



الهوية البصرية لعام الاستدامة Year of Sustainability Brand Toolkit

عام الاستدامة 2024 Year of Sustainability 2024



"إننا نولي بيئتنا جلّ اهتمامنا لأنها جزء عضوي من بلادنا وتاريخنا وتراثنا. لقد عاش أبائنا وأجدادنا على هذه الأرض، وتعايشوا مع بيئتها في البر والبحر، وأدركوا بالفطرة وبالحس المرهف الحاجة للمحافظة عليها، وأن يأخذوا منها قدر احتياجاتهم فقط، ويتركوا فيها ما تجد فيه الأجيال القادمة مصدراً للخير ونبعاً للعطاء"

المغفور له الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان

"On land and in the sea, our forefathers lived and survived in this environment. They were able to do so because they recognised the need to conserve it, to take from it only what they needed to live, and to preserve it for succeeding generations".

The Late Sheikh Zayed Bin Sultan Al Nahyan



The Year of Sustainability brand in its second year promotes collective sustainable action, under the banner of “Plan To Action” in key focus areas such as green transportation, water and energy reduction, responsible consumption and planting wisely.

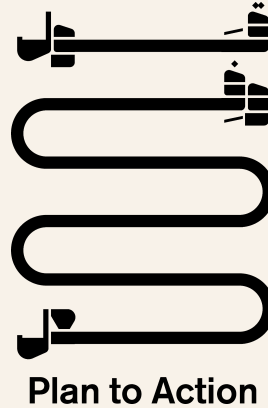
The logo incorporates Arabic typography (originating from calligraphy) and uses Kashidas (long extensions) to poetically and phonetically extend itself, weaving into a network of relations to visualize actionable sustainability as the entanglement of human and more-than-human lifeworlds.

The intertwined connections in the tagline قول وفعل / Plan to Action symbolizes roots, dunes, weaves, and land/seascapes to give a sense of continuity.

This document is created to give you a general overview and understanding of the brand's visual elements with respective links to the brand assets.

To retrieve the complete brand assets click on this [link](#).

For any queries on the matter, please reach out on brand@uaeyearof.ae



يركز دليل الهوية البصرية لعام الاستدامة، الذي يستمر للعام الثاني على التوالي، على الشعار النصي “قول وفعل” في أربعة مجالات رئيسية هي: النقل الأخضر، وترشيد استهلاك المياه والطاقة، والاستهلاك المسؤول، والزراعة بوعي.

وقد استخدمت الطباعة العربية (الناشئة عن الخط العربي) ما يعرف بالكشيدات (أي التطويل أو المدة) لإطالة الشكل صوتاً وشاعرية، بحيث ينسج شبكة من العلاقات تُصوّر الاستدامة العملية القابلة للتطبيق في ظل الترابط بين عوالم الحياة البشرية والطبيعية.

ترمز الخطوط المتداخلة في شعار “قول وفعل” إلى الترابط بين الجذور والكثبان الرملية والنسيج والمناظر الطبيعية الأرضية والبحرية المتصلة دائماً.

الغرض من هذا الملف هو تزويدكم بنظرة عامة ومساعدتكم على فهم العناصر المرئية للهوية البصرية، عبر الروابط الخاصة بذلك.

للحصول على العناصر الكاملة للهوية البصرية، يرجى الضغط على الرابط هنا.

للاستفسارات، يرجى التواصل معنا على brand@uaeyearof.ae

To access the official brand mark assets click on this [link](#)

للحصول على عناصر الهوية البصرية الرسمية، اضغط [هنا](#).



Primary Logomark

الشعار الأساسي



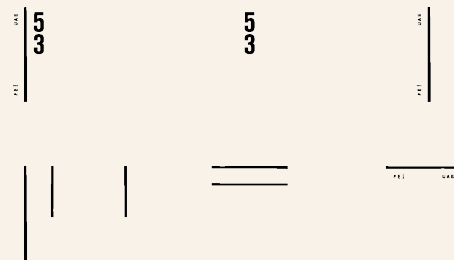
Secondary Logomark

الشعار الفرعي



Negative Background Logomark Variations

خيارات لشعار الهوية البصرية الرئيسية بخلفيات متباينة

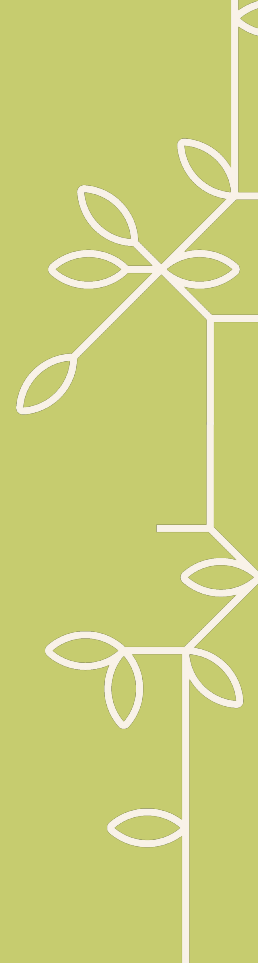


Brandmark Graphic Elements

عناصر الشعار المرسومة في الهوية البصرية

تشتمل **العناصر العامة للهوية البصرية** على مجموعة محددة مسبقًا من الجرافيك والرسومات تتماشى مع مفهوم الهوية البصرية **لعام الاستدامة**، وهي تضم مجموعة مختارة من نظم ألوان العلامة، والخطوط، وأساليب معالجة الصور الفوتوغرافية، والتطبيقات المرئية. سيتم تحديث هذا المستند بمزيد من العناصر فور توفرها.

The **general brand elements** include a pre-set library of graphic assets in response to **Year of Sustainability's brand concept**. The library includes a selection of sustainable brand color scheme, fonts, tagline, photography treatment, and visual applications. This guide will be updated with more elements as they become available.



Custom-made Arabic lettering with extendable kashidas that can stand on its own as a visual element or weave into graphics/photography to create intertwined connections.

يتكون الشعار النصي من حروف عربية ممدودة مصممة خصيصًا لكي تقف بمفردها لتشكل عنصرًا بصريًا، أو تترابط مع الرسومات والصور الفوتوغرافية لكي تشكل روابط متشابكة.

شعار
Plan to Action

شعار

These are the accepted variations of the main brand tagline.

When the tagline is used as a design element, its kashidas can be extended to create a stronger visual. (See slide 24, 25)

Always keep “فعل” aligned to “قول”.

You can get the main tagline and its variations by downloading this [link](#)

هذه هي الخيارات المعتمدة للشعار النصي الرئيسي.
عندما يتم استخدام الشعار النصي كعنصر تصميم، يمكن توسيع الكشيدة لتعزيز الانطباع البصري. (انظر الشريحة 24، 25)

يجب أن تتوازي كلمتي “قول” و”فعل” دائمًا.

يمكنكم الحصول على الشعار النصي الرئيسي وخياراته المتعددة بتنزيل هذا [الرابط](#).

Plan to Action

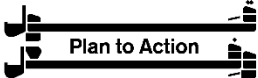
Plan to Action

Plan to Action

Plan to Action

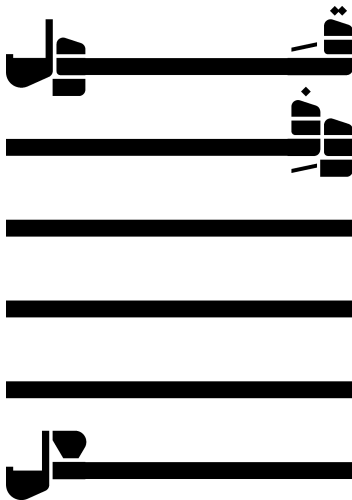
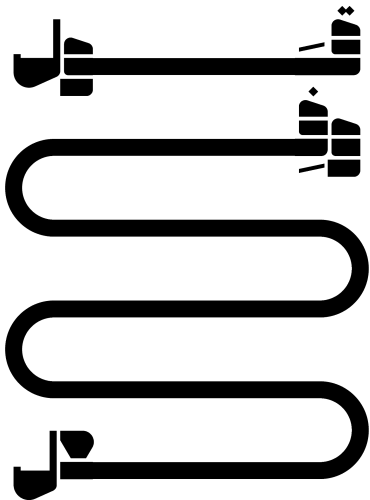
Plan to Action

قَدِّمِ الْخُطَّةَ
Plan to Action



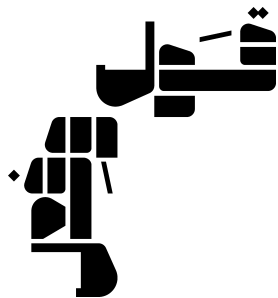
The extension of the kashida is used as a typographic and visual graphic over images and in layout.

يتم مد الكشيدة لتكون بمثابة رسمة مطبعية أو بصرية على الصور وفي التصميم.



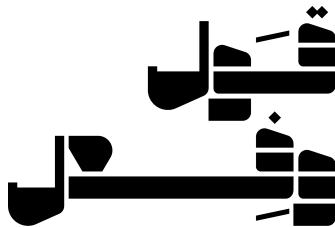
* During animations, kashidas can extend, and the tagline can rotate at 90 degrees but has to lockup at the end in one of the forms of the tagline variations.

* في أفلام الأنيميشن، يمكن أن يمتد طول الكشيدات، وأن يدور الشعار النصي بزاوية 90 درجة، ولكن يجب أن يختتم وضع الشعار النصي بواحدة من الخيارات المعتمدة فقط.



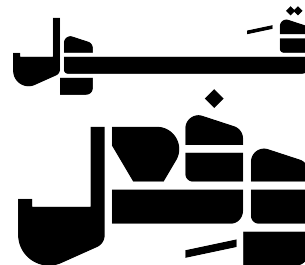
Do not change the position of the words in the tagline.

تجنبوا تغيير مواضع الكلمات في الشعار النصي.



Do not use a different length for each word.

تجنبوا استخدام أطوالاً مختلفة لكل كلمة.



Do not scale down parts of the tagline.

تجنبوا تقليص أجزاء من الشعار النصي.

The color palette created for this brand is digitally sustainable. It is relatively low contrast, thus requiring less power.

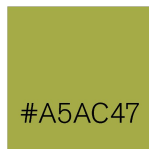
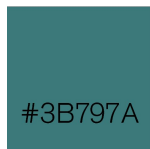
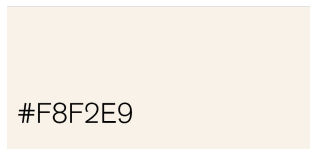
The brand uses beige instead of white (the most energy consuming color).

إن لوحة الألوان التي تم إنشاؤها لهذه الهوية البصرية مستدامة رقميًا. وهي تتميز بتباينها المنخفض نسبيًا مما يتطلب استهلاك طاقة أقل. تستخدم الهوية البصرية اللون البيج بدلًا من الأبيض (اللون الأكثر استهلاكًا للطاقة).

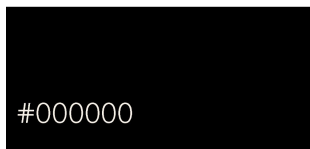
للحصول على لوحة الألوان، اضغط [هنا](#).

To retrieve the color palette click on this [link](#)

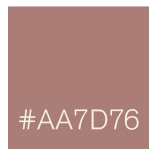
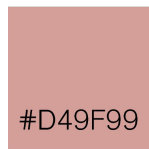
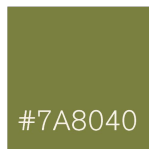
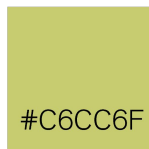
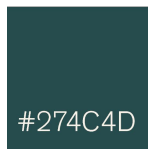
Main Color Palette



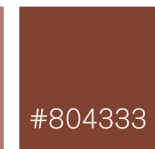
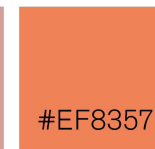
لوحة الألوان الرئيسية



Tints and Shades



الدرجات والظلال



The brand colors can be combined in various ways to provide versatility and flexibility in using the main palette with the tints and shades.

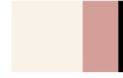
The below color combinations are clustered into 2 groups, with usage depending on how many colors are needed in a single visual.

يمكن دمج ألوان الهوية البصرية بطرق مختلفة لإضفاء نوع من التنوع لاستخدامات لوحة الألوان الرئيسية والدرجات والظلال.

تم تصنيف مجموعات الألوان أدناه في مجموعتين، والتي يعتمد استخدامها على عدد الألوان المطلوبة في الصورة المرئية الواحدة.

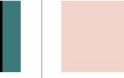
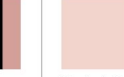
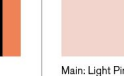
2 Colors + Text

لونين + نص

 Main: Blue Secondary: Green Text: Off-white	 Main: Green Secondary: Blue Text: Off-white	 Main: Off-white Secondary: Blue Text: Black
 Main: Blue Secondary: Pink Text: Off-white	 Main: Green Secondary: Brick Red Text: Off-white	 Main: Off-white Secondary: Warm Pink Text: Black
 Main: Blue Secondary: Light blue Text: Off-white	 Main: Green Secondary: Dark Olive Green Text: Off-white	 Main: Off-white Secondary: Brick red Text: Black
 Main: Blue Secondary: Orange Text: Off-white	 Main: Green Secondary: Off-white Text: Dark Blue	 Main: Off-white Secondary: Light Green Text: Dark Blue

3 Colors + Text

ثلاثة ألوان + نص

 Main: Off-white Secondary: Green Text: Black Accent: Brick Red	 Main: Light Pink Secondary: Brick Red Text: Black Accent: Off-white	 Main: Brick Red Secondary: Light Pink Text: Off-white Accent: Black
 Main: Off-white Secondary: Green Text: Black Accent: Blue	 Main: Light Pink Secondary: Blue Text: Black Accent: Off-white	 Main: Brick Red Secondary: Light Green Text: Off-white Accent: Black
 Main: Off-white Secondary: Dark Green Text: Black Accent: Warm Pink	 Main: Light Pink Secondary: Dark Pink Text: Black Accent: Off-white	 Main: Brick Red Secondary: Light Blue Text: Off-white Accent: Black
 Main: Off-white Secondary: Dark Blue Text: Black Accent: Light Brick (Orange)	 Main: Light Pink Secondary: Dark Brick (Brown) Text: Black Accent: Off-white	 Main: Brick Red Secondary: Light Brick (orange) Text: Off-white Accent: Black

Do not:

- Use more than 3 colors + text on 1 visual
- Add more color variations
- Add or change the colors of the brand

يرجى عدم:

- استخدام أكثر من ثلاثة ألوان + نص في صورة واحدة
- إضافة المزيد من التدرجات اللونية
- إضافة أو تغيير ألوان الهوية البصرية

(NOTE: The tints and shades of a main color can always be used in combination with that color)

ملاحظة: يمكن استخدام الدرجات والظلال مع ألوانها.

We are using layered striped photo-treatment on simpler layouts to create a visual statement.

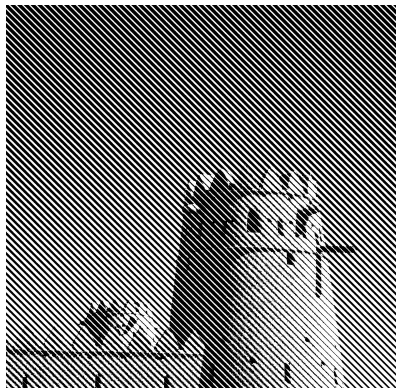
Full color imagery is used with heavy content.

نحن نستخدم أسلوب معالجة مخططة ذات طبقات للصور على تصاميم أبسط لتحقيق تأثير بصري. تستخدم الصور الملونة بالكامل مع المحتوى الكبير.



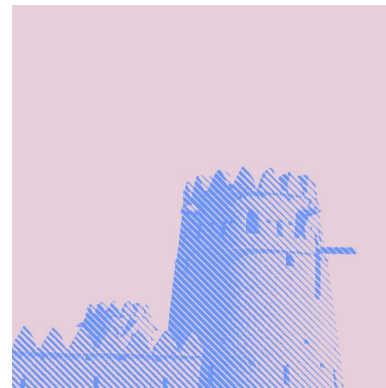
Photos are used in full color on informative visuals that are heavy with text/graphics or have generally busy layouts.

يتم استخدام الصور بالألوان الكاملة في التصميم المرئية الغنية بالمعلومات، والتي تكون مليئة بالنصوص/الرسومات أو التي تحتوي على تصميم مزدحم بشكل عام.



If you choose to keep the background, please note it would also be subject to bitmap even when the color is light.

في حال الإبقاء على الخلفية، يجب مراعاة أنها سوف تكون صورة نقطية حتى عندما يكون اللون فاتحاً.



If you have an image with a white or transparent backgrounds, the subject of the photo becomes a png bitmap which can be used as a design element within your composition.

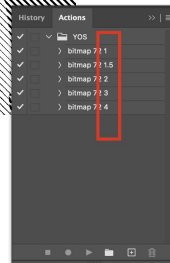
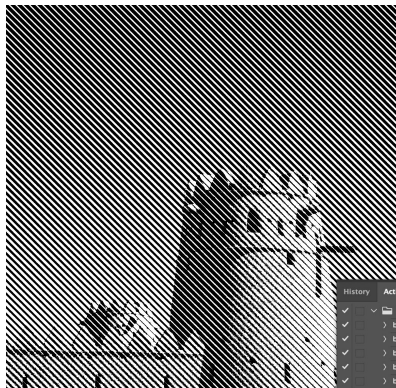
إذا كانت الصورة ذات خلفية بيضاء أو شفافة، فإن موضوع الصورة سوف يأخذ شكل صورة نقطية بتنسيق png والتي يمكن استخدامها كعنصر تصميم في تكوين الصورة.

To implement the photography effect on images, you must apply an "action" to the picture.

The action file is found in the assets folder ([Link](#)), and can be imported to Adobe Photoshop in order to apply the effect on images.

للحصول على التأثير البصري للتصوير الفوتوغرافي، يجب استخدام "أكشن" على الصورة.

يمكن الحصول على ملف "أكشن" في ملف عناصر الهوية ([رابط](#)). ويمكن تحميله في برنامج "فوتوشوب" لاستخدام التأثير البصري على الصور.



Adjust the size of the image to be 2000px in height or width at 72ppi

اضبطوا حجم الصورة ليكون بارتفاع 2,000 بكسل أو عرض عند 72 بكسل

Apply the action on the image.
The number shown on the effect refers to the number of lines per inch.

قوموا باختيار تطبيق "أكشن" على الصورة. يشير الرقم الموضح على التأثير البصري إلى عدد الخطوط في البوصة.

A simple undo and replaying another action would show the different results of the image.

الضغط على زر عودة وإعادة التطبيق يمكن أن يظهر النتائج المختلفة في الصورة.

Bitmap images can then be placed on illustrator layout and a color change is as simple as choosing a color from the palette.

يمكن بعد ذلك وضع الصور النقطية في برنامج "البيسترايتور" لتغيير اللون ببساطة تامة. تمامًا مثل اختيار لون من لوحة الألوان.



Do not:

- Use other effect on photos
- Use gradients on the photos
- Invert the colors of the photos

يرجى عدم:

- استخدام تأثير بصري آخر على الصور
- استخدام تدرجات على الصور
- عكس ألوان الصور

The brand applications include line graphics and iconography representing **nature**, **climate**, **people**, and **daily actions** that impact nature and sustainability.

These icons are blown up and used as design elements in visual applications.

They overlap images and intertwine with the tagline to symbolize a connected ecosystem.

To retrieve the icon set click on this [link](#)

تشتمل تطبيقات الهوية البصرية على رسومات جرافيك وأيقونات تمثل **الطبيعة والمناخ والناس والعادات اليومية** التي تؤثر على الطبيعة والاستدامة.

يمكن تضخيم هذه الرموز واستخدامها كعناصر تصميم في التطبيقات المرئية.

تتداخل الصور وتتشابك مع الشعار النصي لترمز إلى نظام بيئي متصل.

للحصول على مجموعة الأيقونات والصور، اضغط [هنا](#).



Every Adobe illustrator file comes with a PDF and a PNG for reference.

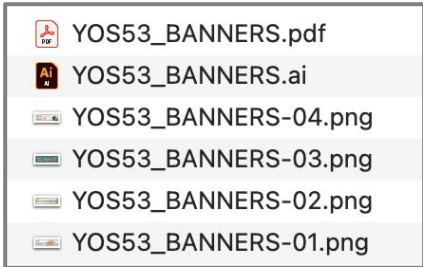
يأتي كل ملف Adobe Illustrator مزودًا بملف PDF وPNG كمرجع.

PDF and png are added as Adobe illustrator can show a distorted view in preview.

تمت إضافة ملفات PDF وPNG حيث يمكن لبرنامج Adobe Illustrator إظهار عرض غير صحيح للتصميم في المعاينة.

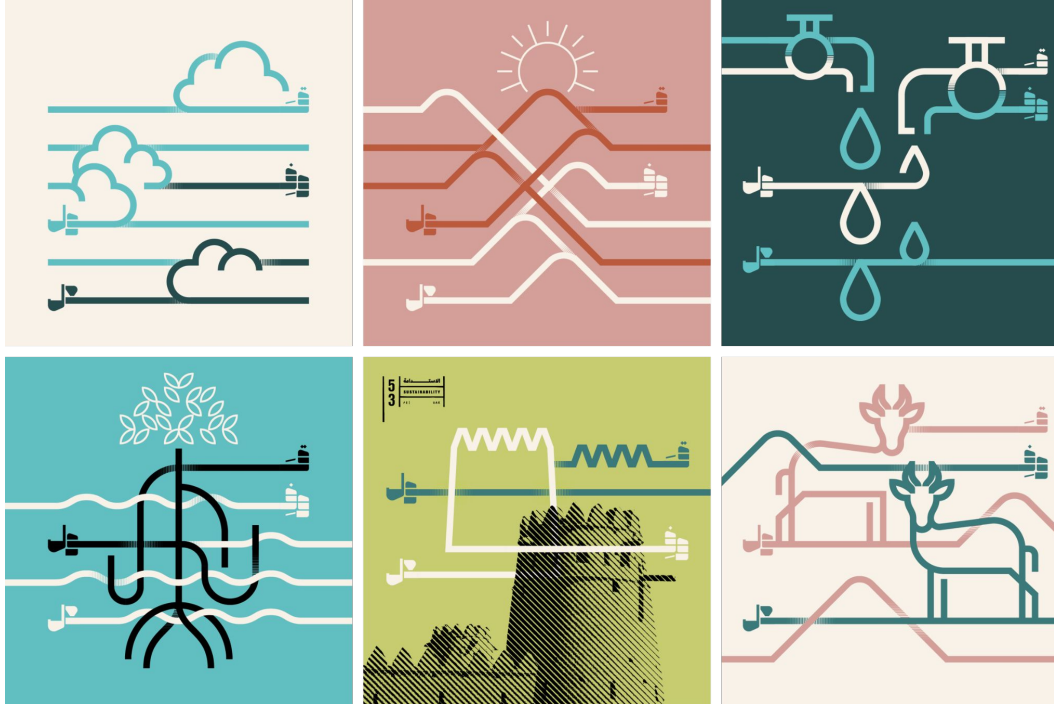
Below is an example of the files that can be found for the visuals.

فيما يلي مثال للملفات التي يمكن العثور عليها للمرئيات.



These are examples of typographic applications combining the tagline extended kashidas with line graphics.

هذه أمثلة للتطبيقات المطبعية التي تجمع بين شعار الكشيدة النصي الممتد والرسومات الخطية.



- In this experimentation stage, always make sure your visual is balanced
- Be mindful of negative space
- You can use a different stroke thickness for stand-alone elements, such as leaves, sun...
- Do not use different weights for the kashidas

- في هذه المرحلة التجريبية، تأكدوا دائماً من أن الصورة البصرية متوازنة
- انتبهوا للمساحات السلبية
- يمكنكم استخدام شُمك مختلف لخطوط العناصر المستقلة مثل أوراق الشجر والشمس
- لا تستخدموا أوزان خطوط مختلفة للكشيدة

The brand includes pre-established designed visuals that can be adapted to print and digital collaterals.

تشتمل الهوية البصرية على صور مصممة مسبقًا يمكن تكييفها مع المواد المطبوعة والرقمية.

To access the library click on this [link](#).

للدخول الى المكتبة اضغط على هذا [ال رابط](#).

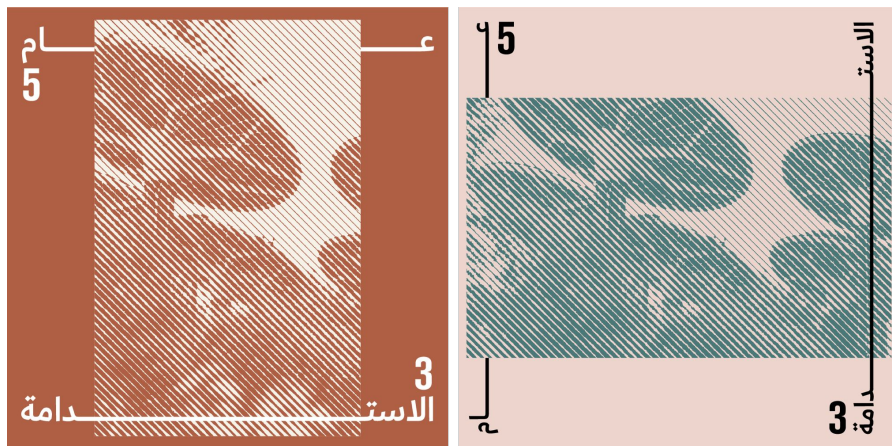


The brand includes pre-established designed visuals that can be adapted to print and digital collaterals.

تشتمل الهوية البصرية على صور مصممة مسبقًا يمكن تكييفها مع المواد المطبوعة والرقمية.

To access the library click on this [link](#).

للدخول الى المكتبة اضغط على هذا [ال رابط](#).



The brand includes pre-established designed visuals that can be adapted to print and digital collaterals.

تشتمل الهوية البصرية على صور مصممة مسبقًا يمكن تكييفها مع المواد المطبوعة والرقمية.

To access the library click on this [link](#).

للدخول الى المكتبة اضغط على هذا [الرابط](#).

*Content used in these pre-established visuals is illustrative. It is not final copy.

*المحتوى المستخدم في هذه العناصر المرئية المعدة مسبقًا هو لأهداف توضيحية وليس نص نهائي.



The brand includes pre-established designed visuals that can be adapted to print and digital collaterals.

تشتمل الهوية البصرية على صور مصممة مسبقًا يمكن تكييفها مع المواد المطبوعة والرقمية.

To access the library click on this [link](#).

للدخول الى المكتبة اضغط على هذا [ال رابط](#).

*Content used in these pre-established visuals is illustrative. It is not final copy.

*المحتوى المستخدم في هذه العناصر المرئية المعدة مسبقًا هو لأهداف توضيحية وليس نص نهائي.



The brand includes pre-established designed visuals that can be adapted to print and digital collaterals.

To access the library click on this [link](#).

*Content used in these pre-established visuals is illustrative. It is not final copy.

تشتمل الهوية البصرية على صور مصممة مسبقًا يمكن تكييفها مع المواد المطبوعة والرقمية.

للدخول الى المكتبة اضغط على هذا [الرابط](#).

*المحتوى المستخدم في هذه العناصر المرئية المعدة مسبقًا هو لأهداف توضيحية وليس نص نهائي.



The brand includes pre-established designed visuals that can be adapted to print and digital collaterals.

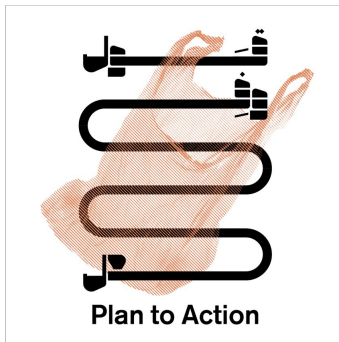
تشتمل الهوية البصرية على صور مصممة مسبقًا يمكن تكييفها مع المواد المطبوعة والرقمية.

To access the library click on this [link](#).

للدخول الى المكتبة اضغط على هذا [ال رابط](#).

*Content used in these pre-established visuals is illustrative. It is not final copy.

*المحتوى المستخدم في هذه العناصر المرئية المعدة مسبقًا هو لأهداف توضيحية وليس نص نهائي.



The brand includes pre-established designed visuals that can be adapted to print and digital collaterals.

To access the library click on this [link](#).

*Content used in these pre-established visuals is illustrative. It is not final copy.

تشتمل الهوية البصرية على صور مصممة مسبقًا يمكن تكييفها مع المواد المطبوعة والرقمية.

للدخول الى المكتبة اضغط على هذا [الرابط](#).

*المحتوى المستخدم في هذه العناصر المرئية المعدة مسبقًا هو لأهداف توضيحية وليس نص نهائي.



These pre-established designed visuals are only to be used when highlighting a speaker or an individual.

تستخدم هذه العناصر المرئية المصممة مسبقًا فقط عند تسليط الضوء على متحدث أو فرد.

To access the library click on this [link](#).

للدخول إلى المكتبة اضغط على هذا [الرابط](#).

*Content used in these pre-established visuals is illustrative. It is not final copy.

*المحتوى المستخدم في هذه العناصر المرئية المعدة مسبقًا هو لأهداف توضيحية وليس نص نهائي.





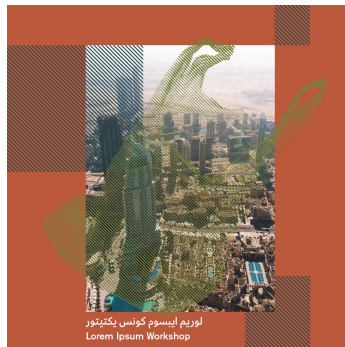
Avoid low contrast visuals, where it's hard to read the content, or recognize the elements in the layout.

تجنبوا الصور ذات التباين المنخفض لأنه يصعب قراءة محتواها أو التعرف على العناصر الموجودة فيها.



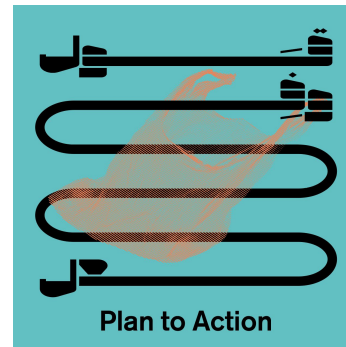
Do not place text over the photography effect as it makes it hard to read.

تجنبوا وضع النصوص فوق الصور الفوتوغرافية المعالجة بالتأثيرات لأنه يصعب قراءتها.



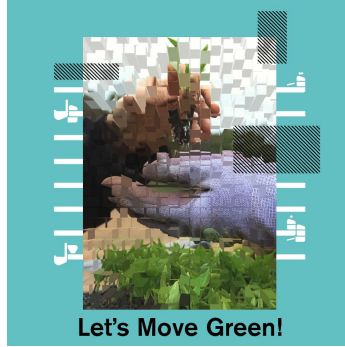
Avoid having busy visuals that confuse the audience.

تجنبوا الصور الكثيرة التي تربك الجمهور.



Do not stretch the tagline, visuals, photos, text.

تجنبوا مد الشعار والعناصر المرئية والصور والنصوص.



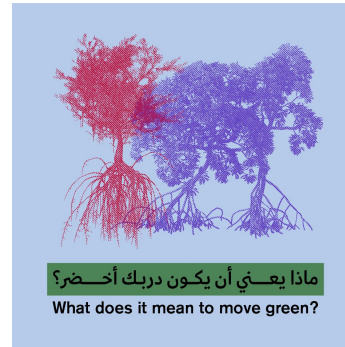
Do not use different photo treatments.

تجنبوا استخدام أساليب مختلفة لمعالجة الصور.



Do not use visuals that are heavy in text.

تجنبوا استخدام الصور المرئية التي تحتوي على نصوص كثيرة.



Do not use a different color scheme.

تجنبوا استخدام نظم ألوان مختلفة.



Do not use different fonts that are not related to the brand.

تجنبوا استخدام خطوط مختلفة ليست تابعة للهوية البصرية.

الاستدامة

SUSTAINABILITY

إ. ع. م

UAE