

It's allowed to combine more than one secondary pattern together. Never change the size of the pattern when combined.





دفاتر  
Notebooks



5.4

الاقتصاص والتنسيب

Correct & Incorrect Pattern Cropping & Placement



On the left are examples of primary and secondary patterns correct and incorrect usages.

في هذه الصفحة أمثلة على الاستخدامات الصحيحة وغير الصحيحة للأنماط.





## 5.5

### الاستخدامات الخاطئة

#### Incorrect Usage

The decorative artifacts must be visible to the eye. Colour contrast is vital to ensure an accessible execution, avoiding colours in same group of value.

رؤية الأيقونات الزخرفية لا بد أن يكون سهلاً على الجميع، فتباين الألوان أمر مهم لضمان رؤية واضحة، لذا لا بد من تجنّب استخدام الألوان ضمن المجموعة الواحدة.

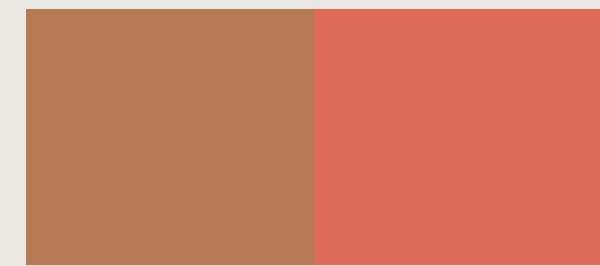


المجموعة الأولى  
Group One



يجب عدم دمج لون العزيمة البني ولون الكرم النبيذي معاً لتقارب درجتيهما بحيث يتعذر رؤيتهما.

Do not combine Determination Brown, Generosity Maroon.  
The values are too close together to be legible.



المجموعة الثانية  
Group Two



يجب عدم دمج لون الأرض البني ولون الأبداع الأحمر معاً لتقارب درجتيهما بحيث يتعذر رؤيتهما.

Do not combine The Land Brown, Creativity Red.  
The values are too close together to be legible.



# 6.0 قوالب التصميم Design Templates

يوم التأسيس





## 6.1

### قالب رأسي

#### Portrait Template



The portrait layout template is displayed opposite along with example design layout for guidance.

Always use the templates provided as a starting point for creating further layouts. Use the grid to ensure there is a balance between typography, image and/or graphics. The size and placement of both logo and type ensures you begin with a good platform for a well balanced layout. Layout templates can be obtained via the Marketing Department.

يبرز القالب الرأسي الموجود في الجهة المقابلة، نموذجاً واضحاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يعدّ هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصاميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن حجم الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم متوازن العناصر. يمكن الحصول على قوالب التصميم هذه من قسم التسويق.

[تحميل قوالب العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Layout Templates here](#)



## قالب رأسي (رقمي)

### Portrait Template (Digital)

The portrait layout template (Digital) is displayed opposite along with example design layout for guidance.

Always use the templates provided as a starting point for creating further layouts. Use the grid to ensure there is a balance between typography, image and/or graphics. The size and placement of both logo and type ensures you begin with a good platform for a well balanced layout. Layout templates can be obtained via the Marketing Department.

يبرز القالب الرأسي (الرقمي) الموجود في الجهة المقابلة، نموذجاً واضحاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يعدّ هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن حجم الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم متوازن العناصر. يمكن الحصول على قوالب التصميم هذه من قسم التسويق.

[تحميل قوالب العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Layout Templates here](#)





6.3

## قالب رأسي (طويل)

### Portrait Template (Long)

The portrait layout template (Long) is displayed opposite along with example design layout for guidance.

Always use the templates provided as a starting point for creating further layouts. Use the grid to ensure there is a balance between typography, image and/or graphics. The size and placement of both logo and type ensures you begin with a good platform for a well balanced layout. Layout templates can be obtained via the Marketing Department.

يبرز القالب الرأسي (الطويل) الموجود في الجهة المقابلة، نموذجاً واضحاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يعدّ هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن حجم الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم متوازن العناصر. يمكن الحصول على قوالب التصميم هذه من قسم التسويق.

[تحميل قوالب العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Layout Templates here](#)









## 6.4

### قالب مربع

#### Square Template



The square layout template is displayed opposite along with example design layout for guidance.

Always use the templates provided as a starting point for creating further layouts. Use the grid to ensure there is a balance between typography, image and/or graphics. The size and placement of both logo and type ensures you begin with a good platform for a well balanced layout. Layout templates can be obtained via the Marketing Department.

يبرز القالب المربع الموجود في الجهة المقابلة، نموذجاً واضحاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يعدّ هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصاميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن حجم الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم متوازن العناصر. يمكن الحصول على قوالب التصميم هذه من قسم التسويق.

[تحميل قوالب العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Layout Templates here](#)



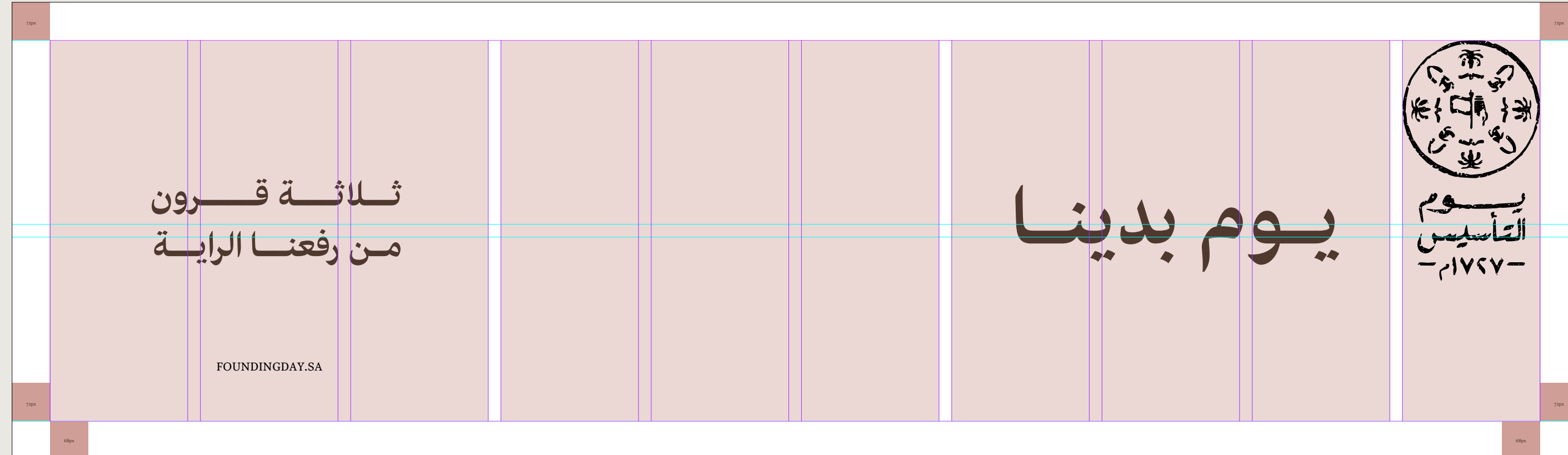




6.5

## قالب أفقي

### Landscape Template



The landscape layout template is displayed opposite along with example design layout for guidance.

Always use the templates provided as a starting point for creating further layouts. Use the grid to ensure there is a balance between typography, image and/or graphics. The size and placement of both logo and type ensures you begin with a good platform for a well balanced layout. Layout templates can be obtained via the Marketing Department.

يبرز القالب الأفقي الموجود في الجهة المقابلة، نموذجاً واضحاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يعدّ هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصاميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن حجم الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم متوازن العناصر. يمكن الحصول على قوالب التصميم هذه من قسم التسويق.

[تحميل قوالب العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Layout Templates here](#)



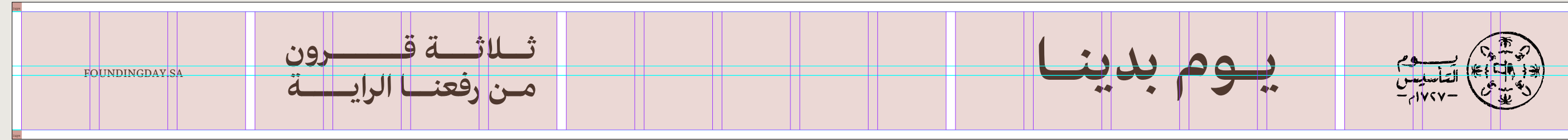




6.6

## قالب أفقي (طويل)

### Landscape Template (Long)



The landscape layout template (Long) is displayed opposite along with example design layout for guidance.

Always use the templates provided as a starting point for creating further layouts. Use the grid to ensure there is a balance between typography, image and/or graphics. The size and placement of both logo and type ensures you begin with a good platform for a well balanced layout. Layout templates can be obtained via the Marketing Department.

يبرز القالب الأفقي (الطويل) الموجود في الجهة المقابلة، نموذجاً واضحاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يعدّ هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصاميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن حجم الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم متوازن العناصر. يمكن الحصول على قوالب التصميم هذه من قسم التسويق.

[تحميل قوالب العلامة التجارية من هنا](#)

[Download the Layout Templates here](#)







# 7.0 استخدام الشعار بجانب شعارات أخرى Co-Branding





7.1

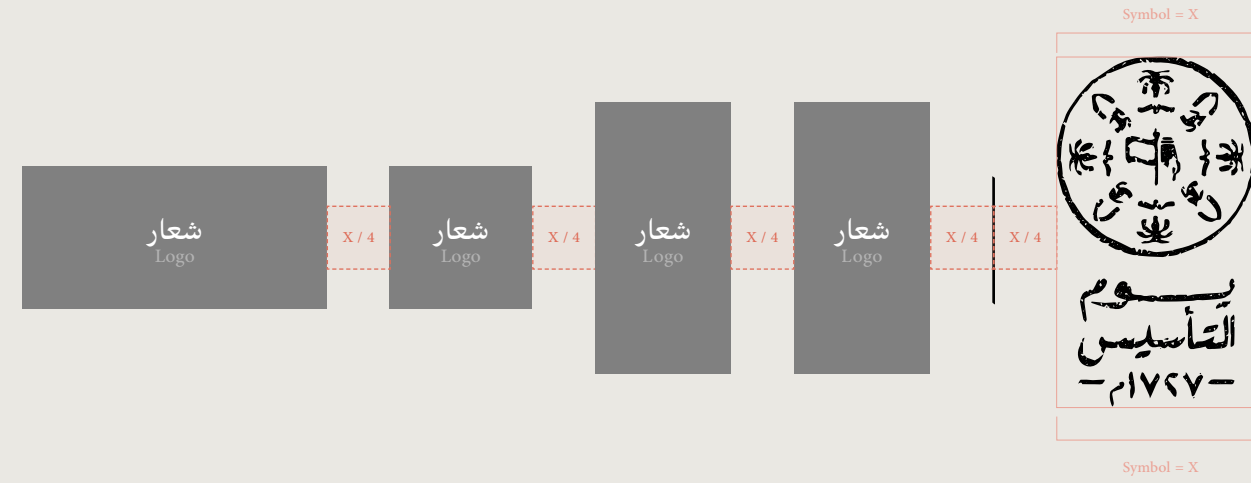
التسويق المُشْتَرَك (الرعاية)

Co-Branding (Sponsors)

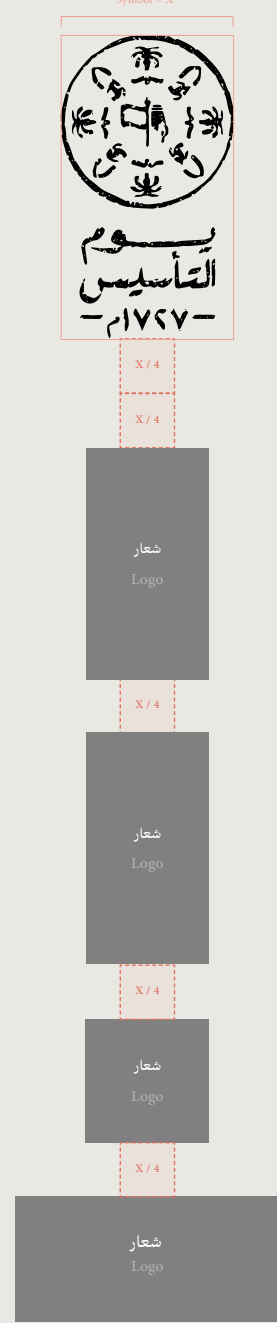
On the left is an example of Founding Day co-branding on portrait and landscape templates.

يجب أن تكون شعارات العلامة التجارية المشتركة أصغر بنسبة 20% من شعار يوم التأسيس، ويجب محاذاة جميع الشعارات مع شعار يوم التأسيس من الوسط.

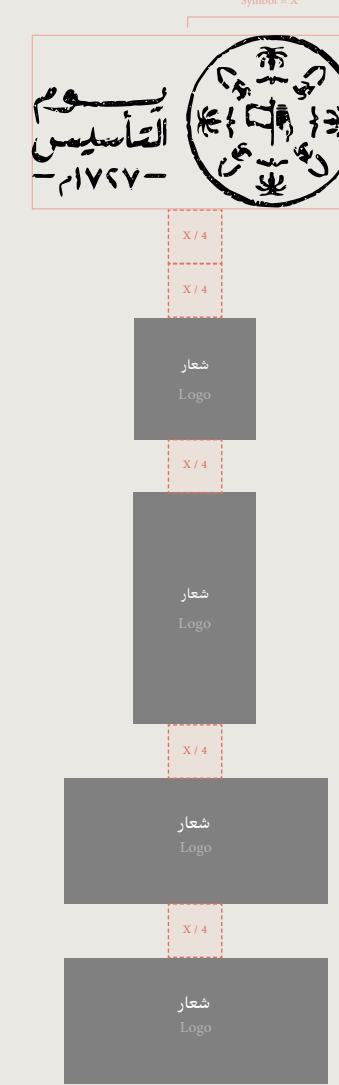
شعار رأسي  
Vertical Logo



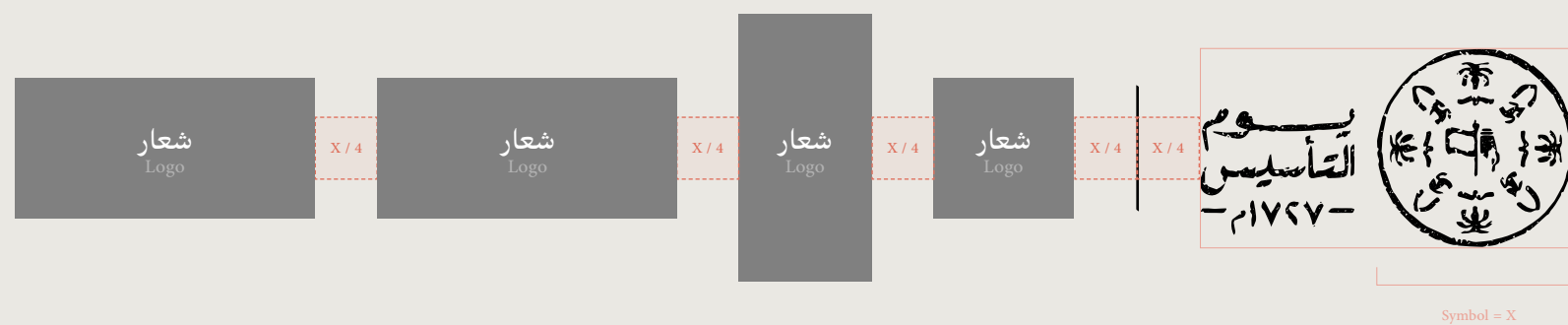
شعار رأسي  
Vertical Logo



شعار أفقي  
Horizontal Logo



شعار أفقي  
Horizontal Logo



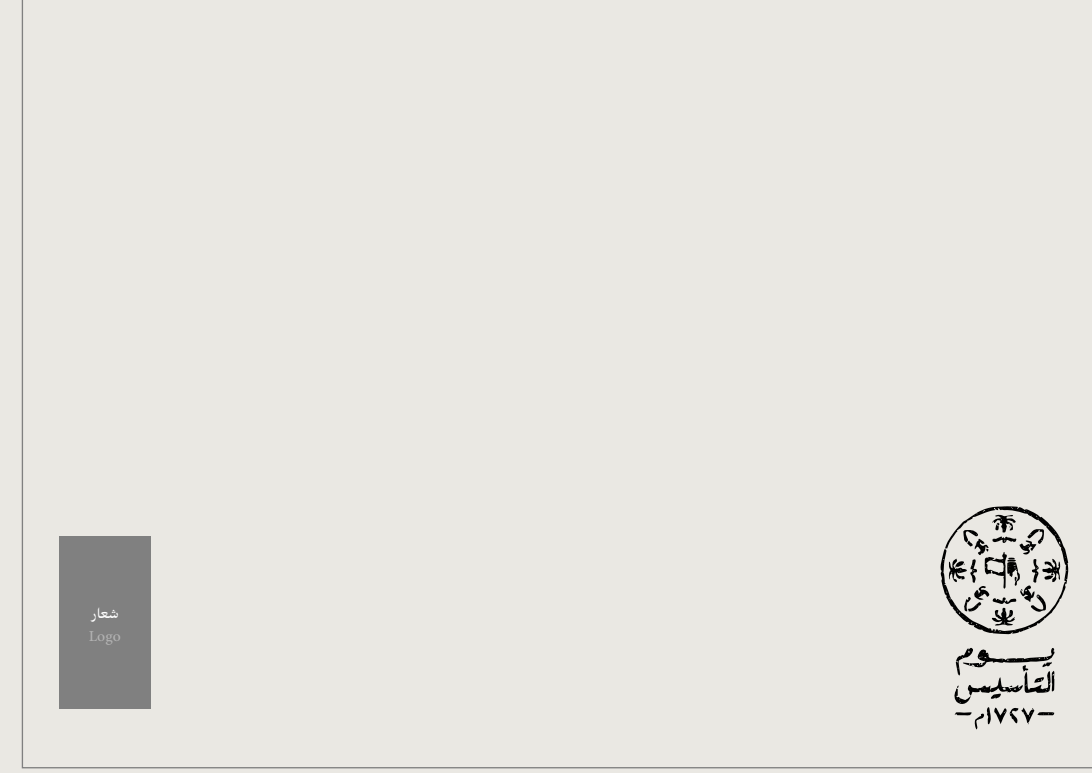
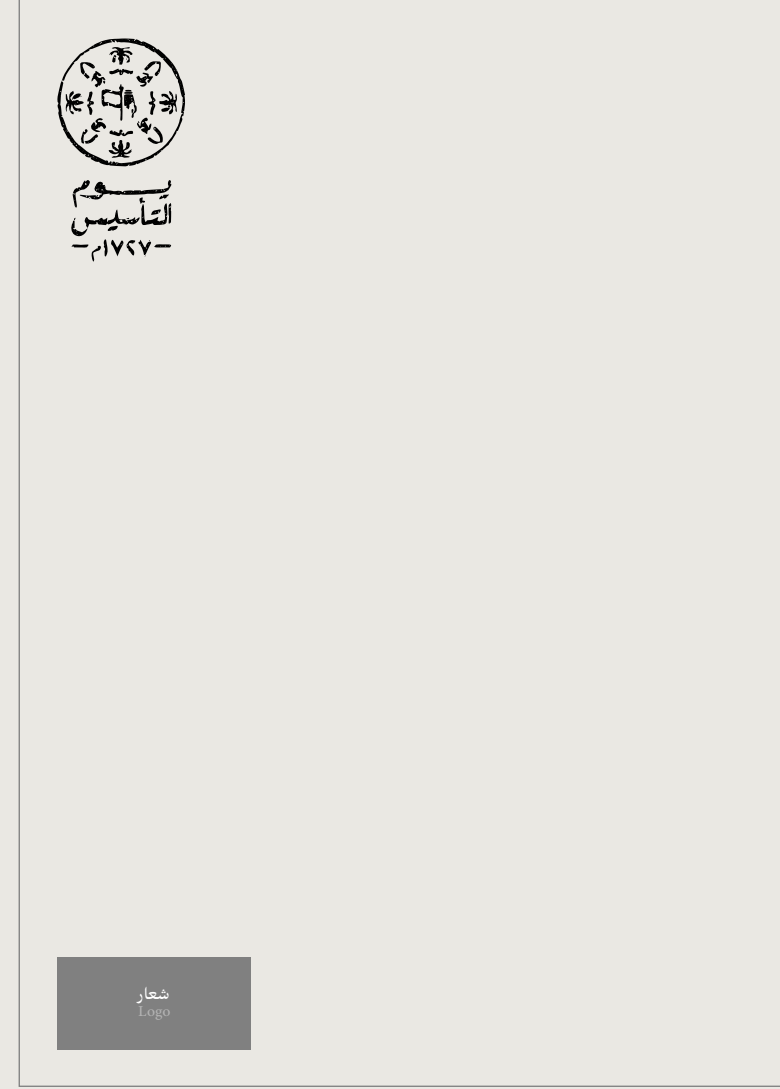
قالب أفقي  
Landscape Template

قالب رأسي  
Portrait Template

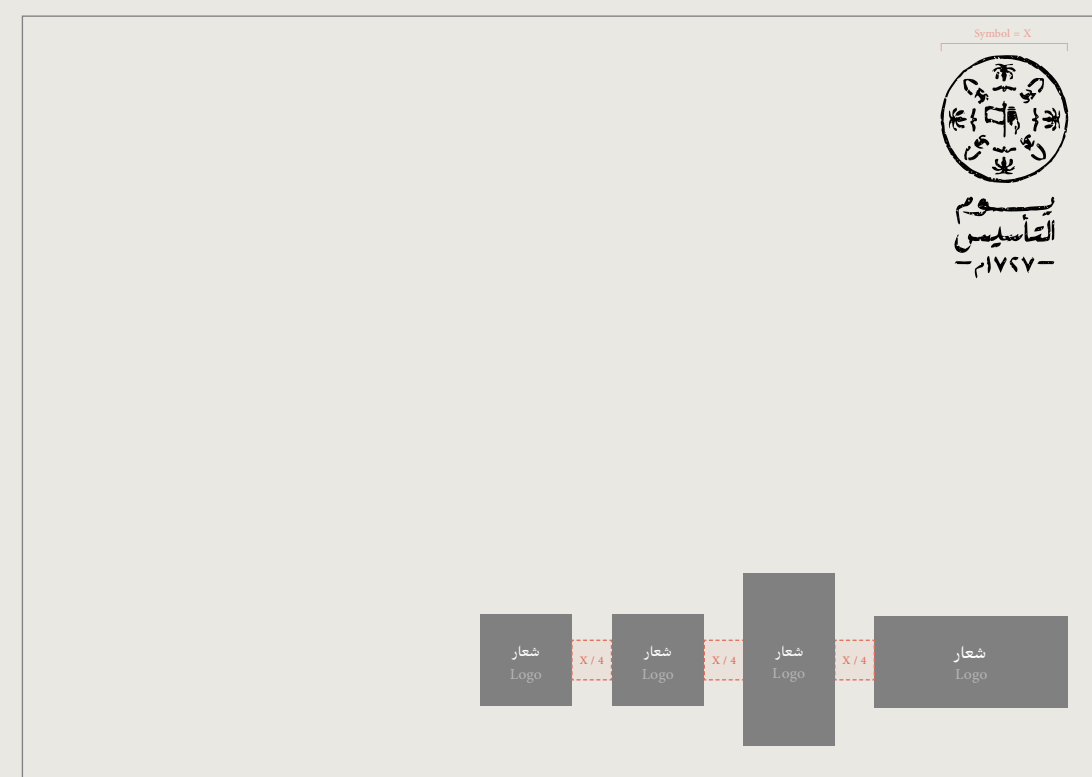
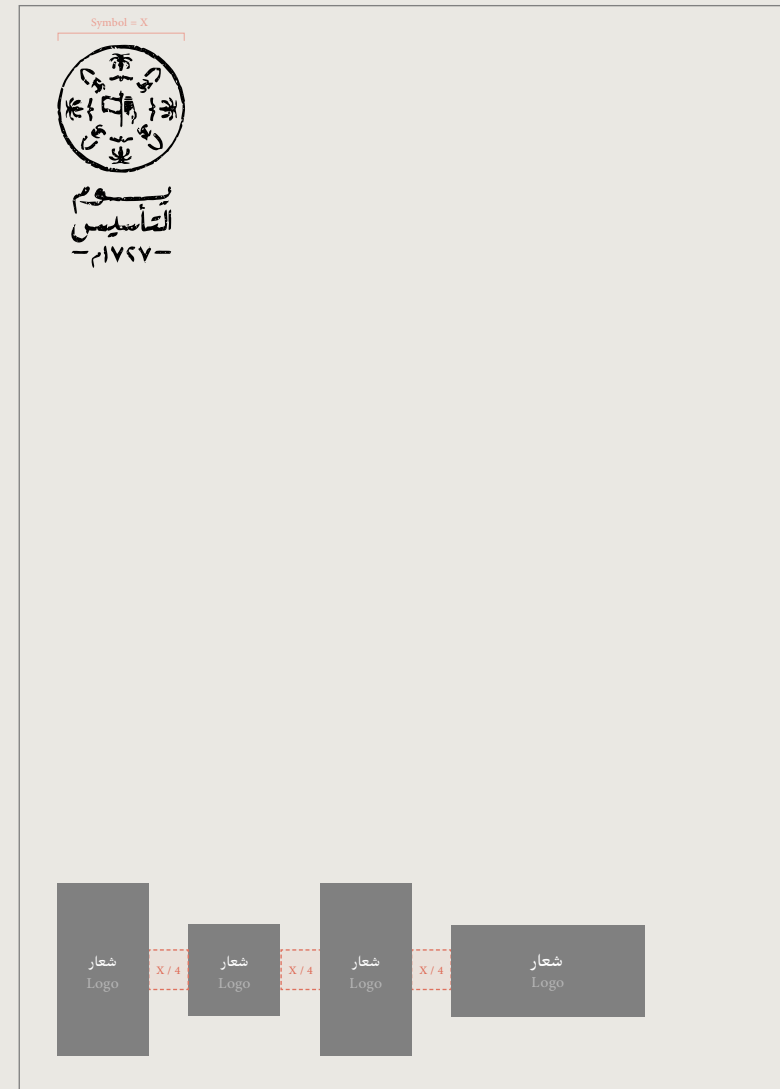
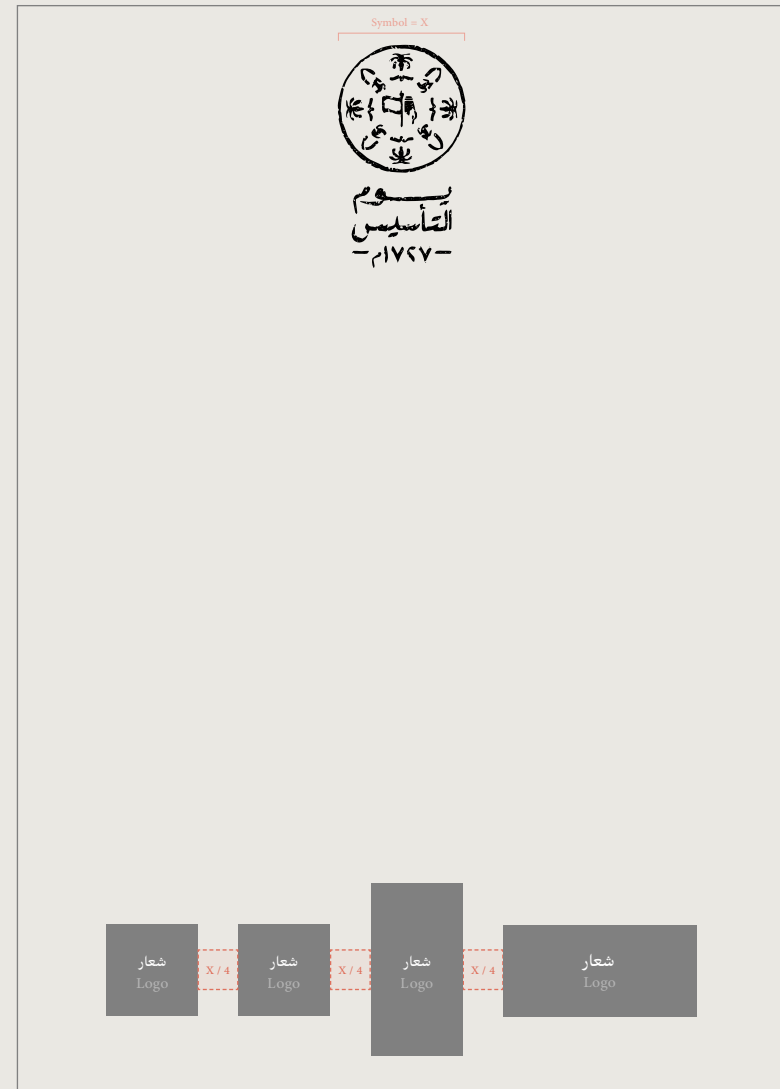


## مبادئ التسويق المُشترَك (الشركاء)

### Co-Branding Principles (Partners)



شريك واحد  
Single Partner



شركاء متعددون  
Multiple Partners

Co-branding partner logo should be 30% smaller than Founding Day logo.

#### Single Partner:

When the Founding Day logo is centered, we center align the partner logo. When Founding Day logo is left or right aligned, the partner logo should follow the same alignment.

#### Multiple Partners:

All partners' logos should follow Founding Day logo alignment, whether it's right, left or centre aligned. The same rules apply when using the horizontal logo lockup.

يجب أن تكون شعارات الشركاء أصغر بنسبة 30% من شعار يوم التأسيس.

#### شريك واحد:

حين يتم وضع شعار يوم التأسيس بالوسط، فإننا نتأكد من توسيط شعار الشركاء أيضاً. وحين يوضع شعار يوم التأسيس إلى جهة اليمين أو اليسار، فعلى شعار الشركاء أن يتبع ذات الجهة.

#### شركاء متعددون:

يجب على كافة شعارات الشركاء اتباع موقع وجهة شعار يوم التأسيس، سواءً كان على اليمين أو اليسار أو بالوسط. تنطبق ذات المعايير التصميمية عند استخدام الشعار بشكل عرضي (على التصاميم العرضية).



7.2

مثال على التسويق المُشْتَرَك

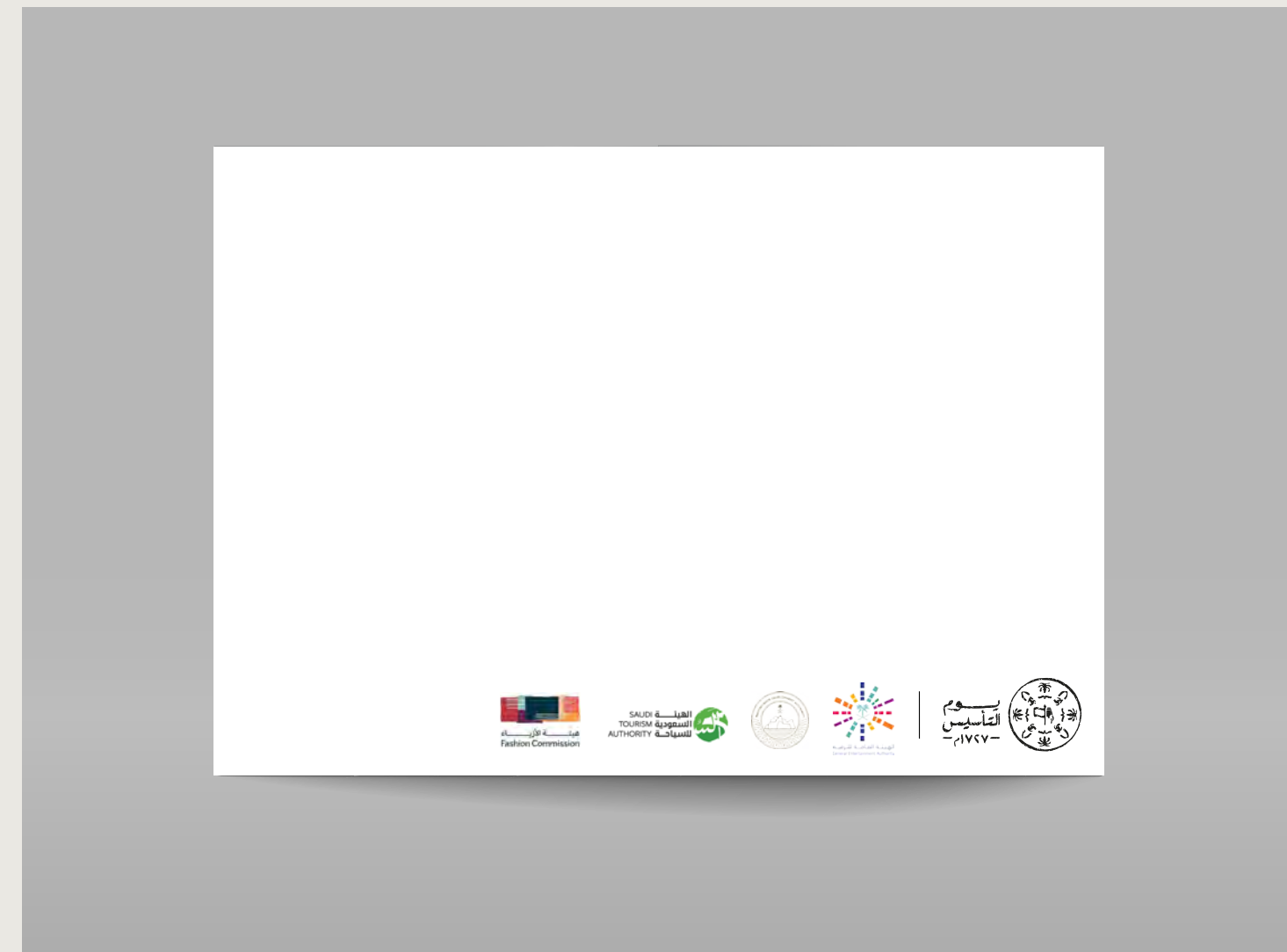
Co-Branding Example

Co-branding logos should be 20% smaller than Founding Day logo. Also note that all logos should be aligned to the center of the Founding Day logo

يجب أن تكون شعارات العلامة التجارية المشتركة أصغر بنسبة 20% من شعار يوم التأسيس، ويجب محاذاة جميع الشعارات مع شعار يوم التأسيس من الوسط.



الشركاء  
Partners



الرعاة الرسميون  
Sponsors



# 8.0 تطبيقات الهوية Brand Applications





میزا  
Mezah

أعلام  
Flags





شاشة الخبر  
Khobar Screen



لوحات إعلانية ضخمة  
Unipole





إعلانات  
Mupis





جداريات  
Street Wall





دلة  
Dallah

فناجين القهوة السعودية  
Saudi Coffe Cups





أكواب  
Metal Mugs





حقيبة قماش  
Cloth Bag

سرج الحصان  
Horse Saddle





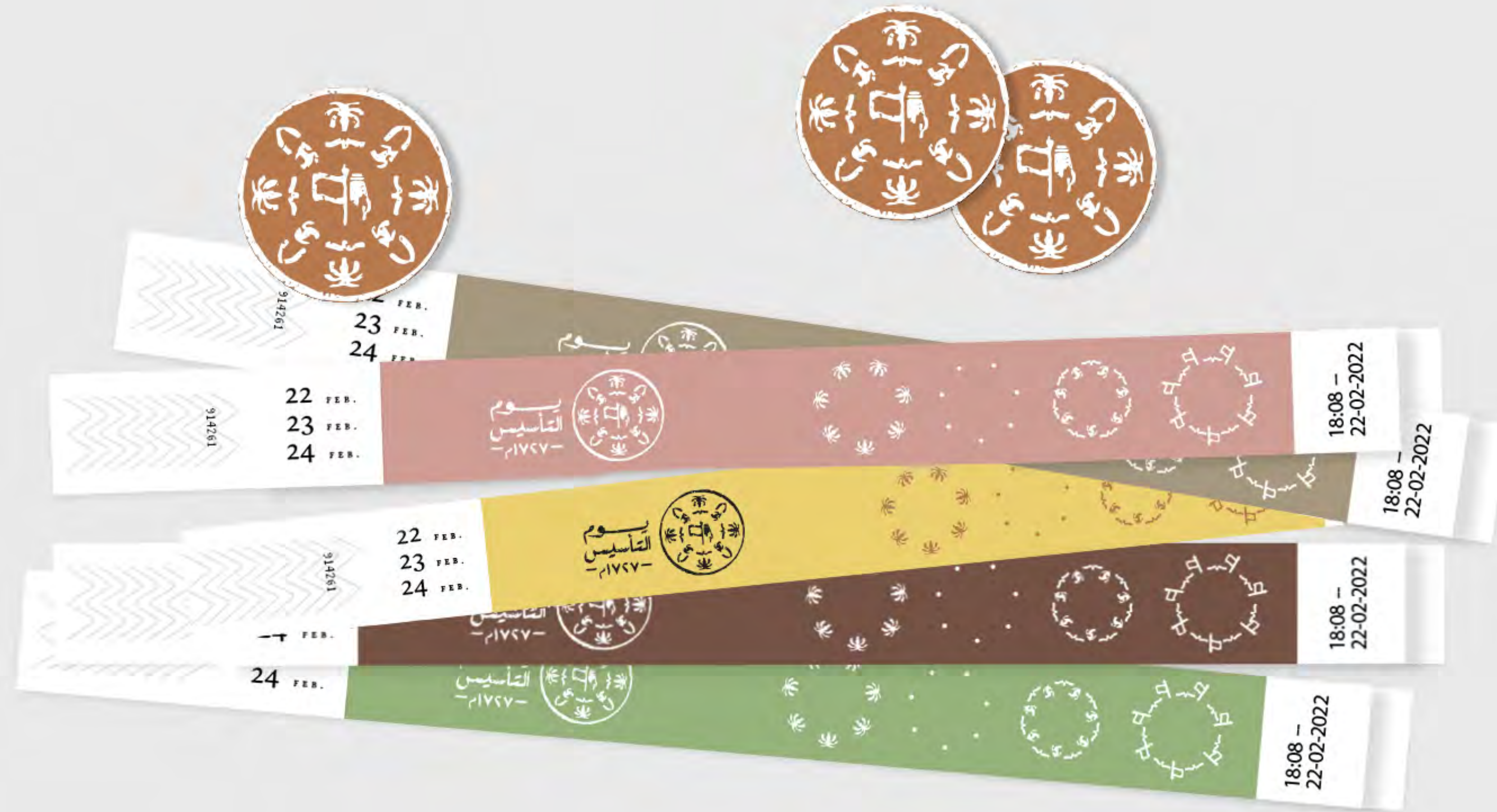
بطاقات الهدايا  
Gift Box





بطاقات  
Cards





أساور يد  
Wrist Bands





دبوس  
Pin

بطاقة اسم  
Name Tag





غطاء هاتف  
Phone Case





ستيكرز مطبوعة ورقمية  
Print & Digital Stickers





أكواب قهوة  
Coffee Cups





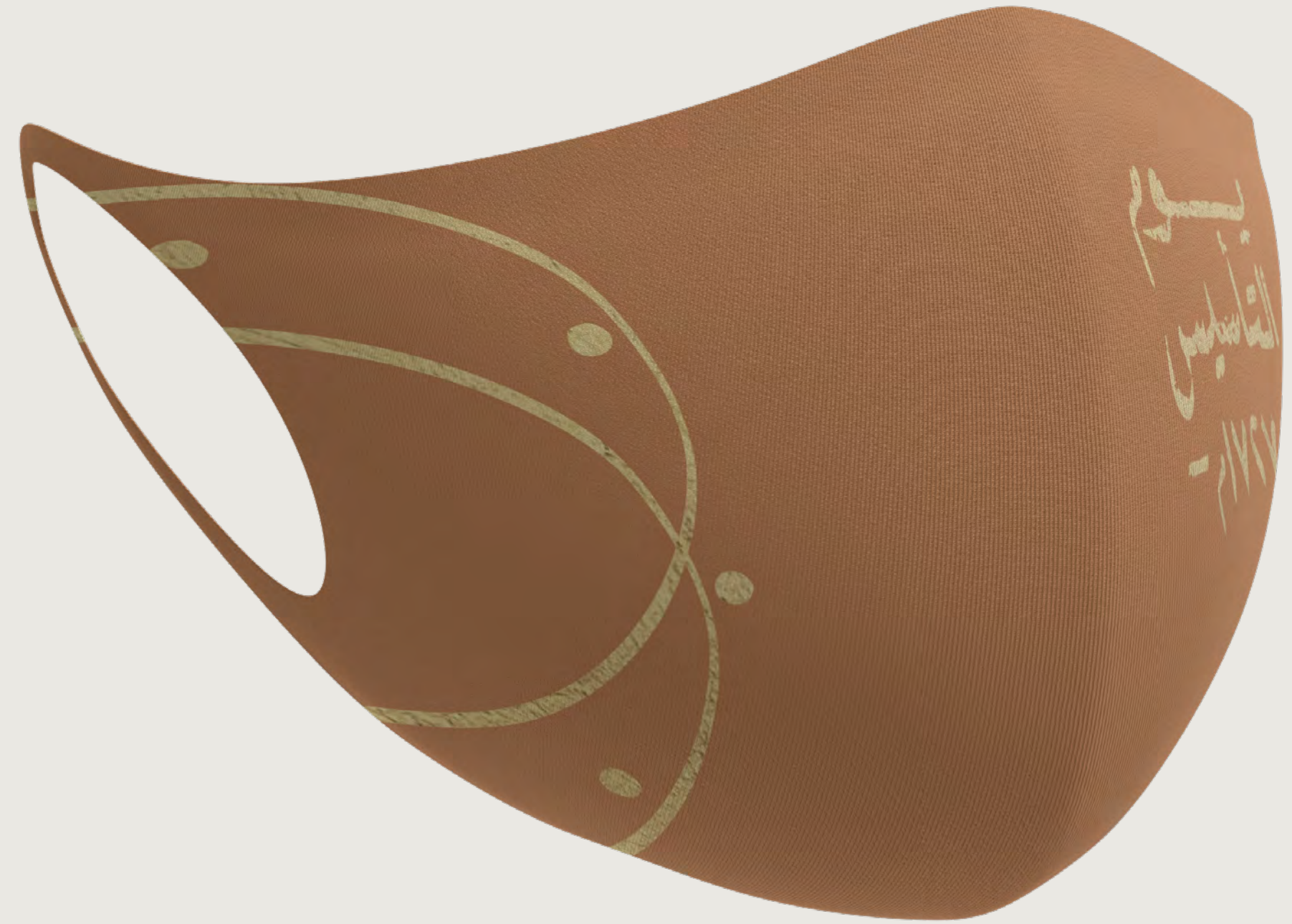
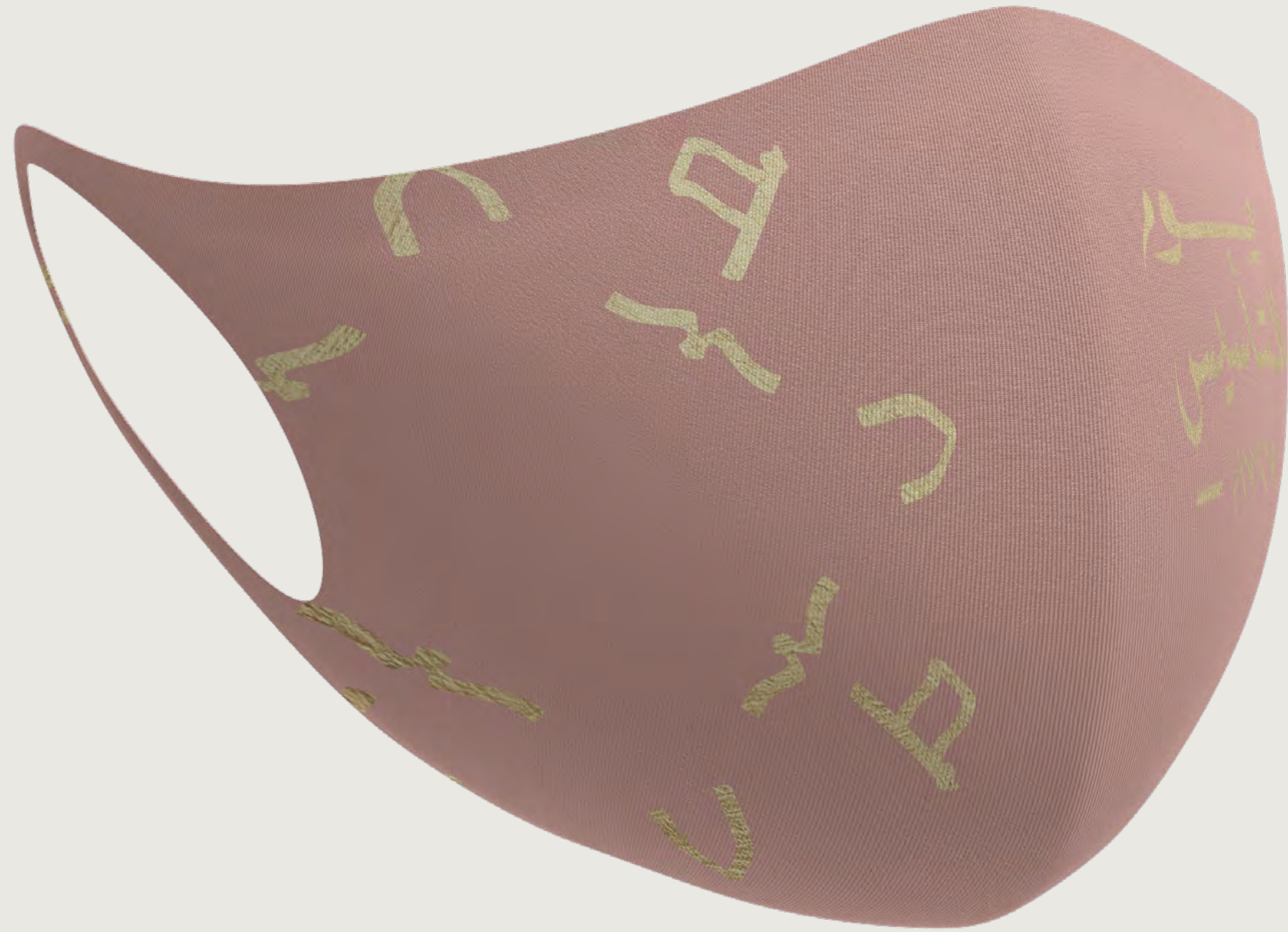
زجاجات معدنية  
Metal Bottles





حقيبة يد قماشية  
Tote Bag





كمامات  
Masks





قمصان  
T-shirts





وشاح  
Scarf



شكراً لكم  
THANK YOU