



الطريق السياحي

THE TOURIST ROUTE

بمنطقة مكة المكرمة



دليل هوية العلامة التجارية
Brand Guidline

إصدار 1.0
Version 1.0

المقدمة Introduction

The Tourist Route Project is a development project launched by the Makkah Region Development Authority.

It is a road extending 940 km in length, surrounding the Makkah region and passing through the two sites of Al-Ain Al-Hara in the Al-Laith Governorate and Al-Montazah Al-Bari in the Maysan Governorate, and many other natural sites.

The project aims to promote the concept of ecotourism in the targeted areas, and revolves around taking advantage of the natural advantages and available resources, by transforming them into attractive tourist sites and ideal vital areas for all tourists from all over the world.

مشروع الطريق السياحي هو مشروع تطويري أطلقته هيئة تطوير منطقة مكة المكرمة.

وهو طريق يمتد بطول 940 كم، يربط بمنطقة مكة المكرمة ويمر ببعض المواقع العين الحارة في محافظة الليث والمنتزه البري في محافظة ميسان، والعديد من المواقع الطبيعية الأخرى.

يهدف المشروع إلى تعزيز مفهوم السعادة البيئية في المناطق المستهدفة، ويتدور حول الاستفادة من المعزایا الطبيعية والموارد المتاحة، بتوجيهها إلى مواقع سياحية جاذبة ومناطق حيوية مثالية لجميع السياح من مختلف أنحاء العالم.

المحتوى Content

Landscape photos
Party photos
Black and white photos
What to do and what not to do

Identity elements
Icons
Basic patterns
Secondary patterns

Design templates
Vertical template
Digital vertical template
Long vertical mold
Square template
Horizontal template
Long horizontal mold

Using the logo alongside
Other logos
Co-Marketing - Sponsorship
Principles of Co-Marketing -
Partners

Example of co-marketing

صور مناظر طبيعية
صور حفلات
صور أبيض وأسود
ما يجب فعله وما لا يجب فعله

عناصر الهوية
الأيقونات
الأنماط الأساسية
الأنماط الثانوية

قوالب التصميم
قالب رأسٍ
قالب رأسٍ رقمي
قالب رأسٍ طويٍ
قالب مربع
قالب أفقي
قالب أفقي طويٍ

استخدام الشعار بجانب شعارات أخرى
التسويق المشترك - الرعاية
مبادئ التسويق المشترك - الشركاء
مثال على التسويق المشترك

تطبيقات الهوية

Introduction
Logo
Logo Structure
Logo colors
Logo shapes
The marginal space of the logo
Is wrong uses
Logo location

identity colors
Color Inspiration
The principle colors
Secondary colors
Tourist Route Logo Uses

Fonts
The Font
Calligraphy system
Use of sloppy fonts

Photography
Portrait photos

المقدمة
الشعار
هيكلة الشعار
ألوان الشعار
أشكال الشعار
المساحة الهامشية للشعار
استخدامات خاطئة
مكان الشعار

ألوان الهوية
استلهام الألوان
الألوان الأساسية
الألوان الثانوية
استخدامات شعار الطريق السياحي

الخطوط
الخط
نظام الخط
استخدام للون الخطوط

التصوير
صور بورتريه



1.0
الشعار
Brand Logo

هيكلة الشعار Logo Structure

١ . ١

الرمز

تم تصميم الشعار بطريقة ابداعية، فنية، وحديثة توافق رؤية مملكتنا باستخدام تلوّن وتنوع الثروة البيئية في المملكة المنطقة الغربية بالتحديد

- رسم الشعار كان باستخدام الاسهم كنافية على تعدد الوجهات السياحية وتنوعها وكثرتها.
- تم تشكيل الشعار برسم تجربدي لخريطة الطريق السياحي.
- الوان الشعار مكونه من الطابع البيئي وتنوعه في المنطقة.
- تم توزيع الالوان في الشعار بناءً على المواقع الجغرافية لكل منطقة في الطريق السياحي.



الرمز
Symbol



الخريطة
The map



السهم
Arrow

Symbol

The logo was designed in a creative, artistic, and modern way that keeps pace with the vision of our kingdom, using the coloration and diversity of environmental wealth in the Kingdom, the western region in particular.

- Drawing the logo was using arrows, a metaphor for the multiplicity, diversity and abundance of tourist destinations.
- The logo was formed with an abstract graphic of the tourist road map.
- The colors of the logo are made up of the environmental character and its diversity in the region.
- The colors were distributed in the logo based on the geographical locations of each area on the tourist route.

ألوان الشعار Logo Colourways

١.٢

Logo in primary colors:

The logo colors are inspired by the nature of our kingdoms and our different environments.

It is a mixture of shades of brown, which represents the desert that characterizes our country, and blue, which represents the water bodies of the seas and oceans, which makes the Kingdom of Saudi Arabia a strategic location in the Arab world. There are shades of green, which represent gardens, farms, and scenic landscapes, in addition to an overlap of gray, which represents many resources, and gives a natural touch and a comfortable gradation to each of the other colors.

Logo in gold:

The colors of the second edition of the logo are filled with golden gradations, indicating the golden sand and scattered threads of the sun's rays over the sandy hills, as this particular degree embodies the pride and pride of the Kingdom in its desert environment and the ancient life of the Badia.



الشعار بالألوان الأساسية :
ألوان الشعار مستوحاه من طبيعة مملكتنا وبيئاتنا المختلفة،
فهي مزيج من تدرجات اللون البني الذي يمثل الصحراء التي تميز بها
بلادنا، والأزرق الذي يمثل المسطحات المائية بالبحار والمحيطات التي
تجعل للمملكة العربية السعودية موقعها استراتيجياً في الوطن العربي.
وهناك تدرجات اللون الأذقر الذي يمثل الدلائق والقرارات ومظاهر
الطبيعة الخلابة، إضافة إلى تداخل من اللون الرمادي الذي يمثل العديد
من الموارد، ويضفي لمسة طبيعية وتدرج مرتفع على كل من الألوان
الأخرى .

الشعار باللون الذهبي :
تعتلى ألوان النسخة الثانية من الشعار بتدرجات ذهبية، تدل على الرمال
الذهبية وخيوط أشعة الشمس المنتشرة فوق التلال الرملية، حيث أن
هذه الدرجة بالتحديد تجسد اعتزاز وفخر المملكة ببيئتها الصحراوية
وحياة الباادية العربية .

The horizontal logo will be used as the main logo expressing the project idea in all communications. Whereas, the vertical (secondary) logo will be used instead in the event that a specific space is restricted. The logo symbol is used as a unified symbol consisting of "a symbol and a text" and is separated only in some rare cases.

سيتم استخدام الشعار الأفقي كشعار أساسي يعبر عن فكرة المشروع في كافة الاتصالات. بينما سيستخدم الشعار الرئيسي (الثانوي) عوضاً عنه في حالة التقيد بمساحة معينة. رمز الشعار يستخدم كرمز موحد مكون من "رمز ونص" ولا يفصل إلا في بعض الحالات النادرة.

أشكال الشعار Logo Variations

١.٣

الشعار الأفقي الأساسي
Primary Horizontal Logo



الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE
Of Makkah Region

الشعار الرئيسي الثانوي
Secondary Vertical Logo



الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE
Of Makkah Region



تطبيق شعار خاص
Special Logo Application



المساحة الهامشية للشعار - أفقي
Clear Space - Horizontal Logo



المساحة الهامشية للشعار - رأسي
Clear Space - Vertical Logo

المساحة الهامشية للشعار Logo Clear Space 1.5

To ensure that the logo is completely clear, the logo is surrounded by an area clear of other design elements, such as logos or other patterns.

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

الحد الأدنى لحجم الشعار Minimum Size



الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE
بمنطقة مكة المكرمة



الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE
بمنطقة مكة المكرمة

9.5 mm Height

16.5 mm Height

طباعة
Printing

53px Height

100 px Height

ديجيتال
Digital

These are examples of misuses of the logo.
Please use the base logo to maintain brand
integrity and enhance consistency

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

استخدامات خاطئة Logo Misuses

1 . 6



إضافة تأثيرات
Add effects



تغيير أبعاد الشعار
Change logo proportions



تغيير موقع النص
Change wordmark placement



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



تغيير درجة ظهور ألوان الشعار
Change colour opacity



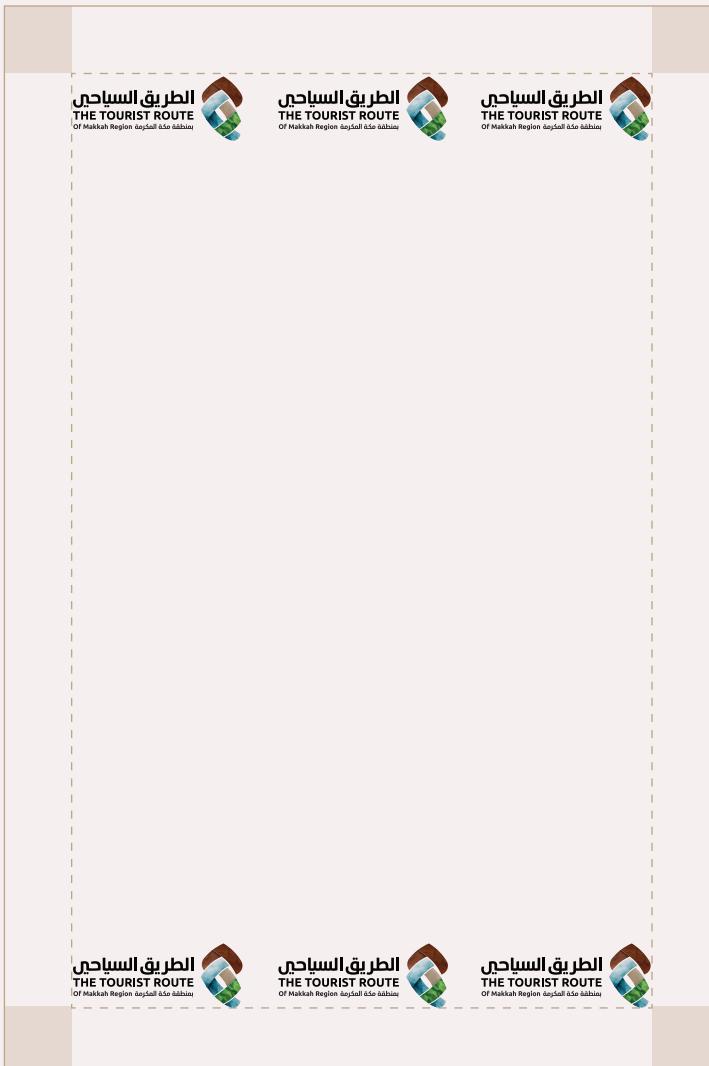
إمالة الشعار
Rotate the wordmark



تلوين الشعار
Change the logo colour



تدوين الشعار إلى خطوط
Turn logo into strokes



مكان الشعار Logo Positioning

١.٧

The Tourist Route logo can be placed at the top, bottom or in the four corners

يمكن وضع شعار الطريق السياحي في الأعلى أو الأسفل أو في الزوايا الأربع



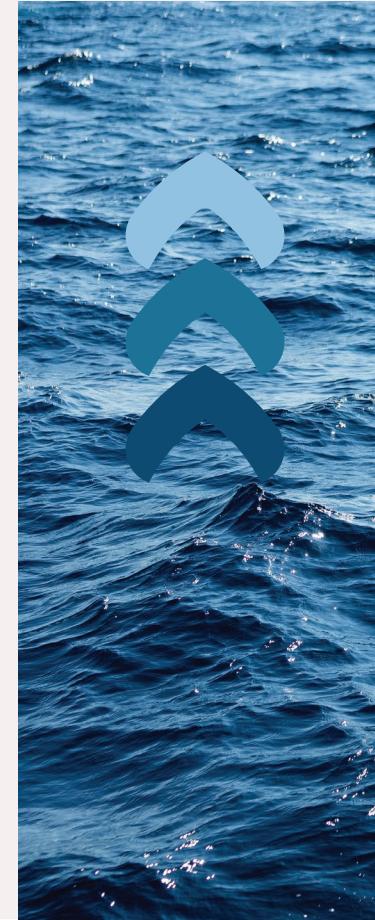
2.0
ألوان الهوية
Brand Colours

Special colours has been set, helps the brand apart and create positive connection with it

تم اختيار ألوان مميزة تساعده في خلق ترابط إيجابي مع العلامة التجارية

استلهام الألوان
Colour Inspiration

2.1

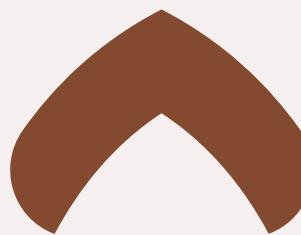


Brand colours play a major role in distinguishing the brand. As such, it is vital we use the correct colour codes and colour combinations set out within these guidelines. Colours outside of these guidelines will be considered harmful to the brand.

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

الألوان الأساسية Primary Colours

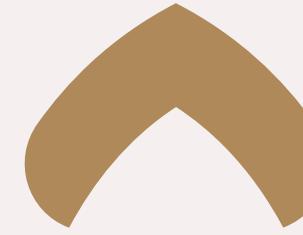
2.2



CMYK: 0, 4, 13, 0 RGB: 255, 245, 229
HEX: #854b31



CMYK: 0, 4, 13, 0 RGB: 255, 245, 229
HEX: #1e7297



CMYK: 0, 4, 13, 0 RGB: 255, 245, 229
HEX: #ad875a



CMYK: 0, 4, 13, 0 RGB: 255, 245, 229
HEX: #30793b

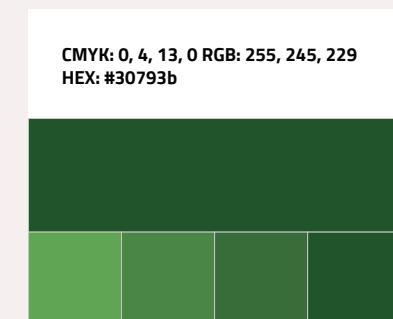
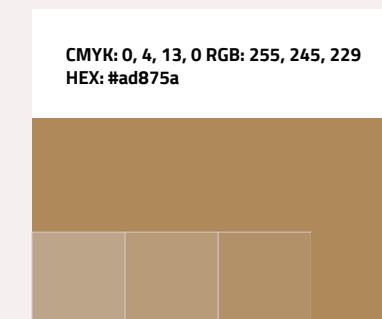
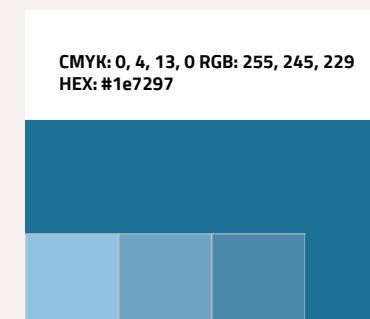
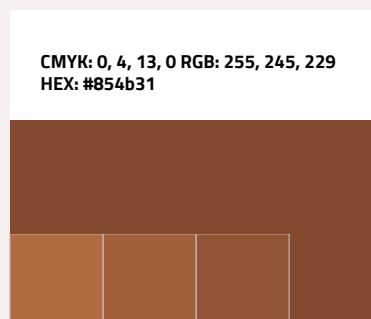
ستقدم النماذج والقوالب في الأقسام التالية من هذا الدليل إرشادات توضيحية إلى آلية استخدام مجموعات الألوان
The applications and templates in the later sections of this guidelines will provide a good guide for how the colour palette should be implemented.

Secondary colors are used in all communications of the brand, in addition to white can be used to ensure adequate contrast and clarity

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

الألوان الثانوية Secondary Colours

2.3



ستقدم النماذج والقوالب في الأقسام التالية من هذا الدليل إرشادات توضيحية إلى آلية استخدام مجموعات الألوان.
The applications and templates in the later sections of this guidelines will provide a good guide for how the colour palette should be implemented.

الاستخدامات الصحيحة
DO's



استخدامات الشعار Logo Usage 2.4

هذا توضيح لاستخدامات علامة الشعار حال وجود خلفية ملونة، حيث توضح الأمثلة في الأعلى الاستخدام الصحيح، وتبيّن الأمثلة بالأأسفل الاستخدام الخاطئ

Here is an explanation of the uses of the logo mark if there is a colored background, the examples above show the correct use, the examples below show the wrong use

الاستخدامات الخاطئة
DON'T's



Aa

3.0
bg الخطوط
Typography

Ubuntu Arabic

Ubuntu Arabic

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

?!)(*%#\$£@ ;:, 0123456789

Ubuntu Arabic

LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

?!)(*%#\$£@ ;:, 0123456789

أ ب ت ث ج ح د ذ ر س ش ص ض

ط ظ ع غ ف ق ك ل م ن و ي

-+)(*%^\$#!0987654321 ؟

أ ب ت ث ج ح د ذ ر س ش ص ض

ط ظ ع غ ف ق ك ل م ن و ي

-+)(*%^\$#!0987654321 ؟

line approved

Ubuntu Arabic

As the main font for the Tourist Route, it is used in bold in the headlines and sub-headings, and the regular font is used in writing texts. This font will make words stand out by increasing the spacing between letters to make them look more consistent

الخط 3.1 Brand Typeface

تم اعتماد خط رئيس للطريق السياحي، حيث يستخدم غامق في العنوانين الرئيسية والفرعية، ويستخدم الخط العادي في كتابة النصوص. إذ سيعمل هذا الخط على إبراز الكلمات عن طريق زيادة التباعد بين الأحرف لتبدو أكثر اتساقاً

Arabic

Somar

BOLD

أب ت ث ج ح خ د ذ ر ز س ش ص ض
ط ظ ع غ ف ق ك ل م ن و و ي
-+(*%#\$!0987654321؟

اللغة العربية

Somar

MEDIUM

أب ت ث ج ح خ د ذ ر ز س ش ص ض
ط ظ ع غ ف ق ك ل م ن و و ي
-+(*%#\$!0987654321؟

English

Somar

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
?!)(*%#\$ @ ::,. 0123456789

اللغة الإنجليزية

Somar

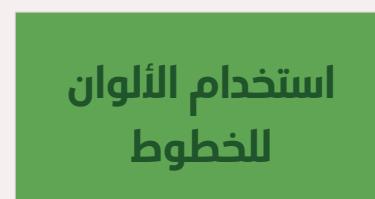
MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
?!)(*%#\$ @ ::,. 0123456789

نظام الخط 3.2 Default System Font

عندما يتعدى استخدام خط العلامة التجارية
الخاص في بعض البرامج المكتبية مثل
Microsoft Word و Microsoft PowerPoint
وأي اتصالات إلكترونية، يستخدم خط
Somar بدلاً من Ubuntu Arabic في اللغتين
العربية والإنجليزية

When the private brand font cannot be used
in some office software such as
Microsoft Word and Microsoft PowerPoint
For any electronic communication, the
Somar. line is used instead of Ubuntu Arabic
In both Arabic and English



استخدام الألوان للخطوط 3.3

Colour Usage for Typography

In order to ensure the clarity of texts when displayed on colored backgrounds, writing should be done using colors that differ from the brand's colors, in addition to the use of white. The colors of the tourist route sign can be used if there is sufficient contrast between the text and the background.

بهدف ضمان وضوح النصوص عند عرضها على خلفيات ملونة، يجب الكتابة باستخدام ألوان تختلف عن ألوان العلامة التجارية، بالإضافة إلى استخدام اللون الأبيض. ويمكن استخدام الألوان الخاصة بعلامة الطريق السياحي إذا كان هناك تباين كافٍ بين النصوص والخلفية.



4.0
التـمـ وـيرـ
Photography



التصوير 4.1 Photography

Photography is one of the most important methods used in the marketing of brands and their success. therefore Photographs should be neat and attractive to draw the attention of the viewer. Colors also have a major role in attracting people to the brand, so choosing them carefully, and choosing their contrasts correctly, will greatly enhance the efficiency of images and make them look ten times more beautiful.

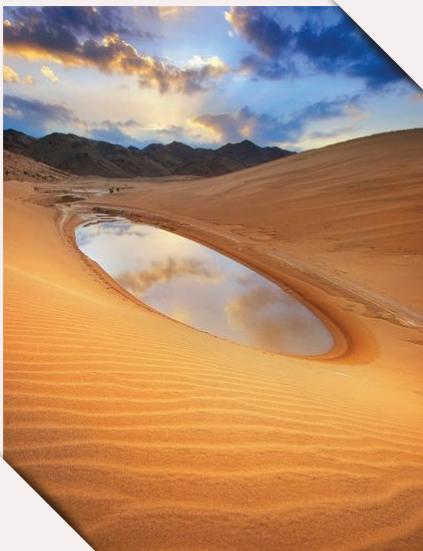
التصوير الفوتوغرافي يعتبر من أهم الطرق التي تستخدم في التسويق للعلامات التجارية وإنجاحها؛ وبالتالي الصور الفوتوغرافية ينبغي لها أن تكون متقنة وجذابة للفت انتباه الم關注 علىها. أيضاً للألوان دور رئيسي في جذب الناس للعلامة التجارية، لذلك فإن اختيارها بعناية، وانتقاء تعبيناتها بالشكل الصحيح، سيعزز بشكل كبير من كفاءة الصور وجعلها تبدو أجمل بعشر أضعاف.

صور بورتريه Portraiture 4.2



The images will be colourful, and will focus mainly on the "ambient lighting" to determine the direction of the lighting, and on people wearing traditional clothes that represent the identity and civilization of the kingdom without clarifying their features in the shot. As having a faded background represents the sunlight intruder from between the rocks can't be perfect without using this shooting mode.

ستكون الصور ملونة، وستركز بشكل أساسى على "الإضاءه المديطية" لتحديد اتجاه الإضاءه، وعلى الأشخاص ليس الملابس التقليدية التي تمثل هويه وحضارة المملكة من دون توضيح ملهم لهم في اللقطة. تفيد صور البورتريه في إظهار الإضاءات بشكل ساحر! حيث أن الحصول على خلفية ضبابية تمثل أشعة الشمس المتسللة من بين الصخور بأفضل شكل، لن يكون متقدماً إلا بهذه الوضعية.



صور مناظر طبيعية Landscape Images 4.3

The Kingdom of Saudi Arabia is characterized by stunning and unfamiliar scenery! Therefore, we must show its beauty by taking unparalleled photographs! We will focus mainly on showing our desert environment beautifully, and then highlighting the diversity of water bodies in our kingdom.

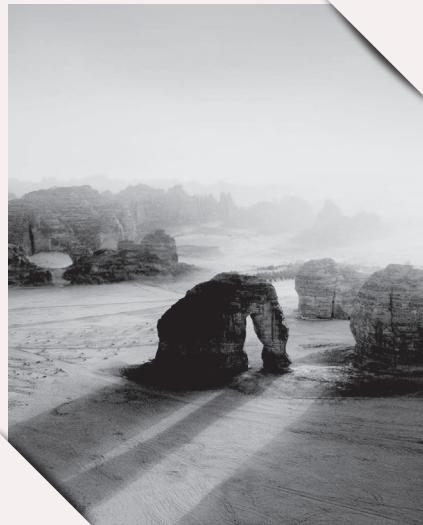
تميز المملكة العربية السعودية بمناظر خلابة وغير مألوفة! وبالتالي يجب علينا إظهار جمالها عن طريق التقاط صور فوتوغرافية لا مثيل لها! وسنركز فيها بشكل أساسي على إظهار بيئة الصحراء بشكل بديع ومن ثم إبراز تنوع المسطحات المائية في مملكتنا.



صور حفلات Events Images 4.4

In preparation for the many events that will be held in the area, the camera will focus on various types of lighting and night lights in particular, because it shines in the middle of the darkness to attract the attention of all tourists from different regions and environments. Pictures should show signs of joy and pleasure on the face of visitors and guests.

استعداداً لعدة من الفعاليات التي ستقام في المدن، ستركز الكاميرا على مختلف أنواع الإضاءات والإنارات الليلية على وجه الخصوص، لأنها تلمع في وسط الظلام لتشد نوافها انتباه جميع السياح من مختلف المناطق والبيئات. يجب أن تظهر الصور علامات البهجة وملامح السرور على وجه الزوار والضيوف.



صور أبيض وأسود Black & White Images 4.5

The adoption of black and white colors in some pictures may make them tend to gray, and thus give a neutral appearance that urges the viewer to look in depth, and to note the finer details related to the extent of its fluidity and its smoothness in some dark. We will see the effect of gray images on the acquisition of luxury among all types of images.

اعتنى ماد اللاؤنين الأبيض والأسود في بعض الصور قد يدع لها تميل إلى اللون الرمادي، وبالتالي تضفي مظهر حيادي يحت المشاهد على النظر بعمق، وملائحة أدق التفاصيل المتعلقة بمدى انسجامية الظلام ونوعية تداخل الألوان الحيادية ببعضها في الصورة. سنرى مدى تأثير الصور الرمادية في الاستحواذ على الفخامة من بين جميع أنواع الصور.

إضافة تأثيرات Add effects

يضفي القصاص على الصور التركيز، ويساعد على تأطير لحظة أو شخص أو مكان معين، إنه يخلق صوراً جذابة وشعراً بالانتماء إلى ذلك الزمن

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

تشبع اللون Colour Saturation

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

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

تشبع اللون Colour Saturation

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

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

ما يجب فعله و ما لا يجب فعله Dos and Don'ts

4.6

بالرغم من الاعتماد على تنوع الوان التضاريس وأشكالها في التصوير، إلا أنه من المهم أن يكون التصوير فوتوغرافي ممتعًا بصرياً وديثراً وجذاباً.



5.0
عناصر الهوية
Brand Elements

Designed as a set of 3 icons, they can be used alone or together to create a style, and icons should always be resized proportionally.

تم تصميم مجموعه ٣ ايقونات، يمكن استخدامها بمفردها أو معاً لإنشاء نمط، كما يجب تغيير حجم الأيقونات دومناً بشكل مناسب.

الأيقونات
Icons

5.1



الأيقون ٣
Icone 3



الأيقون ٢
Icone 2



الأيقون ١
Icone 1



الأيقون ٤
Icone 4



الأيقون ٥
Icone 5



الأيقون ٦
Icone 6



الأيقون ٧
Icone 7



الأيقون ٨
Icone 8

الأنماط الأساسية Primary Patterns

5.2

The tourist route sign uses a different pattern and colors as part of the visual communication, and is derived from the basic logo of the brand, where the pattern embodies the different qualities and aspirations of the brand. The pattern of the tourist route logo must be used equally in all communication and communication processes, and one should not be preferred over another.

تستخدم علامة الطريق السياحي نمط وألوان مختلفة كجزء من التواصل البصري، وهي مشتقة من الشعار الأساسي للعلامة التجارية، حيث يجسد النمط الصفات والتطورات المختلفة للعلامة التجارية. نمط شعار الطريق السياحي لابد أن يستخدم بالتساوي في كافة عمليات التواصل والاتصال، ولا ينبغي تفضيل نمط على آخر.

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



6.0 قوالب التصميم Design Templates



قالب رأسى Portrait Template 6.1

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

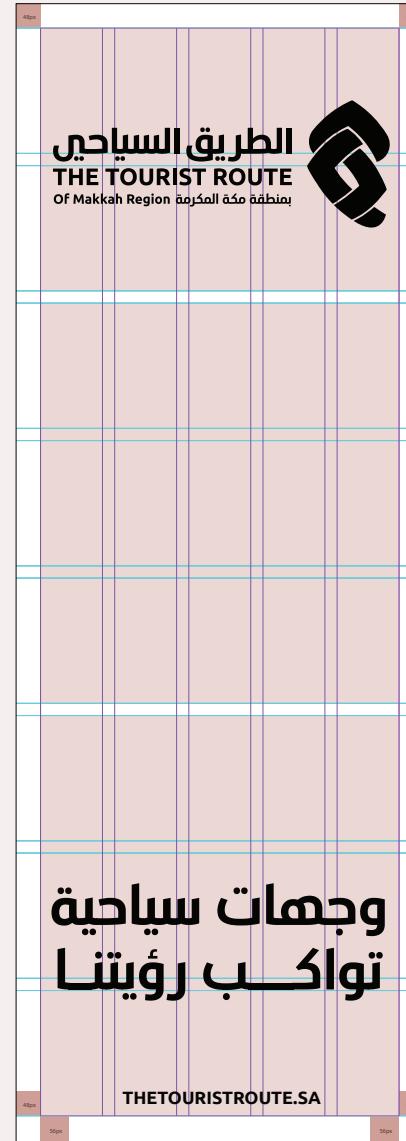
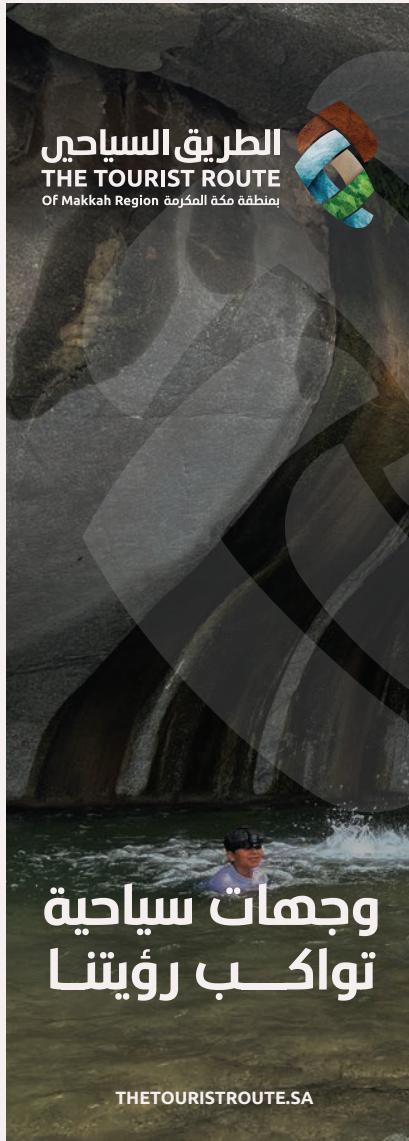
يبرز القالب الرأسى الموجود في الجهة المقابلة، نموذجاً وافضاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يُعد هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصاميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخطوط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن حجم الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم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



قالب رأسي - رقمي Portrait Template - Digital 6.2

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

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



قالب رأسي - طويل Portrait Template - Long

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

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

6.3



قالب مربع Square Template 6.5

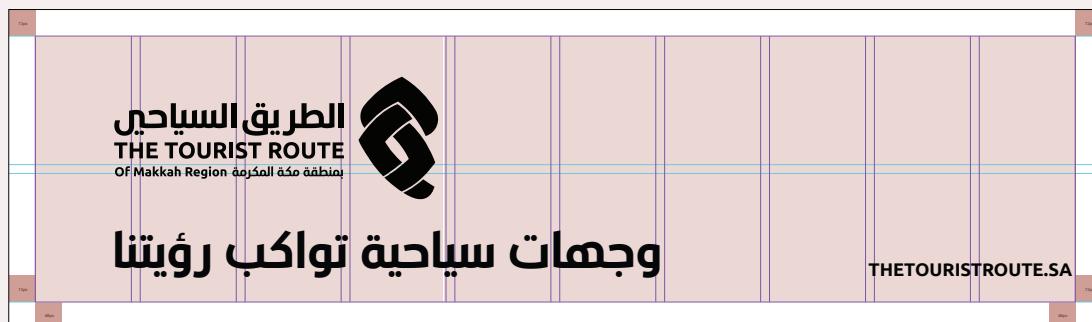
The square layout template is displayed opposite along with example design layout for guidance.

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

Layout templates can be obtained via the Marketing Department.

يُبرز القوالب المربّع الموجّود في الجهة المقابلة، نموذجاً واضحاً للكيفية التي يجب أن يكون عليها القالب من حيث التصميم، حيث يُعد هذا التصميم الأساس المرجعي لإنشاء المزيد من التصاميم، ويمكن استخدام الشبكة للتأكد من اتساق الخطوط مع الصورة مع الرسومات، فضلاً عن أن دمج الشعار ونوع الخط يساعدان في البدء بتصميم متوازن للعناصر. يمكن الحصول على قوالب التصميم هذه من قسم التسويق.

قالب أفقي Landscape Template 6.7



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

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

قالب أفقي - طويل Landscape Template - Long 6.7



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

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



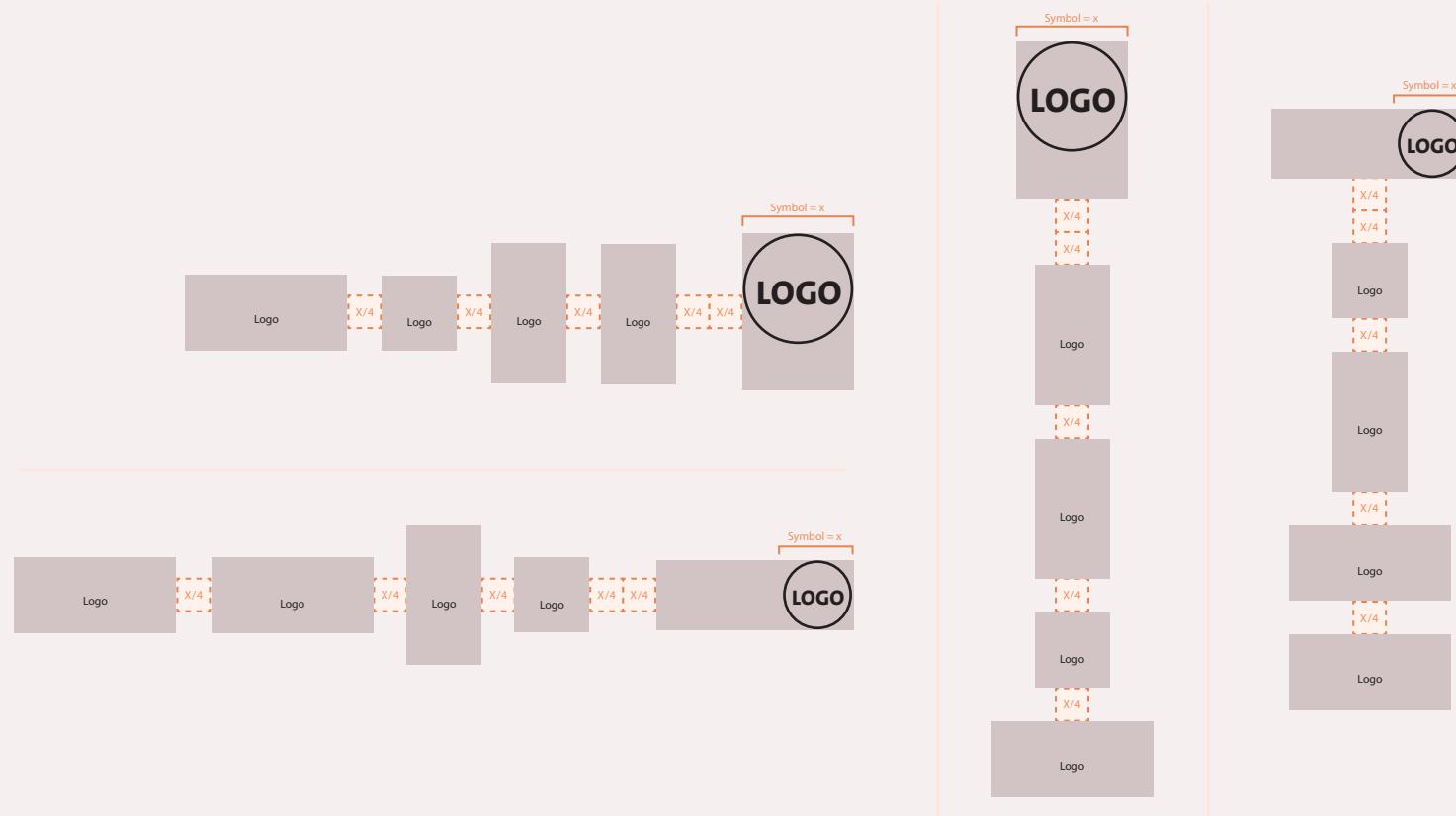
7.0
**استخدام الشعار بجانب
شعارات أخرى
Co-Branding**

Co-brand logos must be 20% smaller than the Tourist Route logo, and all logos must be aligned with the Tourist Route logo from the center.

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

التسويق المشترك - الرعاية Co-Branding - Sponsors

7 . 1





مبادئ التسويق المشترك - الشركاء Co-Branding Principles - Partners

Partner logos must be 30% smaller than the tourist route logo.

one partner:

When the tourist route logo is centered, we make sure the partners logo is centered as well. When the logo of the tourist road is placed to the right or left, the logo of the partners must follow the same direction.

Multiple partners:

All partner logos must follow the destination location of the Tourist Route logo, whether it is on the right, left or center. The same design criteria apply when the logo is used casually (for casual designs).

يجب أن تكون شعارات الشركاء أصغر بنسبة 30% من شعار الطريق السياحي.

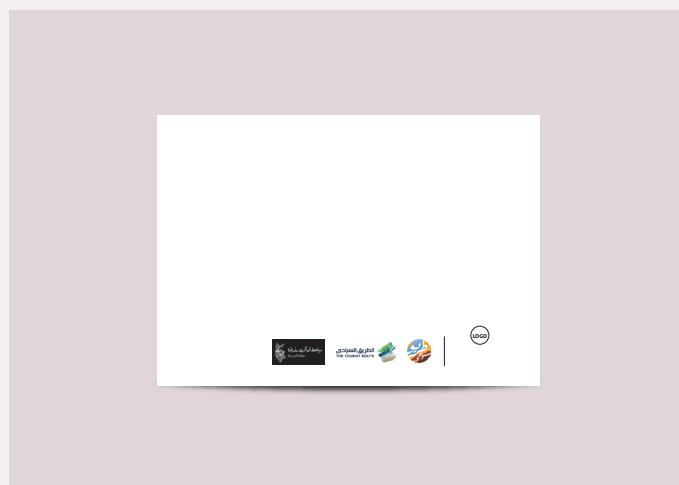
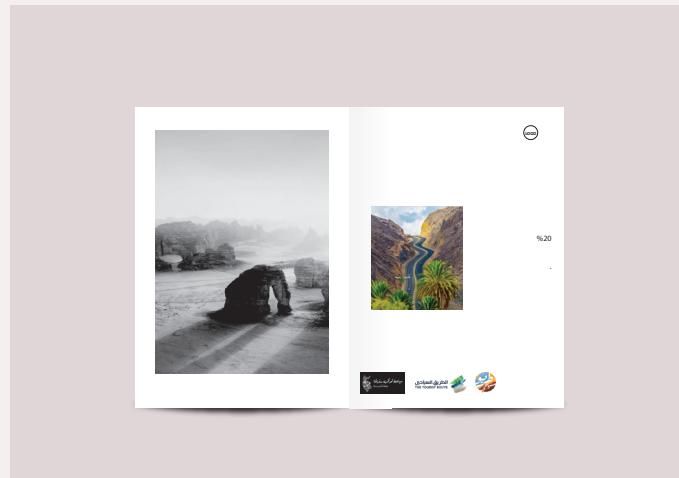
شريك واحد:

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

شركاء متعددون:

يجب على كافة شعارات الشركاء اتباع موقع وجهاز شعار الطريق السياحي، سواء كان على اليمين أو اليسار أو بالوسط. تطبق ذات المعايير الشعار بشكل عرضي (على التصاميم العرضية).

7.2



مثال على التسويق المشترك Co-Branding Example 7.2

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

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



8.0
تطبيقات الهوية
Brand Applications

الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE
بمنطقة مكة المكرمة



الطريق السياحي

THE TOURIST ROUTE

بمنطقة مكة المكرمة



www.makkahtouristroute.com









الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE

OF Makkah Province مملکتہ کے سڑکیں

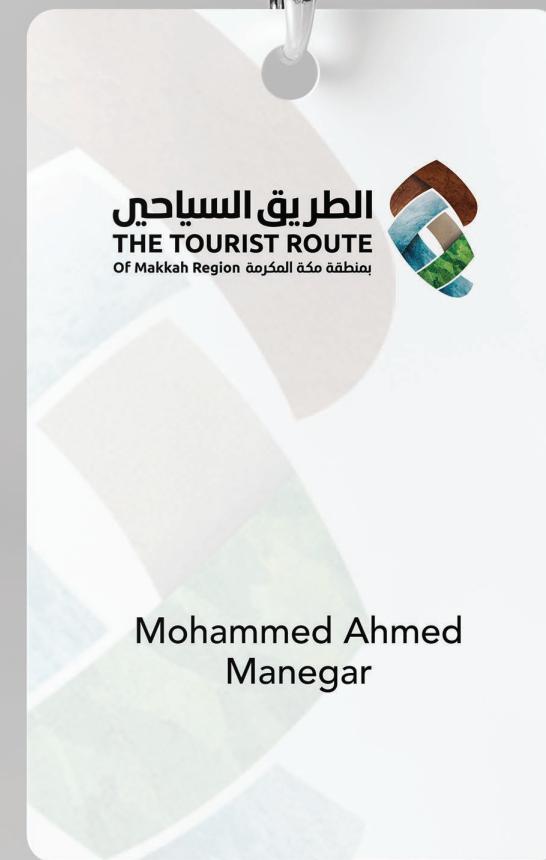
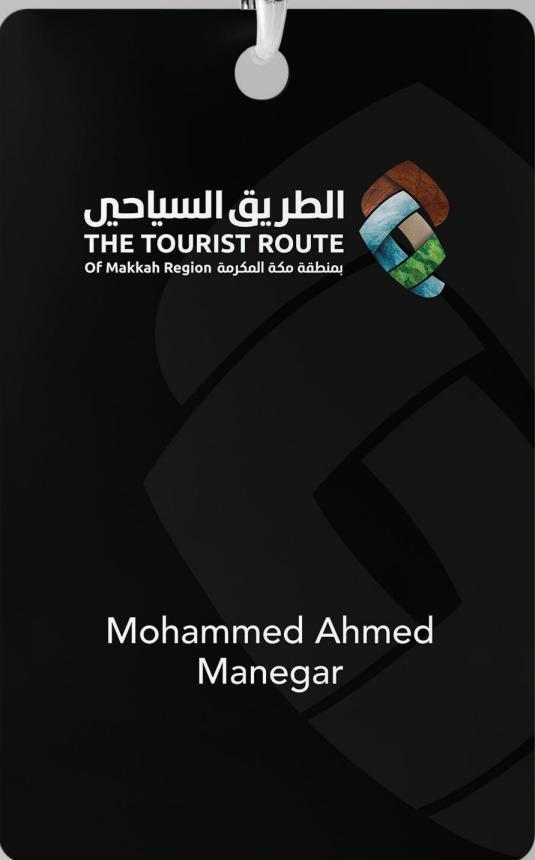
BRAND LOGO

الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE

VERSION 1.0

الشعار
1.0
Brand Logo





الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE
Of Makkah Region



وجهات سياحية توأكب رؤيتنا



إصدار 1.0
Version 1.0

الطريق السياحي
THE TOURIST ROUTE
بمنطقة مكة المكرمة

