

MOTOR LUBLIN **KSIĘGA ZNAKU**



WSTĘP KIM JESTEŚMY?

Motor Lublin to klub piłkarski zorientowany na rozwój, nowoczesność i pionierskie rozwiązania zarówno w obszarach sportowych, jak i marketingowych.

Jesteśmy klubem ludzi odważnych i ambitnych. Dumnie reprezentujemy lubelski charakter. Nie poddajemy się w trudnych chwilach i pokonujemy przeszkody. Każdy mecz Motoru Lublin to piłkarskie święto generujące potężną dawkę emocji.

Niniejsza księga znaku porządkuje wyróżniki marki **Motor Lublin** oraz określa reguły stosowania znaku graficznego (herbu) oraz innych elementów wizualnych związanych z klubem.



SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ I: MARKA

- 1.1. Wyróżniki marki klubu 4
- 1.2. Kolorystyka marki klubu 5

ROZDZIAŁ II: ZNAK GRAFICZNY / HERB

- 2.1. Symbolika znaku 6
- 2.2. Konstrukcja znaku 7
- 2.3. Pole ochronne 8
- 2.4. Warianty monochromatyczne 9
- 2.5. Warianty achromatyczne 10
- 2.6. Przykładowa aplikacja znaku 11
- 2.7. Przykłady błędnego stosowania 12

ROZDZIAŁ III: TYPOGRAFIA

- 3.1. Fonty w materiałach CI 13
- 3.2. Logotyp z nazwą klubu 14

15

16

17



ROZDZIAŁ I **WYRÓŻNIKI MARKI** **KLUBU**

1.1. WYRÓŻNIKI MARKI MOTOR LUBLIN



MIASTO

Największe miasto na wschodzie Polski,
8. pod względem liczby ludności w kraju;

Ośrodek studencki i kulturalny;

W herbie miasta widnieje srebrny kozioł
wspinający się na krzak winorośli (sym-
bol płodności ziemi).

Motor.

NAZWA

Przyjęta w 1957 roku;

Wywodzi się od zakładowego rodowowo-
du klubu, który sięga 1950 roku i patro-
natu Fabryki Samochodów Ciężarowych
w Lublinie;

Od 1957 do 1998 roku pełna nazwa brzmia-
ła Robotniczy Klub Sportowy „Motor”.



BARWY

Nawiązują do żółto-biało-niebieskich
barw Zrzeszenia Sportowego „Stal”,
w ramach którego w 1950 r. powstał ze-
spół będący protoplastą Motoru.



ZNAK GRAFICZNY / HERB

Unikalny znak klubu z charakterystyczną
tarczą w kształcie inicjału „M” oraz wize-
runkiem koziołka, który nawiązuje do her-
bu miasta oraz logo FSC Lublin.

1.2. KOLORYSTYKA MARKI MOTOR LUBLIN

Podstawowym atrybutem marki klubu sportowego są jego statutowe barwy.

Identyfikacja wizualna Motoru Lublin została opracowana w dwóch podstawowych kolorach: żółtym i niebieskim. Biel powinna być stosowana jako akcenty.

Paleta kolorystyczna może być rozszerzona o ciemniejsze odcienie koloru niebieskiego (granatowy) i żółtego (złoty).

Wszystkie kolory zostały zdefiniowane w najpopularniejszych systemach barw: RGB do stosowania na nośnikach elektronicznych oraz Pantone Matching System Coated i CMYK dla poligraficznej reprodukcji.

Należy pamiętać, że jaskrawe, intensywne odcienie kolorów w druku są możliwe do uzyskania jedynie w systemie Pantone. Kolory CMYK nie dają możliwości reprodukcji w jaskrawej postaci.

Pantone 396 C
CMYK 12-0-93-0
RGB 238-228-0
#eee400

Pantone 11-0601 TPG
CMYK 0-0-0-0
RGB 255-255-255
#ffffff

Pantone 286 C
CMYK 94-76-0-0
RGB 42-73-153
#2a4999

KOLORYSTYKA PODSTAWOWA
 [barwy klubu]

Pantone 871 C
CMYK 0-30-70-20
RGB 212-162-81
#d4a251

Pantone Cool Gray 1 C
CMYK 0-0-0-10
RGB 217-217-217
#d9d9d9

Pantone 287 C
CMYK 100-64-0-44
RGB 0-58-111
#003a6f

KOLORYSTYKA DODATKOWA
 [odcienie barw klubu]



ROZDZIAŁ II

ZNAK GRAFICZNY / HERB

2.1. SYMBOLIKA ZNAKU

Znak graficzny Motoru Lublin, zwany herbem lub emblematem, to główny wyróżnik graficzny marki klubu.

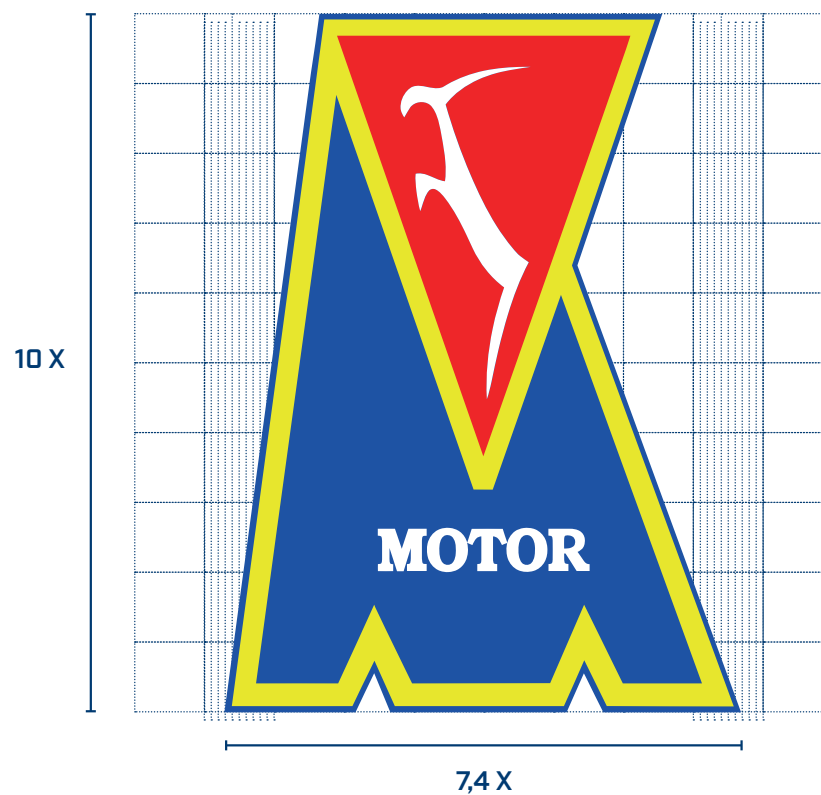
Znak zbudowany jest z trzech elementów, które tworzą unikalną kompozycję:

- > charakterystycznej tarczy w kształcie inicjału „M”;
- > stylizowanego wizerunku koziołka nawiązującego do herbu miasta oraz dawnego znaku FSC Lublin.
- > nazwy „Motor” wpisanej w tarczę.



2.2. KONSTRUKCJA ZNAKU

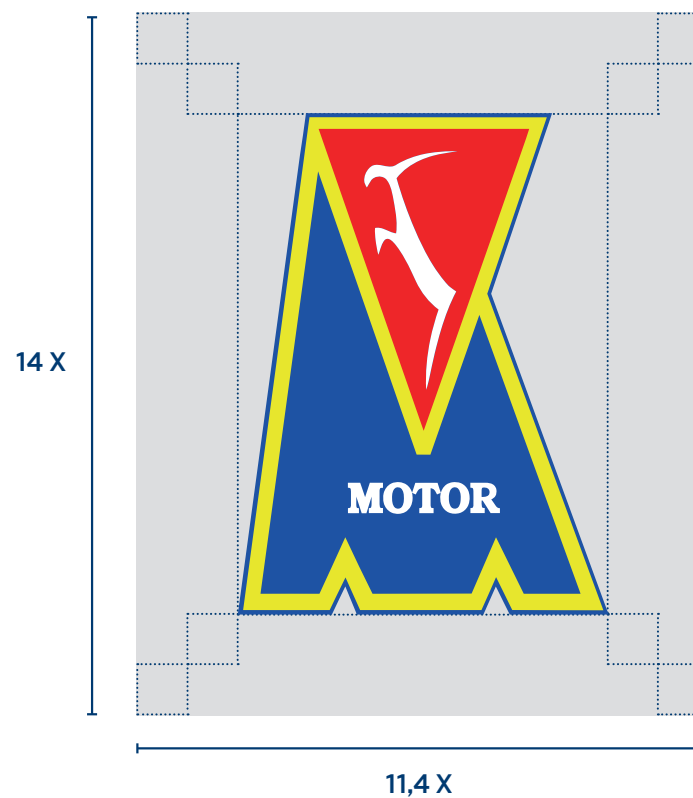
Proporcje znaku Motoru Lublin zostały ustalone na siatce modułowej i wynoszą 7,4 modułów „X” w podstawie do 10 „X” wysokości.



2.3. POLE OCHRONNE ZNAKU

Pole ochronne znaku to obszar, w którym nie powinny znaleźć się żadne absorbujące elementy graficzne ani tekstowe.

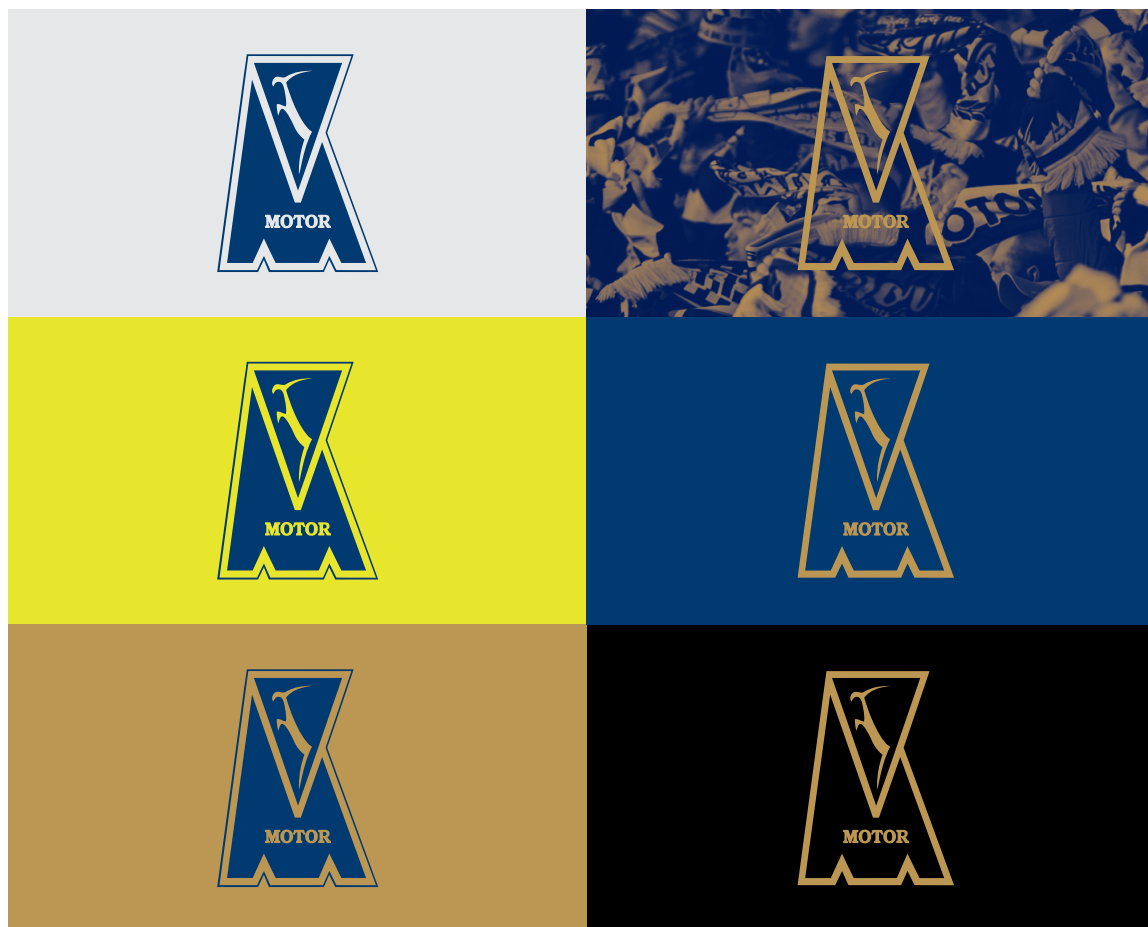
Dla znaku Motoru Lublin jest to obszar większy o 40% w pionie i poziomie, czyli stanowi dwukrotność modułu „X” z każdej strony herbu.



2.4. WARIANTY MONOCHROMATYCZNE

Dopuszcza się stosowanie znaku w wariantach jednokolorowych: żółtym, niebieskim, złotym lub granatowym na tłach zdefiniowanych w niniejszej księdze znaku.

Tła w innych kolorach wymagają zastosowania wariantu archomatycznego lub inwersji.

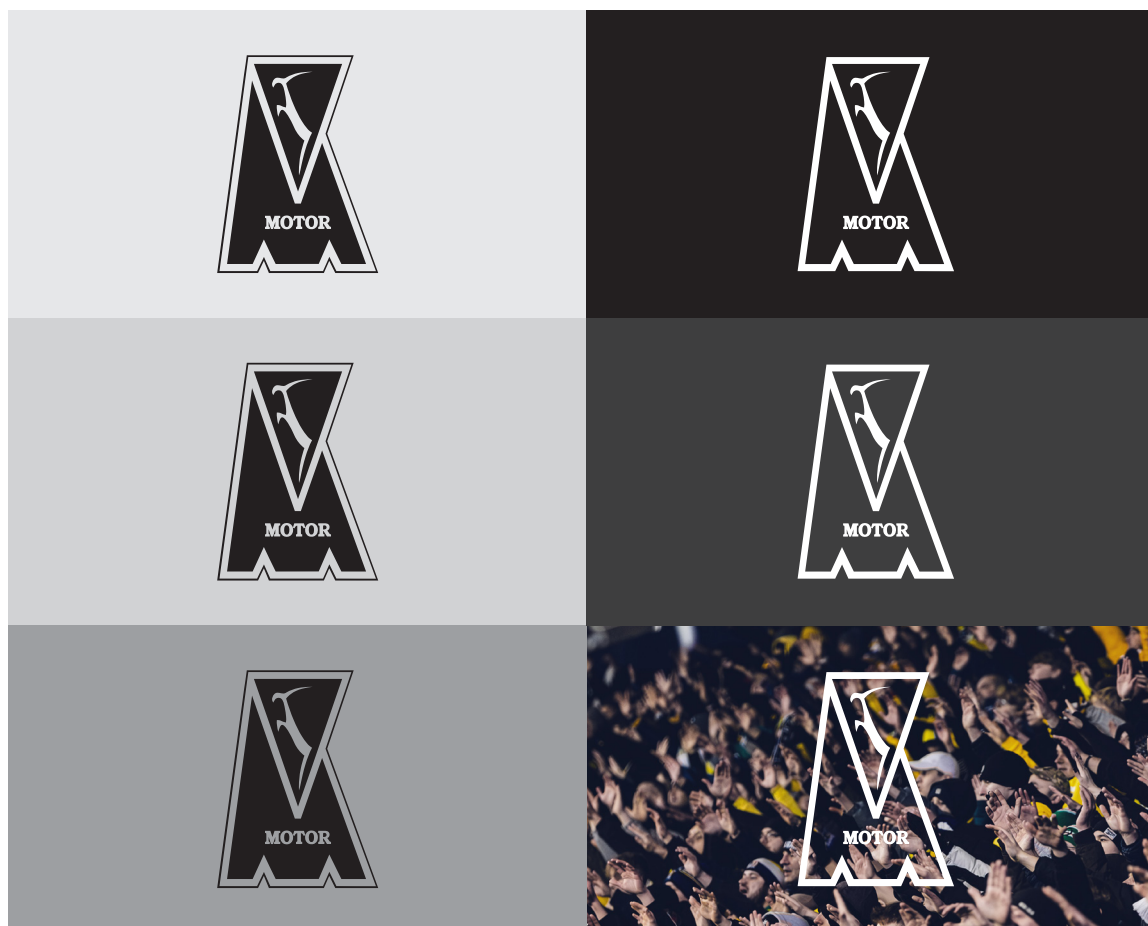


2.5. WARIANTY ACHROMATYCZNE

W sytuacjach, gdy niemożliwa jest wielobarwna reprodukcja znaku, należy stosować wariant achromatyczny lub inwersję.

Inwersja powinna być używana jako znaki wodne na zdjęciach, ale także do uzyskania specjalnych efektów drukarskich, grawerowania, tłoczenia itp.

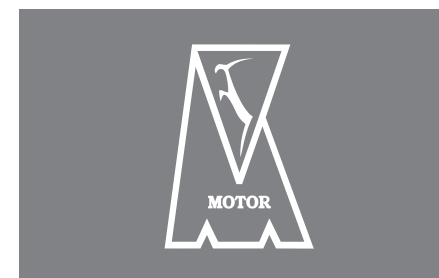
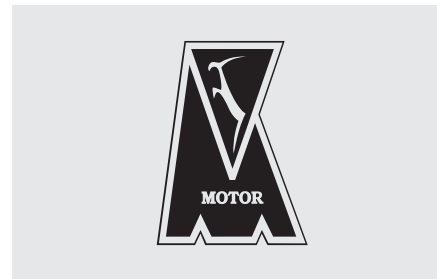
Zawsze należy zwracać uwagę, by znak achromatyczny lub inwersja był odpowiednio skontrastowany z tłem. Na tincie 50% lub wyższej powinna być stosowana inwersja.



2.6. PRZYKŁADOWA APLIKACJA ZNAKU

Przykłady poprawnej aplikacji logo na różnych tłach.

Wersja kolorowa powinna być stosowana na wszelkich wielobarwnych materiałach. W przypadku tła o skomplikowanej kolorystyce, fotografii, stosować znak z tarczą ochronną lub inwersję.



wersja kolorowa



wersja achromatyczna

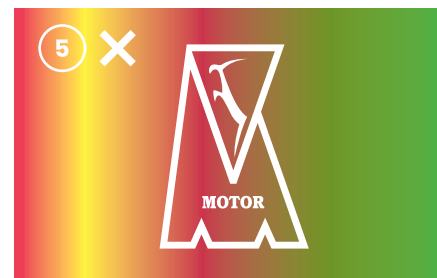
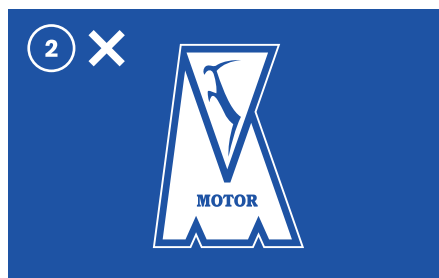
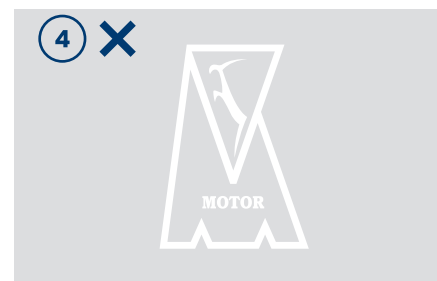


inwersja

2.7. BŁĘDNE STOSOWANIE

Przykłady nieprawidłowego stosowania znaku:

1. Nieproporcjonalne skalowanie (znak spłaszczony);
2. Wersja niedopasowana do tła;
3. Zmiana kolorów logo;
4. Inwersja na jasnym tle (mniej niż 50% czerni);
5. Zbyt pstrokate tło;
6. Zmiana proporcji elementów znaku;
7. Wersja mono jako watermark;
8. Zmiana liternictwa jest niedopuszczalna;
9. Obrót znaku jest niedopuszczalny.





ROZDZIAŁ III

TYPOGRAFIA

3.1. FONTY W MATERIAŁACH CI

Materiały identyfikacji wizualnej powinny być składane fontami z rodziny **KOMU A** (dla tytułów i nagłówek) oraz **Industry** dla dłuższych tekstów.

KOMU A, 12 PT

AAAABBBCCĆDDEEEFFGGHH IJJKKLLŁMMN-
NŃŃŌŌÓŌPP QRRSSŚSTTUUVWV
XXYYZZŻŻŻ1234567890
!@#%&*[]-_=+

Industry Book, 12 pt

AaAąBbCcĆćDdEeEęFfGg-
Hh IiJjKkLlŁłMmNnŃńŌŏÓóPp
QqRrSsŚśTtUuWwVv
XxYyZzŻżŻż1234567890
!@#%&^*[]-_=+

Font dodatkowy

Gdy nie ma możliwości zastosowania fontu Industry w materiałach powinien być zastąpiony krojem Exo 2.

Exo 2.0 Bold 12 pt

AaAąBbCcĆćDdEeEęFf
GgHhIiJjKkLlŁłMmN-
nŃńŌŏÓóPpQqRrSsŚśTt
UuWwVvXxYyZzŻżŻ
1234567890!@#%&^*[]-_=+

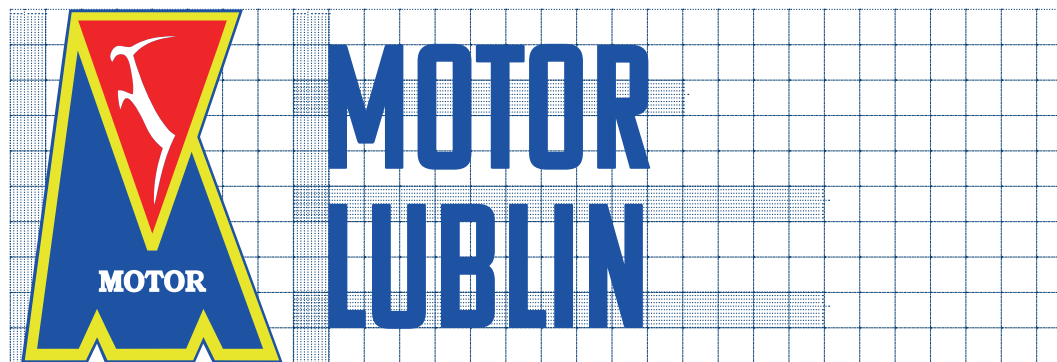
Exo 2.0 Light 12 pt

AaAąBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKk
LlŁłMmNnŃńŌŏÓóPpQqRrSsŚśTt
UuWwVvXxYyZzŻżŻż1234567890
!@#%&^*[]-_=+

3.2. LOGOTYP Z NAZWĄ KLUBU

Nazwa klubu na nośnikach marketingowych powinna być składana jednolitym fontem **KOMU A**.

Proporcje nazwy w formie logotypu i znaku (herbu) zostały ustalone na siatce graficznej.



WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE

© 2025/03

