

رؤية VISION
2030
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

الدليل الاسترشادي لربط هوية رؤية المملكة 2030

الإصدار الأول - مارس 2021



هدفنا الأول أن تكون
بلادنا نموذجاً ناجحاً ورائداً
في العالم

خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود



||
طموحنا أن نبني وطناً
أكثر ازدهاراً يجد في
كل مواطن ما يتمناه
||

ولي العهد ورئيس مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية
الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز آل سعود

المحتويات

2	كلمة الملك سلمان بن عبدالعزيز
3	كلمة ولي العهد الأمير محمد بن سلمان
4	المحتويات
5	تمهيد 1.0
6	ما الحاجة للظهور المشترك؟ 1.1
7	ما الذي يغطيه الدليل الاسترشادي؟ 1.2
8	متى يستخدم الظهور المتحرك؟ 1.3
9	ما الذي يحققه الظهور المشترك؟ 1.4
10	أبرز ملامح الظهور المشترك 1.5
12	ربط الشعارات 2.0
13	قاعدة ربط الشعارات 50/50 2.1
14	كيفية تطبيق قاعدة 50/50 2.2
17	أمثلة تطبيقية 2.3
18	برامج تحقيق الرؤية 2.3.1
27	الجهات التنفيذية 2.3.2
41	المشاريع الكبرى 2.3.3
52	أخطاء يجب تجنبها 2.4
53	استثناءات 2.5
54	الظهور الدولي 2.5.1
55	الظهور المتحرك 2.5.2
57	صور خلفيات حسابات وسائل التواصل الاجتماعي 2.5.3
59	تعاون أصحاب المصلحة 2.5.4
63	مظهر الربط 3.0
64	قاعدة تناسب الانتباه 3.1
66	كيفية تطبيق القاعدة 3.2
68	تواصل معنا 4.0

1.0 تمهيد

- 1.1 ما الحاجة للظهور المشترك؟
- 1.2 ما الذي يغطيه الدليل الاسترشادي؟
- 1.3 متى يستخدم الظهور المشترك؟
- 1.4 ما الذي يحققه الظهور المشترك؟
- 1.5 أبرز ملامح الظهور المشترك

1.1

ما الحاجة للظهور المشترك؟

ما هو الظهور المشترك؟

الظهور المشترك هو ظهور شعارات الجهات المتعددة بهدف التناسق مع مختلف أنشطة التواصل لتحقيق الظهور الموحد، وفي هذا الدليل، سيتم التعريف بشكل شامل عن الظهور المشترك المعتمد لشعار رؤية السعودية 2030 بالتناسق مع الشعارات الأخرى ذات العلاقة.

ما الحاجة للظهور المشترك؟

تم إطلاق رؤية السعودية 2030 في عام 2016 ليعلن عن عهد جديد للتطور والازدهار والارتقاء بالبلاد إلى آفاق جديدة وفرص غير محدودة. وفي يومنا هذا نجد رؤية السعودية 2030 تؤثر على جميع نواحي الحياة التي نعيشها، إن لم تكن الدافع الرئيسي خلفها. لهذا السبب يجب أن تتواءم جميع جهود التواصل لإظهار أثر الرؤية.

الحل الإبداعي

تم تطوير هذا الدليل والذي يحدد أنماط وقواعد استخدام شعار رؤية السعودية 2030 في جميع أنشطة التواصل الخاصة بكافة الجهات الحكومية وشبه الحكومية للإسهام في تفعيل الظهور المشترك بين هوية الرؤية وهويات الجهات المعنية، بالإضافة إلى تحقيق الربط بين ما تنجزه الجهات ورؤية السعودية 2030، وذلك بما فيه تحقيق لأهداف الجهات والأهداف الاستراتيجية التي تسعى إليها الرؤية.

الآثار المحتملة للنمط الحالي للظهور والربط بين الجهات والرؤية

عدم الترابط والظهور لجهود الجهات

انخفاض الزخم والاهتمام

انخفاض الأثر عند ظهور المستندات من الجهات

عدم استثمار كامل فرص الربط

محدودية أثر الأهداف التواصلية

1.2

ما الذي يحققه الظهور المشترك؟

لمحة عن هذا الدليل الاسترشادي

يتيح هذا الدليل معرفة كيفية ظهور شعار رؤية السعودية 2030 مع شعار الجهة المعنية، بالإضافة لمعرفة الطريقة الأمثل للظهور المشترك في جميع جهود التواصل والتوضيح بأمثلة عملية عن كيفية التطبيق.

من الذي يجب عليه الالتزام؟

يعد تطبيق الظهور المشترك أمراً ملزماً للجهات التالية:

برامج تحقيق رؤية السعودية 2030:

جميع برامج تحقيق رؤية السعودية 2030.

الجهات التنفيذية: جميع الجهات المنفذة

لرؤية السعودية 2030.

المشاريع الكبرى: جميع المشاريع الكبرى التي

ظهرت كنتاج طبيعي لرؤية السعودية 2030.



✓ يتم الربط البصري إذا كان:

المحتوى له علاقة مباشرة برؤية السعودية 2030، سواء كان إطلاق أو مبادرة أو إنجاز أو فعالية أو حملات تواصلية أو تسويقية.

✓ يتم الربط البصري إذا كان:

المحتوى له علاقة مباشرة برؤية السعودية 2030، سواء كان إطلاق أو مبادرة أو إنجاز أو فعالية أو حملات تواصلية أو تسويقية.

يتم الربط بشكل كامل في كافة المواد التواصلية الداخلية والخارجية.

✗ لا يتم الربط البصري إذا كان:

المحتوى اعتيادي وذات طبيعة الأعمال اليومية وليس له علاقة مباشرة برؤية السعودية 2030.

✗ لا يتم الربط البصري إذا كان:

المحتوى اعتيادي وذات طبيعة الأعمال اليومية وليس له علاقة مباشرة برؤية السعودية 2030.

1.3

متى يستخدم الظهور المشترك؟

التواصل المؤسسي

الاستخدام الشامل

في الوقت الذي يقدم فيه الدليل الاسترشادي أمثلة شاملة لكيفية الظهور المشترك مع شعار رؤية السعودية 2030 في تواصل الجهات، يجب ألا يقتصر استخدام الظهور المشترك على النماذج الموضحة، بل يشمل التواصل المؤسسي الداخلي والخارجي للجهة.

أمثلة التواصل المؤسسي

- اللوحات الاسترشادية
- التقارير السنوية
- المواقع الإلكترونية والتطبيقات
- العلامات التسويقية على الإنترنت وغيره
- جميع وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر
- التقارير، والمقالات والدراسات
- النشرات الإخبارية الخارجية والبريد الإلكتروني
- الدعاية الإعلامية المباشرة والبريد المباشر
- المدونات
- الكتيبات والمواد المطبوعة
- الرسوم الإيضاحية ومقاطع الفيديو والرسومات المتحركة
- الأفلام المؤسسية الخاصة بالجهات
- الأفلام الوثائقية
- المناسبات
- المعارض

التواصل التسويقي

الاستخدام الحصري

في الرسائل التسويقية التي تستهدف الجمهور، يتم الربط عبر وضع عبارة نصية توضح الربط مع رؤية السعودية 2030 في المواد التسويقية ويشمل ذلك العروض وترويج المبادرات والخدمات والمنتجات في الإعلانات التي تستهدف الجمهور.

أمثلة التواصل التي تستهدف الجمهور

- إعلانات التلفزيون
- الأفلام الوثائقية
- الرسوم الإيضاحية والرسومات المتحركة ومقاطع الفيديو
- المطبوعات المكتبية
- المواقع الإلكترونية والتطبيقات
- الإعلانات المطبوعة
- الإعلانات الرقمية
- المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي
- إعلانات الطرق
- الإعلانات الداخلية
- نقاط اتصال العلامات التسويقية والإعلان
- تنشيط العلامات التسويقية
- المناسبات
- وسائل الإعلام الإبداعية
- التعليم الترفيهي
- الإعلان الصحفي

ما الذي يحققه الظهور المشترك؟

1.4



وضع جميع التغييرات التي تسعى
الرؤية لتحقيقها في منظور موحد

تعزيز الثقة والاعتزاز الوطني
بما تقدمه الرؤية

ضمان الربط بين المنجزات وتوضيح
إطار العمل المشترك بين الجهات
ذات الصلة بالرؤية

أبرز ملامح الظهور المشترك

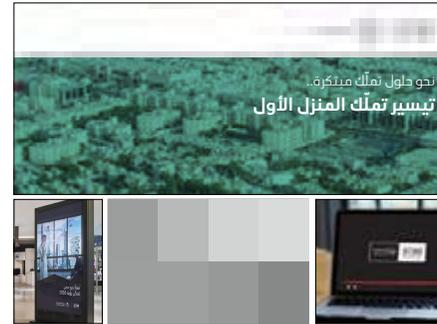
مع جهة واحدة

الآلية والقواعد الاسترشادية للظهور مع جهة واحدة

يحتوي الدليل الاسترشادي على آلية مفصلة توضح طريقة الربط المثلى بالهوية البصرية لرؤية السعودية 2030 على 3 مستويات رئيسية، وهي: برامج تحقيق الرؤية، والجهات الحكومية الأخرى، والمشاريع الكبرى، وهنا أمثلة توضيحية لظهور شعار الرؤية مع جهة واحدة:

برامج تحقيق الرؤية والجهات التنفيذية

تعتمد آلية الربط على تطبيق قاعدة 50/50 في إظهار شعار رؤية السعودية 2030 إلى جانب شعار برامج تحقيق الرؤية والجهات التنفيذية كما هو موضح في الأمثلة أدناه.



المشاريع الكبرى بالنسبة للمشاريع الكبرى، يوصي الدليل بتطبيق قاعدة 50/50 في إظهار شعار الرؤية إلى جانب شعار المشروع في حالات التواصل المؤسسي، وفي حالات التواصل التسويقي يكون الربط عن طريق إضافة وصف في أسفل المادة الإعلامية "أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030".

التواصل المؤسسي

التواصل التسويقي

أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030



1.5
02

أبرز ملامح الظهور المشترك

مع جهات متعددة

الآلية والقواعد الاسترشادية للظهور مع الجهات المتعددة

هنا بعض الأمثلة للآلية والقواعد الاسترشادية لربط شعار رؤية السعودية 2030 في حال تعدد الجهات المشاركة في المواد الإعلامية، وتشمل الجهات الحكومية وبرامج تحقيق الرؤية والمبادرات والرعاة في المعارض والمؤتمرات المرتبطة بالرؤية:

مثال لظهور مشترك مع جهات مختلفة في مادة إعلامية واحدة



مثال لظهور مشترك مع مبادرة وبرنامج وجهة تنفيذية



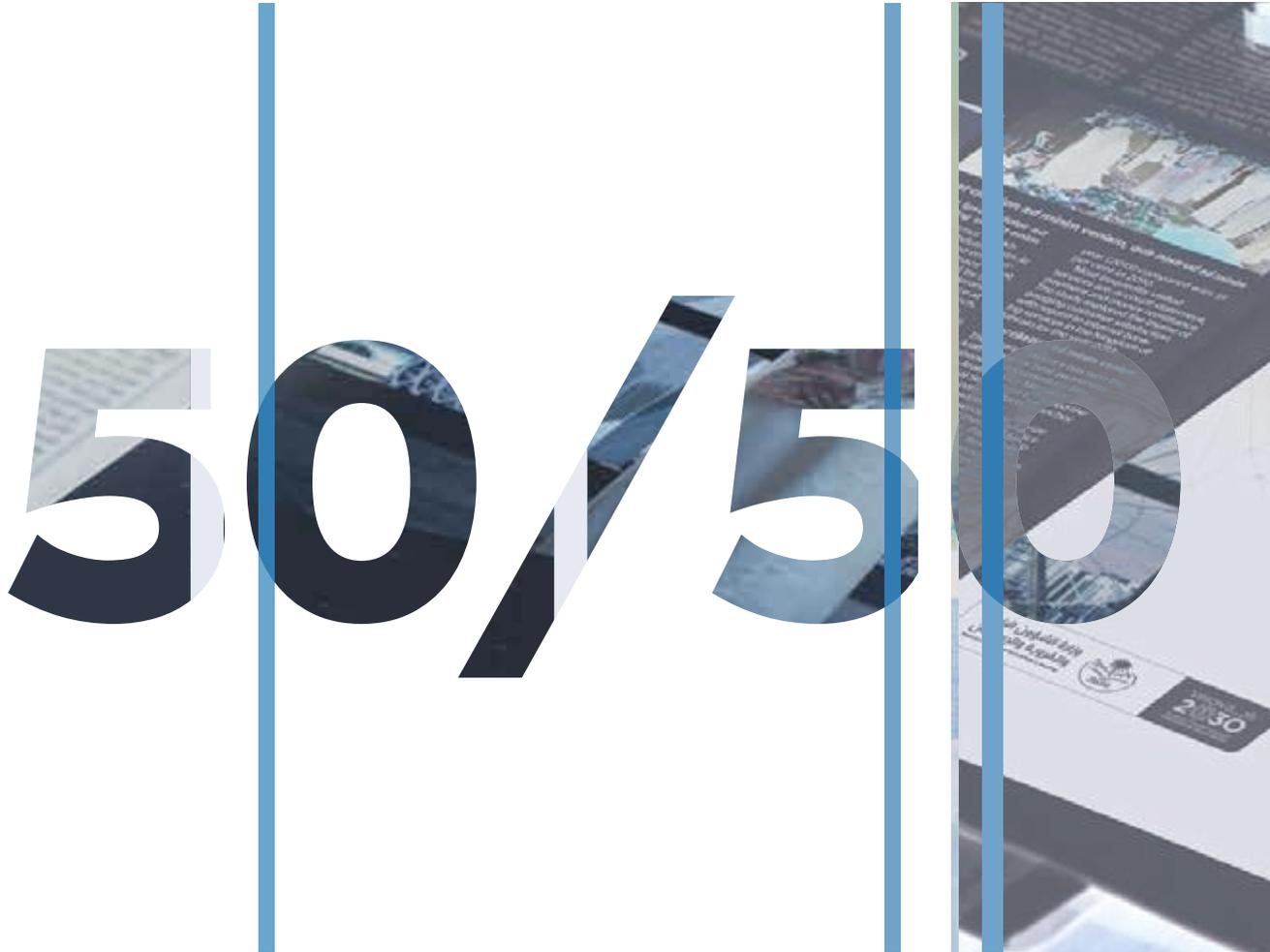
مثال لظهور مشترك مع مبادرة وجهات مختلفة كراعٍ للحدث



2.0 ربط الشعارات

- 2.1 قاعدة ربط الشعارات
- 2.2 كيفية تطبيق قاعدة 50/50
- 2.3 أمثلة تطبيقية
 - 2.3.1 برامج تحقيق الرؤية
 - 2.3.2 الجهات التنفيذية
 - 2.3.3 المشاريع الكبرى
- 2.4 أخطاء يجب تجنبها
- 2.5 استثناءات
 - 2.5.1 الظهور الدولي
 - 2.5.2 الظهور المتحرك
 - 2.5.3 صور خلفيات حسابات وسائل التواصل الاجتماعي
 - 2.5.4 تعاون أصحاب المصلحة

2.1 قاعدة ربط الشعارات 50/50



قاعدة ربط الشعارات 50/50

تتطلب حالات الظهور المشترك وضع شعار رؤية السعودية 2030 جنباً إلى جنب مع شعار الشريك (ربط الشعارات). يوضح الدليل الاسترشادي في الصفحات التالية الطريقة الصحيحة لربط شعار أي جهة مع شعار الرؤية. يجب أن تكون الشعارات متساوية في الحجم (50/50). يوضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة للإشارة إلى هيمنته.

يرجى اتباع التوجيهات الواردة هنا لربط الشعارات في التواصل الداخلي والخارجي.

■ **ملاحظة:** يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.

2.2 كيفية تطبيق قاعدة 50/50

في التواصل باللغة العربية

01

قاعدة الظهور المشترك 50/50

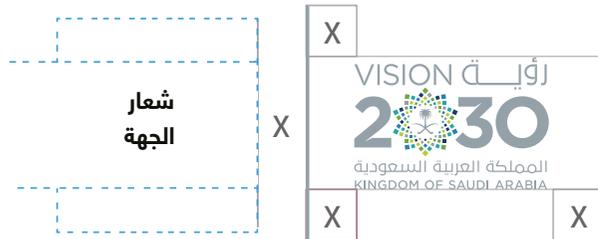
بما أن جميع الجهات المحددة هي إما برامج محققة للرؤية أو منفذة أو مشاريع ناتجة عن الرؤية، فإن جميع الجهات ملزمة بوضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة.

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة. (على يمين شعار الجهة).
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسباً مع شعار الرؤية.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة 10% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.



MAIN



ALTERNATIVE



■ **ملاحظة:** يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.

2.2 01

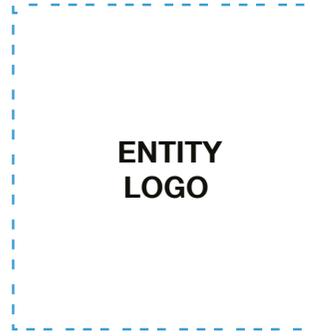
كيفية تطبيق قاعدة 50/50 في التواصل باللغة الإنجليزية

قاعدة الظهور المشترك 50/50

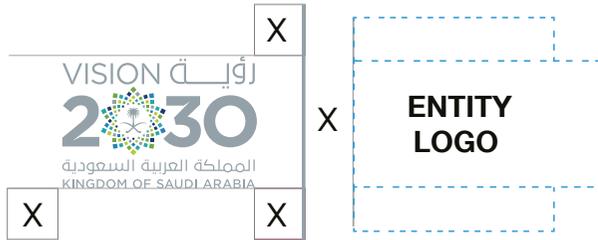
بما أن جميع الجهات المحددة هي إما برامج محققة للرؤية أو منفذة أو مشاريع ناتجة عن الرؤية، فإن جميع الجهات ملزمة بوضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة.

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة (على يسار شعار الجهة).
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسباً مع شعار الرؤية.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة 10% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.



MAIN



ALTERNATIVE



■ **ملاحظة:** يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.

كيفية تطبيق قاعدة 50/50

نظرة عامة

2.2
02

متطلبات المساحة الفارغة - ربط الشعارات



البديل



قاعدة الظهور المشترك 50/50

بما أن جميع الجهات المحددة هي إما برامج محققة للرؤية أو منفذة أو مشاريع ناتجة عن الرؤية، فإن جميع الجهات ملزمة بوضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة.

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسباً مع شعار الرؤية.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة 10% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.

■ **ملاحظة:** يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.



2.3
01

أمثلة تطبيقية

برامج تحقيق الرؤية

2.3
01برامج تحقيق الرؤية
أمثلة الجهات المغطاة

برنامج صندوق
الاستثمارات العامة



برنامج التحول
الوطني



برنامج جودة
الحياة



برنامج خدمة
ضيوف الرحمن



برنامج الإسكان



برنامج تطوير الصناعة
الوطنية والخدمات
اللوجستية



برنامج تنمية
القدرات البشرية



برنامج التخصيص



برنامج تطوير
القطاع المالي



برنامج تحقيق
التوازن المالي



■ ملاحظة: هذه الأمثلة للتوضيح فقط

2.3
01برامج تحقيق الرؤية
أمثلة تطبيقية

أمثلة للمطبوعات المكتبية



أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
- الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - المواد المرئية

برامج تحقيق الرؤية

أمثلة تطبيقية

2.3

01

أمثلة التواصل الداخلي



أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
- الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - المواد المرئية

برامج تحقيق الرؤية أمثلة تطبيقية

2.3 01

أمثلة التواصل الخارجي

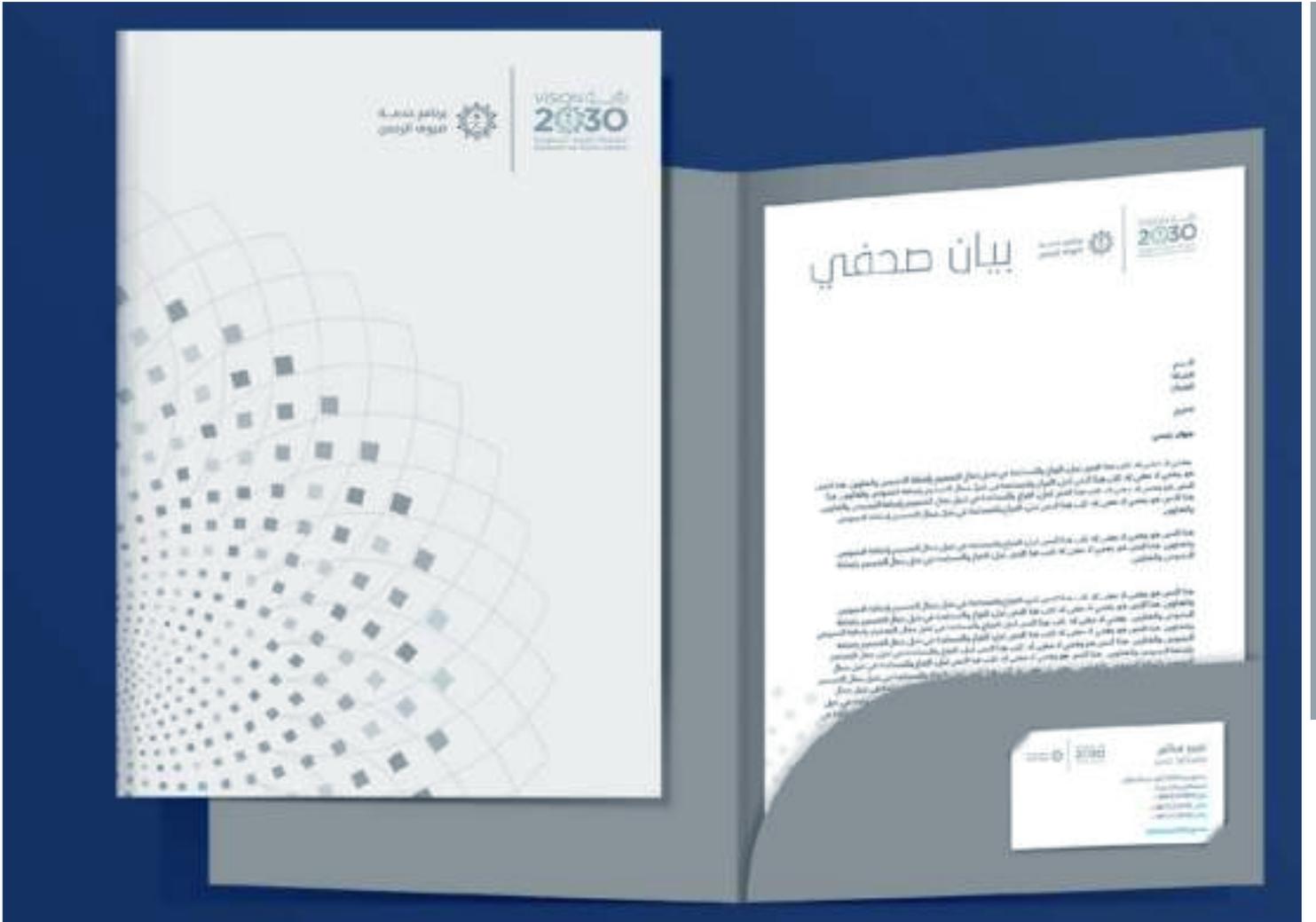


أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
- الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - المواد المرئية

2.3
01برامج تحقيق الرؤية
أمثلة تطبيقية

مثال لبيان صحفي



أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
 - الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - المواد المرئية

2.3
01برامج تحقيق الرؤية
أمثلة تطبيقية

مثال لتقارير الإنجازات



أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
- الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - المواد المرئية

2.3
01برامج تحقيق الرؤية
أمثلة تطبيقية

أمثلة لمنشورات وإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي

**أمثلة المواد المغطاة**

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
- الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - المواد المرئية

2.3
01برامج تحقيق الرؤية
أمثلة تطبيقية

أمثلة لمنشورات وإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي

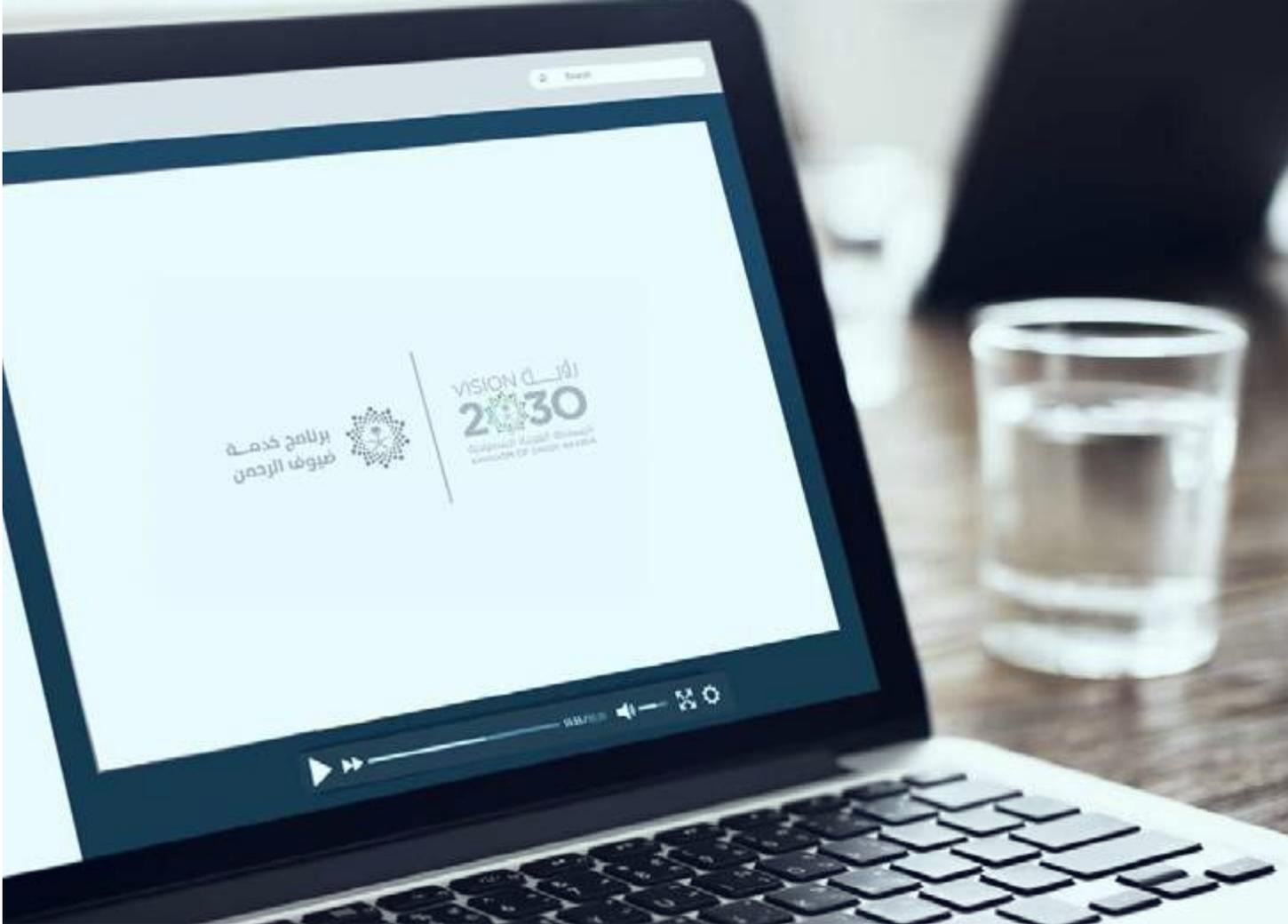
**أمثلة المواد المغطاة**

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
- الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - المواد المرئية

برامج تحقيق الرؤية أمثلة تطبيقية

2.3 01

أمثلة للمواد المرئية



أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:
- الأدوات المكتبية
 - التواصل الداخلي والخارجي
 - البيانات الصحفية
 - تقارير الإنجازات
 - منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
 - **المواد المرئية**



2.3
02

أمثلة تطبيقية

الجهات التنفيذية

2.3
02

الجهات التنفيذية

أمثلة الجهات المغطاة

الجهات الحكومية والجهات ذات العلاقة

- الوزارات
- الهيئات
- إمارات المناطق
- البلديات
- الرئاسات
- المديريات العامة
- الهيئات الملكية
- الصناديق
- البرامج
- الخدمات
- الجهات الناشئة
- المجالس



*الشعارات المعروضة على سبيل المثال لا للحصر لمجموعة الجهات التنفيذية المشمولة في الرؤية.

2.3
02الجهات التنفيذية
أمثلة تطبيقية

مثال لحملة توعوية | إعلانات الطرق



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

الجهات التنفيذية

أمثلة تطبيقية

2.3

02

مثال لحملات الإعلان عن خدمات جديدة | خارجية



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030،

ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

الجهات التنفيذية

أمثلة تطبيقية

2.3
02

مثال لحملات الإعلان عن خدمات جديدة | داخلية



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

الجهات التنفيذية

أمثلة تطبيقية

2.3
02

مثال لحملات توعوية | داخلية



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

2.3
02الجهات التنفيذية
أمثلة تطبيقية

مثال لحملات توعوية | داخلية



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

2.3
02الجهات التنفيذية
أمثلة تطبيقية

مثال لحملات توعوية | صحف ومجلات



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

2.3
02الجهات التنفيذية
أمثلة تطبيقية

مثال لحملة توعوية | صحف ومجلات



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

2.3
02الجهات التنفيذية
أمثلة تطبيقية

مثال لحملة الإعلان عن خدمة جديدة | إعلان رقمي



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلامية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

2.3
02الجهات التنفيذية
أمثلة تطبيقية

مثال لمنشورات وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

**أمثلة المواد المغطاة**

- يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي **المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030**، ويشمل ذلك:
- الحملات الإعلانية
 - محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
 - المواد المرئية
 - منصات العرض

الجهات التنفيذية

أمثلة تطبيقية

2.3

02

مثال لمنشورات وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي



أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030، ويشمل ذلك:
- الحملات الإعلانية
 - محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
 - المواد المرئية
 - منصات العرض

الجهات التنفيذية

أمثلة تطبيقية

2.3

02

مثال للمواد المرئية (استخدام الربط البديل)



أمثلة المواد المغطاة

- يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي **المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030**، ويشمل ذلك:
- الحملات الإعلانية
 - محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
 - **المواد المرئية**
 - منصات العرض

الجهات التنفيذية

أمثلة تطبيقية

2.3

02

مثال لحملات الإعلان عن منتج | منصات العرض



أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية 2030،

ويشمل ذلك:

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض



2.3
03

أمثلة تطبيقية
المشاريع الكبرى

المشاريع الكبرى

في أنشطة التواصل الداخلي أو أنشطة التواصل مع الجهات التجارية والحكومية

متطلبات المساحة الفارغة - ربط الشعارات



البديل



قاعدة الظهور المشترك 50/50 (أ)

تتمتع المشاريع الكبرى مثل نيوم وآمالا وغيرهما بأهمية خاصة، وتعد علامات تجارية فريدة تخدم أهدافاً عظيمة، حيث ظهرت جميعها كنتائج مباشرة لرؤية السعودية 2030، لذلك يجب عليها وضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة في التواصل الموجه إلى الجهات التجارية والحكومية.

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة.
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسباً مع شعار رؤية 2030.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة 10% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.

■ ملاحظة: يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.

2.3
03المشاريع الكبرى
في أنشطة التواصل مع الجمهور

قاعدة الظهور المشترك 50/50 (ب)

عند التواصل التسويقي والموجه إلى الجمهور، يجب الربط من خلال وضع العبارة النصية الموضحة "أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030"

ربط الشعارات

أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030



ربط الشعارات - الإنجليزية



A SAUDI VISION 2030 FLAGSHIP PROJECT

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية بعيداً عن شعار الجهة.
- يجب أن يكون شعار الجهة متطابقاً نسبياً في الحجم مع شعار رؤية 2030.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار رؤية 2030.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة 10% كحد أقصى.
- ليس هناك ضرورة لوضع فواصل بين الشعارات، حيث أنها تبقى منفصلة عن بعضها البعض، ومع ذلك يجب أن تكون في نفس مستوى الرؤية وأن تكون متساوية عند المشاهدة من أجل التعرف عليها وملاحظتها.
- يمكن وضع عبارة صغيرة معبرة عن ارتباط المشروع بدلاً من العبارة التالية: "أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030".
- يجب العودة إلى "مكتب الإدارة الاستراتيجية" لأخذ الموافقة على ظهور العبارة عبر البريد الإلكتروني الموضح في قسم (تواصل معنا).

■ ملاحظة: يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.

2.3
03المشاريع الكبرى
الجهات المغطاةالمشاريع الكبرى في المملكة
العربية السعودية

- نيوم

- آمالا

- مشروع البحر الأحمر

- القدية



*ملاحظة: هذه أمثلة للتوضيح فقط

مظهر الربط

أمثلة تطبيقية

2.3

03

المواقع الإلكترونية



أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- المواقع الإلكترونية

- الإعلانات والمطبوعات المكتبية
- اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء
- الفعاليات والأنشطة
- المؤتمرات الصحفية
- منشورات مواقع التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية

2.3
03مظهر الربط
أمثلة تطبيقية

الإعلانات والمطبوعات المكتبية

**أمثلة المواد المغطاة**

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- المواقع الإلكترونية

- الإعلانات والمطبوعات المكتبية

- اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء

- الفعاليات والأنشطة

- المؤتمرات الصحفية

- منشورات مواقع التواصل الاجتماعي

- المواد المرئية

2.3
03مظهر الربط
أمثلة تطبيقية

مثال اللوحات الاسترشادية بمواقع البناء



أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي.

فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- المواقع الإلكترونية
- الإعلانات والمطبوعات المكتبية
- اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء
- الفعاليات والأنشطة
- المؤتمرات الصحفية
- منشورات مواقع التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية

مظهر الربط أمثلة تطبيقية

2.3 03

مثال للفعاليات والأنشطة



أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- المواقع الإلكترونية
- الإعلانات والمطبوعات المكتبية
- اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء
- الفعاليات والأنشطة
- المؤتمرات الصحفية
- منشورات مواقع التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية

مظهر الربط

أمثلة تطبيقية

2.3
03

مثال للمؤتمرات الصحفية

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- المواقع الإلكترونية
- الإعلانات والمطبوعات المكتبية
- اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء
- الفعاليات والأنشطة
- **المؤتمرات الصحفية**
- منشورات مواقع التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية



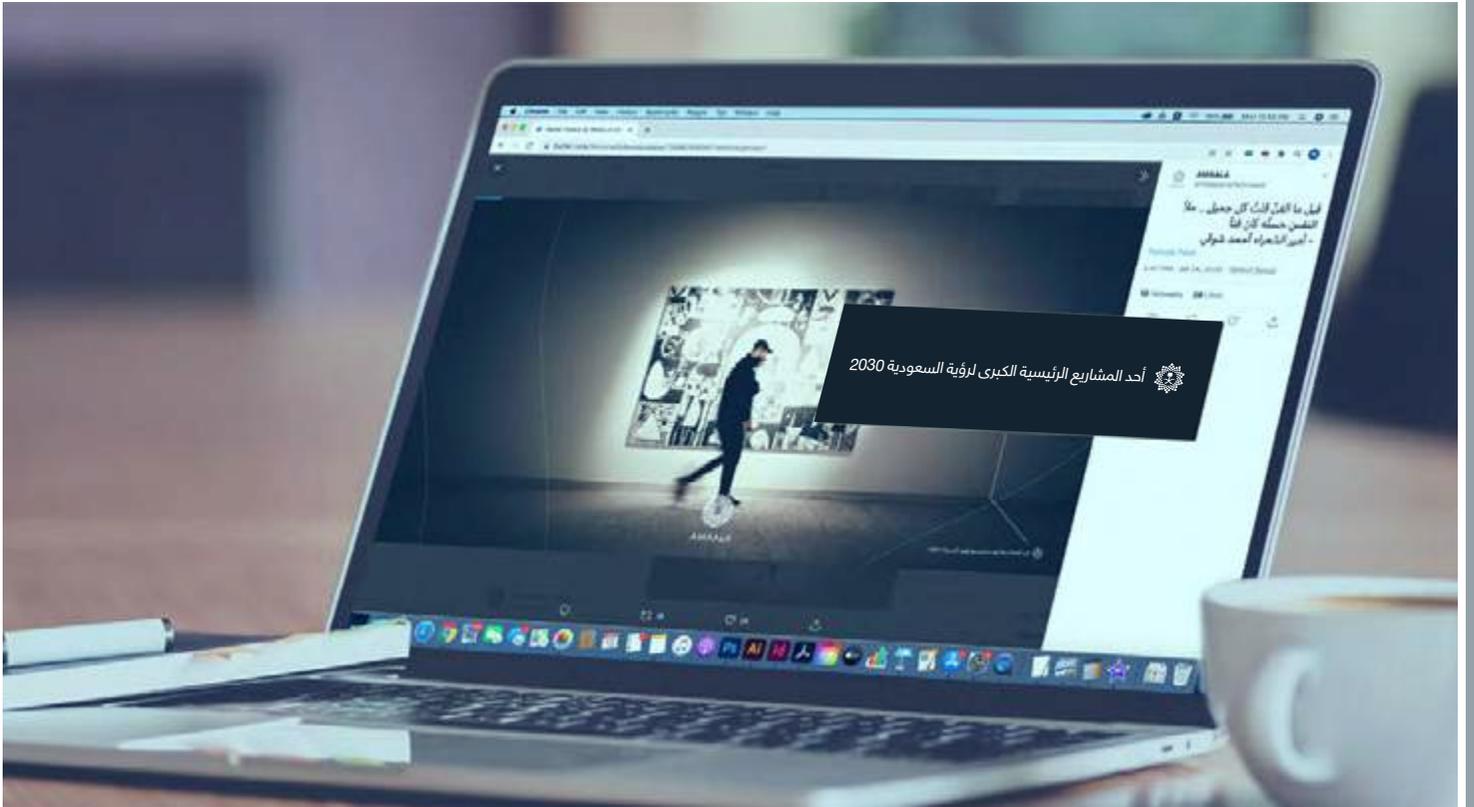
مظهر الربط

أمثلة تطبيقية

2.3

03

مثال لمنشورات وسائل التواصل الاجتماعي



أمثلة المواد المغطاة

- بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:
- المواقع الإلكترونية
 - الإعلانات والمطبوعات المكتبية
 - اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء
 - الفعاليات والأنشطة
 - المؤتمرات الصحفية
 - منشورات مواقع التواصل الاجتماعي
 - المواد المرئية

مظهر الربط

أمثلة تطبيقية

2.3

03

مثال للمواد المرئية



أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي.

فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- المواقع الإلكترونية
- الإعلانات والمطبوعات المكتبية
- اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء
- الفعاليات والأنشطة
- المؤتمرات الصحفية
- منشورات مواقع التواصل الاجتماعي
- **المواد المرئية**

2.4 أخطاء يجب تجنبها

أمثلة تطبيقية

يرجى...

- **عدم** جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية 2030
- **عدم** تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية 2030 وشعار الجهة
- **عدم** ربط الشعارات عمودياً
- **عدم** إمالة ربط الشعارات
- **الاحتفاظ** بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- **الالتزام** بالظهور المشترك مع شعار رؤية 2030

تجنب أن يكون شعار الجهة أكبر من شعار رؤية 2030



تجنب تجاوز المساحة المحددة بين شعار رؤية 2030 وشعار الجهة



تجنب إظهار شعار الرؤية كمساهم ثانوي خلال التعاون التجاري



تجنب ربط الشعارات رأسيًا



تجنب إمالة ربط الشعارات



تجنب اظهار شعار الرؤية كمساهم رئيسي في التعاون غير التجاري



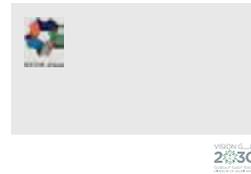
تجنب عدم وجود منطقة فاصلة أو فواصل



تجنب الاستخدام الخاطئ لشعار رؤية السعودية 2030



تجنب إظهار شعار رؤية 2030 خارج نطاق الرؤية أو الصورة



تجنب استخدام الاتجاه الخطأ لبرامج تحقيق الرؤية والجهات الناشئة - هذا مثال لاتجاه خطأ باللغة العربية



تجنب الاستخدام الخاطئ لشعار رؤية السعودية 2030



تجنب تغيير أي جزء من العبارة التعريفية الخاصة



■ **ملاحظة:** يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.



2.5
01

استثناءات

الظهور الدولي

2.5
01استثناءات
الظهور الدولي

الظهور الدولي للمشاريع الكبرى

بالنسبة للحملات العالمية والمناسبات والعروض الترويجية والدعايات؛ هناك مرونة لظهور شعار الرؤية أو عبارة خاصة بعد شعار الجهة، ويجب أن يظهر الشعار بشكل واضح في جميع الأوقات بالقرب من شعار أحد المشاريع الكبرى ليوضح تأييد الرؤية ودعمها لقصة النجاح التي يتم سردها.

التواصل الدولي للعلامات التسويقية الحكومية

بالنسبة للعلامات التسويقية الحكومية مثل VisitSaudi و InvestSaudi، هناك مرونة لظهور شعار رؤية السعودية 2030 أو العبارة الخاصة بعد شعار الجهة خلال الحملات والفعاليات والعروض الترويجية العالمية، إلا أنه يجب أن يظهر الشعار بشكل واضح في جميع الحالات بالقرب من شعار العلامة التسويقية ليعكس حيوية الرؤية ودورها في تمكين العلامة التسويقية.

■ ملاحظة: يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.

علامات تجارية حكومية
الحل 1 - ظهور واضح ضمن المادة المرئية



الحل 2 - إضافة عبارة خاصة



المشاريع الكبرى
الحل 1 - ظهور واضح ضمن المادة المرئية



الحل 2 - إضافة عبارة خاصة





2.5
02

استثناءات

الظهور المشترك

2.5
02استثناءات
الظهور المتحرك

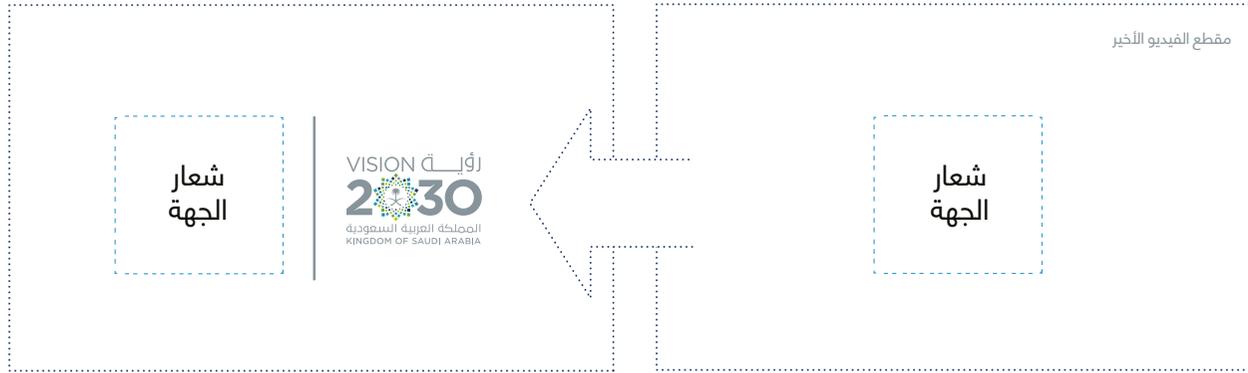
مقاطع الفيديو والرسومات المتحركة

يجب إظهار شعار الجهة قبل ظهور شعار رؤية السعودية 2030، وينطبق هذا على جميع مقاطع الفيديو وإعلانات التلفزيون والرسومات المتحركة والأفلام الوثائقية ومقاطع الفيديو في جميع الأحوال.

الظهور المتحرك
ارتباط مستمر

العربية

مقطع الفيديو الأخير





2.5
03

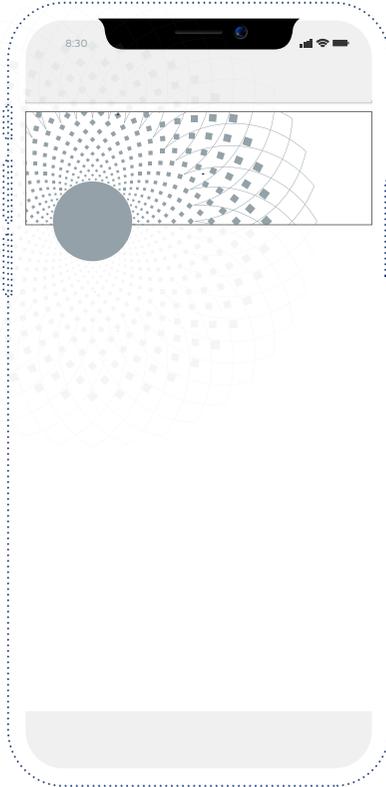
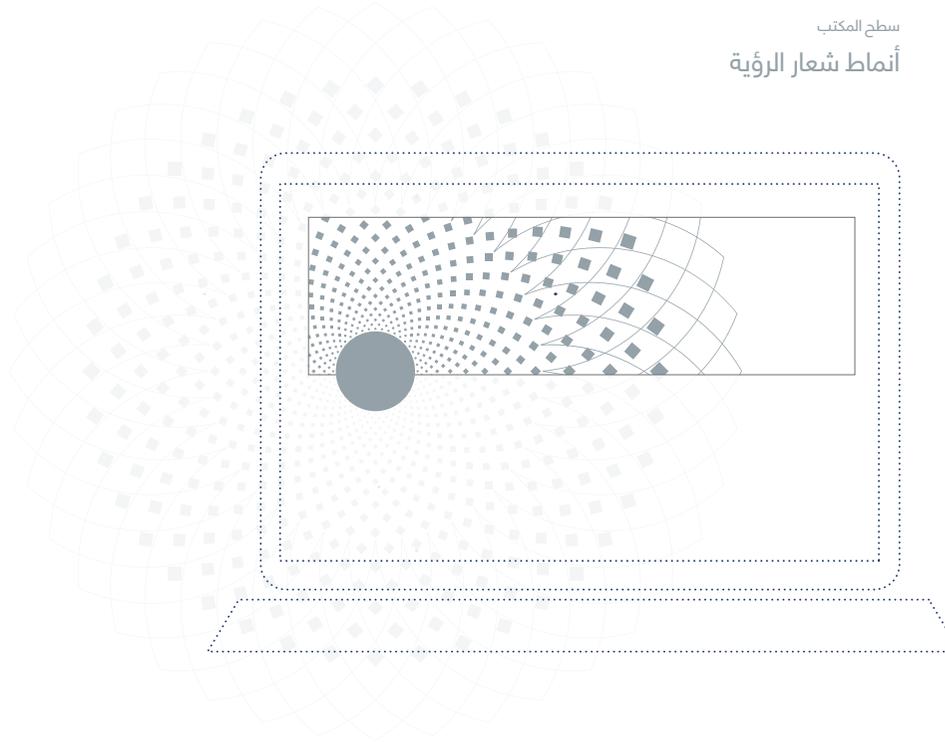
استثناءات

صور خلفيات حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

2.5
03

استثناءات

صور خلفيات حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

هاتف محمول
أنماط شعار الرؤيةسطح المكتب
أنماط شعار الرؤية

أنماط شعار رؤية السعودية 2030

يجب إظهار أنماط شعار الرؤية على جميع جهود التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويجب استخدام أنماط شعار الرؤية حسب الطريقة الموضحة، مع تظليل شعار الجهة بألوانها ذات الصلة لإظهار التفاعل بين جميع الجهات المعنية. تنطبق هذه القاعدة على برامج تحقيق الرؤية والجهات التنفيذية. ويجب تطبيق هذه القاعدة مع استخدام الأجهزة المحمولة وسطح المكتب.



2.5
04

استثناءات

تعاون أصحاب المصلحة

2.5
04استثناءات
تعاون أصحاب المصلحة

قاعدة الظهور المشترك 50/50

فيما يتعلق بالتعاون بين أصحاب المصلحة، هناك نموذجان لاستخدام الظهور المشترك كما يلي:

تعاون مشترك بوجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها

يشمل ذلك المبادرات والبرامج والخدمات والمناسبات والمنتديات الخاصة بأصحاب المصلحة والتي تحمل اسماً وشعاراً خاصاً.

تعاون مشترك دون وجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها

في حال عدم وجود اسم أو شعار معين للمبادرات والبرامج والخدمات والمناسبات والمنتديات الخاصة بأصحاب المصلحة.

الاعتبارات الرئيسية

- بما أن شعار الرؤية هو المساهم الرئيسي في التعاون، يجب وضعه بعناية، إما في الوسط بين شعارات أصحاب المصلحة في حال وجود شعار يعبر عن التعاون، أو قبلها في حال لم يحمل التعاون وسماً أو شعاراً أو اسماً مميزاً خاصاً.
- يجب أن يكون شعار الرؤية أكبر حجماً من شعارات المساهمين أو الرعاة الآخرين بنسبة 15-30%. ويشمل ذلك الإعلانات الخارجية، ولكن يجب العودة إلى "مكتب الإدارة الاستراتيجية" لأخذ الموافقة على شكل الظهور، عبر البريد الإلكتروني الموضح في قسم (تواصل معنا).
- ليس هناك ضرورة لوضع فواصل بين الشعارات، ومع ذلك يجب أن تكون في نفس مستوى الرؤية وأن تكون تعاوناً مشتركاً دون علامة تسويقية خاصة: متساوية عند المشاهدة من أجل التعرف عليها وملاحظتها.

■ **ملاحظة:** يرجى عدم محاولة إعادة إنشاء شعار الرؤية. يمكن الحصول على ملفات الأعمال الفنية وعناصر التصميم الأخرى الخاصة بالشعار من مكتب الإدارة الاستراتيجية.

العربية



2.5
04استثناءات
تعاون أصحاب المصلحة

مثال لتعاون مشترك بوجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها



مثال للمواد المرئية

رغم أنه يجب استخدام هذه القاعدة وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات التي يقدمها التعاون. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي.

تعاون مشترك بوجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها

نشاهد هنا مبادرة مستقبل الاستثمار كمثال لتوضيح الطريقة الأمثل لاستخدام الظهور المشترك في حال كان التعاون كذلك. يمكن أن نرى بوضوح شعار المبادرة بينما شعار الرؤية يظهر بشكل واضح بين الجهات المساهمة.

استثناءات

تعاون أصحاب المصلحة

2.5
04

مثال لتعاون مشترك دون وجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها



مثال للمواد المرئية

رغم أنه يجب استخدام هذه القاعدة وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات التي يقدمها التعاون. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي.

تعاون مشترك دون وجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها

نرى هنا أنماطاً مختلفة لمبادرات ومواد تواصلية توضح الطريقة الأمثل لاستخدام الظهور المشترك في حال كان التعاون دون وجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها. يمكن أن نرى بوضوح أن الجهات المساهمة متساوية في التعاون ولكن تظهر الرؤية كراع ومنظم لهذا التعاون.

3.0 مظهر الربط

3.1 قاعدة تناسب الانتباه

3.2 كيفية تطبيق القاعدة

3.1
01

قاعدة تناسب الانتباه

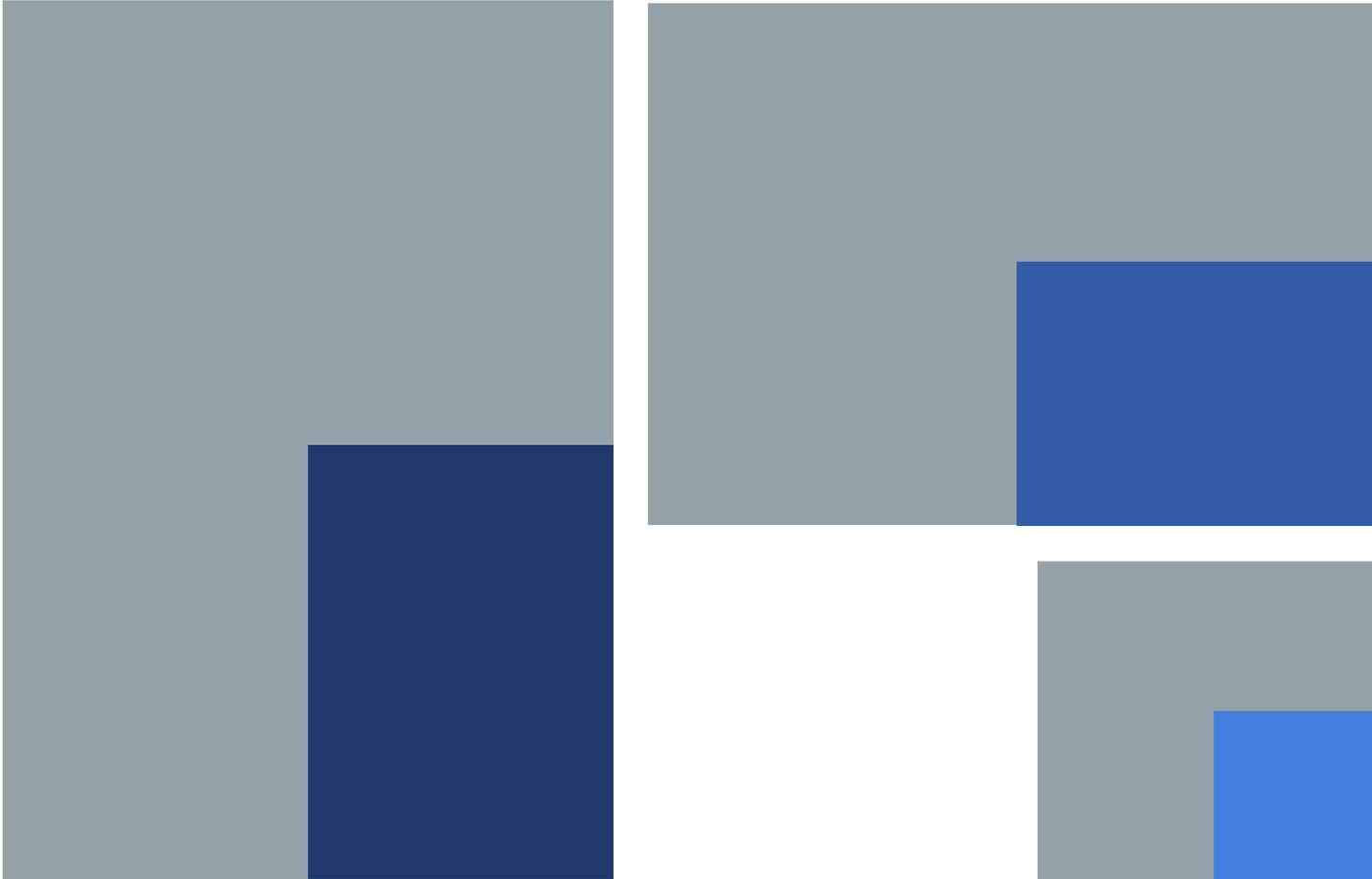
عند الظهور باللغة العربية

التحكم في الانتباه

لتحقيق أقصى قدر من الانتباه، يجب الاحتفاظ بمساحة كافية لربط شعار الرؤية حتى يظهر بشكل واضح، مع ضمان ظهور الرؤية كجزء لا يتجزأ من القصة التي يتم سردها.

قاعدة تناسب الانتباه

تخصيص 25% من مساحة التواصل لوضع ربط الشعارات داخلها، وبهذه الطريقة يتم لفت الانتباه مباشرة إلى الظهور المشترك وتظهر الرؤية كعامل مساعد للنجاح، بينما يظهر شعار الجهة بوضوح على أنها محقق الرؤية.



3.1
02

قاعدة تناسب الانتباه

عند الظهور باللغة الإنجليزية

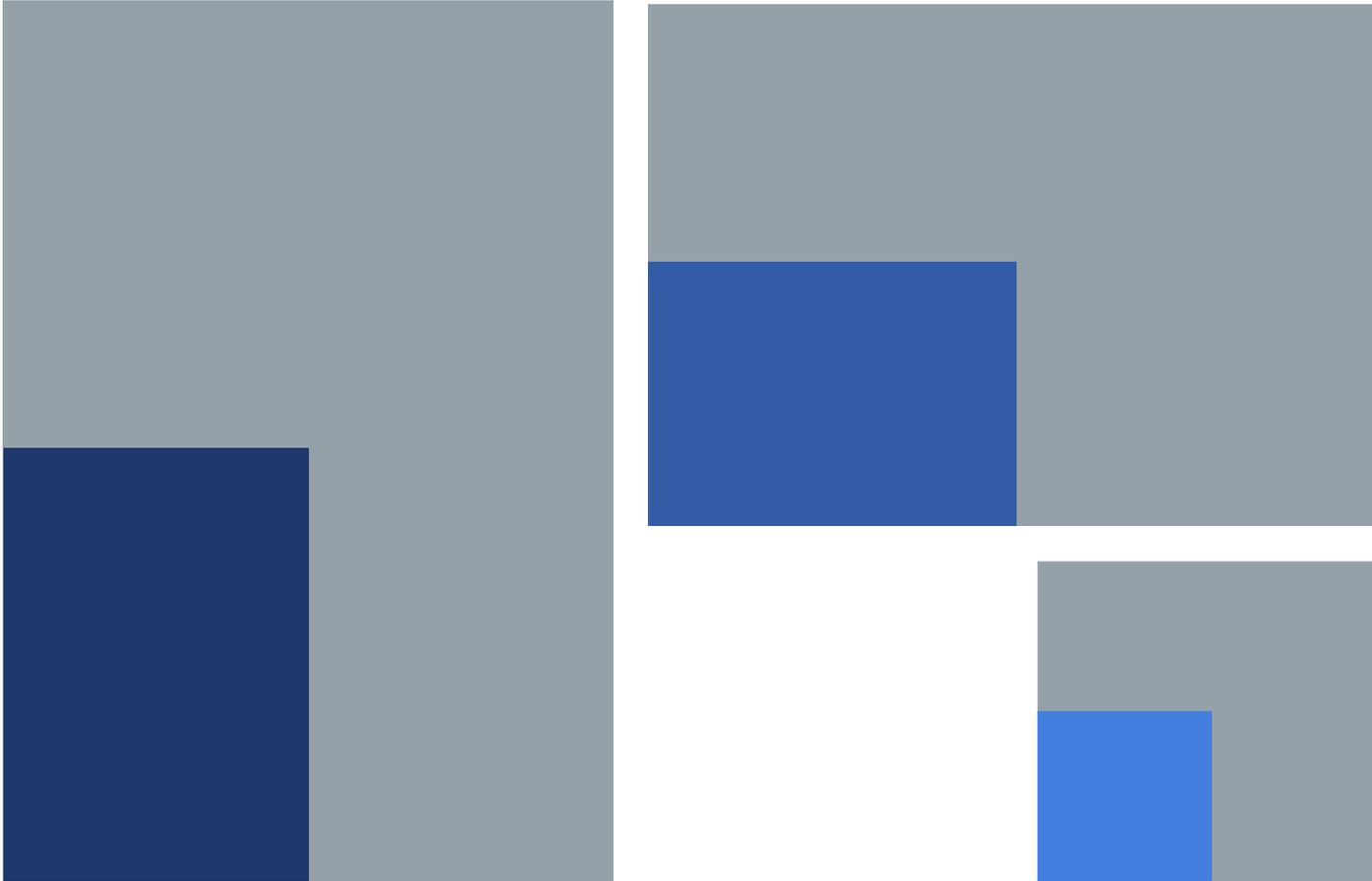
التحكم في الانتباه

لتحقيق أقصى قدر من الانتباه، يجب الاحتفاظ بمساحة كافية لربط شعار الرؤية حتى يظهر بشكل واضح، مع ضمان ظهور الرؤية كجزء لا يتجزأ من القصة التي يتم سردها.

قاعدة تناسب الانتباه

تخصيص 25% من مساحة التواصل لوضع ربط الشعارات داخلها، وبهذه الطريقة يتم لفت الانتباه مباشرة إلى الظهور المشترك وتظهر الرؤية كعامل مساعد للنجاح، بينما يظهر شعار الجهة بوضوح على أنها محقق الرؤية.

الإنجليزية



3.2
01

كيفية تطبيق القاعدة

عند الظهور باللغة العربية

استخدام ربط الشعارات

يجب أن يحظى ربط شعار الرؤية بالانتباه الكافي في جميع المواد التسويقية والتواصلية، المطبوع منها والرقمي.



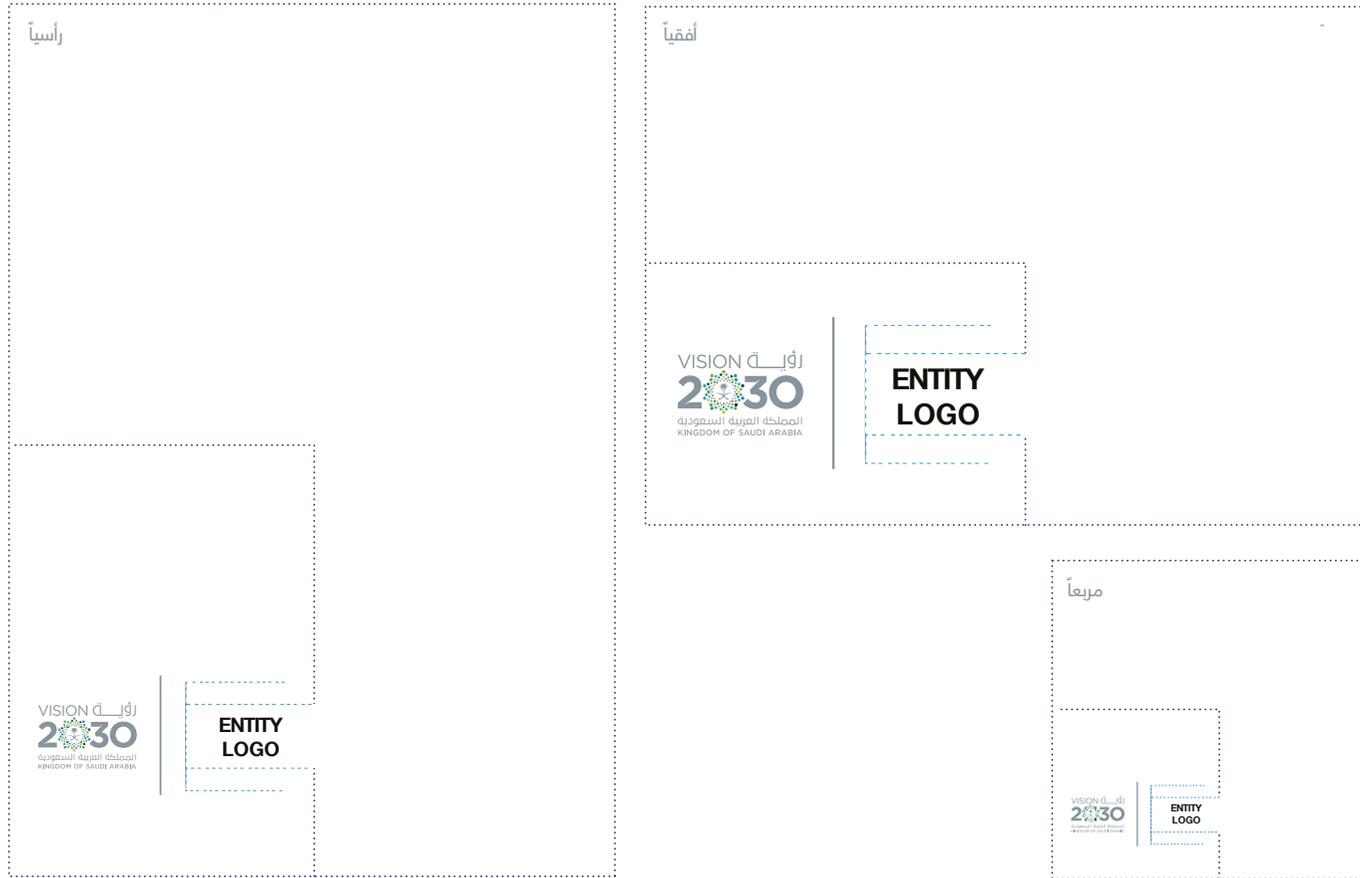
3.2
02

كيفية تطبيق القاعدة

عند الظهور باللغة الإنجليزية

استخدام ربط الشعارات

يجب أن يحظى ربط شعار الرؤية بالانتباه الكافي في جميع المواد التسويقية والتواصلية، المطبوع منها والرقمي.



4.0 تواصل معنا

للاستفسار عن هذا الدليل الاسترشادي يرجى
الاتصال بمكتب الإدارة الاستراتيجية
smo.comms@ceda.cm.gov.sa

يجب طلب الموافقة على استخدام الظهور المشترك مع شعار رؤية
السعودية 2030.

كما يجب اتباع قواعد الظهور المشترك والحصول على موافقة
مكتب الإدارة الاستراتيجية عند استخدام شعار الرؤية.

جميع الصور والتصاميم الموضحة للظهور المشترك في هذا
المستند هي محاكاة للواقع بغرض التوضيح، ولا تعبر بالضرورة
عن الجهات أو أنشطتها.

حقوق النشر © 2021 الخاصة بمكتب الإدارة الاستراتيجية
جميع الحقوق محفوظة، ولا يجوز إعادة إنتاج أي جزء من هذا العرض التقديمي
وبياناته الاستراتيجية والفكرية وتصميماته الإبداعية أو إعادة إنتاج الرسائل المتضمنة
وتوزيعها أو نقلها بأي شكل أو وسيلة، بما في ذلك الصور والتسجيلات أو أي وسيلة
إلكترونية أو ميكانيكية أخرى، دون الحصول على إذن كتابي مسبق من مكتب
الإدارة الاستراتيجية.