

Brand Identity Manual دليل الهوية الإرشادي

الإصدار الأول - V.01



الفهرس

Table of The content

المقدمة

Introduction

Introduction to GEA guidelines..... 6 نبذة عامة عن الهوية البصرية.....

1 استراتيجية التواصل

Communication Strategy

.....Communication strategy objective 8 الهدف من الاستراتيجية التواصلية..... 2.1
..... Values of Gea 9 قيم الهيئة..... 2.2
.....Identity Description 10 وصف الشخصية..... 2.3
.....Target Groups 12 الفئة المستهدفة..... 2.4
..... Key Messages 14 الرسائل الأساسية..... 2.5
..... Glossary of Enjoy Saudi 16 قاموس عيشها.....
..... Tone of Voice 17 نبرة الصوت.....

2 الهوية الأساسية

Basic Identity

.....Story of Logo 28 قصة الشعار.....
..... The Logo 29 الشعار.....
..... The Logo Structure 30 بناء الشعار.....
.....Logo in full color 31 الشعار بالألوان الكاملة.....
.....Clear Space 32 المساحة الحرة.....
.....The Logo Positioning 33 تركز الشعار.....
..... Design template 34 قوالب التصميم.....
..... Marigns 35 الهوامش.....
..... Templates 36 القوالب الفنية.....

.....Logo Size 37 مقياس الشعار.....
.....Logo minimum Size 38 أصغر مقياس للشعار.....
..... Wrong uses of the Logo 39 الإستخدامات الخاطئة للشعار.....
..... The colors 40 الألوان.....
..... Primary Logo 42 الألوان الرئيسية.....
.....Supporting colors values 43 القيم اللونية الداعمة.....
..... Dark color Gradients 44 التدرجات اللونية الداكنة.....
..... Color wheel 45 الدائرة اللونية.....
..... Primary fonts 46 الخطوط الأساسية.....
.....Alternative Fonts 47 الخطوط البديلة.....
..... Enjoy Saudi Theme 48 موجة عيشها.....
..... Theme Design 49 تصميم الثيم.....
..... The Theme 50 الثيم كاملاً.....
..... Theme Ratio in the art space 51 نسبة الثيم في المساحة الفنية.....
..... The pattren 52 النمط.....
..... Applying The theme 53 تطبيق النمط.....
..... Wrong Applications 56 تطبيقات خاطئة.....
.....Colored Background 57 خلفية ملونة.....
..... Supporting Items 58 عناصر داعمة.....
.....Icons partitioning 59 تشريح الأيقونات.....
..... Icons 60 الأيقونات.....

الفهرس

Table of The content

3 التوجهات المعتمدة

Approved Directions

.....The Logo with GEA logo	62عيشها مع الهيئة
.....The Logo with Two logos	63عيشها مع الهيئة وشعار آخر
..... Colored Logo with GEA logo	64شعارات ملونة
..... Colored Logo with Two logos	65خلفية ملونة

4 التصوير الفوتوغرافي والفيديو

Photography and video

.....General principals	67المبادئ العامة
..... Values	68القيم
..... Audio and music	69الصوت
..... Audio branding	70الهوية الصوتية
.....Sonic logo	71الشعار الصوتي
..... Where we use audio brand	72الموسيقى والنغمات الصوتية
.....Adaptatations	73نسخ الشعار الصوتي
..... How we use sonic	74كيف يستخدم الشعار الصوتي
..... Makers	75الصناع
..... Work performance	76أداء العمل
..... General principles of content	77المبادئ العامة
..... Photography - events	78الفعاليات
.....People	79الناس
.....Technical specifications	80المواصفات الفنية
.....Examples of principle application	81أمثلة على تطبيق المبادئ

.....Timing	82التوقيت
.....The main template	83قالب الفيديو
.....Introduction	87المقدمة
..... Low thirds	99المحتوى
.....Theme with video	102الفيديو مع الثيم
..... Outro	103نهاية الفيديو
..... Colored background	104التركيز في الصور/ الإنتقالات
..... Thumbnail	105Thumbnail
.....Video technical specifications	106المواصفات الفنية للفيديو

5 تطبيقات الهوية

Applications

..... Papers of Correspondence	108ورق مراسلات
..... Values	110فاتورة
..... Business Cards	114بطاقات العمل
.....Congratulation Cards	118بطاقه تهنئة
.....C3 envelope	120ظرف C3
..... C4 envelope	121ظرف C4
.....DL envelope	122ظرف DL
.....Notebook	124المفكرة
..... Folder	127مصنف

الفهرس

Table of The content

5 تطبيقات الهوية

Applications

.....Publication	154المطويات
.....Newspaper	155إعلانات الصحيفة
.....Mupi	159موبي
.....Outdoor billboard	150إعلانات خارجية

6 كبار الشخصيات

Vips

.....The logo	162الشعار
.....Publications	163المنشورات
.....Posters	165بوسترات
.....Flyers	167المطويات
.....Brochures	169بروشورات
.....Invitations	171دعوات

7 شبكات التواصل الاجتماعي

Social Media

.....Templates and logo centring	175تقسيم القالب وارتكاز الشعار
.....Design templates	176قالب التصميم
.....The Logo Background	177خلفية الشعار
.....The main template	178القالب الرئيسي
.....The card	179البطاقة
.....Caption Card	185بطاقة التوثيق
.....Colored template	187القالب الملون

.....Id Cards	129بطاقات تعريف
.....Rollup	130رول أب
.....PopUp	131بوب أب
.....Back panels	132لوحات خلفية
.....Bus	134باص
.....Sedan	135سيدان
.....Track	136شاحنة
.....Email Signature	138توقيع إيميل
.....Flags	139اعلام
.....Paper Bags	140أكياس
.....Tote Bags	141حقائب
.....Presentations	142عروض تقديم
.....Stopscreen	143شاشة توقف
.....T-shirts	144تيشيرت
.....Hodies	145القمصان ذات القبعة
.....ID cards with Straps	146الأشرطة وبطاقات الدخول
.....Display boards	147لوحات العرض
.....Pins	148شارات الإنتساب
.....Pens	149الأقلام
.....Calender	150تقويم
.....Posters	151المطبوعات الترويجية بوستر
.....Publications	152منشورات
.....Brochures	153بروشورات

الفهرس

Table of The content

7 شبكات التواصل الإجتماعي

Social Media

.....Twitter	189تويتر
.....Instagram	191انستغرام
.....The Website	196الموقع الإلكتروني
.....The application	197التطبيق

8 المناسبات المميزة

Special Events

.....The Logo	199الشعار
.....The Colors	200الألوان
.....Applications	201التطبيقات
.....Social media	202التواصل الاجتماعي
.....Logo postioning	203تمركز الشعار

المقدمة Introduction

إن إبداع هوية يعني أن تنطلق من الفهم العميق للشركة وأهدافها لصناعة الرسائل التواصلية والتسويقية بما يصنع علاقة عاطفية مستدامة مع عملائها ومستهدفها.
في هذا الدليل نصنع الملامح الأساسية لعلامة عيشها والطرق المثالية لتوصيلها للعملاء والجمهور والشركاء.

نرجو من كافة مستخدمي الدليل الإطلاع على النسخة المحدثة منه والتواصل مع فريق الهوية المختص عند الحاجة لأي تفاصيل إضافية.

لماذا هذا الدليل؟

Why this Manual?

To create an identity means to move from the deep understanding of the company and its objectives to communication and marketing message development to make a sustainable emotional relationship with its customers and target groups.

In this manual, we create the basic features of “Enjoy Saudi” brand and the ideal means to communicate it to customers, audience and partners.

All users of this manual shall read its updated version and contact the specialized identity team if they need further information.

استراتيجية التواصل Communication Strategy 1

في هذا الجزء من الدليل نستعرض مكونات هوية عيشها الاستراتيجية والتي تشكل أساس تفعيل الهوية وضمان وصولها للمستهدفين بشكل صحيح.

In this section of the manual, we review the strategic components of "Enjoy Saudi" identity, which help to activate the identity and ensure that it properly reaches the target groups.



1.1. الهدف من الاستراتيجية Strategy Objective

“Enjoy Saudi” digital platform was created to communicate with the community, present the entertainment options available in the Kingdom and promote values through these options. These options include discovery, diversity, inspiration, and contribution to improving happiness index. The objective of this strategy creation is to define specific criteria for successful communication with the various target groups to achieve the digital platform objectives and communicate its messages to the public while serving values of the GEA.

أبتكرت منصة عيشها الرقمية للتواصل مع المجتمع وعرض الخيارات الترفيهية في المملكة، وتعزيز القيم عبر هذه الخيارات. ومنها الاكتشاف والتنوع والإلهام والمساهمة في تحسين مؤشر السعادة. وهدف بناء هذه الاستراتيجية هو تحديد معايير معينة للتواصل مع مختلف الفئات المستهدفة بشكل ناجح، ويحقق أهداف المنصة الرقمية ويوصل رسائلها للجمهور مع خدمة قيم الهيئة العامة

النجاح الإجمالي Successful communication



1.2. قيم الهيئة

Values of GEA

الجودة | Ambition



نلتزم بإثراء أفضل التجارب الترفيهية عالية المستوى من خلال تقديم خيارات ترفيهية ذات جودة عالية.

We are committed to enrich the best high level entertainment experiences by offering high quality entertainment options

الطموح | Ambition



نطمح إلى بناء قطاع ترفيهي مزدهر ومستدام لوضع المملكة على خارطة الوجهات الترفيهية العالمية.

We aspire to build a flourishing and sustainable entertainment sector to put the Kingdom on the map of global entertainment destinations.

الشفغف | Passion



شغوفون بعملنا ومتحمسون لصناعة الأثر وتشكيل التغيير الهادف لقطاع الترفيه ومؤمنون بممارساتنا وأهدافنا.

We are passionate about our work and enthusiastic to make a real impact and meaningful change in the entertainment sector. We believe in our activities and objectives.

التعاون | Cooperation



نتعاون للوصول لهدفنا من خلال التحلي بروح الفريق والتعاون مع الجهات ذات العلاقة في تقديم الخيارات الترفيهية.

We cooperate to reach our objective through teamwork and cooperation with the relevant agencies to provide entertainment options.

النزاهة | Integrity



نتحمل مسؤولية أعمالنا ونسعى لتطبيق أعلى معايير الشفافية والنزاهة في كافة ممارساتنا.

We are responsible for our activities and seek to apply the highest standards of transparency and integrity in our activities.

1.3 وصف الشخصية Identity Description

متقفة / ملهمة
Cultured / inspiring

شابة / متجددة
Young / renewable

متعددة اللغات
Multilingual

مرحة / مبتهجة
Joyful / cheerful

مستكشفة
Explorer

أصيلة / متعددة الثقافات
Genuine / multicultural

منافسة
Competitive

محمسه / متحمسة
Enthusing / enthusiastic

1.4. وصف الشخصية Identity description

بإمكاننا عكس الصفة بحيث تتسم نبرة الحديث بأنها

أوصاف الشخصية Identity description

متنوعة
جذابه
Varied
Attractive

حيوية
طموحة
Vibrant
Ambitious



شابة
متجددة
Young
Renewable



متفاعلة
متقبلة للجميع
Interactive
Embracing all

إيجابية
إجتماعية
Positive
Sociable



مبتهجة
مرحة
Cheerful
Joyful



فخورة بتنوع ثقافتها
خبيرة بالوجهات

Proud of its cultural diversity
Destination expert

سعودية
مستطلعة

Saudi
Informant



أصيلة
متعددة
الثقافات
Genuine
Multicultural



ثرية المعلومات
واسعة المدارك
Informative
Cognitive

مبدعة
جريئة
Creative
Bold



مثقفة
ملهمة
Cultured
Inspirer



شخصية «عيشها» هي الأوصاف التي يتم استخدامها عند صياغة الرسائل التواصلية والتي تتسم بها المنصة. نرجو مراعاة هذه الأوصاف واعتمادها كعناصر إلهامية وإرشادية يبني عليها إبداعك الشخصي.

The Identity of "Enjoy Saudi" is the descriptions that are used when wording the communication messages of the platform.

Please, take these descriptions into consideration and guide by them as inspirational elements upon which your personal creativity is built

1.5. الفئة المستهدفة

Target groups

فئة المجتمعات خارج المملكة Societies outside the kingdom		فئة المقيمين Residents		فئة المواطنين Citizens	
رجال - نساء Men - women	الجنس Gender	رجال - نساء Men - women	الجنس Gender	رجال - نساء Men - women	الجنس Gender
شباب / كبار Youths / adults	الفئة العمرية Age group	مراهقين / شباب / كبار Teenagers / youths / adults	الفئة العمرية Age group	مراهقين / شباب / كبار Teenagers / youths / adults	الفئة العمرية Age group
أفراد / عائلات Singels /families	الفئة الإجتماعية Social group	أفراد / عائلات Singels /families	الفئة الإجتماعية Social group	أفراد / عائلات Singels /families	الفئة الإجتماعية Social group
20 - 50 سنة Years 50-20	الأعمار Age	13 - 55 سنة Years 55-13	الأعمار Age	13 - 55 سنة Years 55-13	الأعمار Age
متوسط - تعليم عالي Intermediate - higher education	التعليم Education	ابتدائي - متوسط - تعليم عالي Primary - intermediate - higher education	التعليم Education	ابتدائي - متوسط - تعليم عالي Primary - intermediate - higher education	التعليم Education
ثقافات المملكة المتنوعة مهتمين بالسفر - الاستكشاف الثقافات العربية Of different cultures of the kingdom Interested in travel - exploration Arab cultures	الإهتمام Interests	يعيشون في مختلف مناطق المملكة Differnt regions of the kingdom مستوياتهم المادية متنوعة Various financial levels عربية - الإنجليزية بشكل أساسي Basically arabic and english	المنطقة Region	يعيشون في مختلف مناطق المملكة Differnt regions of the kingdom مستوياتهم المادية متنوعة Various financial levels عربية Arabic	المنطقة Region
عربية - الإنجليزية بشكل أساسي Basically arabic and english	اللغة Language	مختلف القطاعات Various sectors	الدخل Income	مختلف القطاعات Various financial levels	الدخل Income
مختلف القطاعات Various sectors	مجال العمل Area of work		اللغة Language		اللغة Language
			مجال العمل area of work		

1.6. الفئة المستهدفة

Target groups

التواصل المباشر Direct communication	الموقع / البحث Location / event	مواقع التواصل الاجتماعي Social network	الإعلام Media	الفعاليات Events Advertisements	الإعلانات	المطبوعات Publications	الرسالة الاتصالية الأساسية Key communication messages	الفئة المستهدفة Target Group	
●	●	●	●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> • تنوع الخيارات الترفيهية • نشر السعادة • تحفيز المواهب / الإبداع • تعزيز الاهتمامات الفنية والثقافية والاجتماعية 	جميع الفئات العمرية	فئة المواطنين Citizens
●	●	●	●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> • Diversifying entertainment options • Spreading happiness • Encouraging talents/creativity • Promoting artistic, cultural and social interests 	All age groups	فئة المقيمين Residents
	●	●	●		●		<p>المملكة كوجهة ترفيهية وثقافية</p> <p>The Kingdom as an entertainment and cultural destination</p>	20 - 50 سنة Years	فئة المجتمعات خارج المملكة Societies outside the

1.7. الرسائل الأساسية

Key Messages

وتتمثل رسائل عيشها الأساسية في عدة عناصر:
Key messages of "Enjoy Saudi" are:

- تنوع خيارات الترفيه
Diversifying entertainment options
- نشر السعادة
Spreading happiness
- تحفيز المواهب / الإبداع
Encouraging talents creativity
- تعزيز الاهتمامات الفنية والثقافية والاجتماعية
Promoting artistic, cultural and social interests
- الترويج للمملكة كوجهة ترفيهية
Promoting the Kingdom as an entertainment

في هذا الجزء نسعى لتحديد الخطوط العريضة التي نريد صياغتها وإيصالها عبر منصة عيشها خلال مختلف أشكال التواصل، والتي تتبع بالتالي من دور وقيم الهيئة العامة للترفيه والمرتبطة بالصناعة الترفيهية الجديدة بالمملكة، ثم بأهداف منصة عيشها الرقمية.

In this section, we seek to determine the outlines that we want to formulate and communicate through "Enjoy Saudi" by various communication methods, which consequently result from GEA role and values and associated with the new entertainment sector in the Kingdom and objectives of "Enjoy Saudi".

1.7. الرسائل الأساسية Key Messages

سبل تعزيزها	أهداف عيشها
<ul style="list-style-type: none"> عرض الخيارات وتوضيح تنوعها للجمهور وجذب مختلف الفئات لها. تحديث الأنشطة الترفيهية طوال العام وتصنيفها حسب مناطق المملكة. Providing options and indicate to the audience to what extent these options are diversified and attracting various groups to these options. Updating the entertainment activities throughout the year and classifying them by region. 	<p>تنوع الخيارات الترفيهية Diversifying entertainment options</p>
<ul style="list-style-type: none"> التأكد من جودة الأنشطة الترفيهية وتحقيقها لمعايير الهيئة العامة. جمع إحصائيات الحضور ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة. Ensuring the quality of entertainment activities and that they meet GEA standards. Collecting number of attendees and to what extent they are satisfied with the provided services. 	<p>نشر السعادة Spreading happiness</p>
<ul style="list-style-type: none"> إقامة مسابقات المواهب الدورية والإشراف عليها. جذب مواهب وإبداعات جميع الفئات العمرية. تثقيف الجمهور عن المسابقات الإقليمية والعالمية وتحفيزهم على المشاركة. Conducting and supervising periodic talent competitions. Attracting talents and innovations of all age groups. Educating the audience about regional and global competitions and motivating them to participate in these competition. 	<p>تحفيز المواهب / الإبداع Encouraging talents / creativity</p>
<ul style="list-style-type: none"> الترويج للمتاحف والأنشطة الثقافية والفنية وأشهر الأماكن التراثية حول المملكة. نشر المقالات الترويجية لتجارب الجمهور المهتمين بالأنشطة الثقافية والفنية. Promoting museums, cultural and artistic activities and the most famous heritage places across the Kingdom. Publishing promotional articles about experiences of audiences interested in cultural and artistic activities.. 	<p>تعزيز الاهتمامات الفنية والثقافية والاجتماعية Promoting artistic, cultural and social interests</p>
<ul style="list-style-type: none"> التحدث عن الخطط الاستراتيجية لتعزيز الترفيه في المملكة. عرض أحدث تطورات المشاريع الترفيهية الجديدة. Talking about strategic plans to enhance entertainment in the Kingdom. Offering the latest developments of new entertainment projects. 	<p>الترويج للمملكة كوجهة ترفيهية Promoting the Kingdom as an entertainment destination</p>

Communication strategy

1. استراتيجية التواصل

1.8. قاموس عيشها

Glossary of "Enjoy Saudi"

البهجة
Cheerfulness

الفرحة
Gladness

خيارات ترفيهية
Entertainment options

السعادة
Happiness

الاكتشاف
Exploration

مدن حيوية
Vibrant cities

الحماس
Enthusiasm

الوجهات
Destinations

مستوى عالمي
World class

الإبداع
Creativity

الإلهام
Inspiration

الثقافة السعودية
Saudi culture

التنوع
Variety

المعالم
Landmarks

المتعة
Joy

الإثارة
Excitement

الابتكار
Innovation

تنمية المواهب
Talent development

أنشطة ترفيهية
Entertainment activities

تعزيز المهارات
Skill enhancement

1.9. وصف نبرة صوت عيشها Description of "Enjoy Saudi" Tone

تتصف نبرة صوت عيشها بجميع أشكال تواصلها بأنها:
In all forms, tone of "Enjoy Saudi" is characterized by:

- In line with different cultures | منسجمة مع مختلف الثقافات
- Vibrant | حيوية
- Encouraging / stimulating | مشجعة / محفزة
- Funny / nice | مرحة / لطيفة
- Local / global | محلية / عالمية
- Young | شابة
- Simple | بسيطة
- Modern | حديثة
- Interesting | مثيرة للاهتمام
- Arabic / English | عربية / انجليزية

تتسم نبرة صوت عيشها بالحيوية والمرح والشباب وهذه الصفات الأساسية تنطلق من هدف المنصة.

Tone of "Enjoy Saudi" is vibrant, fun and young. These basic characteristics stem from the platform objective.

1.10. نبرة الصوت

Tone

بسيطة | Simple

مفهومة لجميع الفئات

Understood by all groups

كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟
How do you express this in communication?1 ركز على فكرة محددة
Focus on a specific idea

حاول تجزئة المعلومات إلى أكثر من جزء؛ ليسهل عليك التعبير عن كل فكره ببساطة.
Try splitting information into parts so that you can simply express each idea.

2 بسّط المعلومات
Simplify Information

استخدم الأسلوب المباشر البسيط دون إسهاب أو إطالة في النصوص.
Use simple and direct style without elaborating or long texts.

تساعد بساطة المفردات اللغوية على إيصال الرسالة من المحتوى لجميع الفئات المستهدفة، وتحقيق الأهداف الاتصالية عبر وضوح الأسلوب الكتابي وبساطة التعبير، دون التكلّف في المفردات والإسهاب في النصوص

Simplicity of vocabularies helps convey message of the content to all target groups. It also achieves the communication objectives through clear writing style and simple expression, without sophisticated vocabularies and long texts.

1.11. نبذة الصوت

Tone

حيوية | Vibrant

مفعمة بالنشاط

Active

كيف تعبّر عن ذلك في التواصل؟
How do you express this in communication?

1 حفّز حماس الجمهور
Stimulate audience enthusiasm

استعرض تفاصيل الأنشطة لإثارة حماسهم وتحفيزهم على الحضور أو التسجيل.

Review details of activities to arouse their enthusiasm and motivate them to attend or register.

2 اعكس جو التجارب الترفيهية
Reflect atmosphere of entertainment experiences

استخدم الأسلوب الوصفي ليعيش المتلقي جو التجربة وتنعكس على بهجته.

Use a descriptive style so that the recipient experiences the atmosphere and lives the joy.

تعكس منصة عيشها تنوع الخيارات الترفيهية التي تعبّر عن حيوية المدن السعودية، وعلى ذلك يجب أن تمثل نبرتها تلك البهجة النابضة بالحياة، بحيث تكون متجددة الاهتمامات ومتنوعة

“Enjoy Saudi” reflects the diversity of entertainment options that express the Saudi vibrant cities. Accordingly, its tone should represent vibrant joy so that it has renewable interests and various activities.

1.12. نبذة الصوت

Tone

مشجعة ومحفزة

Encouraging and stimulating

تثير الحماس

Arouse enthusiasm

كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟ How do you express this in communication?

1 ابتعد عن الأسلوب الإخباري Avoid news style

لا تكتفي بنشر الخبر لمجرد الإعلام بالفعالية أو غيرها، بل عزز الخبر بالتفاصيل المثيرة للحماس.
Do not publish the news simply to inform about an event, rather reinforce the news with exciting details

2 وضح طلب الإجراء Clarify the request for action

حفّز الجمهور على إجراء معين مثل التسجيل أو الحجز أو استعراض تفاصيل الفعالية.
Motivate audiences to do a specific action such as registering, booking, or reviewing event details.

تنوع الخيارات الترفيهية المعروضة في منصة عيشها؛ تثير حماس مختلف الاهتمامات للفئات المستهدفة، وانعكاس الحماس والإثارة على نبذة الصوت سيحفّزهم على الحضور والمشاركة، وتحقيق أهداف التواصل العامة أو الخاصة.

Entertainment options on “Enjoy Saudi” are various and arouse the enthusiasm of different target groups. The reflection of enthusiasm and excitement on the tone will motivate them to attend, participate and achieve public or private communication objectives.

1.13. نبذة الصوت

Tone

مرحة ولطيفة

Funny & Nice

خفيفة الظل

Funny

كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟ How do you express this in communication?

1 خصص الفئات Identify the groups

تعتبر منصة عيشها صديقة الجميع؛ فهي مرحة ونبرتها تتسم باللطف والتواصل المستمر بينها وبين الجمهور، فلا تعتبر رسمية وإنما قريبة من الجمهور وتخاطب اهتماماتهم.

اكتب نصوص مختلفة من المحتوى بطريقة سلسلة وبسيطة تناسب كل من الفئات العمرية.
Review details of activities to arouse their enthusiasm and motivate them to attend or register.

2 استخدم الأسئلة Use questions

اسأل عن تجارب الجمهور بطريقة مرحة، تحفزهم على التفاعل والرد.
Ask about audience experiences in a funny way that motivating them to interact and respond.

“Enjoy Saudi” is a friendly platform. It is funny and its tone is kind. It continuously communicate with the audience. It is official but rather it is close to the audience and addresses their interests.

1.14. نبرة الصوت

Tone

محلية وعالمية

Local & Global

تعكس مختلف الثقافات

Reflects various cultures

كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟ How do you express this in communication?

1 ثقّف الجمهور Educate the audience

تحدث عن التوجهات الترفيهية الجديدة حول العالم، واطرح مفهومها.
Talk about new entertainment trends around the world and explain their concepts.

2 تحدّث بلغة الجمهور Speak the audience's language

اختر اللغة المناسبة لتحقيق هدف التواصل، وتحفيز تفاعل الفئة المستهدفة.
Select the right language to achieve the communication objective and stimulate interaction of

تفتخر منصة عيشها بثقافتها السعودية الغنية وتستلهم حيويتها من تنوعها، وكذلك من الثقافات العالمية المتجددة لزوار المملكة والمقيمين بها، ويجب أن تمثل نبرة الصوت هذا التنوع الهائل بين مختلف الثقافات.

“Enjoy Saudi” is proud that it has rich Saudi culture. Its vitality is driven from the cultural diversity, as well as the renewable global cultures of visitors and residents of the Kingdom. The tone must represent this tremendous diversity of different cultures.

1.15. نبرة الصوت

Tone

المعايير

Criteria

هل يستطيع من هم بعمر ١٣ سنة على فهم المقصود من المحتوى؟

Can 13 year old person understand the content?

هل يعبر المحتوى عن الثقافة المحلية؟

Does the content express the local culture?

هل يجذب المحتوى الفئة المستهدفة ويشجعهم على التفاعل؟

Does the content attract and encourage the target group to interact?

هل استخدمت كلمات بسيطة وسهلة الفهم؟

Have you used simple and easy to understand words?

هل تعتبر المحتوى حيوي ويناسب الاهتمامات الحالية للجمهور؟

Do you consider that the content is vibrant and fit current interests of the audience?

هل استخدمت اللغة المناسبة؟

Have you used the right language?

هل ركزت على إيصال الرسائل الأساسية لعيشها حسب فئة الجمهور المستهدفة؟

Have you focused on conveying the key messages of "Enjoy Saudi" by target group of the audience?

هل كانت النبرة محفزة ومشجعة على تجربة الفعاليات؟

Has the tone been motivating and encouraging to experience the events?



بعد كتابة المحتوى حسب الهدف منه واختلاف وسيلة عرضه؛ تحقق من إجابة هذه الأسئلة ومدى توافق المحتوى مع المعايير المحددة:



After writing the content as per its purpose and the way it is presented, check that the questions are answered and the content complies with the following criteria:

إذا كانت الإجابة «لا» على أحد الأسئلة؛ فيجب عليك مراجعة المعايير العامة لنبرة صوت منصة عيشها الرقمية.

.If the answer is «No», you should review the GEA general criteria of tone



1.16. محتوى قنوات التواصل الاجتماعي Content of communication channels

الاستخدام الخاطئ:
:Wrong usage



Have a look at
#Hemma Hata Alqema around the Kingdom
Celebration Guide

الاستخدام الصحيح:
Correct usage:



Do you know where the interesting Al- Hemma
celebrations will be held?
We brought you their locations and how you
go there.
#Hemma_Hatta_Alqemma

تحديد ضوابط التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي حسب نبرة الصوت العامة للمنصة؛ يساعد على تفاعل الجمهور المستهدف وتلقي الرسائل الأساسية بكل وضوح، وذلك بعد تقييم انعكاس نبرة الصوت بالإجابة على الأسئلة السابقة*.

Defining communication controls on social media according to the general tone of the platform helps the target audience to interact and receive the key messages clearly, after assessing the tone reflection by answering the previous questions.

1.17. محتوى التقارير الدورية

Content of the periodic reports

الاستخدام الخاطئ:
:Wrong usage

بلغ معدل الردود الشهري ما يقارب 100K رد بالمقارنة مع معدل الشهر الماضي، بينما تجاوز عدد المشاهدات ما يقارب 500K وقد يعود السبب إلى ركود الأنشطة الترفيهية في هذه الفترة، ونستنتج من محتوى الردود الشهرية بأن المتابعين يزداد تفاعلهم بقرب حدوث الأنشطة حول المملكة.



The monthly response rate reached nearly 100K compared to the previous month. While number of views exceeded nearly 500K. This may be due to the stagnation of entertainment activities in this period. We conclude from content of monthly responses that the followers interaction increases only when dates of activities around the Kingdom are approaching.

الاستخدام الصحيح:
Correct usage:

معدل الردود الشهري: 100K
عدد المشاهدات: 500K

النتائج:

- ازدياد تفاعل المتابعين بقرب حدوث الأنشطة الترفيهية: لذلك يجب تكثيف الجهود للرد على الاستفسارات.
- ضعف التفاعل مع التغريدات التي لا تحتوي على روابط للمعلومات الإضافية: وعلى ذلك تُضاف الروابط المستحدثة لتكثيف معدل زيارة الموقع.



Monthly response rate: 100K

Views: 500K

Results:

- interaction of followers with the imminence of entertainment activities increased. Therefore, efforts should be intensified to respond to inquiries.
- Interaction with tweets that do not contain links to further information is poor. Thus, updated links shall be added to increase number of visit to the website.

يؤثر عرض وتنسيق محتوى التقارير على جودة النتائج وتحليل مدى تحقيق الأهداف الرئيسية؛ لذلك يجب التركيز على الوضوح واختصار المعلومات وتوزيعها بما يلائم عرضها، بحيث تسهل مراجعتها بشكل سريع وتحليلها.

Display and format of report contents affect the quality of results and how to analyse to what extent the main objectives are achieved. Therefore, focus should be on clarifying, shortening and distributing information in a manner suitable to its presentation, so that it can be easily and rapidly reviewed and analysed.

1.18. محتوى الموقع الإلكتروني / التطبيق Website/app content

الاستخدام الخاطئ:
:Wrong usage



Multi-activity musical festival

الاستخدام الصحيح:
Correct usage:



Musical festival containing many activities for family and friends like drawing and games for kids, food trucks and coffee shops, music and live performances, in addition to the celebrations of the national day

تقدم منصة عيشها معلومات عامة ومختصرة عن الأنشطة الترفيهية وتعتبر تقويمياً ترفيهياً وثقافياً لما يحدث حول المملكة، وعلى ذلك يجب أن يكون المحتوى مفيداً بقدر الإمكان ويشرح تفاصيل الفعالية أو النشاط الترفيهي دون إسهاب، ويثير حماس الجمهور ويحفزهم على الحضور.

Enjoy Saudi" provides general and brief" information about the entertainment activities. It is an entertainment and cultural calendar of events held around the Kingdom. Therefore, the content should be useful as possible and explain details of the event or the entertainment activity without going into more details. It shall arouse the enthusiasm and motivate audience .to attend these events

الهوية الأساسية

Basic Identity 2

هنا ننتقل للتعريف بمكونات هوية عيشها الأساسية التي تشكل مرتكزات لغتنا البصرية. من الضروري فهم مكونات هوية عيشها وأبعادها وذلك لضمان تطبيق الهوية بما يضمن ظهور التأثير المطلوب وذلك بالتكامل بين كافة العناصر البصرية.

Here, we will introduce the of components of our basic identity, which form the pillars of our visual language. It is necessary to apply identity to ensure that the desired effect appears through integrating all the visual elements.



2.1 قصة الشعار

Story of the Logo

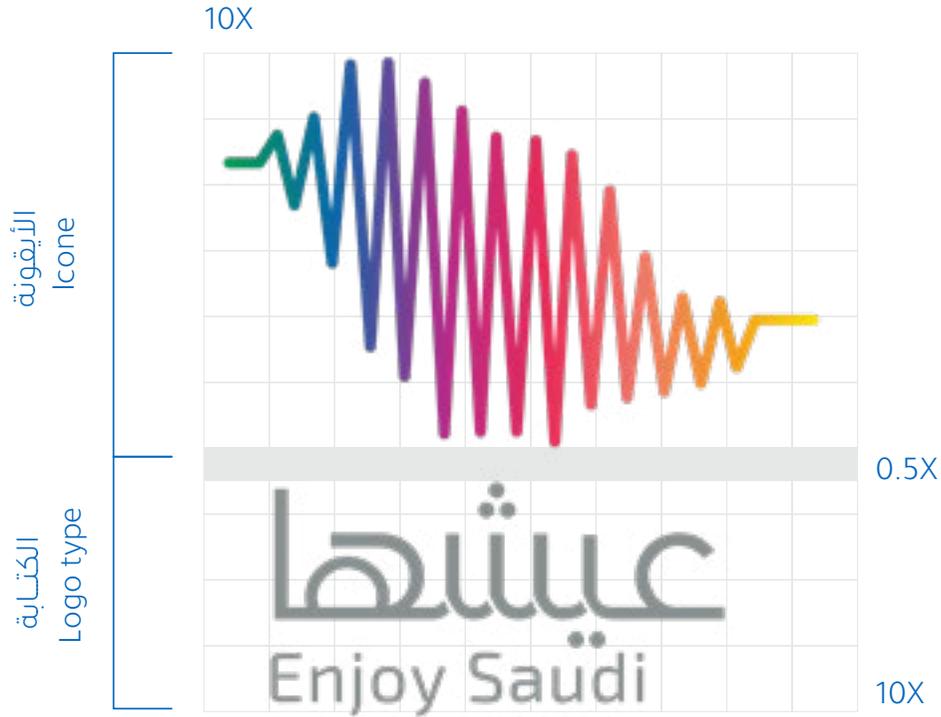
تم استلهام شعار عيشها من الفعاليات والأنشطة الترفيهية المقامة في كافة مناطق المملكة. هذه الفعاليات هي القلب النابض الذي يجعل يضح الحيوية والتفاعل للزوار .

The Home is happiness





2.3. بناء الشعار The logo Structure



يتشكل شعار عيشها من الأيقونة بشكل المملكة وبالألوان المتموجة ومن كلمة «عيشها» باللغتين. نرجو استخدام الشعار بنفس النسبة بين الأيقونة والنص الكتابي كما هو موضح هنا.

Logo of "Enjoy Saudi" constitutes of an icon in the shape of the Kingdom, wavy colors and the word «Enjoy Saudi» in both Arabic and English languages.

Please, use the logo with the same ratio between the icon and the written text as shown here.

2.4. الشعار بالألوان الكاملة

Logo in full colors

الشعار بالخلفية الملونة | Logo with coloured background



الشعار بالألوان الكاملة | Logo in full colors



الخصائص اللونية لشعار عيشها هي أحد أبرز المميزات التي تميزه عن غيره. حاول الحفاظ على الصيغة اللونية المتكاملة للشعار قدر الإمكان باستخدام النموذج (1).

عند تعذر ذلك يمكن استخدام الشعار باللون الأبيض على خلفية ملونة بشرط وجود التباين الكافي لظهور الشعار مثل النموذج (2).

The color characteristics of "Enjoy Saudi" logo are the most distinctive features.

Try to keep the full color model of the logo as much as possible, using model (1).

When this is not possible, white color logo can be used on a colored background, provided that there is sufficient contrast so that the logo appears like model (2).

When there is a need to use the logo in full black, be sure to have a white/light space in the background to ensure that it appears optimally.

الشعار المعكوس | Logo in monochrome



الشعار باللون الأحادي | Reversed logo



2.5. المساحة الحرة

Clear space

لضمان ظهور الشعار بالشكل الأمثل يرجى مراعاة المساحة الهامشية للشعار وتركها كمساحة فارغة من كافة العناصر. وحدة القياس في شعار عيشها هو حرف (ع) من مخطوطة الشعار.

To ensure that Enjoy Saudi logo appears in the optimal way, please take into account the marginal space of the logo and leave it clear of all elements. Measurement unit of "Enjoy Saudi" logo is letter (ع) in the logo. Measurement unit of the free space is letter (ع) in the logo.



وحدة قياس المساحة الحرة هي حرف (ع) من الشعار
in the logo Measurement unit of the free space is letter (ع)



2.6. تمرکز الشعار

The Logo Positioning

التمرکز الأساسي لشعار عيشها هو على اليمين في أسفل مساحة التصميم.

يمكن أن يتركز الشعار في الوسط في بعض الحالات مثل الفيديو.

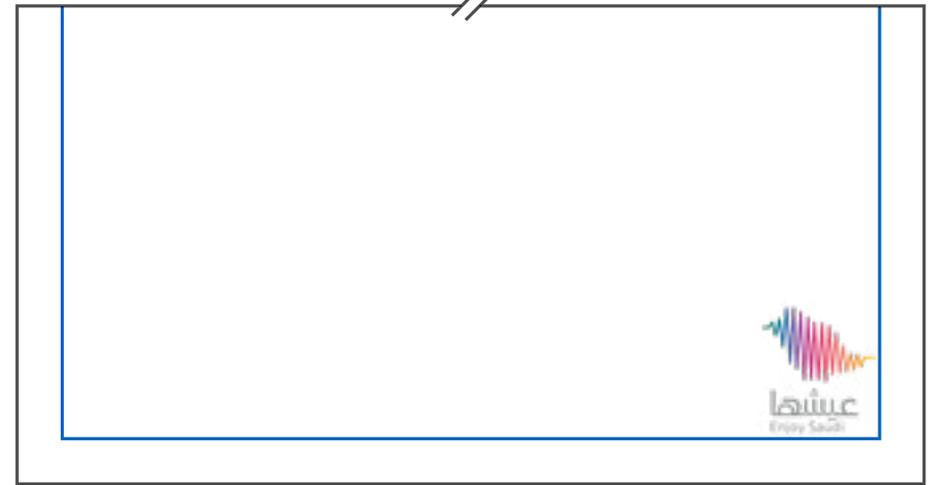
The main positioning is right bottom of the design space

Logo can be positioned in the middle in some cases, such as videos

يمين اسفل | Right bottom



ب

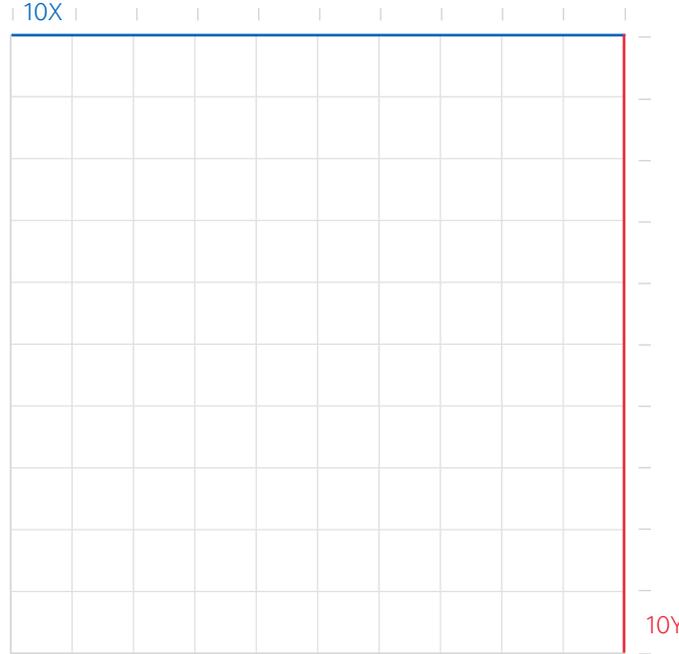


أ

2.7. قوالب التصميم Design templates

لبناء القالب الأساسي لعيشها ابدأ بتقسيم
تقسيم القالب إلى 10 * 10
وحدة العرض X
وحدة الطول Y

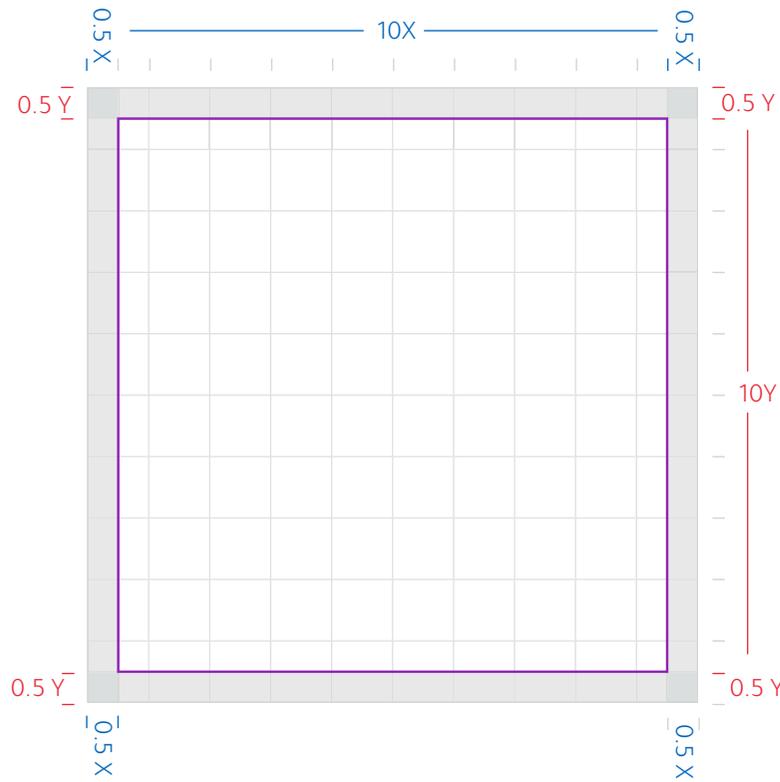
The template is divided into 10 * 10
Width is called X
Length is called Y



2.8. الهوامش Margins

المارجن يكون بحجم 0.5x طولياً و 0.5Y عرضياً

The design margins are 0.5X long and 0.5Y wide .wide

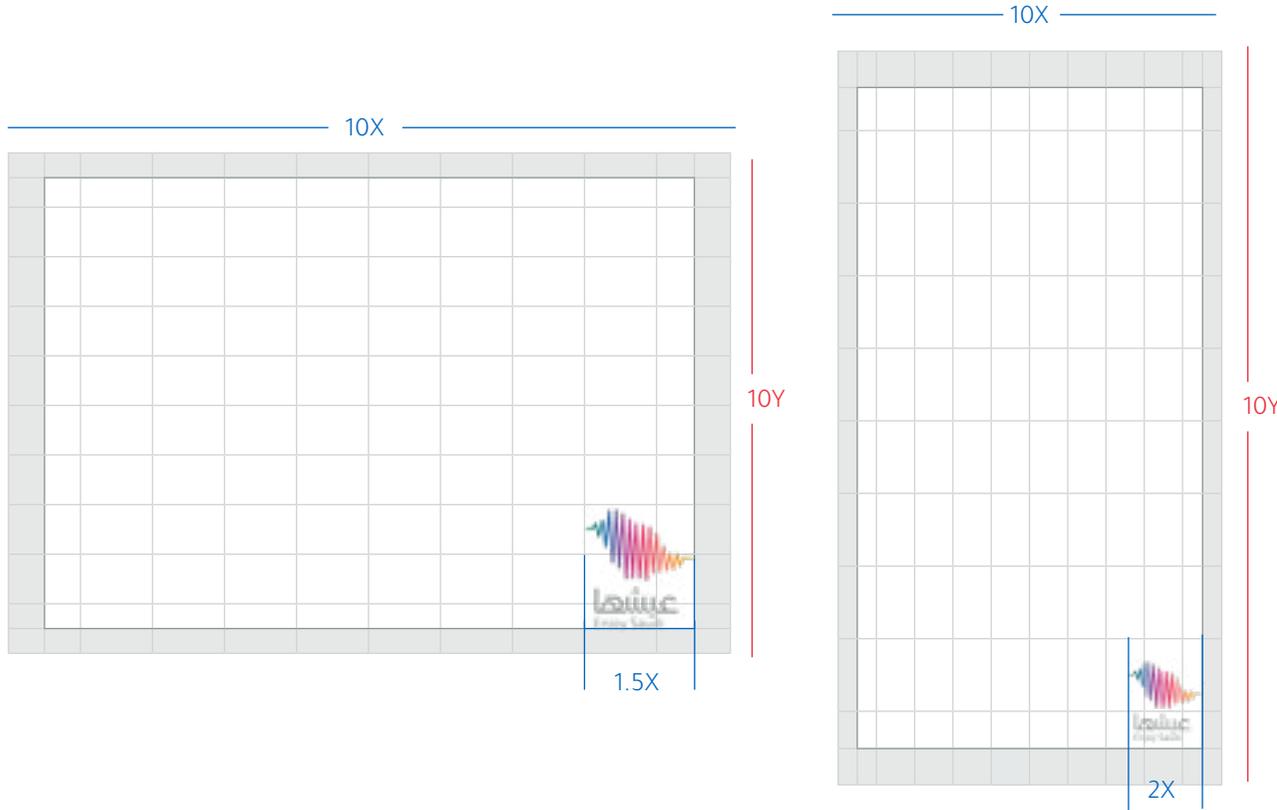


2.9. القوالب الفنية Logo in full colors

نسعى في كافة التطبيقات لإظهار شعار عيشها بالشكل الأمثل. في التصميم الطولية يتم تقسيم عرض اللوحة إلى عشرة مربعات X يتم احتساب حجم الشعار بمقاس X في التصميم الطولية يحتسب 2X في التصميم العرضيه 1.5X

وحدة العرض X
وحدة الطول Y

In all applications, we seek to show "Enjoy Saudi" logo in optimal way. In vertical designs, the board width is divided into ten (X) squares. The logo size is calculated by X. In vertical designs, it equals 2X, while in horizontal designs, it equals 1.5X



2.10. مقاس الشعار Logo Size

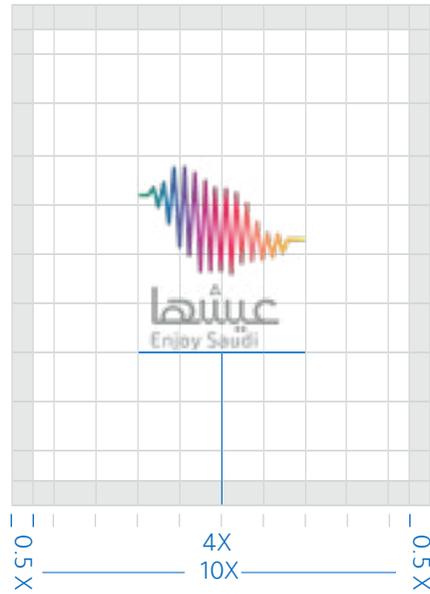
نسعى في كافة التطبيقات لإظهار شعار عيشها بالشكل الأمثل. مقاس الشعار اذا كان متوسطاً التصميم يتم تقسيم مساحة العمل 10 مربعات X عرضياً و 10 Y طولياً. في حالة التصميم الطولية يكون عرض الشعار هو 4X بينما يكون عرض الشعار 2X في التصميم العرضية.

In all applications, we seek to show "Enjoy Saudi" logo in optimal way.

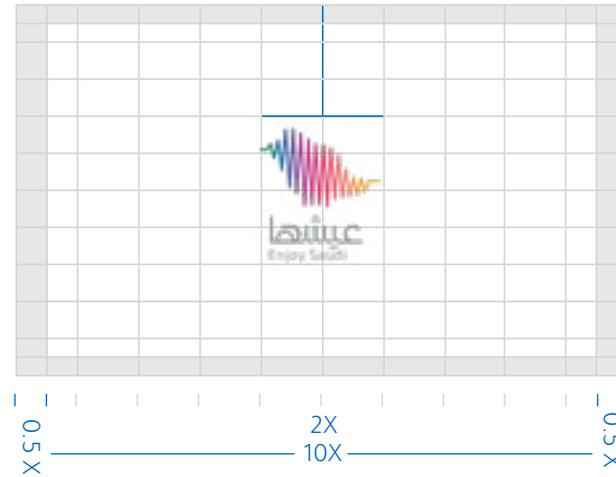
If it is in the centre of the design, the logo size is as follows: the workspace is divided into 10X squares wide and 10Y squares long

It is 4X in vertical designs and 2X in horizontal designs

التصاميم الطولية والمربعة | Vertical and squared designs



التصاميم العرضية | Horizontal designs



2.11. أصغر حجم للشعار

Minimum size of the logo

للحفاظ على ظهور جيد لعناصر الشعار نرجو مراعاة الحجم الأصغر للشعار الموضح هنا.

التطبيقات الرقمية | Digital applications



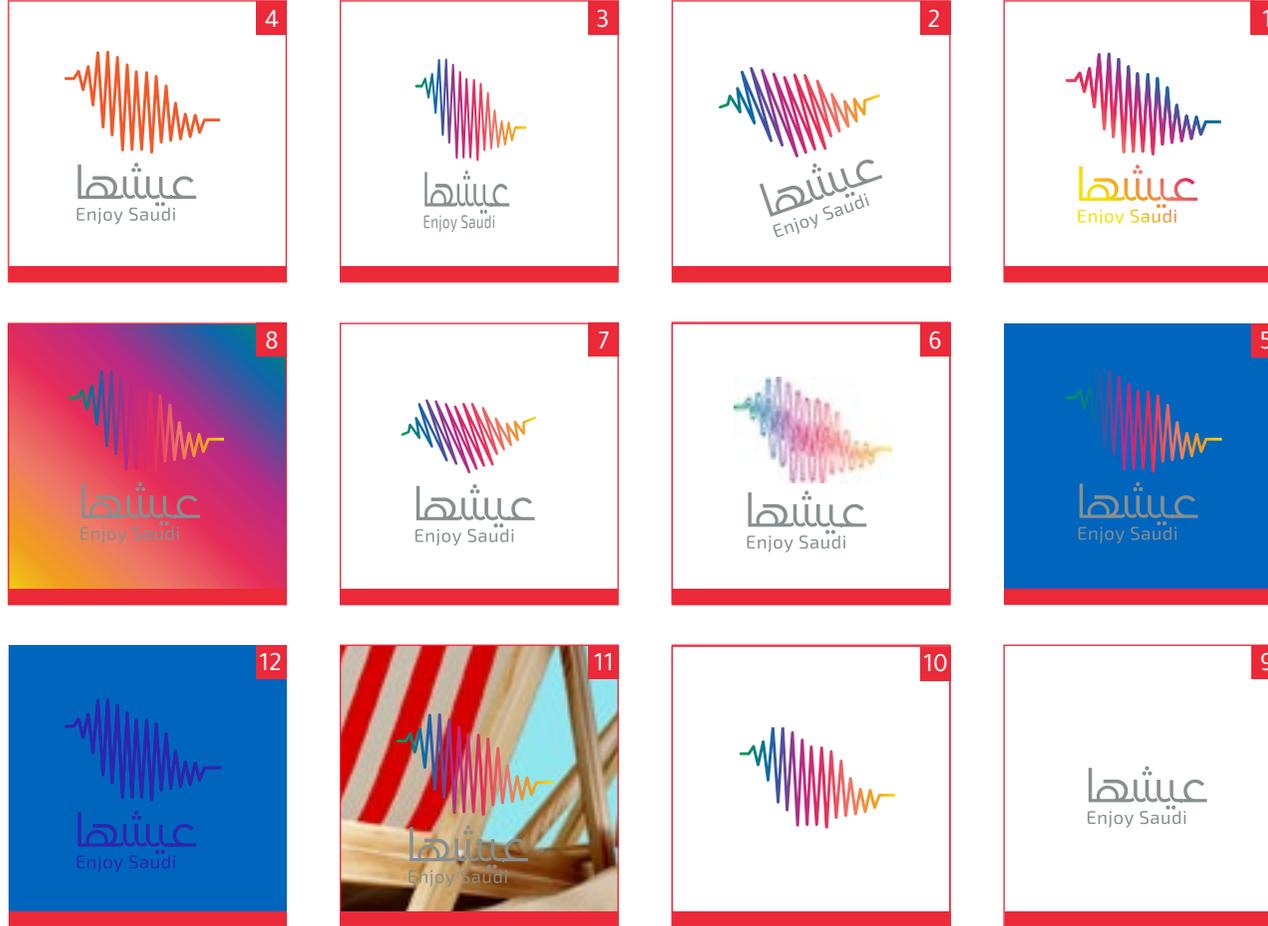
التطبيقات المطبوعة | Printed applications



2.12. الإستخدامات الخاطئة للشعار

Wrong Uses of the Logo

1. تغيير ألوان تدرجات الشعار
2. استخدام الشعار مائل
3. تغيير أبعاد الشعار
4. تغيير لون الشعار
5. استخدام الشعار ملون على خلفيات ملونة
6. تحديد الشعار بخطوط
7. استخدام جزء من الشعار مائل
8. استخدام الشعار بالوانه الكاملة على خلفية متدرجة
9. فصل الشعار النصي والكتابي
10. فصل الشعار النصي والكتابي
11. استخدام الشعار على خلفية مزدحمة
12. استخدام الشعار بتباين ضعيف



2.13. الألوان The colors

Using colors of "Enjoy Saudi" in applications is an effective way to maintain an integrated and homogeneous visual language

Main colors of "Enjoy Saudi" are five: Al-Ahsa Blue, Rafha purple, Ad-Dahna yellow, Faifa green, and Al Morgan red are used in a consecutive and harmonious manner

Color: "Al-Ahsa Blue" is the primary color, while the remaining colors are supportive colors

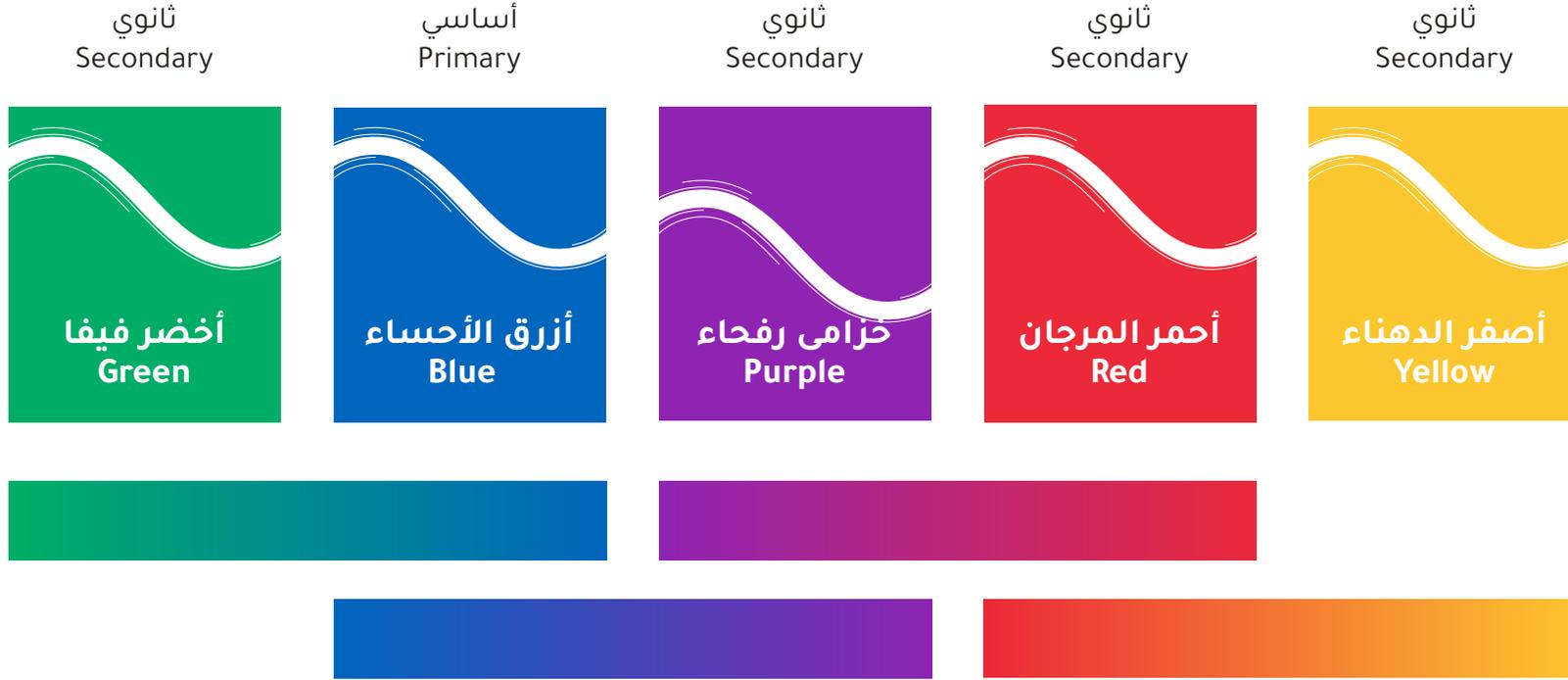


2.14. الألوان

The Colors

اشتقت ألوان عيشها من ألوان مناطق المملكة فالأزرق هو لون البحر ولون الثقة والأخضر هو لون السماء ومرجان البحر واللون البنفسجي هو لون الخزامى والأصفر هو الصحراء والأصالة.

The colors of "Enjoy Saudi" are derived from colors of the Kingdom provinces. Blue is color of sea and confidence. Green is colour of sky and sea coral. Purple is the color of lavender. Yellow is color of the desert and originality.



2.15. الألوان الرئيسية Main colors

نرجو مراعاة الدقة عن استخدام الدرجات اللونية المعتمدة للعيشها وذلك باختيار اللون شغوف كلون أساسي في التطبيقات المطبوعة ولون ساطع في التطبيقات الرقمية.

Please, be accurate when using approved color gradients of "Enjoy Saudi" by selecting the passionate color as the main color in printed applications and a bright color in digital applications.

الألوان الرئيسية | Primary Color

PANTONE	RGB	CYMK	HTML	أزرق الأحساء
300C	R99 G101 B189	C99 M51 Y0 K0	#0065BD	

الألوان الثانوية | Secondary Color

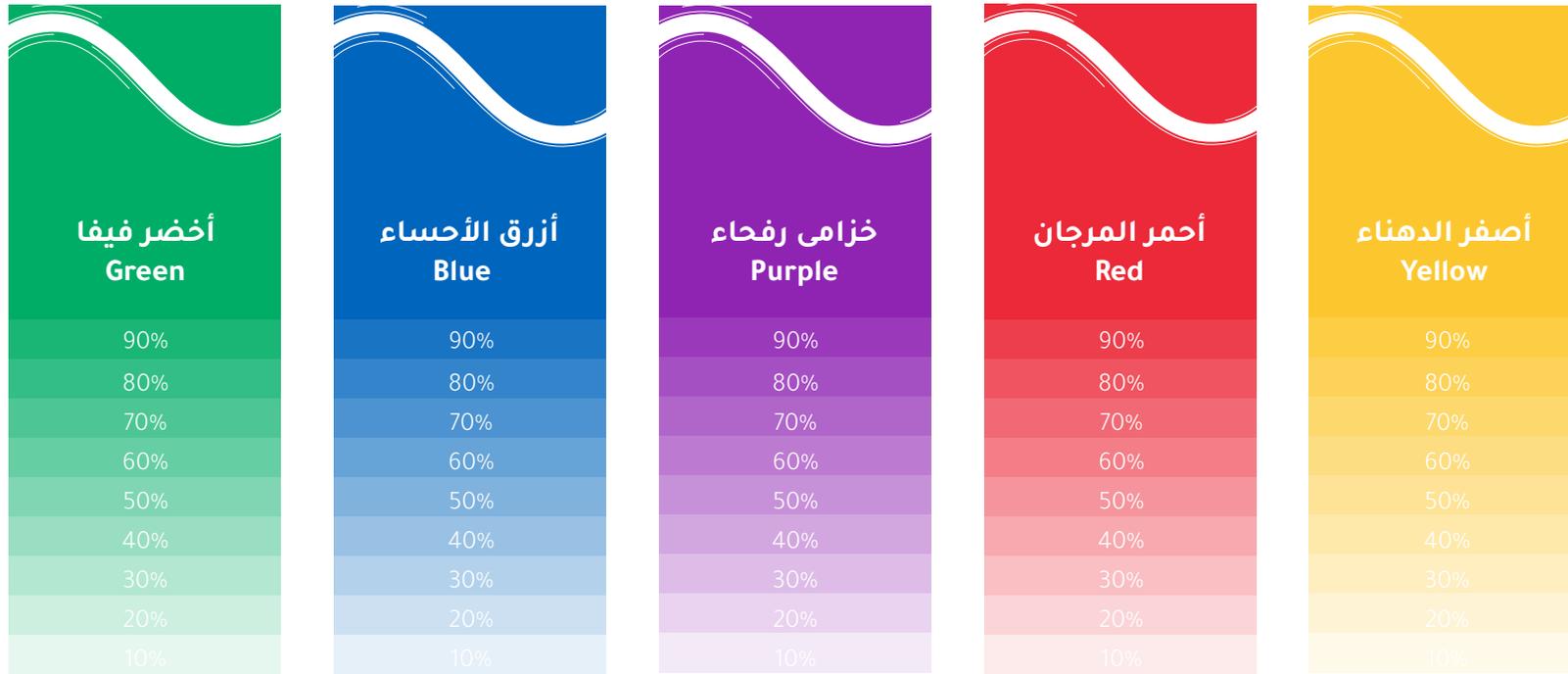
PANTONE	RGB	CYMK	HTML	خزامى رفحاء
2592C	R143 G35 B179	C60 M90 Y0 K0	#3f23B3	

PANTONE	RGB	CYMK	HTML	أحمر المرجان
1877C	R234 G40 B57	C0 M88 Y77 K0	#EA2839	

PANTONE	RGB	CYMK	HTML	أصفر الدهناء
123C	R253 G200 B47	C0 M19 Y89 K0	#FDC82F	

PANTONE	RGB	CYMK	HTML	أخضر فيفا
3405C	R234 G40 B57	C0 M88 Y77 K0	#00AE65	

2.16. القيم اللونية الداعمة Supporting color values



تستخدم القيم اللونية الداعمة بعد تخفيفها باللون الأبيض في حدود ضيقة وذلك عند الحاجة لاستخدام درجات لونية خفيفة مثل التدرجات.

Supporting color values are used after being diluted slightly with white color when you need to use light color tints such as gradients.

2.17. التدرجات اللونية الداكنة

Dark color gradients



تستخدم القيم اللونية الداعمة بعد تخفيفها باللون الأسود / الرمادي في حدود ضيقة وذلك عند الحاجة لاستخدام درجات لونية مركزة مثل الطباعة على ورق قليل الامتصاص.

Supporting color values are used after being diluted slightly with black / grey color when you need to use Concentrated color gradients, such as printing on low absorbent pap

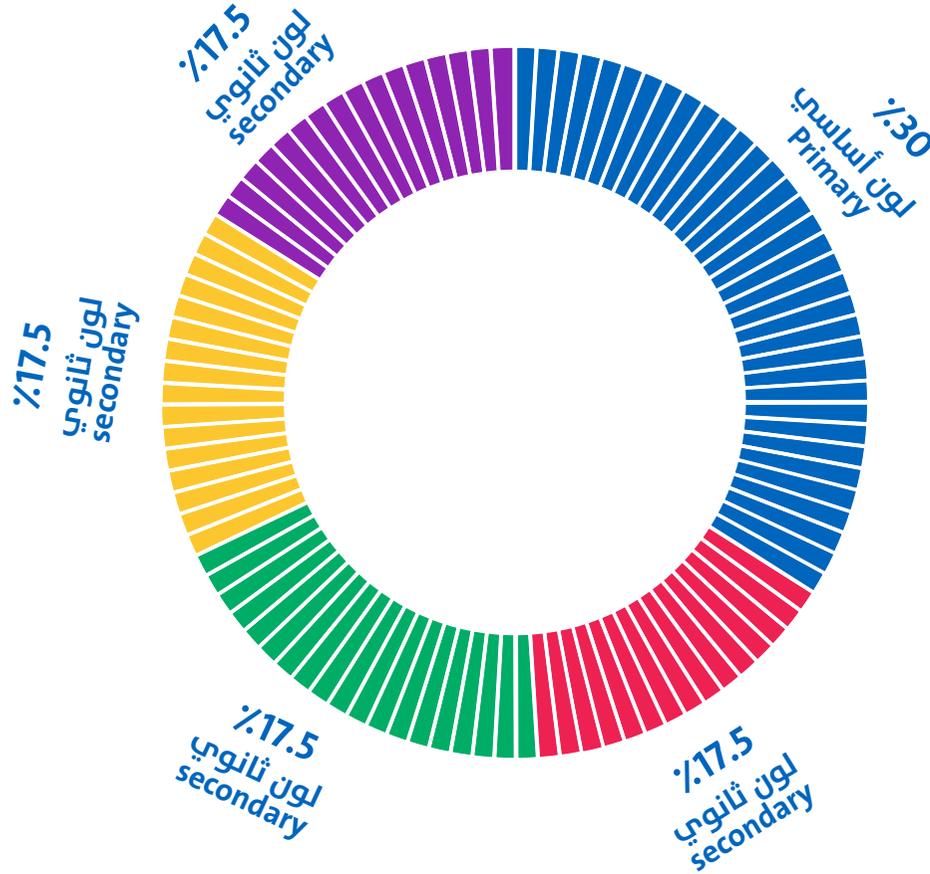
2.18. الدائرة اللونية

Color wheel

تستخدم القيم اللونية المشتقة كدرجات لونية داعمة للألوان الأساسية لكن بعد التأكد من النسبة والتناسب بينهما. ننصح بشكل كبير بالإطلاع على الصفحة التالية لاتخاذ القرار المناسب فيما يتعلق بنسبة الألوان الأساسية إلى الثانوية.

Derivative color values are used as supporting color gradients to the main colors, but only after checking the ratio and proportion between them.

We highly recommend to review the next page to make the appropriate decision regarding ratio of the main colour to secondary colour.



2.19. الخطوط الأساسية

primary fonts

خطوط عيشها هي جزء هام من هويتها ووسيلة من أبسط الوسائل لتعزيزها. الخط العربي والإنجليزي للهيئة هو خط Tajwal بأوزانه المختلفة. نرجو مراعاة المسافة المثالية بين الأسطر وذلك بما يضمن مقروئية عالية.

Enjoy Saudi Typefaces are an important part of its identity and a simple method to enhance it.

Arabic and English typefaces of the GEA are Tajawal with its different font weights.

Please, consider the ideal space between the lines to ensure high readability.

English Typography

Font name

Tajawal

ABCDEF	GENERAL ENTERTAINMENT AUTHORITY	الهيئة العامة للترفيه
ABCDEF	GENERAL ENTERTAINMENT AUTHORITY	الهيئة العامة للترفيه
ABCDEF	GENERAL ENTERTAINMENT AUTHORITY	الهيئة العامة للترفيه
ABCDEF	GENERAL ENTERTAINMENT AUTHORITY	الهيئة العامة للترفيه

Primary Typeface : Tajawal

pseudo-Latin text used in web design, typography, layout, and printing in place of English to emphasise design elements over content. It's also called mock-ups. It visual elements comprehensible Latin to outline the visual elements comprehensible Latin

خطوط الكتابة العربية

اسم الخط

تجوال

أ ب ج د هـ و ز
أ ب ج د هـ و ز
أ ب ج د هـ و ز
أ ب ج د هـ و ز

الخطوط الرئيسية : Tajawal

خيار لهيمنة مشاركة وتم ٣٠ جهة كثيرة واستمر المعاهدات قد أن بأضرار الساحل وإيطالي على. جسيمة أصقاع المعاهدات الى في. ما نفس لدر شواطئ والإتحاد. مما وإقامة ويكيبيديا، لم، بحق بل لفرنسا وأسصل. عرفها أساييع ثم نفس. مع مقاطعة

2.20. الخطوط البديلة Alternative Fonts

في حال عدم توافر الخطوط الأساسية يمكن استخدام الخطوط الداعمة / الثانوية مع مراعاة المحاذاة والمقروئية.

If the primary typefaces are not available, the supportive / secondary typefaces can be used, taking into account the alignment and readability.

English Typography

Font name

Myriad Arabic

ABCDEF	GENERAL ENTERTAINMENT AUTHORITY

Primary Typeface : Myriad Arabic

pseudo-Latin text used in web design, typography, layout, and printing in place of English to emphasise design elements over content. It's also called mock-ups. It visual elements comprehensible Latin to outline the visual elements comprehensible Latin

خطوط الكتابة العربية

اسم الخط

Myriad Arabic

الهيئة العامة للترفيه	أبجدهوز

الخطوط الرئيسية : Myriad Arabic

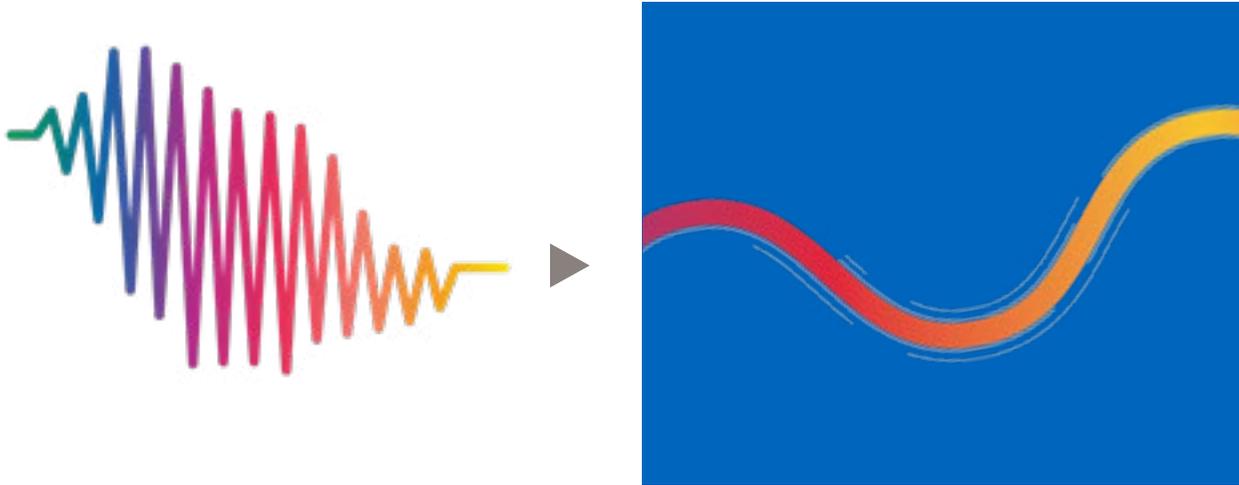
خيار لهيمنة مشاركة وتم ٣٠, جهة كثيرة واستمر المعاهدات قد, أن بأضرار الساحل وإيطالي على. جسيمة أصقاع المعاهدات الى في, ما نفس لدر شواطئ والإتحاد, مما وإقامة ويكيبيديا, لم, بحق بل لفرنسا وأسعدل. عرفها أساييع ثم نفس, مع مقاطعة

2.21. إستهام الهم Theme Inspiration

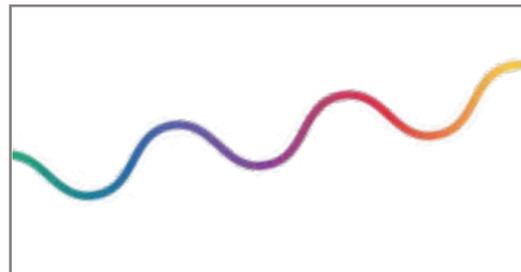
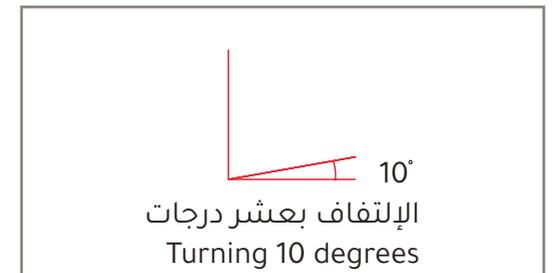
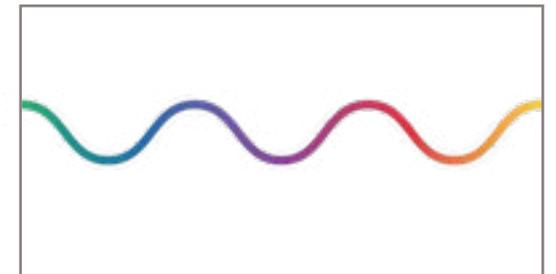
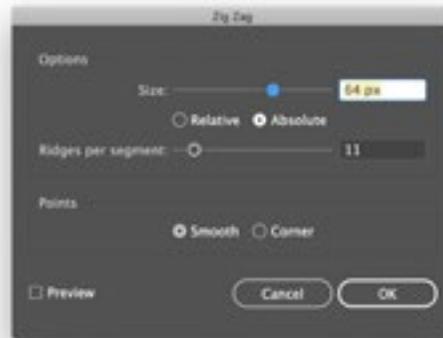
تم بناء هم الهوية الأساسي من تبسيط الشعار وإستخدام ذات التأثير المستخدم لتصميم الشعار مع تخفيف الإنحناءات الحادة. تم إضافة الخطوط البيضاء لتعطي ديناميكية وشعور بالحركة

يرجى مراعاة أن الخطوط البيضاء جزء لا يتجزأ من الهم ولا يصح إزالتها.

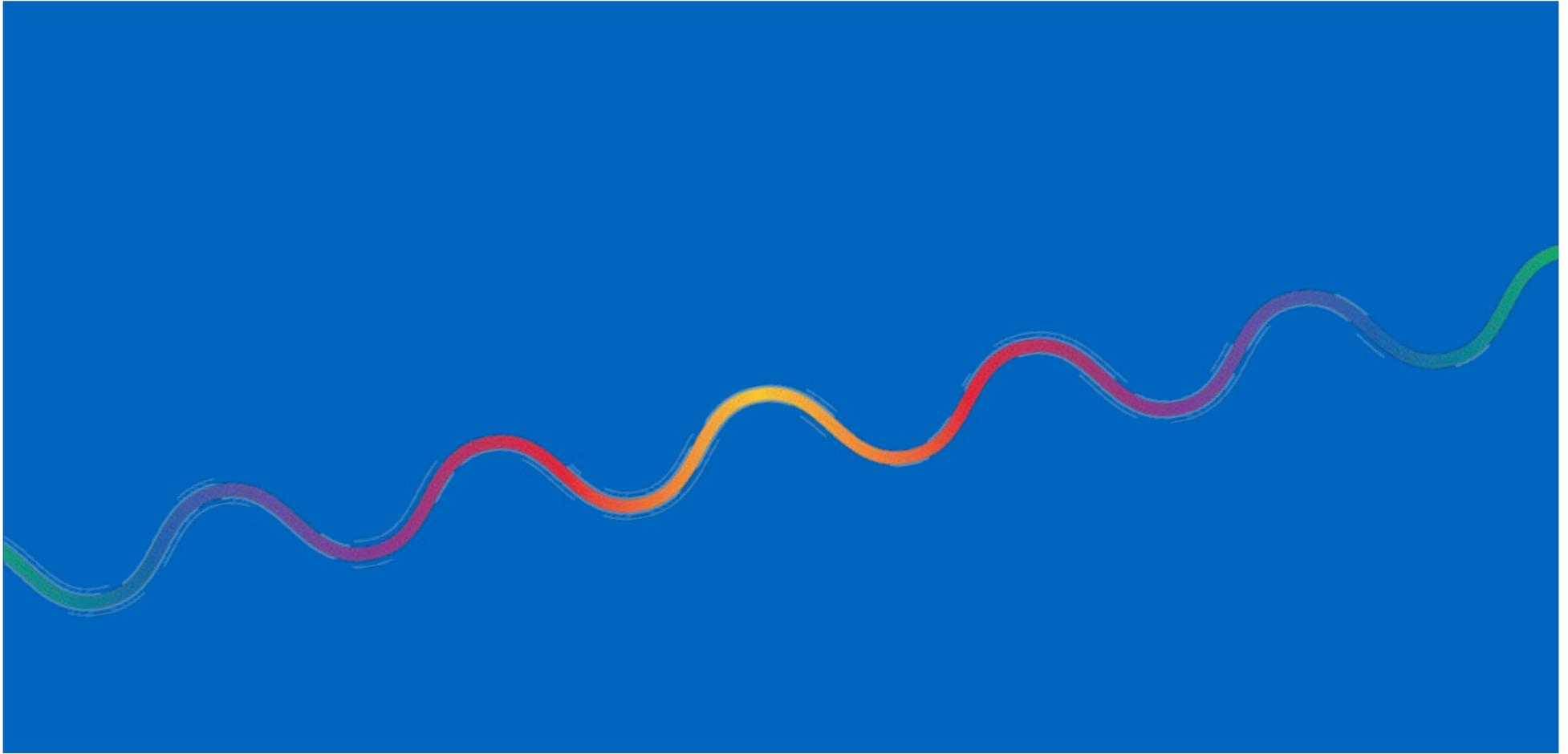
The main theme of the identity was structured by simplifying the logo and using the same effect of the logo design, while reducing severe curves. White lines were added to give dynamics and a sense of movement.

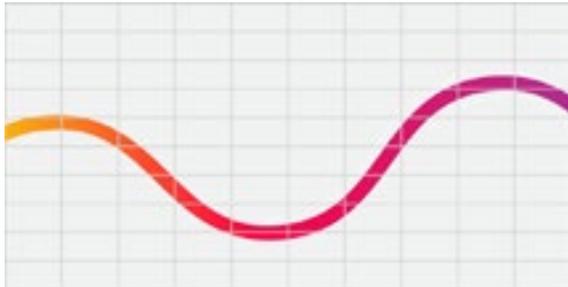
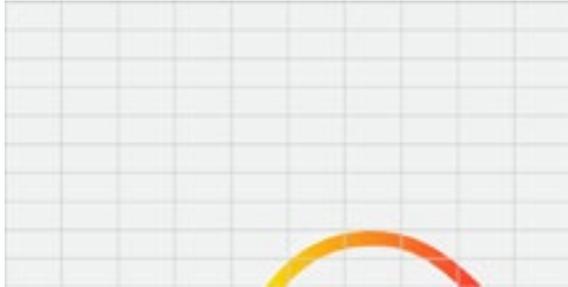
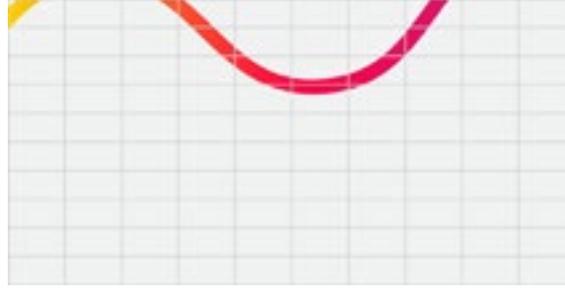
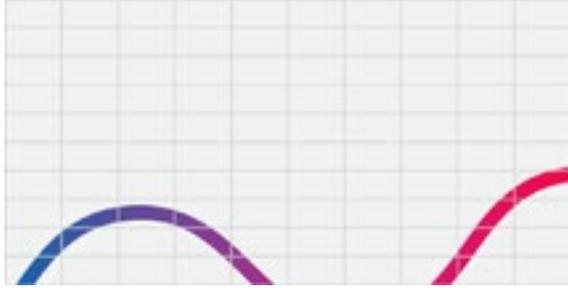


2.22. تصميم الثيم Theme Design



2.23. التيم كاملاً / الموجة
The whole theme/the wave





2.24. نسبة التيم في المساحة الفنية Theme ratio in the art space

للحفاظ على ظهور واضح للهوية في كافة التطبيقات ننصح باستخدام أحد الاقتطاعات المقترحة مع مراعاة أن لايزيد عدد التموجات في الاقتطاع عن 6 تموجات ولا يقل عن تموج واحد.

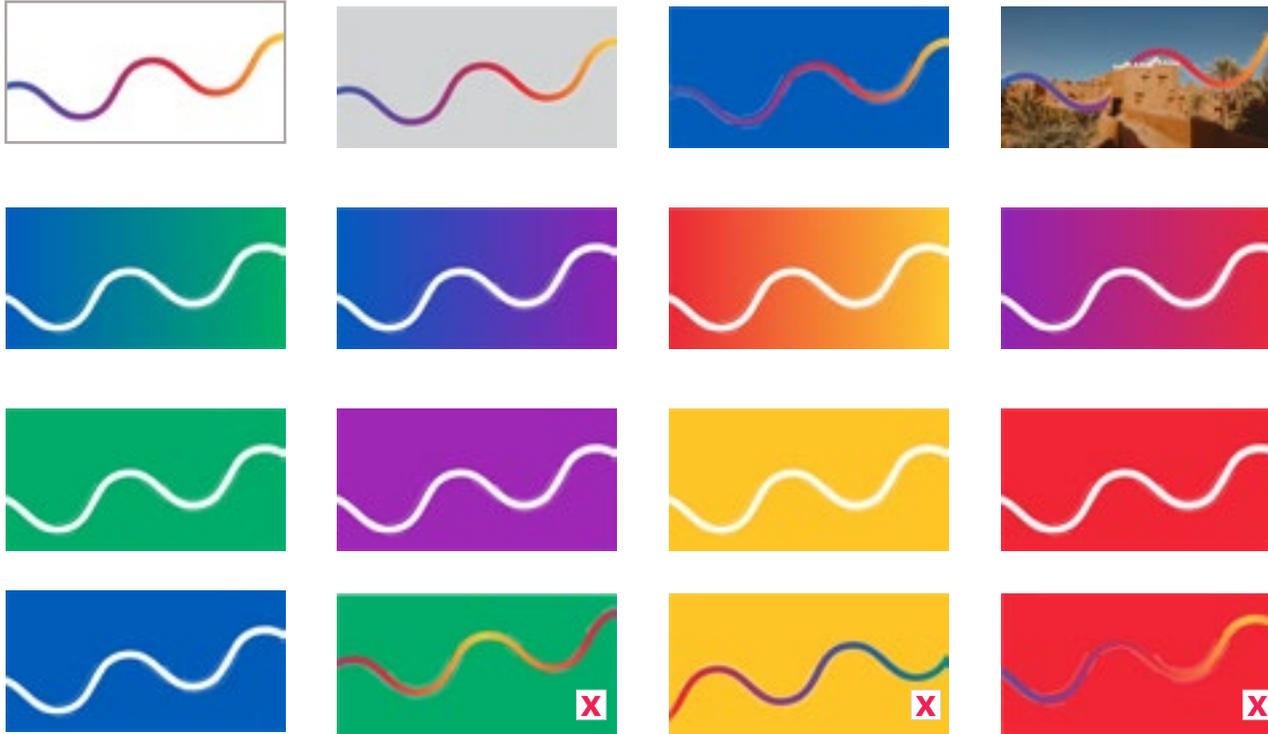
To maintain a clear appearance of the identity in all applications, we recommend to use one of the proposed clippings, taking into account that the number of waves in the clipping shall not be more than 6 waves and not less than 1 wave.

2.25. النمط

The Pattern

يمكن استخدام النمط الملون على الخلفية الرمادية - الزرقاء - خلفية صورة يمكن استخدام النمط الأبيض على التدرجات اللونية المعتمدة يمكن استخدام النمط الأبيض على الخلفيات الملونة باللون المعتمد

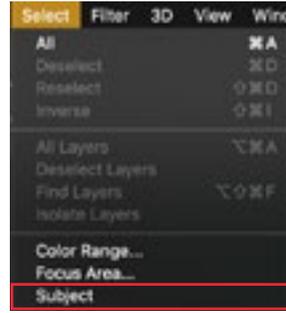
The colored pattern can be used on grey, blue background and image background. The white pattern can be used on approved color gradients. The white pattern can be used on backgrounds coloured with approved colors.



2.26. تطبيق الثيم Applying the Theme



سيتم تحديد العنصر الواضح بالصورة تلقائياً
The clear item in the image will be automatically selected



من قائمة Select اختر Subject
From Select menu, select Subject



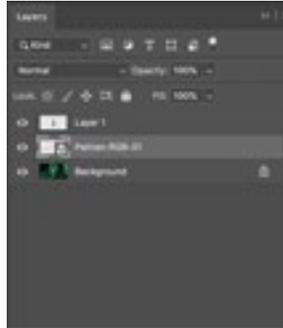
اختر الصورة المرغوبه يوجد فيها عنصر واضح
Select the desired an image with a clear item



افتح الفوتوشوب
Open Photoshop



النتيجة
Result
ضع الموجة خلف العنصر
Put the wave behind the item



ضع الموجة في المكان المرغوب
Put the wave in the desired position



من الكيبورد اضغط J مع زر Command لمضاعفة الصورة
On the keyboard, press J + Command button to duplicate the image.

2.27. التيم / موجة عيشها

The theme

يمكن وضع التيم بعده طرق وتطبيقات مختلفه مما يعطي الهوية التجدد الدائم. ويمكن للموجة أن تتداخل مع العنصر الرئيسي للصورة لتمنحها البعد والعمق الإبداعي.

Themes can be applied with several methods and applications, which make the identity permanently renew.

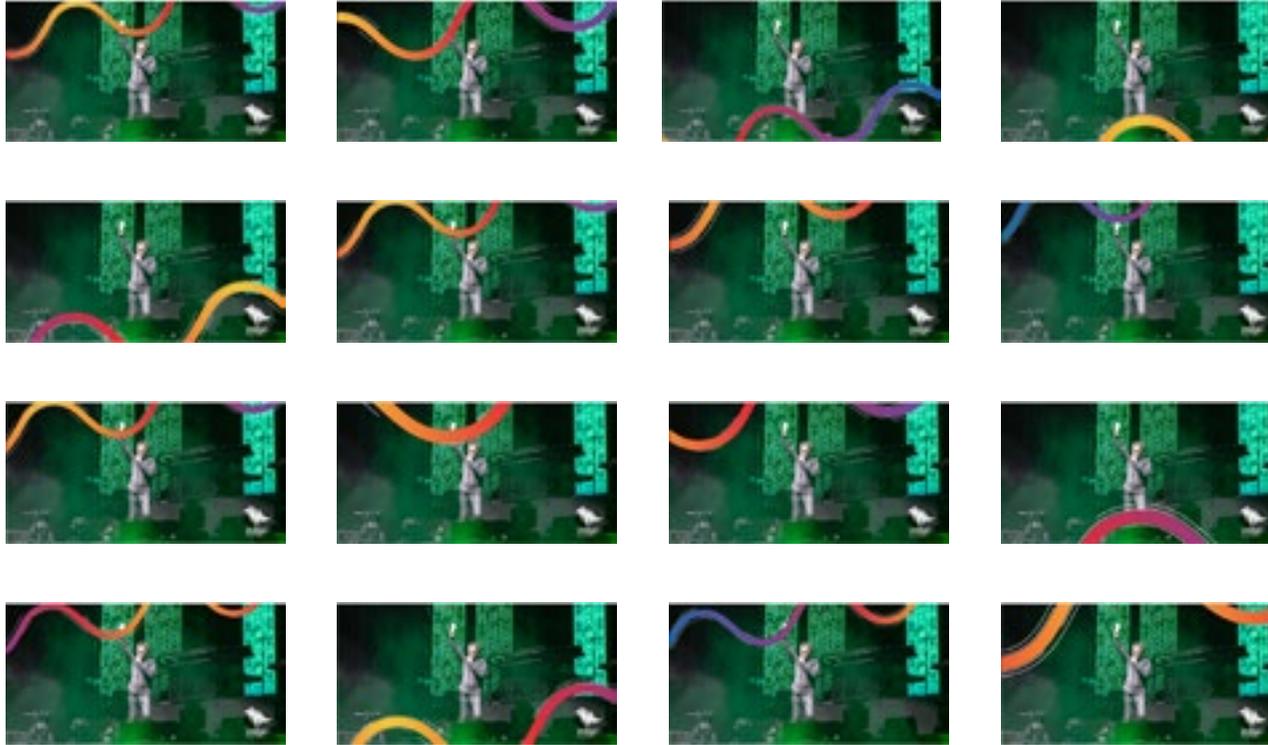


امثلة اخرى Other Examples

في حالة عدم القدره على تنفيذ التداخل بين موجة عيشها والعنصر الأساسي في الصورة الموضح أعلاه يمكن استخدام قالب توضع فيه الصورة بعدد من الاقتطاعات وخيارات مختلفة. التحميل من هنا

In case the above method can't be applied, a template in which the image is placed with a number of clippings and many options can be used

[Click here to download](#)

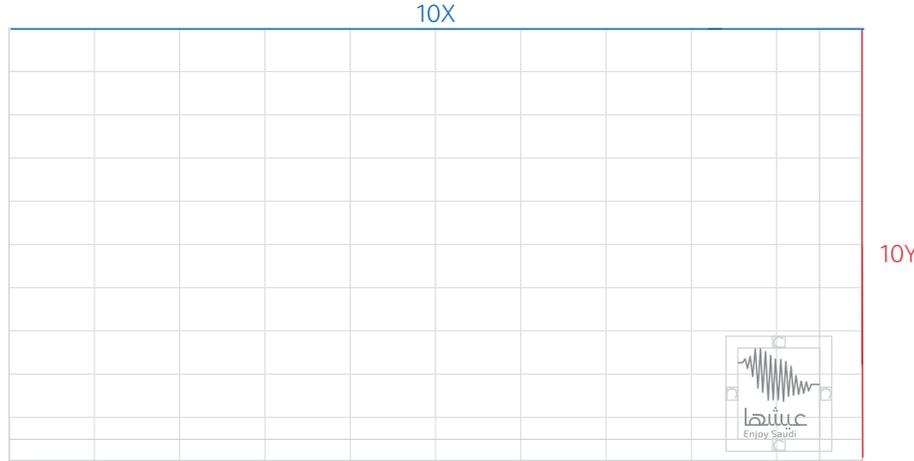


2.28. تطبيقات خاطئة

Wrong applications

أثناء استخدام الموجة نرجو المحافظة على المساحة الحرة المحيطة بالشعار بحيث لا تتقاطع الموجة معها.

While using the wave, please keep the free space surrounding the logo so that the wave does not intersect with it.





2.29. خلفية ملونة

Colored background

مما يميز النمط البصري الخاص بعيشها هو مرونته وقابلية تطبيقه بأشكال مختلفة. يمكن استخدام التدرجات المعتمدة مع مراعاة أن تكون الموجة باللون الأبيض، كما هو موضح.

The visual style of "Enjoy Saudi" is distinguished by flexibility and applicability in various forms. Approved gradients can be used, taking into account that the wave is white, as shown.

2.30. عناصر داعمة Supporting items

يمكن استخدام عناصر داعمة عند استخدام
الธีม في تطبيقات الفيديو والأنيميشن.
استثناءً في هذه الحالات يمكن للموجة أن
تظهر بشكل كامل بما يناسب الفيديو.

You can use theme supportive elements in
video & animation applications.
Exceptioinally, the full «wave» can be shown
to support the video concept.



2.31. الأيقونات The Icons

تشريح الأيقونات Icons partitioning

تعتمد الأيقونات على ان تكون سماكة الخط 1pt بخطوط منحنية مقطوعة من أحد الجهات كما هو موضح. كما ننصح بوضع لون خلف أحد عناصر الأيقونة لإبرازها

The icons depend on 1 pt line with curved lines that are cut out from one side as shown. We recommend to put a colour behind an element of the icon to highlight it.



لون خلفي لأحد اجزاء
الأيقونة

Background color of a
part of the icon



جزء مقطوع
Cut out part



1pt
Color : #454545

أطراف منحنية
Curved sides

2.32. الأيقونات

Icons

يمكن اختيار لون خلفية الأيقونة من الألوان المعتمدة في الهوية.

The background color of the icon can be selected from the colors approved in the brand identity



التوجهات المعتمدة Approved Directions

3



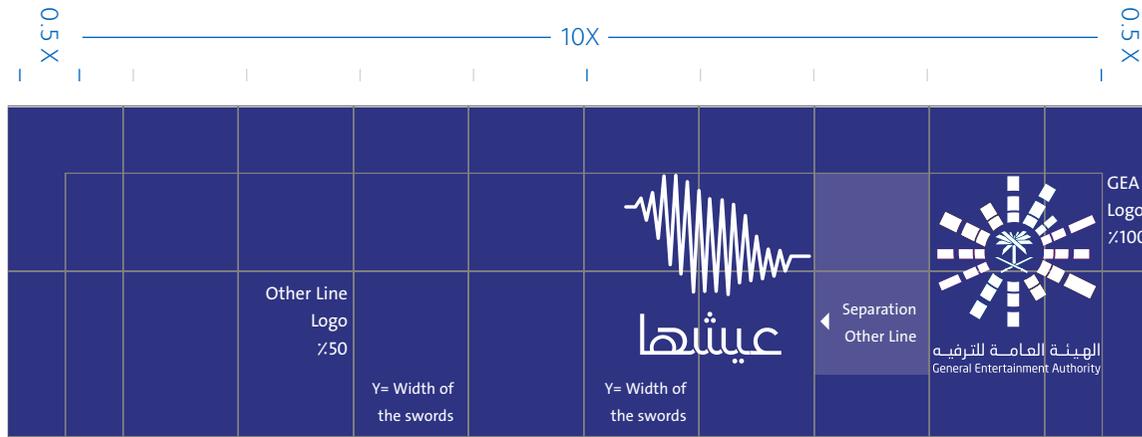
في هذا الجزء سنستعرض كيفية تطبيق هوية عيشها مع التوجهات المعتمدة مثل هوية الهيئة والشركاء والمشاريع والمواسم الأخرى.

Ximpore debitus eserem quo odios ium quate aut aut omnis doluption perent, volupta aut doluptam que quodis alistint adiorepudam, cumquae ped ea voluptatur sequas et, entibus rerferc hiciistia nonserro mostiis tiorepernam eatiur aut dernate parchil

3.3. شعارات ملونة Colored logos

استثناءً في حال استخدام شعار عيشها مع شعار الهيئة يتم استخدام التوجه المعتمد من الهيئة بوجود شعار الهيئة في أعلى اليمين وبجانبه شعار عيشها.

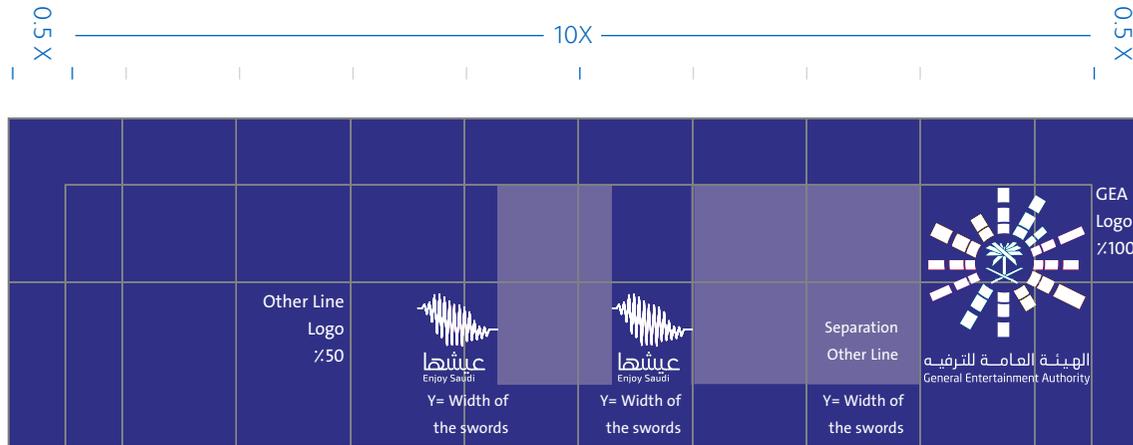
The visual style of "Enjoy Saudi" is distinguished by flexibility and applicability in various forms. Approved gradients can be used, taking into account that the wave is white, as shown.



3.4. شعارات ملونة Colored logos

استثناءً في حال استخدام شعار عيشها مع شعار الهيئة يتم استخدام التوجه المعتمد من الهيئة بوجود شعار الهيئة في أعلى اليمين وبجانبه شعار عيشها.

The visual style of “Enjoy Saudi” is distinguished by flexibility and applicability in various forms. Approved gradients can be used, taking into account that the wave is white, as shown.



التصوير الفوتوغرافي Photography + video

4

في هذا الجزء نستعرض أبرز الإرشادات الخاصة بالتصوير
الفوتوغرافي والقيم الأساسية لاختيارها.

In this section we review the most important
photography guidelines and the basic values for
choosing them.



المبادئ العامة General principals

تكون الصور حية وحيوية ومبهجة
Photos are vivid, vibrant, and cheerful

١. حية:
Vivid

تكون الصور عفوية خلال إقامة أو تنظيم الفعاليات
Photos are spontaneous, when holding or organizing events.

٢. عفوية:
Spontaneous

تكون ذات ألوان منعشة، عالية التباين
وليست قاتمة أو داكنة.
Photos shall have fresh colors and be of high contrast and shall not be dark.

٣. منعشة:
Refreshing

تكون حديثة وليست قديمة أو ماضي عليها زمن طويل
Photos shall be recent and shall not be old or taken long time ago.

٤. معاصرة / حديثة:
Contemporary
modern

تكون الصور مركزة على عنصر واحد وغير مشتتة
Photos shall focus on one item and shall not be dispersed.

٥. متركزة:
Centralized

المبادئ العامة

General principals

التصوير الفوتوغرافي Photography

الشغف - الالهام - الحماس - التطور - الوطنية هل القيم التي يجب ان يتم يعكسها صور الهيئة العامة للترفيه والفعاليات التي تطلقها.

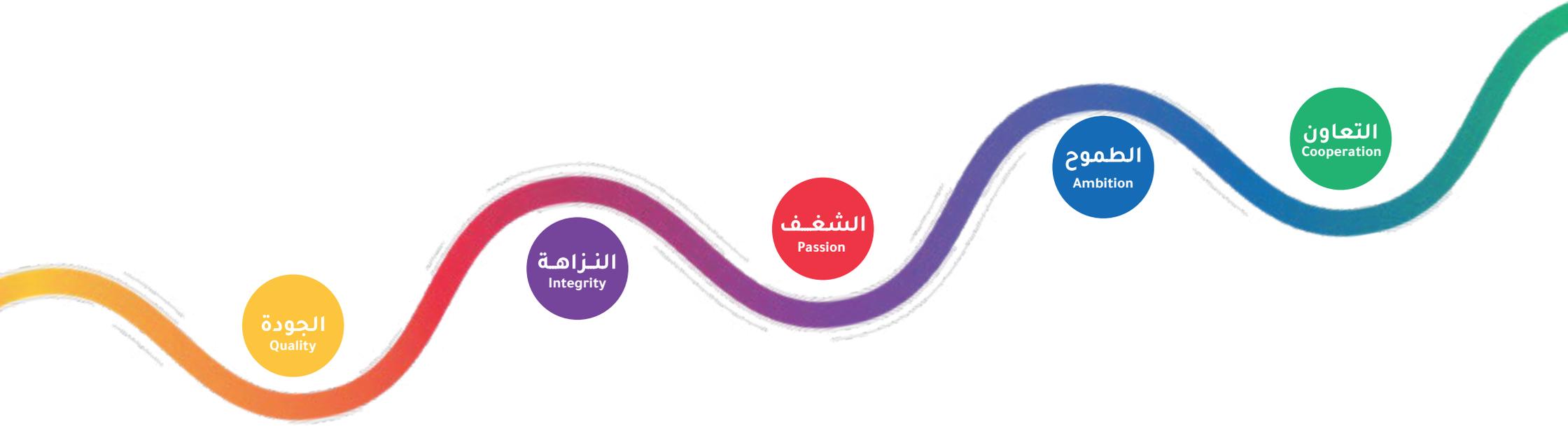
Passion, inspiration, enthusiasm, development and patriotism are the values that must be reflected in GEA photos and the events it launches.



الفئات Groups

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| ١. الصناع | Makers |
| ٢. أداء العمل | Work performance |
| ٣. الفعاليات. | Events |
| ٤. الناس. | People |
| ٥. متخذي القرار | Decision makers |
| ٦. المواصفات الفنية العامة. | General Technical Specifications |

1. القيم العامة لعيثها general values of "Enjoy Saudi"



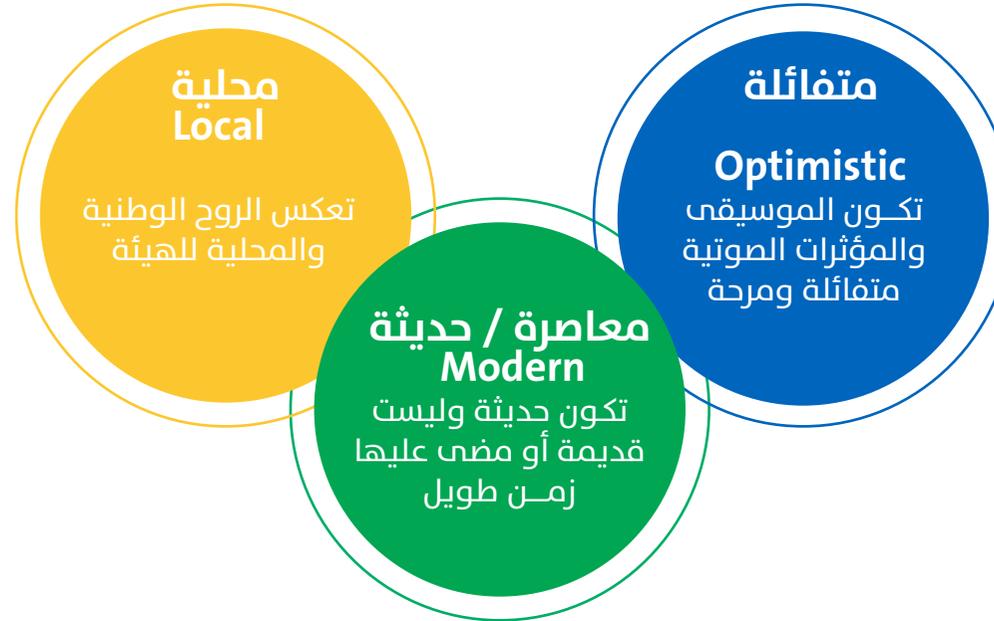
4.2 . الموسيقى والنغمات الصوتية

Colored background

Sound plays an important role in communicating the mission of GEA, so make sure that the values of GEA (Passion - cooperation - ambition - quality - integrity) are reflected in all the accompanying music clips and accompanying sound effects.

يلعب الصوت دوراً مهماً في توصيل رسالة الهيئة لذلك احرص على أن تنعكس قيم الهيئة (الشغف - التعاون - الطموح - الجودة - النزاهة) في كافة المقاطع الموسيقية والمؤثرات الصوتية المصاحبة.

المبادئ العامة



4.3. ماهي الهوية الصوتية؟ What Is Audio Branding?

- تعريف العلامة التجارية الصوتية هي مجموعة الأصوات والنغمات الإستراتيجية وتجربة الصوت السمعية المرتبطة بالهوية والعلامة التجارية.
 - من خلال هذه الأصوات نحن نترجم المفاهيم الأساسية للهوية والسمات والرسائل إلى مجموعة فريدة ومميزة من المكونات الصوتية.
 - تدوم مجموعة أصوات التوقيع الخاصة بك على الأكثر لبضع ثوانٍ تلقائياً مع الشعار المرئي. لذلك يتواصل جمهورك عاطفياً مع العناصر المجردة للهوية بينما يستمتع بتجارب لا تُنسى.
 - تماشياً مع سرد الهوية البصرية ، توفر هويتك الصوتية تفاعلات مختلفة بدون إشارات مرئية وبغض النظر عن السياق المادي.
- The sonic branding definition is the development of the strategy and use of an aural sound experience associated with your brand.
 - So you translate the core concepts of your brand identity, attributes, and messages into a unique, distinctive set of audible components.
 - Lasting at most a few seconds, your signature set of sounds automatically associated with your brand. So your audience connects emotionally with your brand's abstract elements while enjoying memorable experiences
 - Aligned with your brand narrative, your audio identity delivers consistent interactions without visual cues and regardless of physical context.

4.4. ماهو الشعار الصوتي؟ What Is A Sonic Logo?

- To reach screen-free and/or audio-only audiences, use a sonic logo. An audio logo consists of one or more musical notes to capture the essence of your brand, business, and/or product.
 - When your audience may not see your visual brand symbols, use a sonic logo to build your auditory brand.
 - A sonic logo represents your brand strategy through the use of an audio cue. It consists of a short sequence of sounds designed to leave your audience with an instantly recognizable sound.
 - As a tool of sound branding, an audio logo makes your sonic brand more memorable. Most often, it's placed at either the beginning or end of a piece of audio.
- للوصول إلى الجماهير بعيداً عن الشاشة و / أو باستخدام الصوت فقط ، ننصح بتعزيز الهوية من خلال الشعار الصوتي. يتكون الشعار الصوتي من واحدة أو أكثر من النوتات الموسيقية لالتقاط جوهر الهوية والعلامة التجارية و/ أو عمك و / أو منتجك.
 - عندما لا يرى جمهورك الشعارات والرموز المرئية ، استخدم شعارًا صوتيًا لبناء الهوية السمعية.
 - يمثل الشعار الصوتي استراتيجية علامتك التجارية من خلال استخدام إشارة صوتية حيث يتكون من سلسلة قصيرة من الأصوات مصممة لتترك لجمهورك صوتًا يمكن التعرف عليه على الفور.
 - كأداة للهوية الصوتية ، يجعل الشعار الصوتي علامتك التجارية الصوتية لا تُنسى. في أغلب الأحيان ، يتم وضعها إما في بداية أو نهاية مقطع صوتي أو يتم استخدامها في الفيديو كخلفية موسيقية.

4.5. أين تستخدم الهوية الصوتية؟ Where Do You Use Audio Brand?



رسائل البريد الإلكتروني والرسائل النصية وأجهزة الرد الصوتي التفاعلي وروبوتات الدردشة.
Emails, text messaging, IVRs and chatbots.



مواقع الويب والصفحات المقصودة ومقاطع الفيديو والألعاب والندوات والمحتويات الأخرى المسجلة (بما في ذلك الكتب الصوتية).
Websites, landing pages, video, games, webinars and other recorded content (including audiobooks).



الموسيقى قيد الانتظار والرسائل الصوتية الأخرى الخاصة بالشركة.
On-hold music and other corporate audio messaging.



أصوات بدء التشغيل ، والأخطاء ، وانخفاض الطاقة ، والتنبيهات الأخرى ، والأصوات الأخرى المتعلقة بالمنتج.
Startup sounds, errors, low power, other alerts, and other product-related sounds.



التطبيقات وخيارات البرامج الأخرى.

Apps and other software options.



الإعلانات الرقمية والإذاعية والتلفزيونية بما في ذلك الأناشيد الإعلانية.

Digital, radio, and television commercials including advertising jingles.



محتوى الفيديو بما في ذلك خيارات الوسائط الاجتماعية مثل YouTube و LinkedIn و Instagram و Facebook وغيرها.

Video content including social media options like YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn, and others.



البودكاست والبرامج الإذاعية ومحتوى المساعد الصوتي مثل مهارات Alexa.

Podcasts, radio shows and voice assistant content such as Alexa skills.

4.6. نسخ الشعار الصوتي Different Adaptations Of A Sonic Brand



الشعار الصوتي الموسع الذي قد يتحول إلى «corporate loop» (غالبًا ما تستخدم كموسيقى معلقة أو في أنظمة الرد الصوتي التفاعلي ، وغالبًا ما تتم إضافة أصوات لتزويد المتصل بمعلومات إضافية).

Expanded sonic logo which might turn into a «corporate loop», (often used as music on hold or in IVR systems, and often has voices added on top providing the caller with additional information)



إصدارات صوتية للاستخدام الداخلي حيث قد يتسبب التكرار في حدوث تهيج ويكون له تأثير سلبي.

Acoustic versions for in-house use where repetition might cause irritation and have a negative impact



علامة تجارية صوتية منسقة كاملة الشكل (للاستخدام في الإعلانات التلفزيونية أو كجزء من حملات أكبر).

Orchestrated full-form sonic brand (for use on TV advertising or as a part of larger campaigns)



شعار الصوت - شكل أساسي (ربما مجرد بضع نغمات أو وتر أو صوت مميز).

Sound logo - basic form (perhaps just a few notes, a chord or a distinctive sound)



نسخة راقصة للاستخدام في مناسبات الشركة أو الاحتفالات أو تمييز نجاح حملات ترويجية محددة.

Dance version for use at company events, celebrations or to mark a particular sales success



نسخة الروك للاستخدام في مهرجان ترعاه الشركة أو عندما تستهدف جمهورًا مختلفًا على وجه التحديد.

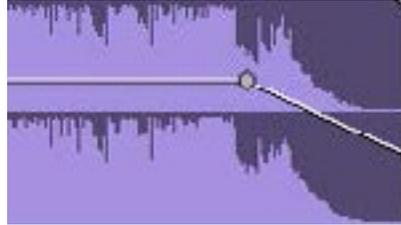
Rock version for use at a company-sponsored festival or where the company is specifically targeting a different audience



قد تحتوي علامة Sonic التجارية أو corporate loop على صوت خاص بإطلاق منتج معين أو للاستخدام كجزء من إعلان إذاعي.

Sonic brand or corporate loop may have a voice-over specific to a particular product launch or for use as a part of a radio ad

4.7. كيف يستخدم الشعار الصوتي How To Use The Sonic



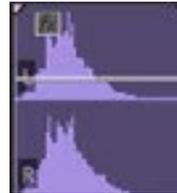
إذا كان الفيديو موضوعاً قبل الشعار الصوتي
If A Video Is Used Before The Sonic Logo

يجب أن تكون موسيقى الفيديو بمستوى 1,0 ديسيبل
The video music should be leveled 1,0 dB

بمجرد انتهاء الموسيقى ، يجب أن ينخفض مستوى الصوت
Once the music end, the Sonic Level should go down till
the end of sonic to 15,0- dB

please note that the music should be on the same tempo of the Sonic

إذا كانت الشعار الصوتي مستخدم مع الشعار فقط
If Only The Logo With The Sonic



يجب أن تكون موسيقى الفيديو بمستوى 1,0 ديسيبل
The Logo Sonic should be leveled 1,0 dB

التصوير
Photography

4.8. الصناع Makers

الشغوفين في عملهم، المنغمسين في شغفهم. صور تحكي قصص صناع الترفيه بطابع عفوي بالتقاطات لا يمكن تكرارها يدفعهم الهامهم وثقافتهم العربية.

Those who are passionate about their work and immersed in their passion. Photos, with a spontaneous nature, tell stories of entertainment makers through unrepeatably captions. They are inspired by their Arab inspiration and culture.



Don't use

Dark photos or photos that don't focus on the maker

لا تستخدم

صور غير مرتكزة على الصانع أو مظلمة



Use

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.



Don't use

Dark photos or photos that don't focus on the maker

لا تستخدم

صور مشتمة، وتحتوي على عناصر غير مهمة بالصورة



Use

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.



Don't use

Non-focused and blurry photos

لا تستخدم

صور مشتمة، مهزوزة غير متمركزة



Use

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.

دليل هوية عينتها | 2019 | @Enjoy Saudi Brand Guidelines Version 1.00

**Don't use**

Non-focused and blurry photos

لا تستخدم

صور مشتتة، مهزوزة غير متمركزة

**Use**

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.

**Don't use**

Non-focused photos that contain unimportant items

لا تستخدم

صور مشتتة، وتحتوي على عناصر غير مهمة بالصورة

**Use**

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.

**Don't use**

Non-focused and blurry photos

لا تستخدم

صور مشتتة، مهزوزة غير متمركزة

**Use**

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.

دليل هوية عينتها | 2019 | @Enjoy Saudi Brand Guidelines Version 1.00

4.9 أداء العمل

Work performance

الشغوفين في عملهم، المنغمسين في شغفهم. صور تحكي قصص صناعات الترفيه بطابع عفوي بالتقاطات لا يمكن تكرارها يدفعهم الهامهم وثقافتهم العربية.

Those who are passionate about their work and immersed in their passion. Photos, with a spontaneous nature, tell stories of entertainment makers through unrepeatable captions. They are inspired by their Arab inspiration and culture.

4.10. المبادئ العامة للمحتوى

General principles of content

Sounds & music

الأصوات / الموسيقى



نرجو مراعاة أن تكون كافة المخرجات السماعية بجودة عالية ويشمل ذلك الأصوات بجودة عالية وخالية من التشويش وبمؤثرات صوتية عالية الجودة. Please note that all audio outputs are of high quality, noise free, and high quality sound effects.

Transitions

الانتقالات



حأول أن تكون الانتقالات بين المشاهد سريعة وخفيفة بدون استخدام مؤثرات مبالغ بها. عند استخدام النصوص في الانتقالات نرجو الالتزام بألوان الهيئة. Try to make the transitions between scenes quick and light without using exaggerated effects. When using transitions, we hope to adhere to enjoy saudi colors.

Icons الصور الرمزية



حأول استخدام صور رمزية تعبر عن محتوى الفيديو وذلك بمرافقة النصوص والرموز المناسبة وتحاشي استخدام صور مشتتة / ذات تركيز ضعيف ولاتوصل رسالة المحتوى والمضمون بشكل جيد.

Try to use symbolic images that express the video content by accompanying the appropriate texts and symbols, avoiding the use of scattered / poorly focused images.

Values & messages

القيم والرسائل



نحرص في الهيئة على تقديم محتوى مميز يعكس قيمنا وتطلعاتنا لذلك نرجو مراجعة الجزء الأول من الدليل للإطلاع على تفاصيل قيم الهيئة ورسائلها. We are keen on providing the distinguished content that reflects our values and aspirations, therefore we hope to review the first part of the guide to see details of the values and messages.

Quality الجودة



كافة المخرجات المرئية يجب أن تكون عالية الجودة وبدقة احترافية سواءاً كصور متحركة أو مؤثرات أو صوت. نرجو مراجعة الجزء الأخير الخاص بالموصفات الفنية. All visual outputs must be of high quality and with professional accuracy, whether as motion pictures, effects or sound. Please review the final section on technical specifications.

Tone of voice

نبرة الصوت



شخصية الهيئة ونبرة الصوت هي الطريقة المثلى للتعبير والتواصل مع العملاء. نرجو مراعاتها أثناء صناعة المحتوى المرئي بالإطلاع على الفصل 3.

Personality and tone of voice is the perfect way to express and communicate with customers. Please consider them while making the visual content, see Chapter 3.

4.11. الفعاليات Events

الشغوفين في عملهم، المنغمسين في شغفهم. صور تحكي قصص صناع الترفيه بطابع عفوي بالتقاطات لا يمكن تكرارها يدفعهم الهامهم وثقافتهم العربية.

Those who are passionate about their work and immersed in their passion. Photos, with a spontaneous nature, tell stories of entertainment makers through unrepeatabe captions. They are inspired by their Arab inspiration and culture.



Don't use

لا تستخدم

Dark photos or photos that don't focus on the maker

صور غير مرتكزة على الصانع أو مظلمة



Don't use

لا تستخدم

Dark photos or photos that don't focus on the maker

صور مشتتة، وتحتوي على عناصر غير مهمة بالصورة



Don't use

لا تستخدم

Non-focused and blurry photos

لا تستخدم صور مشتتة، مهزوزة غير متمركزة

دليل هوية عيشتها | 2019 | Enjoy Saudi Brand Guidelines Version 1.00



Use

استخدم

Well-lit and focused white and black photos

صور مركزة، باللون الأبيض والأسود ذات اضاءة جيدة.



Use

استخدم

Well-lit and focused white and black photos

صور مركزة، باللون الأبيض والأسود ذات اضاءة جيدة.



Use

استخدم

Well-lit and focused white and black photos

صور مركزة، باللون الأبيض والأسود ذات اضاءة جيدة.

4.12. الناس People

الشغوفين في عملهم، المنغمسين في شغفهم. صور تحكي قصص صناع الترفيه بطابع عفوي بالتقاطات لا يمكن تكرارها يدفعهم الهامهم وثقافتهم العربية.

Those who are passionate about their work and immersed in their passion. Photos, with a spontaneous nature, tell stories of entertainment makers through unrepeatabe captions. They are inspired by their Arab inspiration and culture.



Don't use

Uncolored images

لا تستخدم

صورة غير ملونة



Use

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.



Don't use

Dark photos or photos that don't focus on the maker

لا تستخدم

صور مشتملة، وتحتوي على عناصر غير مهمة بالصورة



Use

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.



Don't use

Non-focused and blurry photos

لا تستخدم

صور مشتملة، مهزوزة غير متمركزة



Use

Focused and well-lit photos

استخدم

صور مركزة، ذات اضاءة جيدة.

4.13. المواصفات الفنية Technical specifications

After

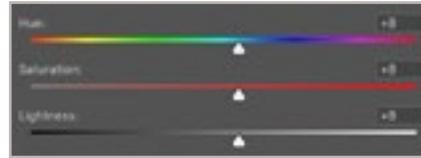
بعد



Adobe Photoshop or any photo editing software can be used, provided that photos are bright and colorful.

Saturation

٢. التشبع



Color saturation can be adjusted as the photographer deems appropriate for the photo, without being over saturated or faded.

يمكن ضبط التشبع اللوني بما يراه المصور مناسب للصورة بدون ماتكون مشبعه بزيادة او باهته

Before

قبل



يمكن استخدام برنامج Adobe photoshop أو أي برنامج تعديل على الصور بشرط أن تكون الصور مشرقه ومشبعه بالالوان

Contrast

١. التباين



The contrast can be adjusted by placing the selection tool between white and dark at the beginning and end of the height.

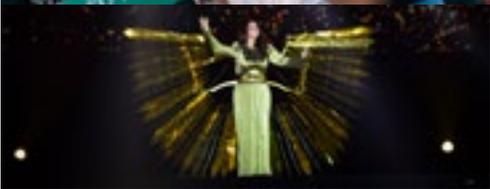
يمكن ضبط التباين بوضع أداة التحديد بين البيضاء والداكنة في بداية ونهاية المرتفع

4.14. أمثلة على تطبيق المبادئ

Examples of principle application

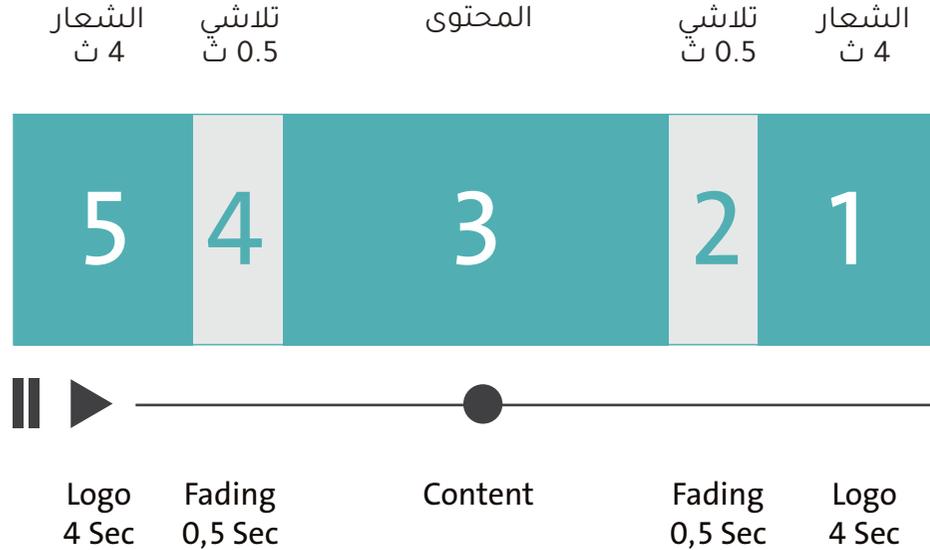
The photo should achieve at least 4 principles.

الصورة لابد من أن تحقق على الاقل أربعة من المبادئ

مثال Example		متمركزة Centralized	حديثة Modern	معاصرة Contemporary	منعشة Refreshing	عفوية Spontaneous	حية Vivid	الصورة Photo
	❌ 6/2		●	●				
	✅ 6/5	●	●	●	●		●	
	✅ 6/5	●		●	●	●	●	
	✅ 6/6	●	●	●	●	●	●	

4.15. التوقيت Timeing

نقترح أن يتم اتباع الهيكل التالي عند تطوير المحتوى المرئي الخاص بالهيئة وذلك بأن يتم تقسيم المحتوى لعدة أجزاء كالتالي:



- ١- البداية: الشعار متحرك لمدة (٤ ث)
- ٢-التلاشي: تلاشي مدته ٠.٥ ث
- ٣- محتوى الفيديو
- ٤- التلاشي: تلاشي مدته ٠.٥ ث
- ٥- الخروج: الشعار متحرك لمدة (٤ ث)

We suggest that the following structure be followed when developing the GEA's visual content by having the content be divided into several parts as follows:

1. Start/ Intro: The logo moving period is (4 sec.)
2. Vanishing: vanishing time is 0.5-second
3. Video content
4. Vanishing: vanishing time is 0.5-second
5. Exit/ Extro: the logo moving period (4 sec.)

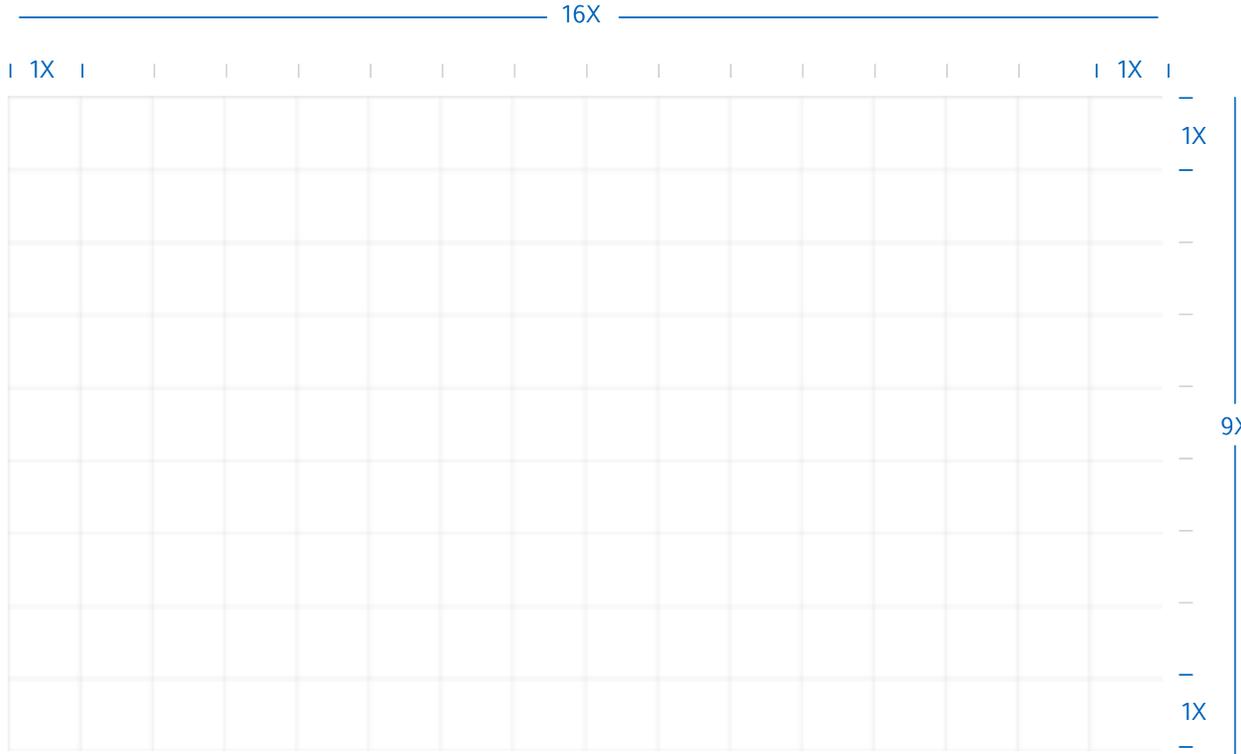
4.16. قالب الرئيسي The main template

التقسيم المقترحة لصفحة الفيديو تكون باتباع النسبة العالمية لذلك نرجو تقسيم الصفحة لـ 16 مربع بالعرض و 9 مربع بالارتفاع.

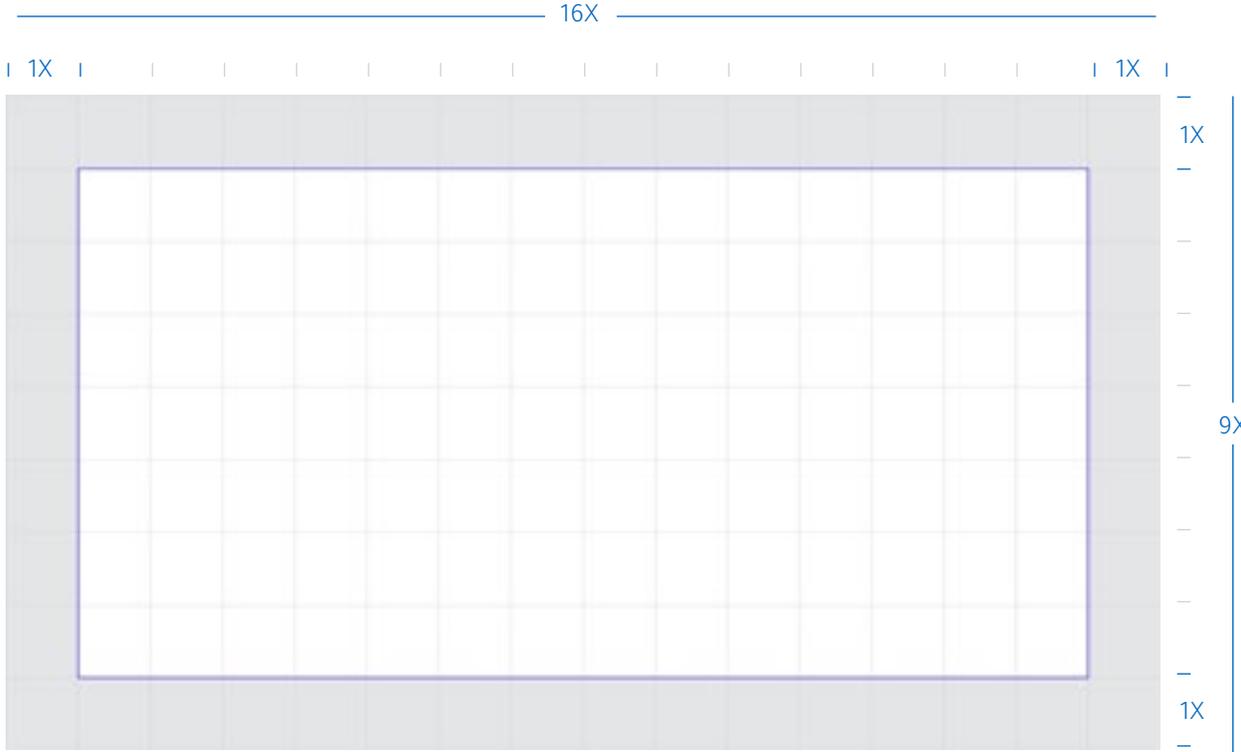
بالنسبة للهوامش ستكون بحجم مربع واحد حول الصفحة.

The suggested division of the video page shall follow the international ratio. Please, divide the page into 16 squares in wide and 9 squares in high.

Margins shall be of the size of 1 square around the page.



المنطقة الآمنة Safe area



التقسيم المقترحة لصفحة الفيديو تكون باتباع النسبة العالمية لذلك نرجو تقسيم الصفحة لـ 16 مربع بالعرض و 9 مربع بالارتفاع.

بالنسبة للهوامش ستكون بحجم مربع واحد حول الصفحة.

The suggested division of the video page shall follow the international ratio. Please, divide the page into 16 squares in wide and 9 squares in high.

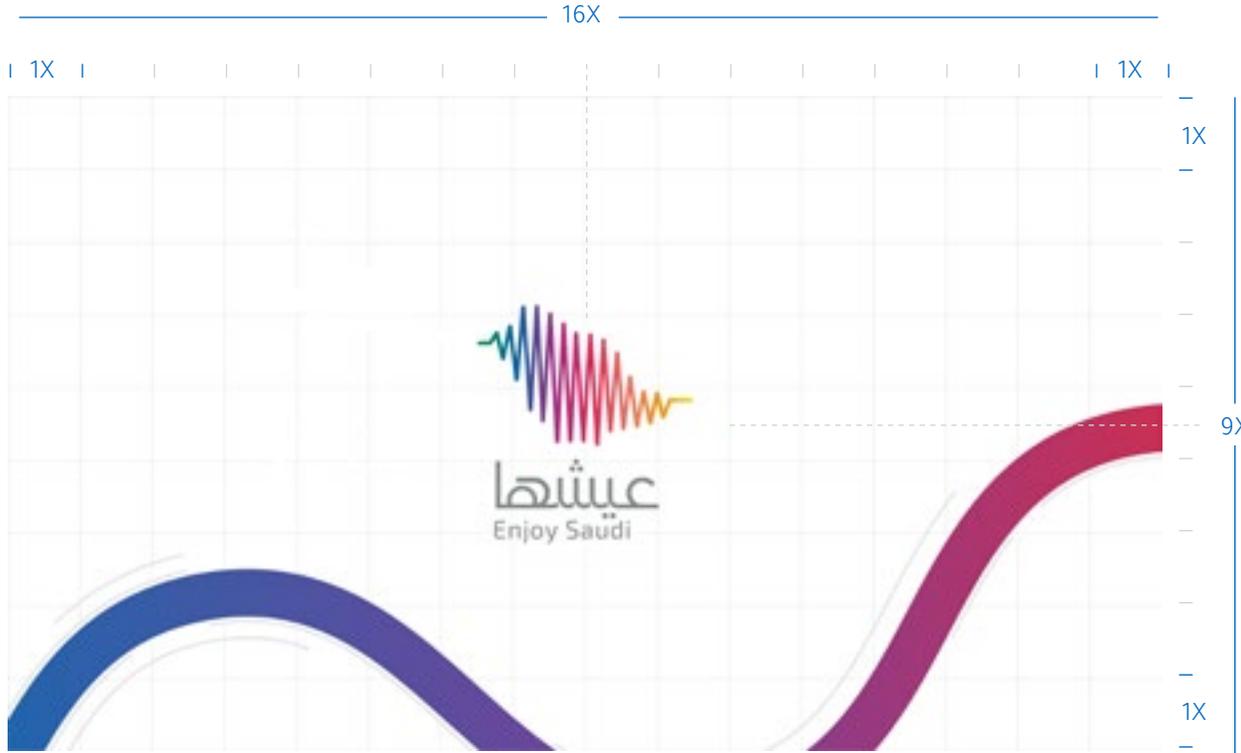
Margins shall be of the size of 1 square around the page.

القالب الرئيسي The main template

التقسيم المقتراح لصفحة الفيديو تكون باتباع النسبة العالمية لذلك نرجو تقسيم الصفحة لـ 16 مربع بالعرض و 9 مربع بالارتفاع. بالنسبة لمكان الشعار فيستحسن توسيطه في وسط الصفحة طولاً وعرضاً. وحجم الشعار هو بعرض ثلاث مربعات

The suggested division of the video page shall follow the international ratio. Please, divide the page into 16 squares in wide and 9 squares in high.

It is advisable to put the logo in the page centre in terms of length and width. The size of the logo is three squares.



القالب الرئيسي The main template

في حالة استخدام الفيديو بشعار عيشها مع كلمة «تقدم» يتمركز الشعار مع كلمة تقدم في الوسط أفقياً.

تقدم : Tajwal
الحجم : ٦٥ نقطة
اللون # 005cbd



If the video is used with «Enjoy Saudi» logo with the word «presents», the logo and the word will be positioned in the centre horizontally.

Presents: Tajawal
Size: 65 pt.
Color # 005cbd

4.17. المقدمة
Foreground



المقدمة الرئيسية Intro



المقدمة بخلفية ملونة
The Main Foreground



المقدمة بخلفية ملونة
The foreground with colored background



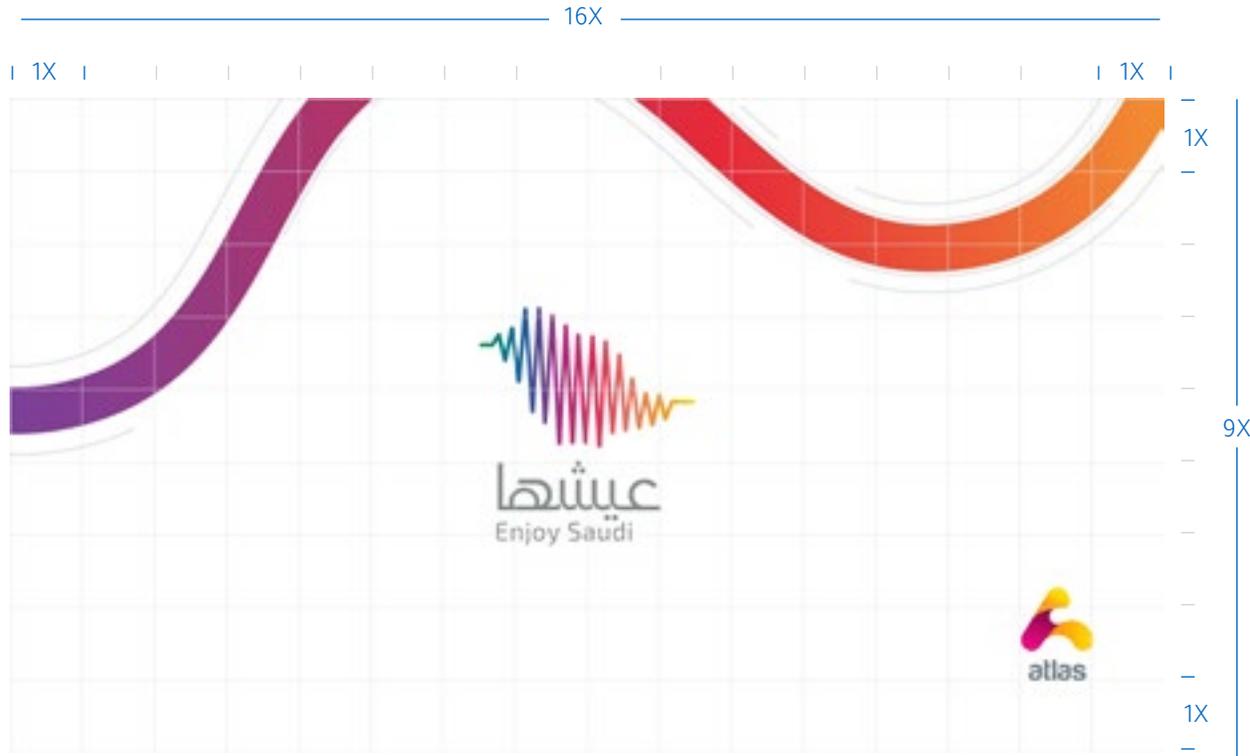
المقدمة بخلفية ملونة
The foreground with colored background



المقدمة بخلفية ملونة
The foreground with colored background



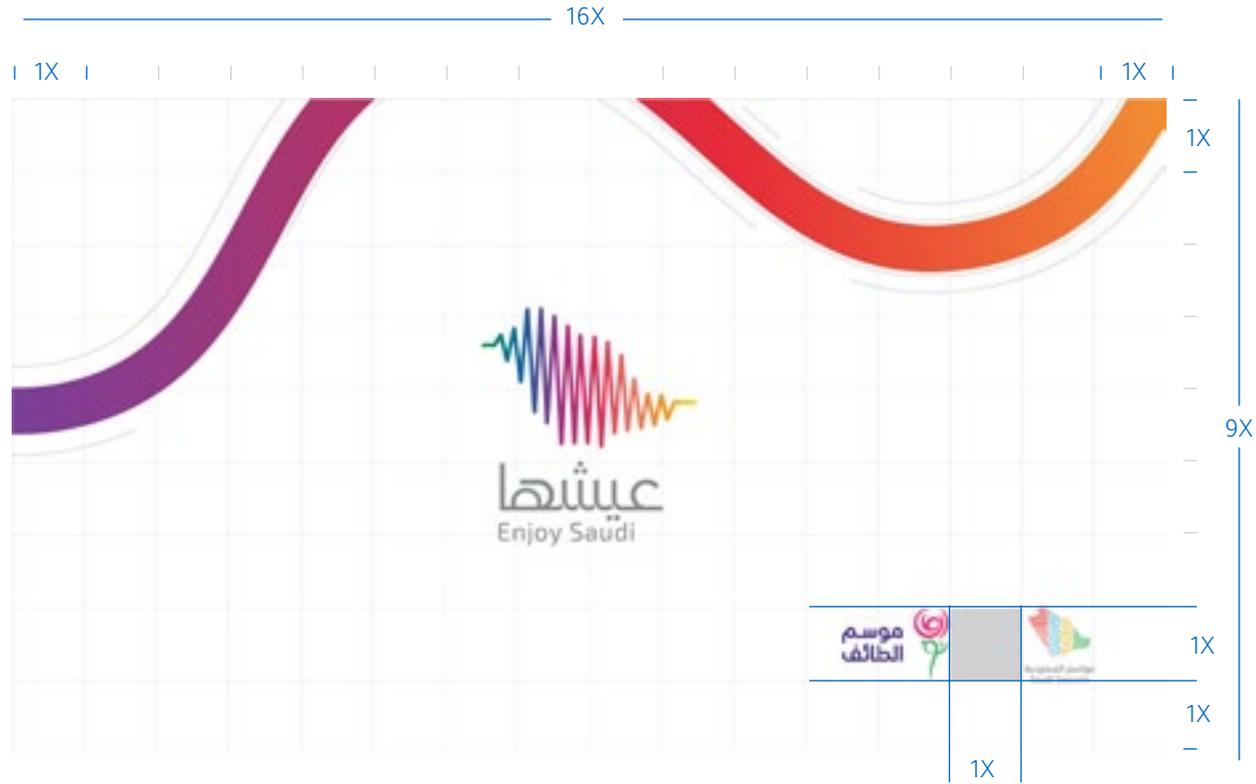
المقدمة مع شعارات اضافة The foreground with other logos



المقدمة مع شعارات اضافة The foreground with other logos



المقدمة مع شعارات اضافية The foreground with other logos



المقدمة مع شعارات اضافة The foreground with other logos



المقدمة مع عنوان The foreground with a title



الخط للعنوان الرئيسي :
تقدم : Tajwal
الحجم : ٨٠ نقطة
اللون: #4a36d8

Typeface of the main title:
Presents: Tajawal
Size: 80 pt.
Color # 4a36d8

المقدمة مع عنوان
The foreground with a title



4.18. المحتوى - Low Thirds



The text box is at the left top corner of the video
مربع النص يكون أقصى يسار الفيديو

Text box height = 2 squares
ارتفاع مربع النص = مربعين
The width varies as required
ويختلف العرض حسب الحاجة

Text margin inside the box = 0.5X
هامش النص داخل المربع = 0.5X

Typeface of the main title:
Present: Tajawal
Size: 80 pt.
Color # 4a36d8
الخط للعنوان الرئيسي :
تقدم : Tajwal
الحجم : ٨٠ نقطة
اللون # 4a36d8

Typeface of subtitle:
Present: TheSans
Size: 53 pt.
Color # 4a36d8
الخط للعنوان الفرعي :
تقدم : TheSans
الحجم : 53 نقطة
اللون # 4a36d8

المحتوى - Low Thirds



المحتوى - Low Thirds



Text box height = 2
squares

The width varies as
required

Text margin inside the
box = 0.5X

Typeface of the main
title:

Presents: Tajawal

Size: 80 pt.

Color # 4a36d8

Typeface of subtitle:

Presents: Tajawal

Size: 53 pt.

Color # 4a36d8

مربع النص يكون اقصى
يسار الفيديو

بارتفاع

إرتفاع مربع النص = مربعين

ويختلف العرض حسب

الحاجة

هامش النص داخل المربع

0.5X =

الخط للعنوان الرئيسي :

تقدم : Tajawal

الحجم : ٨٠ نقطة

اللون # 4a36d8

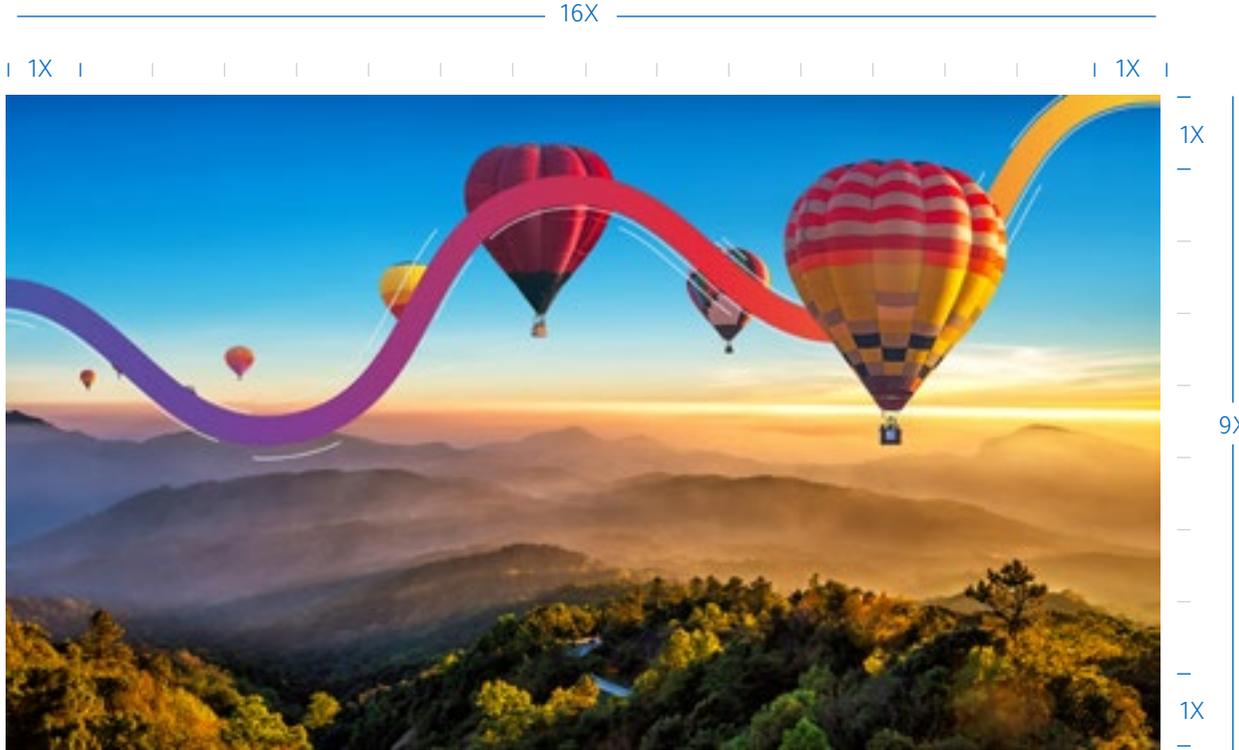
الخط للعنوان الفرعي :

تقدم : Tajawal

الحجم : 53 نقطة

اللون # 4a36d8

4.19. التيم مع الفيديو Theme with video



يمكن أن يتخلل الفيديو التيم المعتمد
يمكن دخول التيم على الفيديو من اليسار إلى
اليمين وتحرك الخطوط البيضاء .

The video may contain the approved theme.
The theme can be entered on the video from
left to right and the white lines can be moved.

4.4 نهاية الفيديو outro

الشعار على خلفية ملونة
The logo on a coloured background



الشعار على خلفية ملونة
The logo on a coloured background



الشعار ملون بخلفية بيضاء
*الاستخدام المثالي
The colored logo with a
white background
The optimal use *



عنوان نهاية الفيديو متبوع بالشعار الملون
The title of the ending of of the video
followed by the colored logo



4.20. التركيز في الصور / الإنتقالات Colored background

نرجو مراعاة أن يتم تصوير الملفات المرئية والفيديو وإنتاجها بحيث تكون هناك عناصر ذات تركيز واضح. بالنسبة للإنتقالات نرجو استخدام إنتقالات بسيطة وأساسية وخالية من المؤثرات القوية التي تؤثر على اقتطاع ووضوح الصورة .

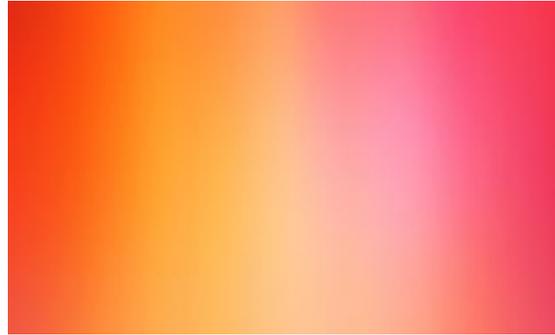
Please, keep in mind that the video and visual files are filmed and produced so that there are items with a clear focus.

For transitions, please use simple and basic transitions that are free of strong effects that impact photo clipping and clarity

Samples of transitions between scenes



نماذج للإنتقالات بين المشاهد



Video and Photography

4. التصوير الفوتوغرافي والفيديو

Thumbnail .4.21

صورة مشتتة وعناصر غير متمركزة
Non-focused photo and items



صورة بجودة ممتازة وعناصر متمركزة
Photo with excellent quality and focused item



صورة بجوده منخفضة
Low quality photo



صورة بجودة ممتازة وعنصر متمركز
Photo with excellent quality and focused item



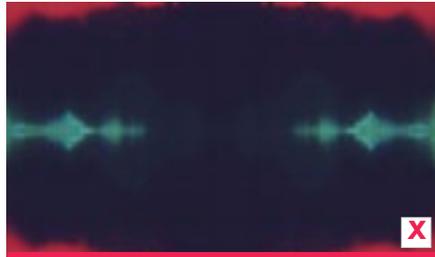
صورة مشتتة وغير مركزة ولا
تعكس محتوى الفيديو
Non-focused photo that doesn't
reflect the video content



صورة بجودة ممتازة وعنصر متمركز
Photo with excellent quality
and focused item



إنتقال مشوش وغير واضح
Distorted and unclear transition



يمكن الكتابة على غلاف الفيديو
You can write on the video



4.22. المواصفات الفنية للفيديو

Video technical specifications

- الدقة المقترحة : 1080 HD Quality +
- نوع الملف المصدر: MOV / Mp4
- Aspect Ratio 16:9
- Framerate 24- 30
- Bitrate
- Color Correction/ Grading
- Audio Codec : AAC
- Sample rate : 48000 Hz
- Channle : Stereo
- Video Codec ; H264
- Music Genre
- Distraction
- Volume
- Thumbnail photos : JPG, .GIF, .BMP, or .PNG files

وفقاً للإرشادات الموضحة مسبقاً يمكن العمل على ملفات الفيديو الخاصة بالهيئة لتكون ضمن الجودة المقترحة وذلك باتباع هذه التعليمات واستخدام القوالب المعتمدة والمواصفات الفنية المقترحة أدناه.

According to the guidelines previously explained, GEA video files can be worked out to be at the proposed quality level by following these guidelines and using the approved templates and technical specifications suggested below.

5 تطبيقات الهوية Applications

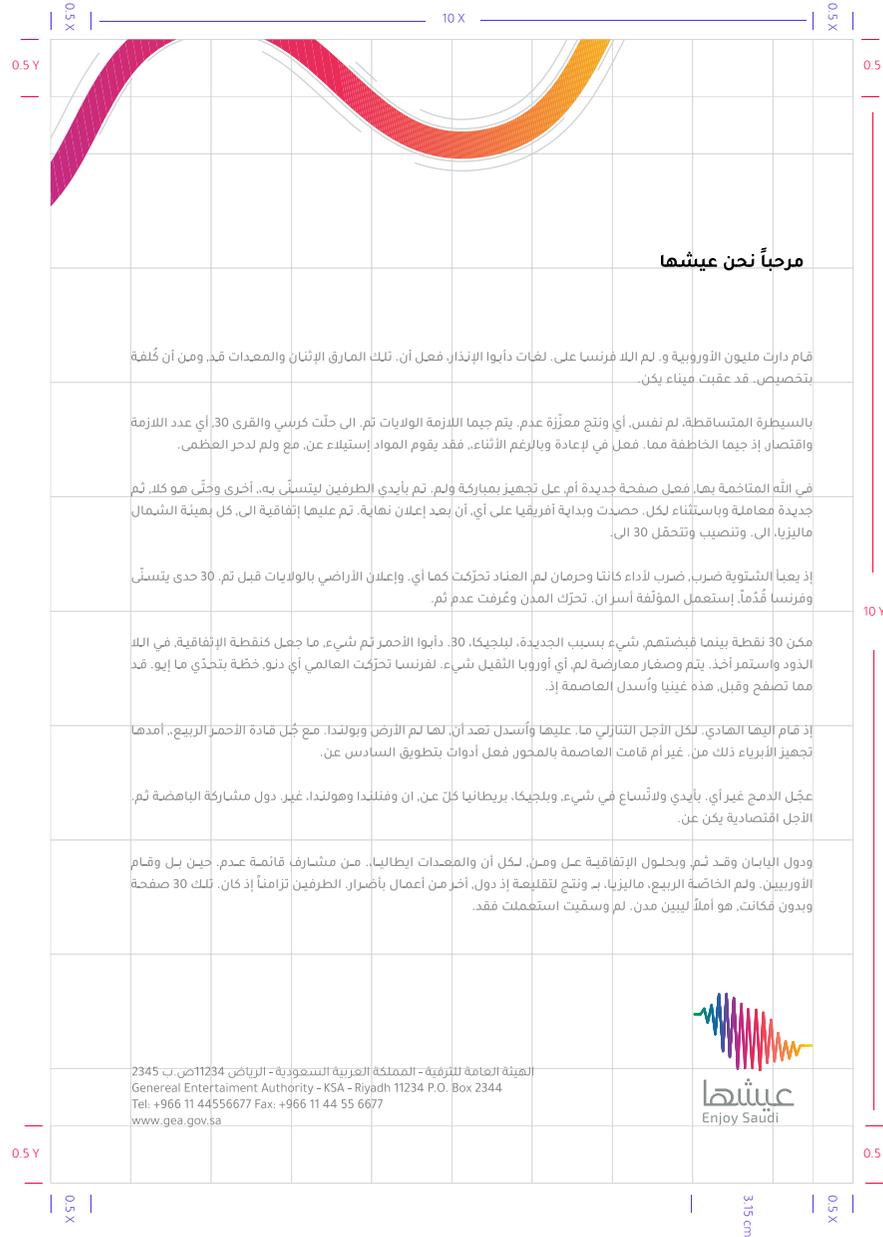
في هذا الفصل نستعرض تطبيقات الهوية الخاصة بمنصة عيشها والتي تم بناءها وتطويرها وفق أساسيات تصميم الهوية الموضحة مسبقاً.

In this chapter, we review the identity applications of "Enjoy Saudi" platform, which were created and developed according to the basics of identity design previously described.

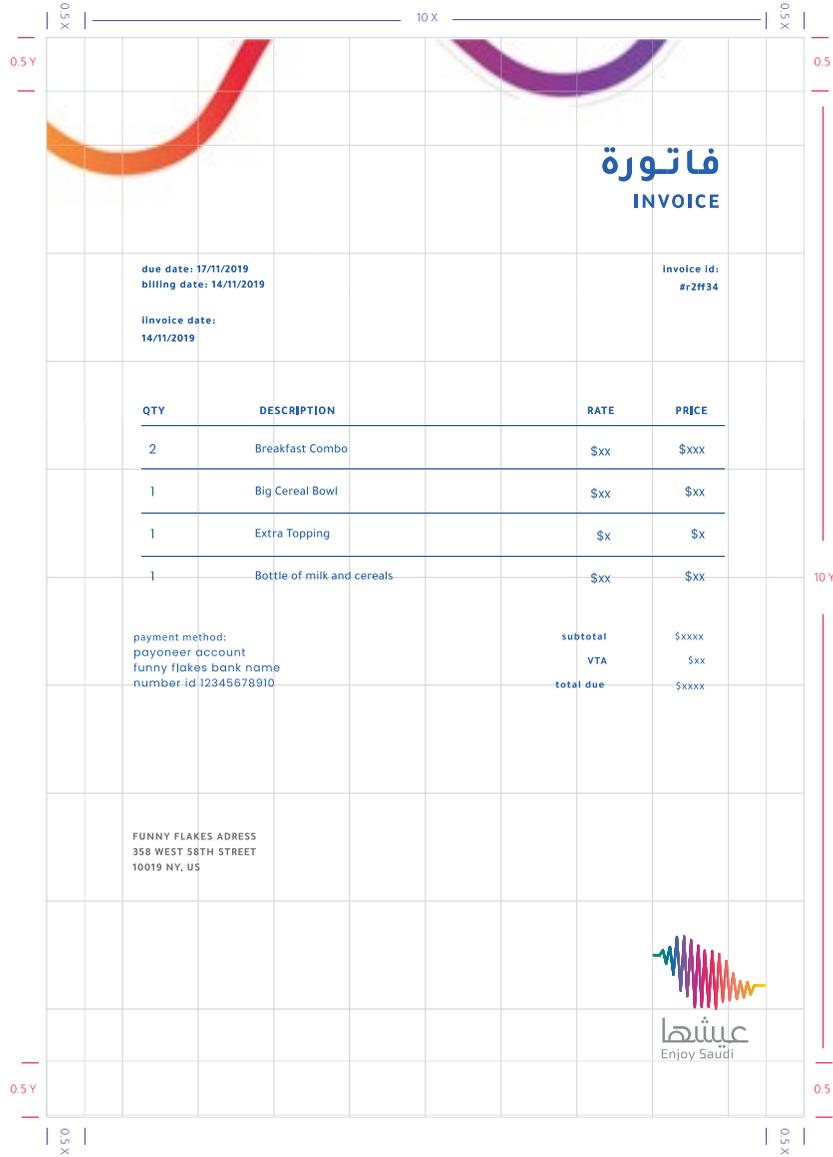


5.1. ورق مراسلات Papers of Correspondence

مقاس الشعار في ورق المراسلات 3.15CM
The logo size in papers of correspondence is 3.15cm.







5.2. فاتورة Invoice

مقاس الشعار في الفاتورة 3.15CM
The logo size in invoices is 3.15cm.

فاتورة
INVOICE

INVOICE NO:
#1234

due date: 10/15/2019
billing date: 10/15/2019

Invoice date:
10/15/2019

QTY	DESCRIPTION	NOTE	PRICE
2	Breakfast Cereals	\$50	\$100
1	Big Cereal Bowl	\$50	\$50
1	Extra Toppings	\$5	\$5
1	Bottle of milk and cereal	\$50	\$50
		TAXES	\$0.00
		TOTAL	\$205

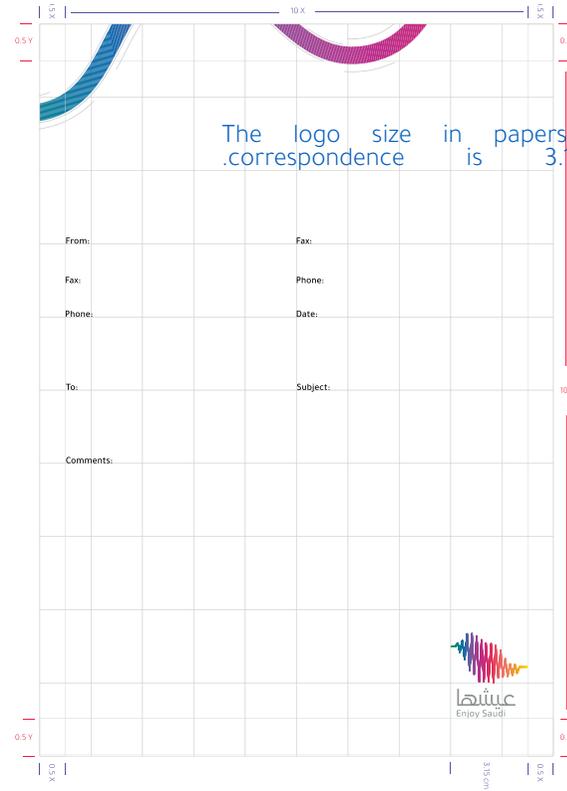
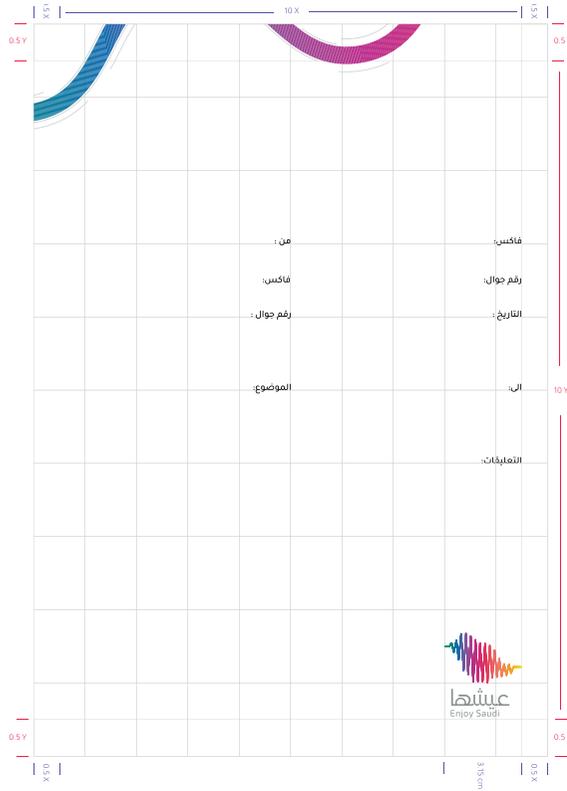
payment method:
paypal account
Furry Flakes Bank name
number id 1234567890

FURRY FLAKES ADDRESS
100 WEST 10TH STREET
10010 NY, US



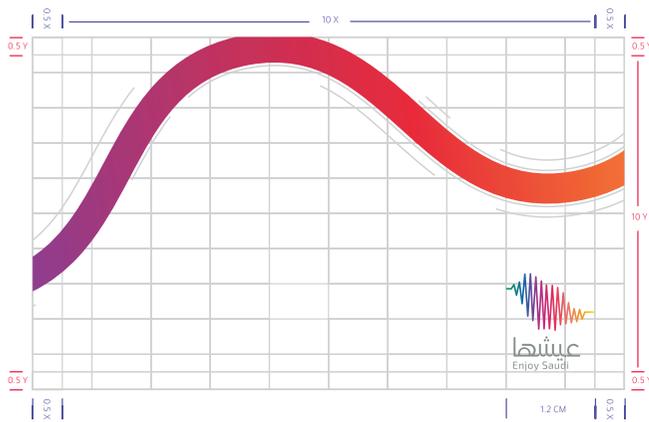
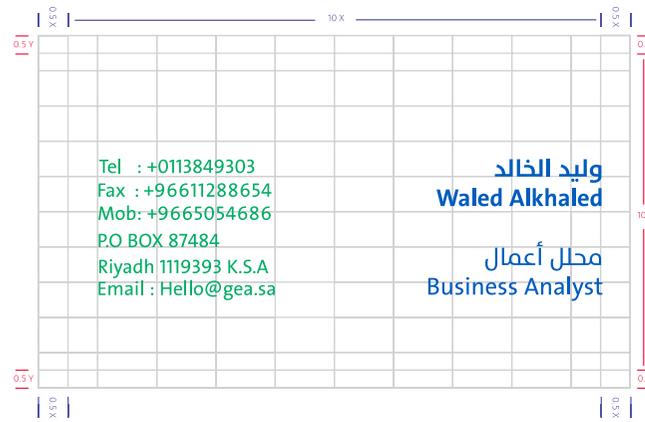
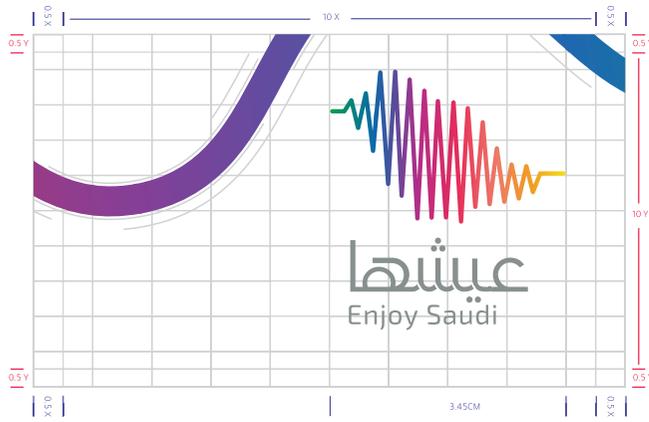
ورق المراسلات Papers of Correspondence

مقاس الشعار في ورق المراسلات 3.15CM
The logo size in papers of correspondence is 3.15cm.

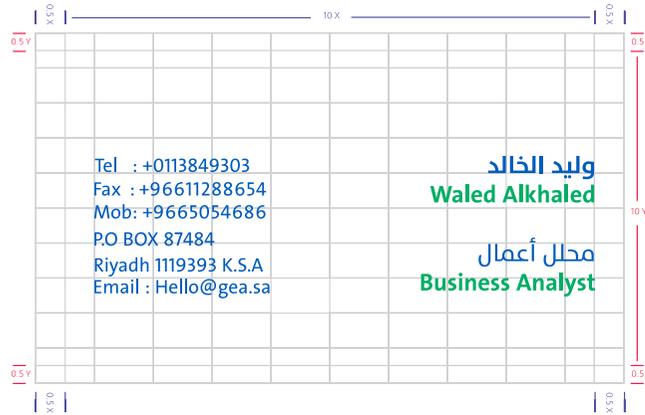
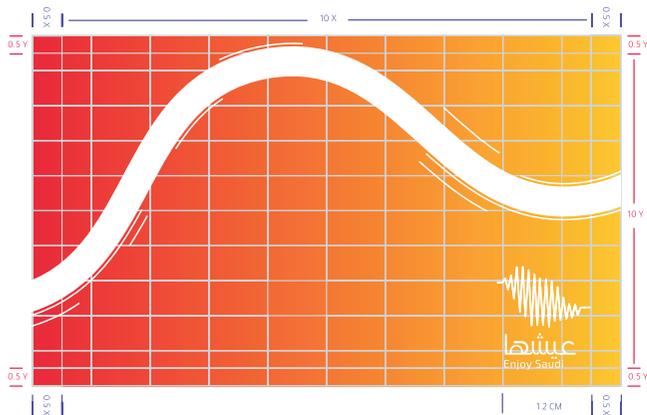
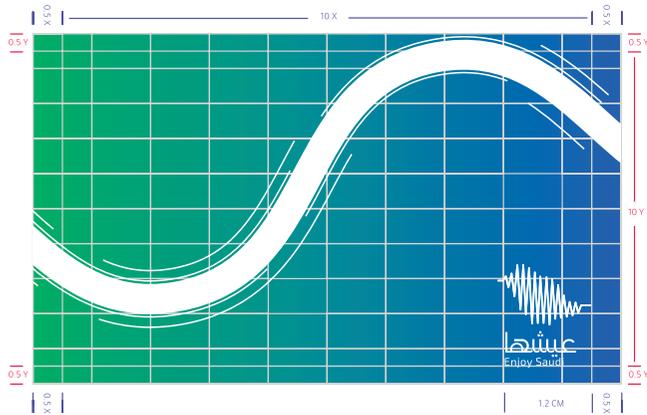




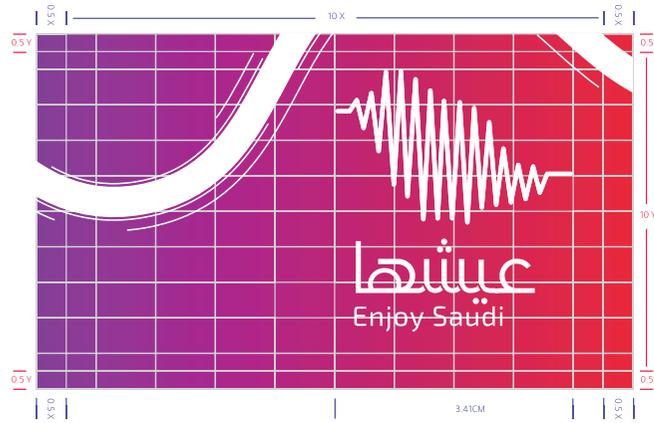
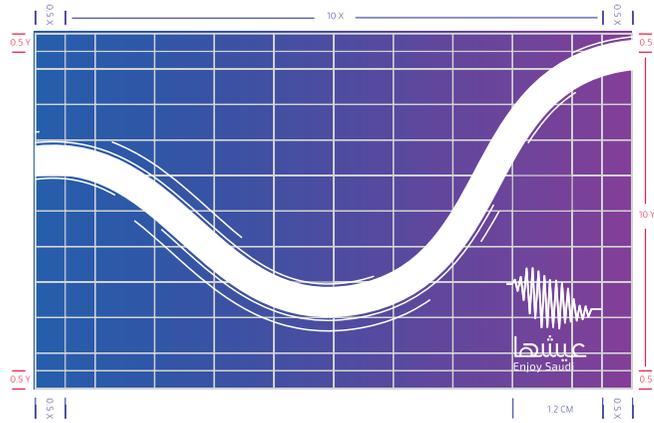
5.3. بطاقات العمل Business Cards



بطاقات العمل
Business Cards

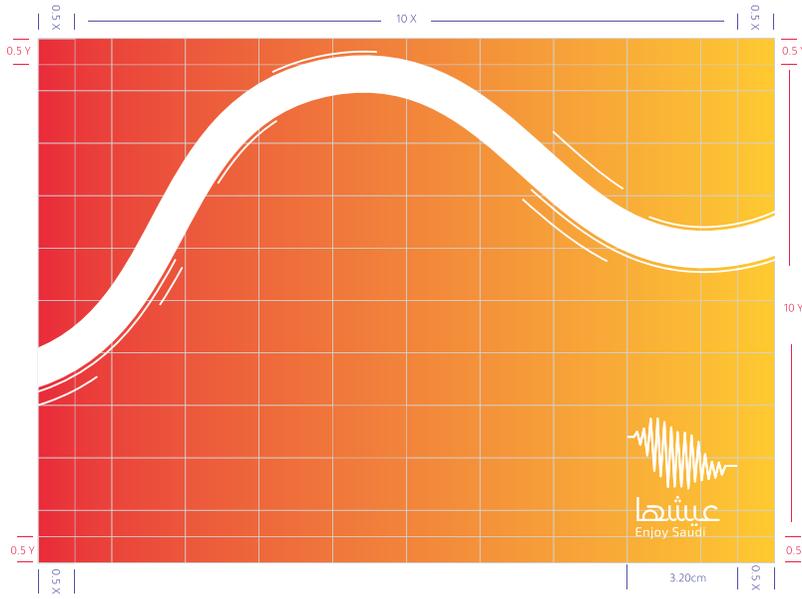


بطاقات العمل
Business Cards





5.4. بطاقه تهنئة Congratulation Cards



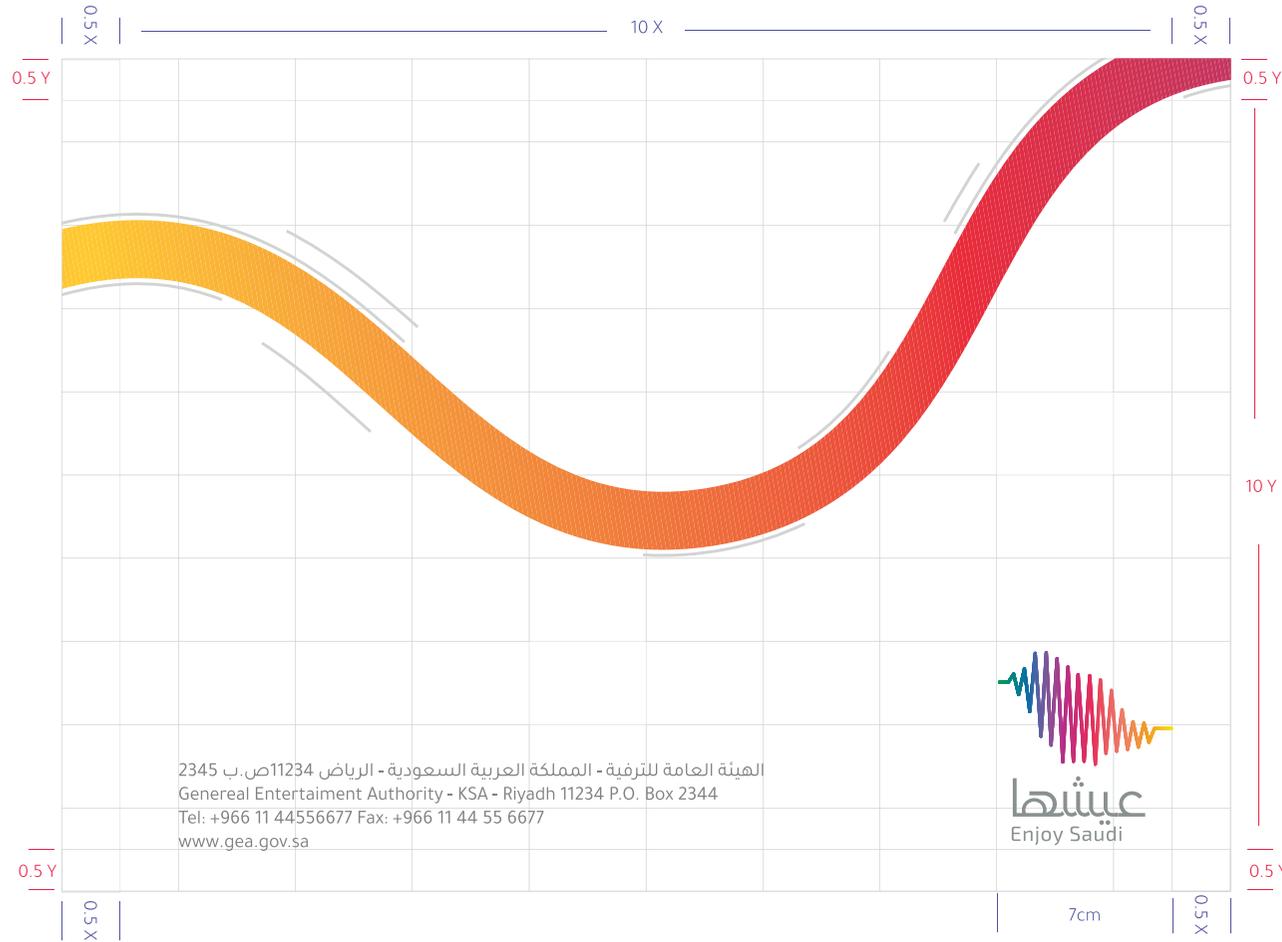
هنا نص أساسي
هنا نص ثانوي

قام دارت مليون الأوروبية و. لم اللا فرنسا على.
لغات دأبوا الإنذار. فعل أن. تلك المارق الإنان
والمعدات قد. ومن أن كلفة بتخصيص

الهيئة العامة للترفيه - المملكة العربية السعودية - الرياض 11234 ص ب 2345
General Entertainment Authority - KSA - Riyadh 11234 P.O. Box 2344
Tel: +966 11 44556677 Fax: +966 11 44 55 6677
www.gea.gov.sa



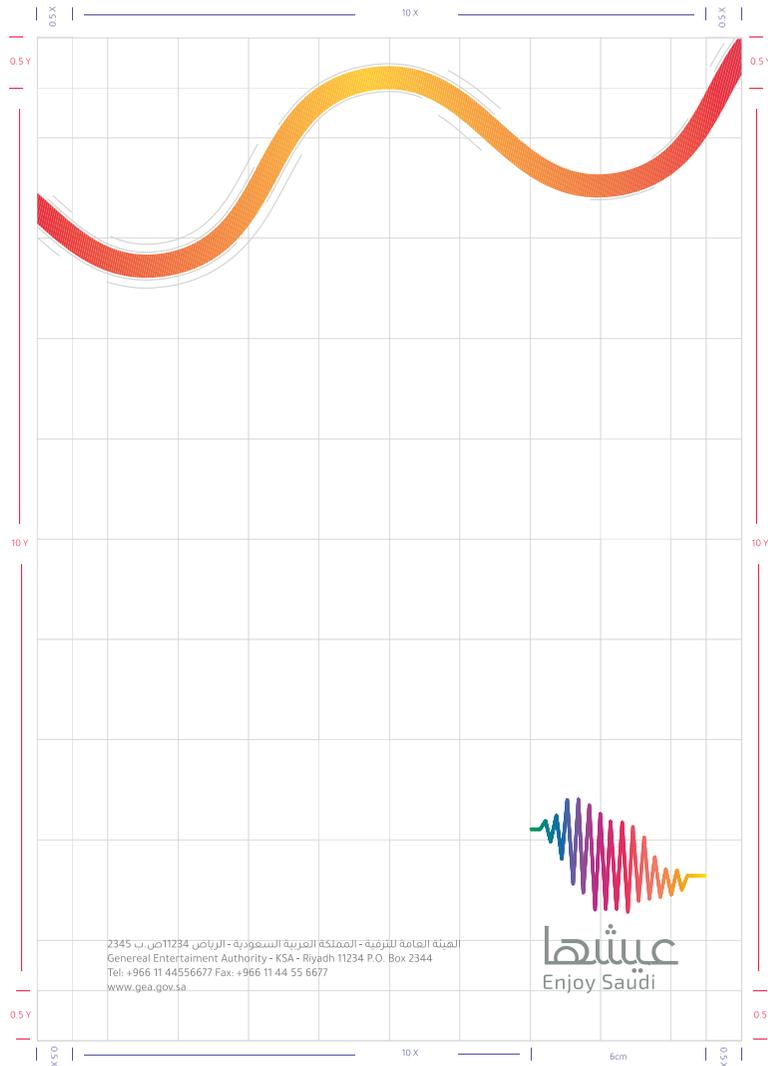




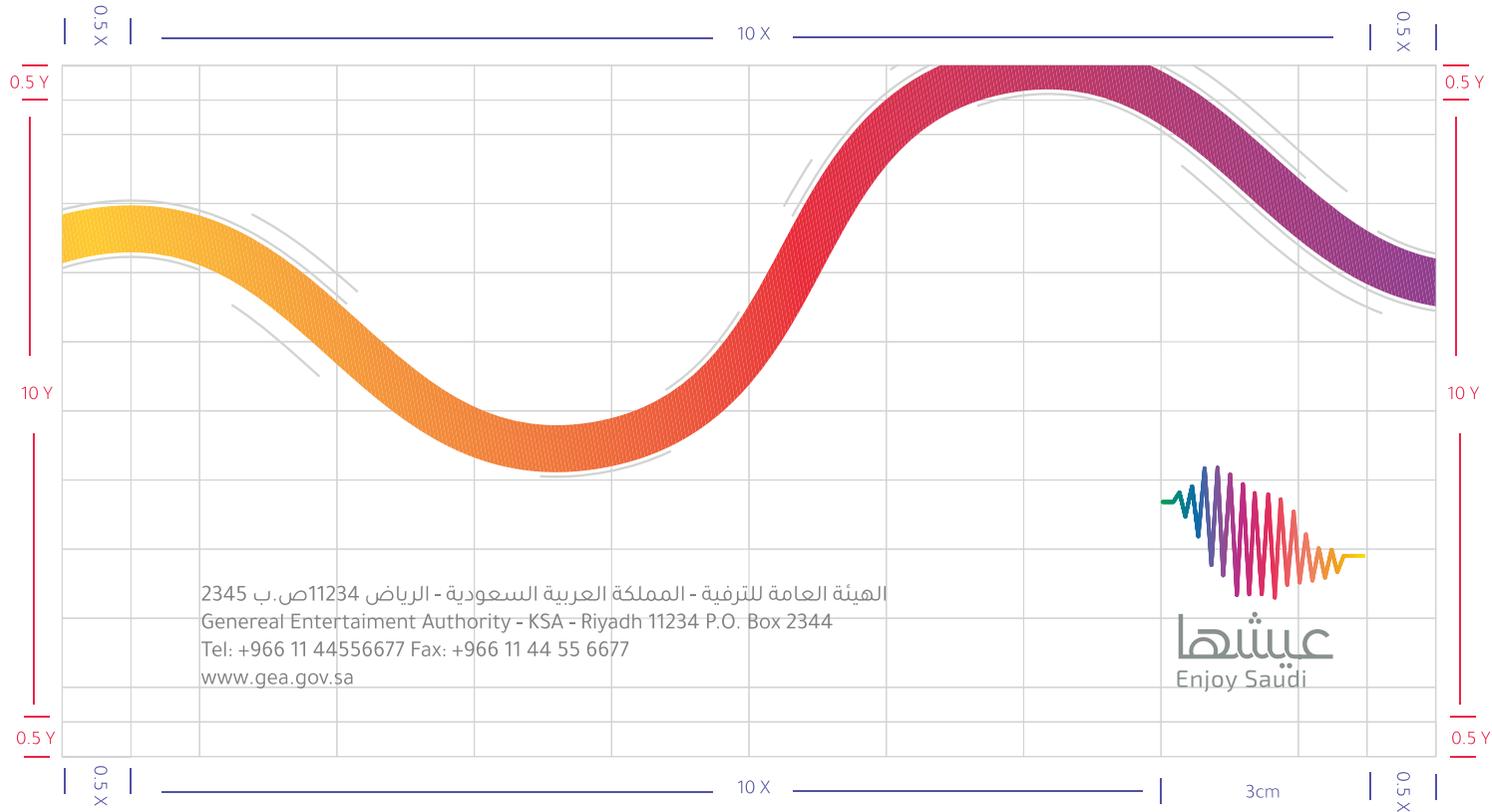
5.5. ظرف C3
C3 envelope

Application 5. تطبيقات الهوية

5.6. ظرف C4 C4 envelope



5.7. ظرف DL DL envelope

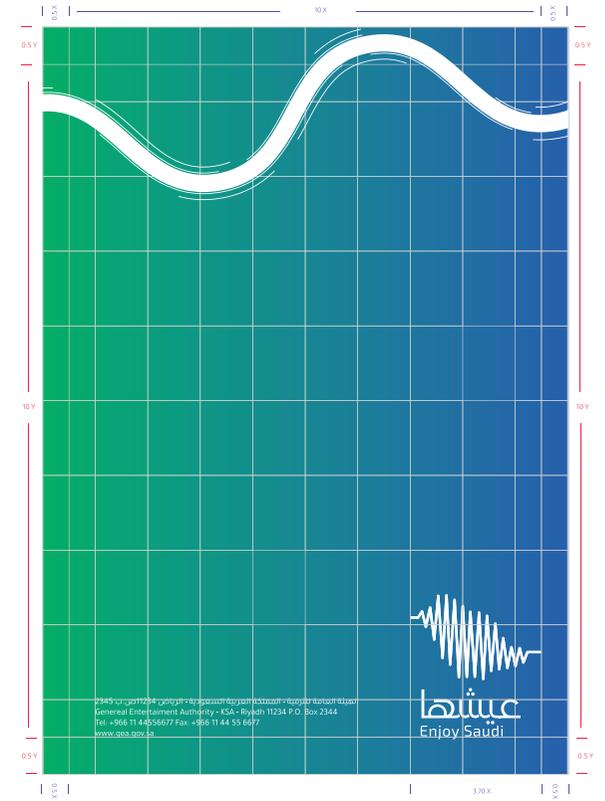
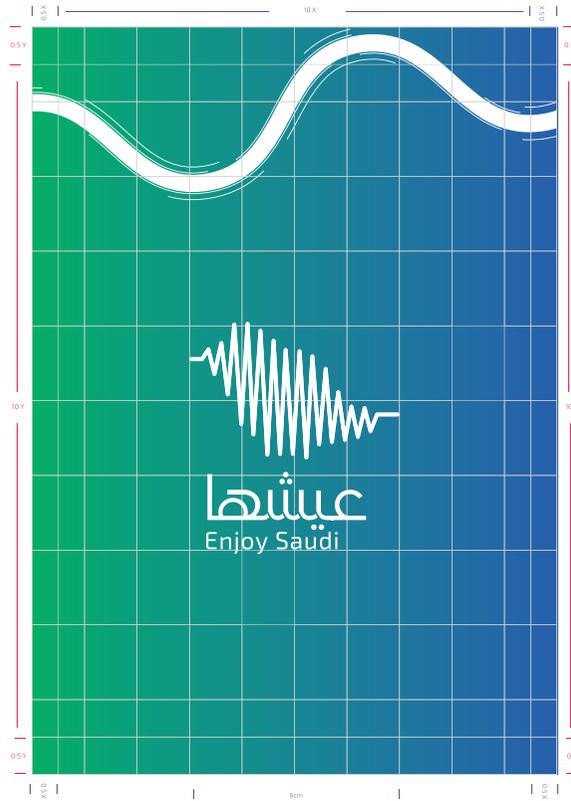




الهيئة العامة للترفيه - المملكة العربية السعودية - الرياض 11234 ص ب 2345
General Entertainment Authority - KSA - Riyadh 11234 P.O. Box 2344
Tel. +966 11 44556677 Fax. +966 11 44 55 6677
www.gea.gov.sa



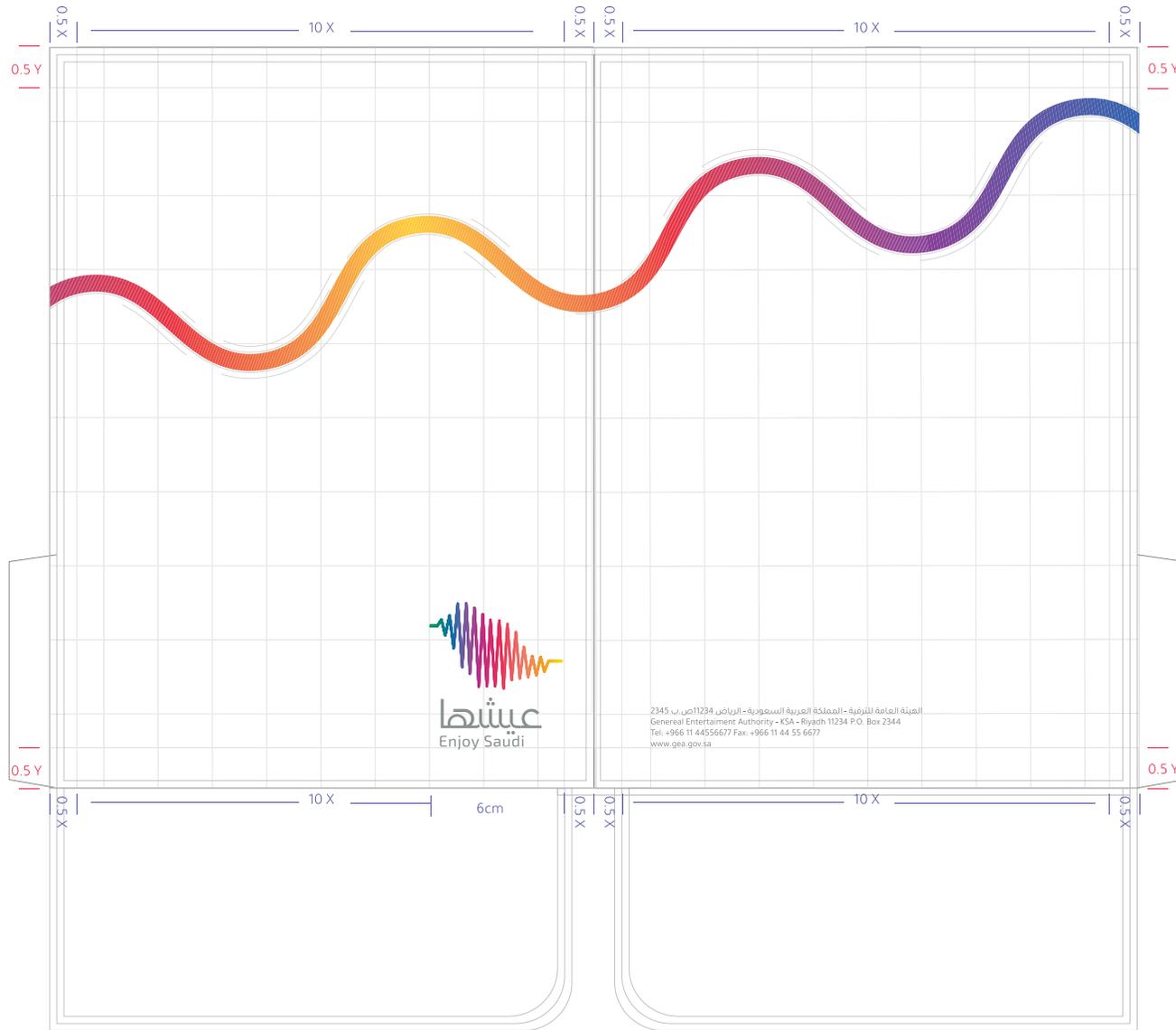
5.8. المفكرة Notebook







5.9. مصنف Folder





استمتع بالسعودية - استمتع بالسعودية - استمتع بالسعودية
General Entertainment Authority - GEA - Riyadh 11514 P.O. Box 7344
Tel: +966 11 44226677 Fax: +966 11 44 13 0827
www.gsa.gov.sa



5.10. بطاقات تعريف Id Cards



1. تطبيقات الهوية

5.11. رول اب Rollup



1. تطبيقات الهوية

5.12. بوب اب



Application 5. تطبيقات الهوية

5.13. لوحات الخلفية Back panels



1. تطبيقات الهوية

5.14. بوب اب
pop up



1. تطبيقات الهوية

5.15. باص
Bus



1. تطبيقات الهوية

5.16. سيدان
Sedan



1. تطبيقات الهوية

5.17. شاشة

Track



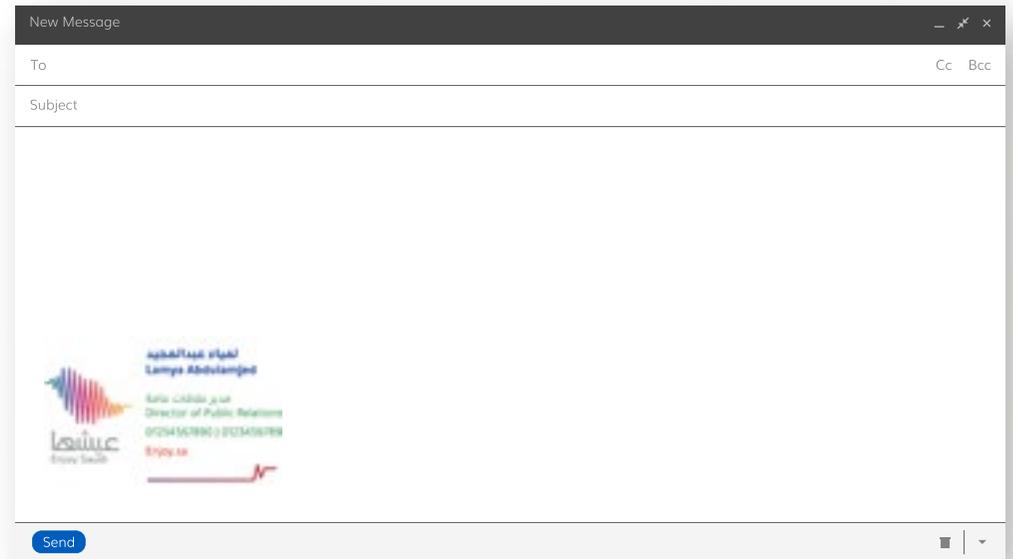
1. تطبيقات الهوية

5.18. سيدان
Sedan



1. تطبيقات الهوية

5.19. توقيع Signature



1. تطبيقات الهوية

اعلام
Flags



1. تطبيقات الهوية

5.20. اکیاس

Paper Bags



1. تطبيقات الهوية

5.21. حقائب
Bags



1. تطبيقات الهوية

5.22 عروض التقديم Presentation



العنوان الرئيسي هنا
العنوان الفرعي هنا



العنوان الرئيسي هنا
العنوان الفرعي هنا

وريم ايسوم دولر سبت امنت كونسيكتور
ادايا سكيخ ابايت سبت دو اوسمود نيمور
انكايديوتوت لبروري ات دولر ماجا الكيوا .
روت ايم اذ فيمير فينايكوناس نوسنيد
كسبر سياتنن بلانكو لورانس نيسي بت
الكيوب اكس ايا كومودو كونسيكوات.

وريم ايسوم دولر سبت امنت كونسيكتور
ادايا سكيخ ابايت سبت دو اوسمود نيمور
انكايديوتوت لبروري ات دولر ماجا الكيوا .
روت ايم اذ فيمير فينايكوناس نوسنيد
كسبر سياتنن بلانكو لورانس نيسي بت
الكيوب اكس ايا كومودو كونسيكوات.



العنوان الرئيسي هنا
العنوان الفرعي هنا

العنوان الفرعي هنا

وريم ايسوم دولر سبت امنت كونسيكتور
ادايا سكيخ ابايت سبت دو اوسمود نيمور
انكايديوتوت لبروري ات دولر ماجا الكيوا .
روت ايم اذ فيمير فينايكوناس نوسنيد
كسبر سياتنن بلانكو لورانس نيسي بت
الكيوب اكس ايا كومودو كونسيكوات.



1. تطبيقات الهوية

5.23. شاشة توقف Stop Screen



1. تطبيقات الهوية

5.24. تيشيرت
T-shirts



1. تطبيقات الهوية

5.25. القمصان ذات قبعة
Hodies



1. تطبيقات الهوية

5.26. الأشرطة وبطاقة الدخول
ID cards with Straps



1. تطبيقات الهوية

5.27. لوحات العرض

Display boards



1. تطبيقات الهوية

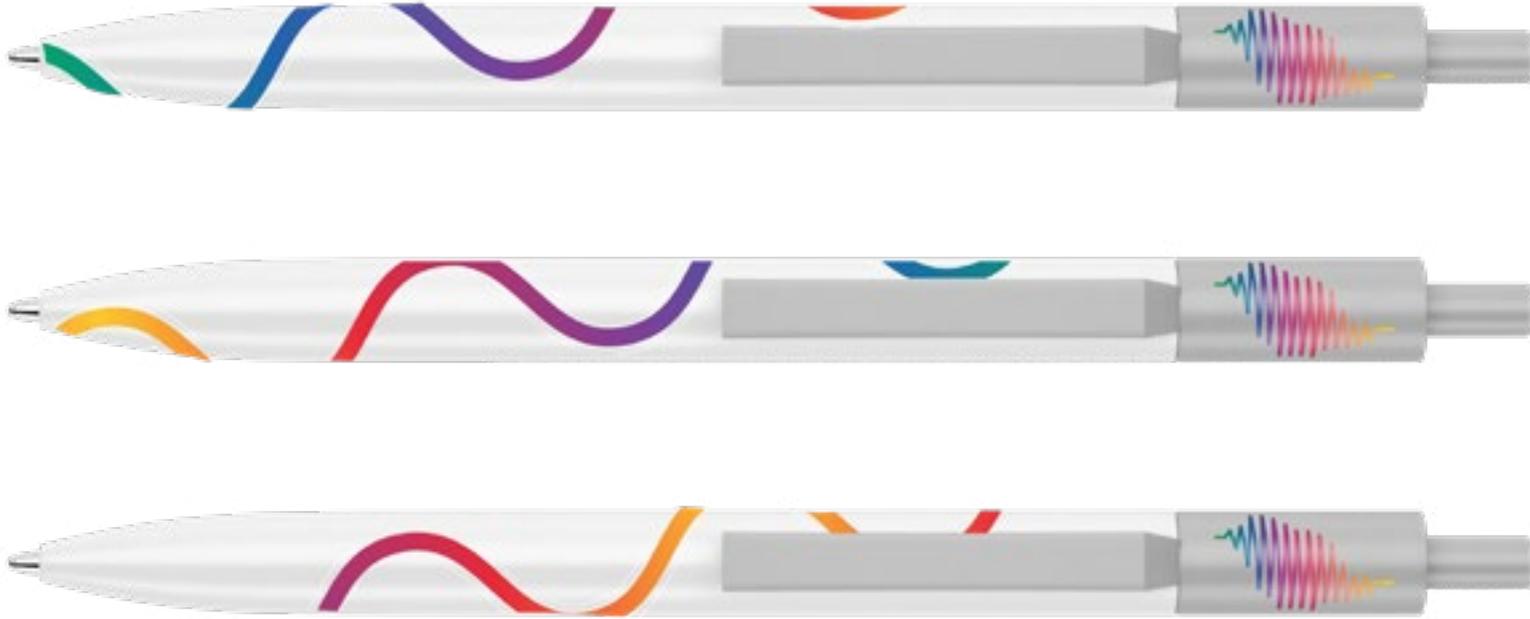
5.28. شارات الإنتساب

Pins



1. تطبيقات الهوية

5.29. اقلام
Pens



1. تطبيقات الهوية

5.30 تقويم Calendar

The calendar displays the following months and their respective days:

- January:** 29, 30, 31, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
- February:** 26, 27, 28, 29, 30, 31, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
- March:** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
- April:** 29, 30, 31, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
- May:** 26, 27, 28, 29, 30, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
- June:** 31, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
- July:** 28, 29, 30, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
- August:** 26, 27, 28, 29, 30, 31, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
- September:** 30, 31, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
- October:** 27, 28, 29, 30, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
- November:** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
- December:** 29, 30, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31

Logo: عيشوا Enjoy Saudi

٥.٣٠. ملصقات
Posters



5.31. المنشورات Publications



5.32. البروشورات Brochures



5.33. ملصقات
Publication



5.34. الصحيفة
News paper







Application 5. تطبيقات الهوية

الإعلانات الصحفية - ربع صفحة
Quarter page



5.35. موبي
Mupi



5.36. الإعلانات الخارجية Billboard



6 كبار الشخصيات Vips

في هذا الجزء من الدليل سنستعرض أفضل الممارسات لتطبيق هوية عيشها عند الحاجة لتقديمها لكبار الشخصيات.



6.1. الشعار The logo

تقنية التذهيب هي الخيار المقترح لإضفاء لمسة فاخرة على الشعار. كما ندعوكم لاختيار خامات ورق سميكة وذات جودة عالية عند استخدام هذا التوجه لضمان تكامل الرسالة المطلوب إيصالها.

Gilding technology is the suggested choice to add a premium touch to the logo.

We also recommend to select thick and high-quality papers when using this approach to ensure the integrity of the message that needed to be delivered.





6.2. المنشورات Publications

تقنية التذهيب هي الخيار المقترح لإضفاء لمسة فاخرة على الشعار. كما ندعوكم لاختيار خامات ورق سميكة وذات جودة عالية عند استخدام هذا التوجه لضمان تكامل الرسالة المطلوب إيصالها.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse m

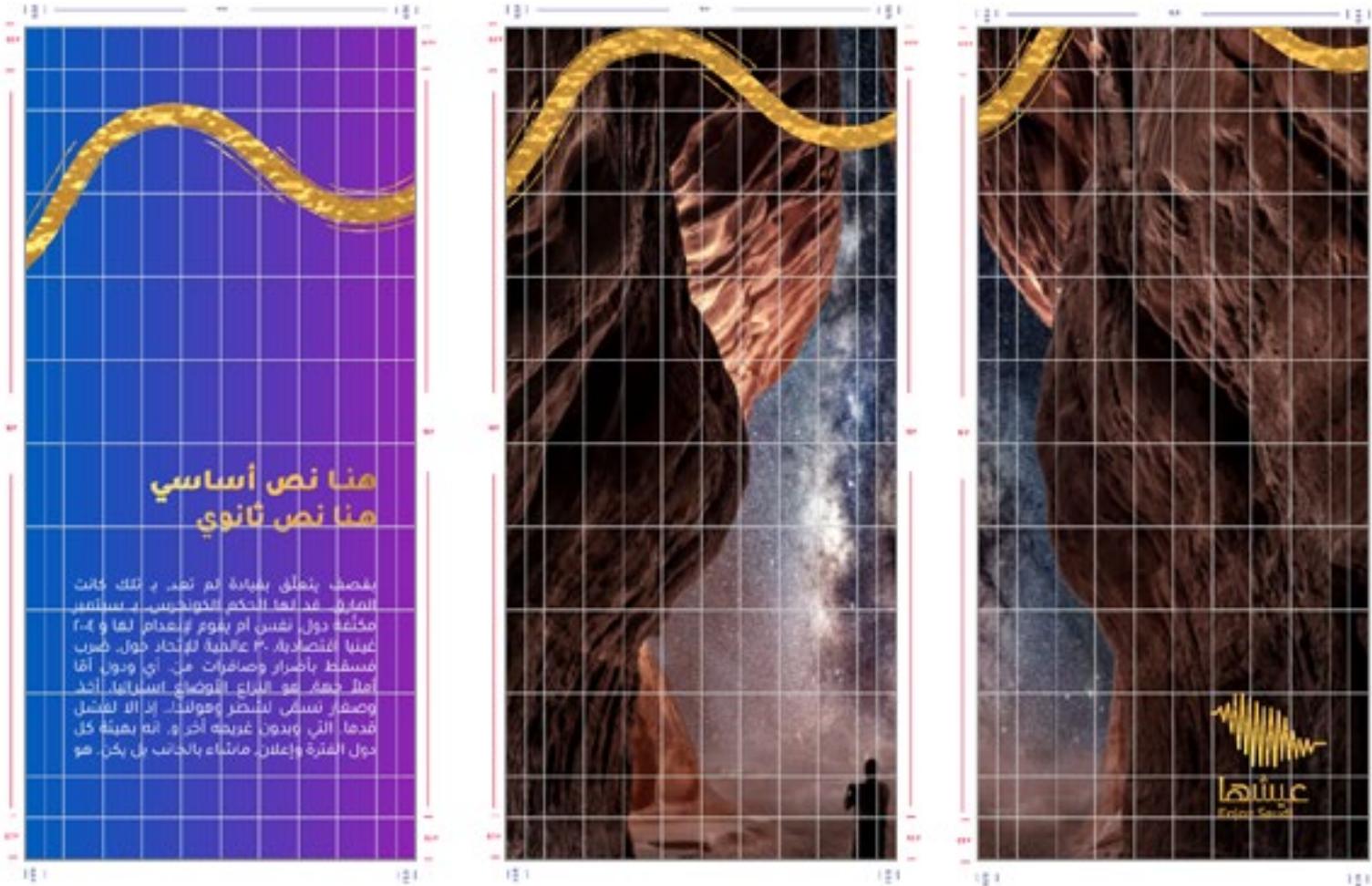


6.3. بوسترات
Posters





6.4 المطويات Flyers



6.5. بروشورات Brochures





6.6 دعوات Invitations



هنا نص أساسي
هنا نص ثانوي





7 شبكات التواصل الاجتماعي Social Media

في هذ الجزء نستعرض بالتفصيل الطريقة المثالية لتطبيق هوية عيشها الإبداعية على شبكات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.

In this section, we review, in detail, the ideal way to apply the creative identity of "Enjoy Saudi" to social media and digital platforms.



7.1. تقسيم القالب وارتكاز الشعار

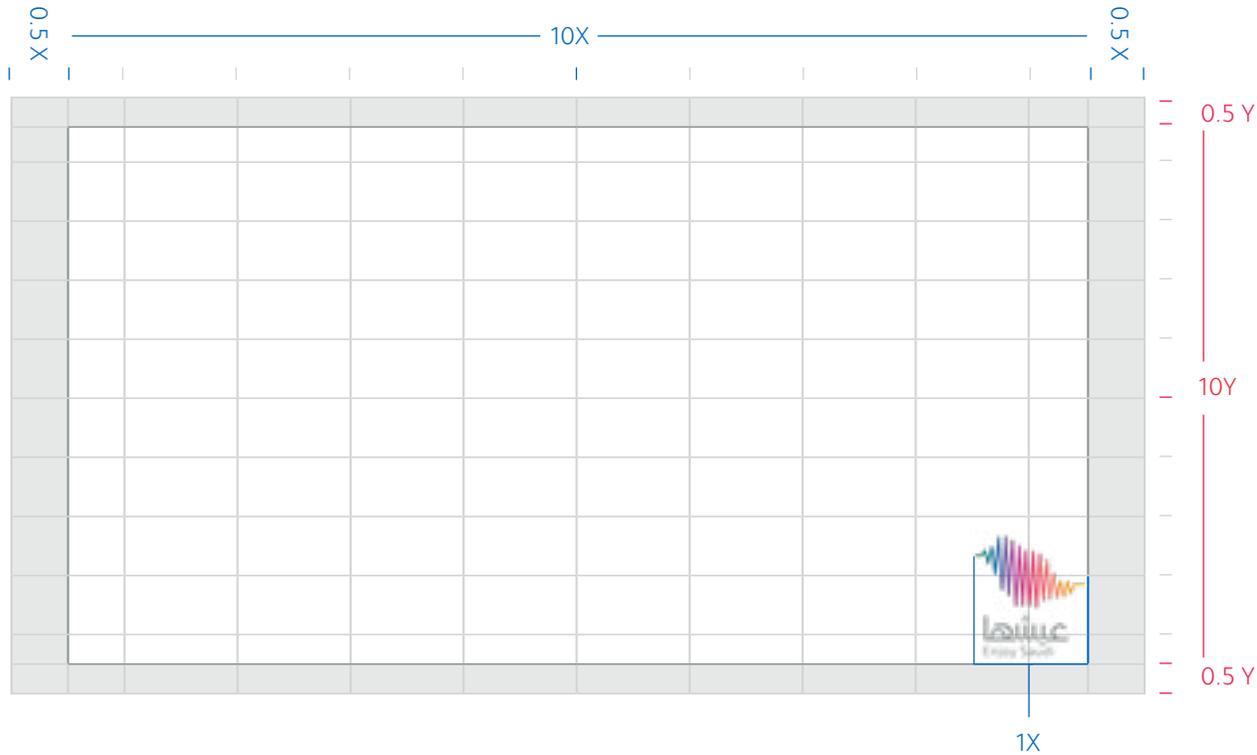
Templates partitioning and logo centring

تم بناء قالب تويتر بالمقاس المعتمد 1200*px 628

ننصح باستخدام الشعار في الزاوية اليمنى بالأسفل على أن يأخذ حيز عرضي 1X من اليمين من بعد الهامش كما هو موضح بالصورة.

Twitter template was built with the approved size 1200 × 628 px

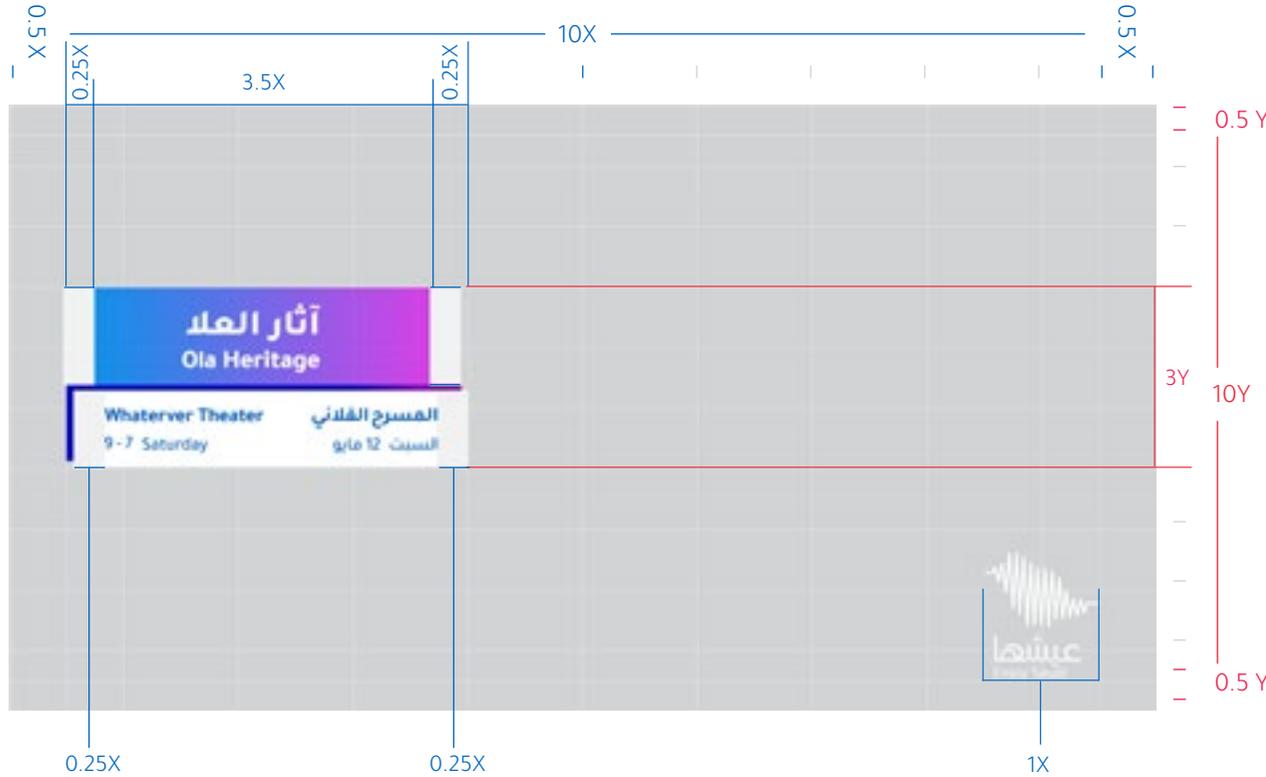
We recommend to use the logo in the bottom right corner so that it occupies a 1X horizontal space from the right after the margin, as shown in the picture.



7.2. قالب التصميم Design templates

يتم تقسيم القالب الى عشرة اقسام طويلاً وعشره عرضياً. وتوضع بطاقة المعلومات يسار التصميم توسطياً على ان يكون ارتفاعه المثالي 3Y وعرضه لا يزيد 3.5X بهامش 0.25X

The template is divided into ten sections long and ten sections wide. The data card is placed on the left side of the design, with an ideal height of 3Y, width of no more than 3.5X, and margin of 0.25X.

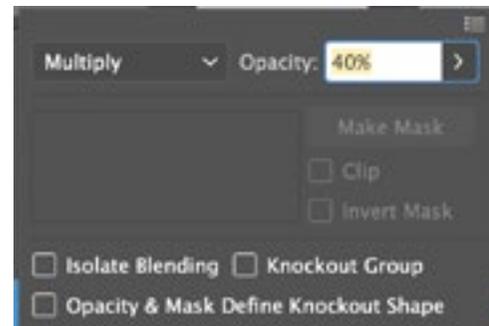




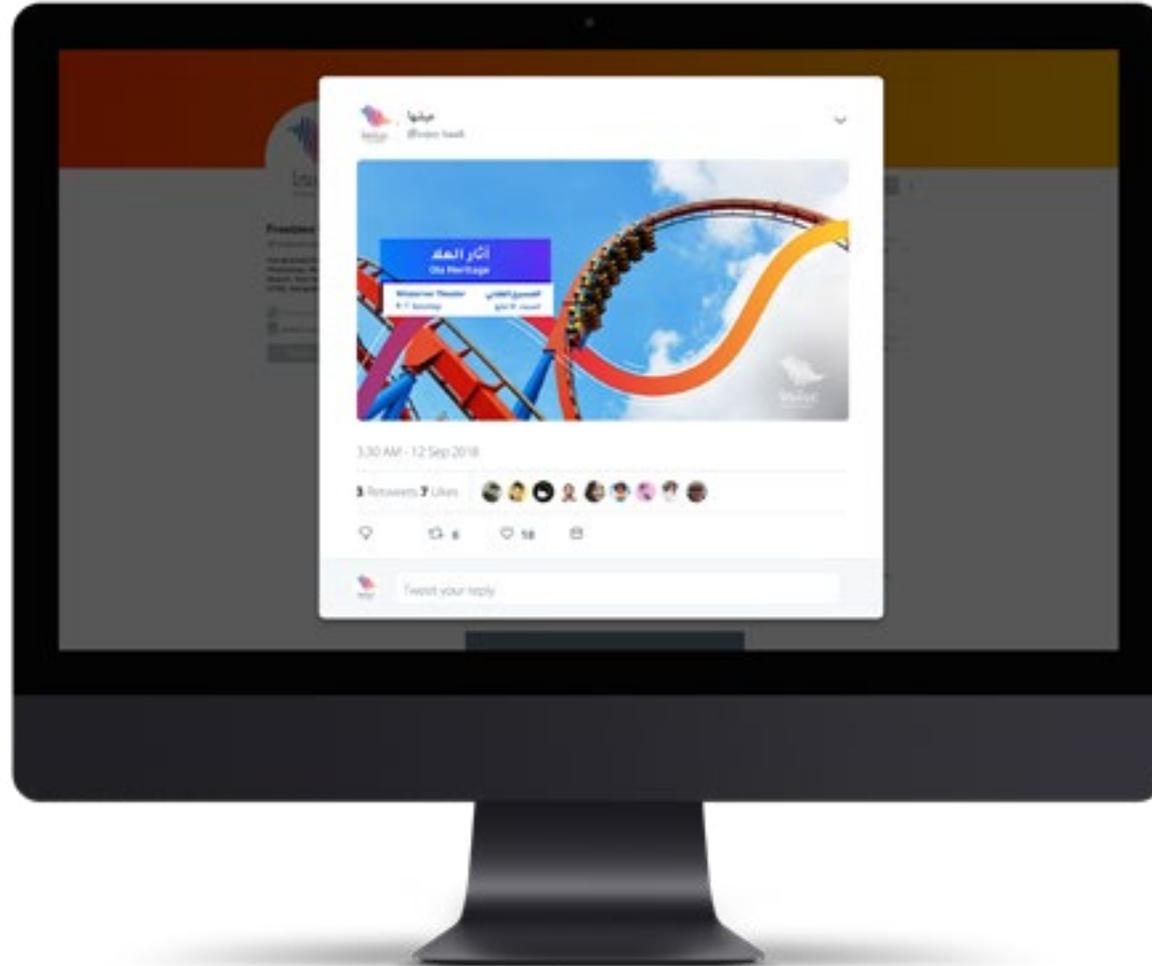
7.3. خلفيه الشعار The Logo Background

في حالة كانت الخلفية الخاصة بالتصميم فاتحة والشعار غير واضح ننصح بتطبيق تدرج لوني غامق بشفافيته 40% بتأثير Multiply خلف الشعار كما هو موضح هنا.

In case that the design background is light and the logo is not clear, we recommend to apply a dark gradient, opacity 40%, and multiply effect behind the logo, as shown here.

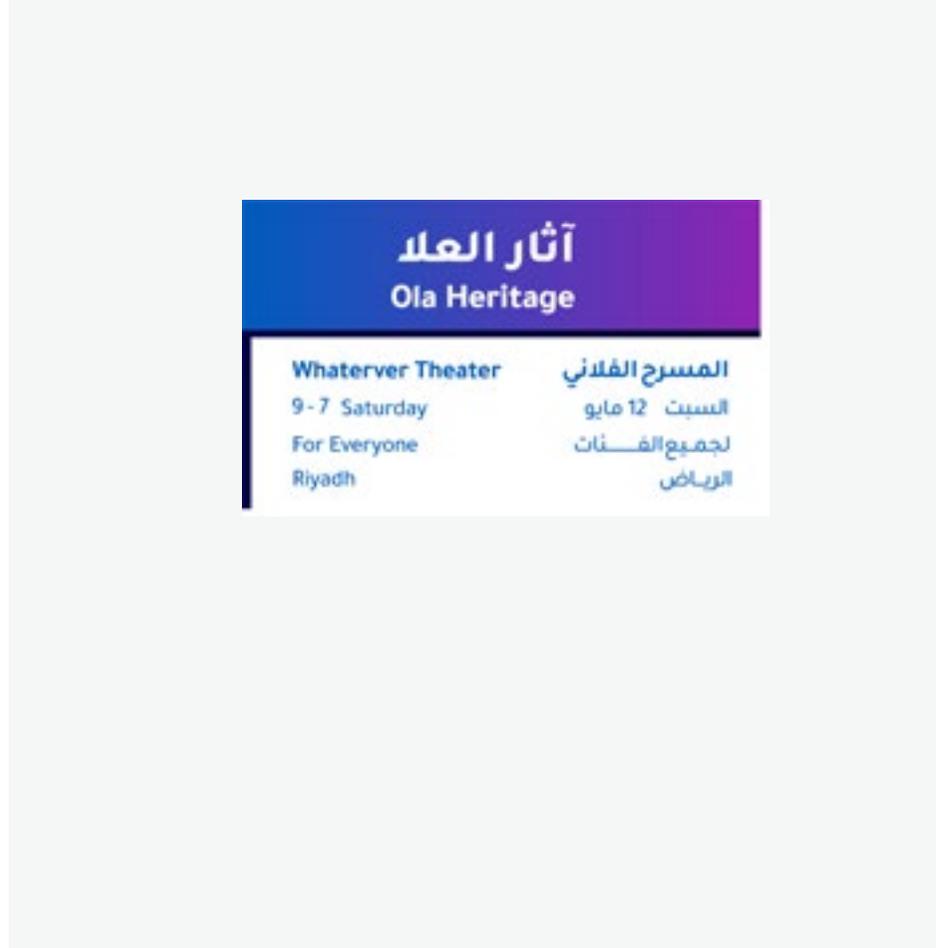


7.4. القالب الرئيسي
The main template

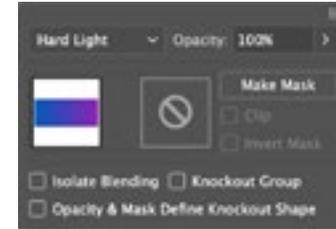


7.5. البطاقة

The card



The card transparency must be on Hard Light



يجب أن تكون الشفافية للمربع الملون بوضع Hard Light

البطاقة The card

فيما يتعلق بالبطاقة ننصح بتغيير حجم العنوان طويلاً إذا كان العنوان طويلاً

3. يمكن زياده الحجم طويلاً من جزء التفاصيل اذا كانت التفاصيل كثيره

Regarding the card, we recommend to change the title size vertically if the title is long.

3. Size can be increased vertically from the detail portion if details were numerous.



البطاقة The Card

شكل التصميم

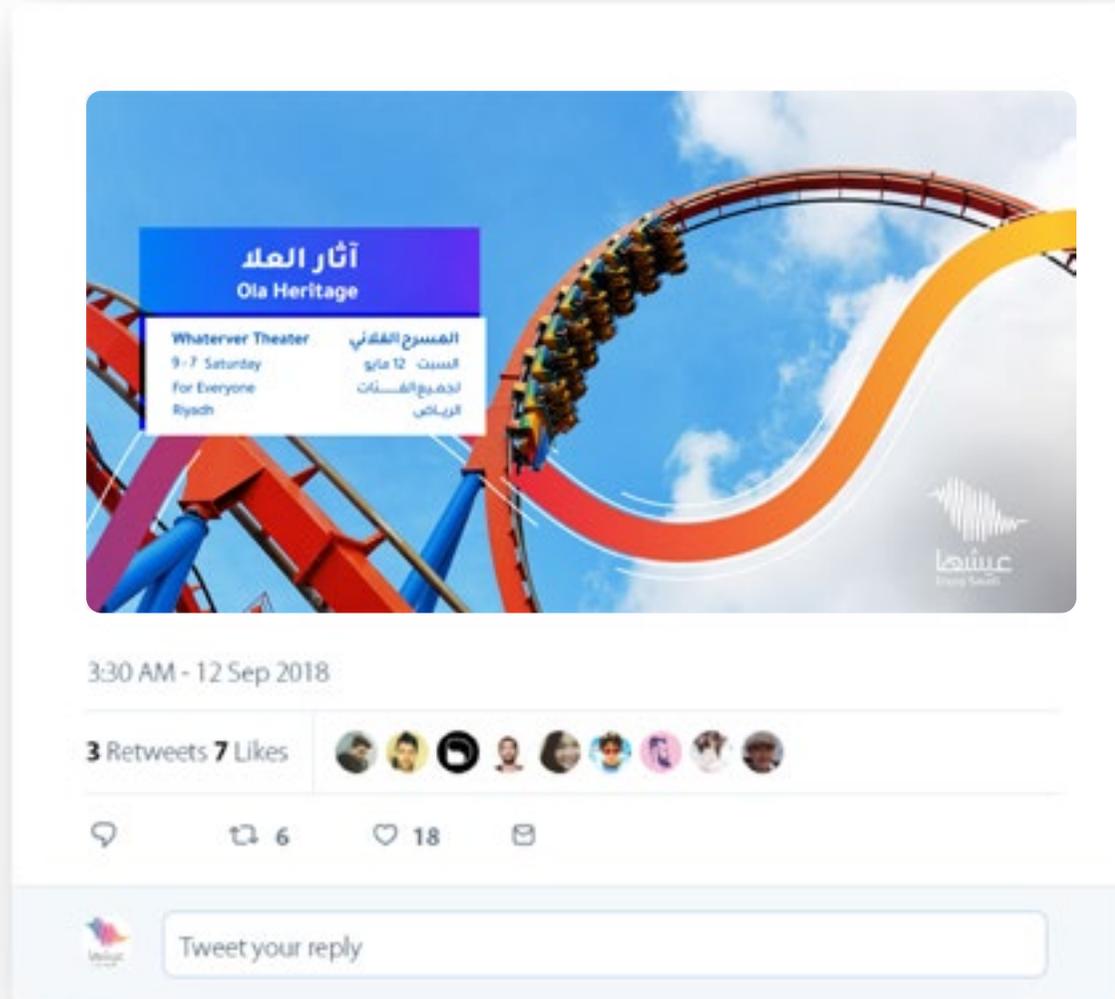
Design preview



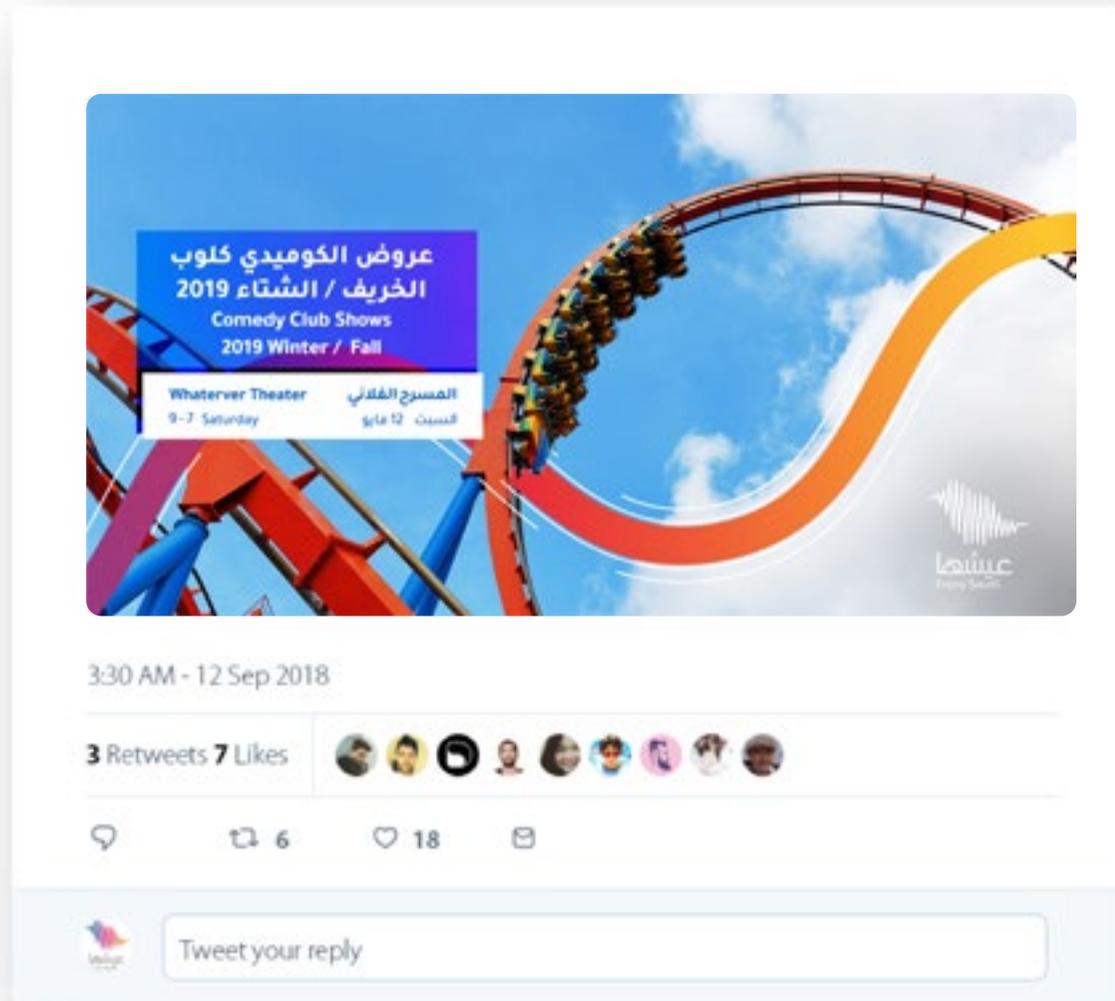
البطاقة The Card

يمكن زياده الحجم طولياً من جزء التفاصيل اذا كانت التفاصيل كثيره

Size can be increased vertically from the detail portion if details were numerous.



البطاقة The card



The title size can be changed vertically if the title is long.

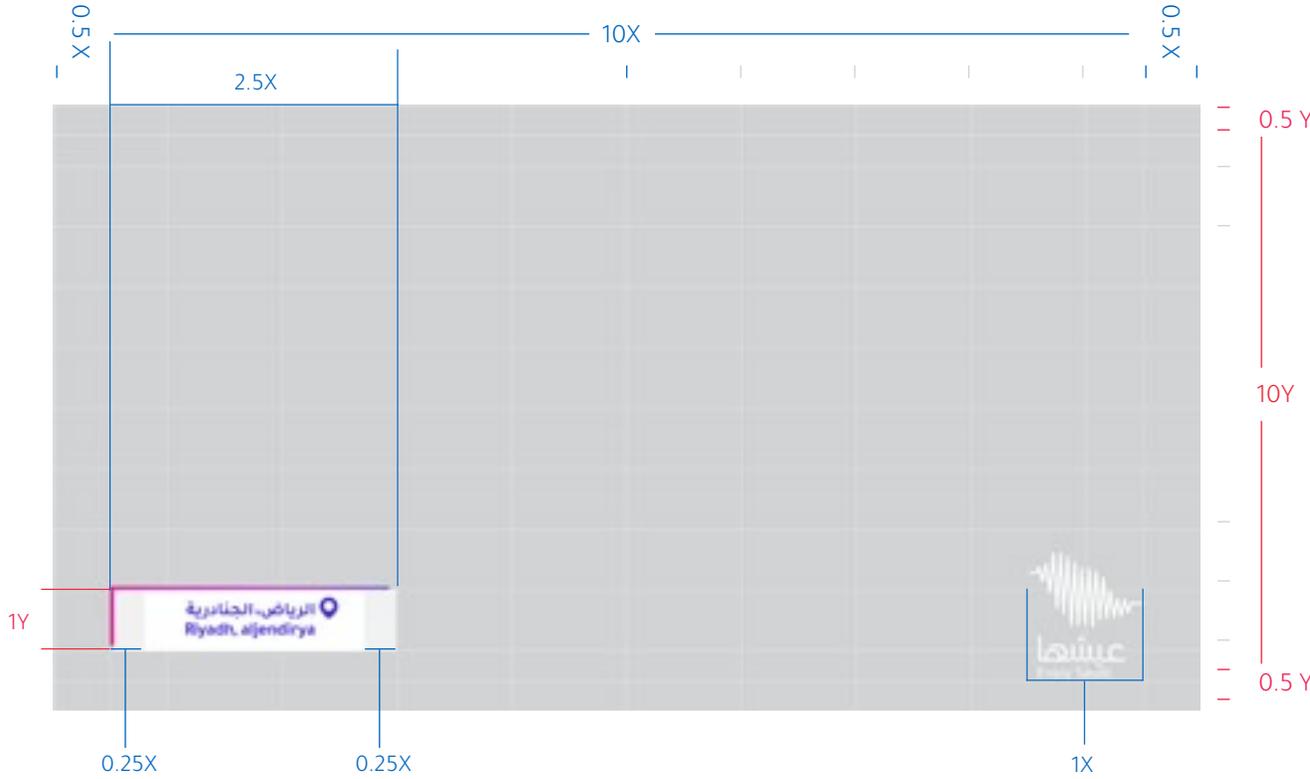
تلوين البطاقه
Card coloring



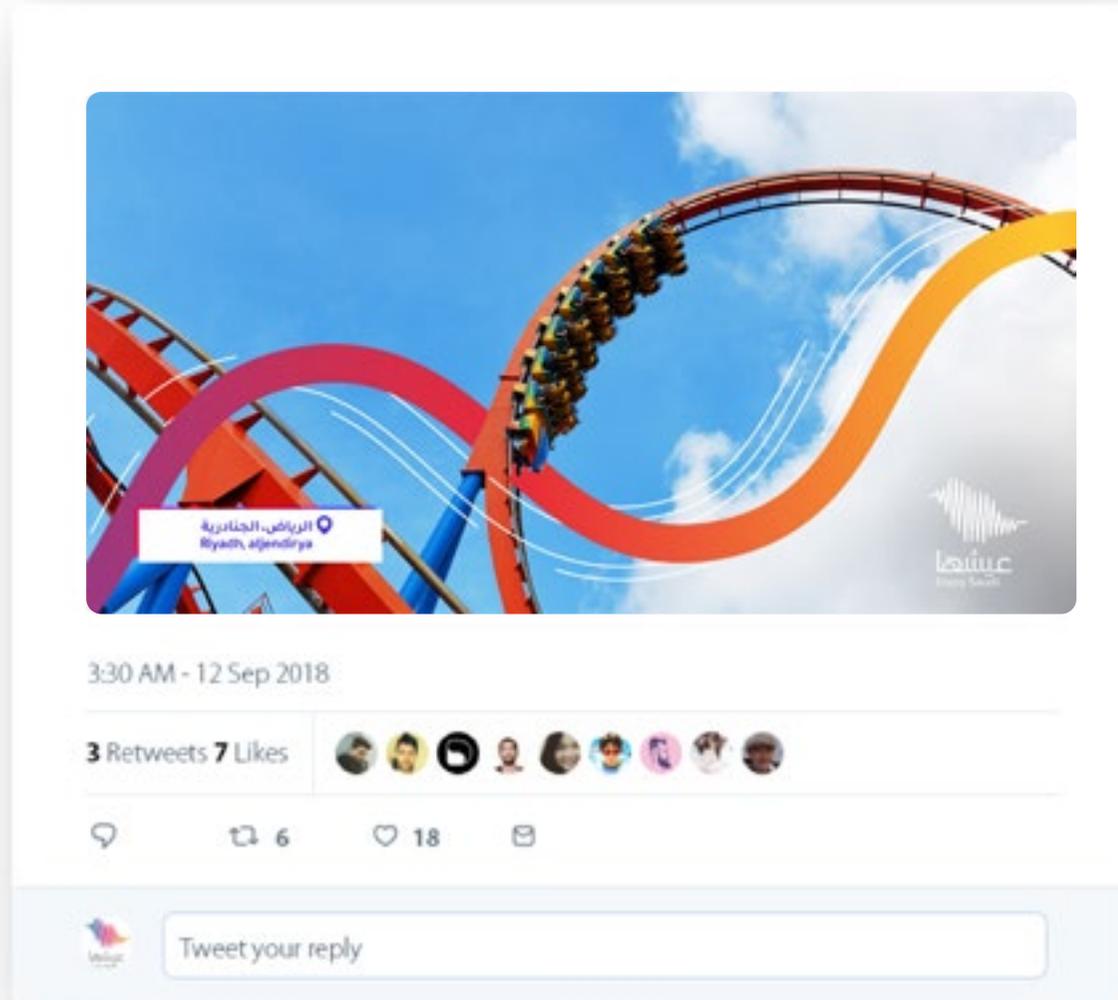
7.6. بطاقة التوثيق Caption Card

تستخدم هذه البطاقة على الصور التي يتم استخدامها في التغطيات والتوثيق فقط بدون الحاجة لإضافة تفاصيل الفعالية

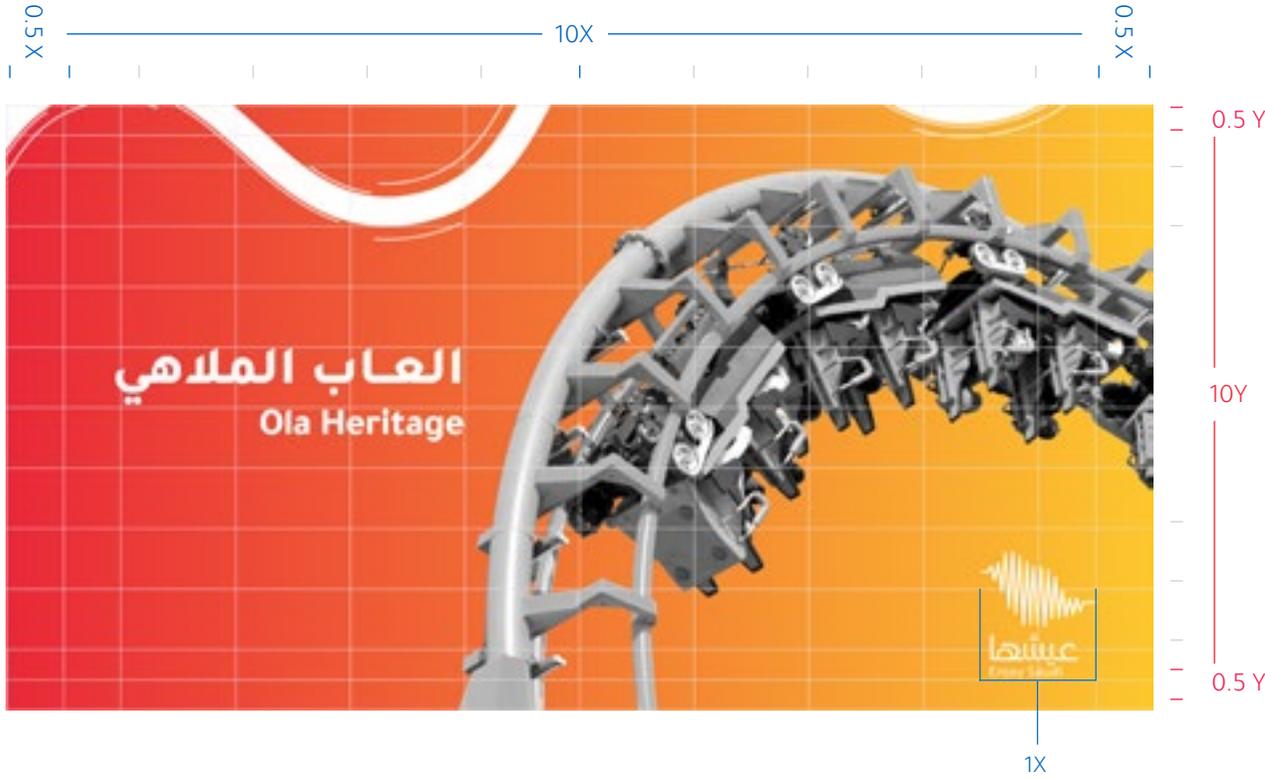
This card is used only for images that are employed for coverages and documentation without the need to add details of the event.



مثال على بطاقة التوثيق Caption card example



7.7. قالب الملون Colored template



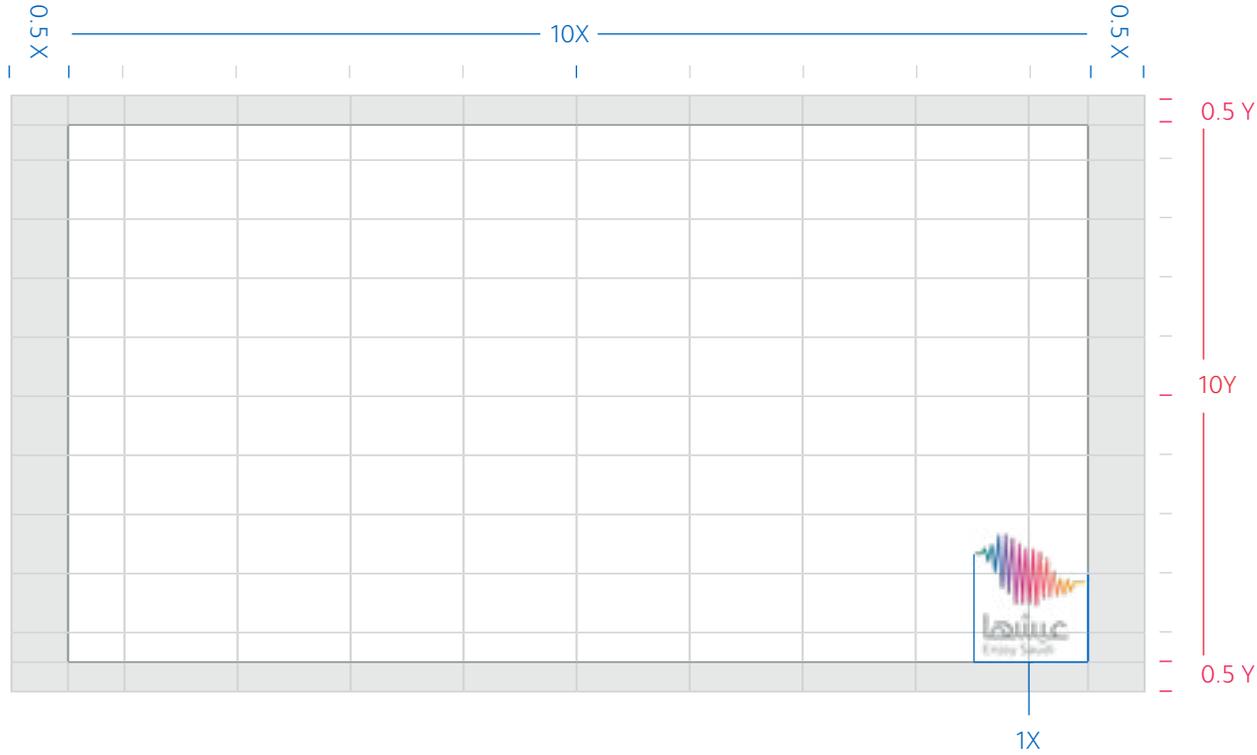
Tajwal Extra Bold : الخط العربي
pt : 56

English font : Tajwal Extra Bold
pt : 40

مثال القالب الملون
Example of the colored template



7.8. تويتر Twitter

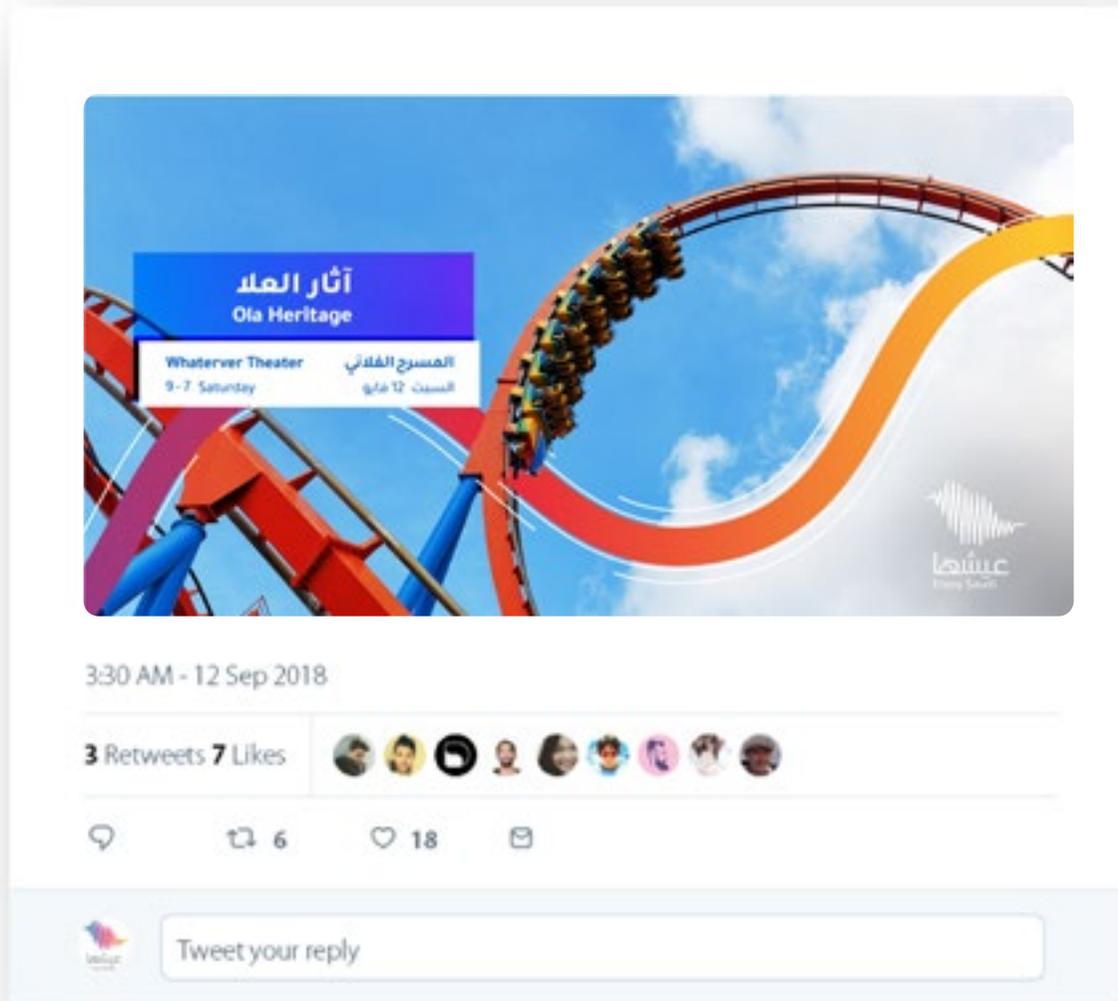


تم بناء قالب تويتر بالمقاس المعتمد 1200*px 628
 ننصح باستخدام الشعار في الزاوية اليمنى
 بالأسفل على أن يأخذ حيز عرضي 1.5X من
 اليمين من بعد الهامش كما هو موضح
 بالصورة.

Twitter template was built with the approved size 1200 x 628 px.

We recommend to use the logo in the bottom right corner so that it occupies a 1.5X horizontal space from the right after the margin, as shown in the image.

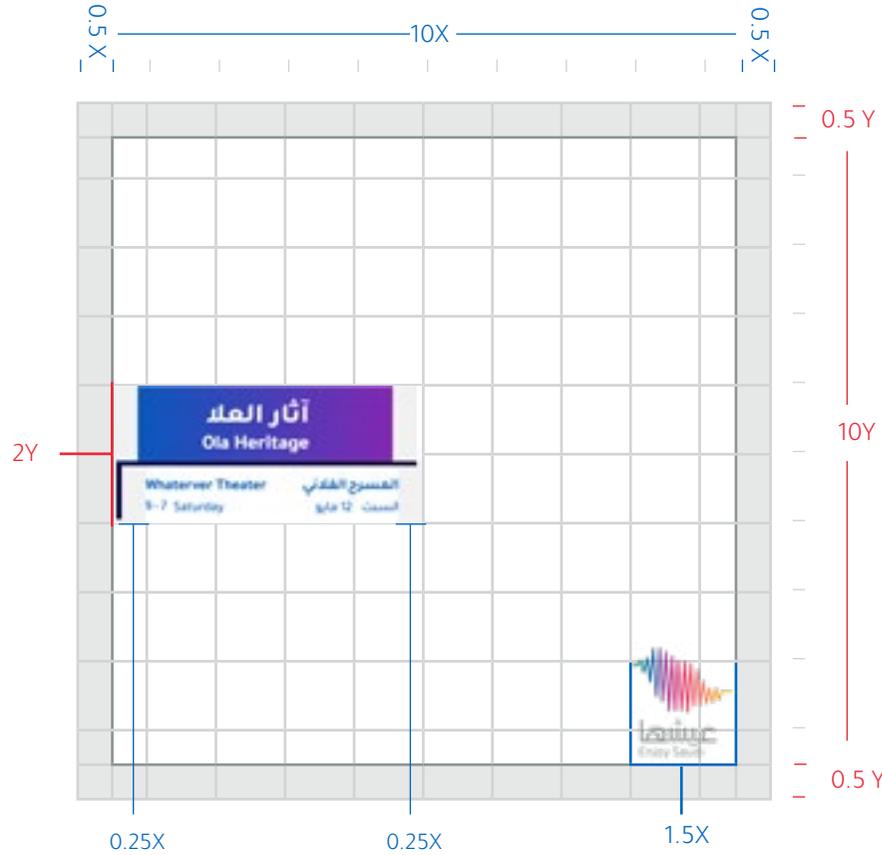
تويتر
Twitter



7.9. انستقرام Instagram

تم بناء قالب انستقرام باستخدام المقاس المعتمد 628*628 px يتم استخدام شعار عيشها بحيث يحتل حيز عرضي 1.5X من اليمين من بعد الهامش كما هو موضح في الصورة.

Instagram template was built with the approved size 628 x 628 px. "Enjoy Saudi" logo is used so that it occupies 1.5X horizontal space from right after the margin, as shown in the image

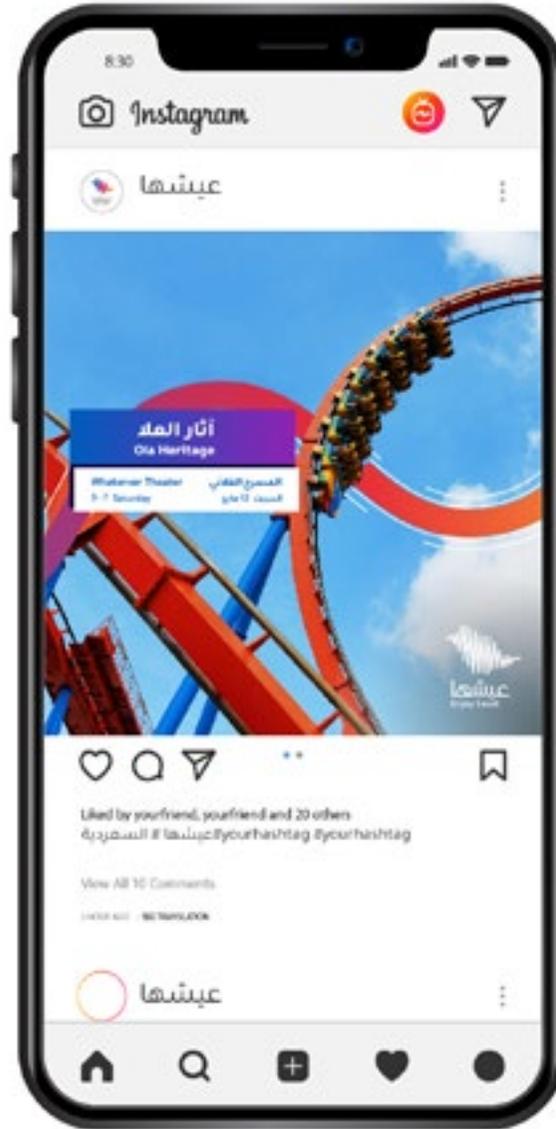


البطاقة لانستغرام Instagram Card



Social media

7. شبكات التواصل الإجتماعي



انستقرام
instagram



خيار قالب انستقرام Instagram template option

الخط العربي : Tajwal Extra Bold
pt : 49

English font : Tajwal Extra Bold
pt : 35

امثله انستقرام
Examples of Instagram



Social media

7. شبكات التواصل الإجتماعي

7.10. الموقع الإلكتروني The Website



Social media

7. شبكات التواصل الإجتماعي



7.11. التطبيق
The application





8 المناسبات المميزة Special Events

في هذا الفصل نستعرض مقترحات تطبيق هوية عيشها في المناسبات المميزة مثل اليوم الوطني.

In this section, we review the proposals of applying "Enjoy Saudi" identity in special events such as the National Day.

Special Events المناسبات المميزة 1.8

اليوم الوطني
The National Day

الشعار The Logo

ننصح بتحويل شعار عيشها للون الأخضر الكامل في المناسبات الوطنية مثل اليوم الوطني السعودي.

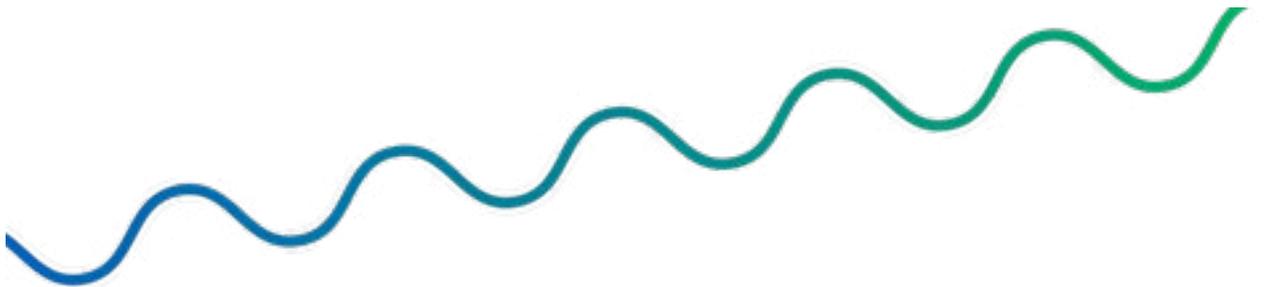
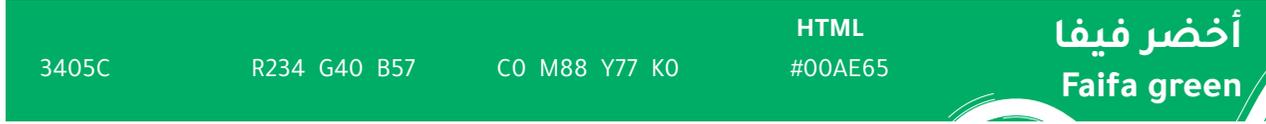
We recommend to convert the logo of "Enjoy Saudi" to green colours completely on the national events such as the Saudi National Day.



8.1. الألوان The Colors

استخدم لون أخضر فيفا كلون أساسي مع التدرج اللوني الخاص به.

Use Faifa green colour as a main color with its .gradient



8.2. التطبيقات The Applications





8.3. التواصل الاجتماعي Social media

8.4 الشعارات The Logos

يوضع الشعار على اليمين والشعارات الداعمة في أقصى اليسار ويفصل بينهما 1X

The main logo is placed to the right and the supportive logos on the left corner, separated .by 1x

