



GCC Standardization
Training Center
مركز التقييس الخليجي للتدريب

الدليل الإرشادي للهوية البصرية

BRAND

GUIDELINE

BRAND

MARK

شعار العلامة

01 BRAND MARK

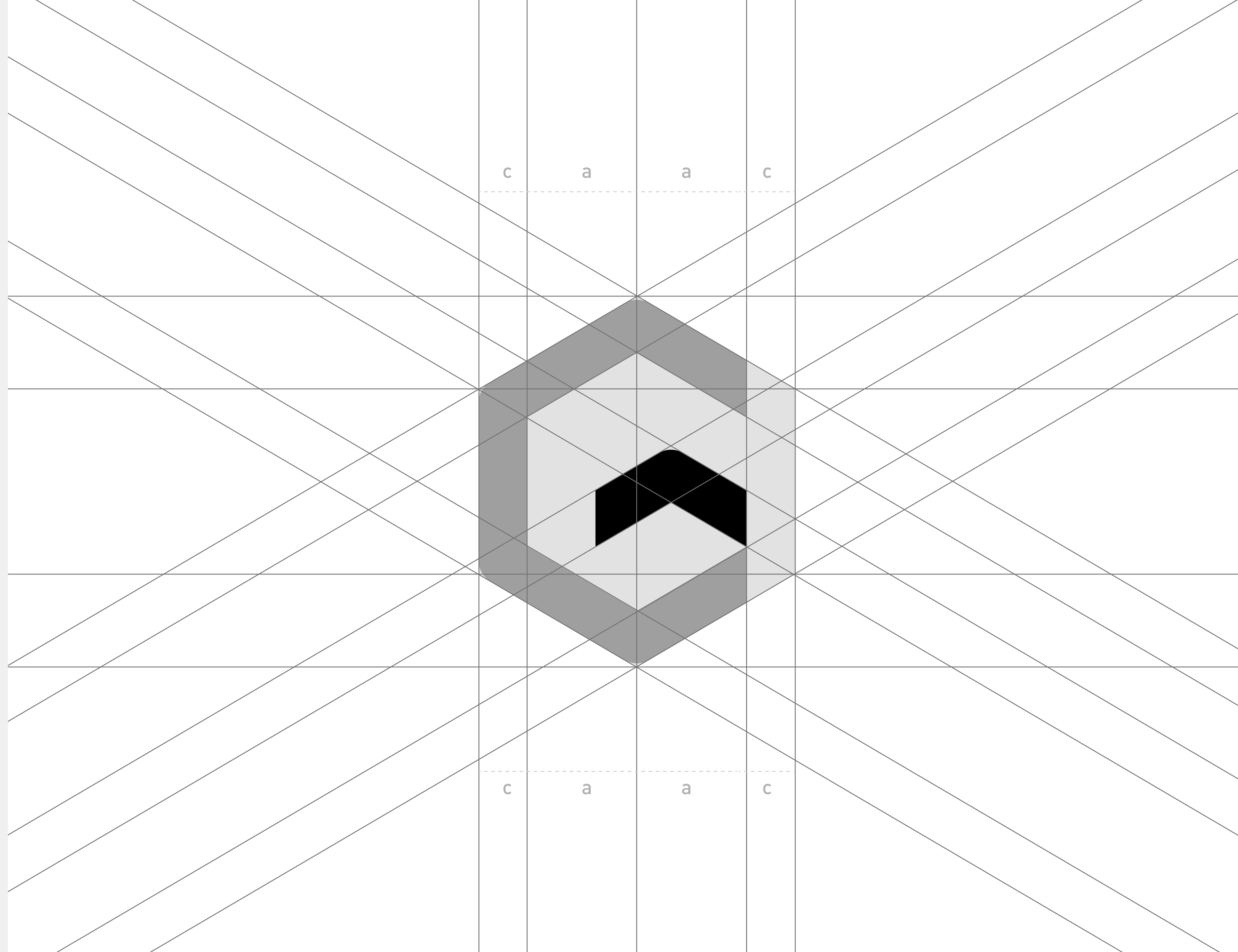
1.1 Logo Construction

The logo is built using a structured geometric system that ensures visual balance and proportion. This construction grid defines alignment, spacing, and structural harmony across all logo components.

01 علامة الهوية

1.1 بناء الشعار

الشعار مبني على نظام هندسي منظم يضمن التوازن البصري والتناسب. يحدد هذا الشبك الإنشائي المحاذاة والمسافات والتناغم البنائي بين جميع مكونات الشعار.



01 BRAND MARK

1.2 Logo Structure

The logo is composed of carefully balanced elements including the symbol and the logotype. The relationship between these elements has been precisely defined and must not be altered.

01 علامة الهوية

1.2 هيكل الشعار

يتكوّن الشعار من عناصر متوازنة بعناية، تشمل الرمز والعلامة النصية. وقد تم تحديد العلاقة بين هذه العناصر بدقة، ويجب عدم تعديلها أو تغييرها.



01 BRAND MARK

1.3 Main logo

Our logomark serves as a visual representation of the brand's. It is designed to be simple, memorable, and adaptable, allowing it to function effectively across different mediums while maintaining its distinct identity.

01 علامة الهوية

1.3 الشعار الرئيسي

تمثل أيقونة الشعار التعبير البصري عن العلامة التجارية. وقد صُممت لتكون بسيطة وسهلة التذكر وقابلة للتكيف، مما يتيح استخدامها بفعالية عبر مختلف الوسائط مع الحفاظ على هويتها المميزة.



**GCC Standardization
Training Center** مركز
التقييس الخليجي للتدريب

01 BRAND MARK

1.4 Logo Clear Space

To preserve visual clarity and impact, a minimum clear space must surround the logo at all times. No graphic elements, typography, or imagery may enter this protected area.

01 علامة الهوية

1.4 المساحة الآمنة

للحفاظ على وضوح الشعار وتأثيره البصري، يجب ترك حد أدنى من المساحة الآمنة حول الشعار في جميع الأوقات. ولا يجوز لأي عناصر رسومية أو نصوص أو صور الدخول إلى هذه المساحة المحمية.



Clear space = 0.5X

x=

01 BRAND MARK

1.5 Brandmark lockups

The brandmark lockups present multiple approved configurations of the symbol and logotype to accommodate different layouts and application needs. Each variation is designed to ensure clarity, balance, and consistency across diverse formats while maintaining the integrity of the brand.

01 علامة الهوية

1.5 تكوينات الشعار

تعرض تكوينات الشعار عدة ترتيبات معتمدة تجمع بين الرمز والعلامة النصية، وذلك لتناسب مختلف التخطيطات واحتياجات الاستخدام. وقد صُمم كل خيار منها لضمان الوضوح والتوازن والاتساق عبر مختلف الصيغ والتطبيقات، مع الحفاظ على سلامة الهوية البصرية للعلامة.



**GCC Standardization
Training Center**
مركز
التقييس الخليجي للتدريب



**GCC Standardization
Training Center**
مركز
التقييس الخليجي للتدريب

01 BRAND MARK

1.6 Co-branding

Approved logo arrangements for displaying the brand alongside other organizations while maintaining visual balance and consistency.



01 علامة الهوية

1.6 العلامات المشتركة

التركيبات المعتمدة لعرض الشعار مع شعارات جهات أخرى مع الحفاظ على التوازن البصري والاتساق.

01 BRAND MARK

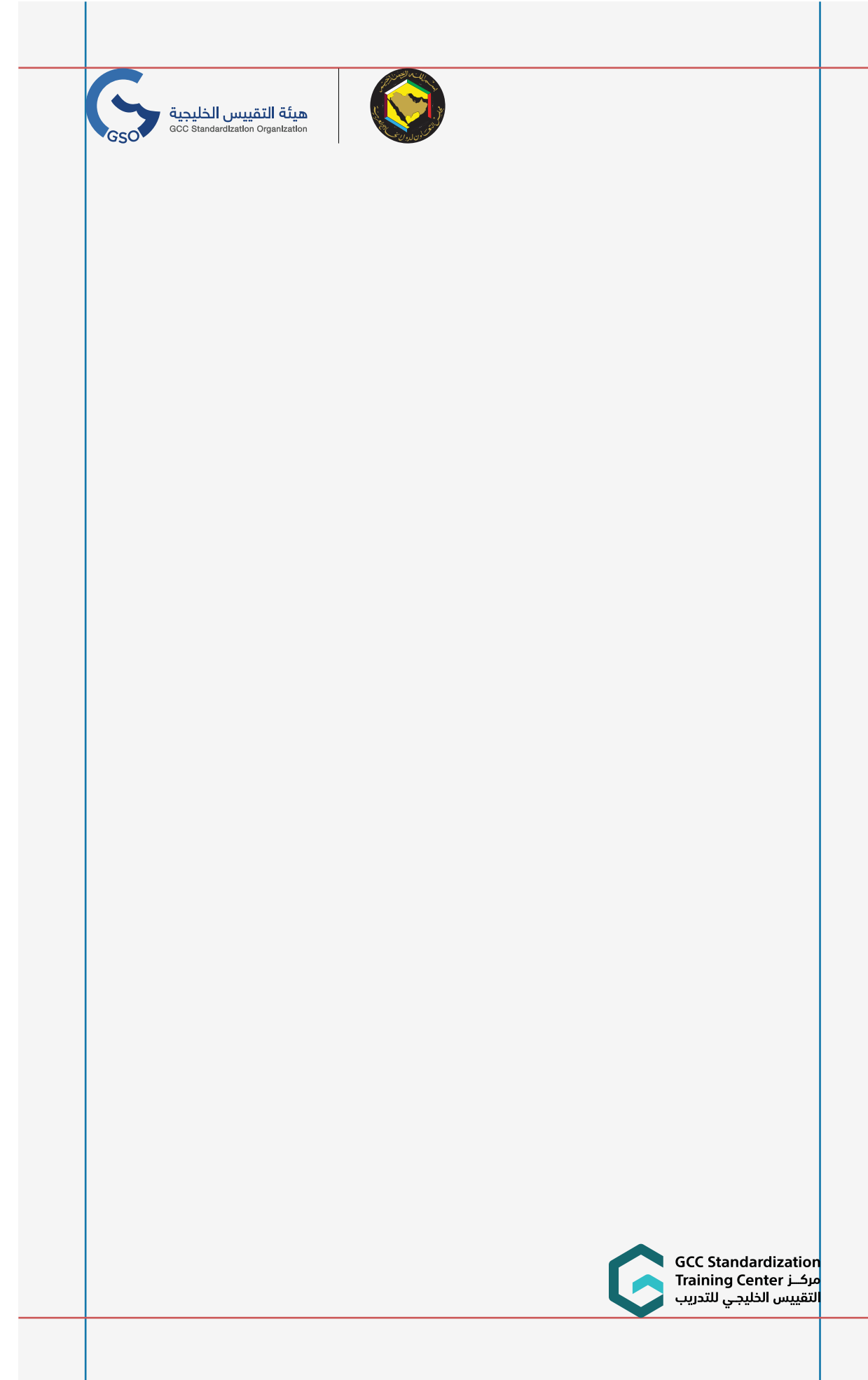
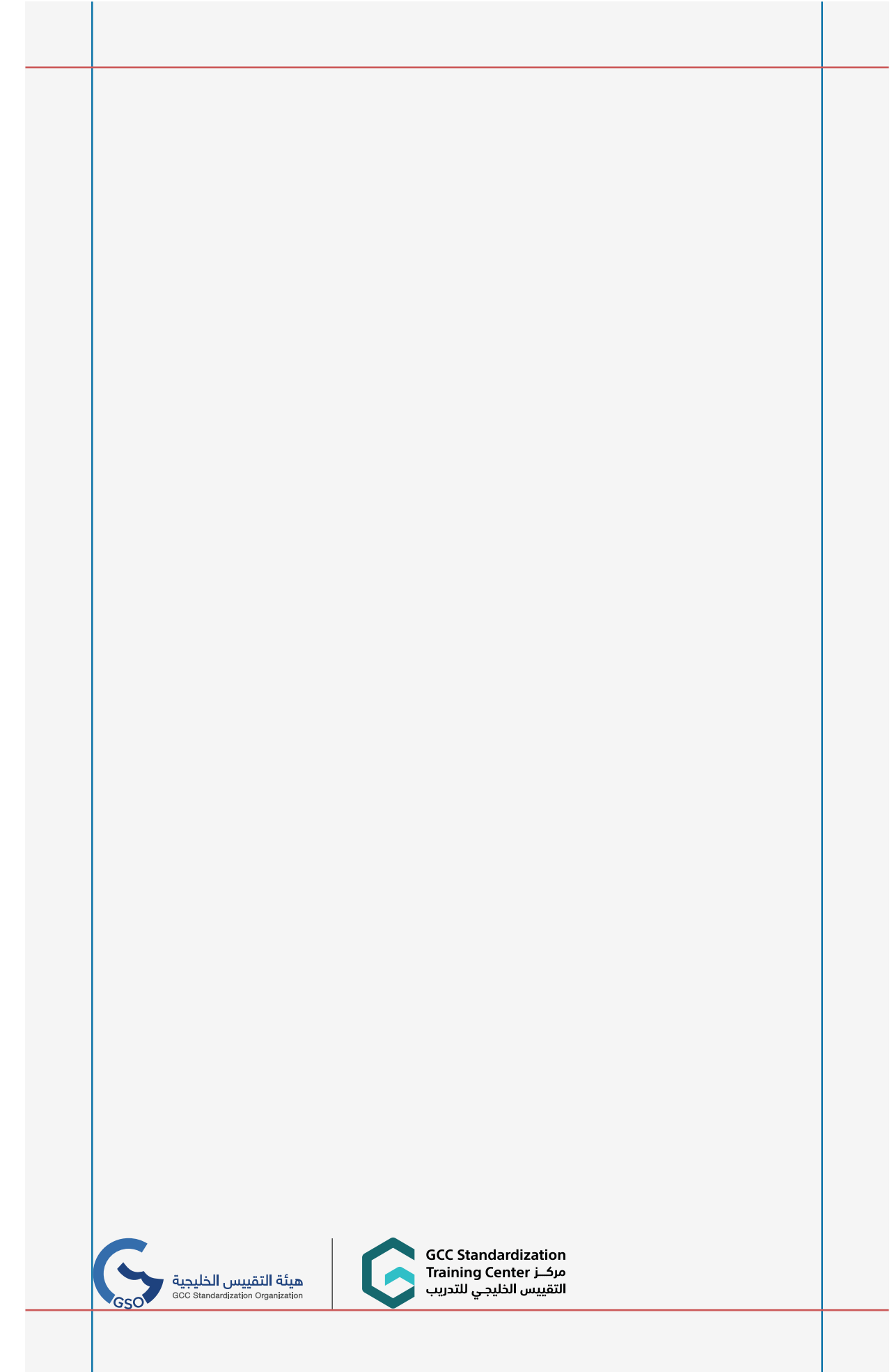
1.7 Logo Placement

Defines the approved placement of the logo within layouts to ensure proper alignment, clear margins, and consistent visual presentation.

01 علامة الهوية

1.7 وضع الشعار

يوضح المواضع المعتمدة لوضع الشعار داخل التصميم بما يضمن المحاذاة الصحيحة والهوامش الواضحة والاتساق البصري.



01 BRAND MARK

1.8 Color Versions

The logo may appear in its primary color system or approved alternative color variations to adapt to different backgrounds and applications. Each version is carefully defined to maintain clarity, contrast, and brand consistency across all touchpoints.

علامة الهوية

1.8 إصدارات الألوان

يمكن استخدام الشعار بألوانه الأساسية أو بإصدارات لونية بديلة معتمدة، وذلك ليتناسب مع الخلفيات والتطبيقات المختلفة. وقد تم تحديد كل إصدار بعناية لضمان الوضوح والتباين والحفاظ على اتساق العلامة التجارية عبر جميع نقاط الاتصال.



01 BRAND MARK

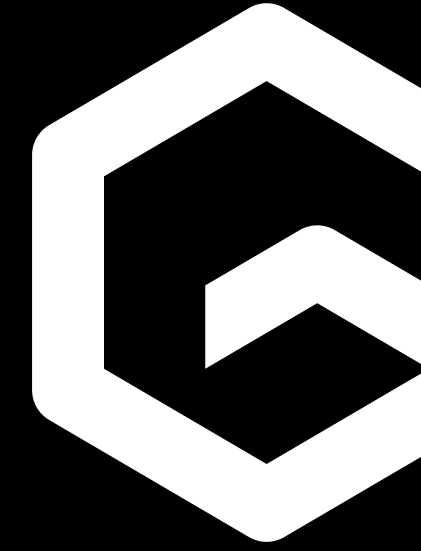
1.9 Monochrome logo

The logo may be used in black or white when color reproduction is not possible or when simplicity is required. These versions ensure strong legibility and visual integrity across print, monochrome, or limited-production applications.

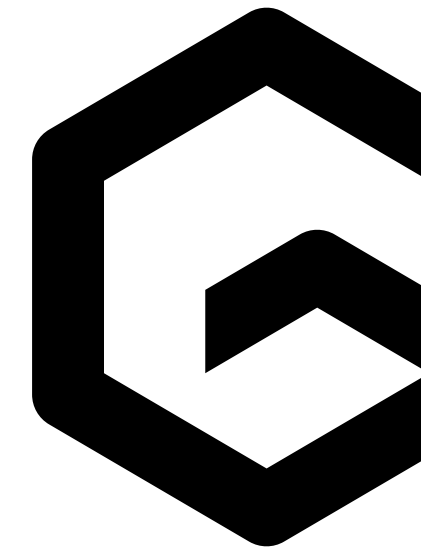
علامة الهوية

1.9 الشعار أحادي اللون

يمكن استخدام الشعار باللونين الأسود أو الأبيض عندما لا يكون استخدام الألوان ممكناً أو عندما تتطلب التطبيقات قدراً أكبر من البساطة. وتضمن هذه النسخ وضوح القراءة والحفاظ على سلامة الهوية البصرية عبر الطباعة أو التطبيقات أحادية اللون أو الإنتاج محدود الإمكانيات.



**GCC Standardization
Training Center**
مركز
التقييس الخليجي للتدريب



**GCC Standardization
Training Center**
مركز
التقييس الخليجي للتدريب

01 BRAND MARK

1.10 Incorrect Usage

Improper use weakens the logo's impact and compromises brand consistency. Avoid altering proportions, colors, orientation, or adding effects that distort the original design. Always follow the approved guidelines to preserve integrity.

علامة الهوية

1.10 استخدامات خاطئة

يؤدي الاستخدام غير الصحيح إلى إضعاف تأثير الشعار والإخلال باتساق العلامة التجارية. يجب تجنب تغيير النسب أو الألوان أو الاتجاه، أو إضافة مؤثرات تشوّه التصميم الأصلي. احرص دائماً على اتباع الإرشادات المعتمدة للحفاظ على سلامة الشعار.



Don't Add effects
لا تضيف مؤثرات



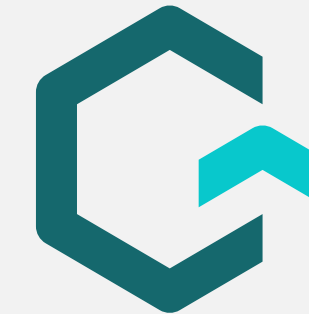
Don't Change color
لا تغيّر الألوان



Don't Change order
لا تغيّر ترتيب العناصر



Don't Change logo
dimentions
لا تغيّر أبعاد الشعار



Don't Change element
propoations
لا تغيّر نسب عناصر الشعار



Don't Rotate the logo
لا تقم بتدوير الشعار

COLOR PALETTE

لوحة الألوان

02 Color Palette

2.1 Primary Colors

The primary color palette forms the core visual identity of the brand. These colors should dominate all communications and ensure strong brand recognition.

02 لوحة الألوان

2.1 الألوان الأساسية

تشكل لوحة الألوان الأساسية جوهر الهوية البصرية للعلامة التجارية. وينبغي أن تكون هذه الألوان هي المهيمنة في جميع وسائل التواصل والمواد البصرية لضمان تحقيق حضور قوي وسهولة التعرف على العلامة.

HEX #15686D
RGB 109,104,21
HSB %43,%81,183
CMYK 19,50,43,88

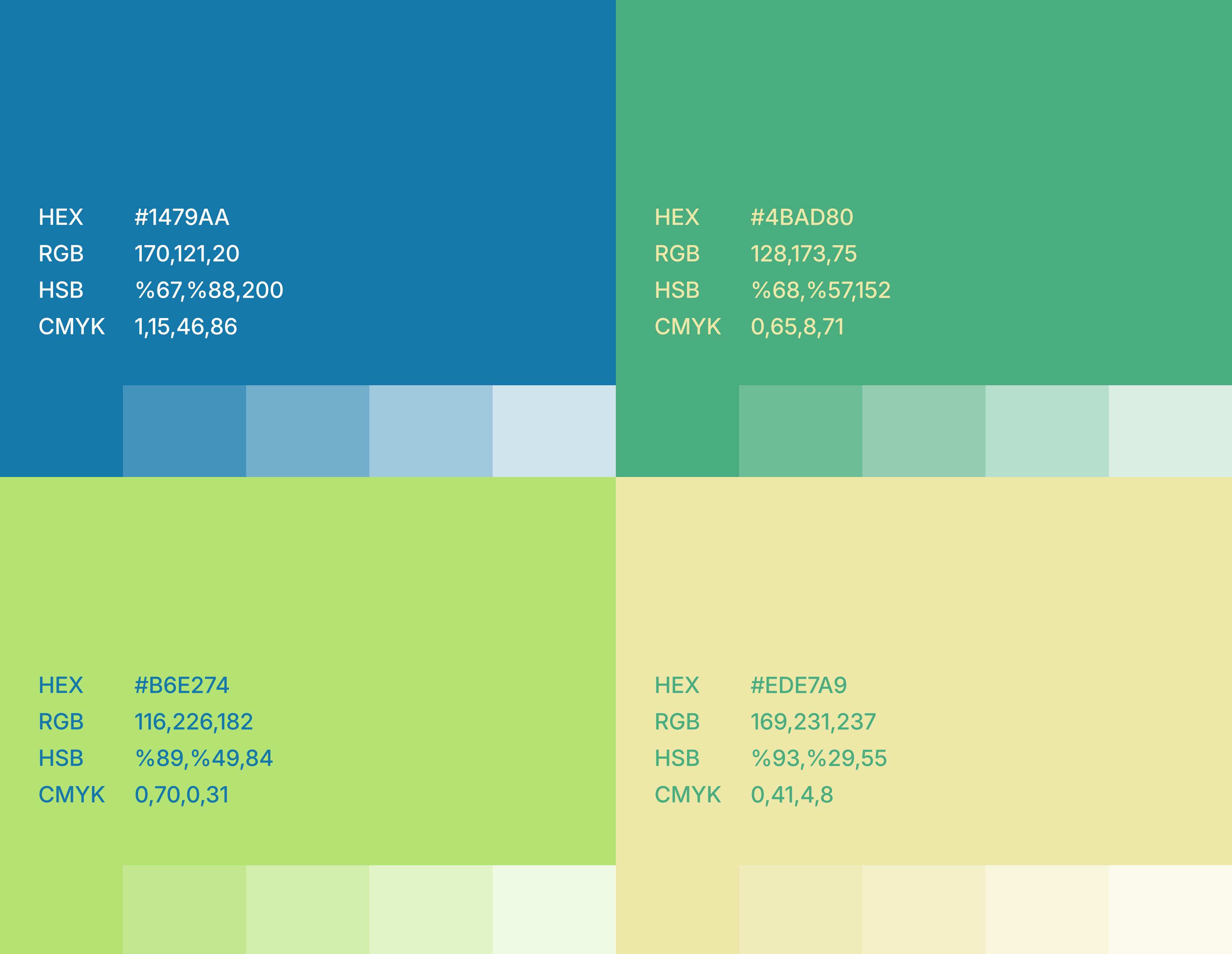
HEX #08C8CC
RGB 204,200,8
HSB %80,%96,181
CMYK 0,25,0,68

HEX #EDEDED
RGB 237, 237, 237
HSB %93,%0,%0
CMYK 0,4,4,6

02 Color Palette

2.2 Secondary Colors

Secondary colors support the primary palette and provide flexibility in layouts, backgrounds, and supporting graphics while maintaining brand harmony.



02 لوحة الألوان

2.2 الألوان الثانوية

تدعم الألوان الثانوية لوحة الألوان الأساسية وتوفر مرونة أكبر في التخطيطات والخلفيات والعناصر الرسومية المساندة، مع الحفاظ على انسجام الهوية البصرية للعلامة التجارية.

TYPOGRAPHY

الخطوط

03 Typography

3.1 Typeface

Din Next LT Arabic

is the primary typeface for both Arabic and English. Chosen for its clarity and versatility, it ensures consistency and readability across all brand communications.

03 الخطوط

3.1 نوع الخط

يُعد DIN Next LT Arabic الخط الأساسي المستخدم في اللغتين العربية والإنجليزية. وقد تم اختياره لما يتميز به من وضوح ومرونة، مما يضمن الاتساق وسهولة القراءة عبر جميع مواد وتطبيقات العلامة التجارية.

كلمة

نرسي المعايير... ونبني الثقة حيث تتحول الضوابط إلى جودة

تعمل الهيئة على تطوير واعتماد معايير واضحة تعزز الاتساق وترفع كفاءة الأداء. نواكب أفضل الممارسات العالمية لنضمن بيئة تنظيمية دقيقة، شفافة، وقابلة للقياس.

نؤمن أن التقييس ليس إجراءً إداريًا فحسب، بل منظومة تضمن الجودة، تقلل التباين، وتمكّن الجهات من تحقيق نتائج موثوقة ومستدامة. من خلال إطار معياري متكامل، نعمل على توحيد المفاهيم ورفع مستوى الامتثال، بما يعزز الثقة ويصنع أثرًا طويل المدى.

A Word

Setting Standards. Where regulation becomes quality

The Authority develops and adopts clear standards that enhance consistency and elevate performance. Guided by international best practices, we ensure a regulatory environment that is precise, transparent, and measurable.

We believe standardization is more than compliance—it is a system that safeguards quality, reduces variation, and enables institutions to achieve reliable and sustainable outcomes. Through a structured framework, we unify

BOLD

ROMAN

LIGHT

03 Typography

3.2 Typography Hierarchy

Defined rules for headings, subheadings, body copy and captions, ensure consistency across all layouts.

03 الخطوط

3.2 التسلسل الهرمي للخطوط

تضمن القواعد المحددة للعناوين الرئيسية والعناوين الفرعية والنصوص الأساسية والتعليقات التوضيحية تحقيق الاتساق عبر جميع التخطيطات والتصاميم.

Headline or title
العناوين الرئيسية

Subhealine
العناوين الفرعية

Introduction
مقدمة

Body text
نص فرعي

Hedline or title goes here

Subheadline goes here

The Authority develops and adopts clear standards that enhance consistency and elevate performance. Guided by international best practices, we ensure a regulatory environment that is precise,

The Authority develops and adopts clear standards that enhance consistency and elevate performance. Guided by international best practices, we ensure a regulatory environment that is precise, transparent, and measurable

We believe standardization is more than compliance—it is a system that safeguards quality, reduces variation, and enables institutions to achieve reliable and sustainable outcomes. Through a structured framework, we unify practices, strengthen governance, and reinforce

GRAPHIC SYSTEM

النظام البصري

04 Color Palette

4.1 Concept

Supporting visual elements derived from the logo structure reinforce brand identity and create a recognizable visual language.

04 النظام البصري

4.1 المفهوم

تعزز العناصر البصرية الداعمة، المستمدة من بنية الشعار، هوية العلامة التجارية وتساهم في تكوين لغة بصرية مميزة يسهل التعرف عليها.



04 Color Palette

4.2 Graphic Elements

The brand utilizes a defined system of shapes and geometric forms to structure layouts and maintain visual consistency.

04 النظام البصري

4.2 العناصر الرسومية

تعتمد العلامة على نظام محدد من الأشكال والعناصر الهندسية لتنظيم التخطيطات والحفاظ على الاتساق البصري.

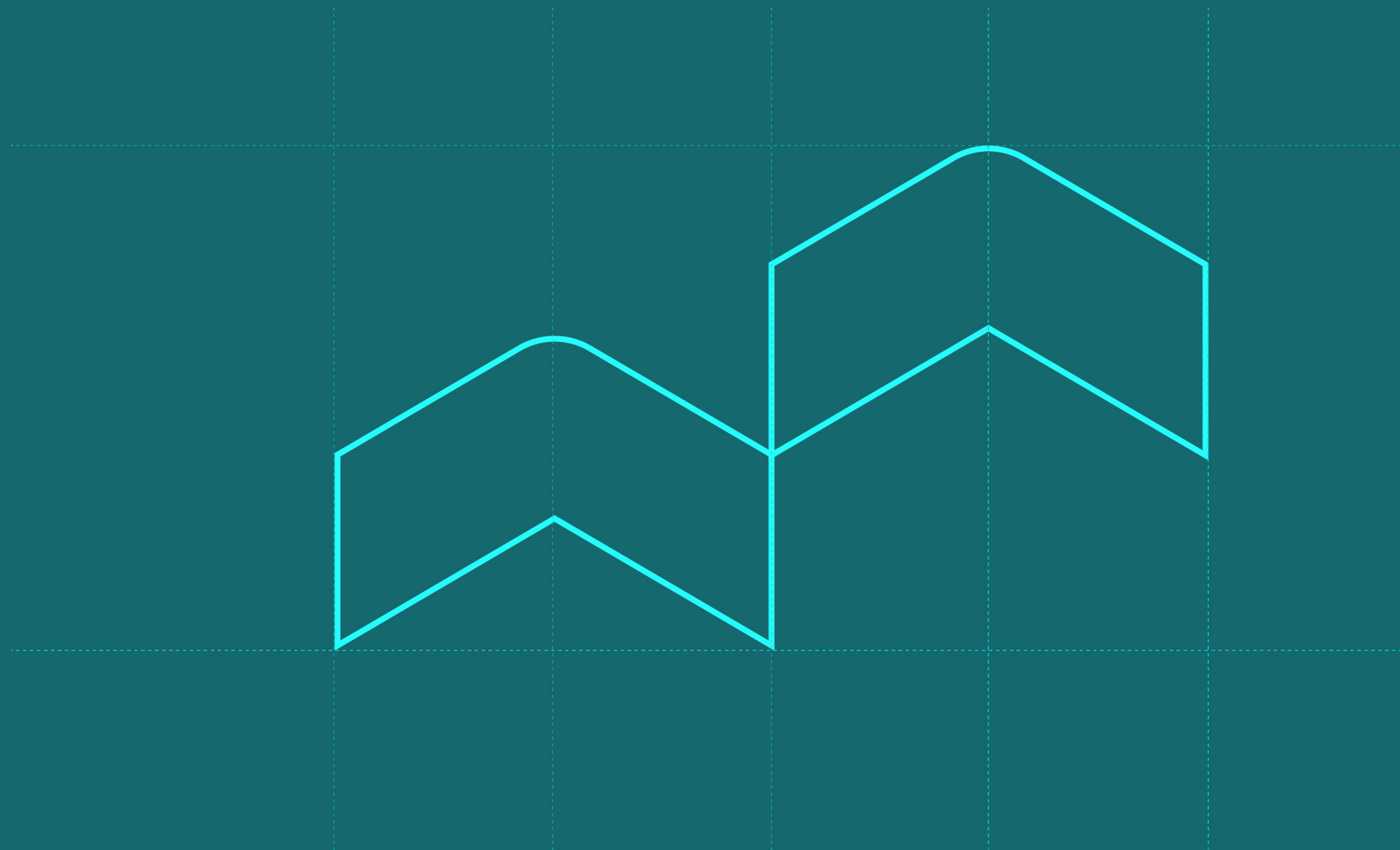


04 Color Palette

4.2 Graphic Elements

04 النظام البصري

4.2 العناصر الرسومية



04 Color Palette

4.2 Graphic Elements

04 النظام البصري

4.2 العناصر الرسومية



04 Color Palette

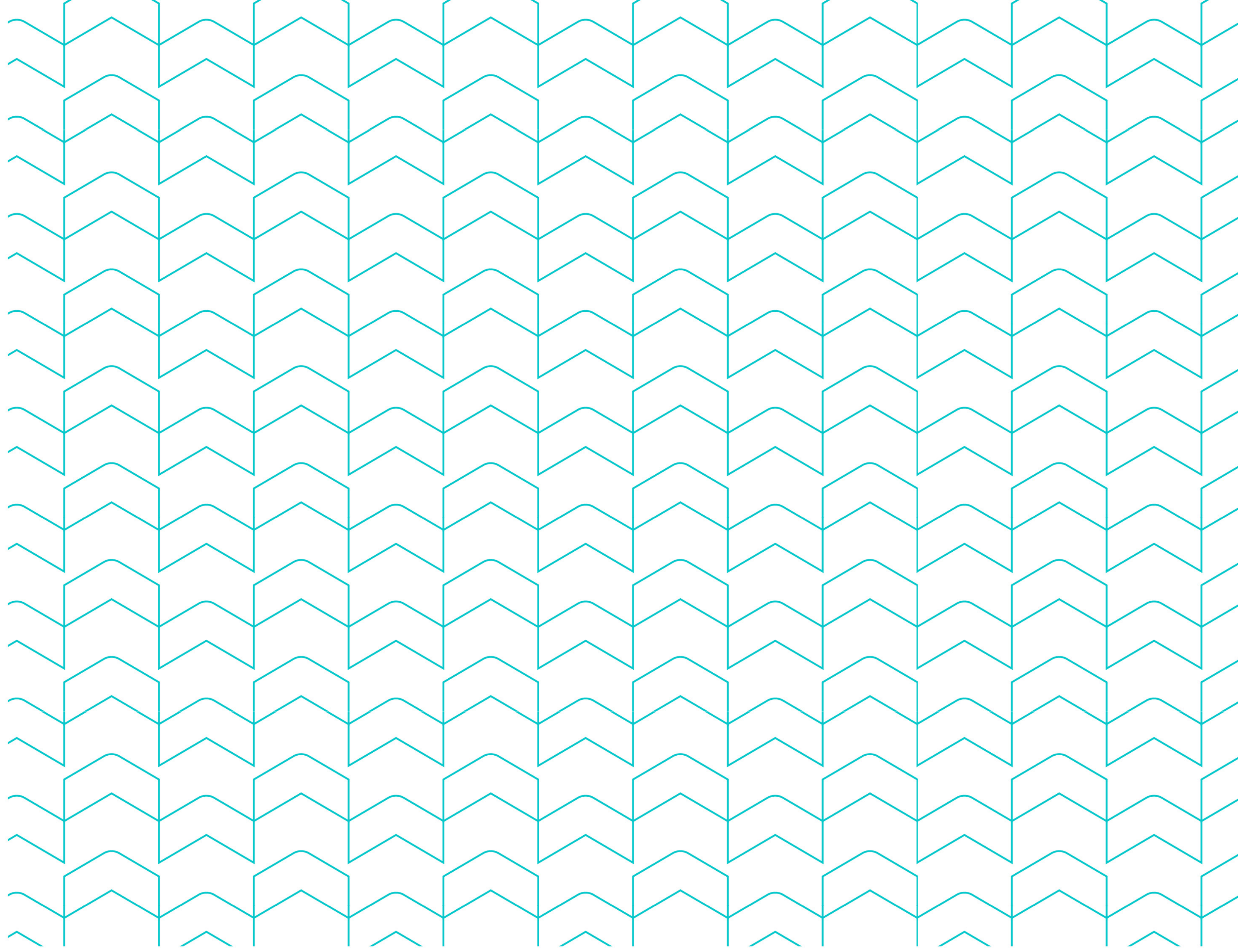
4.3 Pattern System

Patterns are developed from core brand elements and can be applied subtly across backgrounds and supporting materials.

04 النظام البصري

4.3 نظام الأنماط

تم تطوير الأنماط انطلاقًا من العناصر الأساسية للعلامة، ويمكن استخدامها بشكل خفيف ومدروس في الخلفيات والمواد الداعمة.

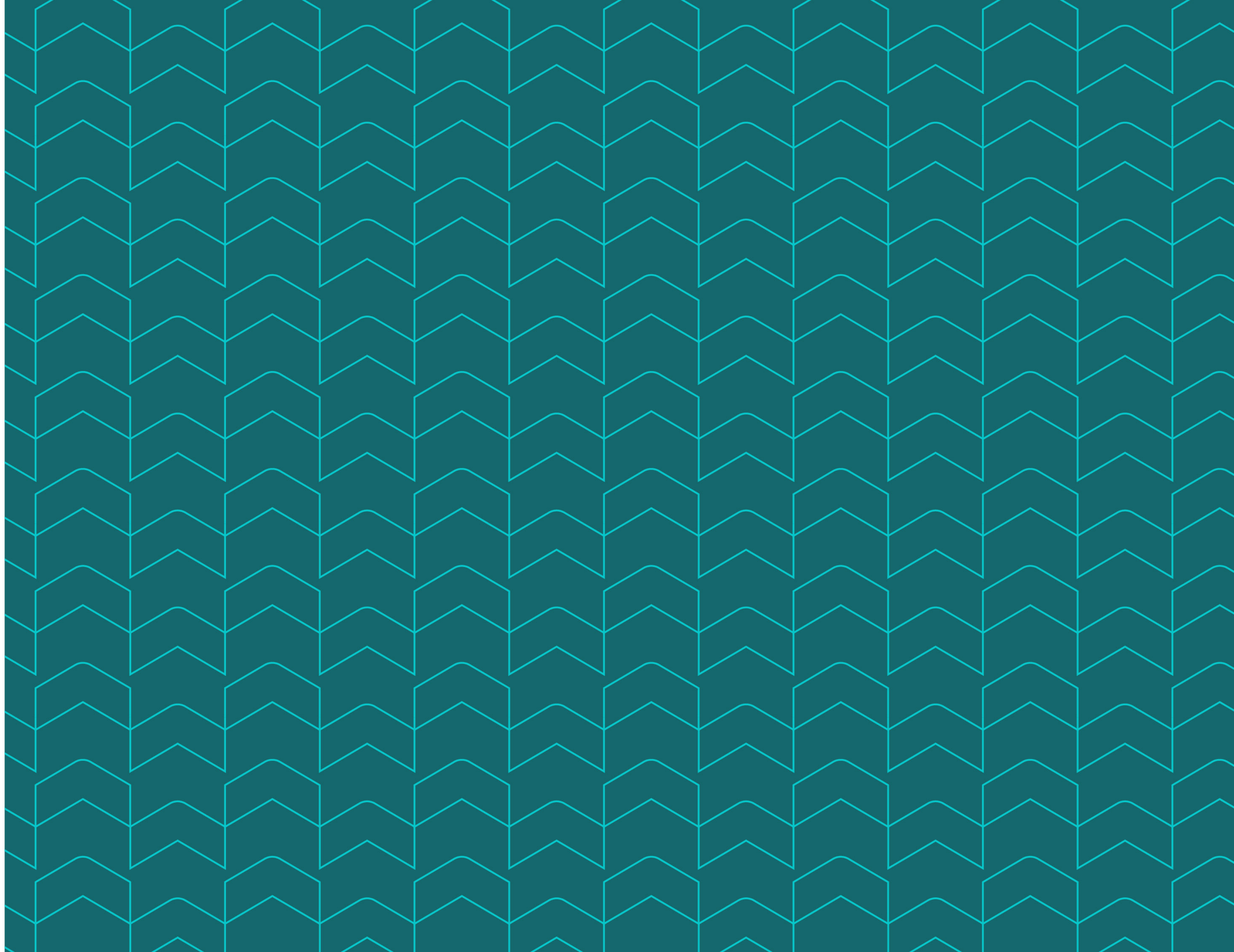


04 Color Palette

4.3 Pattern System

04 النظام البصري

4.3 نظام الأنماط

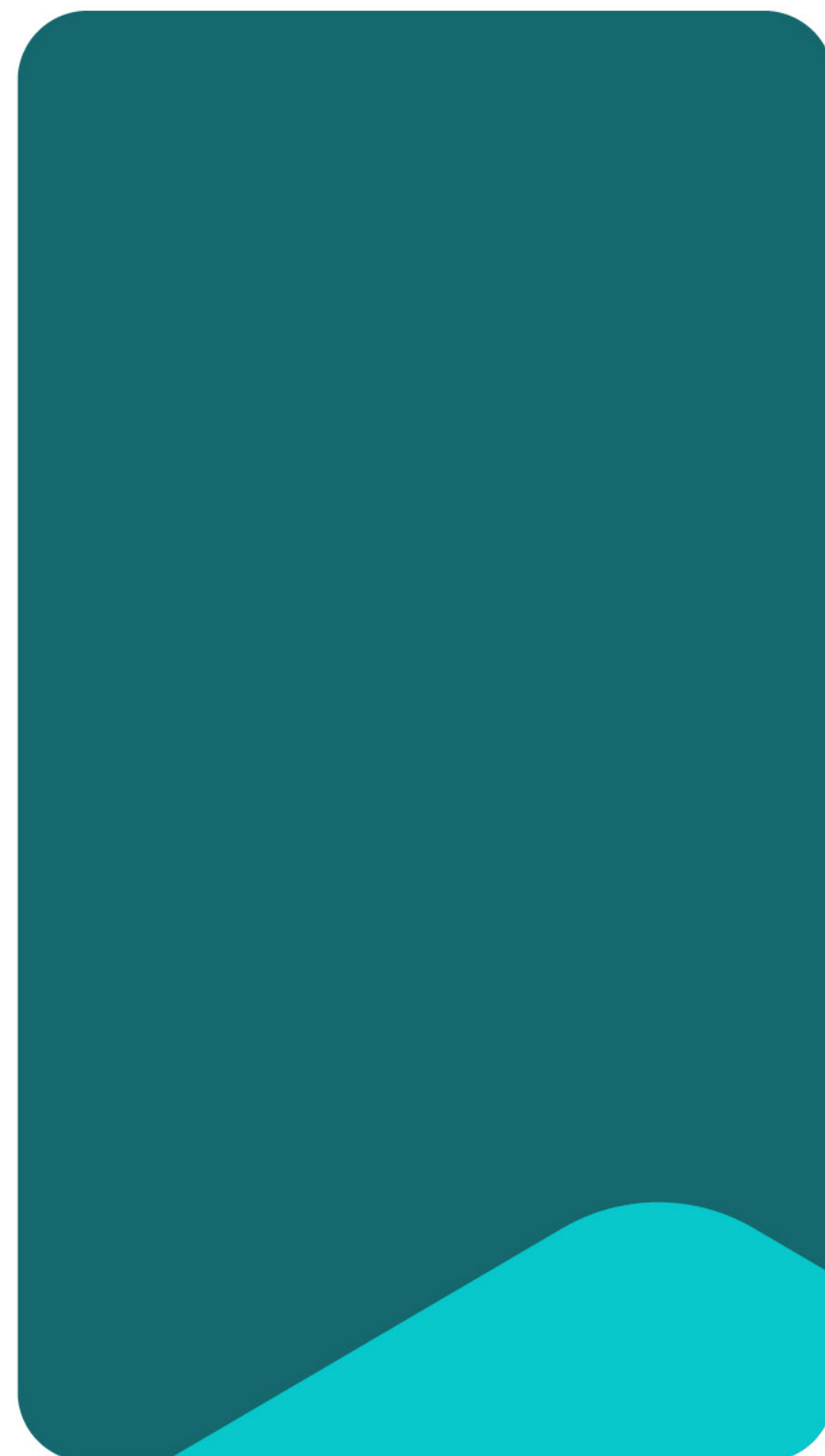


04 Color Palette

4.4 Graphic System Applications

04 النظام البصري

4.4 تطبيقات النظام البصري

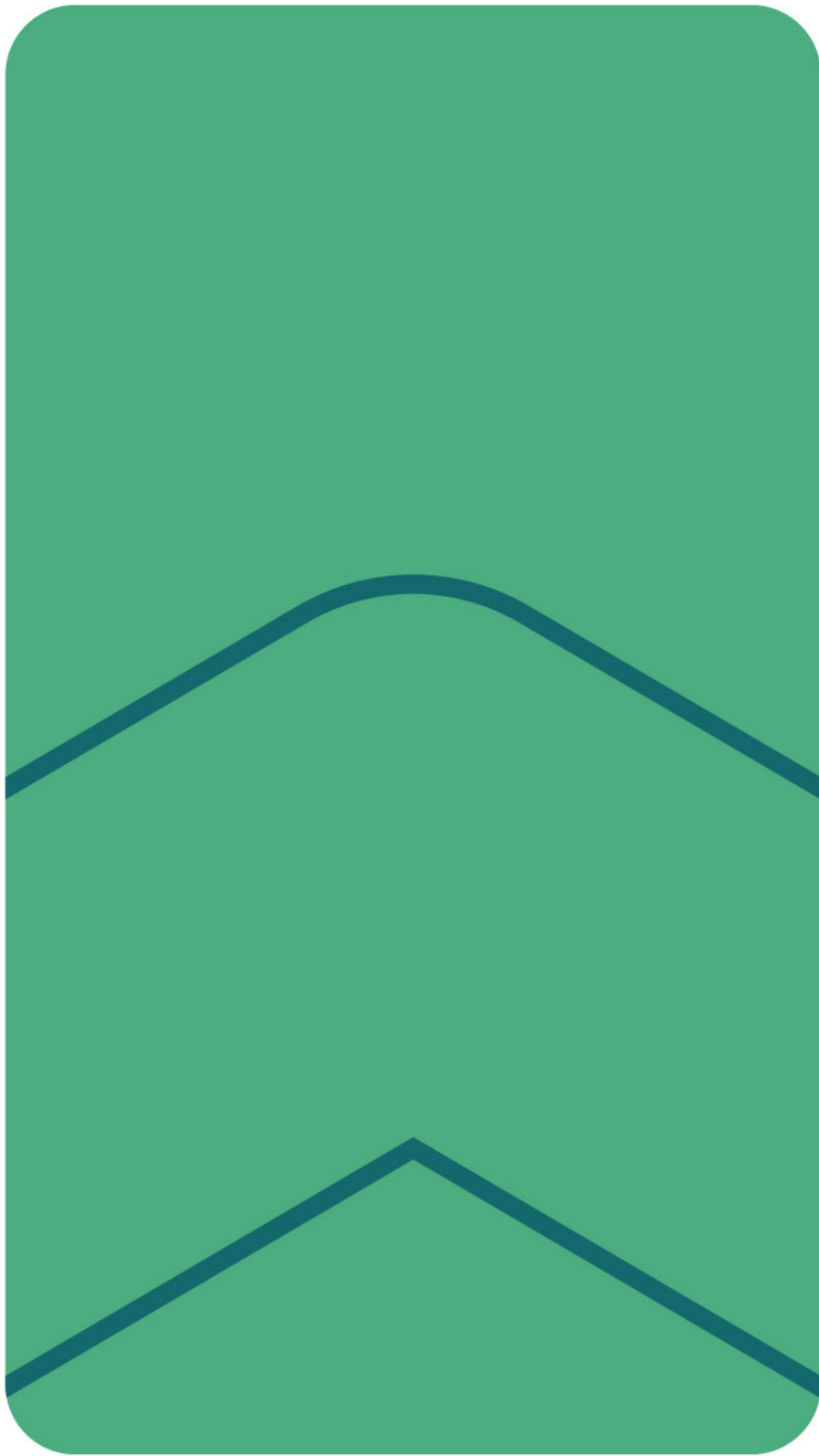


04 Color Palette

4.4 Graphic System
Applications

04 النظام البصري

4.4 تطبيقات النظام البصري



APPLICATIONS

التطبيقات

05 Applications

1. Digital
Social media
cover



05 التطبيقات

1. التطبيقات الرقمية
غلاف وسائل التواصل
الاجتماعي

05 Applications

1. Digital SM Posts

05 التطبيقات

1. التطبيقات الرقمية منشورات وسائل التواصل الاجتماعي



دورة
التحقق من
المطابقة

مقر المركز ٤:٠٠ PM ٨:٠٠ PM ٣ فبراير ٢٠٢٥

 www.gso.org.sa



دورة
المواصفات
القياسية

 www.gso.org.sa



نحو معايير
تصنع الفرق

 www.gso.org.sa

05 Applications

1. Digital SM Posts

05 التطبيقات

1. التطبيقات الرقمية منشورات وسائل التواصل الاجتماعي



05 Applications

1. Digital SM Posts

05 التطبيقات

1. التطبيقات الرقمية منشورات وسائل التواصل الاجتماعي



05 Applications

1. Digital Email Signature

New Message

To

Subject

Dear,

Lorem ipsum dolor sit amet, sociis potenti libero commodo vivamus pede proin, potenti ipsum wisi quis vel fermentum. Luctus morbi elit consectetur nunc et mi. Luctus arcu iaculis odio lectus in, lorem dui mauris ipsum sit quam et, bibendum sed a quis laoreet pretium augue, phasellus

Regards,

Mohammed Abdulsalam
Project Manager

+966 545 555 463
MAbdulsalam@gso.org.sa
www.gso.org.sa/ar/training

Send

Save

Cancel

05 التطبيقات

1. التطبيقات الرقمية توقيع البريد الإلكتروني

05 Applications

05 التطبيقات

1. Digital
PPT Template

1. التطبيقات الرقمية
قالب عرض تقديمي

عنوان الشريحة

عنوان فرعي للفقرة

عنوان فرعي للفقرة

عنوان فرعي للفقرة

عنوان الشريحة

هذا النص هو مثال لنص يمكن أن يستبدل في نفس المساحة، لقد تم توليد هذا النص من مولد النصوص في أدوات منصة نفذلي، حيث يمكن أن تولد مثل هذا النص أو العديد من النصوص الأخرى إضافة إلى زيادة عدد الحروف التي تولدها الأداة، أيضا ستجد العديد من الأدوات الأخرى التي ستساعدك في حياتك اليومية. إذا كنت تحتاج إلى عدد أكبر من الفقرات يمكنك ذلك عبر مولد النصوص الموجود في أدوات نفذلي كما يمكنك العثور على العديد من الأدوات الأخرى التي ستساعدك على تنفيذ العديد من المهام ببساطة وسهولة، هذا النص يمكن أن يتم تركيبه على أي تصميم دون مشكلة فلن يبدو وكأنه نص منسوخ، غير منظم، غير منسق، أو حتى غير مفهوم، لأنه مازال نصاً بديلاً ومؤقتاً.

GCC Standardization
Training Center
مركز التقييس الخليجي للتدريب

عنوان العرض التقديمي

عنوان فرعي للعرض

23 يناير

GCC Standardization
Training Center
مركز التقييس الخليجي للتدريب

عنوان العرض التقديمي

عنوان فرعي للعرض

23 يناير

فاصل فرعي

فاصل فرعي

عنوان الشريحة

هذا النص هو مثال لنص يمكن أن يستبدل في نفس المساحة، لقد تم توليد هذا النص من مولد النصوص في أدوات منصة نفذلي، حيث يمكنك أن تولد مثل هذا النص أو العديد من النصوص الأخرى إضافة إلى زيادة عدد الحروف التي تولدها الأداة، أيضاً ستجد العديد من الأدوات الأخرى التي ستساعدك في حياتك اليومية.

عنوان الشريحة

224

434

23+

هذا النص هو مثال لنص يمكن أن يستبدل في نفس المساحة، لقد تم توليد هذا النص من مولد النصوص في أدوات منصة نفذلي، حيث

هذا النص هو مثال لنص يمكن أن يستبدل في نفس المساحة، لقد تم توليد هذا النص من مولد النصوص في أدوات منصة نفذلي، حيث

هذا النص هو مثال لنص يمكن أن يستبدل في نفس المساحة، لقد تم توليد هذا النص من مولد النصوص في أدوات منصة نفذلي، حيث

GCC Standardization
Training Center
مركز التقييس الخليجي للتدريب

شكراً لكم

05 Applications

2. Stationery
Letterhead



05 التطبيقات

2. القرطاسية
ورق المراسلات



05 Applications

2. Stationery Business Card



05 التطبيقات

2. القرطاسية بطاقة عمل

05 Applications

2. Stationery
Envelope

05 التطبيقات

2. القرطاسية
ظرف مراسلات



A3



A4



A5

05 Applications

3. Gift Items



05 التطبيقات

3. الهدايا الترويجية



05 Applications

3. Gift Items

05 التطبيقات

3. الهدايا الترويجية



05 Applications

3. Gift Items



05 التطبيقات

3. الهدايا الترويجية

05 Applications

4. Wayfinding

05 التطبيقات

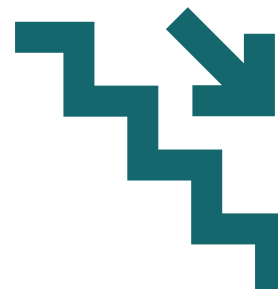
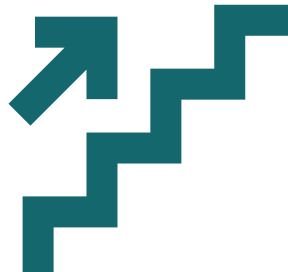
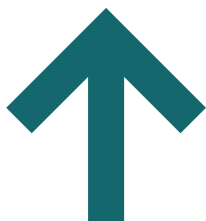
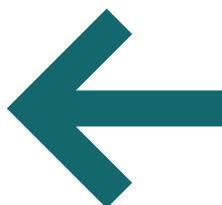
4. الإرشاد المكاني

STORAGE ROOM

TRAINING ROOM

4. Wayfinding

4. الإرشاد المكاني



05 Applications

4. Wayfinding



05 التطبيقات

4. الإرشاد المكاني

Brand in Action

تطبيق العلامة التجارية





GCC Standardization
Training Center
مركز التقييس الخليجي للتدريب



مدير مشروع
Mohammed

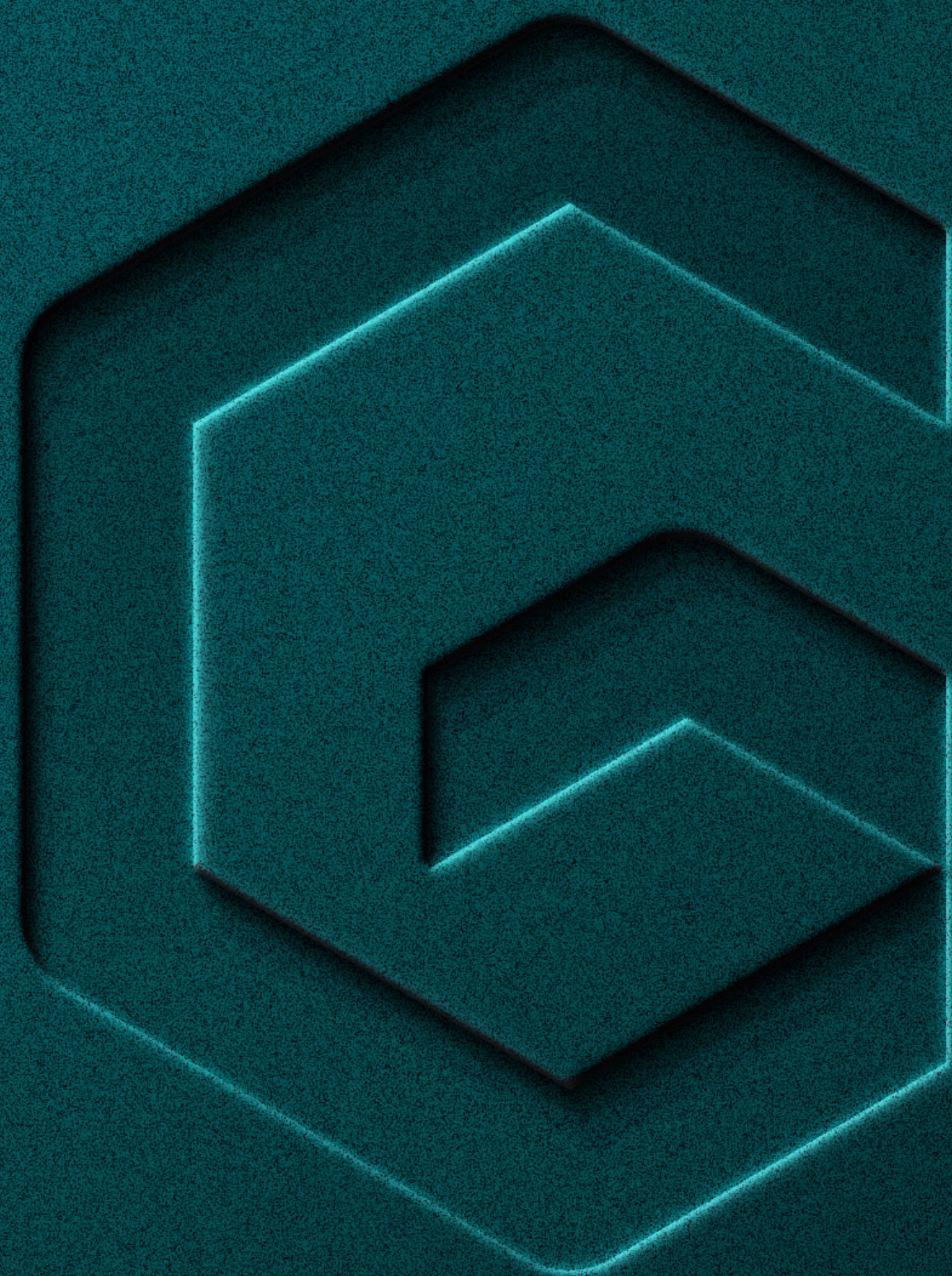
Project Manager

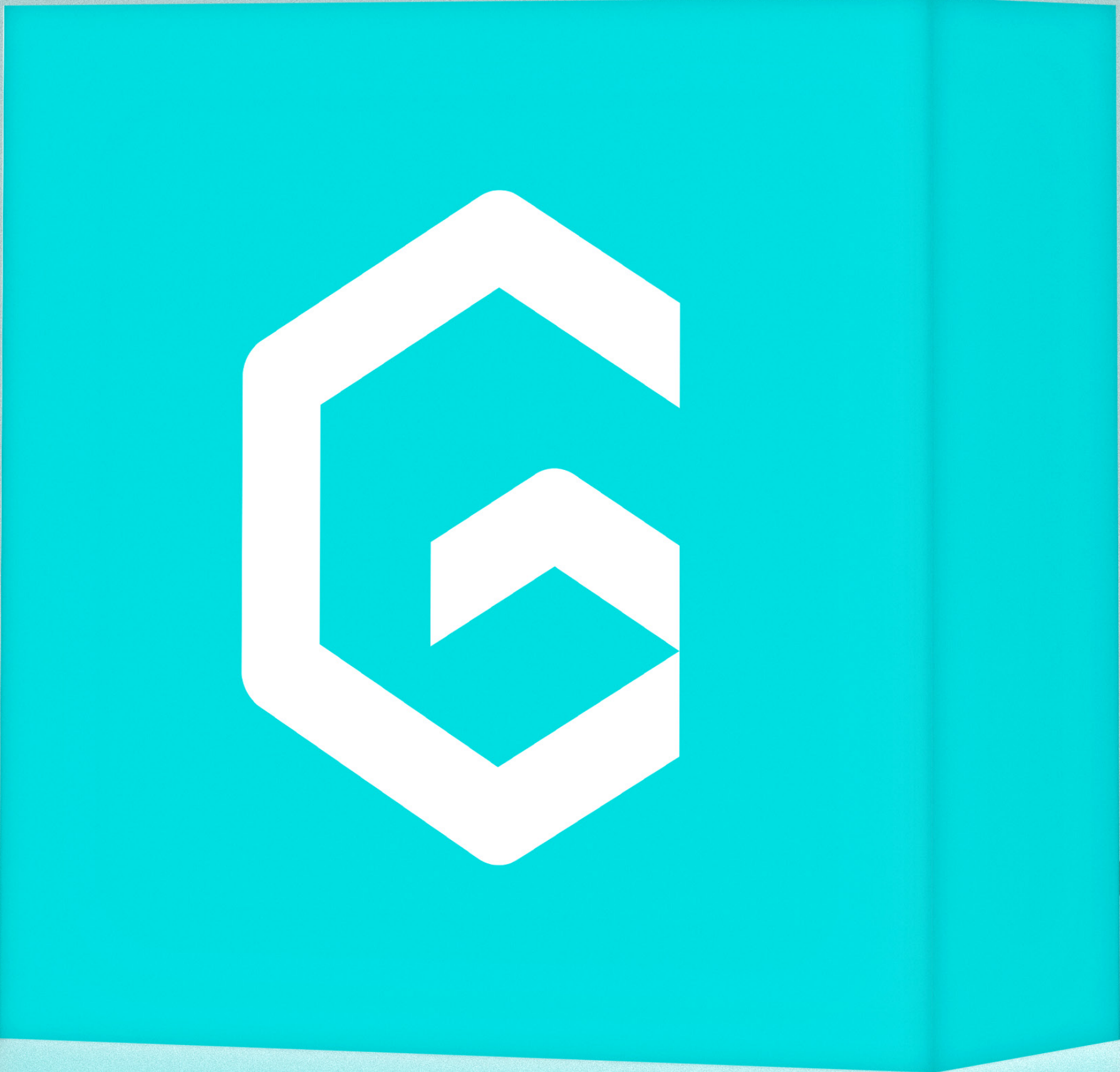
+966 545 555 463
Mohammed@gccstc.sa

www.gccstc.sa

www.gccstc.sa

+966 545 555 463
Mohammed@gccstc.sa







GCC Standardization
Training Center
مركز التقييس الخليجي للتدريب

THANK YOU

شكراً لكم