

30-0

# identitatea vizuală

DESIGNED BY:  
STORIENCE

01

logo

## LOGO CONCEPT

---



Noul logo 30-0.ro vorbește despre curaj. În tenis se spune că „pictezi liniile” atunci când joci curajos, aproape de liniile terenului. Printr-o cifră 3 personalizată, în care poți ghici urma lăsată de minge lângă linia terenului, am surprins esența ideii de curaj. Curajul 30-0 de a construi o publicație de nișă în nișă, de a miza pe un scris curat, corect, pe standarde etice și profesionale, pe emoții pozitive și pe formate mereu noi.

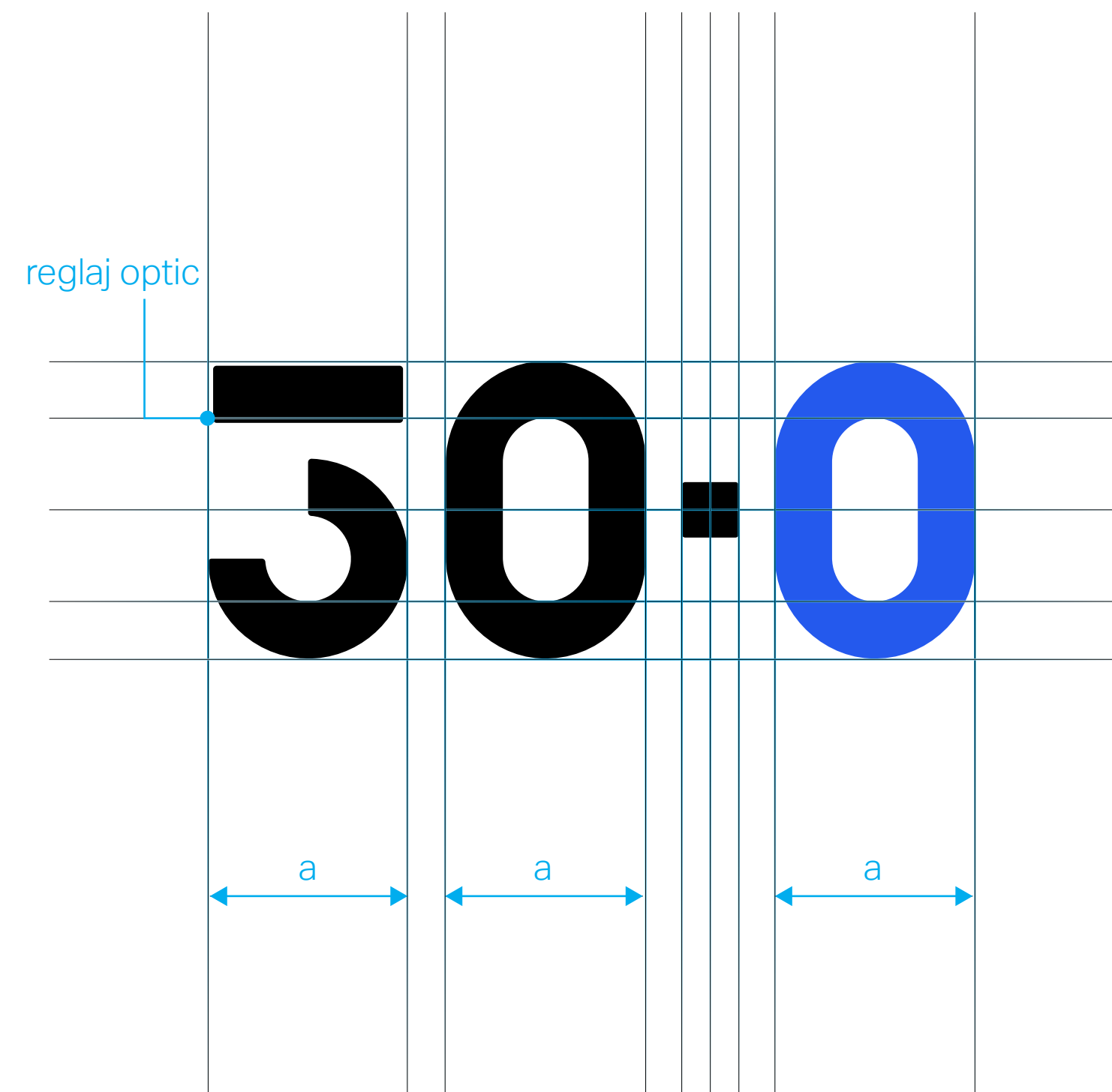
30-0

# LOGO

## PROPORȚII



Schema proporțiilor din logoul 30-0 este reprezentată în dreapta. Cu toate că logoul are la bază o construcție matematică și un aspect geometric, el a fost ajustat pentru a corecta iluziile optice. Nu este recomandată reconstruirea logoului. Folosiți logoul vectorial livrat împreună cu acest manual.



LOGO

## VARIANTE PRINCIPALE

---



Variantele principale ale logoului folosesc culorile din paleta cromatică principală.

Logoul 30-0 are o foarte bună lizibilitate și la dimensiuni mici. De aceea, el poate fi folosit ca atare și pe post de icon în platformele de social media.

**30-0**

**30-0**

**30-0**

LOGO

## VARIANTA SECUNDARĂ



Pentru că mulți s-au obișnuit cu numele Treizecizero scris desfășurat, iar domeniul web treizecizero.ro va co-exista cu 30-0.ro, nu vom renunța complet la această variantă de scriere. În mediul digital, ea va apărea la hover peste logoul în varianta sa principală. Treptat, ne așteptăm ca publicul să folosească tot mai mult scrierea 30-0.

**TREIZECIZERO**

**TREIZECIZERO**

**TREIZECIZERO**

LOGO

## VARIANTE MONOCROME

---



Atunci când policromia nu este posibilă din motive tehnice sau comerciale, folosim una dintre variantele monocrome ale logoului, prezentate în dreapta.

**30-0**

**30-0**

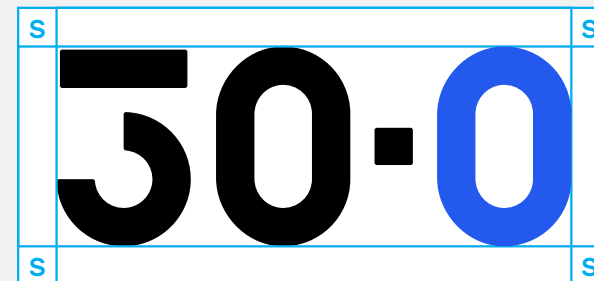
**30-0**

# LOGO

## SPAȚIUL DE SIGURANȚĂ

Logoul trebuie să „respire”. De aceea, trebuie să ne asigurăm că în jurul lui există întotdeauna un spațiu liber **minim** de forma și dimensiunile reprezentate în dreapta. Această regulă se aplică fără excepții în toate materialele în care este folosit logoul, inclusiv cele ale terților.

cum se determină  
spațiului de siguranță



exemplu  
corect



exemplu  
incorect



alt element grafic





LOGO

## DIMENSIUNEA MINIMĂ



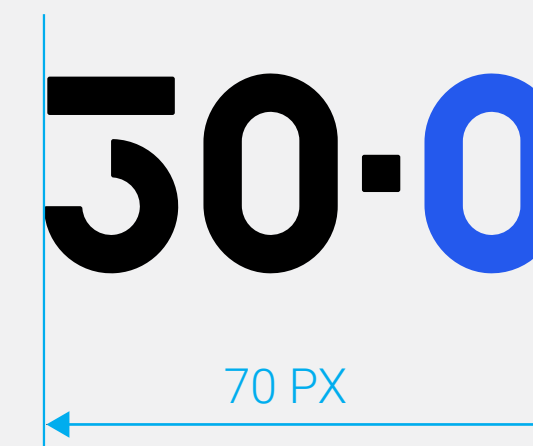
Pentru a asigura lizibilitatea logoului, nu îl folosim niciodată la dimensiuni mai mici decât cele precizate în dreapta.

Nu există dimensiuni maxime de utilizare a logoului.

PRINT



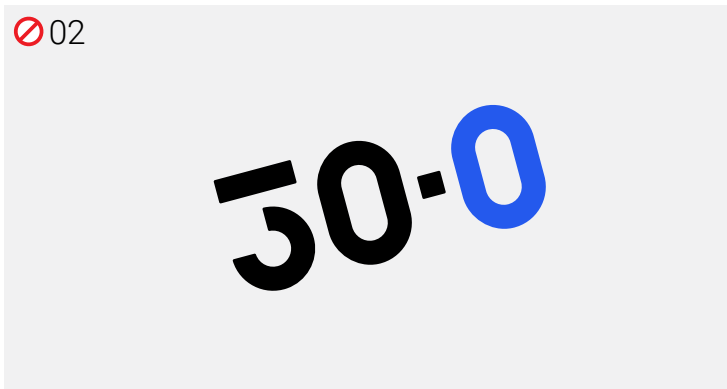
WEB



LOGO

INTERDICȚII

- 01. Nu distorsionați logoul.
- 02. Nu rotiți logoul.
- 03. Nu înlocuiți cifrele cu text.
- 04. Nu schimbați culorile.
- 05. Nu folosiți la rezoluții mici.
- 06. Nu recreați logoul cu alte fonturi.
- 07. Nu aplicați niciun fel de contur.
- 08. Nu aplicați gradienti pe logo.
- 09. Nu aplicați umbre sau alt gen de efecte.



02

**cromatică**

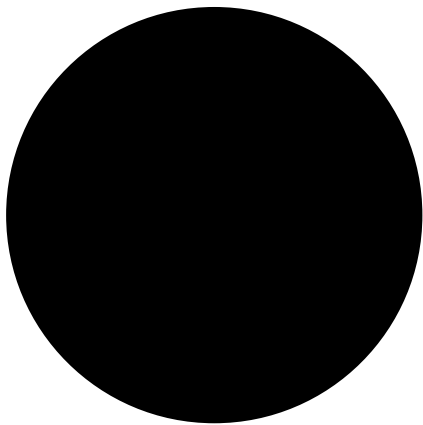
CROMATICĂ

PALETA PRINCIPALĂ

Paleta cromatică este inspirată din universul vizual al tenisului și „toarnă” energie peste curajul comunicat subtil de logo. Culorile electrice completează personalitatea brandului, vorbind despre energia și abordarea „fresh” a acestuia.

IMPORTANT

Transformarea acestor culori în modul cromatic CMYK (folosit în tipar) va afecta saturația culorilor.



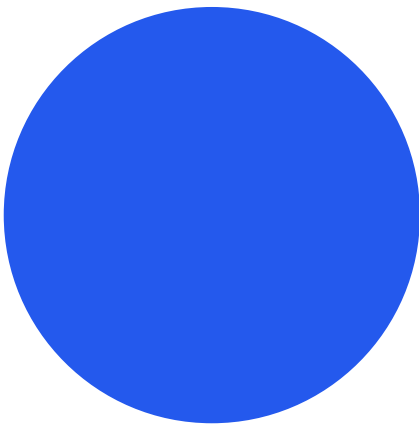
negru

C:0 M:0 Y:0 K:100

R:0 G:0 B:0

PANTONE PROCESS BLACK

HEX: 000000



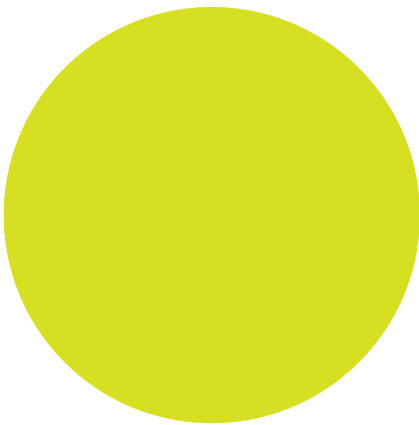
albastru

C:100 M:40 Y:0 K:0

R:36 G:89 B:237

PANTONE 2726 C

HEX: 2459ED



verde

C:20 M:0 Y:100 K:0

R:215 G:223 B:35

PANTONE 388 C

HEX: D7DF23

CROMATICĂ

PALETA SECUNDARĂ

Culorile secundare oferă flexibilitate și adaptabilitate în comunicarea vizuală. Ele sunt folosite în mediul online pentru stări diferite ale butoanelor și linkurilor, precum și pentru accente.

Ele au o pondere mică (sub 5% din suprafața colorată) și sunt folosite întotdeauna alături de cel puțin una dintre culorile principale.

#E6E7E8  
C:0 M:0 Y:0 K:20

#A6A8AB  
C:0 M:0 Y:0 K:40

#808285  
C:0 M:0 Y:0 K:60

#58595B  
C:0 M:0 Y:0 K:80

#034EA2  
C:100 M:80 Y:0 K:0

#5573E0  
C:71 M:58 Y:0 K:0

#C4C41E  
C:28 M:12 Y:100 K:0

#EFEF3A  
C:10 M:0 Y:87 K:0

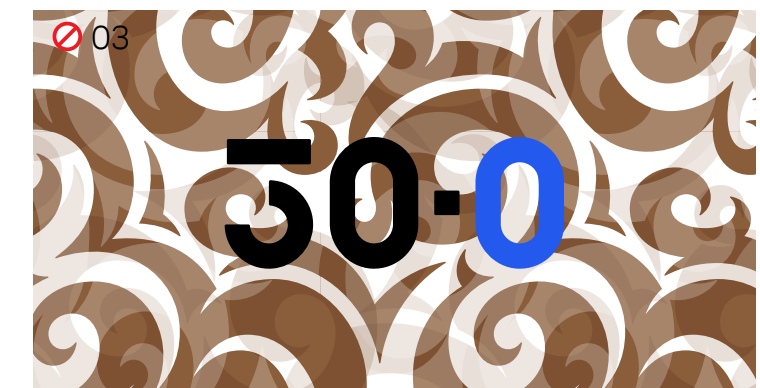
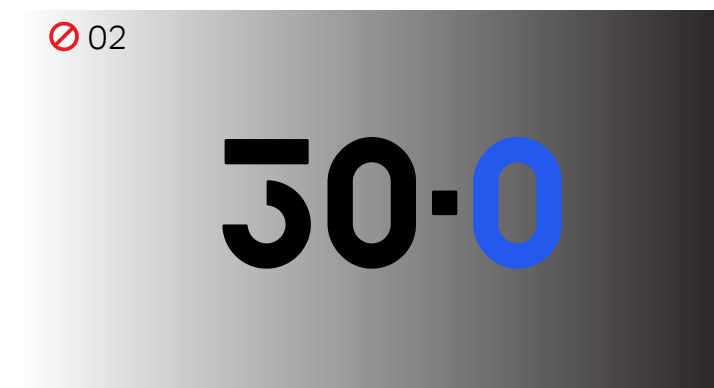
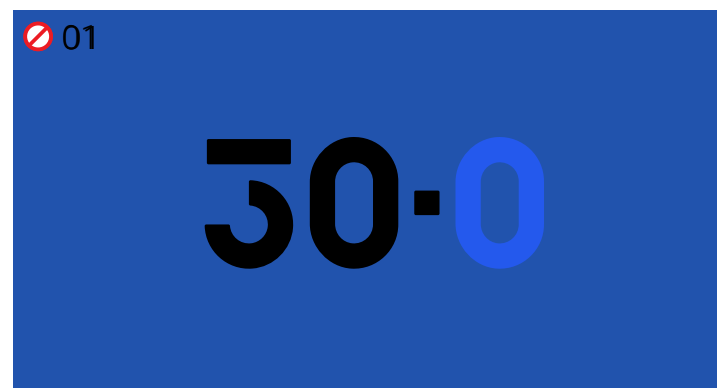
## CROMATICA RESTRICȚII

01. Nu plasați logoul pe fundaluri cu contrast slab.

02. Nu plasați logoul pe gradienti puternici.

03. Nu plasați logoul pe modele sau texturi vibrante.

04. Nu plasați logoul direct peste poza dacă vizibilitatea acestuia este afectată.



03

fonturi

FONTURI  
FAMILIA PRINCIPALĂ

---

**aktiv**  
**grotesk**

Cu un aspect geometric curat si prietenos, fontul Aktiv Grotesk este compatibil cu noul logo și asigură o lizibilitate bună în orice layout.

Este preferată alinierea la stânga a textelor și folosirea literelor mici acolo unde este posibil. Acest lucru facilitează aranjarea textului în layout.

Fontul dispune de 8 grosimi, utile pentru ierarhizarea informației. Se folosește pe toate materialele de comunicare offline si online.



FONTURI

FAMILIA SECUNDARĂ (FONT DE SISTEM)

---

**arial**

**3 grosimi**

Arial este un corp de literă disponibil din oficiu în toate sistemele moderne de operare pentru computere. El este înrudit vizual cu fontul Aktiv Grotesk.

Folosim Arial în documentele uzuale de lucru (precum cele din suita MS Office) pentru a evita orice fel de probleme la partajarea și la prelucrarea lor de către terți.

04

**stil vizual**

## STIL VIZUAL

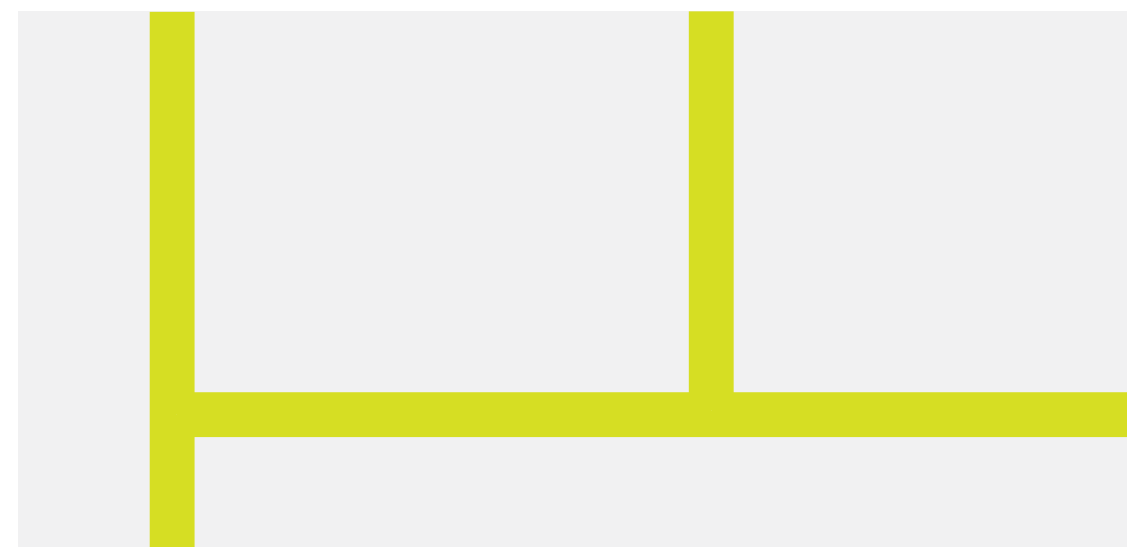
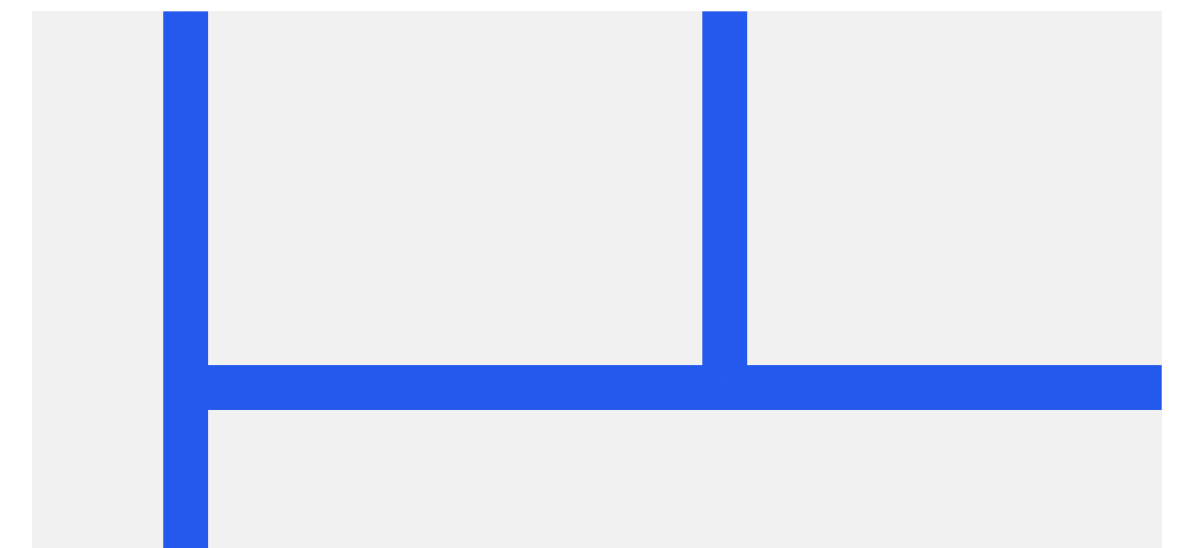
### ELEMENTE GRAFICE: TERENUL

---



Liniile terenului de tenis au un rol foarte important în identitatea vizuală 30-0. Ele sunt sugerate subtil în logo, și într-o formă amplificată în stilul vizual. Cu toate acestea, subtilitatea rămâne o componentă definitorie a stilului vizual 30-0.

Ca atare, niciodată nu vom reprezenta un teren întreg ca element grafic, ci linii sau colțuri de teren, sau cel mult o secțiune de teren (acolo unde acest lucru ne ajută la machetarea informației). Exemplele alăturate arată gradul de complexitate maxim admis al terenului, precum și schema cromatică la care se poate apela.



## STIL VIZUAL

### FOTOGRAFIA DE ARTICOL

---



Imaginile de deschidere pentru pagina principală și pagina de articol din website sunt greu de controlat (culorile, luminozitatea, compoziția lor variază). De aceea, peste aceste fotografii (cu rol de fundal pentru titlu) se aplică un filtru albastru „hard light” sau „multiply” cu transparență. Astfel, asigurăm vizibilitatea informației, dar și un stil consecvent de design. Suprafața zonei cu filtru albastru poate acoperi 100% fotografia, sau doar parțial, în funcție de cantitatea de informații ce urmează a fi inclusă. Acest tip de fotografie poate să susțină titluri, descrieri, linkuri sau butoane.

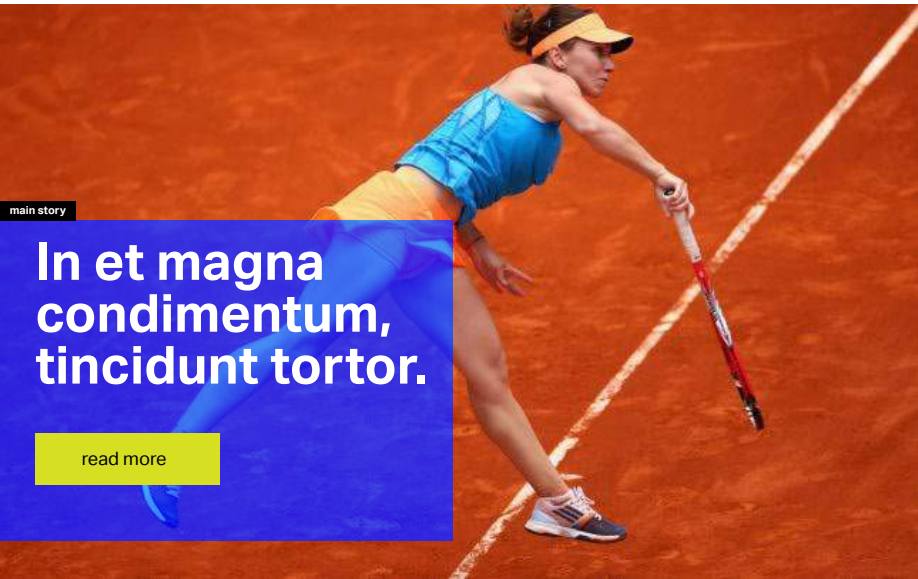




STIL VIZUAL

FOTOGRAFIA DE ARTICOL: EXEMPLE

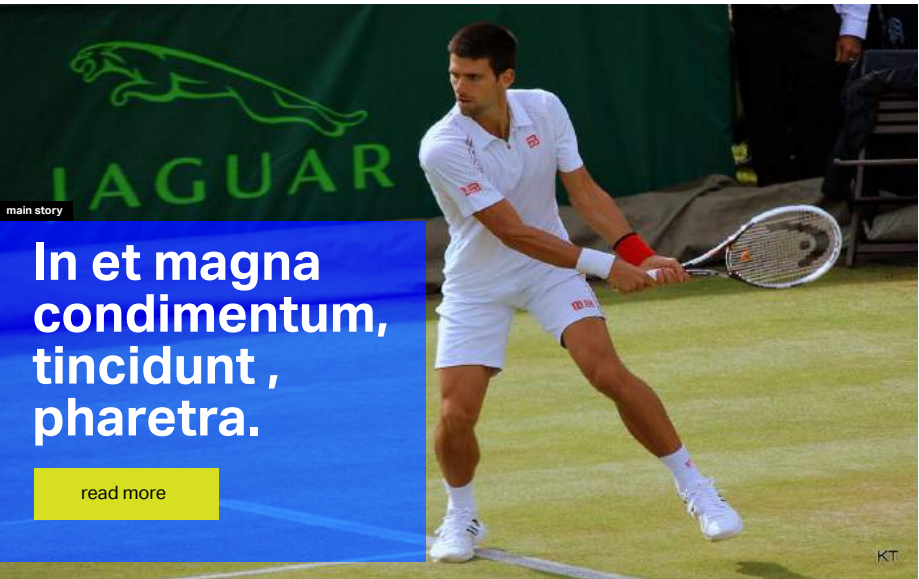
ZGURĂ



HARD



IARBĂ





## STIL VIZUAL

### FOTOGRAFIA FOLOSITĂ ÎN PROMOVARE

Imaginile folosite în comunicare trebuie să aibă contraste vibrante și culori electrice. Personajele trebuie să aibă o postură dinamică, să fie angajate într-o acțiune.

Pentru un impact vizual puternic este recomandată izolarea personajelor pe fundal alb sau colorat în paleta cromatică a brandului.



05

# exemple utilizare

## EXEMPLE UTILIZARE

### MATERIALE DE COMUNICARE CU FOTOGRAFIE

Stilul vizual 30-0 este unic prin combinarea elementelor descrise până acum: liniile terenului, personajele decupate, mereu în mișcare, filtrul colorat, aplicat cu transparență sau/și fundalurile electrice. Rezultatul final trebuie să transmită dinamică, energie și curaj.





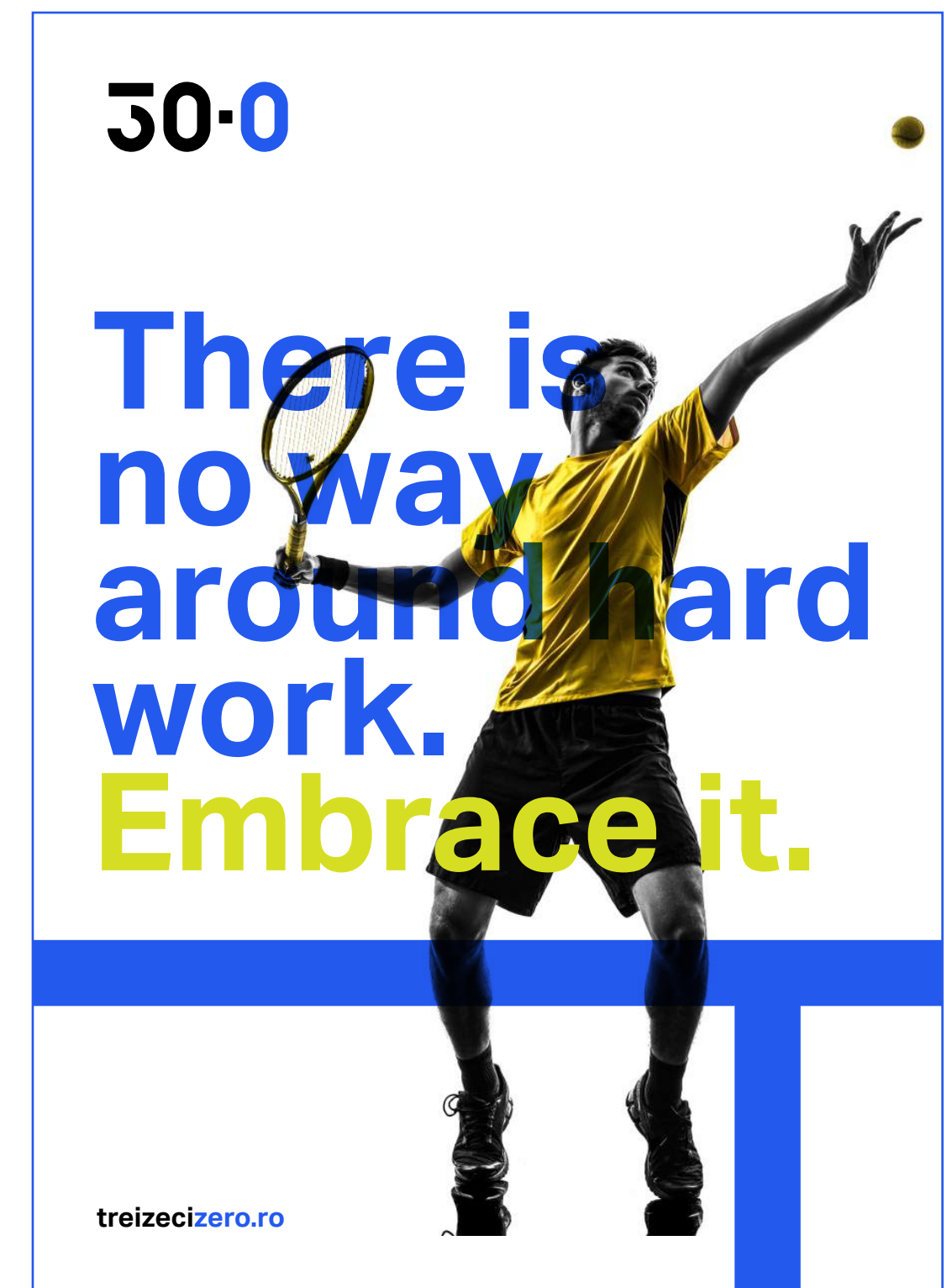
## EXEMPLE UTILIZARE

### MATERIALE DE COMUNICARE CU FOTOGRAFIE

Putem suprapune text peste personaje, asigurându-ne că lizibilitatea acestuia este optimă.

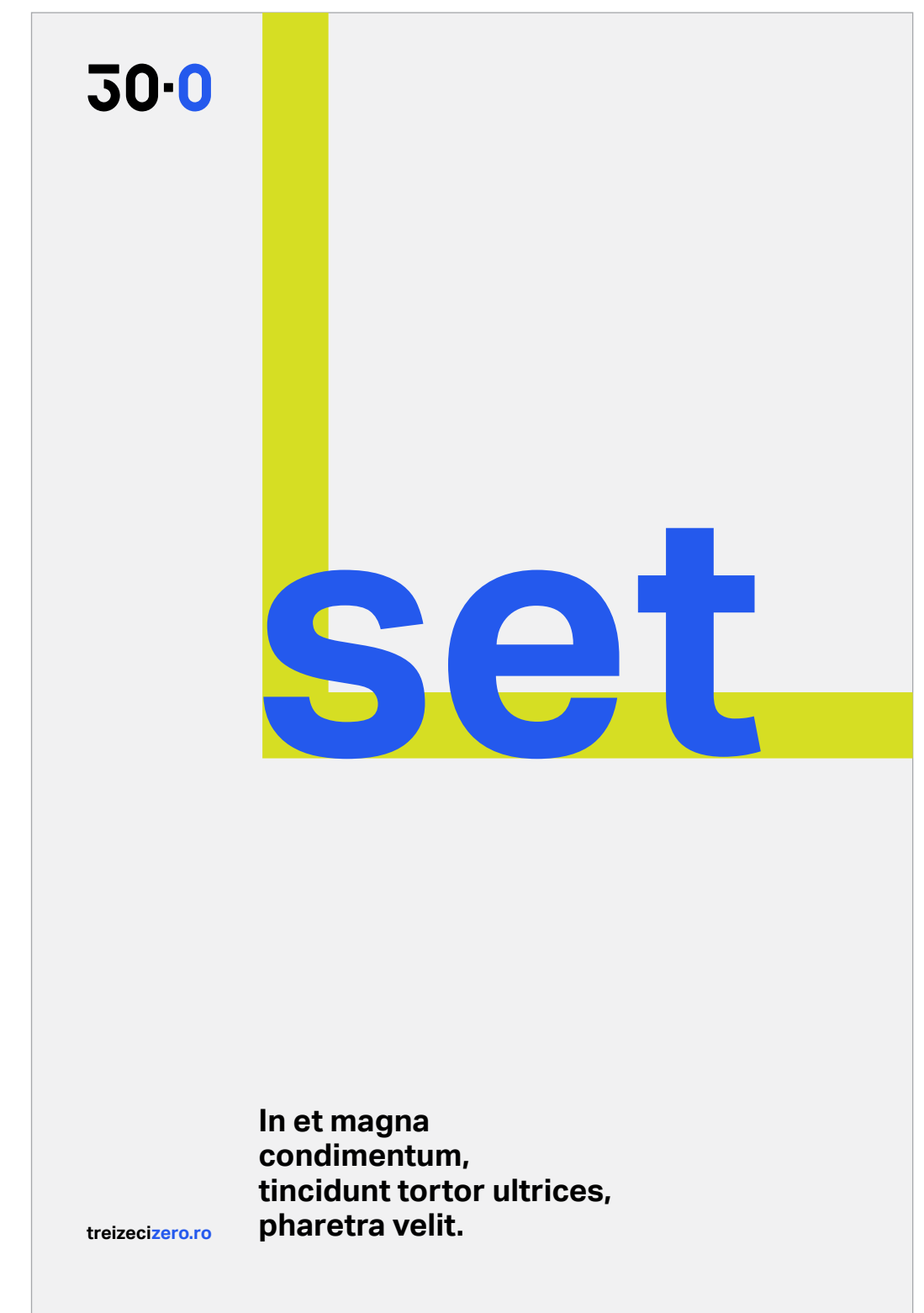
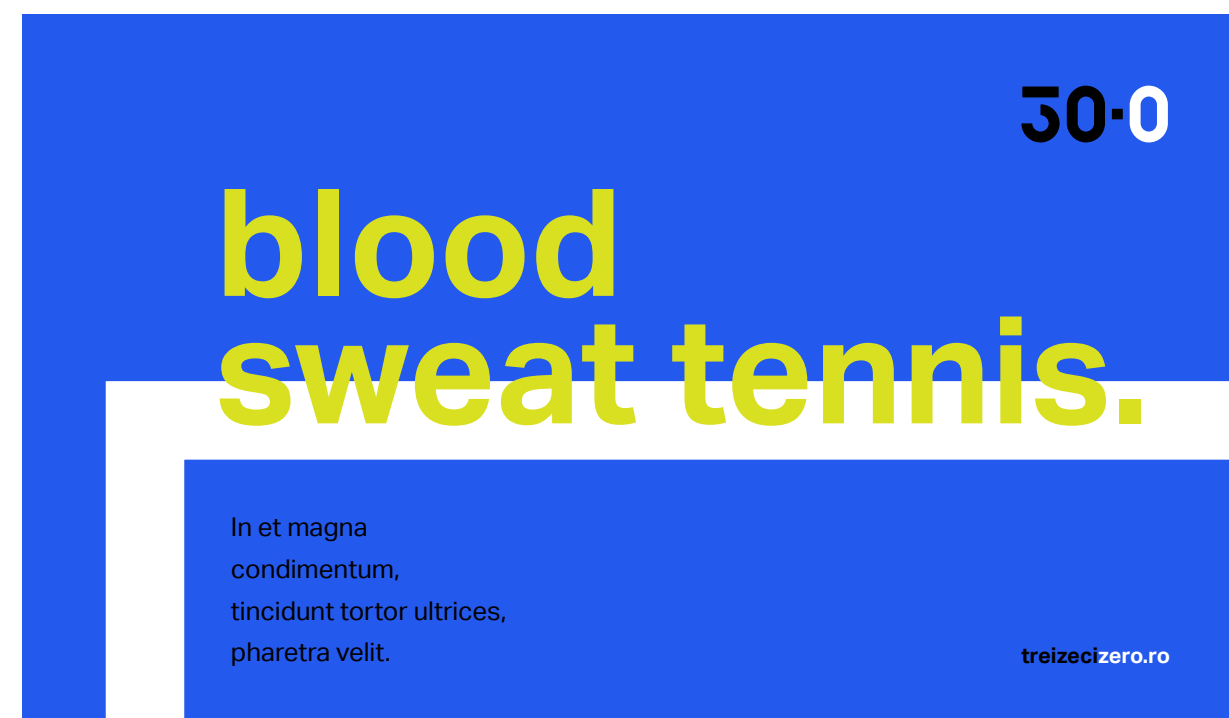
Ne putem folosi de paleta cromatică principală și secundară pentru a scoate în evidență anumite părți din mesaje.

Atunci când e utilizată, adresa de domeniu este întotdeauna poziționată în partea inferioară a layoutului și este compusă din două culori pentru a facilita citirea.



## EXEMPLE UTILIZARE MATERIALE DE COMUNICARE FĂRĂ FOTOGRAFIE

Uneori folosirea imaginilor este imposibilă sau nepotrivită. În aceste situații, creați layout-uri pe baza celorlalte elemente din stilul vizual, făcând textul eroul principal al materialului de comunicare, ca în exemplele alăturate. Atenție la alinierea textelor. Regula rămâne alinierea la stânga, dar vă puteți juca aliniind la stânga cu o literă din interiorul titlului, dacă acea literă are o semnificație (și cromatică) diferită, sau dacă acolo se împarte layout-ul cu ajutorul liniilor de teren (această abordare va transmite ideea că „ne jucăm, dar după reguli”). Titlurile mari sunt plasate pe linie, pentru a întări ideea de „joc curajos” din logo.



# match!