

ماركتنج

البريف

The Brief



Logo Specifications and Anatomy



NEW

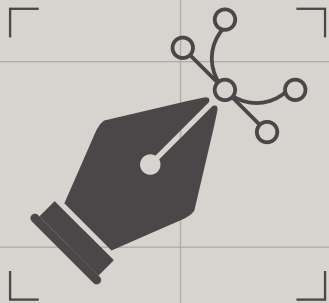
LOGO BRIEF

© 2026

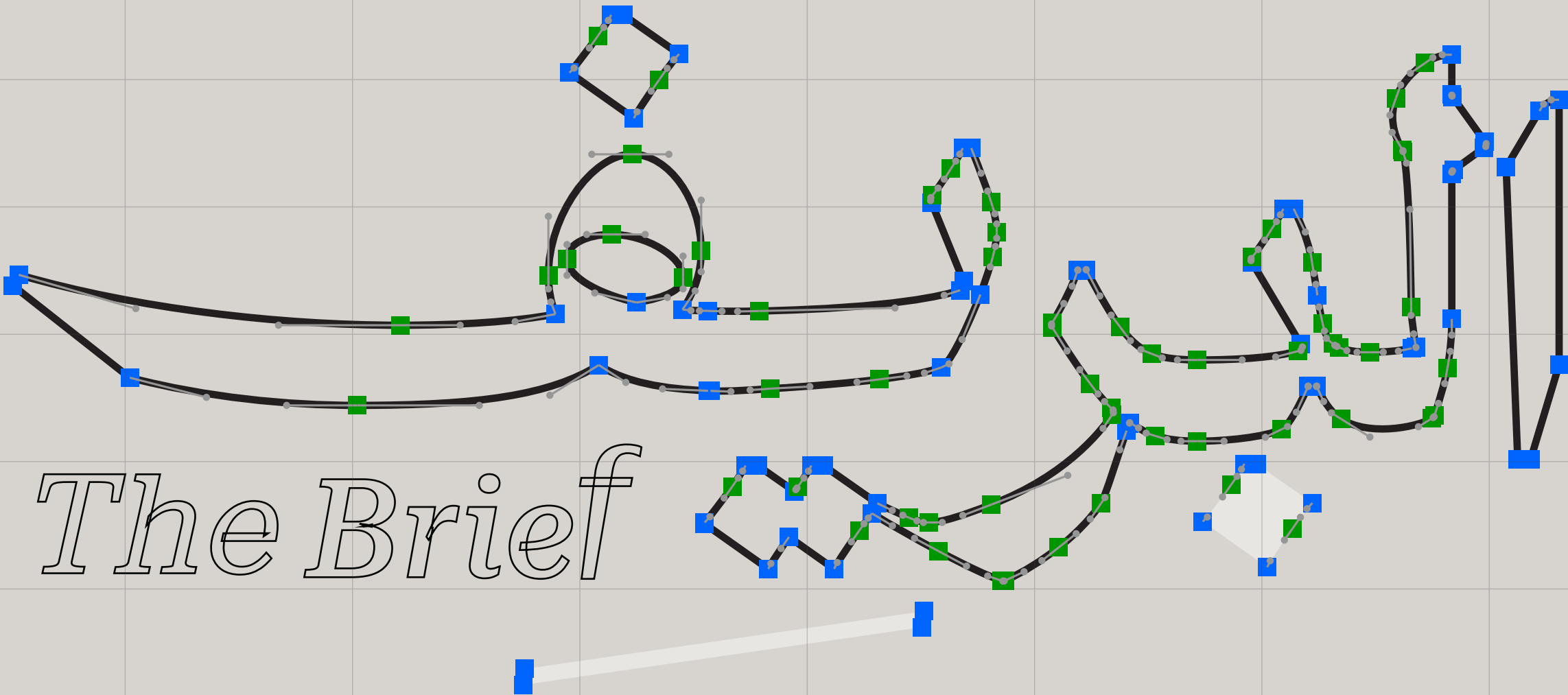


Logo Construction System

2026
Arabic Typo
●●●●



The primary logotype is meticulously crafted upon a precise modular grid system, blending structural mathematical accuracy with the fluid elegance of custom Arabic typography. Every anchor point, curve, and vector path is engineered to ensure optimal visual balance



geometric harmony, and flawless scalability across all media. The integration of structural lines guarantees that the core essence of the typography remains stable, distinctive, and visually impactful

Golden
Guidelines

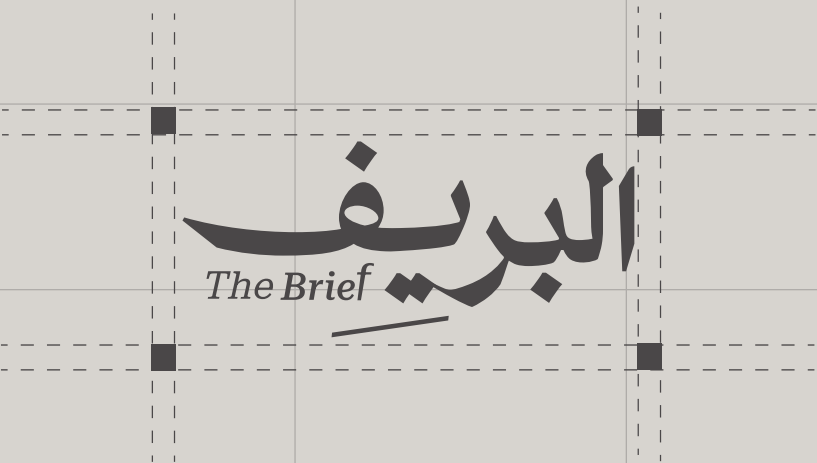


Brandmark

The brandmark represents the definitive visual signature of the identity, meticulously composed of two primary variations to ensure versatility across various platforms. The primary composition integrates



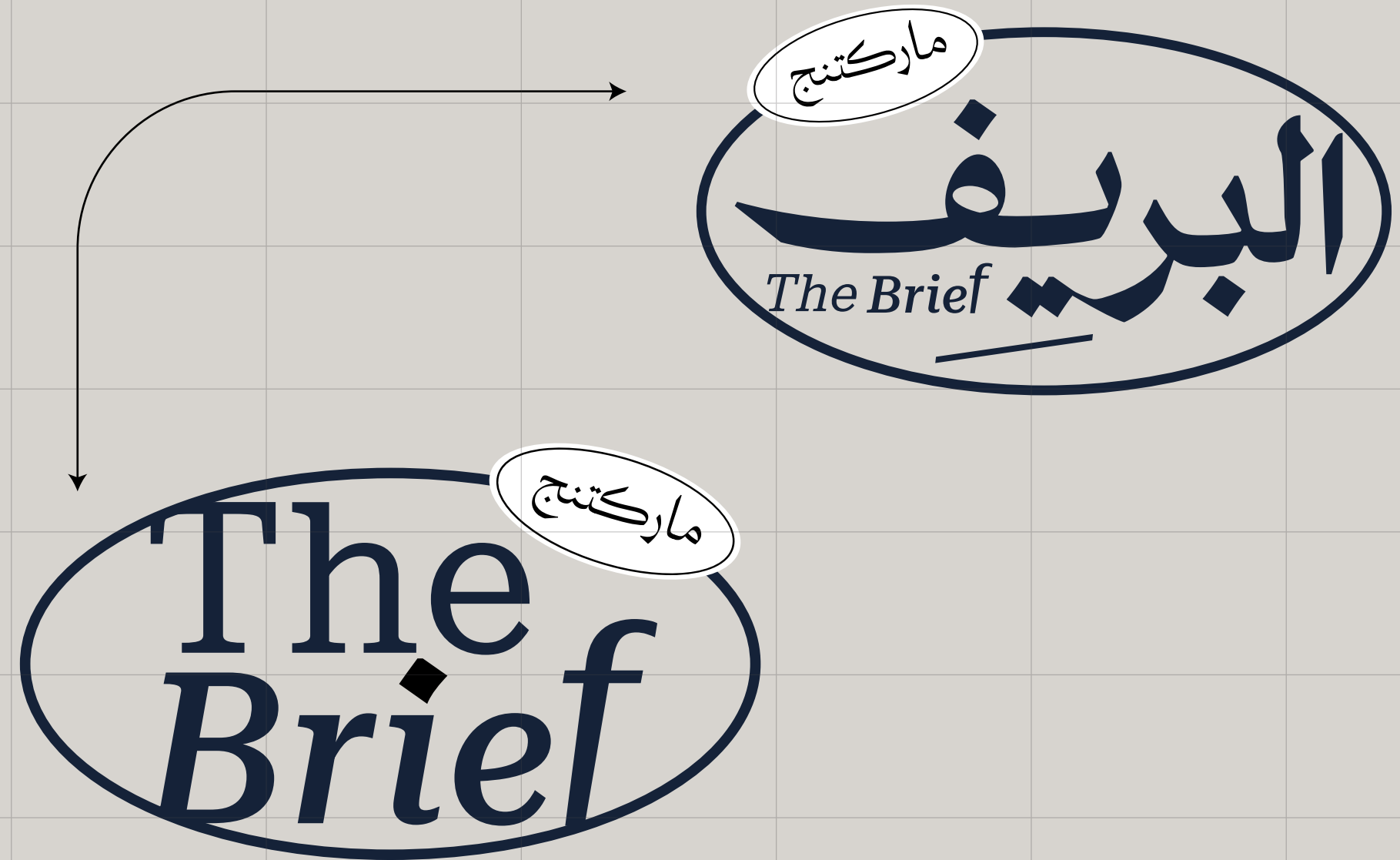
the custom typography with a distinctive icon, creating a unified and prestigious aesthetic. The secondary variation focuses strictly on the logotype, maintaining visual impact where space or application requires a more streamlined structure. Both layouts are governed by precise spacing parameters to .preserve structural integrity



Logo Applications & Material Deployments

The structural integrity and versatile nature of the visual identity allow for premium, tactile .executions across various mediums

- **Print & Finishes:** Optimized for premium techniques like blind embossing, debossing, and wax sealing on high-gsm papers, leveraging light and shadow to highlight the .logo's geometry
- **Signage & Space:** Translates into precision-cut metals (matte brass/brushed steel) with subtle halo illumination for a prestigious physical presence
- **Textiles & Uniforms:** The dynamic badge system offers versatile deployment, utilizing precise embroidery to separate the primary seal from functional departmental tags



Patterns



NEW

LOGO BRIEF

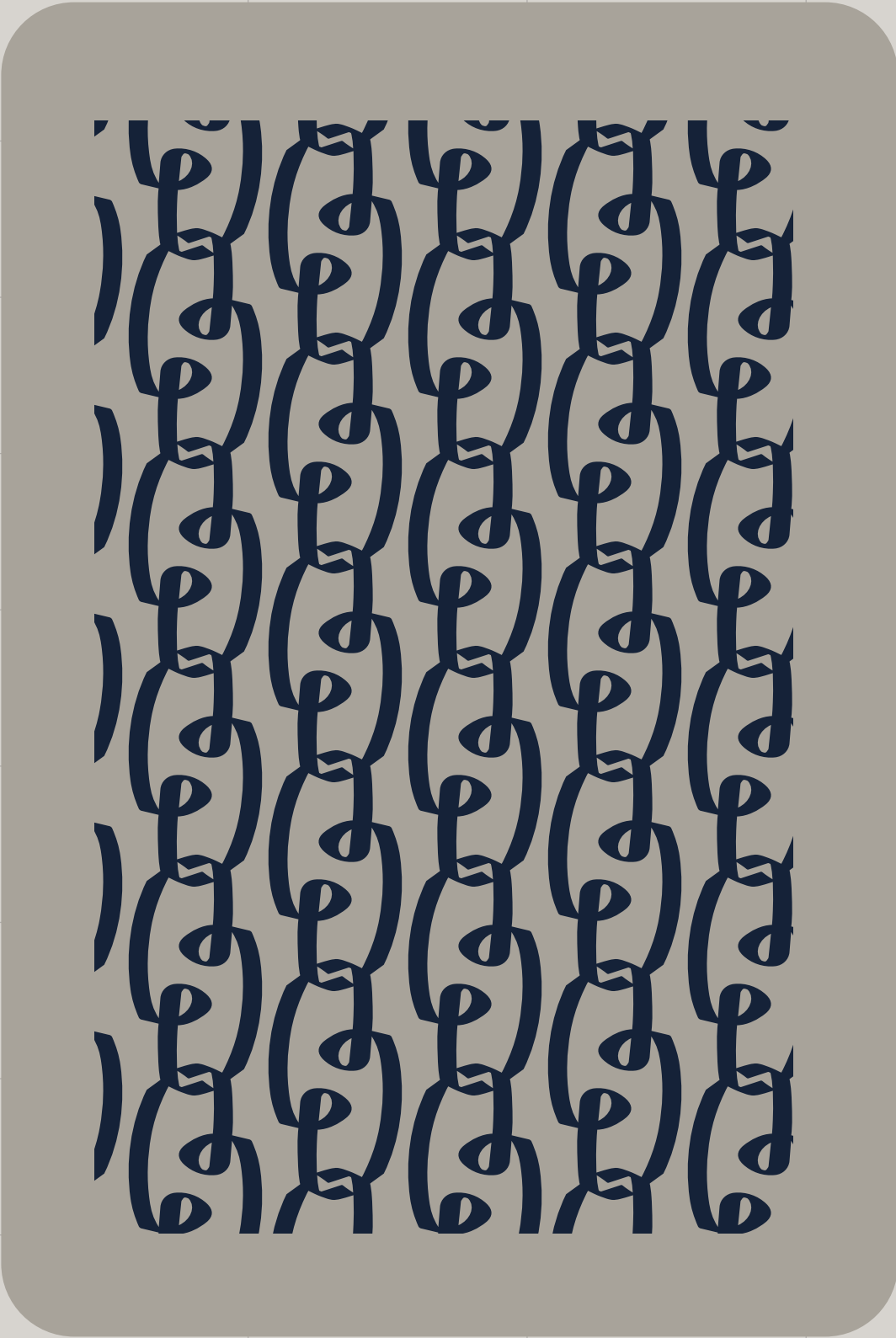
© 2026



Option 01

Patterns

A continuous, interlocking pattern created by vertically into a (ف) "weaving the letter "Faa seamless chain, symbolizing connectivity and .fluid elegance



NEW

LOGO BRIEF

© 2026

Option 02

Patterns

A rhythmic, diagonal : (The Motifs) 02 Option forming a "tessellation of the letter "Faa (ف), structured geometric texture that elevates brand .recognition across packaging and collateral



NEW

LOGO BRIEF

© 2026

Color Palette



NEW

LOGO BRIEF

© 2026



Color Palette

color system displayed as editorial-6 A clean .swatch columns with specifications and tints

© 2026

C=24 M=93 Y=46 K=5

HEX #B6345F
RGB 182, 52, 95
HSB 340, 71%, 71%
CMYK 24, 93, 46, 5
INKTYPE Process

C=65 M=0 Y=78 K=0

HEX #5BBC6B
RGB 91, 188, 107
HSB 130, 52%, 74%
CMYK 65, 0, 78, 0
INKTYPE Process

C=91 M=80 Y=49 K=57

HEX #152238
RGB 21, 34, 56
HSB 218, 62%, 22%
CMYK 91, 80, 49, 57
INKTYPE Process

C=25 M=75 Y=93 K=15

HEX #A8532C
RGB 168, 83, 44
HSB 19, 74%, 66%
CMYK 25, 75, 93, 15
INKTYPE Process

C=71 M=49 Y=11 K=0

HEX #5A7CAE
RGB 90, 124, 174
HSB 216, 48%, 68%
CMYK 71, 49, 11, 0
INKTYPE Process

C=36 M=31 Y=37 K=0

HEX #A8A39A
RGB 168, 163, 154
HSB 39, 8%, 66%
CMYK 36, 31, 37, 0
INKTYPE Process

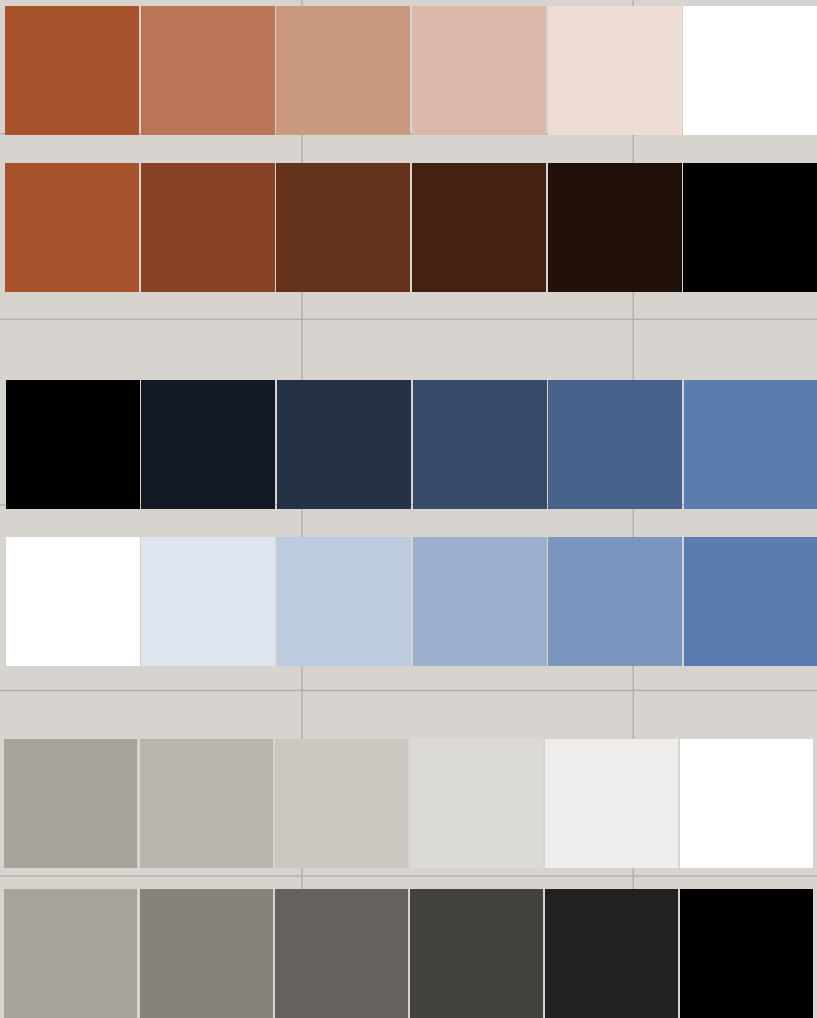
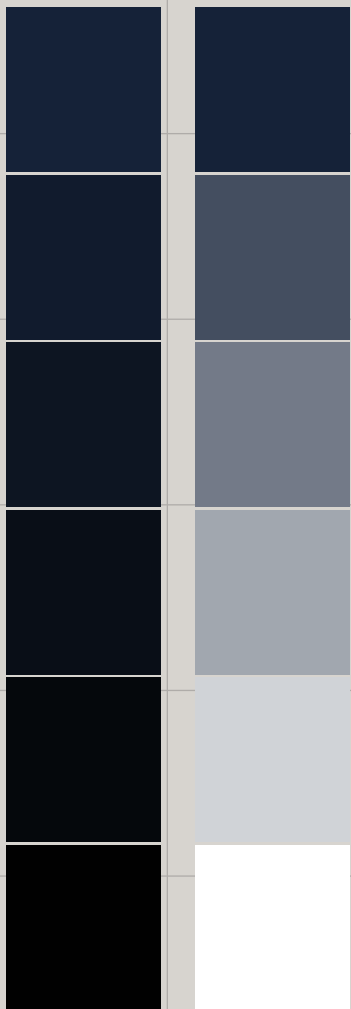
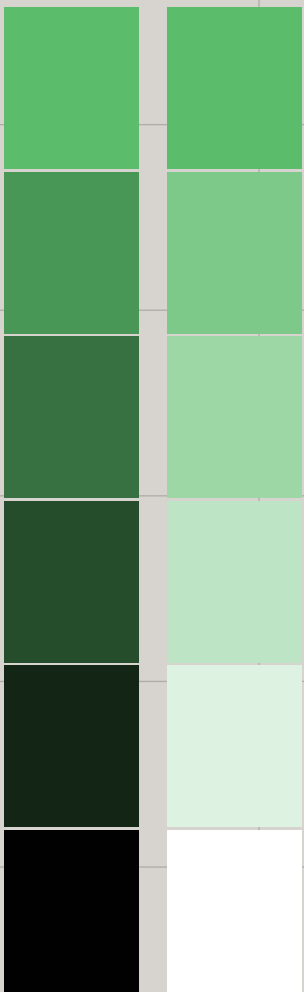
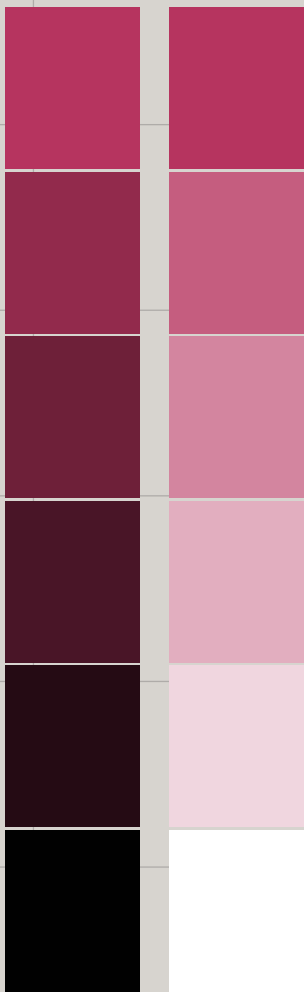


Color Tints & Shades

System Expansion: A comprehensive breakdown of the core and secondary color palettes, systematically expanded to guide contrast and tonal hierarchy

Tints (Lightness): Gradual progressions toward white, engineered to provide soft background variations, subtle UI elements, and optimal readability

Shades (Darkness): Gradual progressions toward black, curated to deliver deep typographic contrast, rich textures, and solid structural layout elements



Contrast & Background Rules

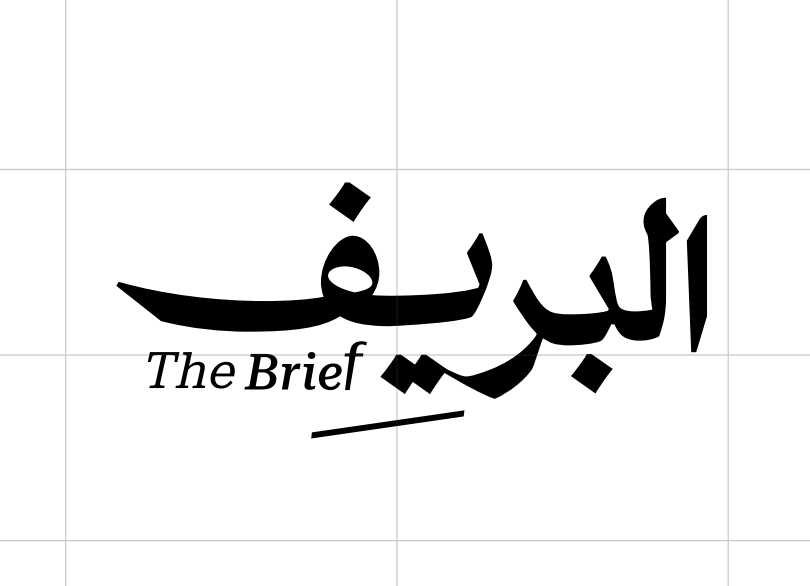


Negative Execution: The inverted white version on solid dark backgrounds, engineered to maintain visual weight, legibility, and edge sharpness without bleeding



Solid Black & White: The core logotype rendered in absolute monochrome variations to ensure flawless adaptability and high contrast across diverse production techniques

Positive Execution: The solid black version on light backgrounds, optimized for clean typographic clarity in official documentation and high-contrast environments



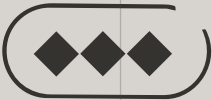
Logo Background



Approved Brand Colors: The inverted white logotype is optimized to sit perfectly on all .primary and secondary brand color backgrounds, ensuring consistent contrast

Tonal Harmony: When applied to color blocks, the typography must remain solid white to maintain maximum clarity, sharpness, and visual prestige without chromatic .distortion

Unified Identity: Utilizing the brand’s distinct color palette as solid backgrounds .reinforces visual recognition across multi-departmental and creative assets



Fonts



NEW

LOGO BRIEF

© 2026



Aa

Lyon
Arabic Family

Typography for titles and texts.

Serif

Open Type

Modern Serif

Premium Font

تجربة الخط
200

Aa

تجربة الخط
300

Aa

تجربة الخط
400

Aa

تجربة الخط
500

Aa

تجربة الخط
600

Aa

ا-ب-ت-ث-ج-ح-خ-د-ذ-ر-ز-س-ش
ص-ض-ط-ظ-ع-غ-ف-ق-ك-ل-م-
ن-ه-و-ي

■ Numbers

٠١٢٣٤٥٦٧٨٩



NEW

LOGO BRIEF

© 2026



Aa

Lyon
English Family

Typography for titles and texts.

Serif Open Type
Modern Serif Premium Font

Font Preview
200

Aa

Font Preview
300

Aa

Font Preview
400

Aa

Font Preview
500

Aa

Font Preview
600

Aa

A - B - C - D - E - F - G - H - I - J - K - L -
M - N - O - P - Q - R - S - T - U - V - W -
X - Y - Z

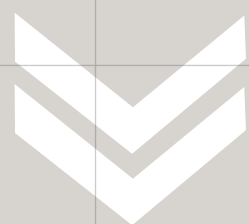
a - b - c - d - e - f - g - h - i - j - k - l - m - n - o - p - q - r - s - t - u - v
- w - x - y - z

■ Numbers
0123456789





Iconography



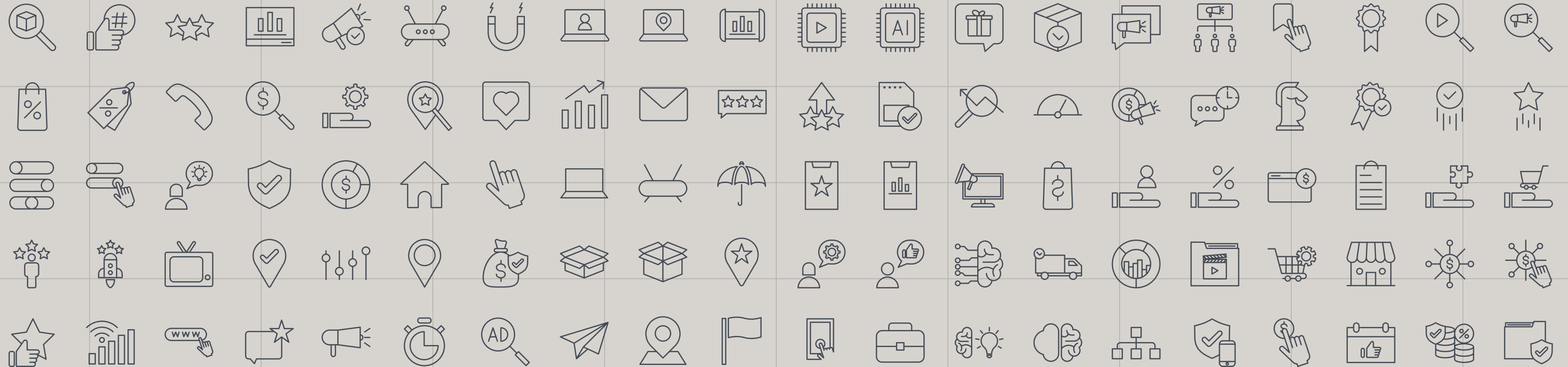
NEW

LOGO BRIEF

© 2026



100 ICONS



NEW

LOGO BRIEF

© 2026



60 ICONS



NEW

LOGO BRIEF

© 2026





Incorrect Logo Usage



NEW

LOGO BRIEF

© 2026



Logo Placements

Correct Application:
Only uniform scaling
(c o n s t r a i n i n g
proportions during
resizing) is permitted to
preserve the visual
weight and precise
calligraphic balance of
.the mark



Proportional Integrity: The logotype must always maintain its original aspect ratio. Altering, stretching, or distorting the vertical or horizontal proportions is strictly prohibited



Incorrect Scaling: Any manual elongation or compression of the typographic structure compromises the geometric grid and weakens brand identity





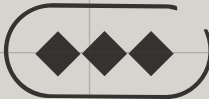
Highlights icons

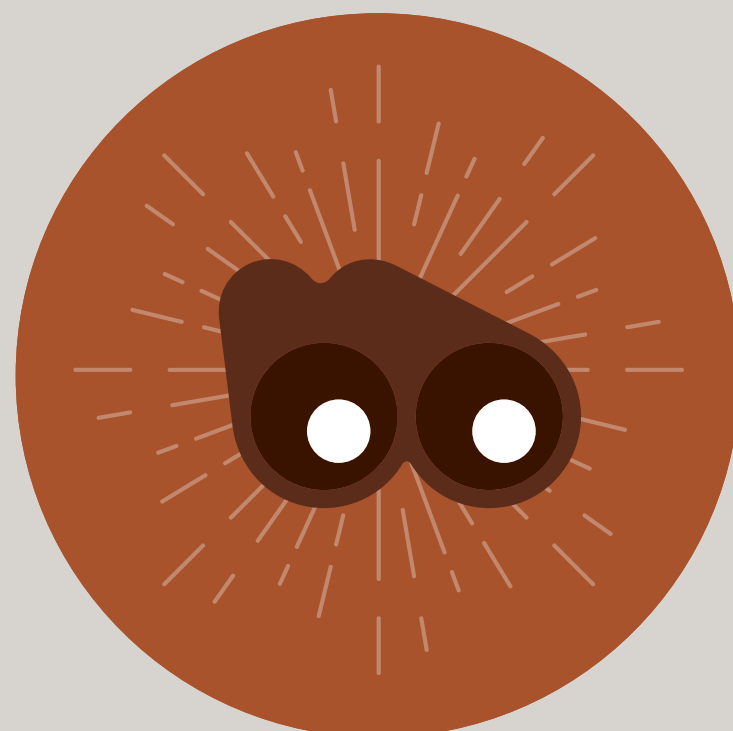
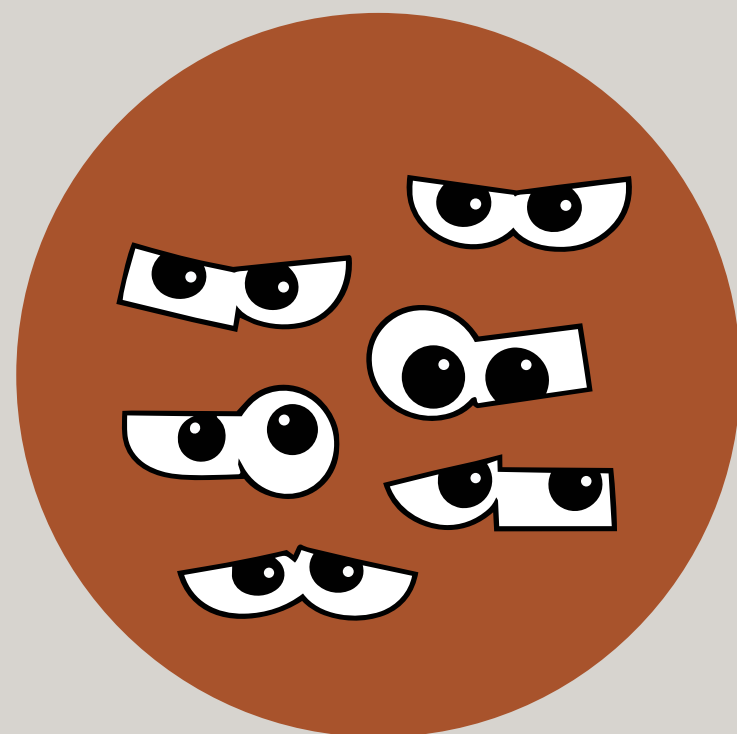
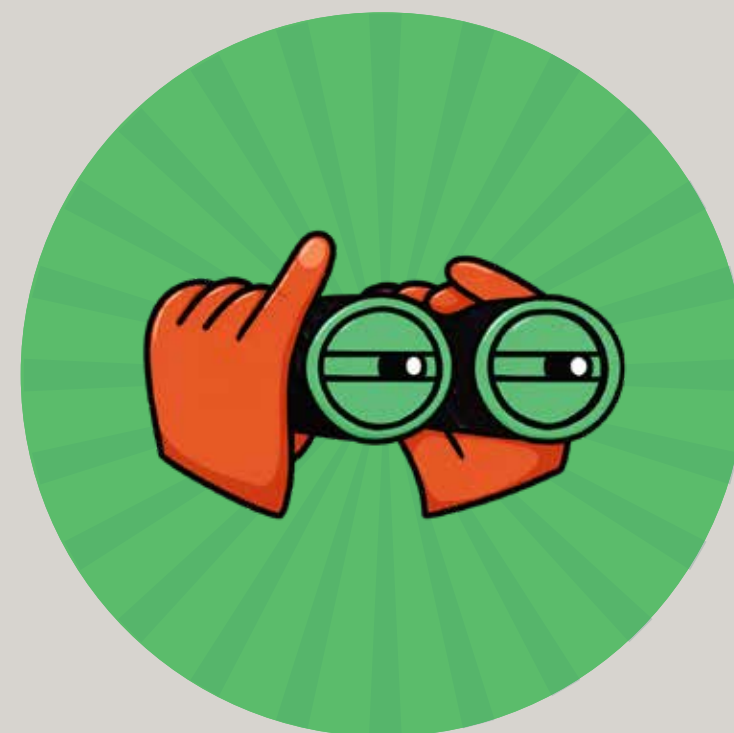


NEW

LOGO BRIEF

© 2026





< thebrief



Thebrief | البريف

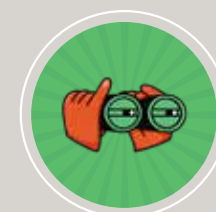
99
posts9,999
followers9,999
following

Thebrief

Helping brands grow through clarity
content, and design Link/Lorem ipsumFollowed by Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur ...

Follow

Message



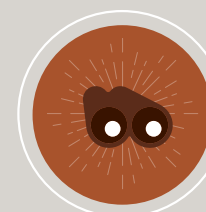
من نحن ؟



بريف من الكيس



تحليل الحملات



وجهة نظر



إعلانات السعودية



مشروع جديد



THE BRIEF VISUAL IDENTITY GUIDELINES

Posts



NEW

© 2026
LOGO BRIEF

© 2026



Post

2026 Disgien

البريف
The Brief

ماركنج

وظائف شاغرة!!!
نبحث عن كشيش ذبان

جريدة اليوم
شواغر
مطلوب للعمل فوراً
كشيش ذبان
خبرة سنتين عاقل
الراتب حسب الكفاءة

➤

تجربة للإستقرام

● إسحب للجين

من الكيس

POSTS

Visual Identity
Guidelines

البريف
The Brief

✦

بعض مما جاء في علم التسويق

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

أفكار
ومواجيس

➤

POSTS

Visual Identity
Guidelines

البريف
The Brief

➤

بعض مما جاء في فن التسويق

سيرسلي

بريف
من
الكيس
Brief from the bag

➤

تجربة للإستقرام

● إسحب للجين

من الكيس

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

Post

| 2026 Disgien

البريف
The Brief

بعض مما جاء في فن التسويق



بعض مما
جاء في فن التسويق

جاء في فن التسويق

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس
قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء.

POSTS

Visual Identity
Guidelines

البريف
The Brief

من أرض
الأحساء
إلى العالم
FROM THE LAND
TO THE WORLD



حمل هدفًا، وكل تفصيل يروي جزءًا من قصة العلامة. وفي النهاية،
يبقى التسويق فنًا يجمع بين الفهم والإبداع والاستمرار.

بعض مما جاء في فن التسويق

الفكرة الواضحة تعيش أطول من الإعلان الصاخب،
والهوية المتماسكة تصنع انطباعًا لا يُنسى. كل رسالته
تحمل هدفًا، وكل تفصيل يروي جزءًا من قصة العلامة.
وفي النهاية، يبقى التسويق فنًا يجمع بين الفهم والإبداع
والاستمرار.



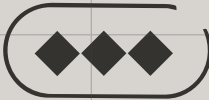
Stories and Reels



NEW

LOGO BRIEF

© 2026





وظائف شاغرة!!!

نبحث عن كشيش ذبان



تجربة للإستقرام

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

من الكيس

● إسحب للجين



بعض مما جاء في علم التسويق

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

تجربة للإستقرام

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

أفكار
ومواجيس



بعض مما جاء في فن التسويق



تجربة للإستقرام

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

من الكيس

● إسحب للجين

Post

2026 Disgien

البريف

The Brief

نشرة اليوم

TODAY NEWS

بعض مما جاء في فن التسويق

بعض مما جاء في فن التسويق

جاء في فن التسويق

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء.

تجربة للإستقرام

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

إسحب لليمين

●

Lorem ipsum
Lorem ipsum

حمل
STORY

Visual Identity
Guidelines

البريف

The Brief

من أرض
الأحساء
إلى العالم

FROM THE LAND
ALAHSAA
TO THE WORLD



إسحب لليمين

●

Lorem ipsum
Lorem ipsum

Visual Identity
Guidelines

البريف

The Brief

بعض مما جاء في فن التسويق

ليس كل ما يُرى يُباع، وليس كل ما يُباع يبقى. يبدأ التسويق بفهم الناس قبل مخاطبتهم، وبناء الثقة قبل طلب الشراء. العلامات القوية لا تنافس بالسعر وحده، بل بالقيمة التي تتركها في أذهان جمهورها.

إسحب لليمين

●

Lorem ipsum
Lorem ipsum



THE BRIEF
VISUAL IDENTITY GUIDELINES

Stickers



© 2026



NEW

LOGO BRIEF

© 2026

