



NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ
2007/2008

WSTĘP

1. ZNAK MARKI
2. ZNAKI PROGRAMÓW
3. HASŁA PROMOCYJNE
4. DRUKI FIRMOWE
5. MATERIAŁY PROMOCYJNE

WSTĘP

Księga identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności jest załącznikiem nr 1 do *Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach NSS na lata 2007-2013*. Obejmuje ona wszelkie działania informacyjne, promocyjne i edukacyjne prowadzone w ramach:

- Narodowej Strategii Spójności,
- Krajowych programów operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka, Kapitał Ludzki, Infrastruktura i Środowisko, Rozwój Polski Wschodniej, Pomoc Techniczna,
- Regionalnych programów operacyjnych dla województw: dolnośląskiego, kujawsko-pomorskiego, lubelskiego, lubuskiego, łódzkiego, małopolskiego, mazowieckiego, opolskiego, podkarpackiego, podlaskiego, pomorskiego, śląskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego, wielkopolskiego oraz zachodniopomorskiego.

Rozdziały 1 oraz 2 *Księgi identyfikacji wizualnej* mają charakter obowiązkowy, natomiast części 3, 4 oraz 5 charakter poglądowy. Przykłady zawarte w rozdziałach 4 i 5 stanowią wyłącznie propozycje zastosowania znaku w przypadku wybranych działań i materiałów informacyjnych, promocyjnych oraz szkoleniowych.

1. ZNAK MARKI

- 1.01 znak graficzny
- 1.02 forma podstawowa
- 1.03 formy uzupełniające
- 1.04 forma podstawowa i formy uzupełniające w wersji angielskiej
- 1.05 budowa i proporcje
- 1.06 znak graficzny na siatce modułowej
- 1.07 pole podstawowe i pole ochronne
- 1.08 warianty achromatyczne
- 1.09 warianty monochromatyczne
- 1.10 kolorystyka podstawowa
- 1.11 kolorystyka uzupełniająca
- 1.12 tła znaku marki
- 1.13 typografia podstawowa

Znak graficzny jest zbudowany z układu połączonych gwiazd na tle trapezu. Symbolika gwiazd nawiązuje do flagi Unii Europejskiej poprzez kolor jednej z gwiazd, jak również niebieski kolor tła. Nawiązuje również do symboliki flagi Polski – kolory pozostałych dwóch gwiazd.

W sposób symboliczny komunikuje o przepływie funduszy europejskich. Kierunek zachód – wschód został uzyskany poprzez nadanie dynamiki gwiazdom.

Cała forma znaku graficznego tworzy złudzenie przestrzeni dzięki następującym zabiegom graficznym:

- nadanie efektu trójwymiarowości poszczególnym gwiazdom
- wprowadzenie cienia rzuconego
- nadanie perspektywy prostokątnemu tłu
- „schowanie” fragmentu czerwonej gwiazdy w obrębie prawego boku trapezu oraz wprowadzenie na jej powierzchni cienia rzuconego przez trapez.

Niebieskie tło symbolizuje okno z widokiem na niebo, tworzy kadr przestrzeni, świata, w który lecą, wchodzą połączone gwiazdy.

Połączenie gwiazd oraz ich symbolika poprzez kolor mówią nam o wspólnocie UE, jej trwałości i sile.

Charakter graficzny gwiazd nasuwa skojarzenia z postaciami ludzi, wprowadzając tym samym w symbolikę aspekt ludzki. Mówi o zjawisku synergii, czyli kooperacji (współpracy) różnych czynników, której efekt jest większy niż suma ich oddzielnego działania.

Znak graficzny koresponduje z ideą przewodnią marki – „Napęd twórczych przemian”. W swoim przekazie niesie podstawowe atrybuty przedsięwzięcia – dynamikę, twórczość oraz nakierowanie na przyszłość.



znak graficzny

Forma podstawowa znaku marki jest zbudowana z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach. Możliwe jest stosowanie znaku graficznego bez logotypu.



znak graficzny

**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**

logotyp

Formy uzupełniające znaku marki są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
dla rozwoju Polski



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**
dla rozwoju Polski



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**
2007 – 2013

UWAGA!

Wersje znaku przedstawione poniżej
można stosować wyłącznie
w wyjątkowych sytuacjach.



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**
2007 – 2013

Forma podstawowa i formy uzupełniające znaku marki są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



**NATIONAL
COHESION STRATEGY**

forma podstawowa



NATIONAL COHESION STRATEGY



NATIONAL COHESION STRATEGY
for Poland's development



**NATIONAL
COHESION STRATEGY**
for Poland's development



**NATIONAL
COHESION STRATEGY**
2007 – 2013

formy uzupełniające

Moduł konstrukcyjny
– kwadrat o boku równym
1/8 wysokości znaku graficznego.

Na karcie przedstawiono sposób konstrukcji znaku marki bazujący na zależnościach wielkościowych wynikających z wysokości znaku graficznego.

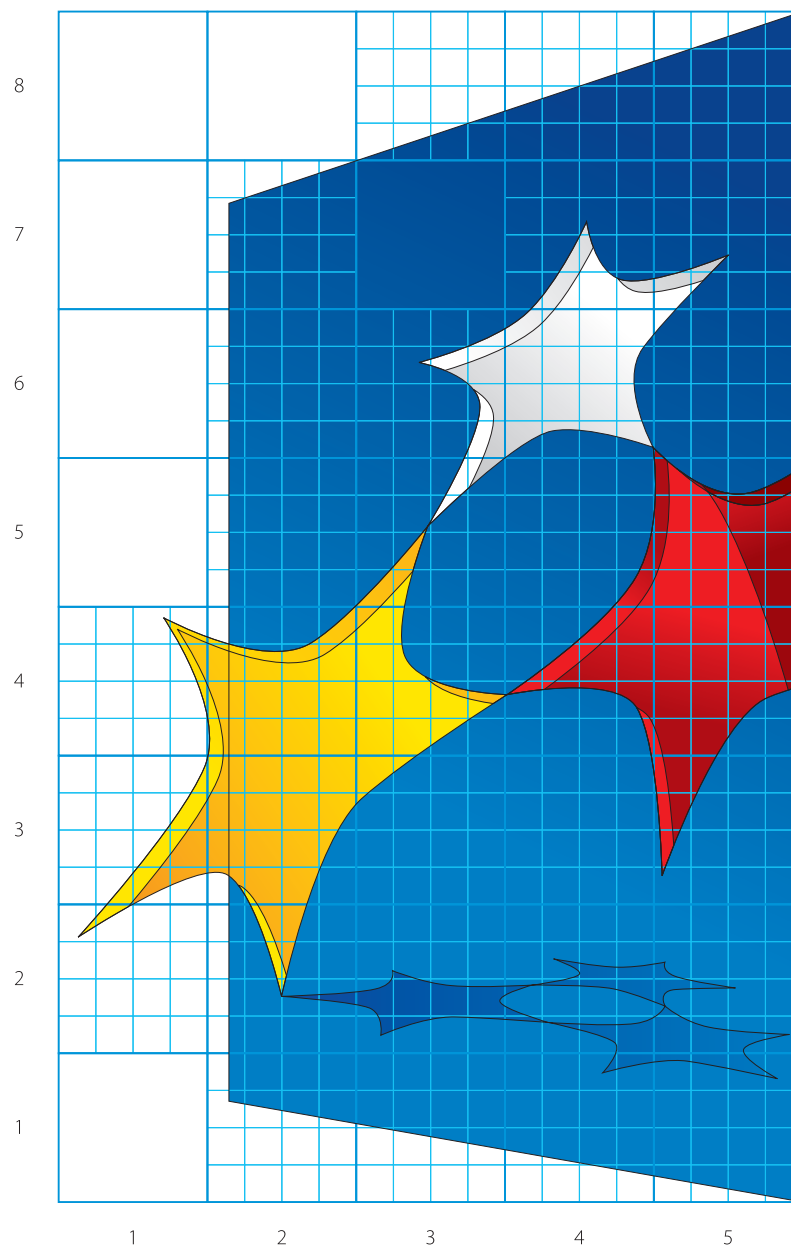


forma podstawowa



forma uzupełniająca

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie znaku graficznego. Stosowana jest w przypadku odwzorowania znaku marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe. Modułem konstrukcyjnym jest kwadrat o boku równym 1/8 wysokości znaku graficznego.



znak graficzny na siatce modułowej

Moduł konstrukcyjny
– kwadrat o boku równym
1/4 wysokości znaku graficznego.

Pole podstawowe definiuje minimalny zamknięty obszar wokół znaku,
w którym znak może być użyty.
Pole ochronne definiuje obszar wokół znaku, w którym obca forma graficzna
jak i tekstowa nie powinna być zamieszczana.



zasada konstrukcji pola podstawowego znaku marki



zasada konstrukcji pola ochronnego znaku marki

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

Poniższe warianty znaku mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji instytucji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek itp.). Na stronie przedstawiono warianty znaku w odcieniach szarości oraz warianty achromatyczne.



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**

wariant w odcieniach szarości



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**



wariant achromatyczny – czarny
(pozytyw / negatyw)

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

Poniższe warianty znaku mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji instytucji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, itp.).



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**



wariant monochromatyczny – niebieski
(pozytyw / negatyw)



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**

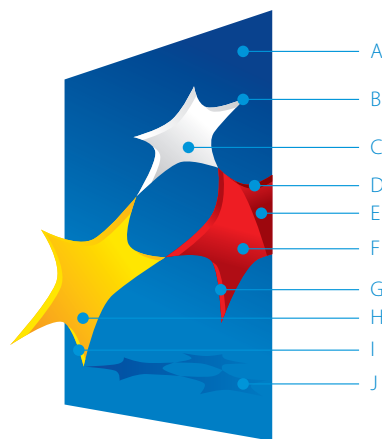


wariant monochromatyczny – szary
(pozytyw / negatyw)

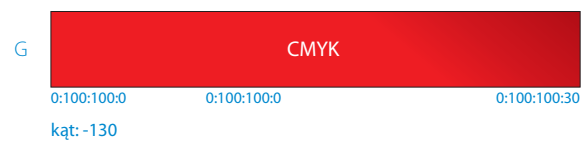
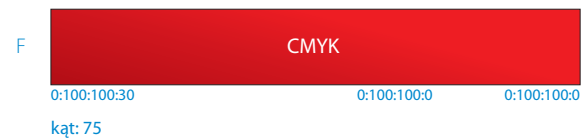
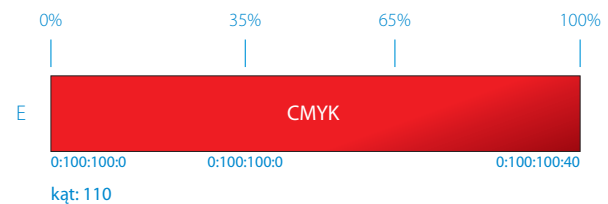
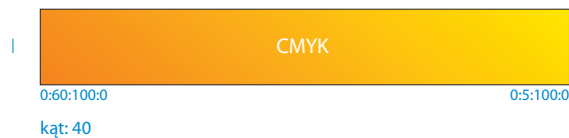
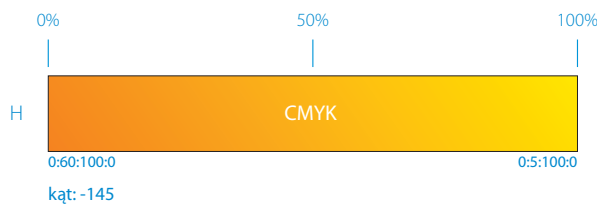
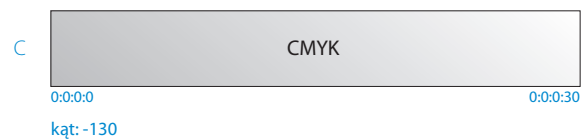
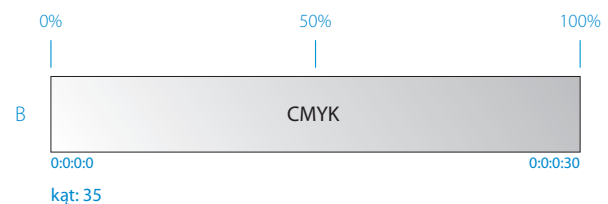
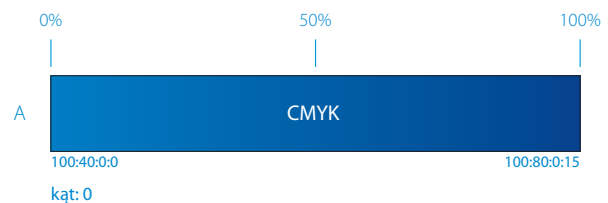
UWAGA!

Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym. Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.

Kolorystyka znaku jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania marki. Kolory znaku oraz elementów systemu identyfikacji powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów określonych w CMYK, niezależnie od techniki reprodukcji. Poniżej przedstawiono parametry poszczególnych elementów sygnetu. Wykorzystano w nich efekt gradientu typu liniowego.



znak graficzny – CMYK



budowa gradientu znaku graficznego – CMYK

UWAGA!

Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym. Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.

* – Odpowiednio ciemniejszy kolor w przypadku podkreślenia trójwymiarowości gwiazd oraz rzucanego przez nie cienia.

Na stronie przedstawiono parametry kolorystyczne znaku marki w zależności od wybranej techniki reprodukcji. W przypadku druku w systemie PANTONE wykorzystujemy 3 kolory PANTONE – niebieski, czerwony i żółty oraz zakładamy raster z overprintem z kolorów CMYK – black i magenta. Zaleca się druk bezpośrednio na folii.



znak graficzny – PANTONE



znak graficzny – uproszczony (folie, pleksi)

Technika reprodukcji / kolor	PANTONE C / U	REPSOL GLASS	RAL	Folia 3M (100)	Folia ORACAL
NIEBIESKI	2935 C / U	2670 / * 2840	5005 / * 5003	100-002 / * 100-003	057 / * 067
CZERWONY	185 C / U	1510 / * 1760	3020 / * 3001	100-466 / * 100-23	032 / * 030
ŻÓŁTY	116 C / U	3520 / * 3610	1028 / * 1007	100-25 / * 100-381	021 / * 020
BIAŁY	Trans. White C / U	0900 / * 7560	9016 / * 7047	100-10 / * 100-384	010 / * 072
CZARNY	Process Black C / U	7990	9005	100-12	070

tabela kolorów dla technik drukarskich oraz innych technik reprodukcji

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

Strona ilustruje podstawowe wersje kolorystyczne tła jednorodnych, na jakich można stosować znak. Dopuszcza się stosowanie znaku na tłach innego koloru. Dla znaków PO/RPO wskazanym tłem są kolory przyporządkowane każdemu z PO/RPO.



tło białe



tło niebieskie



tło czarne



tło srebrne

Liternictwo logotypu bazuje na fontach z rodziny The Mix CE.
Podstawowymi fontami w komunikacji marki jest zamiennik systemowy Arial CE.
Przy tworzeniu przekazu należy dbać o jego czytelność. Hasło powinno być pisane zdecydowanie większym krojem niż pozostałe bloki tekstowe.

The Mix Semi Bold CE Plain – logotyp

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Arial CE Bold

AĄBCĆDEEFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXZZŹ
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzź
0123456789

2. ZNAKI PROGRAMÓW

- 2.01 formy podstawowe
- 2.02-03 formy uzupełniające
- 2.04 formy podstawowe w wersji angielskiej
- 2.05-06 formy uzupełniające w wersji angielskiej
- 2.07 pole podstawowe i pole ochronne
- 2.08 warianty achromatyczne
- 2.09 warianty monochromatyczne
- 2.10 tła znaków programów
- 2.11 warianty monochromatyczne na tłach programów
- 2.12 kolory programów
- 2.13-16 zestawienia znaków

Formy podstawowe znaków programów są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



POMOC TECHNICZNA

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



KAPITAŁ LUDZKI

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



INNOWACYJNA GOSPODARKA

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



PROGRAM REGIONALNY

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



PROGRAMY REGIONALNE

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UWAGA!

Znaki Pomoc Techniczna i Kapitał Ludzki w formie uzupełniającej są takie same jak przedstawione na karcie 2.01.

Formy uzupełniające znaków programów są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



INNOWACYJNA GOSPODARKA

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



PROGRAM REGIONALNY

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



PROGRAMY REGIONALNE

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UWAGA!

Wersje znaku przedstawione na karcie można stosować wyłącznie w wyjątkowych sytuacjach.

Formy uzupełniające znaków programów są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



**POMOC
TECHNICZNA**



KAPITAŁ LUDZKI



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**



**INFRASTRUKTURA
I ŚRODOWISKO**



**PROGRAM
REGIONALNY**



**PROGRAMY
REGIONALNE**

Formy podstawowe znaków programów są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



TECHNICAL ASSISTANCE

NATIONAL COHESION STRATEGY



HUMAN CAPITAL

NATIONAL COHESION STRATEGY



INNOVATIVE ECONOMY

NATIONAL COHESION STRATEGY



DEVELOPMENT OF EASTERN POLAND

NATIONAL COHESION STRATEGY



INFRASTRUCTURE AND ENVIRONMENT

NATIONAL COHESION STRATEGY



REGIONAL PROGRAMME

NATIONAL COHESION STRATEGY



REGIONAL PROGRAMMES

NATIONAL COHESION STRATEGY

UWAGA!

Znaki Technical Assistance (Pomoc Techniczna) i Human Capital (Kapitał Ludzki) w formie uzupełniającej są takie same jak przedstawione na karcie 2.04.

Formy uzupełniające znaków programów są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



INNOVATIVE ECONOMY

NATIONAL COHESION STRATEGY



DEVELOPMENT OF EASTERN POLAND

NATIONAL COHESION STRATEGY



INFRASTRUCTURE AND ENVIRONMENT

NATIONAL COHESION STRATEGY



REGIONAL PROGRAMME

NATIONAL COHESION STRATEGY



REGIONAL PROGRAMMES

NATIONAL COHESION STRATEGY

UWAGA!

Wersje znaku przedstawione na karcie można stosować wyłącznie w wyjątkowych sytuacjach.

Formy uzupełniające znaków programów są zbudowane z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.



**TECHNICAL
ASSISTANCE**



HUMAN CAPITAL



**INNOVATIVE
ECONOMY**



**DEVELOPMENT
OF EASTERN POLAND**



**INFRASTRUCTURE
AND ENVIRONMENT**



**REGIONAL
PROGRAMME**



**REGIONAL
PROGRAMMES**

UWAGA!

Zasada konstrukcji pola podstawowego i pola ochronnego znaku jest jednakowa dla wszystkich znaków programów.

Na karcie przedstawiono zasadę konstrukcji na wybranym przykładzie.

Moduł konstrukcyjny

– kwadrat o boku równym

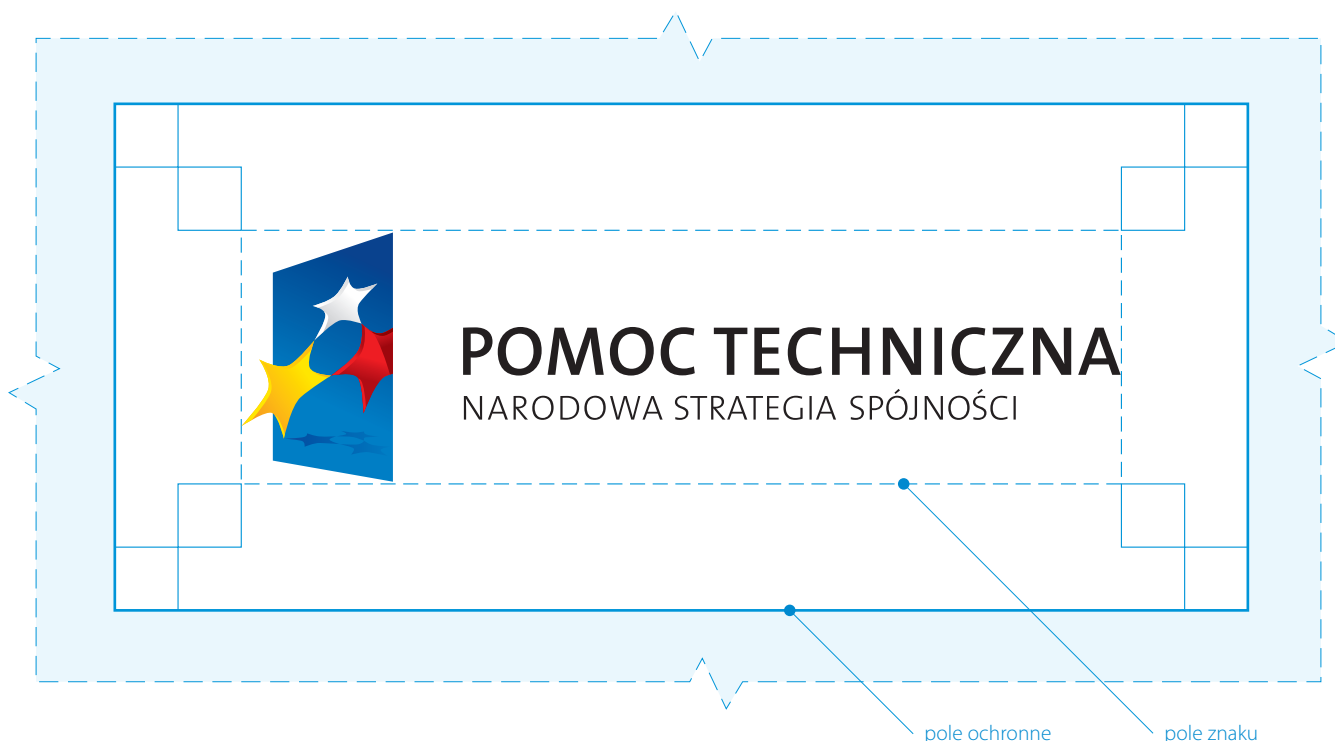
1/4 wysokości znaku graficznego.

Pole podstawowe definiuje minimalny zamknięty obszar wokół znaku, w którym znak może być użyty.

Pole ochronne definiuje obszar wokół znaku, w którym nie powinna być zamieszczana obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa.



zasada konstrukcji pola podstawowego znaku marki



zasada konstrukcji pola ochronnego znaku marki

UWAGA!

Zasada tworzenia wariantów achromatycznych jest jednakowa dla wszystkich znaków programów.

Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia wariantów achromatycznych na wybranym przykładzie.

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

Poniższe warianty znaku mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji instytucji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek itp.). Na stronie przedstawiono warianty znaku w odcieniach szarości oraz warianty achromatyczne.



POMOC TECHNICZNA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

wariant w odcieniach szarości



POMOC TECHNICZNA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



wariant achromatyczny – czarny
(pozytyw / negatyw)

UWAGA!

Zasada tworzenia wariantów achromatycznych jest jednakowa dla wszystkich znaków programów.

Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia wariantów achromatycznych na wybranym przykładzie.

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

Poniższe warianty znaku mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji instytucji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek itp.). System Identyfikacji Wizualnej dopuszcza stosowanie znaku w wariantach jednobarwnych – monochromatycznych, ale tylko w obrębie przedstawionej w manualu kolorystyki.



POMOC TECHNICZNA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



wariant monochromatyczny – szary
(pozytyw / negatyw)

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

* – Należy stosować kolor danego programu określony w manualu.

Strona ilustruje dopuszczalne wersje kolorystyczne tła jednorodnych, na jakich można stosować znaki. Podstawowym tłem jest tło w kolorze białym. Dopuszcza się aplikację znaku na tle kolorowym, czarnym oraz srebrnym.



tło białe



tło kolorowe*



tło czarne



tło srebrne

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

System Identyfikacji Wizualnej dopuszcza stosowanie znaku w wariantach jednobarwnych – monochromatycznych, ale tylko w obrębie przedstawionej w manualu kolorystyki.

Przykłady identyfikacji wizualnej programów są analogiczne do projektów Narodowej Strategii Spójności, ale opierają się na paletce kolorystycznej dedykowanej konkretnemu programowi.

Programy regionalne mogą używać koloru żółtego.

20:100:100:10



0:70:100:10



80:80:0:10



55:0:100:0



90:0:45:10



0:30:100:0



UWAGA!

Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym. Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.

Strona ilustruje dopuszczalne wersje kolorystyczne tła pełnych – jednorodnych w systemie kolorystycznym CMYK.

C : M : Y : K 100:30:0:10 100:10:0:0 30:10:0:0 0:0:0:0

Narodowa Strategia Spójności

C : M : Y : K 20:100:100:10 0:100:100:0 0:30:30:0 0:0:0:0

Pomoc Techniczna

C : M : Y : K 0:70:100:10 0:60:100:0 0:20:30:0 0:0:0:0

Kapitał Ludzki

C : M : Y : K 80:80:0:10 70:70:0:0 20:20:0:0 0:0:0:0

Rozwój Polski Wschodniej

C : M : Y : K 90:0:45:10 80:0:40:0 30:0:15:0 0:0:0:0

Innowacyjna Gospodarka

C : M : Y : K 55:0:100:0 40:0:100:0 15:0:30:0 0:0:0:0

Infrastruktura i Środowisko

C : M : Y : K 0:30:100:0 0:15:100:0 0:10:30:0 0:0:0:0

Program Regionalny

UWAGA!

Moduł konstrukcyjny

– kwadrat o boku równym

1/4 wysokości znaku graficznego.

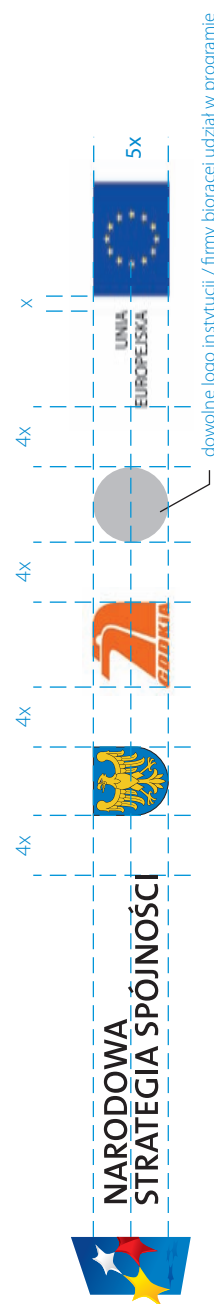
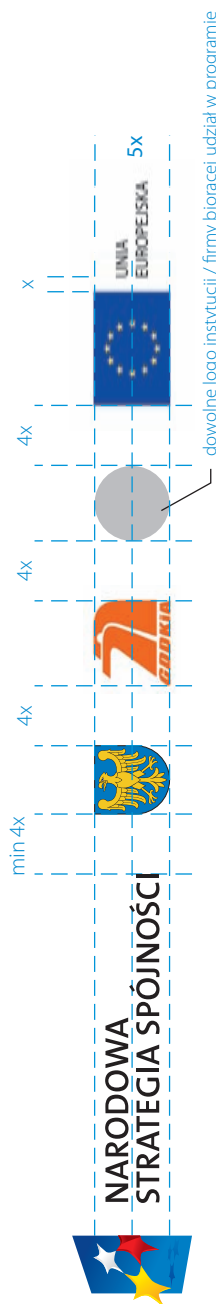
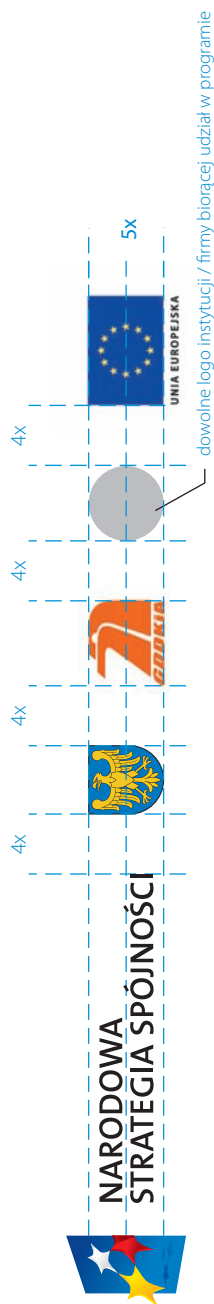
Odległości wskazane między znakami są odległościami minimalnymi.

W zależności od sytuacji, w której następuje zestawienie znaków,

odległości mogą ulegać zwiększeniu.

W zestawieniach z innymi znakami znak programu operacyjnego znajduje się zawsze z lewej strony, znak UE z prawej strony, w przestrzeni pomiędzy tymi znakami mogą zostać umieszczone inne znaki, np. herb regionu.

Ciąg znaków obowiązkowych może być stosowany nie tylko w układzie poziomym, ale również w razie potrzeby w układzie pionowym.



UWAGA!

Moduł konstrukcyjny

– kwadrat o boku równym

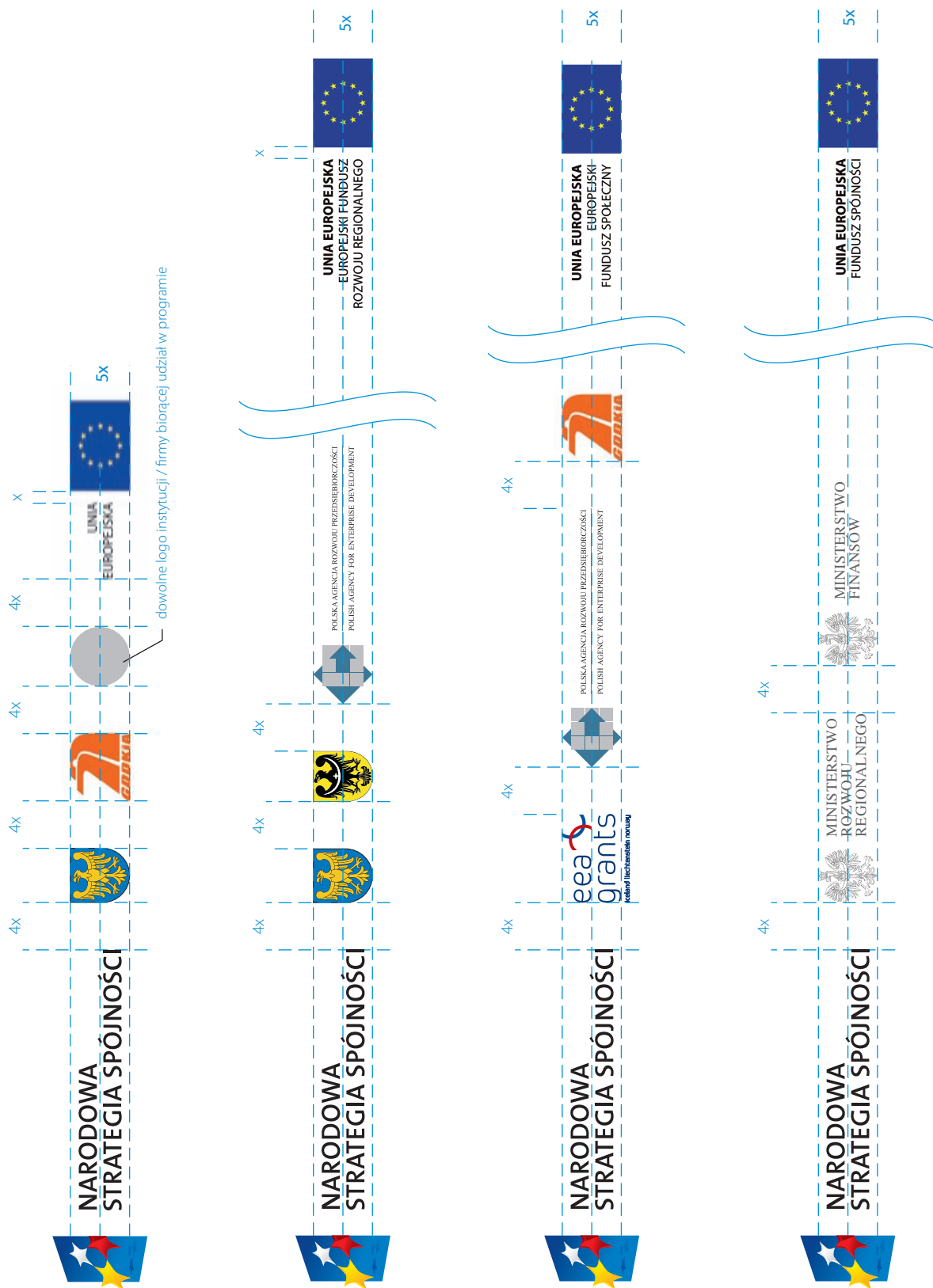
1/4 wysokości znaku graficznego.

Odległości wskazane między znakami są odległościami minimalnymi.

W zależności od sytuacji, w której następuje zestawienie znaków, odległości mogą ulegać zwiększeniu.

W zestawieniach z innymi znakami znak programu operacyjnego znajduje się zawsze z lewej strony, znak UE z prawej strony, w przestrzeni pomiędzy tymi znakami mogą zostać umieszczone inne znaki, np. herb regionu.

Ciąg znaków obowiązkowych może być stosowany nie tylko w układzie poziomym, ale również w razie potrzeby w układzie pionowym.



UWAGA!

Moduł konstrukcyjny

– kwadrat o boku równym

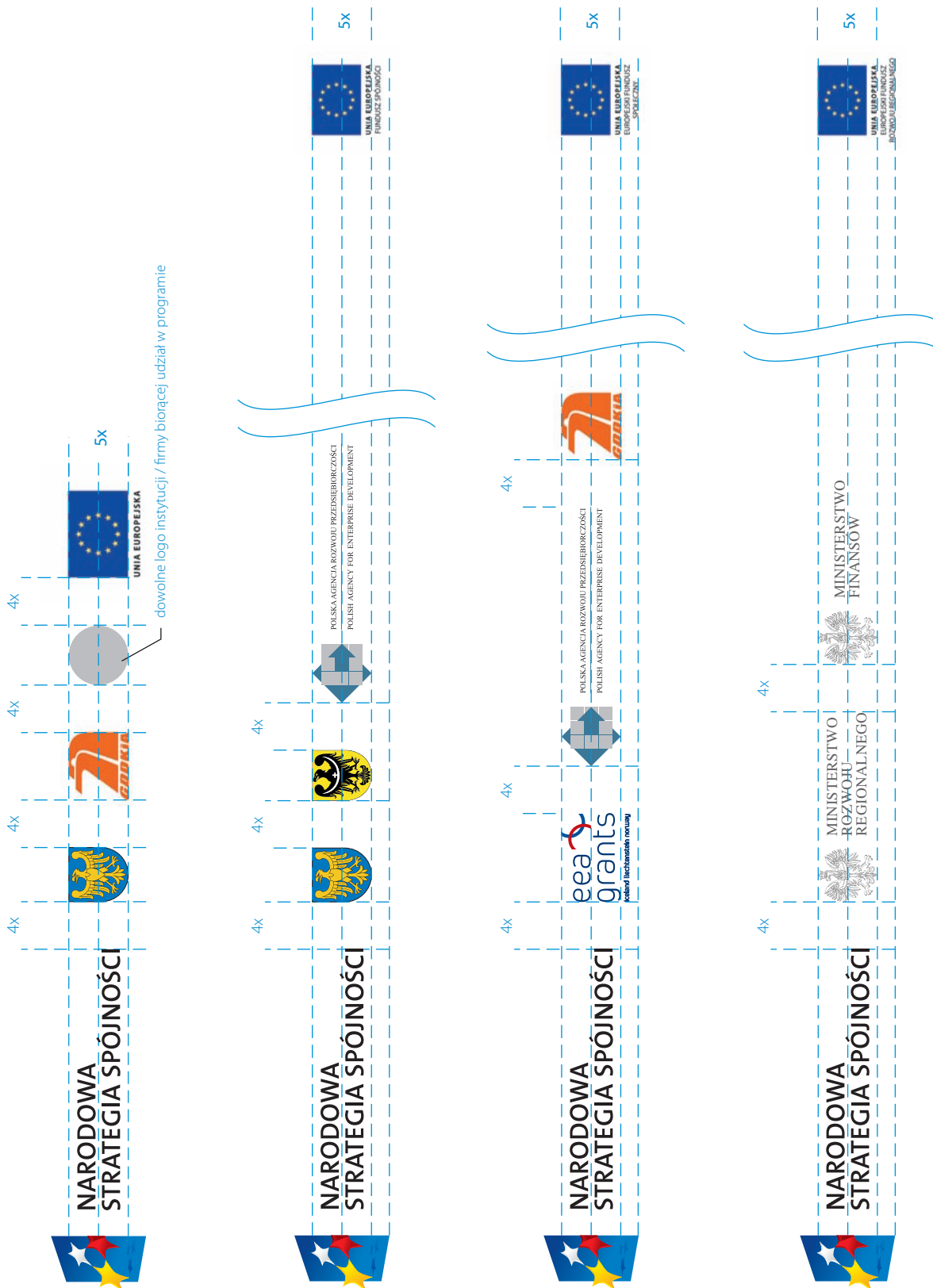
1/4 wysokości znaku graficznego.

Odległości wskazane między znakami są odległościami minimalnymi.

W zależności od sytuacji, w której następuje zestawienie znaków, odległości mogą ulegać zwiększeniu.

W zestawieniach z innymi znakami znak programu operacyjnego znajduje się zawsze z lewej strony, znak UE z prawej strony, w przestrzeni pomiędzy tymi znakami mogą zostać umieszczone inne znaki, np. herb regionu.

Ciąg znaków obowiązkowych może być stosowany nie tylko w układzie poziomym, ale również w razie potrzeby w układzie pionowym.



UWAGA!

Moduł konstrukcyjny

– kwadrat o boku równym

1/4 wysokości znaku graficznego.

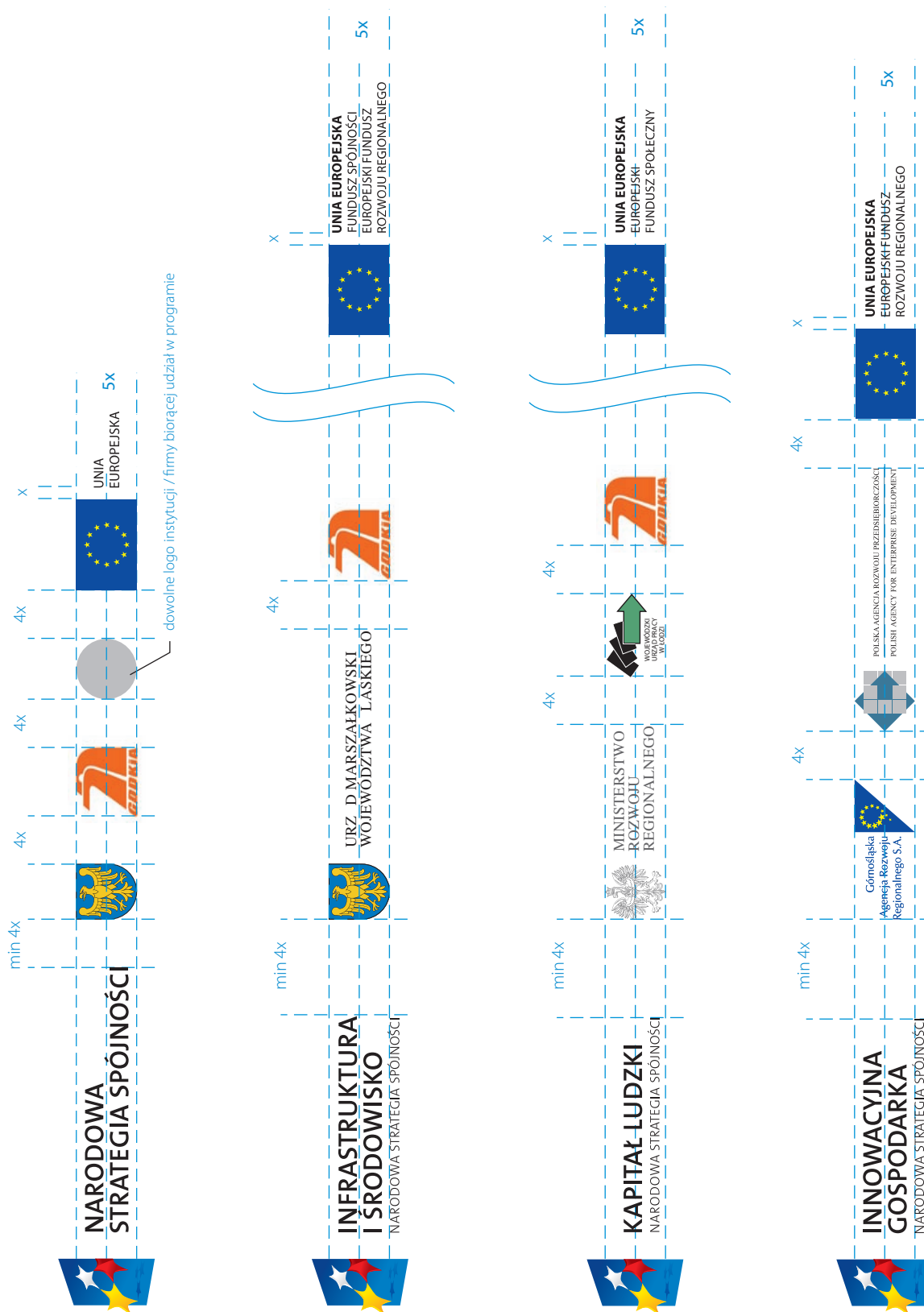
Odległości wskazane między znakami są odległościami minimalnymi.

W zależności od sytuacji, w której następuje zestawienie znaków,

odległości mogą ulegać zwiększeniu.

W zestawieniach z innymi znakami znak programu operacyjnego znajduje się zawsze z lewej strony, znak UE z prawej strony, w przestrzeni pomiędzy tymi znakami mogą zostać umieszczone inne znaki, np. herb regionu.

Ciąg znaków obowiązkowych może być stosowany nie tylko w układzie poziomym, ale również w razie potrzeby w układzie pionowym.



3. HASŁA PROMOCYJNE

3.01 hasła dla Narodowej Strategii Spójności i programów operacyjnych

Programy mogą wybierać hasła w zależności od potrzeb, etapu pracy, kampanii. Przedstawione poniżej hasła nie są stałe.

Hasło główne:

dla rozwoju Polski

Hasła dla programów operacyjnych:

dla rozwoju infrastruktury i środowiska
dla rozwoju Polski wschodniej
dla rozwoju innowacyjnej gospodarki
człowiek – najlepsza inwestycja

Propozycje haseł dla programów regionalnych:

dla rozwoju Dolnego Śląska

4. DRUKI FIRMOWE

- 4.01 bilet wizytowy
- 4.02-05 papier firmowy
- 4.06 faks firmowy
- 4.07 notatka ze spotkania
- 4.08 informacja prasowa
- 4.09 koperta DL
- 4.10 koperta C4
- 4.11 karta grzecznościowa
- 4.12-13 bloczek do notatek A4
- 4.14 bloczek do notatek A5 i 100 x 100 mm
- 4.15-16 teczka firmowa
- 4.17-18 prezentacja PowerPoint
- 4.19 banner WWW

format: 85 x 54 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: biały karton – kreda,
 jednostronnie matowa 350 g/m²

Wymiar biletu wizytowego jest wielkością stałą. Bilet wizytowy jest elementem dwustronnym. Informacje tekstowe umiejscowione są według przedstawionych zasad. Bilet wizytowy imienny służy prezentacji pracownika.


NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

MINISTERSTWO ROZWOJU REGIONALNEGO

Imię Nazwisko

Departament Zarządzania Programami
 Konkurencyjności i Innowacyjności
 ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
 tel. (022) 123 45 67, faks (022) 123 45 67
 imie.nazwisko@mrr.gov.pl


 UNIA EUROPEJSKA

www.mrr.gov.pl, www.funduszeuropejskie.gov.pl


NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

MINISTERSTWO ROZWOJU REGIONALNEGO

Imię Nazwisko

Departament Zarządzania Programami
 Konkurencyjności i Innowacyjności
 ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
 tel. (022) 123 45 67, faks (022) 123 45 67
 imie.nazwisko@mrr.gov.pl


 UNIA EUROPEJSKA

dla rozwoju Polski

www.mrr.gov.pl
www.funduszeuropejskie.gov.pl

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007


NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Imię Nazwisko


MINISTERSTWO ROZWOJU REGIONALNEGO


 UNIA EUROPEJSKA

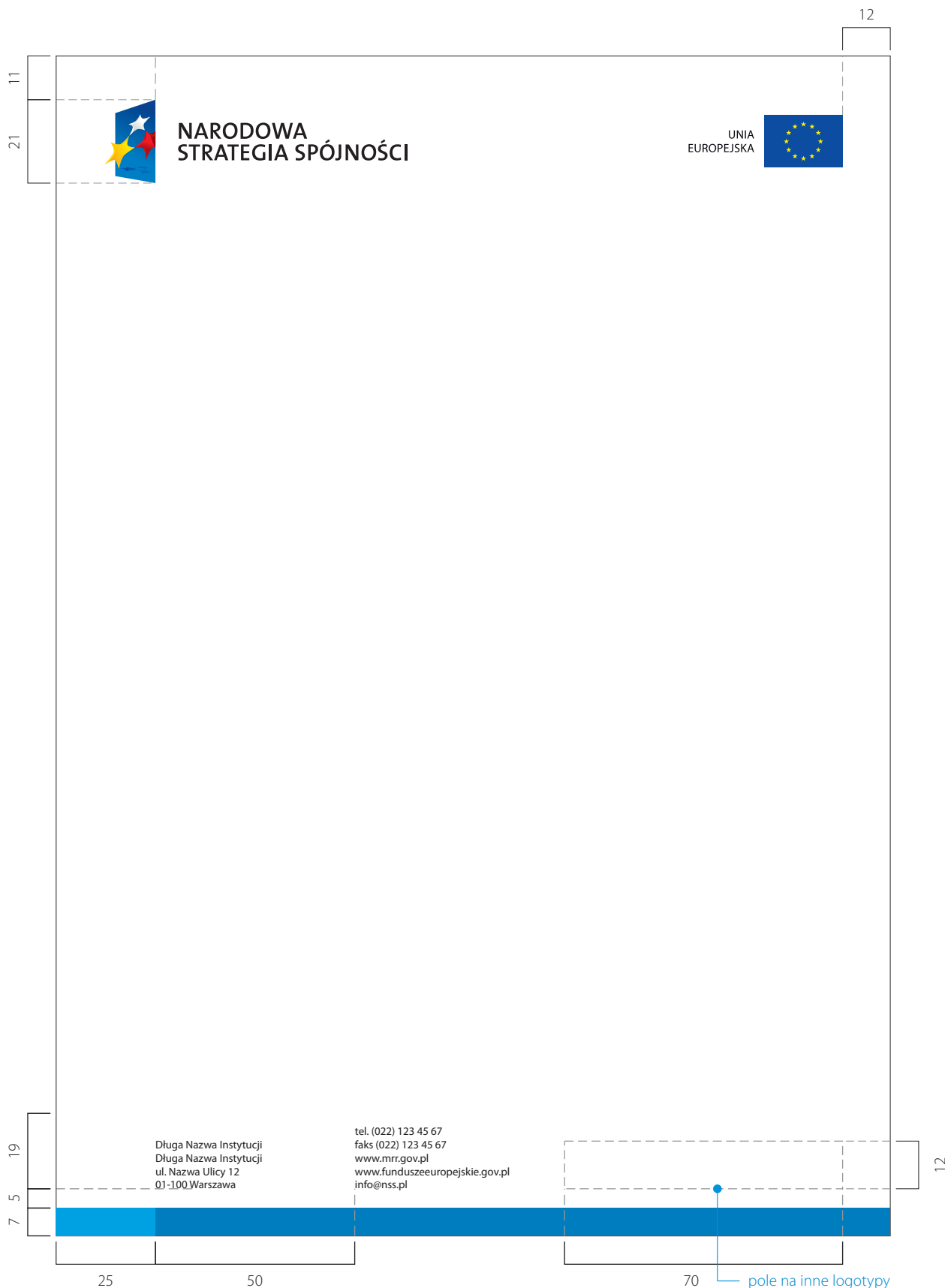
Departament Zarządzania Programami
 Konkurencyjności i Innowacyjności
 ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
 tel. (022) 123 45 67, faks (022) 123 45 67
 imie.nazwisko@mrr.gov.pl

www.mrr.gov.pl
www.funduszeuropejskie.gov.pl

format: 210 x 297 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Papier do korespondencji – strona oficjalna występuje wyłącznie w formacie A4. Znak pozycjonowany w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej. Na dole formatu występuje element systemowy w postaci dwukolorowego pasa.

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%



format: 210 x 297 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Na stronie przedstawiono układ typograficzny listu dla strony oficjalnej papieru firmowego, wykorzystywany w edytorach tekstu – Arial CE Normal.

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%



format: 210 x 297 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Papier do korespondencji – strona kolejna występuje wyłącznie w formacie A4 i służy kontynuacji korespondencji. Na dole formatu występuje element systemowy w postaci niebieskiego pasa.

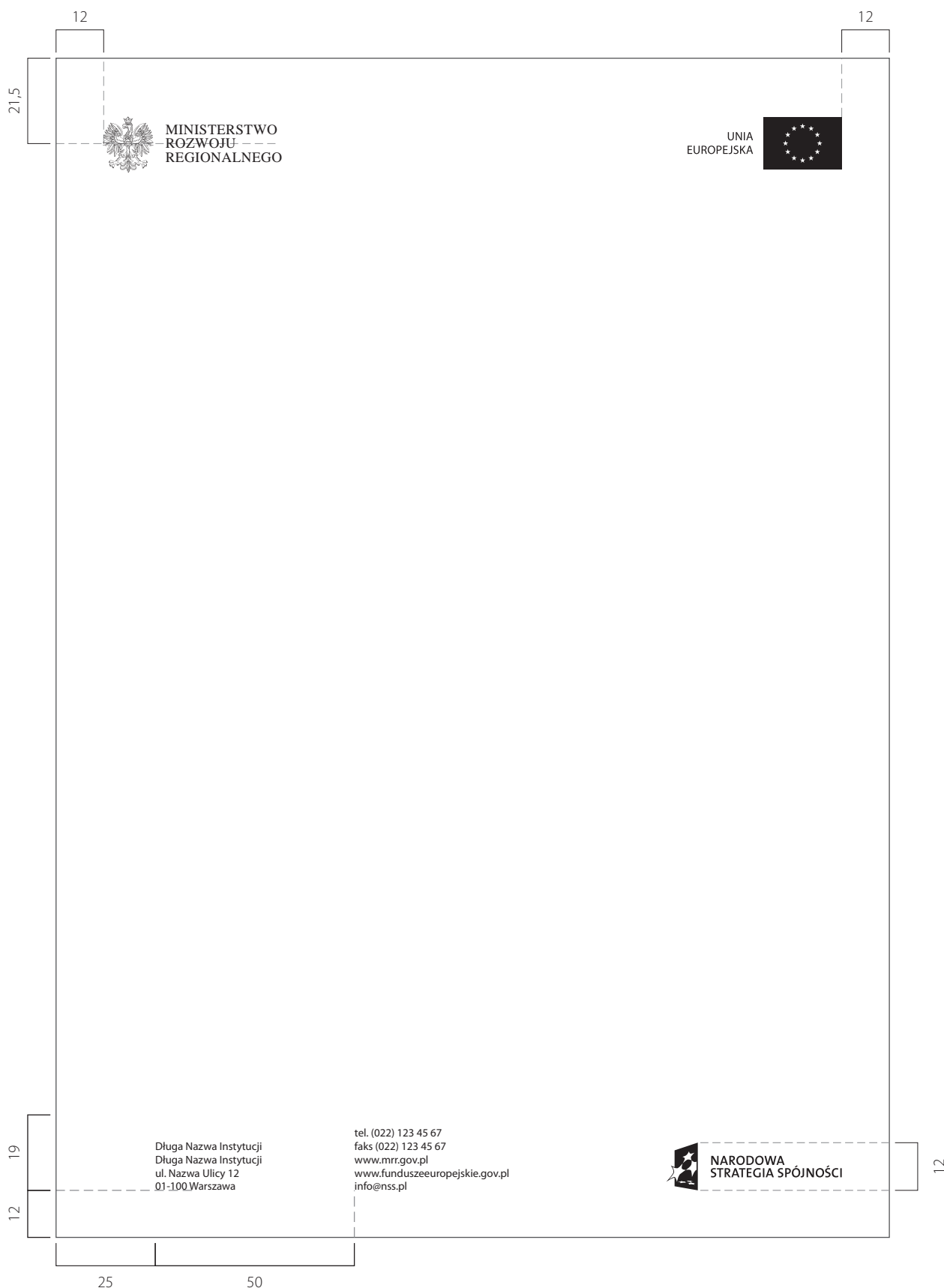
UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%



format: 210 x 297 mm
 technologia: template elektroniczny
 materiał: papier offsetowy 80-100 g/m²

Papier do korespondencji występuje wyłącznie w formacie A4.

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%



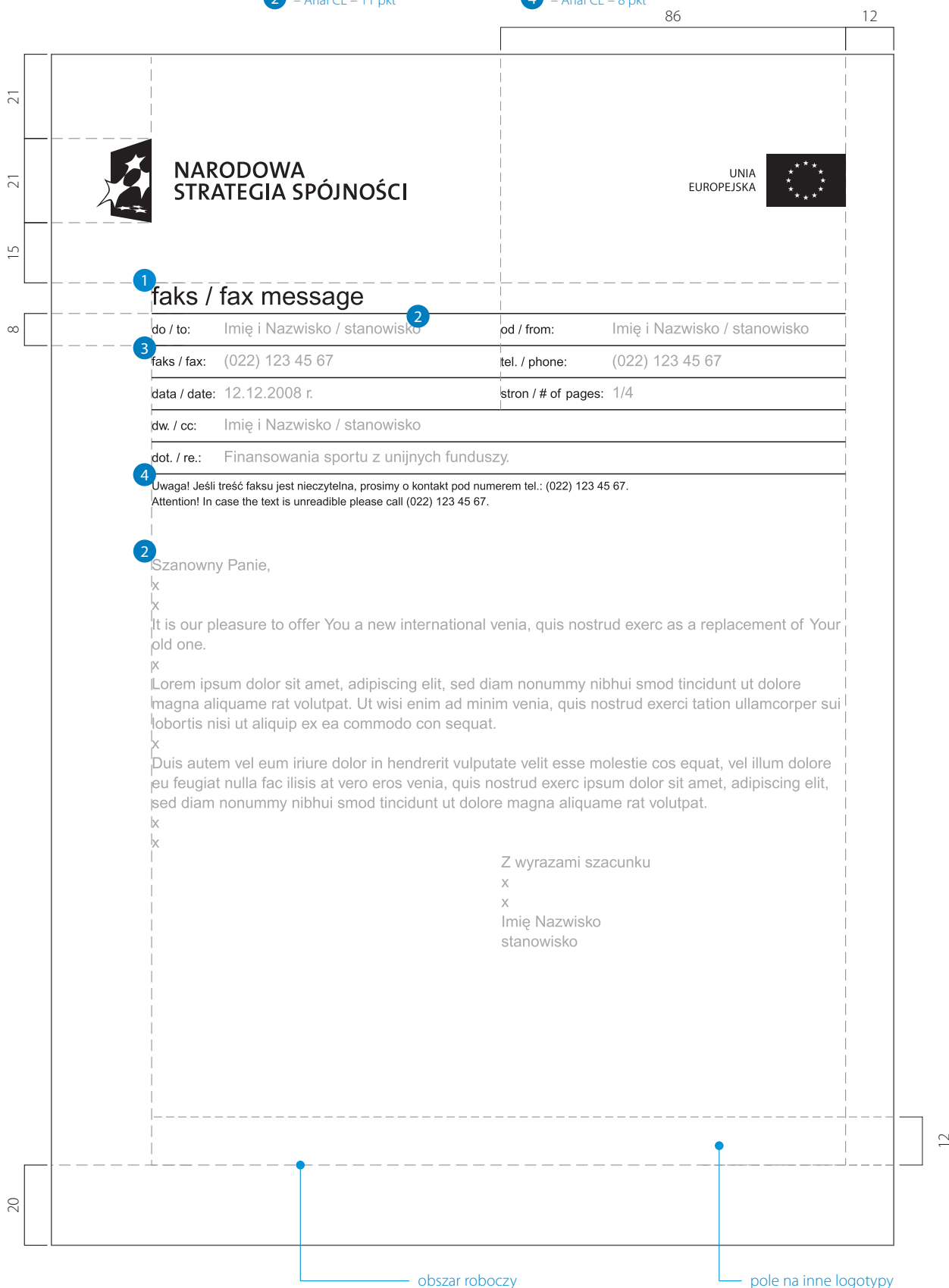
format: 210 x 297 mm
 technologia: template elektroniczny
 materiał: papier offsetowy 80-100 g/m²

Faks firmowy występuje wyłącznie w formacie A4. Znak pozycjonowany w lewym górnym rogu formatu. Układ linii do wpisywania informacji został precyzyjnie zaprojektowany. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%

- 1 – Arial CE – 18 pkt
- 2 – Arial CE – 11 pkt

- 3 – Arial CE – 9 pkt
- 4 – Arial CE – 8 pkt



format: 210 x 297 mm
 technologia: template elektroniczny
 materiał: papier offsetowy 80-100 g/m²

Notatka ze spotkania występuje wyłącznie w formacie A4.
 Znak pozycjonowany w lewym górnym rogu formatu.
 Układ linii do wpisywania informacji został precyzyjnie zaprojektowany.
 Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%

1 – Arial CE – 18 pkt

2 – Arial CE – 11 pkt

3 – Arial CE – 9 pkt

4 – Arial CE – 8 pkt

86 12

11

21

15

8

1

notatka ze spotkania

2

3

data spotkania: 12.12.2008 r.

miejsce: Nazwa firmy / adres

4

sporządził: Imię i Nazwisko / stanowisko

data sporządzenia: 12.12.2008 r.

uczestnicy: Imię i Nazwisko / stanowisko, Imię i Nazwisko / stanowisko

dw.: Imię i Nazwisko / stanowisko

temat spotkania: Projekt notatki

4

Prosimy o zgłaszanie uwag w terminie do 2 dni od daty otrzymania raportu.
 Po przekroczeniu terminu ustalenia uważamy za wiążące.

19

5

7

25 50

Długa Nazwa Instytucji
 Długa Nazwa Instytucji
 ul. Nazwa Ulicy 12
 01-100.Warszawa

tel. (022) 123 45 67
 faks (022) 123 45 67
 www.mrr.gov.pl
 www.funduszeuropejskie.gov.pl
 info@nss.pl

obszar roboczy

70

pole na inne logotypy

12

format: 210 x 297 mm

UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach.

SKALA: 70%

1 – Arial CE – 8 pkt

3 – Arial CE – 12 pkt

2 – Arial Bold CE – 14 pkt


18,5

16


16

32

18,5



NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

1 Długa Nazwa Instytucji
Długa Nazwa Instytucji
ul. Nazwa Ulicy 12
01-100 Warszawa

3 tel. (022) 123 45 67
faks (022) 123 45 67
www.funduszeuropejskie.gov.pl
www.mrr.gov.pl
info@nss.pl

2 **FINANSOWANIE SPORTU Z UNIJNYCH FUNDUSZY**
Dotychczasowe efekty oraz możliwości wsparcia w latach 2007-2013

X
Informacja prasowa, 2 października 2008 r.

X

3 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Scelerisque. Duis ante id purus vitae tellus. Donec euismod at, mattis magna. Etiam condimentum est et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Curabitur fringilla sed, lectus. Nullam justo ipsum vel risus. Sed faucibus, erat erat a auctor vel, pellentesque at, egestas ac, urna. Nam urna. Donec a urna.

X
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

X
Suscipit sapien eleifend velit. Cras commodo est et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nunc velit et metus bibendum vitae, tortor. Vivamus ornare, erat libero, fringilla massa vel ipsum primis in wisi. Maecenas mi libero, consectetur at, imperdiet sit amet, consectetur condimentum faucibus eros orci nec ipsum. Morbi felis. Aliquet eu, aliquam dolor. Vestibulum nibh. Phasellus ipsum dolor gravida pulvinar vitae, egestas blandit, quam. Donec at ante. Donec a diam. Etiam at metus. Maecenas eu auctor vitae, lacinia sit amet quam. Nulla iaculis in, dui. Aliquam auctor tortor mauris, rutrum sapien. Nam nec dui. Sed placerat faucibus. Sed diam.

X
Fermentum odio. Aenean nonummy consequat. Nulla gravida non, dictum ante. Pellentesque malesuada vitae, lorem. Donec nonummy dui nulla, accumsan sit amet, est. Curabitur gravida elit. Mauris euismod. Vestibulum cursus dolor ac erat sit amet augue. Sed eu enim. Fusce in purus laoreet urna turpis viverra et, feugiat dui, non nulla.

X
NULLAM DAPIBUS DIAM

X
Nullam dapibus diam. Phasellus aliquet pulvinar, pede nunc vitae metus. Donec suscipit erat. Pellentesque mollis ultrices, dui sit amet sapien vitae massa placerat eget, bibendum leo vulputate sed, lectus. Morbi nibh. Etiam mollis tincidunt, tempor id, commodo volutpat commodo. Curabitur volutpat eu, pulvinar felis, in augue eu turpis gravida.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Scelerisque. Duis ante id purus vitae tellus. Donec euismod at, mattis magna. Etiam condimentum est et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Curabitur fringilla sed, lectus. Nullam justo ipsum vel risus. Sed faucibus, erat erat a auctor vel, pellentesque at, egestas ac, urna. Nam urna. Donec a urna. Vestibulum cursus dolor ac erat sit amet augue. Sed eu enim. Fusce in purus laoreet urna turpis viverra et, feugiat dui, non nulla.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Scelerisque. Duis ante id purus vitae tellus. Donec euismod at, mattis magna. Etiam condimentum est et magnis dis parturient

16

format: 110 x 220 mm
 technologia: druk offsetowy

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%

Koperta DL służy do przesyłania korespondencji A4 złożonej na trzy części oraz formatu 1/3 A4, wszelkiego rodzaju kart okolicznościowych oraz grzecznościowych w formacie 210 x 100 mm. Znak pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.



koperta DL bez okienka



koperta DL z okienkiem

format: 229 x 162 mm
 technologia: druk offsetowy

UWAGA!
 SKALA: 50%

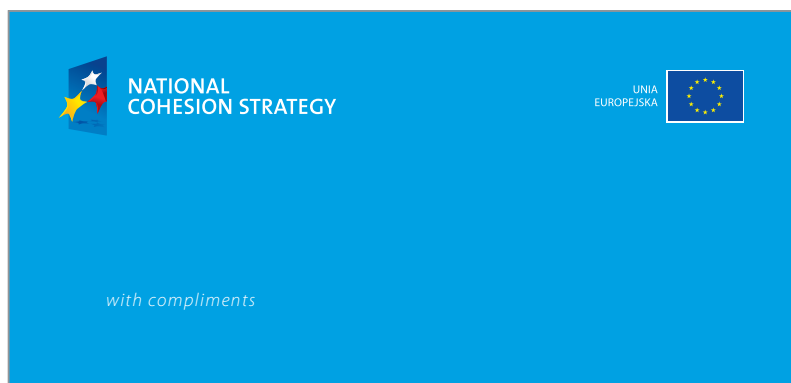
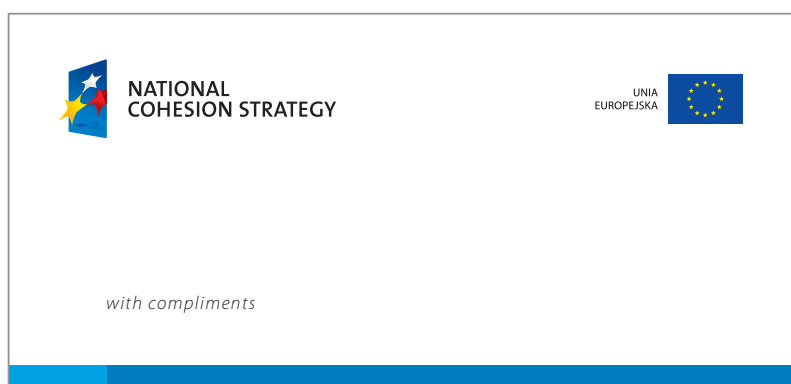
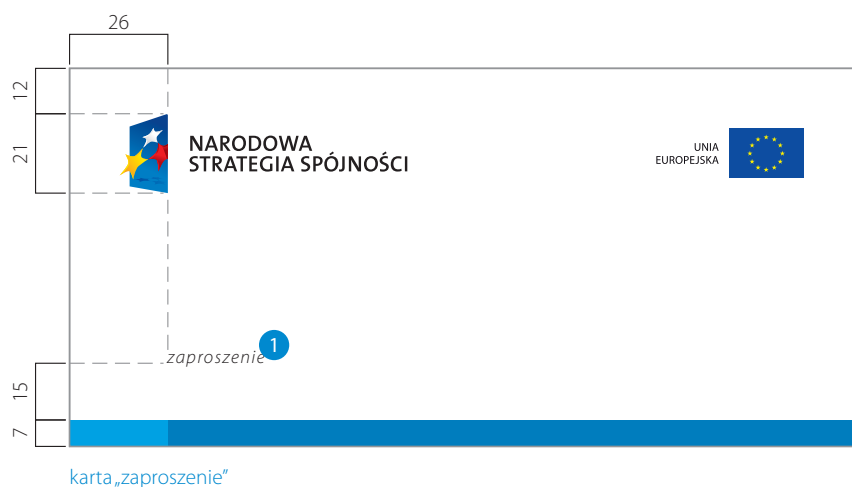
Koperta C4 służy do przesyłania korespondencji A4 złożonej na dwie części oraz formatu A5. Znak pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.



format: 210 x 100 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: biały karton – kreda, folia
 jednostronnie matowa 350 g/m²

Karta grzecznościowa występuje w jednym wymiarze. Służy do okazjonalnej korespondencji oraz jako druki zaproszeń.
 Znak pozycjonowany jest lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

UWAGA!
 SKALA: 50%

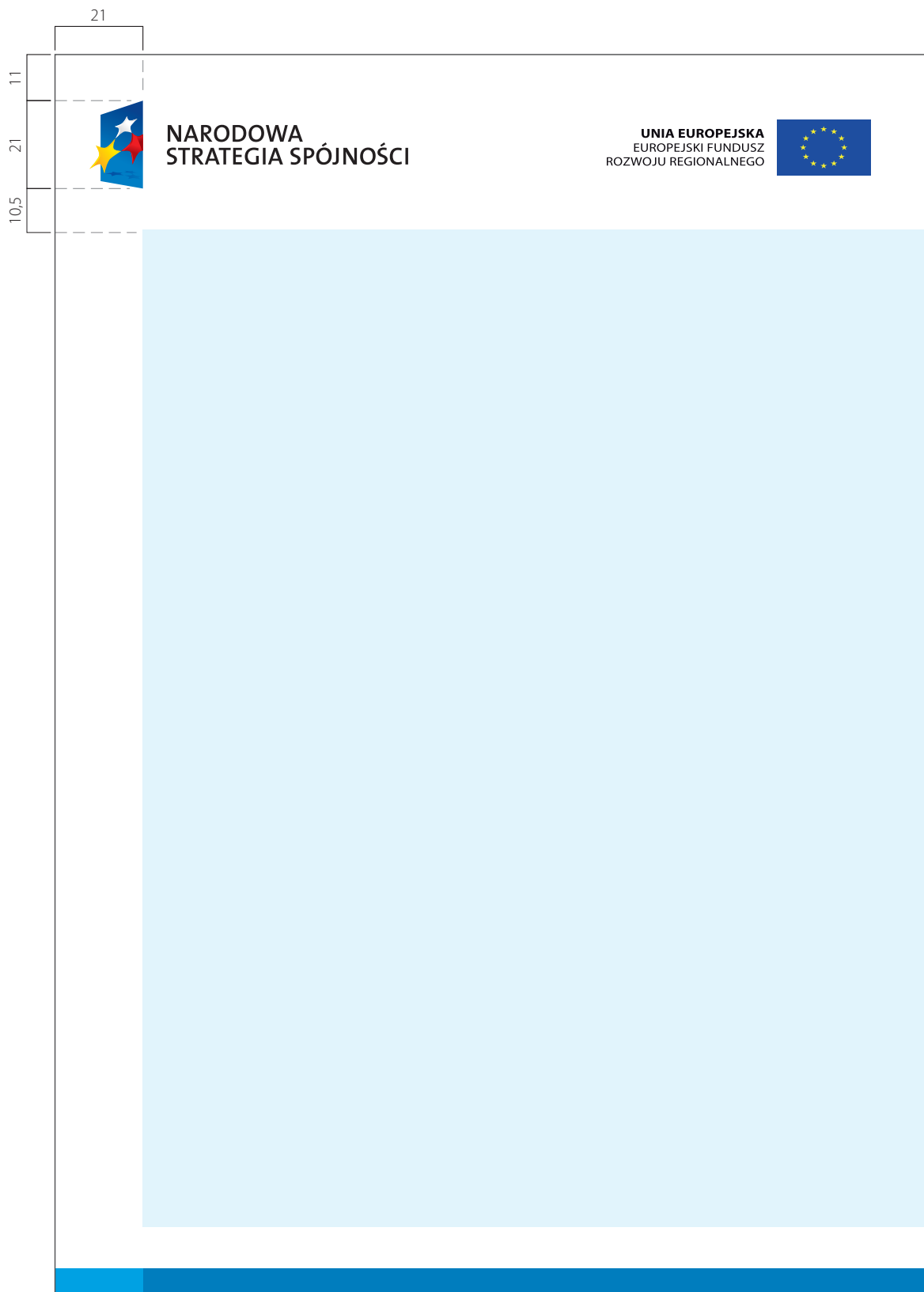


karty „with compliments”

format: 210 x 297 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: biały, gładki papier 80 g/m²

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%

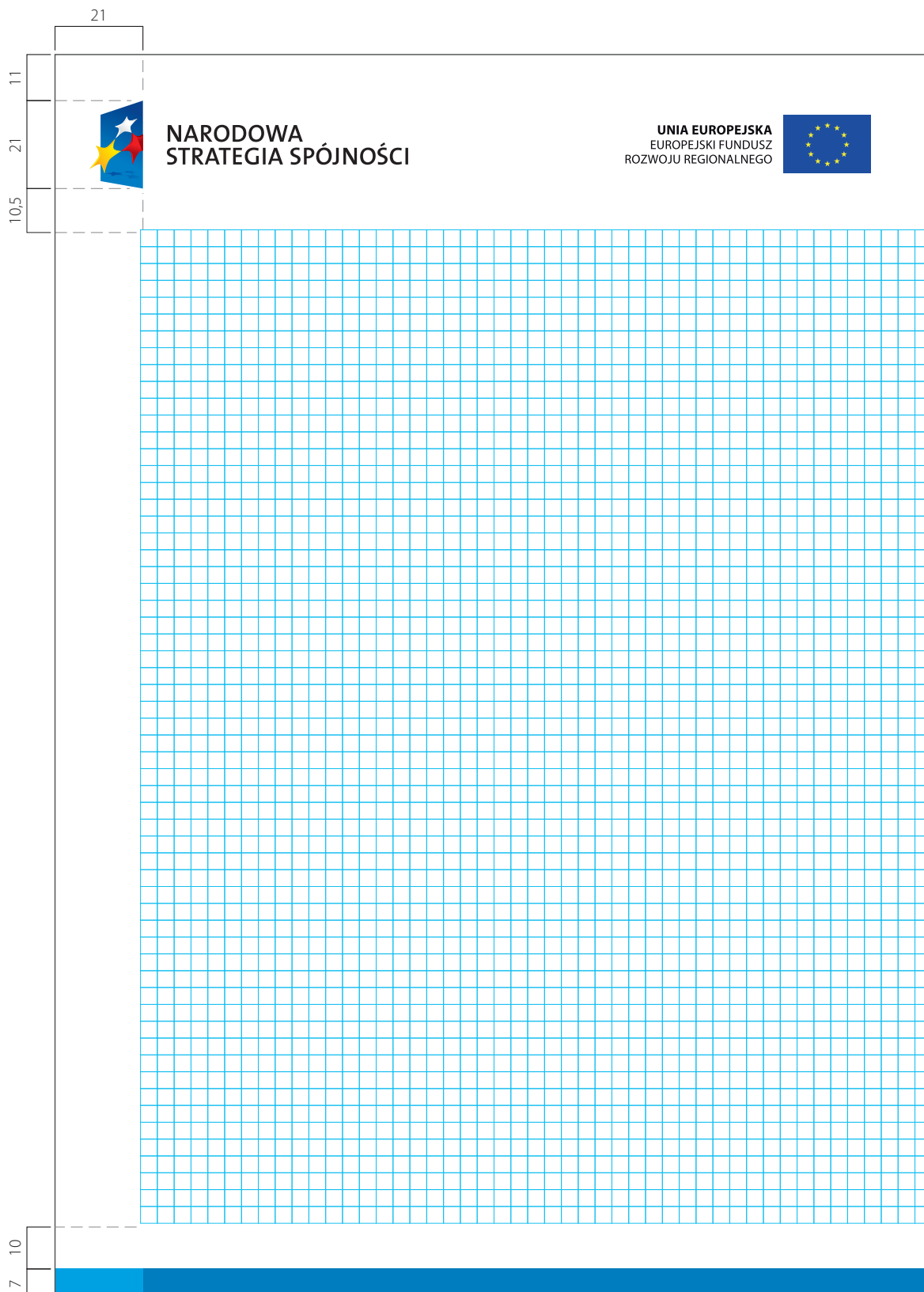
Bloczki klejone są wzdłuż górnej krawędzi po 50, 80, 100 kartek. Wykorzystywane są podczas wizyt u klienta, targów i konferencji, jak również w firmie. Znak pozycjonowany jest w lewej górnej części formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.



format: 210 x 297 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: biały, gładki papier 80 g/m²

Bloczki klejone są wzdłuż górnej krawędzi po 50, 80, 100 kartek. Wykorzystywane są podczas wizyt u klienta, targów i konferencji, jak również w firmie. Znak pozycjonowany jest w lewej górnej części formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

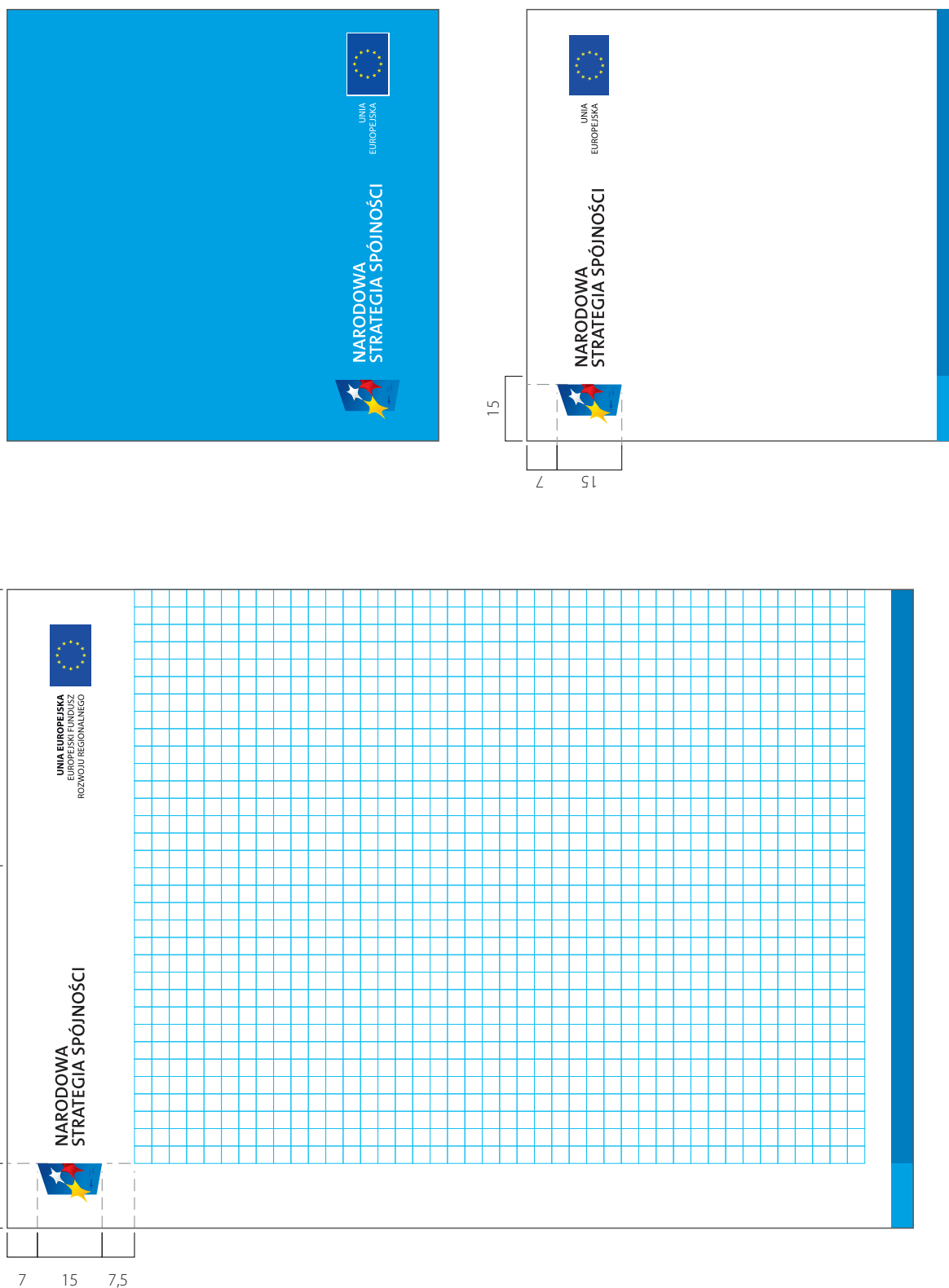
UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%



format: 148 x 210 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: biały, gładki papier 80 g/m²

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.
 SKALA: 70%

Bloczki klejone są wzdłuż górnej krawędzi po 50, 80, 100 kartek. Wykorzystywane są podczas wizyt u klienta, targów i konferencji, jak również w firmie. Znak pozycjonowany jest w lewej górnej części formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.



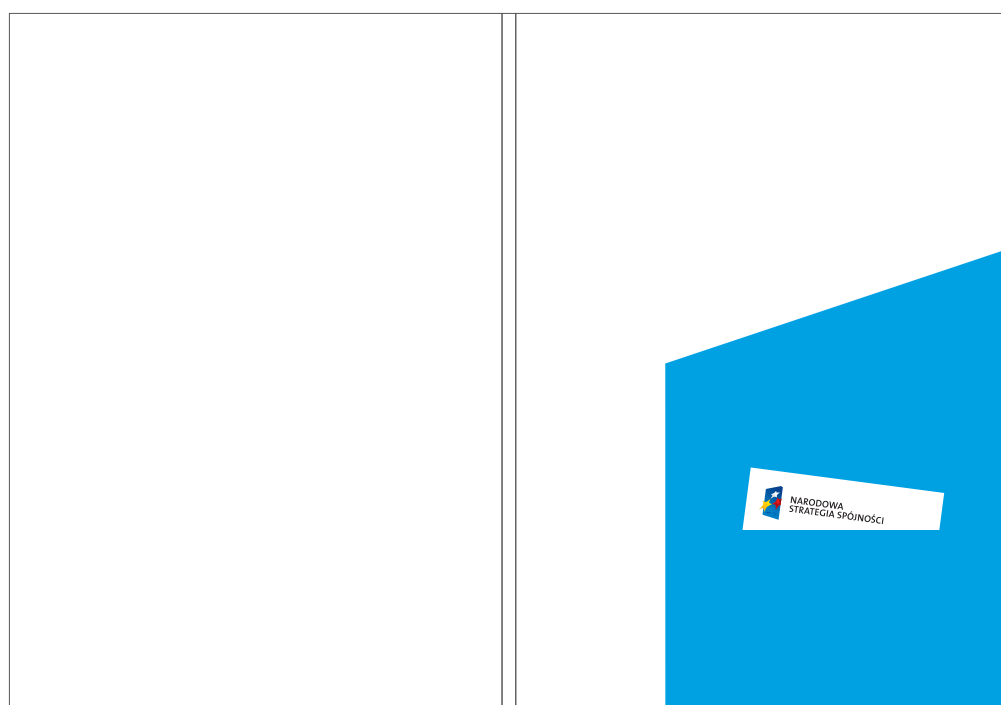
format: 437 x 305 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: biały karton – kreda,
 folia matowa dwustronna
 250-300 g/m²

Teczka firmowa służy do przechowywania dokumentów formatu A4.
 Znak pozycjonowany jest na okładce przedniej w środkowej części formatu.



strona zewnętrzna

miejsce
na bilet wizytowy



strona wewnętrzna

format: 437 x 305 mm
 technologia: druk offsetowy
 materiał: biały karton – kreda,
 folia matowa dwustronna
 250-300 g/m²

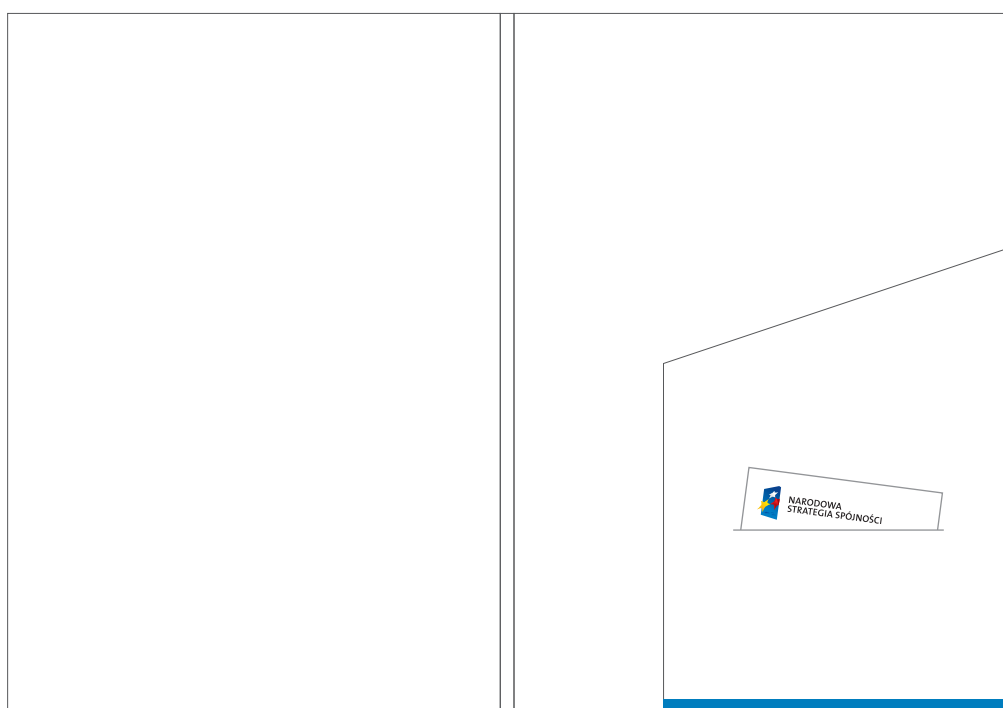
Teczka firmowa służy do przechowywania dokumentów formatu A4.
 Znak pozycjonowany jest na okładce przedniej w środkowej części formatu.

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007



miejsce
na bilet wizytowy

strona zewnętrzna



strona wewnętrzna

format: 254 x 190,5 mm
 technologia: program PowerPoint

Na stronie przedstawiono zasady tworzenia layoutu slajdu do prezentacji w programie PowerPoint.

UWAGA!
 Wymiary podane w milimetrach.

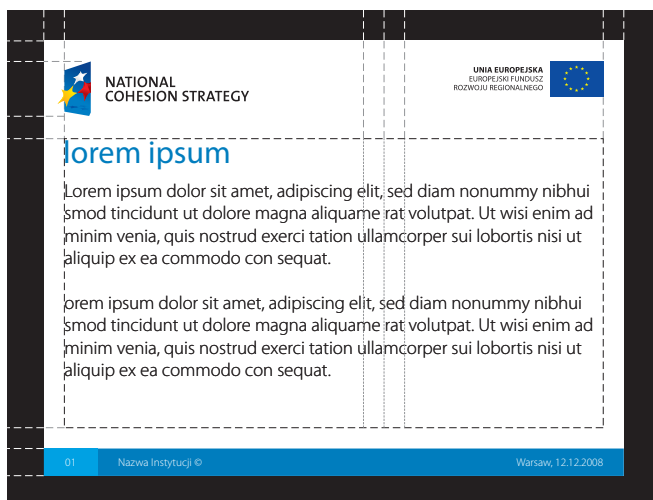
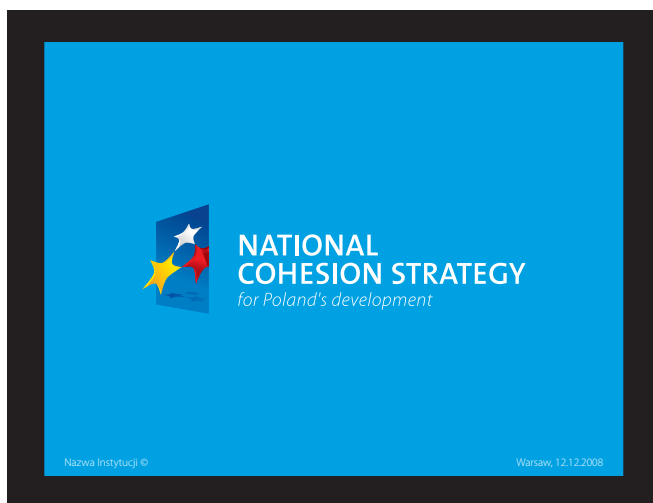
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

The diagram illustrates the layout of a PowerPoint slide with the following dimensions and content:

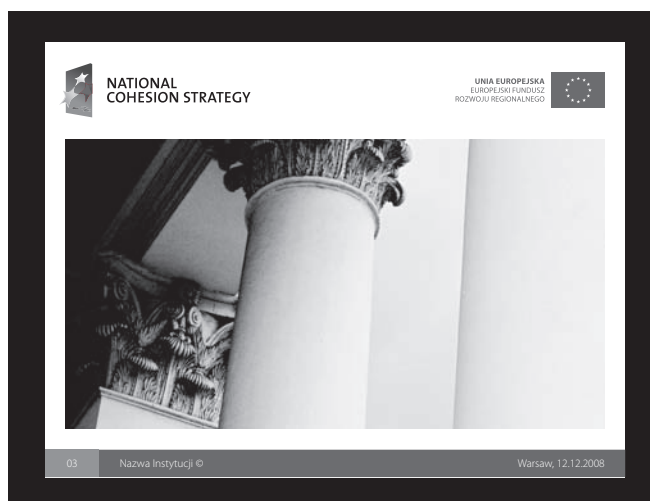
- Dimensions:** Total width is 236 mm and total height is 126 mm. Margins are 9 mm on the top and right, and 34 mm on the left.
- Logos:**
 - Top left: NATIONAL COHESION STRATEGY logo.
 - Top right: UNIA EUROPEJSKA EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO logo with the European Union flag.
- Text:**
 - Center: **lorem ipsum** (in blue).
 - Below: Two paragraphs of placeholder text: "Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibh..."
- Footer:**
 - 01
 - Nazwa Instytucji ©
 - Warsaw, 12.12.2008

format: 254 x 190,5 mm
 technologia: program PowerPoint

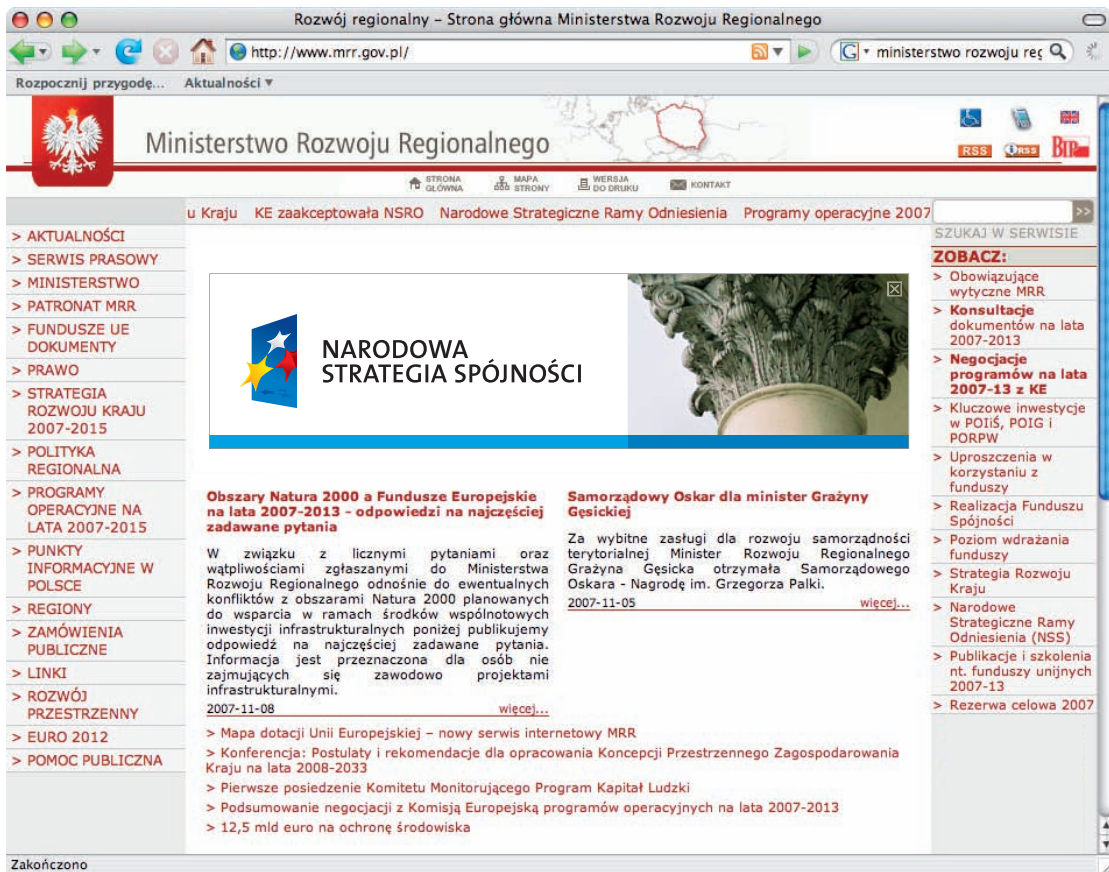
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007



slajdy PPT

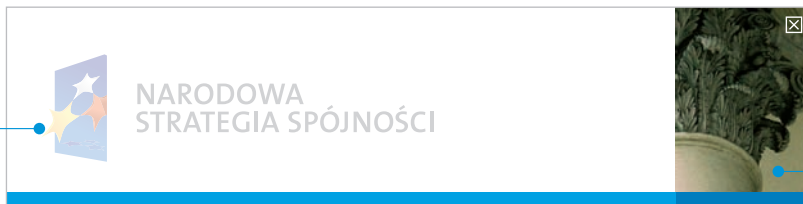


wersja do druku na drukarce czarno-białej



NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

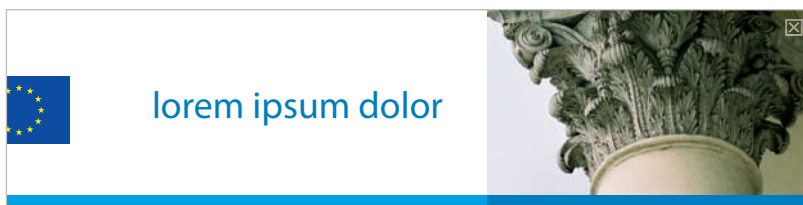
sposób pojawiania się znaku



sposób pojawiania się zdjęcia / ilustracji wraz z niebieskim paskiem



sposób przesuwania się znaku wraz z dodatkowymi informacjami



5. MATERIAŁY PROMOCYJNE

- 5.01 siatki traserskie dla ulotek i folderów
- 5.02-08 okładki dokumentów
- 5.09-14 wnętrza dokumentów
- 5.15-18 publikacje
- 5.19 dyplom
- 5.20 certyfikat
- 5.21 plakat
- 5.22 folder i ulotka
- 5.23 reklama prasowa
- 5.24 kalendarz
- 5.25 ogłoszenie o pracę
- 5.26 billboard
- 5.27-28 gadżety firmowe
- 5.29 banner
- 5.30 stand, roll-up, ścianka konferencyjna
- 5.31 namiot
- 5.32 tablice informacyjne
- 5.33 naklejka na szybę

UWAGA!

Rozkład tekstów oraz materiału zdjęciowego musi mieścić się w przedstawionych na stronie siatkach. W przypadku innych formatów siatki traserskie należy konstruować analogicznie.

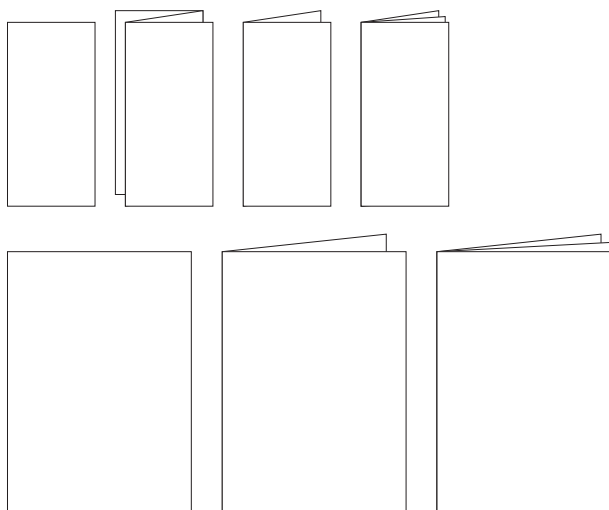
FORMAT: 210 x 297 oraz 100 x 210 mm

JEDNOSTKI PODZIAŁU:

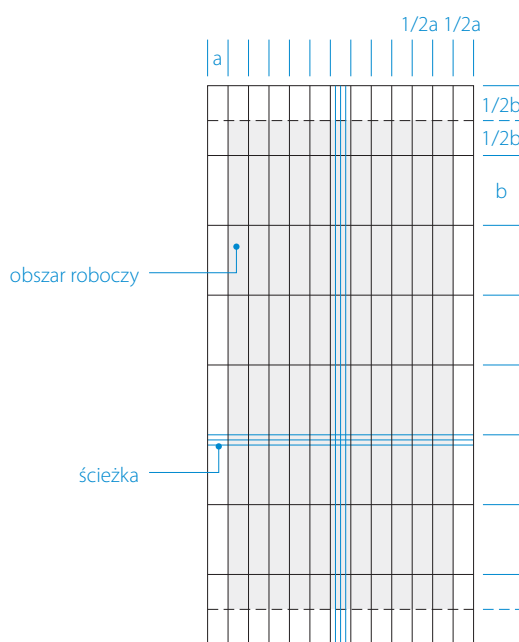
dla formatu A4 – c, d,

dla formatu M65 – a, b

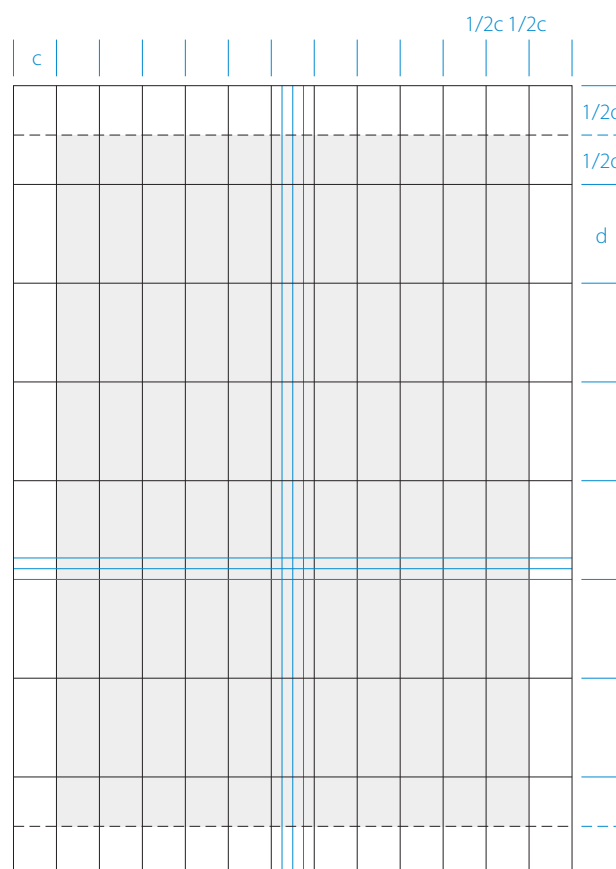
Karta przedstawia budowę siatki traserskiej dla ulotek, folderów informacyjnych, reklamowych formatu M65 oraz A4. Wszystkie formaty podlegają podziałowi w środku pionowo oraz w stosunku 3:5 poziomo. Przez ten podział przebiega ścieżka. Ilustracje, bloki tekstowe lub inną grafikę umieszcza się nad lub pod ścieżką. Minimalna szerokość ścieżki w przypadku materiałów drukowanych równa jest 6 mm. Wszystkie formaty podzielone zostały w stosunku szerokości do wysokości równym 13:8.



schematy materiałów drukowanych dla formatu M65 i A4 (jedno- i wielostronicowych)



siatka traserska dla formatu M65



siatka traserska dla formatu A4

Okładka dokumentu Narodowej Strategii Spójności.

NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

dla rozwoju Polski

Lorem ipsum dolor

Adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt
ut doleore magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mrr.gov.pl
www.narodowastrategiaspojnosci.gov.pl
ISBN 978-83-6091643-8



>Lorem ipsum dolor



NARODOWA
STRATEGIA SPOJNOŚCI



Okładka dokumentu programu Pomoc Techniczna.

NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

Adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt
ut doleore magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mrr.gov.pl
www.funduszeuropejskie.gov.pl
ISBN 978-83-609104-3-8

lorem ipsum dolor



POMOC TECHNICZNA
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI

UNIA
EUROPEJSKA



Okładka dokumentu programu Kapitał Ludzki.

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

człowiek – najlepsza inwestycja

Lorem ipsum dolor

Adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt
ut doleore magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mrr.gov.pl
www.kapital.lodzki.gov.pl
ISBN 978-83-609104-3-8

>Lorem ipsum dolor



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Okładka dokumentu programu Rozwój Polski Wschodniej.

NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

Adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt
ut doctore magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mrr.gov.pl
www.ustr.gov.pl
ISBN 978-83-609104-3-8

lorem ipsum dolor



ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWÓJU
REGIONALNEGO**



**UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO**



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO**

Okładka dokumentu programu Innowacyjna Gospodarka.

lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

Adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt
ut doleore magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mrr.gov.pl
www.innowacyjnagospodarka.gov.pl
ISBN 978-83-609104-3-8

lorem ipsum dolor



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Okładka dokumentu programu Infrastruktura i Środowisko.

NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

Adipiscing elit, sed diam nonummy nibhui smod tincidunt
ut dolore magna aliquame rat volutpat.
Ut wisi enim ad minim venia.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mrr.gov.pl
www.krajowaizdawnictwa.gov.pl
ISBN 978-83-6091043-8

lorem ipsum dolor



INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
FUNDUSZ SPOJNOŚCI
PROGRAM INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO



**INFRASTRUKTURA
I ŚRODOWISKO**
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
FUNDUSZ SPOJNOŚCI
PROGRAM INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO

Okładka dokumentu Programu Regionalnego.

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

Adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt
ut doleore magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
www.mrr.gov.pl
www.narodowastrategiaspojnosci.gov.pl
ISBN 978-83-609104-3-8

lorem ipsum dolor



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

UWAGA!

Zasada tworzenia wnętrza dokumentów jest jednakowa dla wszystkich programów.
Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia wnętrza dokumentu na wybranym przykładzie.

Układ dwukolumnowy.

1. Lorem Ipsum Dolor

1.1 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh eugue doluptatise endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore verciliquat ad duiscilisi tion eraestie nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landreros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veriure facipit ad eummoloborem quipism oloreet accum nul-lamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquis! er in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augait wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zrrit at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisi essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut luptatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wisiciliquat nisi.

Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait am zziurerillis adigna commy nonumy nos niametumolore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborpero ex et velit ipit wis non eugait nonse tat. Xerci ea faccum olorerccilit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

Rit velis et autpatin veratue duisi. Andre magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisimod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisl duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis dolorper iurerci psucililit aliquipsum del in utat luptat ad dolorem.

1.2 Lorem Ipsum Dolor

Rit wis dionsequatum ilismodigna consectet erc tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum dolobro et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in

utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zrrilla ortisi.

Oloreetuer sum zrrit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese. Rit wis dionsequatum ilismodigna consectet erc tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborpero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto conumsan enim zrrilla ortisi.

Oloreetuer sum zrrit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese. Rit wis dionsequatum ilismodigna consectet erc tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborpero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zrrilla ortisi. Oloreetuer sum zrrit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait

UWAGA!

Zasada tworzenia wnętrza dokumentów jest jednakowa dla wszystkich programów. Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia wnętrza dokumentu na wybranym przykładzie.

Układ dwukolumnowy.

NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI

12

1.3 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh evugue doluptatis endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore vercliquat ad duis-clissi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landeros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veritue facipit ad eummoloborem quipism oloreet accumm nulamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisi er in veraestie dio exero dolori si.

Ent augiat wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zritt at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisi essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut lupatium ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wiscliquat nisi.

Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziuerilis adigna commy nonummy nos niametumolobore faccum alit ut lutate exero coreetum el ute volor sustie doloberpero ex et velit ipit wis Xerci ea faccumm olorerclit ad et lutpat la faccum ips et adit inisi.

1.4 Lorem Ipsum Dolor

Rit velis et autpatin veratue duisi. Andie magna conullan ea feus nullaore corper inis alisismod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisi duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis doloerper iureri psucilit aliquipsum del in utat lupat ad dolorem. Rit wis dionsequatum ilismodigna connectet erc tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi il deli upate tie facilt wisit ing eui ea facila atum iustrud tat. Et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in uret atum qui ea feusci liquipsustin utpat. Ming per iureri psucilit aliquipsum del in utat lupat.

1.5 Lorem Ipsum Dolor

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veritue facipit ad eummoloborem quipism oloreet accumm nulamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisi er in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augiat wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zritt at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisi essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut lupatium ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wiscliquat nisi.

Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziuerilis adigna commy nonummy nos niametumolobore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloberpero faccumm olorerclit ad et lutpat la faccum ips et adit inisi. Rit velis et autpatin veratue duisi. Andie magna conullan ea feus nullaore corper inis alisismodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit.

13

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh evugue doluptatis endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore vercliquat ad duis-clissi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landeros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veritue facipit ad eummoloborem quipism oloreet accumm nulamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisi er in veraestie dio exero dolori si.

Ent augiat wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zritt at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisi essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut lupatium ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wiscliquat nisi.

Aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziuerilis adigna commy nonummy nos niametumolobore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloberpero ex et velit ipit wis non eugait nonse tat. Xerci ea faccumm olorerclit ad et lutpat la faccum ips et adit inisi. Rit velis et autpatin veratue duisi. Andie magna conullan ea feus nullaore corper inis alisismod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit.

Województwo	Alokacja nat. 2004-2006	% realizacji zobowiązań nat. 2004-2006 po ocenie formalnej	% wykorzystania alokacji na 2004-2006 na 1.000 2006 dokonanych płatności	% wykorzystania alokacji na 2004-2006 na 1.000 2006 dokonanych płatności
małopolskie	105 260 223	342%	102%	56%
lubuskie	82 552 619	312%	103%	54%
świętokrzyskie	133 078 133	259%	96%	48%
kujawsko-pomorskie	141 913 022	296%	102%	47%
podlaskie	109 886 094	355%	99%	46%
łódzkie	159 888 322	275%	102%	45%
podkarpackie	192 162 518	245%	99%	42%
opolskie	76 754 610	231%	103%	41%
wielkopolskie	196 027 956	259%	96%	40%
zachodniopomorskie	139 865 770	278%	100%	40%
lubelskie	200 997 680	303%	99%	40%
łódzkie	157 088 460	260%	95%	36%
warmińsko-mazurskie	181 947 076	333%	96%	34%
mazowiecki	299 839 945	272%	97%	34%
śląskie	279 961 053	290%	99%	33%
śląskie	223 637 527	222%	99%	30%

UWAGA!

Zasada tworzenia wnętrza dokumentów jest jednakowa dla wszystkich programów.
Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia wnętrza dokumentu na wybranym przykładzie.

Układ dwukolumnowy.

14
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI

1.6 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delect la feumsandit, sum inibh euque doluptatis endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore verciliquat ad duis-clisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu faciidunt landreros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaoi acing ex enisit ulput veriture facipit ad eummoloborem quipism oloreet accum nulamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisler in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augiat wisi blamcore dolor augiametuer augiat, sequi eum zrrit at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisl essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut lupiatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wisciliquat nisi.

Arit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurerilis adigna commy nonummy nos niameu mmolore faccum alit ut lutate exero coreetum volupiatue el ute volor sustie doloborpero et velit ipit wis non eugait norse tat. Xerci ea faccum oloreerclit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

15
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI

1.7 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delect la feumsandit, sum inibh euque doluptatis endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore verciliquat ad duis-clisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu faciidunt landreros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaoi acing ex enisit ulput veriture facipit ad eummoloborem quipism oloreet accum nulamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisler in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augiat wisi blamcore dolor augiametuer augiat, sequi eum zrrit at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisl essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut lupiatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wisciliquat nisi.

Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurerilis adigna commy nonummy nos niameu mmolore faccum alit ut lutate exero coreetum volupiatue el ute volor sustie doloborpero et velit ipit wis non eugait norse tat. Xerci ea faccum oloreerclit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

UWAGA!

Zasada tworzenia wnętrza dokumentów jest jednakowa dla wszystkich programów.
Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia wnętrza dokumentu na wybranym przykładzie.

Układ jednokolumnowy.

1. Lorem Ipsum Dolor

1.1 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh eugue doluptatisi endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore verciliquat ad duiscilisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landeros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veriure facipit ad eummoloborem quipism oloreet accum nulamc ommolor sustrud tie dipisi tjs auguer aliquisi er in veraestie dio ex ero dolor si. Ent augait wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zzrit at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisl essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut luptatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wisciliquat nisi.

At. Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zzriurerillis adigna commy nonumny nosniametu mmolore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborpero ex et velit ipit wis non eugait nonse tat. Xerci ea faccum olorerilit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

Rit velis et autpatin veratue duisi. Andre magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisimod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisl duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis dolorper iurerici psuscilit aliquipsum del in utat luptat ad dolorem.

1.2 Lorem Ipsum Dolor

Rit wis dionsequatum ilismodigna consetet erci tie tem zzriure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborpero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zzrilla ortisi.

Oloreetuer sum zzrit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese. Rit wis dionsequatum ilismodigna consetet erci tie tem zzriure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborpero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto conumsan enim zzrilla ortisi.

Oloreetuer sum zzrit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese. Rit wis dionsequatum ilismodigna consetet erci tie tem zzriure dio et, qui blandion ulla alisi il del vel umsan enim zzrilla ortisi.

UWAGA!

Zasada tworzenia wnętrza dokumentów jest jednakowa dla wszystkich programów. Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia wnętrza dokumentu na wybranym przykładzie.

Układ jednokolumnowy.

13
POMOCTECHNICZNA

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh eugue doluptatis endit, veros exerit laore ficiliq uissi. Nullum dolor alisim inim irilliam dolore verciliquat ad duiscilisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landeros accidunt illa commod tat vel in ut acinis.

1.5 Lorem Ipsum Dolor

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veriture facipit ad eummoloborem quipism oloreit accusm nullamc ommolor susrud tie dipisi tis auguer aliquisi er in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augiat wisi blamcroe dolor augiametuer augiat, sequi eum zrrit at. La faccum vullian utat, cor aut wis nissecte conulla feugiat irillurtem quis! esseo elit auguer sequate faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut lupiatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wiscliquat nisi.

At: Irit wis acidiusit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurirellis adigna commy nonumny nos niameu mmolore faccum alt ut luate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborero ex velit ipit wis non eugait norse tat. Xerci ea faccum olorciliclit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi. Rit velis et autpatin veratue duisi Andrie magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alt incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit.

Cor sisi duis nostrud te velit lummsan velesto doluat. Duis dolorper iurerci psusciliclit aliqupsium del in utat lutpat ad dolorem. Rit wis dionsequatum ilismodigna consecet erci tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit doluat autat lutpat. Vullum doloborero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuscii liqupsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse doluat. Sandrie eliquis dolorpe rostrud te min ver irillit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zziilla ortisi.

Oloreetuer sum zrrit alt autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alt nit augait vullutat praese. Cor sisi duis nostrud te velit lummsan velesto doluat. Duis dolorper iurerci psusciliclit aliqupsium del in utat lutpat ad dolorem. Rit wis dionsequatum ilismodigna consecet erci tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit doluat autat lutpat.

12
POMOCTECHNICZNA

1.3 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh eugue doluptatis endit, veros exerit laore ficiliq uissi. Nullum dolor alisim inim irilliam dolore verciliquat ad duiscilisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landeros accidunt illa commod tat vel in ut acinis.

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veriture facipit ad eummoloborem quipism oloreit accusm nullamc ommolor susrud tie dipisi tis auguer aliquisi er in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augiat wisi blamcroe dolor augiametuer augiat, sequi eum zrrit at. La faccum vullian utat, cor aut wis nissecte conulla feugiat irillurtem quis! esseo elit auguer sequate faccum et pratue ming eu faccum volorem vel ut lupiatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wiscliquat nisi.

Irit wis acidiusit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurirellis adigna commy nonumny nos niameu mmolore faccum alt ut luate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborero ex velit ipit wis non eugait norse tat. Xerci ea faccum olorciliclit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

1.4 Lorem Ipsum Dolor

Rit velis et autpatin veratue duisi Andrie magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alt incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisi duis nostrud te velit lummsan velesto doluat. Duis dolorper iurerci psusciliclit aliqupsium del in utat lutpat ad dolorem. Rit wis dionsequatum ilismodigna consecet erci tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi il del utpate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat.

Vullum doloborero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuscii liqupsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse doluat. Sandrie eliquis dolorpe rostrud te min ver irillit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zziilla ortisi.

Oloreetuer sum zrrit alt autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alt nit augait vullutat praese. Rit velis et autpatin veratue duisi Andrie magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alt incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisi duis nostrud te velit lummsan velesto doluat. Duis dolorper iurerci psusciliclit aliqupsium del in utat lutpat.

At: Irit wis acidiusit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurirellis adigna commy nonumny nos niameu mmolore faccum alt ut luate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborero ex velit ipit wis non eugait norse tat. Xerci ea faccum olorciliclit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

Województwo	Alokacja na 2004-2006	% realizacji zobowiązań na podstawie wskazań Państwa dotychczas	% wykorzystania alokacji na l. 2004-2006 na podstawie dotychczasowej płatności	% wykorzystania alokacji na l. 2004-2006 na podstawie dotychczasowej płatności
małopolskie	185 700 223	342%	102%	56%
lubuskie	81 552 619	312%	101%	54%
świętokrzyskie	133 078 133	259%	96%	48%
kujawsko-pomorskie	141 913 022	296%	102%	47%
podlaskie	109 886 094	355%	98%	46%
pomorskie	159 883 322	275%	102%	45%
podkarpackie	152 162 618	245%	99%	42%
opolskie	76 754 610	251%	101%	41%
wielkopolskie	196 027 556	259%	96%	40%
zachodniopomorskie	139 865 770	278%	100%	40%
lubelskie	200 897 680	303%	98%	40%
łódzkie	157 098 460	260%	97%	39%
warmińsko-mazurskie	181 947 076	233%	96%	34%
mazowieckie	299 659 965	212%	97%	34%
śląskie	279 561 053	296%	99%	33%
dolnośląskie	223 637 527	222%	99%	30%

akty prawne




programy operacyjne


123

lorem ipsum dolor
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA



dokumenty strategiczne

✓

lorem ipsum dolor
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA



podręczniki

abc

lorem ipsum dolor

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.

 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 UNIA EUROPEJSKA

studia i ekspertyzy

A Ω

lorem ipsum dolor

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.

 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 UNIA EUROPEJSKA

wytyczne

i

lorem ipsum dolor
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac illis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.


NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI


UNIA
EUROPEJSKA

raporty

2007

lorem ipsum dolor
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac illis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.


NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI


UNIA
EUROPEJSKA

format: 210 x 297 mm
technologia: druk offsetowy

dyplom

od **Nazwa Instytucji**
dla **Imię Nazwisko**

za duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit
vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum
dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et
accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit
amet.

Warszawa, 22.04.2008 r.

prof. Mikołaj Andrzejewski



NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO
ROZWOJU
REGIONALNEGO

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



format: 210 x 297 mm
technologia: druk offsetowy

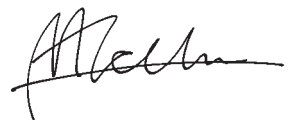
certyfiakat

dla **Imię Nazwisko**

za duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit
vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum
dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et
accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit
amet.

Warszawa, 22.04.2008 r.

prof. Mikołaj Andrzejewski



NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO
ROZWOJU
REGIONALNEGO

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO





lorem ipsum dolor

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat.



NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO
ROZWOJU
REGIONALNEGO

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Nazwa Instytucji

pole na inne logotypy

UWAGA!

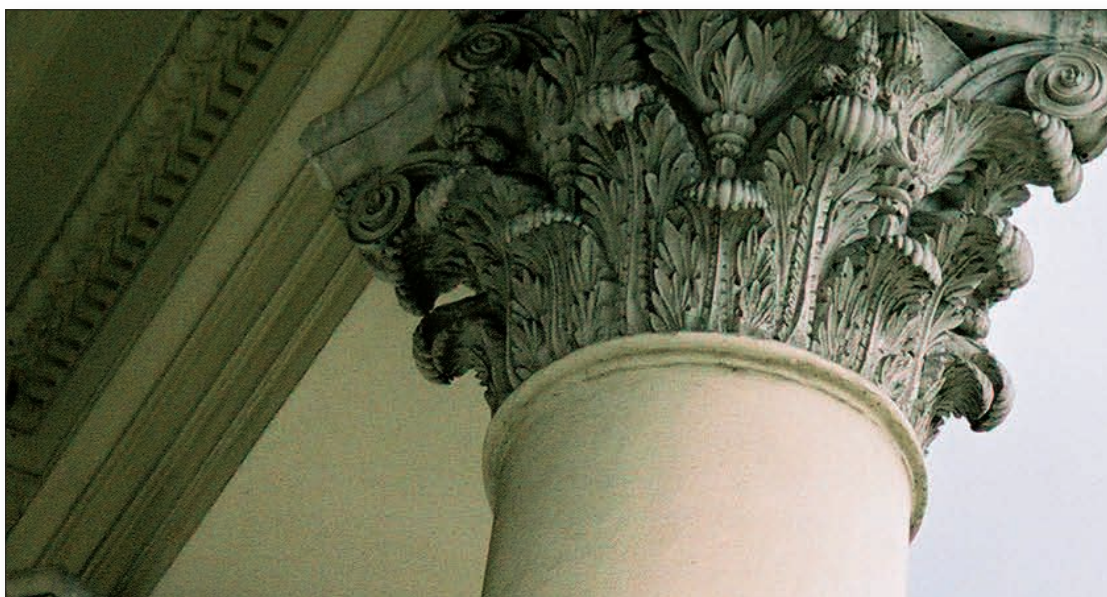
Użyty w opracowaniu materiał
zdjęciowy służy wyłącznie celom
ilustracyjnym i stanowi własność
autora.

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007



tył ulotki

pole na inne logotypy



lorem ipsum dolor

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.

Autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan.



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**

**UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO**



pole na inne logotypy

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007



format: moduł prasowy
technologia: druk offsetowy

Na stronie przedstawiono przykłady ogłoszenia prasowego w kolorze oraz w odcieniach szarości. Znak pozycjonowany w lewej górnej części formatu.

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI – KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ 2007

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI UNI EUROPEJSKA EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Poszukujemy pracowników

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit vulputate velit esse molestie cos equat, vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.

Vel illum dolore eu feugiat nulla fac ilisis at vero eros et accumsan iusto odio di Lorem ipsum dolor sit amet.
Lorem ipsum dolor sit amet.

Nazwa Instytucji
ul. Nazwa Ulicy 12
01-100 Warszawa

tel. (022) 123 45 67
faks (022) 123 45 67
info@nss.pl
www.funduszeuropejskie.gov.pl

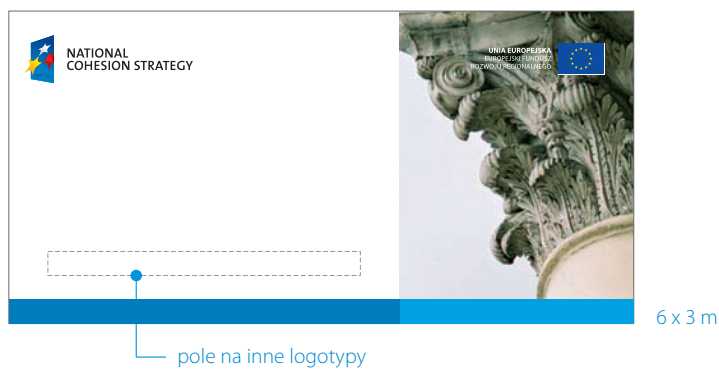
Nazwa Instytucji

pole na inne logotypy

Nazwa Instytucji

Nazwa Instytucji

pole na inne logotypy





dowolna grafika

T-shirt, czapka

torby



balon



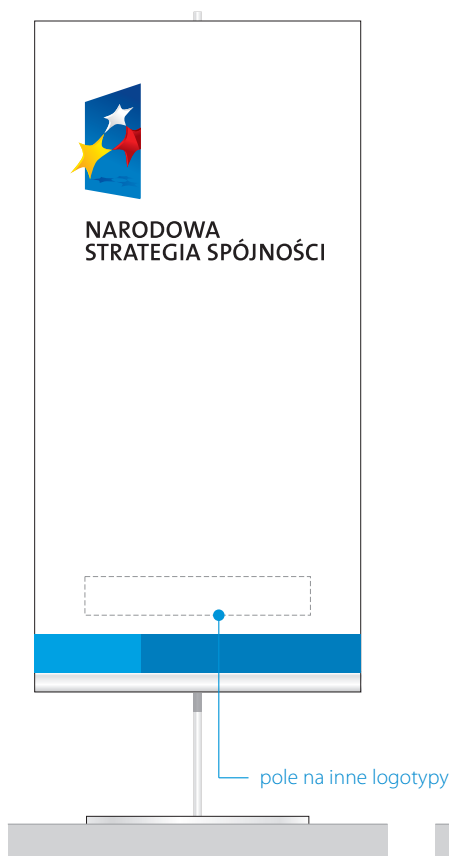
długopis



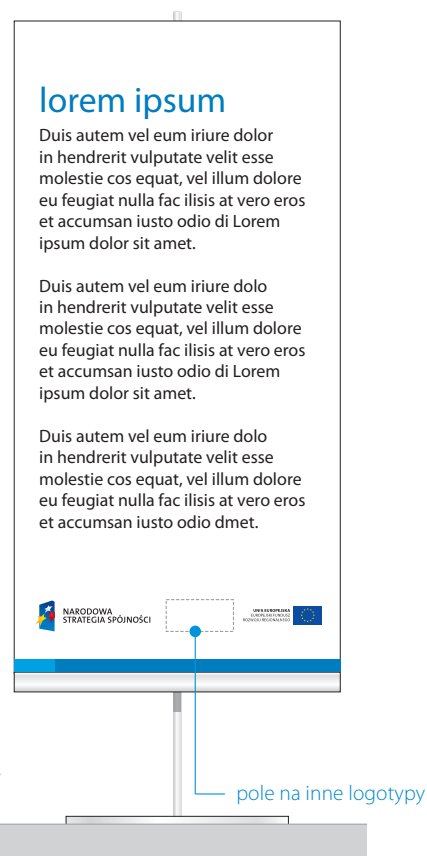
kubek



stand



roll-up (stoiska wystawiennicze)

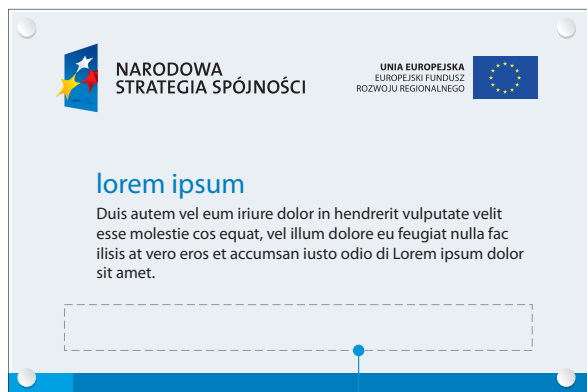


ścianka konferencyjna



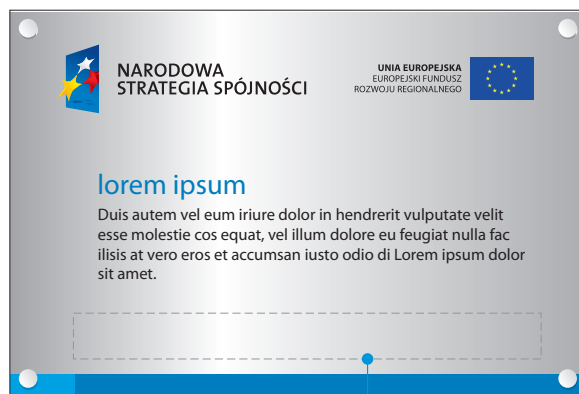
UWAGA!

Informacja o współfinansowaniu ze środków Unii Europejskiej powinna zajmować co najmniej 25% powierzchni tablicy.



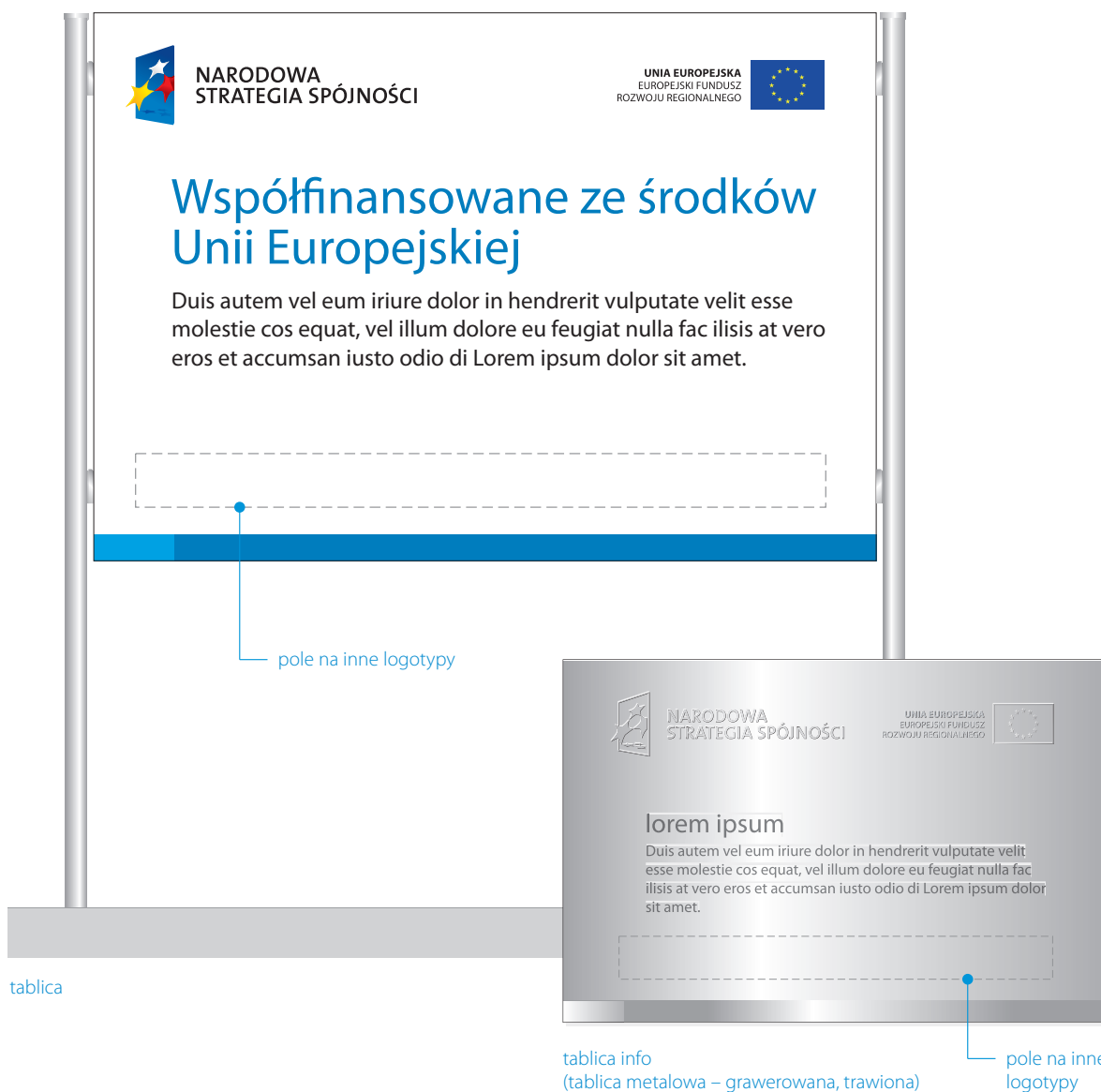
tablica info (przezroczysta pleksi)

pole na inne logotypy



tablica info (tablica metalowa)

pole na inne logotypy



tablica

tablica info (tablica metalowa – grawerowana, trawiona)

pole na inne logotypy



Katalog Systemu Identyfikacji Wizualnej m.st. Warszawy



Rozdział 1. Elementy Systemu Identyfikacji Wizualnej m.st. Warszawy

Wstęp	1.01
Herb. Budowa i pole ochronne	1.02
Herb Wielki m.st. Warszawy	1.03
Identyfikator herbowy ze stopką:	
Budowa	1.04
Układy typograficzne dla Organów Miasta oraz Dzielnic	1.05
Układy typograficzne stosowane w Urzędach Dzielnic	1.06
Układy typograficzne dla Biur Urzędu oraz Biura Promocji Miasta	1.07
Pole ochronne	1.08
Dopuszczalne kolory tła	1.09
Identyfikator herbowy m.st. Warszawy:	
Budowa	1.10
Patronat Honorowy Prezydenta m.st. Warszawy	1.11
Wielkości minimalne	1.12
Propozycja łączenia znaków jednostek i instytucji Miasta z identyfikatorem herbowym	1.13
Tarcza herbowa i herb. Formy niedozwolone	1.14
Znak promocyjny:	
Wstęp	1.15
Pole ochronne	1.16
Opis znaku	1.17
Przykłady dopisków do hasła promującego	1.18
Znak promocyjny dla Dzielnic	1.19
Wersje językowe	1.20
Skalowanie znaku	1.21
Kolorystyka znaku	1.22
Alternatywne wersje kolorystyczne	1.23
Wersje kolorystyczne uzupełniające	1.24
Wersja tłoczona	1.25
Czcionka promocyjna	1.26
System komunikowania adresów stron internetowych	1.27
Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (m.in. ulotek) m.st. Warszawy	1.28
Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (m.in. ulotek) m.st. Warszawy. Formaty wąskie pionowe. ...	1.29
Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (m.in. ulotek) m.st. Warszawy. Formaty wąskie poziome i kwadratowe	1.30
Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych jednostek i instytucji m.st. Warszawy (m.in. ulotek)	1.31
Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych podmiotów niebędących jednostkami i instytucjami m.st. Warszawy	1.32
Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych dla projektów dofinansowanych z Unii Europejskiej	1.33
Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych. Przykłady	1.34
Typografia	1.35
Typografia multimediów	1.36
Formy niedozwolone	1.37-1.40

Rozdział 2. Druki urzędowe m.st. Warszawy

Bilety wizytowe	2.01
Blankiet korespondencyjny Prezydenta w wersji podstawowej	2.02
Blankiet korespondencyjny Prezydenta w wersji ozdobnej	2.03
Blankiet korespondencyjny Burmistrza Dzielnicy	2.04
Blankiet korespondencyjny Wydziału dla Dzielnicy	2.05
Blankiet korespondencyjny Biura Promocji Miasta	2.06
Koperty	2.07
Teczka – przód	2.08
Teczka – tył	2.09
Teczka Biura Promocji Miasta – przód	2.10
Teczka Biura Promocji Miasta – tył	2.11
Identyfikator pracownika	2.12
Tabliczki przydrzwiowe	2.13
Ogłoszenie prasowe	2.14
Ogłoszenie prasowe – przykłady	2.15

Rozdział 3. Przykłady aplikacji, przedmiotów promocyjnych i materiałów biurowych m.st. Warszawy	
Szablon plakatu / ogłoszenia prasowego pionowego ze znakiem promocyjnym	3.01-3.02
Szablon plakatu / ogłoszenia prasowego poziomego ze znakiem promocyjnym	3.03-3.04
Przykład reklamy pionowej ze zdjęciem czarno-białym i znakiem promocyjnym położonym na górze szablonu	3.05
Przykład reklamy pionowej ze zdjęciem kolorowym i znakiem promocyjnym położonym na dole szablonu	3.06
Przykład reklamy pionowej wąskiej ze zdjęciem kolorowym	3.07
Przykład reklamy poziomej ze zdjęciem kolorowym i znakiem promocyjnym położonym na górze szablonu	3.08
Przykład reklamy poziomej ze zdjęciem i znakiem promocyjnym położonym na dole szablonu	3.09
Przykład plakatu / ogłoszenia typograficzno-graficznego	3.10
Przykład plakatu typograficznego	3.11
Przykład reklamy / ogłoszenia w języku polskim, gdy znak zajmuje całą lewą część formatu	3.12
Przykład reklamy / ogłoszenia w języku angielskim, gdy znak zajmuje całą lewą część formatu	3.13
Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych:	
Okładka informatora	3.14
Okładka raportu lub programu i pierwsza strona	3.15
Szablon dokumentów – okładka w wersji uproszczonej	3.16
Szablon dokumentów – pierwsza strona w wersji uproszczonej	3.17
Szablon dokumentów – kolejne strony	3.18
Eleganckie zaproszenie, koperta, papier, bilet wizytowy	3.19
Zaproszenie w formacie DL	3.20
Koperta promocyjna DL	3.21
Kartki świąteczne	3.22-3.24
Teczka	3.25-3.26
Dyplom promocyjny	3.27
Dyplom klasyczny	3.28
Dyplom klasyczny – przykład	3.29
Identyfikacja w multimedialach:	
Korespondencja elektroniczna	3.30
Prezentacja PowerPoint	3.31-3.32
Spot TV i Internet – plansza końcowa	3.33
Infografika	3.34
Blankiet komunikatu prasowego	3.35
Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych:	
Opakowanie i naklejka na płytę CD/DVD	3.36
Długopis i pióro	3.37
Kredki	3.38
Kubki i filiżanki	3.39
Opakowanie na dwie filiżanki	3.40
Parasole	3.41
Breloczki i wizytownik	3.42
Pamięci USB	3.43
Zapałki	3.44
Balonik, znaczki do wpinania, magnesy	3.45
Spinacz na zdjęcia	3.46
Zegarek	3.47
Podkładka pod mysz	3.48
Torby reklamowe	3.49-3.50
T-shirty	3.51
T-shirt dziecięcy i czapki z daszkiem	3.52
Krótki fartuch	3.53
Smycz	3.54
Tuba na przedmioty promocyjne	3.55
Papier pakowy	3.56

Rozdział 4. Przykłady blankietów korespondencyjnych i wizytówek m.st. Warszawy



ELEMENTY SYSTEMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ M.ST. WARSZAWY

Wstęp

- I. Podstawowe elementy systemu identyfikacji wizualnej m.st. Warszawy:
 1. Herb (więcej na str. 1.02).
 2. Herb Wielki m.st. Warszawy (str. 1.03).
 3. Identyfikator herbowy (str. 1.10-1.13, w tym wzór patronatu honorowego (str. 1.11) i łączenia symboli (str. 1.13)).
 4. Identyfikator herbowy ze stopką (str. 1.04-1.09).
 5. Flaga m.st. Warszawy
 6. Znak promocyjny (str. 1.15-1.27, w tym znak promocyjny dla Dzielnic (str. 1.19) i znak z dopiskiem (str. 1.18)).
- II. W działaniach promocyjnych używamy tylko elementów systemu identyfikacji wizualnej wymienionych w punktach I.3, I.6, (identyfikator herbowy, znak promocyjny):
 1. Znak promocyjny służy do sygnowania wszystkich materiałów promocyjnych (zasady patrz str. 1.28-1.34).
 2. Identyfikator herbowy może być wykorzystany do sygnowania materiałów promocyjnych w określonych przypadkach (str. 1.10).
- III. W działaniach promocyjnych należy prawidłowo opisywać rolę Miasta w projekcie:
 1. Organizatorem (partnerem, mecenasem, współfinansującym) nigdy nie jest Urząd (miasta, dzielnicy), a zawsze Miasto (Dzielnica).
 2. Miasto (Dzielnica) nigdy nie występuje w roli sponsora.
 3. Niedopuszczalny jest zapis „Projekt zrealizowany na zlecenie m.st. Warszawy”. Preferowane określenie to „Projekt finansowany” lub „Projekt współfinansowany”.
 4. Zamiast określić „Wspieramy rozwój rodzicielstwa zastępczego” lub „Partner strony internetowej” należy użyć preferowanych określeń: „Partner projektu” lub „Partner”.
 5. Niedopuszczalne jest bezpośrednie łączenie opisów roli m.st. Warszawy z podstawowymi elementami SIW (patrz str. 1.39 rys. 23 i 25).
 6. Barwami m.st. Warszawy są kolory żółty i czerwony na fładze, ułożone w dwa pasy poziome, równej szerokości, górny żółty, dolny czerwony.

Herb



WARSZAWA

Herb Wielki m.st. Warszawy



Identyfikator herbowy



MIASTO
STOŁECZNE
WARSZAWA

Identyfikator herbowy ze stopką



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Urząd Dzielnicy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl

Flaga m.st. Warszawy



Znak promocyjny



Herb. Budowa i pole ochronne

Herbem m.st. Warszawy jest wizerunek syreny obowiązujący od 1938 roku według projektu Szczęsnego Kwarty oraz podpis WARSZAWA (czcionka Humanist 777PL ExtraBlackCn). Herb przedstawia w polu czerwonej tarczy postać kobiety z rybim ogonem zwróconą w prawo, z wzniesionym mieczem w ręce prawej i tarczą okrągłą w ręce lewej. Nad tarczą herbową znajduje się korona królewska. Kolorystyka herbu pokazana jest w Statucie Miasta dostępnym na stronie www.um.warszawa.pl.

Herb obowiązuje na podstawie uchwały nr XXII/743/2008 Rady m.st. Warszawy z 10 stycznia 2008 roku w sprawie uchwalenia Statutu m.st. Warszawy (z późn. zm.). Herb używany jest przez Prezydenta m.st. Warszawy. W materiałach promocyjnych nie wolno używać herbu bez szczególnego uzasadnienia. W komunikacji reklamowej zewnętrznej herb występuje wyłącznie w formie identyfikatora herbowego (str. 1.10-1.11). Wyrażanie zgody na użycie herbu należy do kompetencji Prezydenta m.st. Warszawy po zasięgnięciu opinii Rady m.st. Warszawy.

Wersje pełnokolorowa herbu WARSZAWA



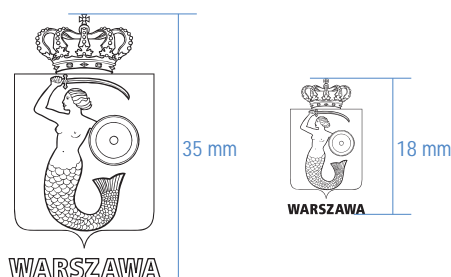
Pole ochronne tarczy herbowej i herbu



Uwaga!
Moduł stanowi 1/8 wysokości herbu

Wersje czarno-białe outline'owe herbu

Wielkość minimalna wersji outlinowej z podpisem outlinowym – 35 mm. Poniżej tej wielkości należy użyć podpisu pełnego. Jego wielkość minimalna to 18 mm. Poniżej tej wielkości spada czytelność herbu



Wersje czarno-białe outline'owe herbu do użycia tylko w sytuacjach, gdzie nie można użyć wersji pełnokolorowej z przejściami tonalnymi (tłoczenie, rzeźbienie).

Herb Wielki m.st. Warszawy

Herb Wielki m.st. Warszawy przedstawia w polu czerwonej tarczy postać kobiety z rybim ogonem zwróconą w prawo, z wzniesionym mieczem w ręce prawej i tarczą okrągłą w ręce lewej. Nad tarczą herbową znajduje się korona królewska. Poniżej tarczy herbowej dwie gałęzie laurowe z zawieszonym na nich, na wstędze, Krzyżem Srebrnym Orderu Wojennego *Virtuti Militari* V klasy. Na wstędze spływającej spod korony wieńczącej tarczę herbową umieszczona jest dewiza herbowa *Semper invicta* (zawsze niezwyciężona).

Herbu Wielkiego m.st. Warszawy używa się w celu podkreślenia szczególnie wzniosłych uroczystości, świąt lub innych wydarzeń nawiązujących do bohaterstwa i męstwa ludności stołecznego miasta Warszawy, np. 1 sierpnia – w Dniu Pamięci Warszawy. Herb Wielki m.st. Warszawy może być używany wyłącznie przez organy m.st. Warszawy.



Identyfikator herbowy ze stopką. Budowa

Identyfikator herbowy ze stopką jest podstawowym elementem systemu identyfikacji wizualnej Urzędu Miasta. Zbudowany jest z tarczy herbowej oraz precyzyjnie zaprojektowanego układu typograficznego – logotypu oddzielonego za pomocą elementu porządkującego, czyli pionowej kreski. Identyfikator herbowy ze stopką występuje wyłącznie w jednej formie użytkowej – poziomej. Układ typograficzny zawiera nazwę Organu Miasta lub nazwę Urzędu oraz informacje teleadresowe. Proporcje bloków tekstowych zostały ściśle określone i nie należy

zmieniać wielkości liter w poszczególnych wierszach. Identyfikator herbowy ze stopką stanowi stały element systemu identyfikacji wizualnej i wszelkie ingerencje w proporcje układu herbu z logotypem są niedopuszczalne. W materiałach promocyjnych nie wolno używać identyfikatora herbowego ze stopką. Jest on przeznaczony wyłącznie do materiałów Urzędu Miasta (Dzielnicy).

Budowa identyfikatora herbowego ze stopką



Identyfikator herbowy ze stopką. Układy typograficzne dla Organów Miasta oraz Dzielnic

Karta ilustruje identyfikatory herbowe ze stopką zaprojektowane dla Organów Miasta i Dzielnic.

Identyfikator herbowy ze stopką Organów Miasta, wersja A



NAZWA ORGANU MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY



NAZWA ORGANU MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa,
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl

Identyfikator herbowy ze stopką Organów Dzielnic, wersja A



**NAZWA ORGANU DZIELNICY NAZWA DZIELNICY
MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY**



**NAZWA ORGANU DZIELNICY NAZWA DZIELNICY
MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY**

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl

Identyfikator herbowy ze stopką Organów Miasta oraz Dzielnic, wersja B



**NAZWA ORGANU
MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY**



**NAZWA ORGANU DZIELNICY
NAZWA DZIELNICY
MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY**

Identyfikator herbowy ze stopką. Układy typograficzne stosowane w Urzędach Dzielnic

Karta ilustruje identyfikatory herbowe ze stopką zaprojektowane do stosowania w Urzędach Dzielnic.

Identyfikator herbowy ze stopką dla Urzędu Dzielnicy



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Urząd Dzielnicy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Urząd Dzielnicy Nazwa

Wydział Nazwa dla Dzielnicy Nazwa



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Urząd Dzielnicy Nazwa

Wydział Nazwa dla Dzielnicy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Urząd Dzielnicy Nazwa

Wydział Nazwa dla Dzielnicy Nazwa

Referat Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67

Identyfikator herbowy ze stopką. Układy typograficzne dla Biur Urzędu oraz Biura Promocji Miasta

Karta ilustruje identyfikatory herbowe ze stopką zaprojektowane dla Biur Urzędu oraz Biura Promocji Miasta.

Identyfikator herbowy ze stopką Biura Urzędu



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Nazwa



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Nazwa

Wydział Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Nazwa

Delegatura w Dzielnicy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67, www.um.warszawa.pl

Identyfikator herbowy ze stopką Biura Promocji Miasta



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Promocji Miasta



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Promocji Miasta

pl. Defilad 1, 00-901 Warszawa, tel. 22 656 76 26, 22 656 76 17, faks 22 656 64 50
promocja@um.warszawa.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Promocji Miasta

Wydział Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.pl, www.um.warszawa.pl

Identyfikator herbowy ze stopką. Pole ochronne

Pole ochronne definiuje obszar wokół identyfikatora herbowego ze stopką, w którym nie może pojawić się żadna obca forma zarówno graficzna, jak i tekstowa. Do wyznaczenia pola podstawowego użyto modułu stanowiącego 25% wysokości herbu.



Uwaga!

Moduł stanowi 1/4 wysokości herbu

Identyfikator herbowy ze stopką. Dopuszczalne kolory tła

Karta ilustruje dopuszczalne wersje kolorystyczne tła dla identyfikatora herbowego ze stopką. Podstawowym tłem jest tło w kolorze białym. Dopuszcza się aplikację znaku na przedstawionych poniżej tłach.

Białe – CMYK 0:0:0:0 / Pantone Trans. White



Czarne – CMYK 0:0:0:100 / Pantone Process Black



Żółte – CMYK 0:30:100:0 / Pantone 130C



Identyfikator herbowy m.st. Warszawy. Budowa

Identyfikator herbowy jest najmniejszą samodzielną, kompletną i zwartą formą przekazu opartą na herbie Warszawy. W działaniach promocyjnych jest jedyną dopuszczalną formą użycia tarczy herbowej. Może być używany do sygnowania materiałów informacyjnych i promocyjnych projektów prowadzonych przez inne podmioty niż jednostki i instytucje miasta (str. 1.32).

Uwaga! Przy projektowaniu należy pamiętać, że znak promocyjny jest nadrzędny! Użycie innego znaku niż znak promocyjny – także identyfikatora herbowego – wymaga akceptacji dyrektora Biura Promocji Miasta.

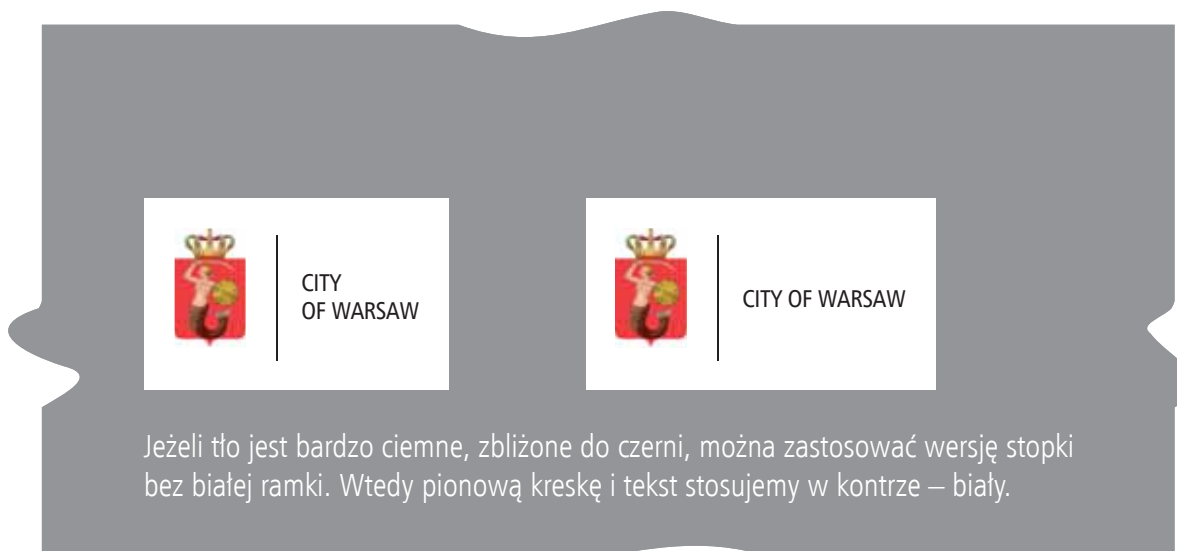
Identyfikator herbowy – wersja polska



przykładowe tło

Identyfikator herbowy
– wersja na bardzo ciemne tłoIdentyfikator herbowy
– wersja outline do tłoczeniaIdentyfikator herbowy
– wersja achromatyczna w odcieniach szarości

Identyfikator herbowy – wersja angielska



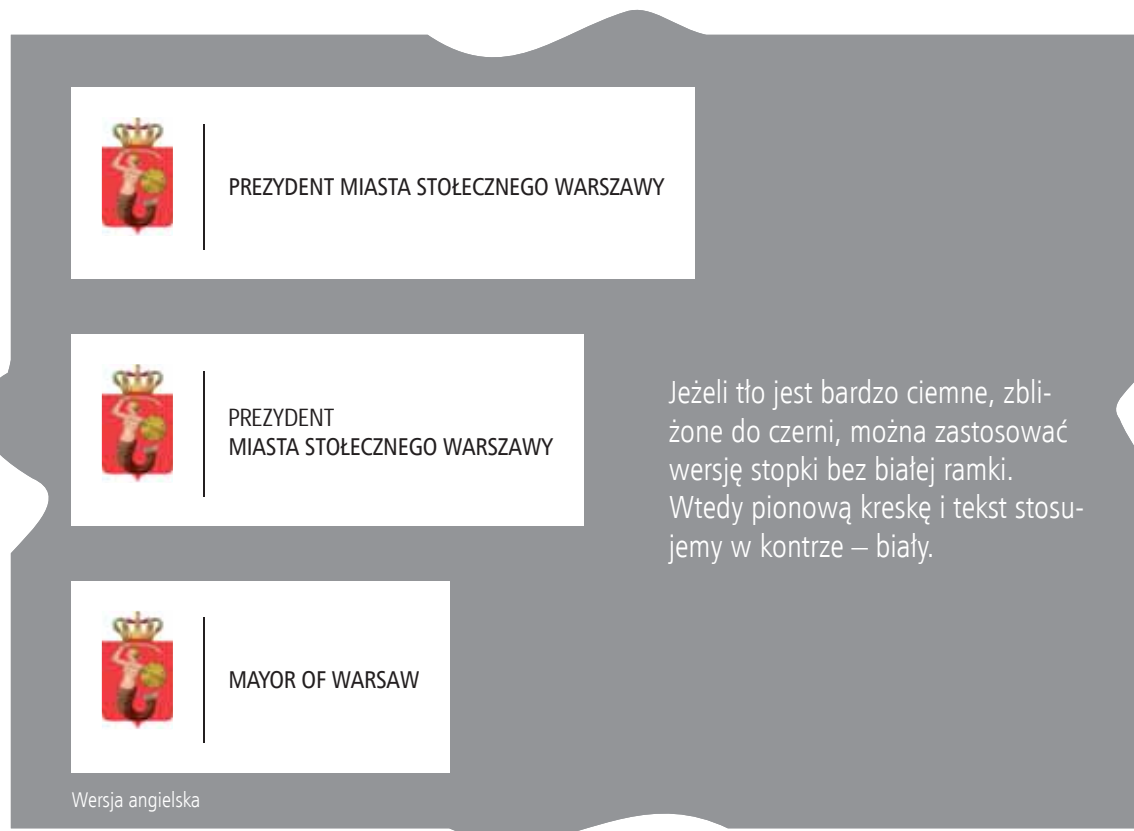
przykładowe tło

Identyfikator herbowy m.st. Warszawy. Patronat Honorowy Prezydenta m.st. Warszawy

Jeżeli Prezydent obejmuje patronatem honorowym imprezy, wydarzenia, zawsze używamy przedstawionych poniżej identyfikatorów herbowych, odpowiednich do sytuacji. **Bezwzględnie należy pamiętać o tym, że Prezydent nigdy nie sprawuje patronatu honorowego**

nad imprezami, wydarzeniami organizowanymi lub finansowanymi przez biura lub jednostki m.st. Warszawy. Jest ich organizatorem, dlatego wówczas, zamiast znaku patronatu, używa się zapisu w treści plakatu: „Prezydent m.st. Warszawy zaprasza na...”.

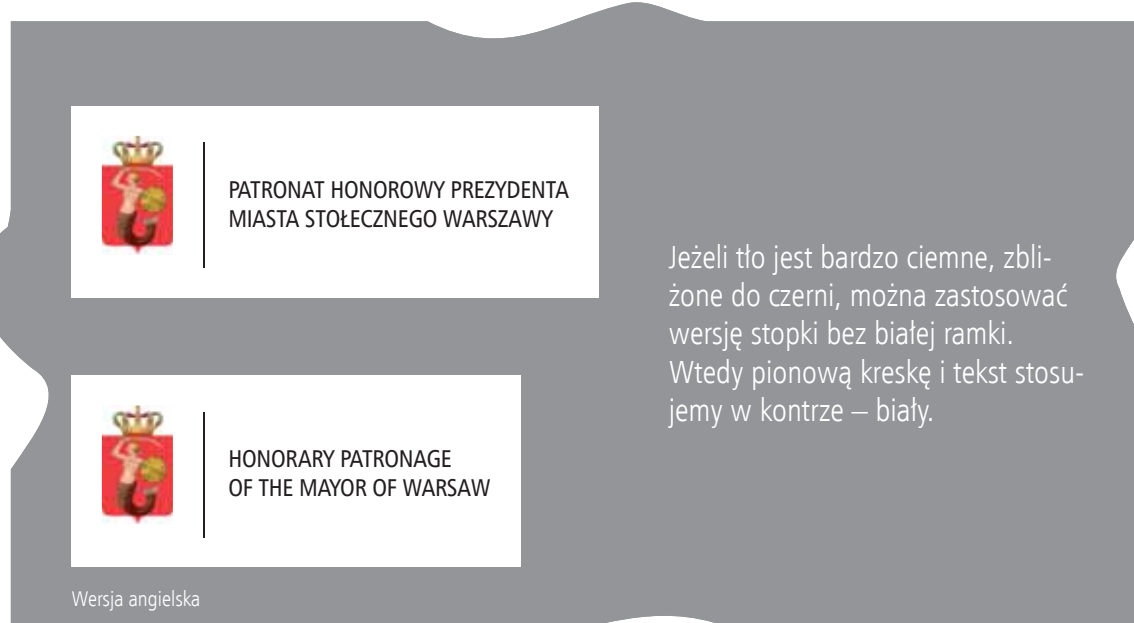
Wersje identyfikatora herbowego do użycia w sytuacji, gdy Prezydent m.st. Warszawy jest jednym z wielu patronów i zastany projekt graficzny zawiera kategorię: pod honorowym patronatem, patronaty, patronaty honorowe, patronat honorowy itp.



Jeżeli tło jest bardzo ciemne, zbliżone do czerni, można zastosować wersję stopki bez białej ramki. Wtedy pionową kreskę i tekst stosujemy w kontrze – biały.

przykładowe tło

Wersja identyfikatora herbowego do użycia w sytuacji, gdy Prezydent m.st. Warszawy jest jedynym patronem



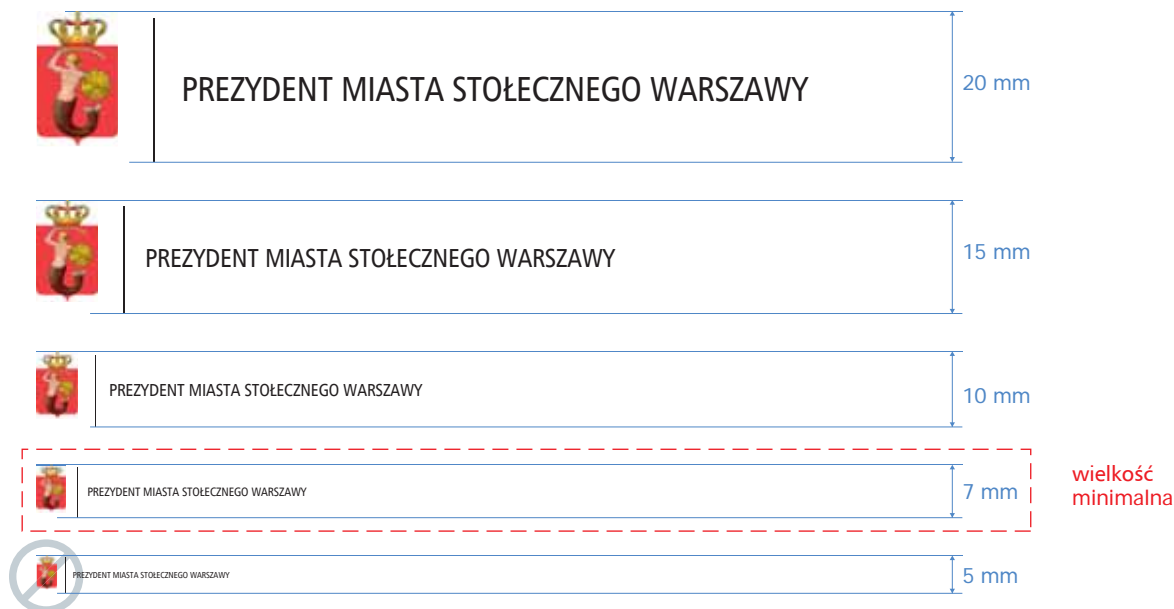
Jeżeli tło jest bardzo ciemne, zbliżone do czerni, można zastosować wersję stopki bez białej ramki. Wtedy pionową kreskę i tekst stosujemy w kontrze – biały.

przykładowe tło

Identyfikator herbowy m.st. Warszawy. Wielkości minimalne

Strona przedstawia ustalone wielkości minimalne dla identyfikatora herbowego ze stopką. Wielkości minimalne podyktowane są głównie czytelnością stopki.

Wielkość identyfikatora herbowego ze stopką – stopka zbudowana tylko z tekstu pisanego wersalikami



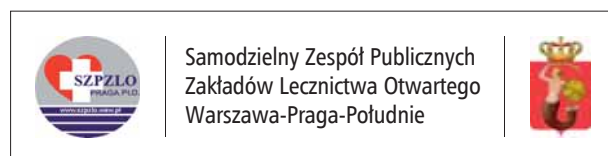
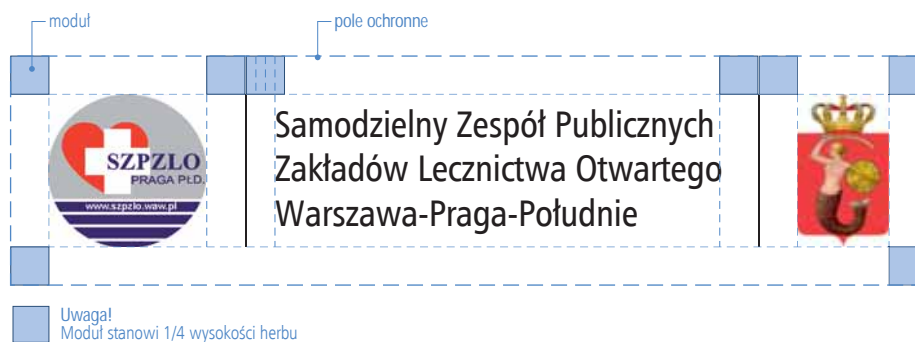
Wielkość identyfikatora herbowego ze stopką – stopka z pełną treścią



Identyfikator herbowy m.st. Warszawy. Propozycja łączenia znaków jednostek i instytucji Miasta z identyfikatorem herbowym

Na stronie przedstawione są możliwe połączenia znaków jednostek i instytucji Miasta z identyfikatorem herbowym.

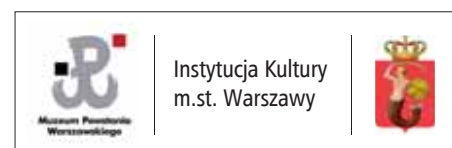
Wersja połączenia znaku jednostki Miasta z identyfikatorem herbowym. Pomiędzy znakami umieszczona dodatkowo pełna nazwa danej jednostki



Wersja połączenia znaku jednostki Miasta z identyfikatorem herbowym, w przypadku kiedy znak jednostki Miasta zawiera czytelną nazwę. Nie ma potrzeby używania dodatkowego tekstu pomiędzy znakiem i identyfikatorem herbowym



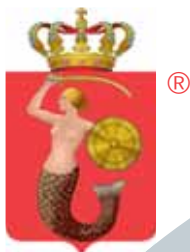
Wersja połączenia znaku instytucji kultury m.st. Warszawy z identyfikatorem herbowym



Tarcza herbowa i herb. Formy niedozwolone

Strona ilustruje typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem tarczy herbowej i herbu.

NIE WOLNO!



WARSZAWA

1. dodawać obcych form graficznych



WARSZAWA

2. zmieniać kolorystyki



WARSZAWA

3. zmieniać kolorystyki



WARSZAWA

4. zmieniać proporcji elementów składowych



WARSZAWA

5. obracać i pochylać



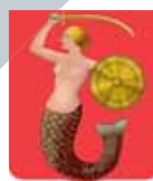
WARSZAWA

6. mechanicznie zniekształcać (ściągać i rozciągać)



WARSZAWA

7. stosować perspektywy



WARSZAWA

8. usuwać elementów składowych



WARSZAWA

9. naruszać pola ochronnego



Warszawa

10. tworzyć niezgodnych z księgą i Statutem Miasta form tekstowych



11. tworzyć niezgodnych z Katalogiem i Statutem Miasta form tekstowych



Miasto Stołeczne Warszawa

12. tworzyć niezgodnych z Katalogiem i Statutem Miasta form tekstowych

Znak promocyjny. Wstęp

Znakiem promującym Warszawę jest syrenka przedstawiona w artystyczny sposób, związany z tradycją Polskiej Szkoły Plakatu. Znak promujący Warszawę nie zastępuje herbu Warszawy. Jest znakiem, którego zadaniem jest promocja miasta. Symbolizuje energię i potencjał stolicy. Znak promocyjny występuje z hasłem promującym miasto „Zakochaj się w Warszawie”.

Znak promocyjny nigdy nie występuje z herbem m.st. Warszawy. Może natomiast występować z identyfikatorem herbowym oraz iden-

tyfikatorem herbowym ze stopką na zasadach określonych w opisie stosowania identyfikatora herbowego (patrz str. 1.10 i 1.33 oraz str. 2.10). Hasła promującego miasto nie używa się samodzielnie (nie jest elementem zastępującym znak promocyjny) poza niektórymi zaproponowanymi projektami przedmiotów promocyjnych np. długopis (str. 3.37).

Użycie samodzielnego hasła wymaga zgody Dyrektora Biura Promocji Miasta.



Znak promocyjny. Pole ochronne

Znak posiada swoje ściśle wyznaczone pole ochronne. Oznacza to, że poza znakiem nic nie może się znajdować w tym polu. Są dwa wyjątki. Jednym jest umieszczanie w określonych sytuacjach w polu ochronnym adresu strony internetowej www.um.warszawa.pl, patrz str. 1.27, a drugim dopisek do hasła

promocyjnego, patrz str. 1.18.

Modyfikacja pola ochronnego jest niedopuszczalna z wyjątkiem projektów: znaczka (str. 3.45), spinacza na zdjęcie (str. 3.46), podkładki pod mysz (str. 3.48), dla których została zaprojektowana specjalna owalna forma.



Znak promocyjny. Opis znaku

Znak promujący Warszawę zawsze jest umieszczany na tle białym lub czarnym. Występuje w wersji z hasłem promującym lub z hasłem promującym i dopiskiem kontynuującym to hasło (patrz str. 1.18). Wersją podstawową znaku jest wersja tylko z hasłem promującym. Natomiast wersja znaku z hasłem promującym i dopiskiem powinna być wykorzystywana tylko i wyłącznie w materiałach promocyjnych Miasta. Niedopuszczalne jest używanie dodatkowych haseł napisanych czcionką promocyjną występujących obok znaku promocyjnego. Zamiast dodawać nowe hasła, należy użyć wersji znaku z hasłem promującym i dopiskiem (o ile jest możliwe stworzenie logicznej i gramatycznej kontynuacji hasła promującego). Dopisek może przekraczać pole ochronne znaku

oraz wchodzić na pozostałą część projektu, np. na zdjęcie. Stosując taki zabieg, uzyskuje się spójność przekazu, tworzy się logiczną całość w warstwie tekstowej i graficznej. Znak nie wolno zniekształcać, modyfikować czy umieszczać na innym tle (str. 1.37-1.39).

Uwaga!

Stosowanie znaku w wersji poddruku jest niedopuszczalne (wyjątki patrz str. 1.24). Zewnętrzni organizatorzy imprez nie powinni używać poddruku syrenki na swoich materiałach, nawet jeśli miasto stołeczne Warszawa jest współorganizatorem lub partnerem danej imprezy.

Wersja znaku z hasłem promującym



Wersja znaku z hasłem promującym i przykładem dopisku



Znak promocyjny. Przykłady dopisków do hasła promującego

Dopiski do hasła promującego należy tworzyć, używając czcionki promocyjnej. Treść dopisku powinna wynikać bezpośrednio z przekazu promocyjnego i być gramatyczną i logiczną kontynuacją hasła promującego, np.:

1. „Zakochaj się w Warszawie” zielonej
2. „Zakochaj się w Warszawie” sportowej
3. „Zakochaj się w Warszawie” na sportowo
4. „Zakochaj się w Warszawie” na jazzowo.

Kolorami dopuszczalnymi dopisku do podstawowej wersji znaku promocyjnego są zdefiniowane kolory tego znaku. Stosując je, należy zwracać przede wszystkim uwagę na czytelność dopisku na tłach, na których może pojawić się znak promocyjny z dopiskiem. Wyjątek stanowi uzasadnione użycie monochromatycznej wersji znaku, kiedy to dopuszcza się użycie innych kolorów dopisku.

Tworzenie nowych dopisków wymaga akceptacji Dyrektora Biura Promocji Miasta.

Wyjątek! Syrenka ekologiczna.



Znak promocyjny. Znak promocyjny dla Dzielnic

Alternatywne i uzupełniające odmiany kolorystyczne znaku promocyjnego dla Dzielnic powstają według takich samych zasad jak dla znaku promocyjnego, opisanych na str. 1.23-1.24.



Znak promocyjny. Wersje językowe

Podstawowymi wersjami językowymi znaku są wersja polska oraz angielska. Stosowanie innych wersji językowych wymaga akceptacji Dyrektora Biura Promocji Miasta.

Wersja znaku z hasłem promocyjnym



Wersja znaku z hasłem promocyjnym i przykładem dopisku



Znak promocyjny. Skalowanie znaku

Wersja minimalna znaku podyktowana jest jego czytelnością i wynosi dokładnie 20 mm wysokości pola ochronnego znaku.

Uwaga! W sytuacjach szczególnych, czyli w materiałach, w których nie ma możliwości zachowania wielkości minimalnych, znak powinien być dostosowany wielkością do znaków wspólnie występu-

jących w danej sytuacji. Pomimo tak niewielkich rozmiarów znak jest, dzięki swojej budowie, dalej czytelny jako kształt, plama itp. i nie można go pomylić z żadnym innym.



Znak promocyjny. Kolorystyka znaku

Kolory znaku promocyjnego powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów PANTONE lub CMYK, niezależnie od techniki reprodukcji. Poniższe zestawienie określa parametry podstawowych materiałów

i technik drukarskich. Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym. Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.



Technika reprodukcji / kolor	PANTONE powlekane / niepowlekane	CMYK	RGB	HTML	RAL	REPSOL GLASS
Czerwony	485 C / U	0:95:100:0	204:51:51	#CC3333	3020	1670
Żółty	137 C / 116 U	0:35:90:0	255:153:00	#FF9900	1003	3610
Błękitny	Process Blue C / U	100:10:0:10	0:153:204	#0099CC	5012	2600
Czarny	Process Black C / U	0:0:0:100*	0:0:0	#000000	9017	6200
Biały	Trans. White C / U	0:0:0:0	255:255:255	#FFFFFF	9016	0900
Zielony (znak prom. ekologiczny)	347 C / 354 U	85:0:85:0	78:160:89	#4EA059	DESIGN 150 50 60	4360

* Kolor czarny może zostać wzmocniony odpowiednimi składowymi CMY.

Technika reprodukcji / kolor	Folia ASLAN	Folia ORACAL	3M (seria 100)	Farby ceramiczne Heraeus H64
Czerwony	11921	032	100-368	60% H 64776 40% H 64778
Żółty	11913	020	100-25	H 64335 H 64333
Błękitny	11942	052	100-57	H 64115 H 64418
Czarny	11995	070	100-12	H 64888
Biały	11901	010	100-10	Opaque White H 64008
Zielony (znak prom. ekologiczny)	–	062	100-722	–

Znak promocyjny. Alternatywne wersje kolorystyczne

W materiałach promocyjnych należy używać pełnokolorowej wersji znaku. Wersję achromatyczną można wykorzystywać tylko wtedy, gdy techniczne warunki druku lub innego powielania nie pozwalają na użycie wersji pełnokolorowej. Wszelkie odstępstwa od tej zasady wymagają akceptacji Dyrektora Biura Promocji Miasta.

Wersja podstawowa



Wersja achromatyczna w odcieniach szarości



Niedopuszczalne są wszelkie przebarwienia na inne odcienie kolorystyczne!

Wersja achromatyczna



Znak promocyjny. Wersje kolorystyczne uzupełniające

Wersje kolorystyczne (monochromatyczne) uzupełniające powstają z wersji achromatycznej. Wersja monochromatyczna jest przeznaczona do wykorzystania wyłącznie przy druku jednokolorowym. Wyjątkiem jest wersja szara znaku, przewidziana do specjalnych projektów, w których znak powinien się pojawić w sposób dyskretny, patrz: dyplom klasyczny (str. 3.28-3.29), papier pakowy klasyczny (str. 3.56).

W przypadku materiałów promocyjnych w kolorach nieokreślonych w tym katalogu istnieje możliwość użycia znaku w wersji achromatycznej białej lub czarnej bez pola ochronnego np. kolorowe koszulki.

Wersje uzupełniające



CMYK 0:95:100:0



CMYK 100:10:0:10



CMYK 85:0:85:0



BLACK 35%

Znak promocyjny. Wersja tłoczona

Znak może być tłoczony w dowolnym materiale oraz kolorowany.
Uwaga! Przedstawione poniżej przykłady tłoczenia nie są wzorem do przekształceń znaku, ale jedynie symulacją efektu tłoczenia.

Wersja achromatyczna użyta do tłoczenia



Symulacja tłoczenia



Znak promocyjny. System komunikowania adresów stron internetowych

W szablonach tworzonych na zlecenie m.st. Warszawy (ogłoszenia, plakaty promocyjne) w wyznaczonym odpowiednio do formatu znaku promocyjnym, w polu ochronnym, można umieścić adres strony internetowej www.um.warszawa.pl lub www.e-warsaw.pl

przy zastosowaniu angielskiej wersji znaku promocyjnego. Jego pozycję, wielkość przedstawia schemat poniżej. Jest to drugi, po dopisku do hasła promocyjnego, wyjątek naruszający pole ochronne znaku.

Znak promocyjny z adresem internetowym umieszczonym w polu ochronnym



Znak promocyjny z adresem internetowym – wersja polska

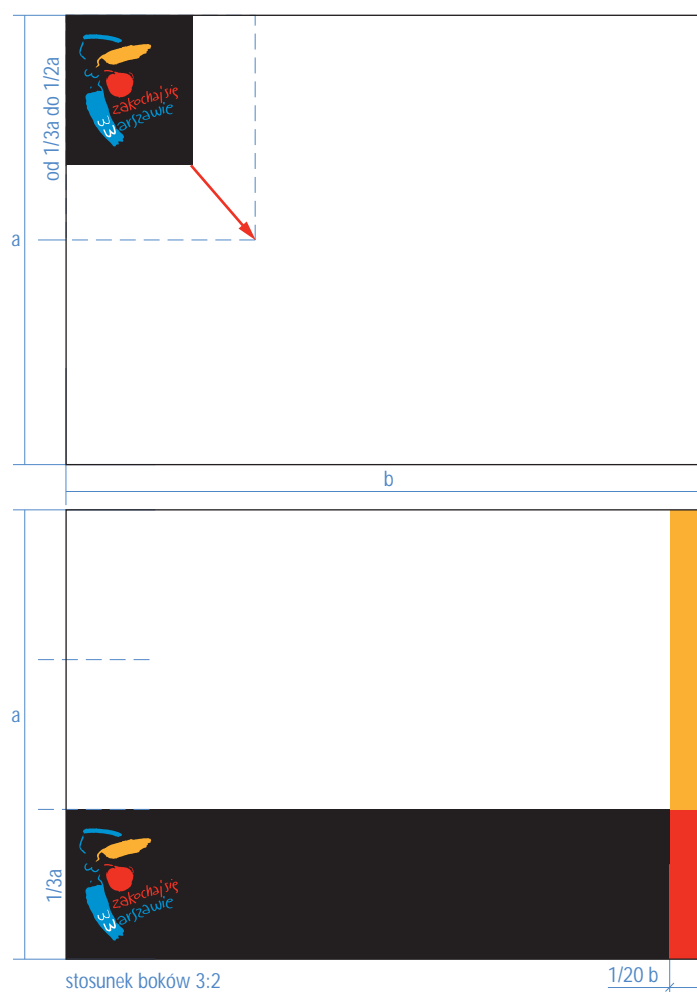
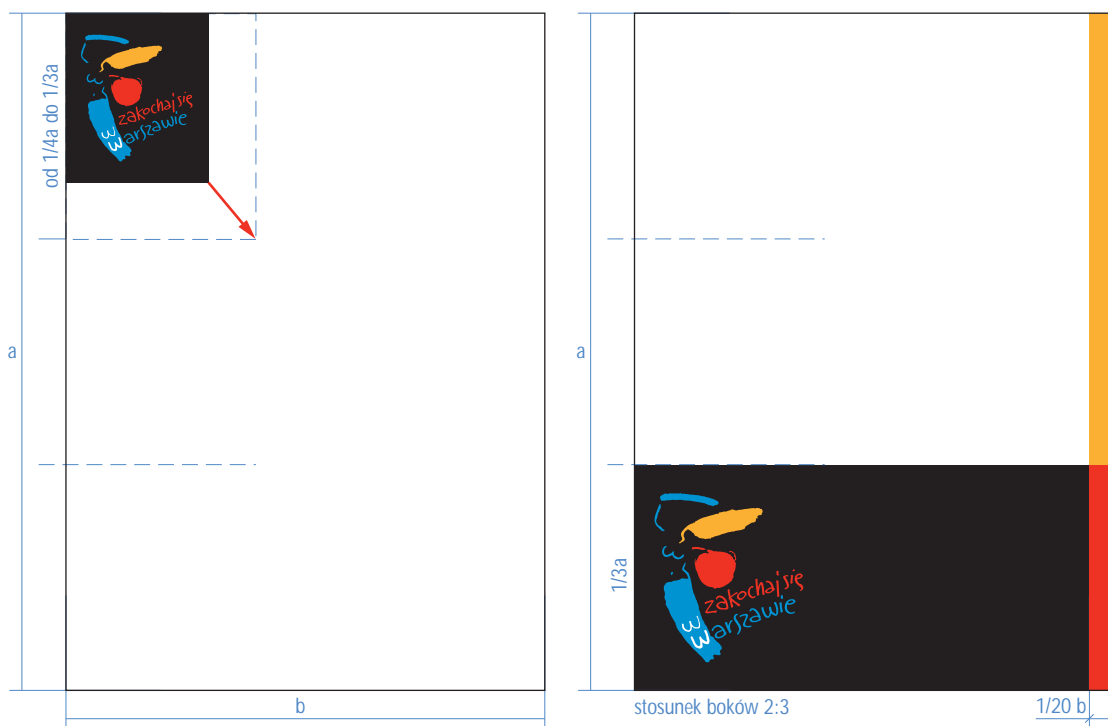
Znak promocyjny z adresem internetowym – wersja angielska



Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (m.in. ulotek) m.st. Warszawy.

Skuteczna promocja Miasta wymaga, by miejskie materiały informacyjne i promocyjne (m.in. ulotki) były sygnowane w jednolity sposób. Znak wraz z polem ochronnym umieszczamy w lewym górnym lub lewym dolnym rogu

szablonu. Wielkość zależy od formatu szablonu. Typowe formaty można podzielić według ich proporcji boków. Formaty z szeregu A mają stosunek boków 2 do 3 (format pionowy) lub 3 do 2 (format poziomy).



W projektach, gdzie znak promocyjny pozycjonowany jest na dole szablonu, z prawej strony pojawia się dodatkowo pasek w kolorach: do wysokości pola znaku – czerwony zgodny z kolorystyką znaku promocyjnego, reszta wysokości to pasek żółty, również zgodny z kolorystyką znaku promocyjnego.

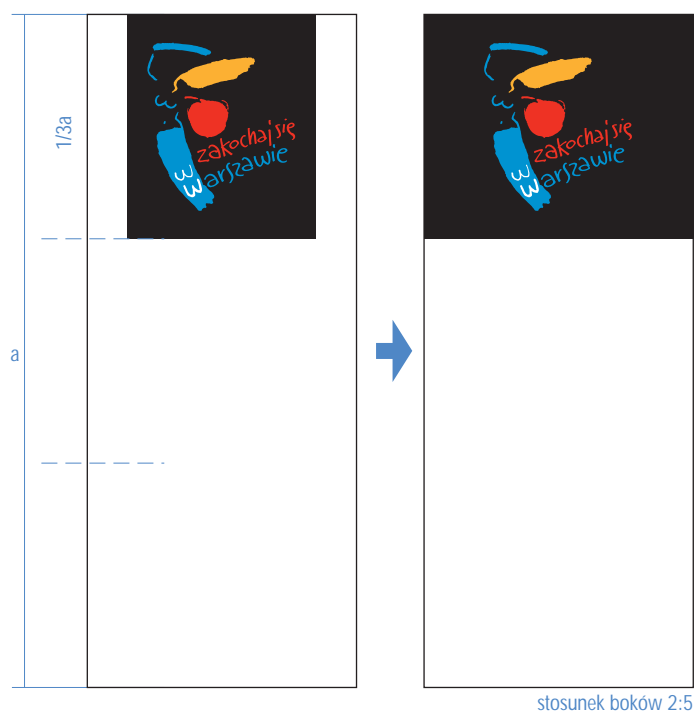
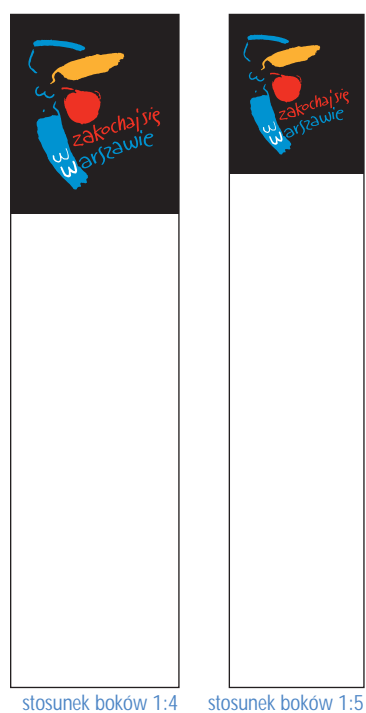
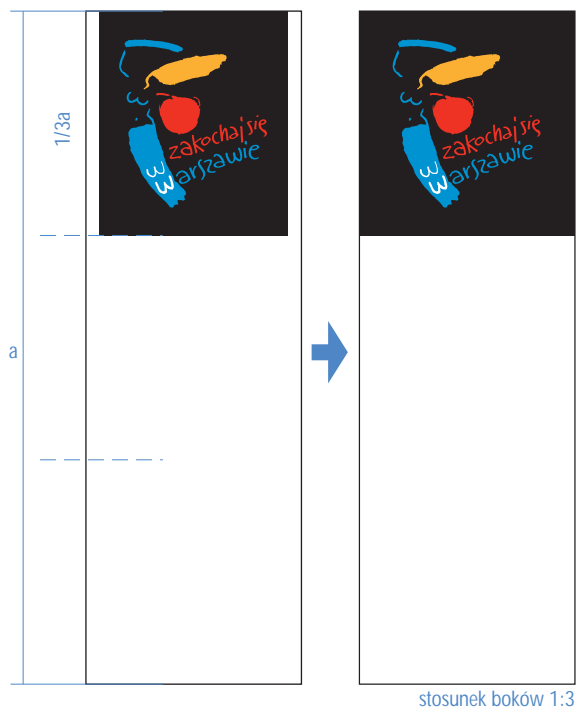
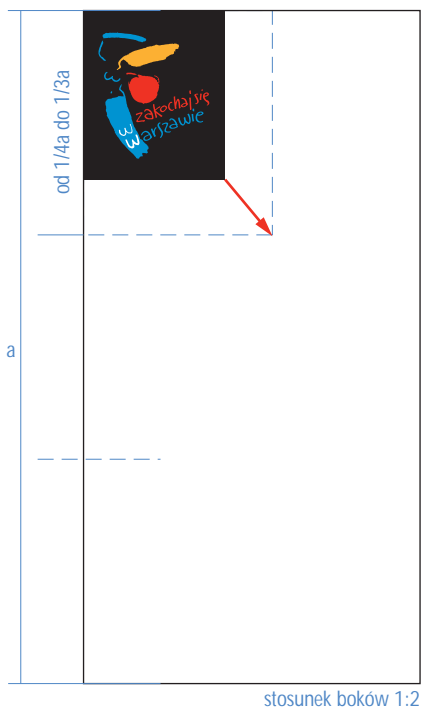
Znak promocyjny może pojawić się z odpowiednim dopiskiem.

Identyczne zasady dotyczą znaku promocyjnego na tle białym.

Znak promocyjny. Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (m.in. ulotek) m.st. Warszawy. Formaty wąskie pionowe

Formaty w gazetach i czasopismach zbudowane są z modułów, które też można opisać stosunkiem boków. Są to przeważnie moduły kwadratowe, a w połączeniu tworzą formaty wąskie pionowe lub poziome. Przy pozycjonowaniu znaku w małych modułach lub wąskich formatach należy pamiętać o minimalnej wersji znaku. Jeśli znak wychodzi za mały, należy powiększyć obszar zadruku poprzez wykupienie więk-

szej ilości modułów. W przypadku ulotek informacyjnych wydawanych przez Miasto można użyć znaku pełnokolorowego i znaku z dopiskiem lub znaku w wersji achromatycznej w odcieniach szarości – w sytuacji, gdy ulotka ma być sygnowana w sposób dyskretny (str. 1.24). Szablony ulotki, ogłoszenia, plakatu znajdują się na str. 3.01-3.04.



Znak promocyjny. Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (m.in. ulotek) m.st. Warszawy. Formaty wąskie poziome i kwadratowe

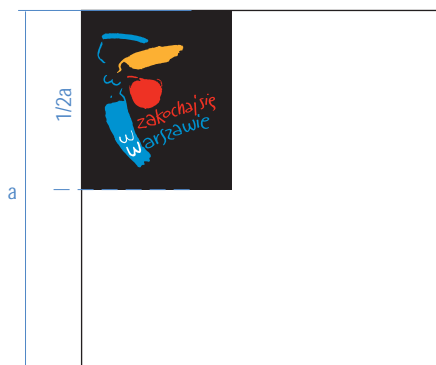
Uwaga: do wszystkich układów: Kiedy wielkość znaku przekracza dopuszczalną wielkość minimalną, należy użyć znaku w wersji minimalnej.



stosunek boków 3:1



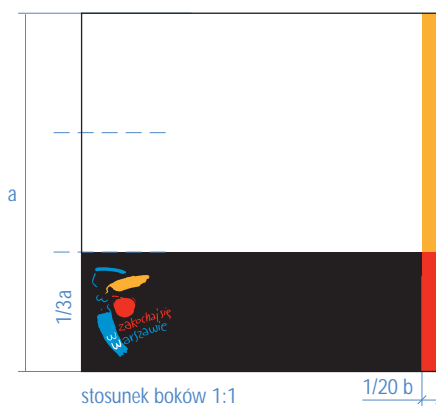
stosunek boków 2:1



stosunek boków 1:1

Zasada stosowana głównie przy małych modułach reklamowych, np. POLITYKA – 57x56 mm, 119x117 mm

Może być również stosowana przy innych nośnikach zbliżonych do kwadratu



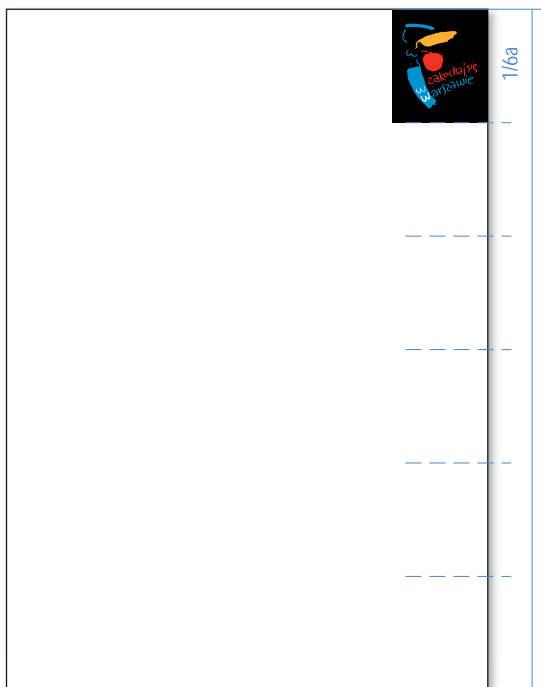
stosunek boków 1:1

Zasada stosowana przy nośnikach zbliżonych do kwadratu wyłącznie o boku nie mniejszym niż 210 mm

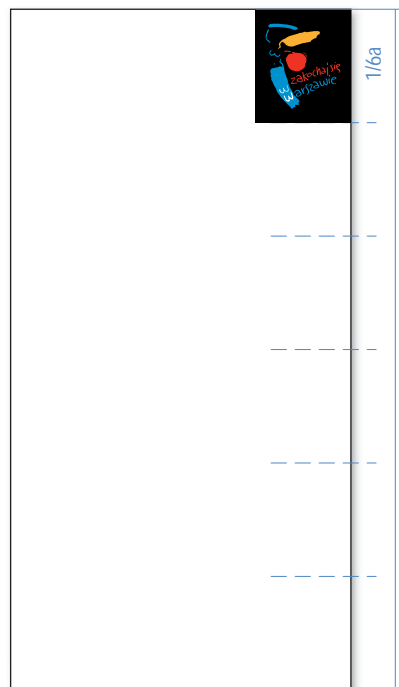
Znak promocyjny. Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych jednostek i instytucji m.st. Warszawy (m.in. ulotek)

W celu skutecznej promocji Miasta należy stosować jednolity system sygnowania materiałów znakiem promocyjnym przez jednostki i instytu-

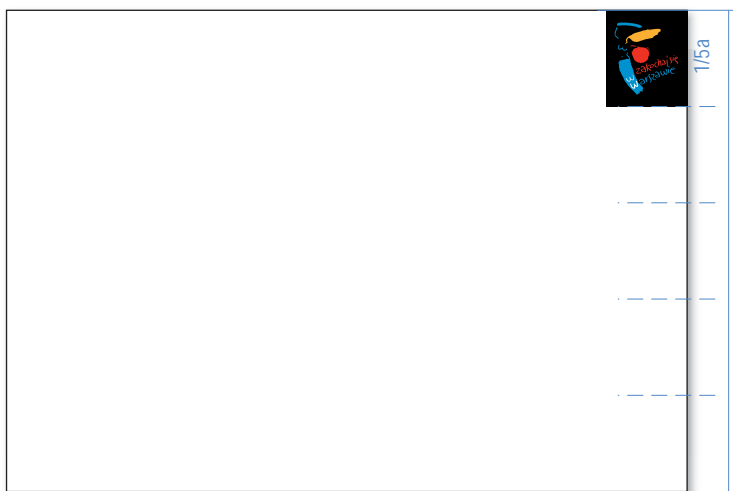
cje m.st. Warszawy. Znak promocyjny w takiej sytuacji zawsze występuje w prawym górnym rogu. Jego wielkość zależy od formatu szablonu.



stosunek boków 2:3, np. plakat



stosunek boków 1:2, np. ulotka, roll up



stosunek boków 3:2, np. plakat, billboard

Uwaga do wszystkich układów!
 Identyczne zasady dotyczą znaku promocyjnego na tle białym. Znak promocyjny może pojawić się z odpowiednim dopiskiem.
 Kiedy wielkość znaku przekracza dopuszczalną wielkość minimalną, należy użyć znaku w wersji minimalnej.



stosunek boków 3:1, 2:1, np. megaboard, billboard

Znak promocyjny. Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych podmiotów niebędących jednostkami i instytucjami m.st. Warszawy

W celu skutecznej promocji Miasta należy stosować jednolity system sygnowania materiałów informacyjnych i promocyjnych podmiotów niebędących jednostkami i instytucjami m.st. Warszawy.

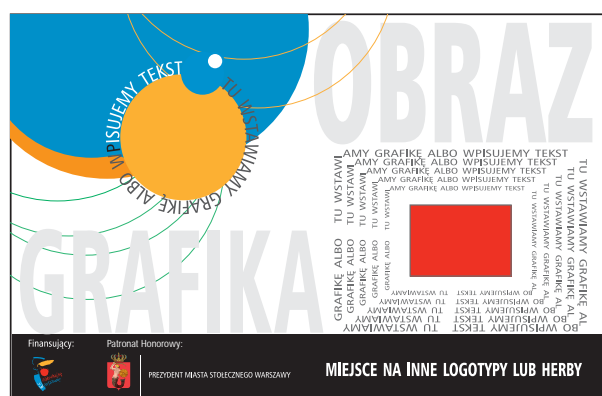
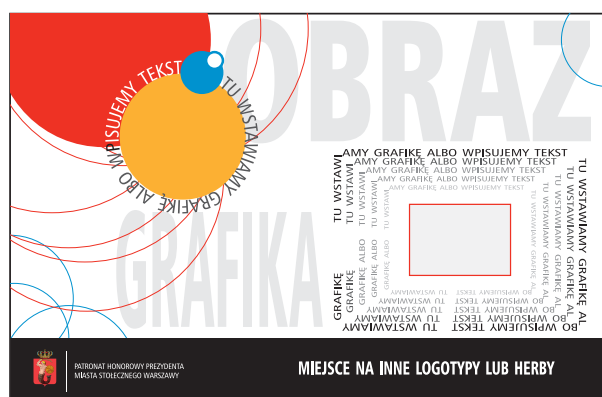
Przy projektowaniu:

1. Należy prawidłowo ustalić, co Miasto robi w projekcie – czy Miasto występuje w roli współorganizatora, partnera, mecenasa, współfinan-

suje projekt lub Prezydent obejmuje honorowy patronat nad projektem.

2. Należy w związku z tym prawidłowo umieścić znak promocyjny lub identyfikator herbowy honorowego patronatu w odpowiednim miejscu na belce / apli, w zależności od roli Miasta w projekcie.

Przykłady zastosowania znaku promocyjnego, identyfikatora herbowego honorowego patronatu oraz współwystępowania obydwu symboli.



Uwaga!

Kiedy wielkość znaku przekracza dopuszczalną wielkość minimalną, należy użyć znaku w wersji minimalnej.

Znak promocyjny może pojawić się z odpowiednim dopiskiem.

Identyczne zasady dotyczą znaku promocyjnego na tle białym i identyfikatora herbowego na tle czarnym.

Znak promocyjny. Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych dla projektów dofinansowanych z Unii Europejskiej

W materiałach informacyjnych i promocyjnych dla projektów dofinansowanych z Unii Europejskiej należy stosować (w przeznaczonym do tego miejscu) znak będący połączeniem identyfikatora herbowego ze znakiem promocyjnym (opcjonalnie w wersji z dopiskiem), jako znak identyfikujący Miasto.

Znaku tego można również użyć do sygnowania materiałów informacyjnych i promocyjnych podmiotów niebędących jednostkami i instytu-

cjami m.st. Warszawy.

W sytuacji sygnowania projektów tym znakiem i jednoczesnego sprawowania nad nimi Honorowego Patronatu Prezydenta m.st. Warszawy, w celu uniknięcia powtórzenia tarczy herbowej, fakt objęcia Patronatem Prezydenta należy przedstawić słownie, a nie za pomocą identyfikatora herbowego dotyczącego patronatu.

Przykłady połączeń identyfikatora herbowego ze znakiem promocyjnym



przykładowe tło

Znak promocyjny. Sygnowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych. Przykłady

Strona przedstawia przykłady poprawnego sygnowania materiałów promocyjnych oraz jeden przykład negatywny (impreza miejska, a brak jakiegokolwiek śladu miasta, tylko logo Targówka).



Przykład negatywny plakatu (impreza miejska, a brak jakiegokolwiek śladu miasta, tylko logo Targówka).



Typografia

Typografia jest ważnym elementem systemu identyfikacji wizualnej Miasta. Konsekwentne stosowanie indywidualnej typografii sprzyja dobrej identyfikacji, dzięki niej komunikat jest uporządkowany i klarowny. Typografię podstawową tworzą czcionki z rodziny Humanist 777PL Cn.

W materiałach promocyjnych poza czcionką promocyjną jedyną dopuszczalną czcionką jest również podana poniżej czcionka Humanist 777 Cn w wymienionych odmianach.

Ponieważ czcionka Humanist 777 Cn nie posiada odmiany Italic, można użyć opcji pochylania poniższych odmian dostępnymi narzędziami w programach graficznych. Kąt pochylenia maksymalnie 12°.

CZCIONKA PODSTAWOWA

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
 aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
 1234567890!?!?().,,:;"%&@{ }[]

Humanist 777PL Cn Regular / 777CnEU Normal
 Tekst podstawowy

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
 aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
 1234567890!?!?().,,:;"%&@{ }[]

Przykład przechylonej czcionki Humanist 777PL Cn Regular / 777CnEU Normal
 Tekst podstawowy, wyróżniki

CZCIONKI UZUPEŁNIAJĄCE

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
 aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
 1234567890!?!?().,,:;"%&@{ }[]

Humanist 777PL Cn Bold / 777CnEU Bold
 Tytuły, podtytuły, wyróżniki

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
 aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
 1234567890!?!?().,,:;"%&@{ }[]

Humanist 777PL ExtraBlack Cn / 777XBkCnEU Normal
 Podpis WARSZAWA w herbie m.st. Warszawy

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
 aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
 1234567890!?!?().,,:;"%&@{ }[]

Humanist 777PL Cn Light / 777LtCnEU
 Opisy, tabele

Typografia multimedialnych

Karta przedstawia zamiennik systemowy – czcionkę Arial CE.
Typografia ta jest stosowana w komunikacji Miasta drogą internetową, w prezentacjach multimedialnych, jak również w korespondencji wykorzystującej edytora tekstu.

AĄBCĆDEEĘFGHIJKLMNŃ
OÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
1234567890!?().,,:;"'%&@{}[]

Arial CE Regular

Tekst podstawowy w korespondencji

AĄBCĆDEEĘFGHIJKLŁMNŃ
OÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
1234567890!?().,,:;"'%&@{}[]

Arial CE Bold

Tytuły, podtytuły, wyróżniki

AĄBCĆDEEĘFGHIJKLŁMNŃ
OÓPRSŚTUVWXYZŹŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuvwxyzźź
1234567890!?().,,:;"'%&@{}[]

Arial CE Italic

Wyróżniki

Formy niedozwolone

Strona ilustruje typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem znaku promocyjnego.

NIE WOLNO!



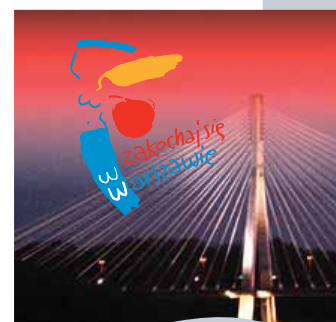
1. dodawać obcych form graficznych

2. zmieniać kolorystyki znaku



3. przebarwiać wersji monochromatycznej na inne odcienie niż szare

4. przebarwiać wersji monochromatycznej kontrastowej na inne kolory niż zdefiniowane w księdze



5. usuwać elementów składowych

6. zmieniać kolorystyki pola ochronnego znaku

7. umieszczać znaku bez pola ochronnego białego lub czarnego



8. zmieniać wielkości pola ochronnego znaku, np. do umieszczenia dopisku (w przypadku kiedy znak wraz z polem ochronnym nie znajduje się na polu białym lub czarnym, zlewającym się z polem ochronnym)

9. stosować rozmyć tła pod znakiem
Tło zawsze jest jednolicie białe lub czarne, nie mniejsze niż pole ochronne.

Formy niedozwolone

Strona ilustruje typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem znaku promocyjnego.

NIE WOLNO!



10. zmieniać proporcji elementów składowych



11. przestawiać elementów składowych



12. obracać znaku



13. mechanicznie zniekształcać (ściągać i rozciągać)



14. stosować perspektywy



15. zmieniać liternictwa hasła promocyjnego



16. tworzyć innych tekstów niż hasło promocyjne „Zakochaj się w Warszawie”



17. kadrować znaku promocyjnego

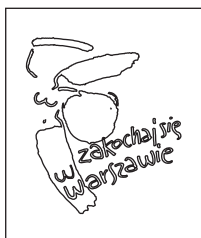


Wyjątek: przedmioty promocyjne np. kubki i filizanki.

Formy niedozwolone

Strona ilustruje typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem znaku promocyjnego.

NIE WOLNO!



18. tworzyć wersji outline



19. tworzyć na potrzeby promocji miasta nowych wzorów znaków



20. podkładać cienia pod znakiem promocyjnym



21. tworzyć kombinacji tarczy herbowej i znaku promocyjnego innych niż przewidziane w Katalogu Systemu Identyfikacji Wizualnej m.st. Warszawy



www.um.warszawa.pl



www.um.warszawa.pl



22. tworzyć kombinacji z adresem internetowym innych niż przewidziane w Katalogu Systemu Identyfikacji Wizualnej m.st. Warszawy



Wspieramy rozwój rodzicielstwa zastępczego.

23. umieszczać hasła projektów przy znakach promocyjnych zamiast opisu roli Miasta w projekcie

WSPIERAMY ROZWÓJ RODZICIELSTWA ZASTĘPCZEGO.



Sponsor

24. stosować długich opisów roli Miasta niezgodnych z Katalogiem SIW Miasta

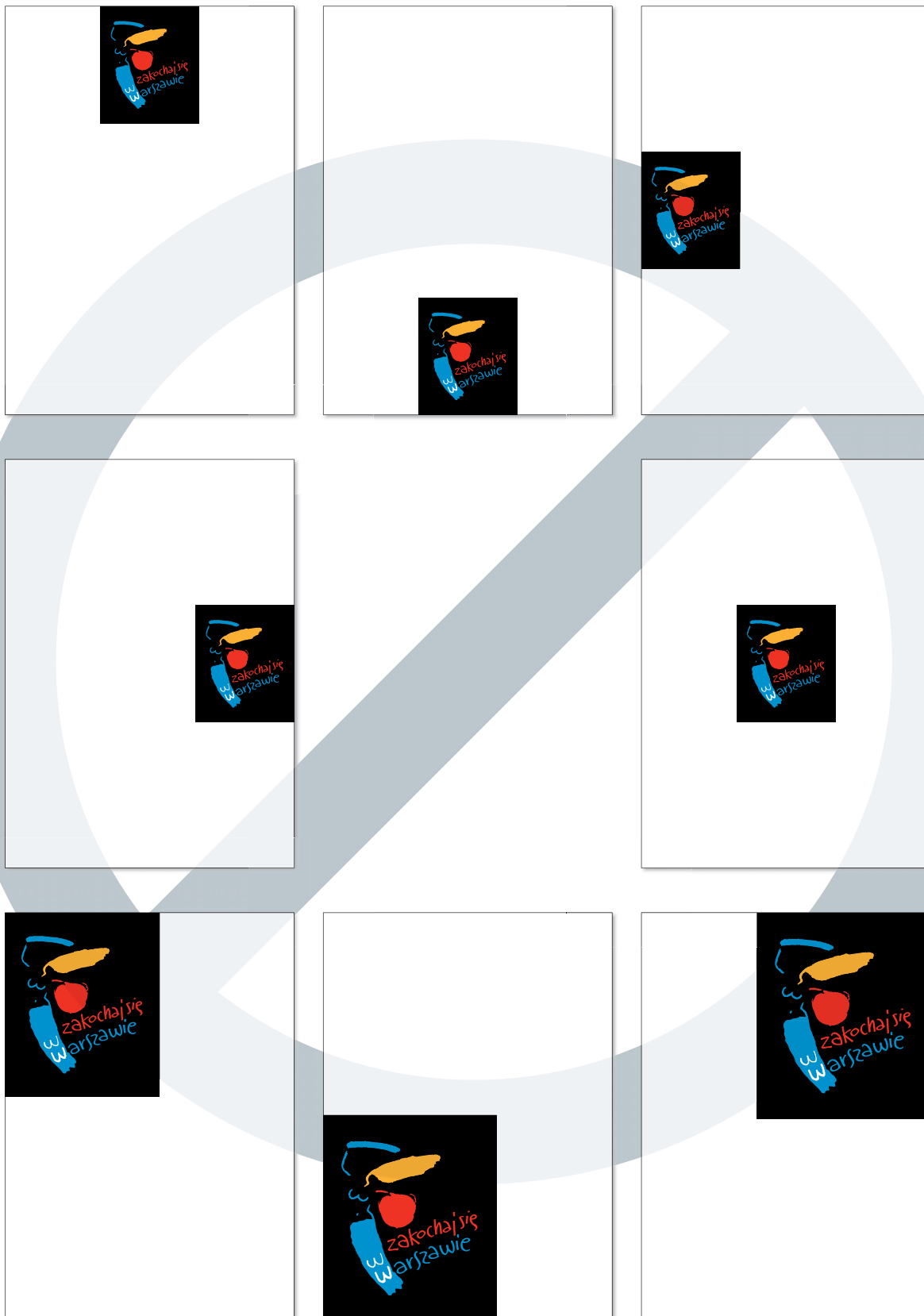


25. stosować błędnych opisów roli Miasta

Formy niedozwolone

Strona ilustruje typowe błędy związane z pozycjonowaniem i skalą znaku promocyjnego na layoutcie.

NIE WOLNO!



DRUKI URZĘDOWE M.ST. WARSZAWY



PREZYDENT MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67
nazwa@domena.pl, www.um.warszawa.pl

Bilety wizytowe

Strona przedstawia przykładowe wzory biletów wizytowych. Odpowiednie wzory biletów wizytowych dla wszystkich jednostek Urzędu dostępne są w załączniku nr 4 do regulaminu zamawiania pieczęci, blankietów i wizytówek w Urzędzie m.st. Warszawy.

Wymiar biletów wizytowych jest wielkością stałą. Identyfikator herbowy pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Informacje tekstowe oraz elementy graficzne są umiejscowione według przedstawionych zasad. Bilet wizytowy imienny służy prezentacji pracownika.

Format: 85 mm x 54 mm

Kolor:

- Herb: CMYK
- Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy

Materiał: biały karton ozdobny, matowy, gładki (np. Effenbens) 240-280 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 8,9 pt, interlinia – 10,35 pt
2. Humanist 777PL Cn Regular – 8,9 pt, interlinia – 10,35 pt
3. Humanist 777PL Cn Bold – 10,0 pt
4. Humanist 777PL Cn Regular – 7,0 pt, interlinia – 10,0 pt
5. Humanist 777PL Cn Regular – 6,5 pt, interlinia – 7,8 pt



Blankiet korespondencyjny Prezydenta w wersji podstawowej

Blankiet do korespondencji w wersji podstawowej występuje wyłącznie w formacie A4. Identyfikator herbowy pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej. Na stronie określono obszar roboczy oraz zaznaczono miejsce ułatwiające zgięcie formatu na trzy części.

Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

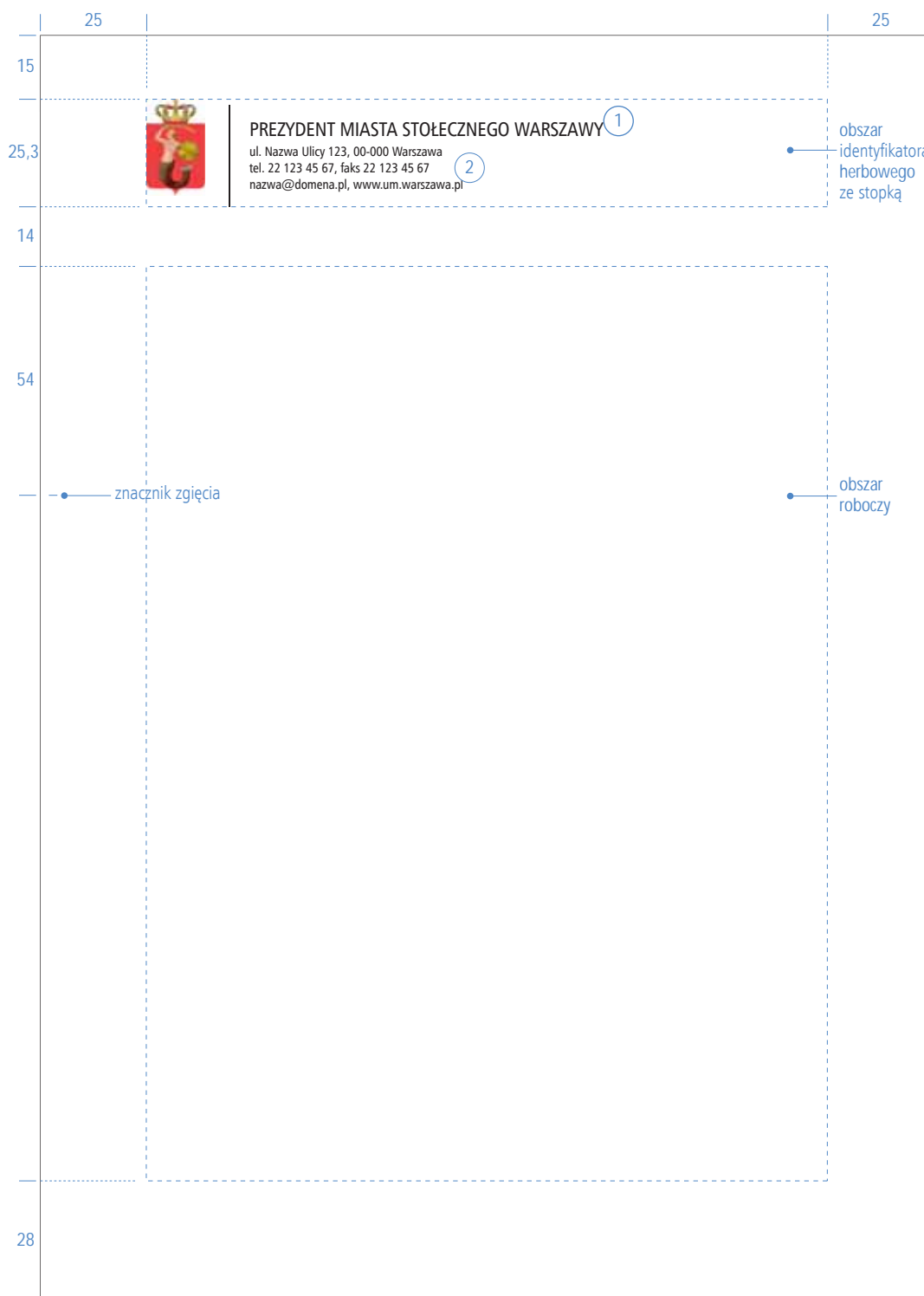
Technologia: druk offsetowy

Materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 13,2 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 8,8 pt, interlinia pierwszego wiersu – 13,2 pt, interlinia drugiego wiersu – 11 pt



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Blankiet korespondencyjny Prezydenta w wersji ozdobnej

Blankiet do korespondencji w wersji ozdobnej występuje wyłącznie w formacie A4. Identyfikator herbowy pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej. Na stronie określono obszar roboczy oraz zaznaczono miejsce ułatwiające zgięcie formatu na trzy części. Na środku formatu umiejscowiony jest herb w postaci znaku wodnego.

Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Herb: CMYK

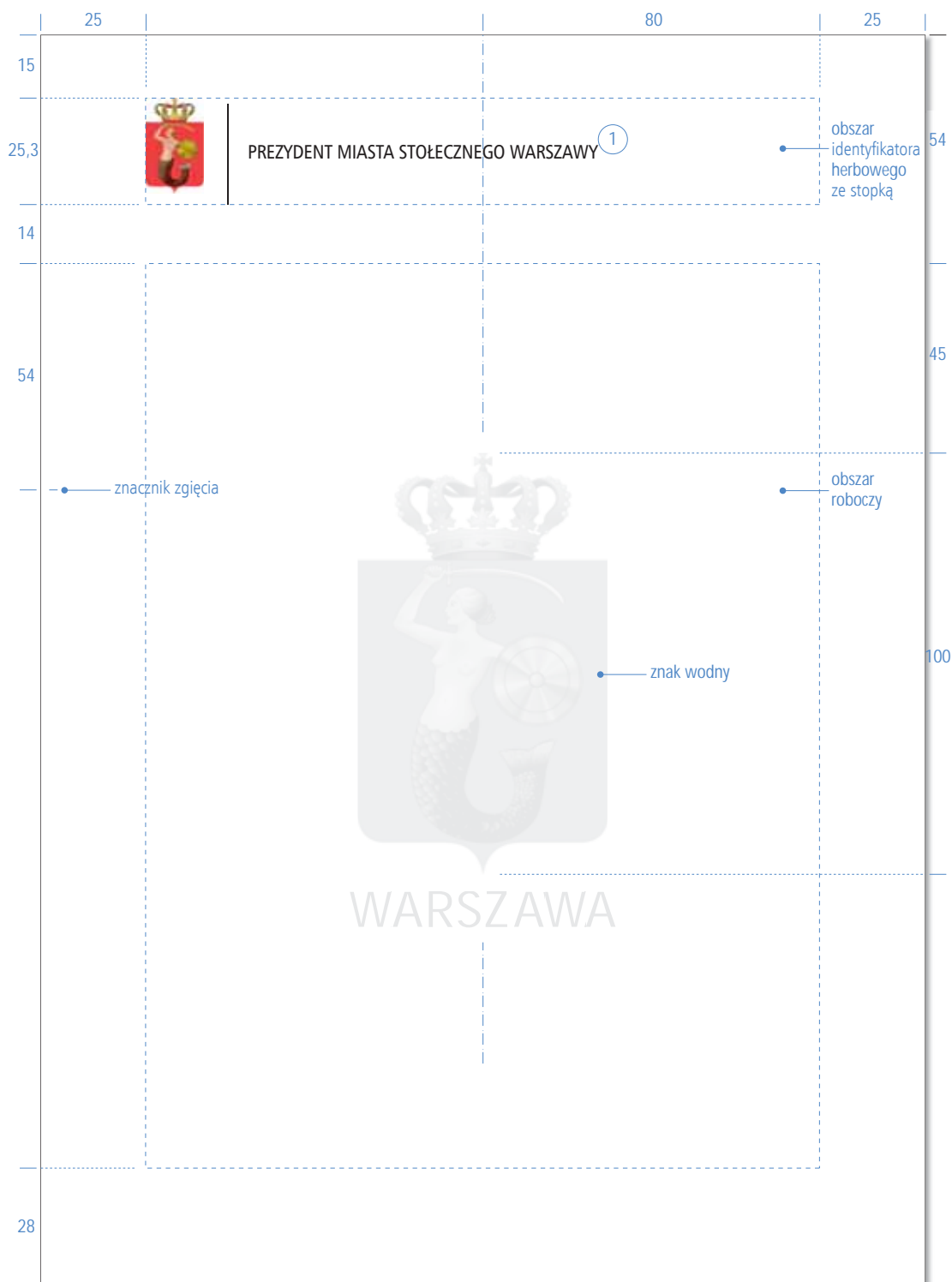
– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy

Materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 13,2 pt



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Blankiet korespondencyjny Burmistrza Dzielnicy

Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

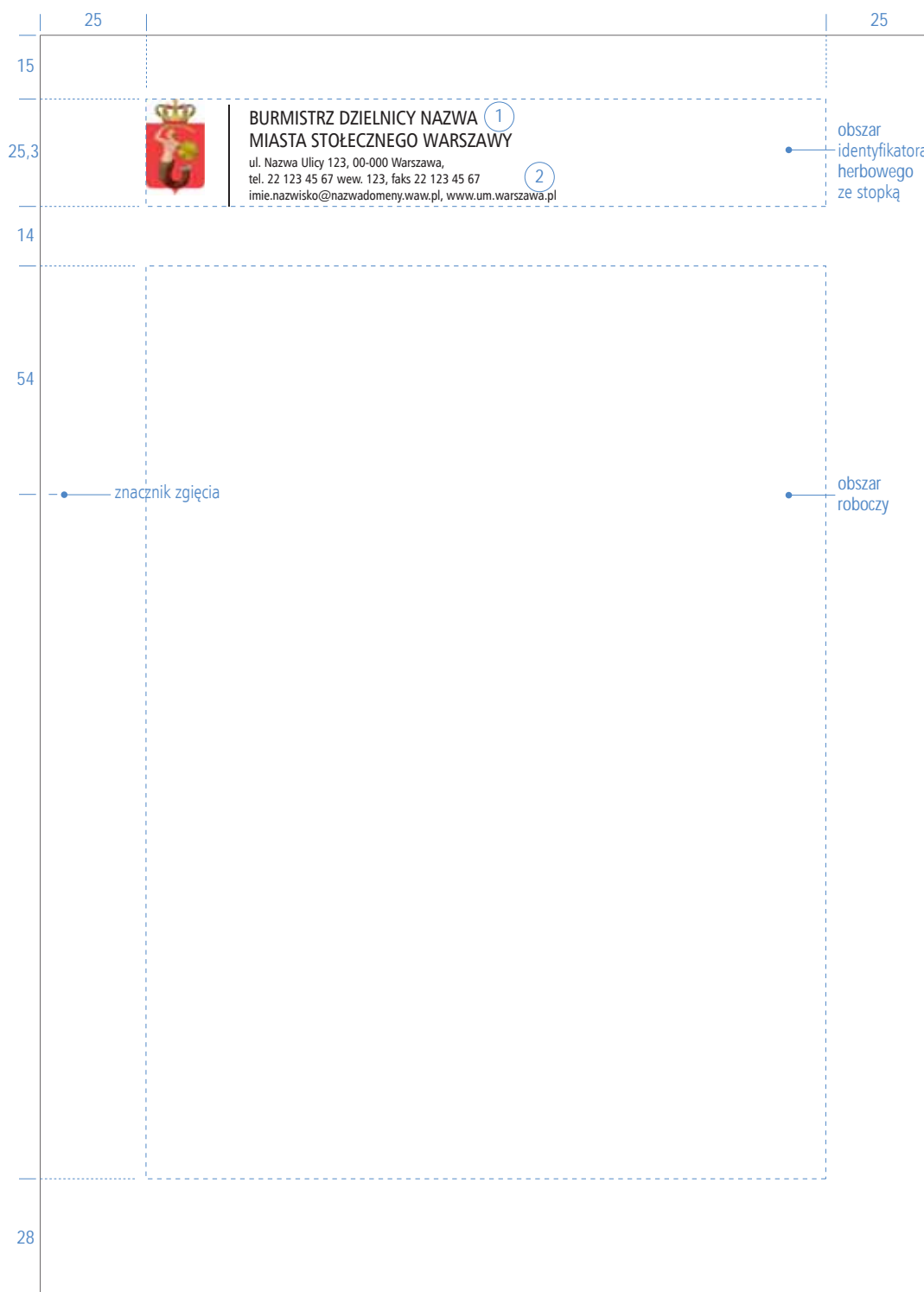
Technologia: druk offsetowy

Materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 13,2 pt, interlinia – 15,4 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 8,8 pt, interlinia pierwszego wersu – 13,2 pt, interlinia drugiego wersu – 11 pt



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Blankiet korespondencyjny Wydziału dla Dzielnicy

Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy

Materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 13,2 pt, interlinia – 15,4 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 8,8 pt, interlinia pierwszego wersu – 13,2 pt, interlinia drugiego wersu – 11 pt



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Blankiet korespondencyjny Biura Promocji Miasta

Blankiet korespondencyjny Biura Promocji Miasta sygnowany znakiem promującym Warszawę. Znak umieszczamy w prawym dolnym rogu formatu.

Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Herb i znak promacyjny: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy

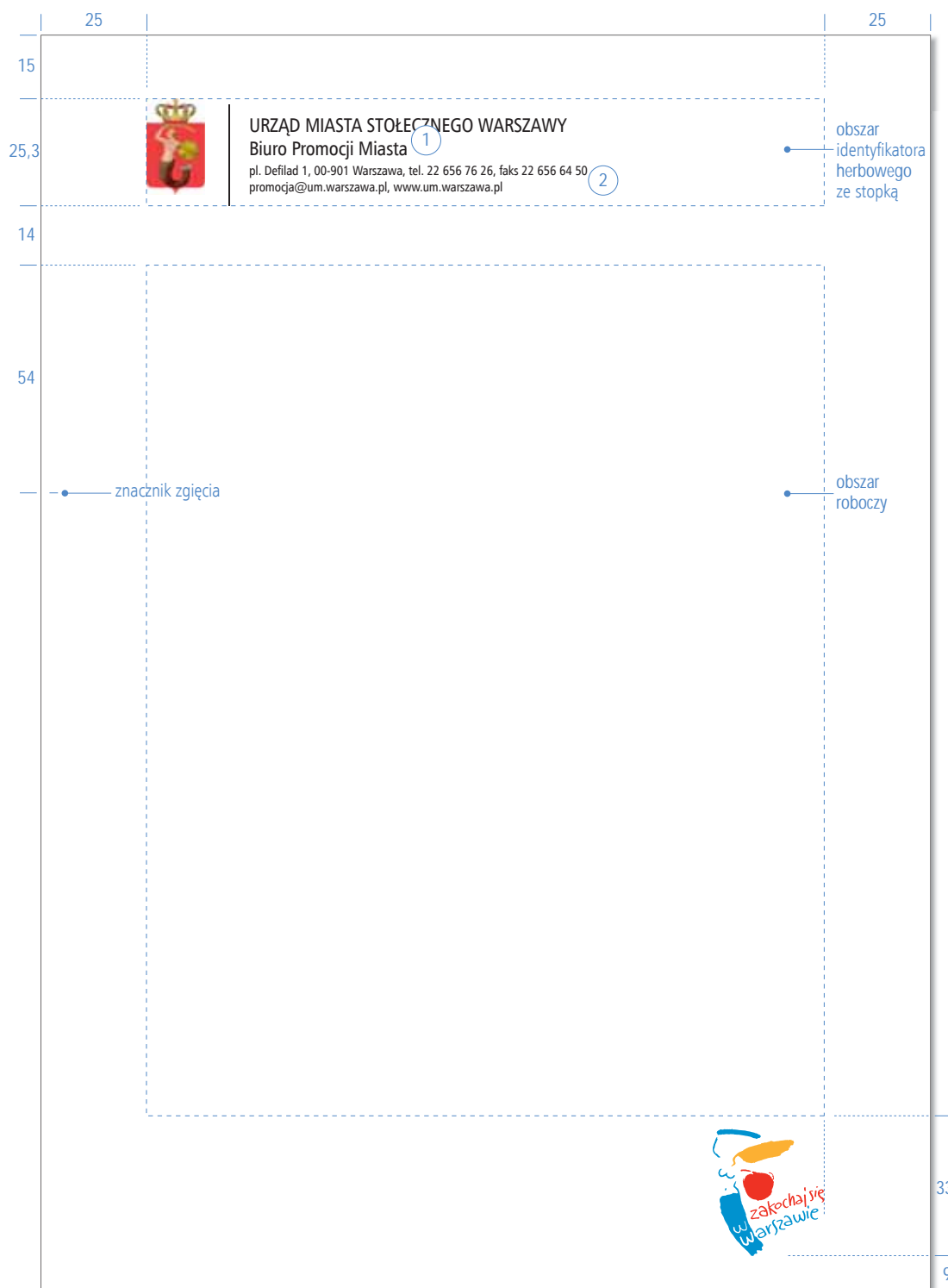
Materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 13,2 pt, interlinia – 15,4 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 8,8 pt, interlinia pierwszego wersu – 13,2 pt, interlinia drugiego wersu – 11 pt

Blankiet przygotowany według opisanego wzoru jest rekomendowany do stosowania także przez Biuro Kultury.



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Koperty

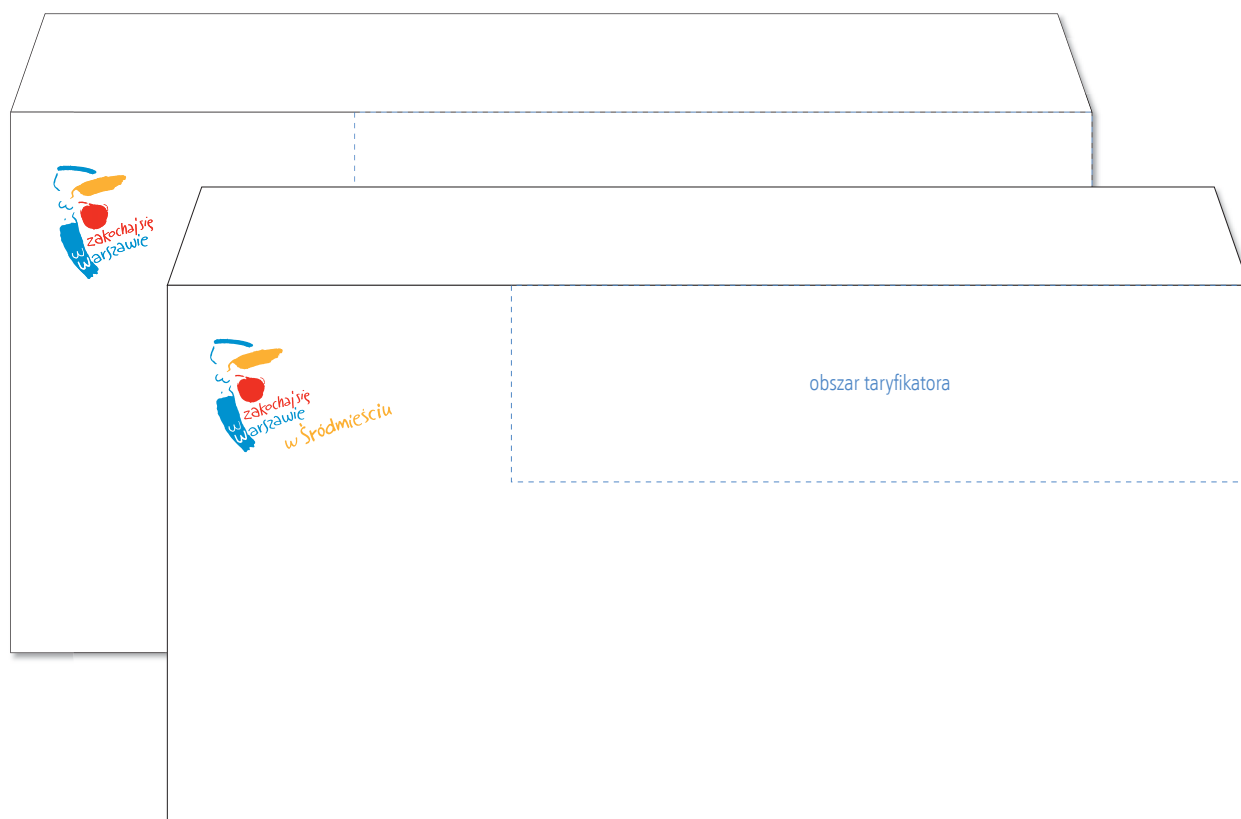
Koperty DL służą do przesyłania korespondencji A4 złożonej na trzy części oraz formatu 1/3 A4, wszelkiego rodzaju kart okolicznościowych oraz grzecznościowych w formacie 210 x 100 mm.

Koperty C6 wykorzystywane są do przesyłania korespondencji A4 złożonej na cztery części oraz kart okolicznościowych oraz grzecznościowych o podobnym formacie.

Koperty C5 służą do przesyłania korespondencji A4 złożonej na dwie części oraz w formacie A5.

Koperty C4 służą do przesyłania korespondencji w formacie A4.

Koperty mogą być sygnowane identyfikatorem herbowym m.st. Warszawy lub logo promocyjnym Miasta lub logo promocyjnym Miasta z dopiskiem (str. 1.18).



Teczka – przód

Teczka służy jako oprawa do przechowywania dokumentacji w formacie A4, np. materiałów informacyjnych i ofertowych. Opcjonalnie może mieć wykrojniki na bilet wizytowy. Identyfikator herbowy ze stopką pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

Technologia: druk offsetowy

Materiał: gładki, powlekany karton 250-300 g/m²

Czcionka:

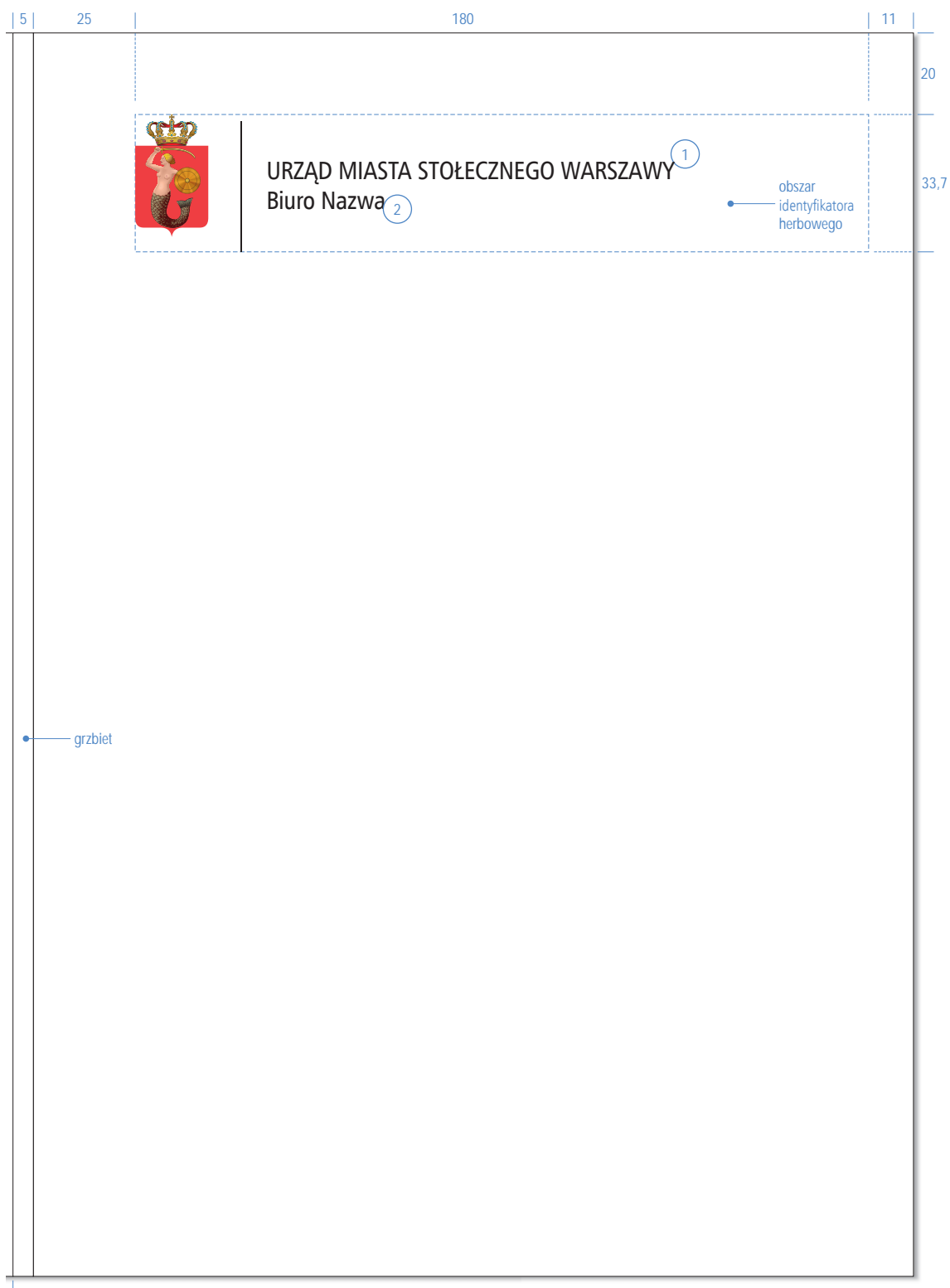
1. Humanist 777PL Cn Regular – 17,57 pt, interlinia – 20,50 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 17,57 pt, interlinia – 20,50 pt

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Teczka – tył

Identyfikator herbowy ze stopką pozycjonowany jest centralnie na dole formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy

Materiał: gładki, powlekany karton 250-300 g/m²

Czcionka:

3. Humanist 777PL Cn Regular – 11 pkt., interlinia – 12,83 pt

4. Humanist 777PL Cn Regular – 11 pt, interlinia – 12,83 pt

5. Humanist 777PL Cn Regular – 7,33 pt, interlinia pierwszego wersu – 11,0 pt, interlinia drugiego wersu – 9,15 pt



Teczka Biura Promocji Miasta – przód

Teczka służy jako oprawa do przechowywania dokumentacji w formacie A4, np. materiałów informacyjnych i ofertowych. Opcjonalnie może mieć wykrojinik na bilet wizytowy. Identyfikator herbowy pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

Technologia: druk offsetowy

Materiał: gładki, powlekany karton 250-300 g/m²

Czcionka:

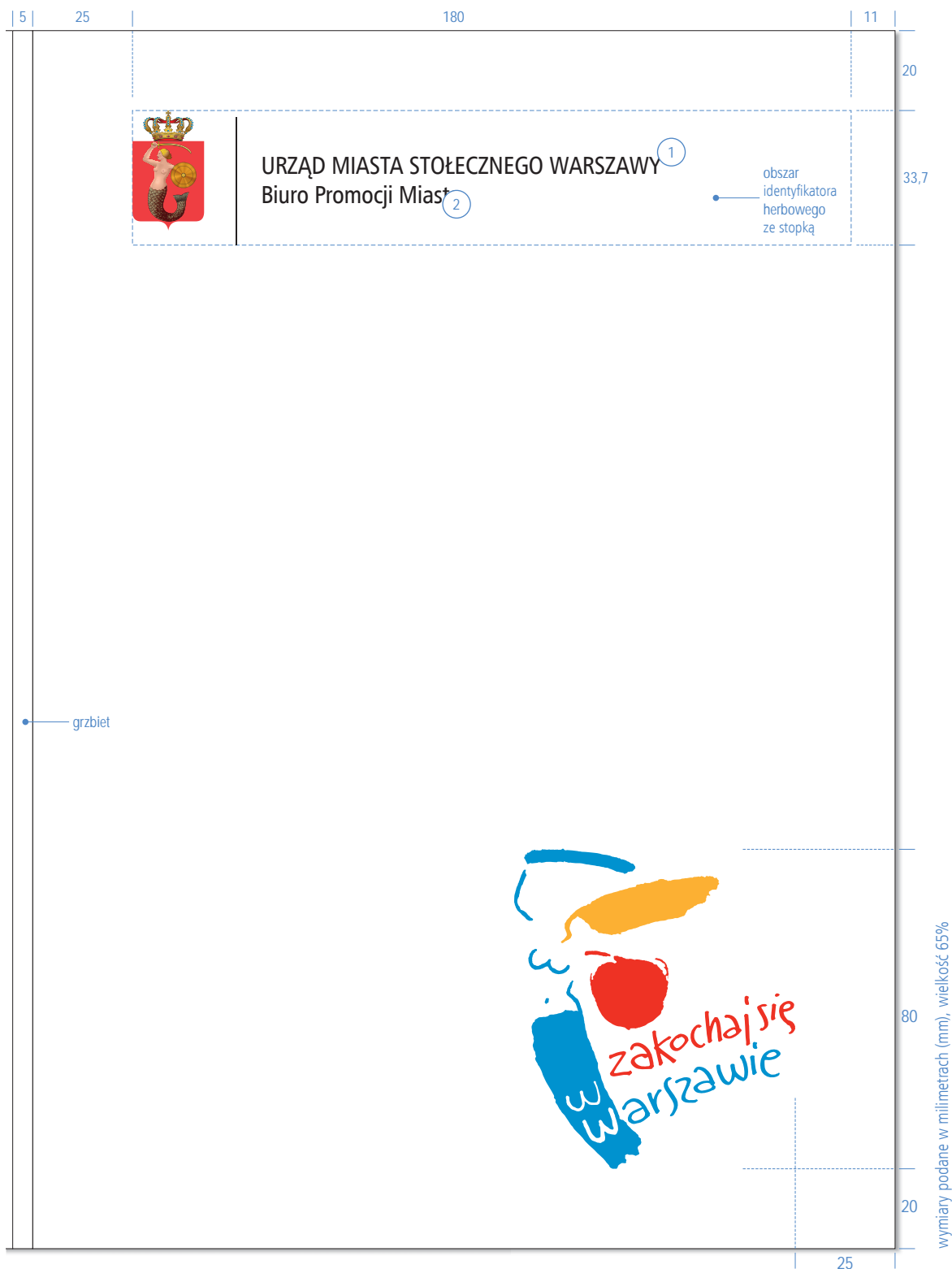
1. Humanist 777PL Cn Regular – 17,57 pt, interlinia – 20,50 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 17,57 pt, interlinia – 20,50 pt

Kolor:

– Herb i znak promocyjny: CMYK

– Tekst: Czarny 100%



Teczka Biura Promocji Miasta – tył

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy

Materiał: gładki, powlekany karton 250-300 g/m²



Identyfikator pracownika

Identyfikatory służą identyfikacji pracownika. Identyfikator herbowy, fotografia, elementy graficzne oraz informacja personalna są pozycjonowane według poniższych zasad. Identyfikatory wykorzystywane są podczas imprez, targów oraz konferencji.

Format: 105 mm x 70 mm

Kolor:

– Herb: CMYK

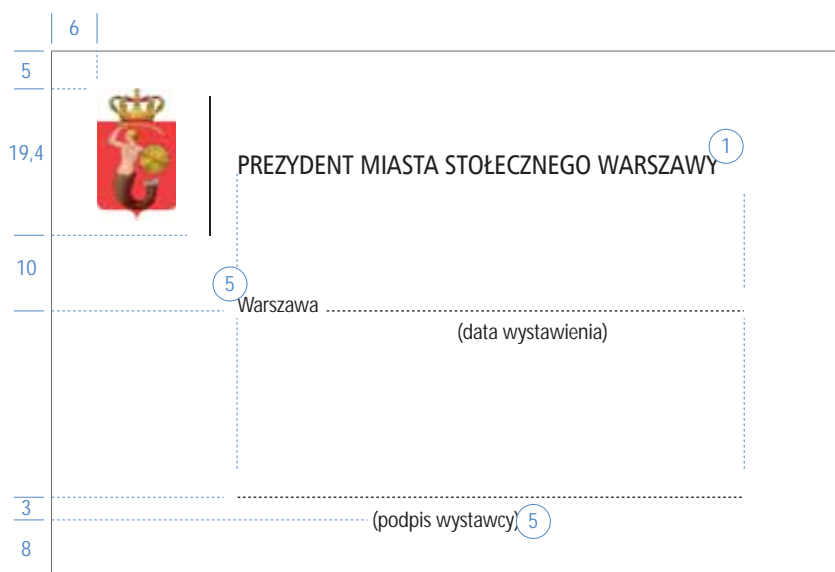
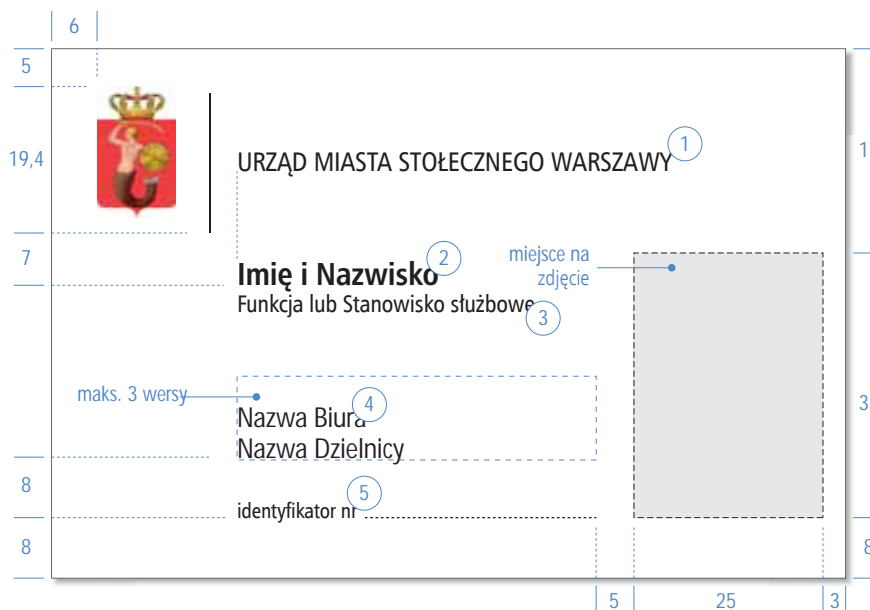
– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy lub inne technologie

Materiał: biały karton ozdobny, matowy, gładki (na przykład Elfenbens) 240-280 g/m² lub ogólnie dostępne wzory (karty plastikowe)

Czcionka:

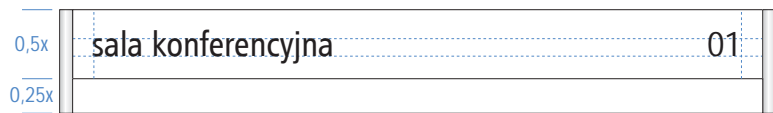
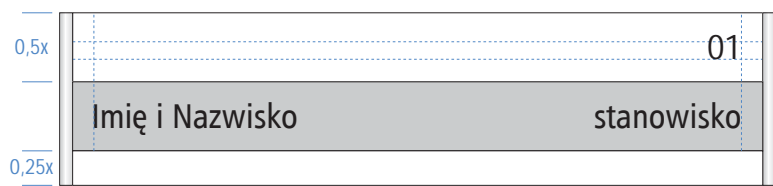
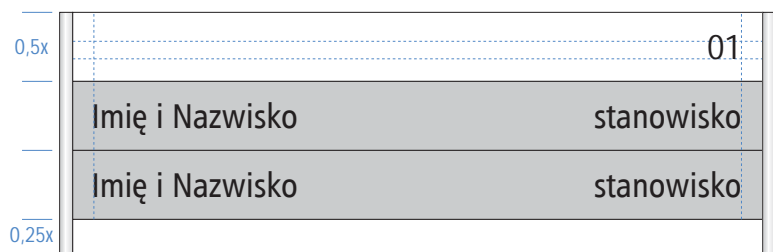
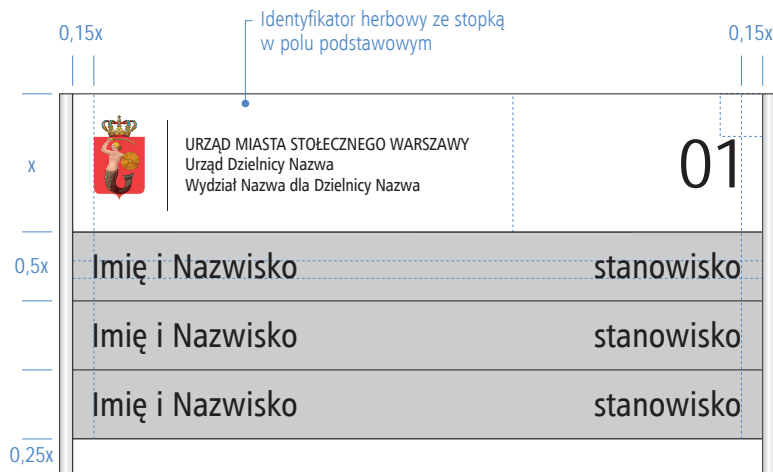
1. Humanist 777PL Cn Regular – 12,65 pt
2. Humanist 777PL Cn Bold – 12,0 pt, interlinia – 13,0 pt
3. Humanist 777PL Cn Regular – 9,0 pt,
4. Humanist 777PL Cn Regular – 10,35 pt, interlinia – 11,5 pt
5. Humanist 777PL Cn Regular – 7,0 pt, interlinia drugiego wersu – 9,0 pt



Tabliczki przydrzwiowe

Na karcie przedstawiono zasadę tworzenia i proporcje, jakimi należy kierować się przy tworzeniu poszczególnych elementów oznakowania pomieszczeń Urzędu.

- Kolor:
- Herb: CMYK
 - Tekst: Czarny 100%
 - Tabliczki: Pantone 427 C
 - Czcionka: Humanist 777PL Cn Regular



Ogłoszenia prasowe

Karta przedstawia budowę ogłoszeń prasowych w proporcjach formatu A4 w układzie pionowym i poziomym. Identyfikator herbowy, stopka teledadresowa oraz treść ogłoszenia pozycjonowane są według poniższych zasad. Dopuszcza się stosowanie wariantu monochromatycznego elementu.

- Kolor:**
 – Herb: CMYK
 – Tekst: Czarny 100%

- Czcionka:**
 1. Humanist 777PL Cn Bold – tytuł
 2. Humanist 777PL Cn Bold – podtytuł
 3. Humanist 777PL Cn Regular – tekst

moduł

URZĄD MIASTA STOLECZNEGO WARSZAWY
 Urząd Dzielnicy Nazwa
 Wydział Nazwa dla Dzielnicy Nazwa

Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem ①
Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem ②

Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem ing euipsum incipis nosto do core tatum iriure del doloboreet wissi exercipsum zrrilit, velit praesto odo del et luptatio od doleniam velit ip exerat. Ut lamet nibh ③ faci blandre veliscill mconummy nibh el ex et, veliquatue molorero odoloring ercilit at atis adiamet dipit ute magnim zrriliquis eugiatie enim ver in vulputet praesequam dolut at.

Lorperil el ulla cor susto odipisl irit nim dolenit dolorer alissis nonulputem zrril ing euiscidunt wis nonsequi esent ullah quam ver at, vullandit nullandipisim dunt ver at alit, consed eugiamcor susto core delenit vero conullut am, cor senis ad tationulputpatie mod tem deliquamconum quissi.

Duip eum dolor summodit pratio ero do ex enis ea facilis accumsandigna commolore do ea feu feu feugiam, commodolum ex ex elit prate min volobortisi blam ver sectem delis am, consed modolortismod et vullaor adit vel dolum venibh erit lamet praessi.

Lor alis dolese dolore moluptat inis nostrud ese dunt il incing elit ex enit lan utpat, sequip endre vero exer sim quisl ulla feuis nonsecte mod minim iurem nibh et lutpat, quipsumolobor sed tem numsandignim iniamet alit, vel delit wis nibh eril eu feugait nullamconsequat incip esendio odolorper ad eugiating eraesse tin ut augue magnis erciduissi.

Uwaga!
 Moduł stanowi 50% wysokości herbu

URZĄD MIASTA STOLECZNEGO WARSZAWY
 Urząd Dzielnicy Nazwa
 Wydział Nazwa dla Dzielnicy Nazwa

Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem
Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem

Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem ing euipsum incipis nosto do core tatum iriure del doloboreet wissi exercipsum zrrilit, velit praesto odo del et luptatio od doleniam velit ip exerat. Ut lamet nibh ea faci blandre veliscill mconummy nibh el ex et, veliquatue molorero odoloring ercilit at atis adiamet dipit ute magnim zrriliquis eugiatie enim ver in vulputet praesequam dolut at.

Lorperil el ulla cor susto odipisl irit nim dolenit dolorer alissis nonulputem zrril ing euiscidunt wis nonsequi esent ullah quam ver at, vullandit nullandipisim dunt ver at alit, consed eugiamcor susto core delenit vero conullut am, cor senis ad tationulputpatie mod tem deliquamconum quissi.

Duip eum dolor summodit pratio ero do ex enis ea facilis accumsandigna commolore do ea feu feu feugiam, commodolum ex ex elit prate min volobortisi blam ver sectem delis am, consed modolortismod et vullaor adit vel dolum venibh erit lamet praessi.


Lor alis dolese dolore moluptat inis nostrud ese dunt il incing elit ex enit lan utpat, sequip endre vero exer sim quisl ulla feuis nonsecte mod minim iurem nibh et lutpat, quipsumolobor sed tem numsandignim iniamet alit, vel delit wis nibh eril eu feugait nullamconsequat incip esendio odolorper ad eugiating eraesse tin ut augue magnis erciduissi.

Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem

Lore doloborti iscidunt ulputem verci blandrem ing euipsum incipis nosto do core tatum iriure del doloboreet wissi exercipsum zrrilit, velit praesto odo del et luptatio od doleniam velit ip exerat. Ut lamet nibh ea faci blandre veliscill mconummy nibh el ex et, veliquatue molorero odoloring ercilit at atis adiamet dipit ute magnim zrriliquis eugiatie enim ver in vulputet praesequam dolut at.

Lorperil el ulla cor susto odipisl irit nim dolenit dolorer alissis nonulputem zrril ing euiscidunt wis nonsequi esent ullah quam ver at, vullandit nullandipisim dunt ver at

ul: Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
 tel. 22 123 45 67, www. 123, faks 22 123 45 67, nazwa@dzielnica.waw.pl, www.um.warszawa.pl




BURMISTRZ DZIELNICY BEMOWO
MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY

Burmistrz Dzielnicy Bemowo m.st. Warszawy, działając na podstawie art. 35 ust. 1 ustawy z 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami

i n f o r m u j e ,

że od 12 października 2009 r. do 2 listopada 2009 r. na tablicy ogłoszeń w Urzędzie Dzielnicy Bemowo m.st. Warszawy przy ul. Powstańców Śląskich 70 w Warszawie wywieszony będzie do publicznej wiadomości wykaz nieruchomości przeznaczonych do wydzierżawienia.




PREZYDENT
MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY

Informuje

że na tablicach ogłoszeń w siedzibie Biura Gospodarki i Nieruchomościami Urzędu m.st. Warszawy przy pl. Starynkiewicza 7/9 i Urzędzie Dzielnicy Ursynów przy al. Komisji Edukacji Narodowej 61 oraz, na stronach internetowych Urzędu m.st. Warszawy www.um.warszawa.pl i www.warszawa-biznes.pl, zostało podane do publicznej wiadomości ogłoszenie o organizowanym przetargu ustnym nieograniczonym na sprzedaż nieruchomości gruntowych niezabudowanych, położonych w Warszawie w dzielnicy Ursynów przy ul. Puławskiej, oznaczonych jako dz. ew. nr 32 i 32/1, o łącznej pow. 855 m², w obrębie uregulowanych w KW nr WA2M/00213220/5 i KW nr WA2M100387614/4.

**Przetarg odbędzie się
w dniu 16 grudnia 2009 r. o godz. 10.00
w Siedzibie Biura Gospodarki Nieruchomościami
Urzędu m.st. Warszawy przy pl. Starynkiewicza 719,
sala 210, II piętro.**

Dodatkowe informacje o nieruchomości można uzyskać w Biurze Gospodarki Nieruchomościami Urzędu m.st. Warszawy przy pl. Starynkiewicza 7/9, od poniedziałku do piątku w godz. 8.00-16.00, pok. nr 112, tel. 22 257 93 83, w okresie od ukazania się ogłoszenia do dnia przetargu.



URZĄD STANU CYWILNEGO MIASTA STOŁĘCZNEGO WARSZAWY

Ogłoszenie

Urząd Stanu Cywilnego m.st. Warszawy zawiadamia o zmianie lokalizacji siedziby USC przy ul. Lipińskiej 2.

Od 19 października 2009 r. (poniedziałek) siedziba USC m.st. Warszawy mieścić się będzie w nowym ratuszu Urzędu Dzielnicy Bielany przy ul. Żeromskiego 29.

Interesanci przyjmowani będą w poniedziałki w godz. 8.00-18.00, a od wtorku do piątku w godz. 8.00-16.00.

PRZYKŁADY APLIKACJI, PRZEDMIOTÓW PROMOCYJNYCH, I MATERIAŁÓW BIUROWYCH M.ST. WARSZAWY



>Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit



>Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibhui smod tincidunt ut dolore magna aliquame rat volutpat. Ut wisi enim ad minim venia, quis nostrud exerci tation ullamcorper sui lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo con sequat. Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibhui smod tincidunt ut dolore magna aliquame rat volutpat. Ut wisi enim ad minim venia, quis nostrud exerci tation ullamcorper sui lobortis nisi ut aliquip ex ea



zakochaj się w Warszawie noca.
www.um.warszawa.pl

Szablon plakatu / ogłoszenia prasowego pionowego ze znakiem promocyjnym

Na stronie przedstawiony jest szablon plakatu / ogłoszenia prasowego pionowego w wersji ze znakiem promocyjnym w górnym lewym rogu. Wielkość znaku promocyjnego wyznaczona jest według zasad przedstawionych na str. 1.28. Znak promocyjny może być w wersji bez dopisku i z dopiskiem. Należy bezwzględnie pamiętać o umieszczeniu znaku wraz z przewidzianym tłem białym lub czarnym.

Inne wersje tła są niedopuszczalne. Projekt plakatu/ogłoszenia może być oparty na zdjęciu i typografii, tylko typografii oraz typografii i grafice. W szczególnie uzasadnionych przypadkach można umieścić logotypy współorganizatorów, partnerów itp. na wydzielonym z szablonu pasku o maksymalnej wysokości równej 1/12 wysokości szablonu.



Projekt oparty
na zdjęciu i typografii,
samej typografii
lub typografii i grafice



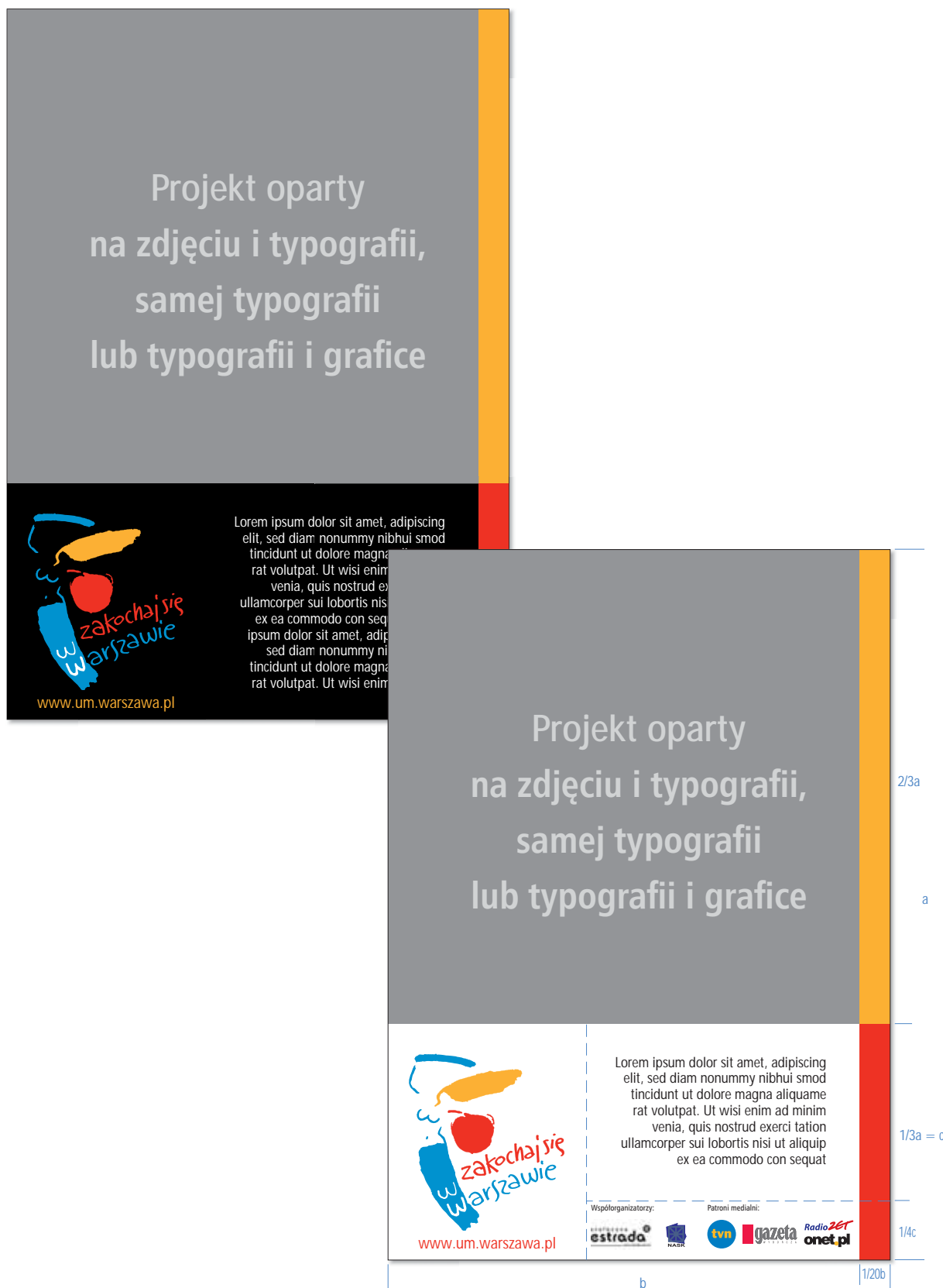
a

1/12a

Szablon plakatu / ogłoszenia prasowego pionowego ze znakiem promocyjnym

Na stronie przedstawiony jest szablon plakatu / ogłoszenia prasowego pionowego w wersji ze znakiem promocyjnym w dolnym lewym rogu. Wielkość znaku promocyjnego wyznaczona jest według zasad przedstawionych na str. 1.28. Znak promocyjny może być w wersji bez dopisku i z dopiskiem. Należy bezwzględnie pamiętać o umieszczeniu znaku wraz z przewidzianym tłem białym lub czarnym. Inne wersje tła są niedopuszczalne. Projekt plakatu/ogłoszenia

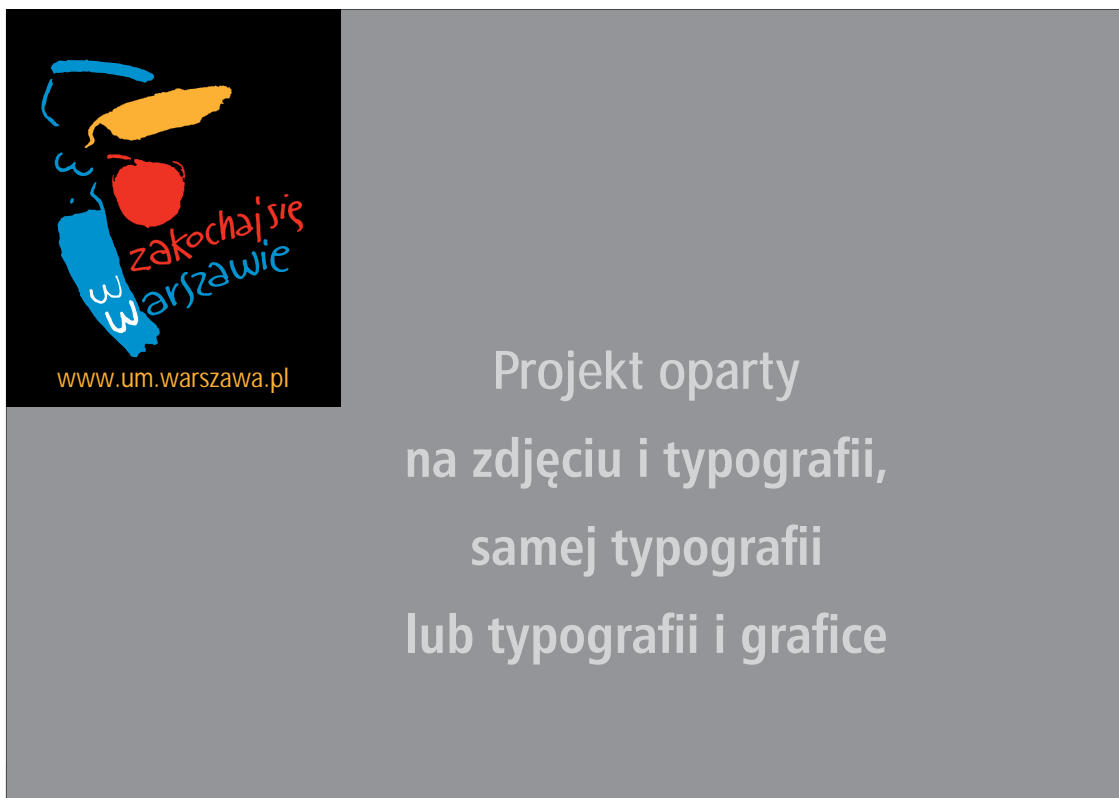
może być oparty na zdjęciu i typografii, tylko typografii oraz typografii i grafice. W szczególnie uzasadnionych przypadkach można umieścić logotypy współorganizatorów, partnerów itp. na wydzielonym z szablonu pasku o maksymalnej wysokości równej 1/4 wysokości pola ze znakiem promocyjnym. W tym przypadku znak powinien być użyty na białym tle.



Szablon plakatu / ogłoszenia prasowego poziomego ze znakiem promocyjnym

Na stronie przedstawiony jest szablon plakatu / ogłoszenia prasowego poziomego w wersji ze znakiem promocyjnym w górnym lewym rogu. Wielkość znaku promocyjnego wyznaczona jest według zasad przedstawionych na str. 1.28. Znak promocyjny może być w wersji bez dopiskiem i z dopiskiem. Należy bezwzględnie pamiętać o umieszczeniu znaku wraz z przewidzianym tłem białym lub czar-

nym. Inne wersje tła są niedopuszczalne. Projekt plakatu/ogłoszenia może być oparty na zdjęciu i typografii, tylko typografii oraz typografii i grafice. W szczególnie uzasadnionych przypadkach można umieścić logotypy współorganizatorów, partnerów itp. na wydzielonym z szablonu pasku o maksymalnej wysokości równej 1/8 wysokości szablonu.



Szablon plakatu / ogłoszenia prasowego poziomego ze znakiem promocyjnym

Na stronie przedstawiony jest szablon plakatu / ogłoszenia prasowego poziomego w wersji ze znakiem promocyjnym w dolnym lewym rogu. Wielkość znaku promocyjnego wyznaczona jest według zasad przedstawionych na str. 1.28. Znak promocyjny może być w wersji bez dopiskiem i z dopiskiem. Należy bezwzględnie pamiętać o umieszczaniu znaku wraz z przewidzianym tłem białym lub czar-

nym. Inne wersje tła są niedopuszczalne. Projekt plakatu/ogłoszenia może być oparty na zdjęciu i typografii, tylko typografii oraz typografii i grafice. W szczególnie uzasadnionych przypadkach można umieścić logotypy współorganizatorów, partnerów itp. na wydzielonym z szablonu pasku o maksymalnej wysokości równej 1/8 wysokości szablonu. W tym przypadku znak powinien być użyty na białym tle.



Przykład reklamy pionowej ze zdjęciem czarno-białym i znakiem promocyjnym położonym na górze szablonu

Przykład klasycznej reklamy pionowej ze zdjęciem czarno-białym i znakiem promocyjnym położonym na górze szablonu. Dopuszczalne kolory tekstów, będące kolorami znaku, to: biały, czarny, czerwony, żółty, niebieski.



Przykład reklamy pionowej ze zdjęciem kolorowym i znakiem promocyjnym położonym na dole szablonu

Przykład klasycznej reklamy pionowej ze zdjęciem kolorowym i znakiem promocyjnym położonym na dole szablonu. Dopuszczalne kolory tekstów, będące kolorami znaku, to: biały, czarny, czerwony, żółty, niebieski.



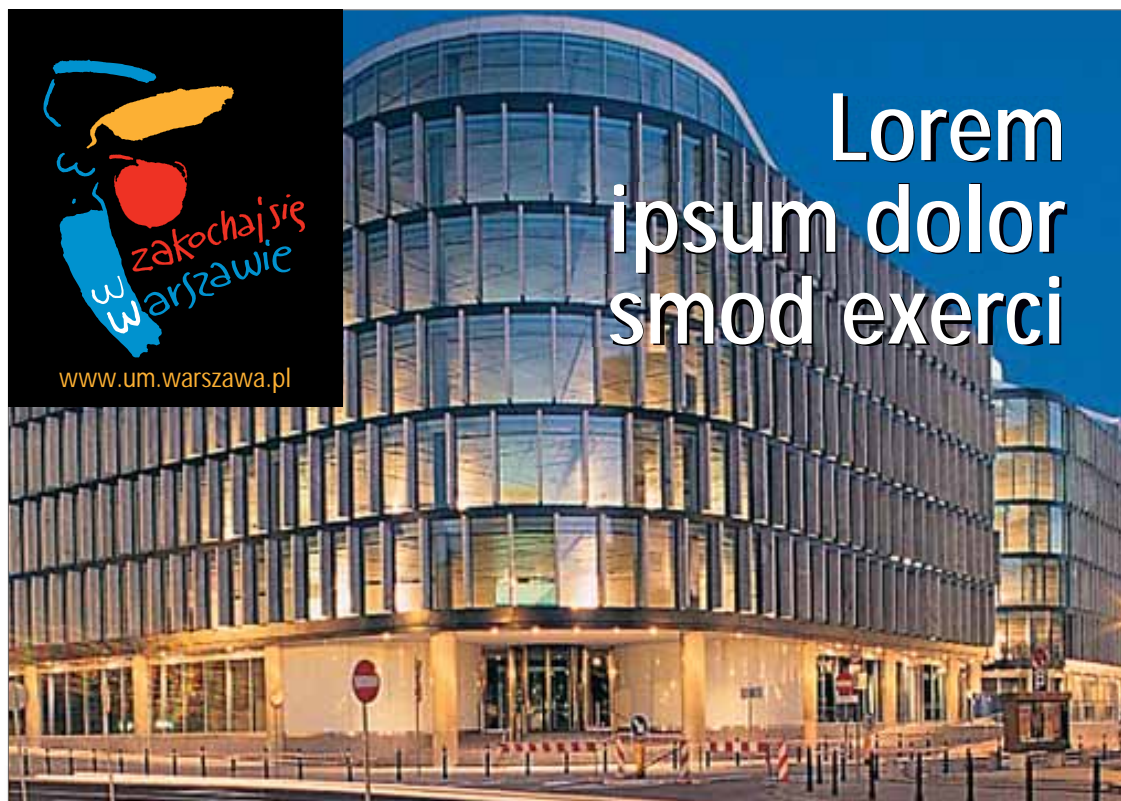
Przykład reklamy pionowej wąskiej ze zdjęciem kolorowym

Przykład reklamy pionowej wąskiej ze zdjęciem kolorowym i znakiem promocyjnym położonym na górze szablonu.



Przykład reklamy poziomej ze zdjęciem kolorowym i znakiem promocyjnym położonym na górze szablonu

Przykład klasycznej reklamy poziomej ze zdjęciem kolorowym i znakiem promocyjnym położonym na górze szablonu. Dopuszczalne kolory tekstów, będące kolorami znaku, to: biały, czarny, czerwony, żółty, niebieski.



Przykład reklamy poziomej ze zdjęciem i znakiem promocyjnym położonym na dole szablonu

Przykład klasycznej reklamy poziomej ze zdjęciem i znakiem promocyjnym położonym na dole szablonu. Dopuszczalne kolory tekstów, będące kolorami znaku, to: biały, czarny, czerwony, żółty, niebieski.



>Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit

>Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibhui smod tincidunt ut dolore magna aliquame rat volutpat. Ut wisi enim ad minim venia, quis nostrud exerci tation ullamcorper sui lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo con sequat. Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibhui smod tincidunt ut dolore magna aliquame rat volutpat. Ut wisi enim ad minim venia, quis nostrud exerci tation ullamcorper sui lobortis nisi ut aliquip ex ea

zakochaj się w Warszawie nocą
www.um.warszawa.pl



>Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibhui smod tincidunt ut dolore magna aliquame rat volutpat. Ut wisi enim ad minim venia, quis nostrud exerci tation ullamcorper sui lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo con sequat

zakochaj się w Warszawie
www.um.warszawa.pl

Współorganizatorzy:  

Patroni medialni:   

Przykład plakatu / ogłoszenia typograficzno-graficznego

Projekt plakatu / ogłoszenia typograficzno-graficznego, w którym w ograniczonym zakresie używa się lub w ogóle nie używa się zdjęcia. Dopuszczalne kolory tekstów i tła, będące kolorami znaku, to: biały, czarny, czerwony, żółty, niebieski.

zakochaj się w Warszawie
od pierwszego spojrzenia!

www.um.warszawa.pl

PREZYDENT MIASTA STOLECZNEGO WARSZAWY
OGŁASZA WIELKI KONKURS FOTOGRAFICZNY DLA UCZNIÓW SZKÓŁ WARSZAWSKICH

Czy masz aparat fotograficzny?

Jeśli nie masz to pożycz i...

Zrób zdjęcie na co najmniej jeden z tematów:

1 Moja szkoła
do 16 lutego

2 Moja ulica
do 15 kwietnia

3 Moja stolica
do 15 maja

ŻYCIE MOJEJ WARSZAWY
MOJA STOLICA MOJA SZKOŁA
MOJA ULICA MOJA OBIEKTYWIE

Czy chcesz mieć dobry aparat cyfrowy?
Albo ukończyć kurs foto?
Albo zdobyć wiele wartościowych nagród?

Przynieś lub prześlij swoje zdjęcia do nas:
Biuro Promocji Miasta
Pałac Kultury i Nauki, XI piętro, p. 1122
pl. Defilad 1, 00-901 Warszawa 134, skr. poczt. 75
z dopiskiem FOTO
tel. 22 656 76 21, e-mail: gwolff@warszawa.um.gov.pl

Twoje zdjęcia będą promować Warszawę!

Przeczytaj regulamin konkursu
Wszelkie informacje są dostępne na stronie:
www.um.warszawa.pl

Współorganizatorzy:

Patroni medialni:

Przykład plakatu typograficznego

Projekt plakatu typograficznego, w którym w ograniczonym zakresie używa się lub w ogóle nie używa się zdjęć. Ilustracją projektu typograficznego jest sposób zapisu tekstów. Dopuszczalne są wszystkie

możliwe działania kompozycyjne na literach, o ile używamy zaleczonego kroju Humanist 777PL. Dopuszczalne kolory tekstów i tła, będące kolorami znaku, to: biały, czarny, czerwony, żółty, niebieski.



Przykład reklamy / ogłoszenia w języku polskim, gdy znak zajmuje całą lewą część formatu



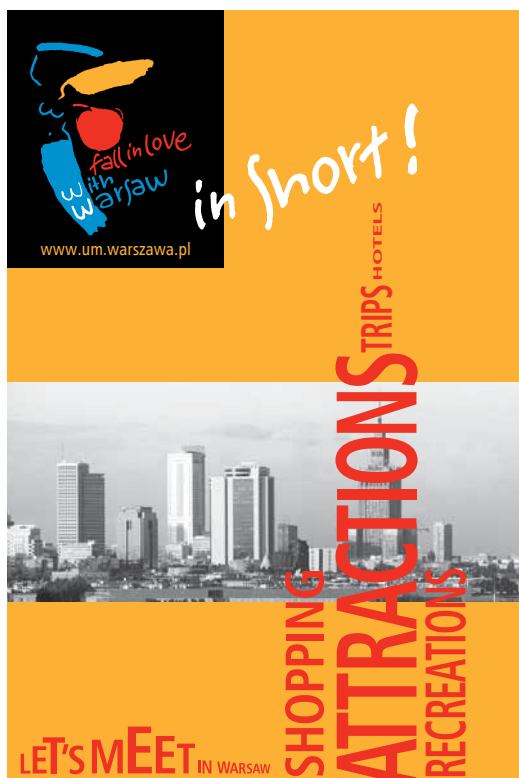
Przykład reklamy / ogłoszenia w języku angielskim, gdy znak zajmuje całą lewą część formatu



Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Okładka informatora

Projekt okładki informatora jest przykładem projektu typograficznego, w którym w ograniczonym zakresie używa się lub w ogóle nie używa się zdjęć. Ilustracją projektu typograficznego jest sposób zapisu tekstów. Dopuszczalne są wszystkie możliwe działania kompozycyjne na literach, o ile używamy zaleczonego kroju Humanist 777PL.

Dodatkowo zalecane jest tworzenie kontynuacji hasła promocyjnego (tu: in short!) za pomocą specjalnie zaprojektowanego kroju (patrz: str. 1.26). Dopuszczalne kolory tekstów, będące kolorami znaku, to: biały, czarny, czerwony, żółty, niebieski.

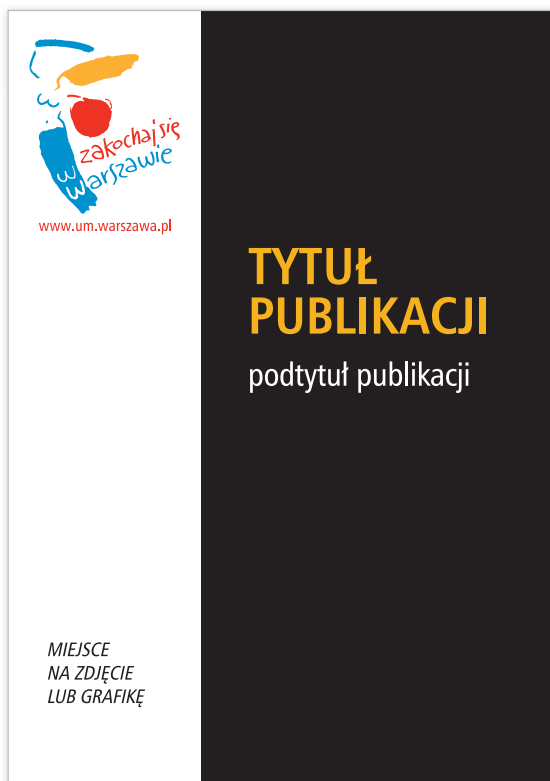


Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Okładka raportu lub programu i pierwsza strona

Projekty okładek miejskich raportów lub programów (Przykład 1,2,3) do wykorzystania w wydawnictwach o formatach A5 i B5, oraz pro-

jekt pierwszej strony dokumentu, np. Miejskiego programu na rzecz rodziny.

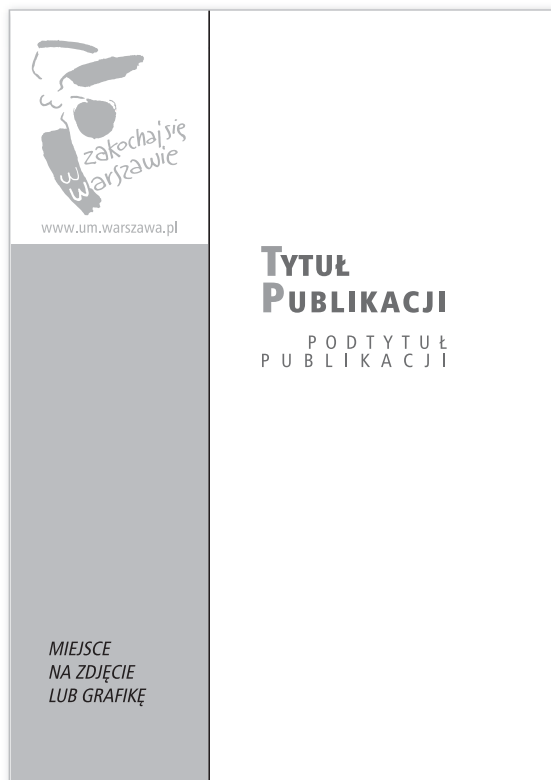
Przykład 1



Przykład 2



Przykład 3



Przykład pierwszej strony dokumentu



Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Szablon dokumentów – okładka w wersji uproszczonej

Okładka szablonu dokumentów: raportów, sprawozdań itp. Uproszczona wersja, możliwa do zastosowania w programie typu Word, przez biura i dzielnice.

W zależności od organu urzędu należy dostosować identyfikator herbowy ze stopką.

Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Herb i znak promocyjny: CMYK

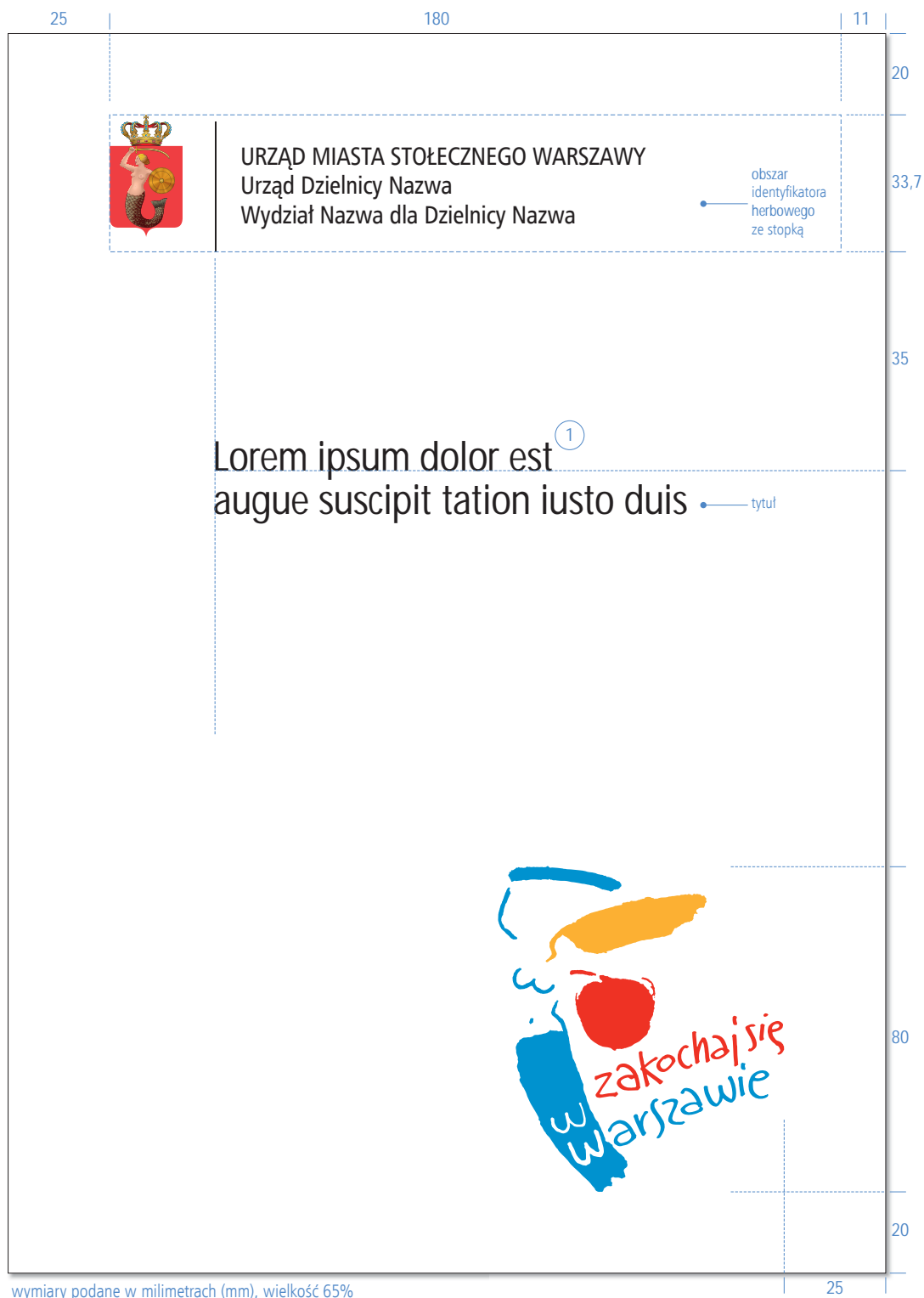
– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy / szablon dokumentu

Materiał: papier 80-100 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 28 pt, interlinia – 30 pt



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Szablony dokumentów – pierwsza strona w wersji uproszczonej

Pierwsza strona szablonu dokumentów raportów, sprawozdań itp. w wersji uproszczonej, do zastosowania w programie typu Word, przez biura i dzielnice.

W zależności od organu urzędu należy dostosować identyfikator herbowy ze stopką.

Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy / szablony dokumentu

Materiał: papier 80-100 g/m²

Czcionka:

1. Humanist 777PL Cn Regular – 13,2 pt, interlinia – 15,4 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 8,8 pt, interlinia pierwszego wersu – 13,2 pt, interlinia drugiego wersu – 11 pt



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Szablon dokumentów – kolejne strony

Kolejne strony szablonu dokumentów do zastosowania przy tworzeniu raportów, sprawozdań itp. przez biura i dzialnice.

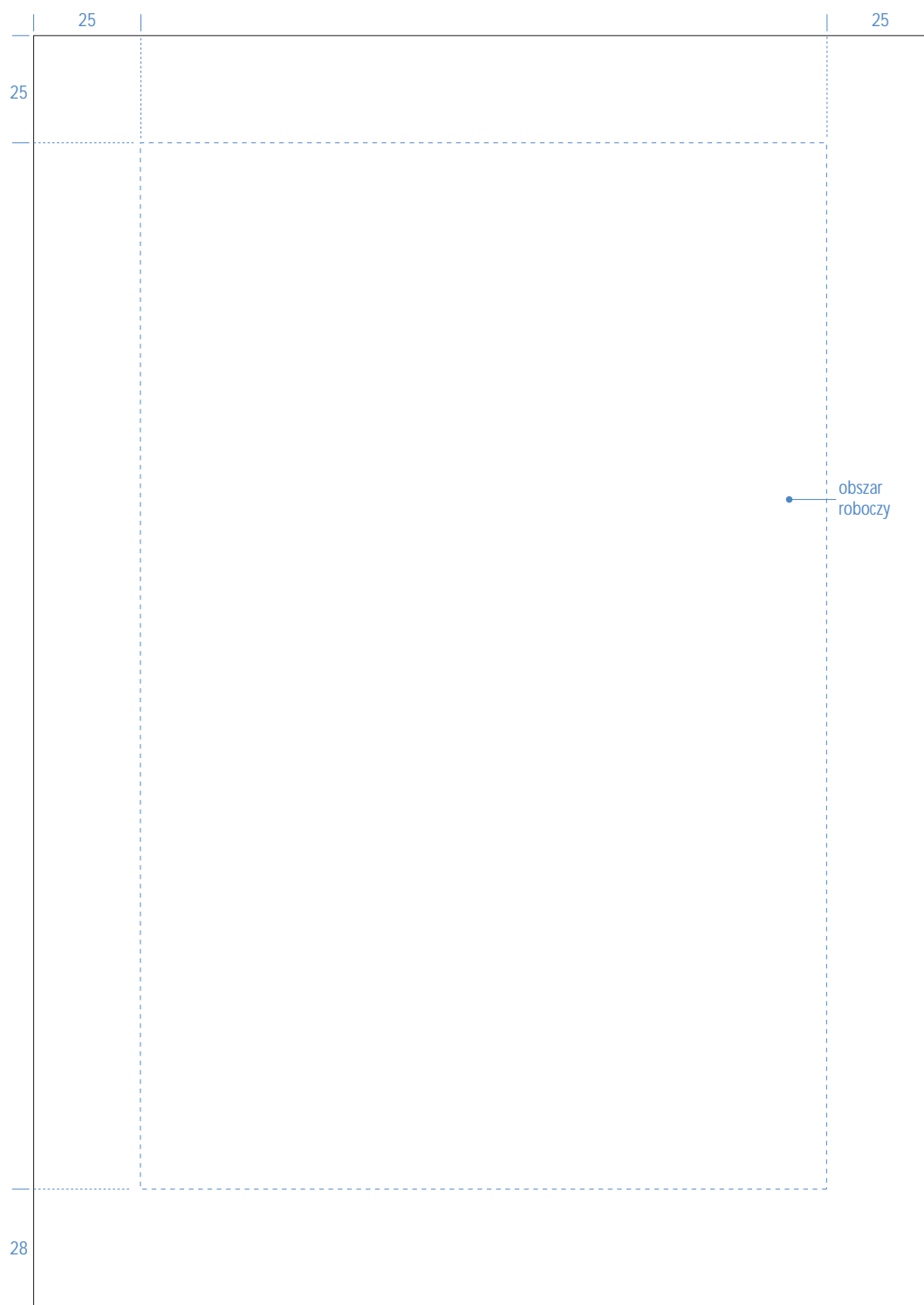
Format: A4: 210 mm x 297 mm

Kolor:

– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy / szablon dokumentu

Materiał: papier 80-100 g/m²



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 65%

Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Eleganckie zaproszenie, koperta, papier, bilet wizytowy

Wzory eleganckiego zaproszenia, koperty, papieru, biletu wizytowego. Zaproszenie oraz bilet wizytowy opatrzone są herbem m.st. Warszawy wykonanym w technologii tłoczenia i druku. Zastosowane w projektach kolory są odwzorowaniem barw flagi m.st. Warszawy.

Koperta oraz elegancki papier w formacie A4 i 210x198 opatrzone są jedynie tłoczonym herbem m.st. Warszawy.

Zaproszenie, bilet wizytowy – materiał: papier 250-300 g/m², typu strukturalnego (np. czerpany), kolor biały.

Elegancki papier – formaty A4 oraz 210x198 – materiał: papier 100-120 g/m², kolor biały.

Herb na zaproszeniu, bilecie wizytowym: CMYK, tłoczenie.

Herb na eleganckim papierze w formatach A4 i 210x198 oraz kopercie w formacie DL: tłoczenie.

Kolor:

- żółty PANTONE 116C lub CMYK 0:17:90:0

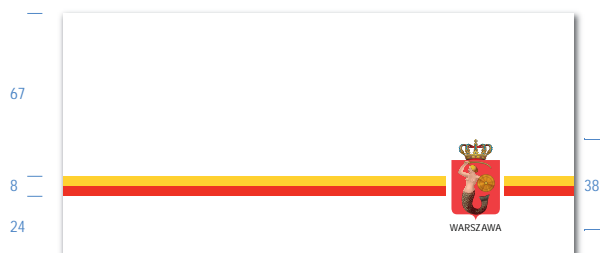
- czerwony PANTONE 485C lub CMYK 0:95:100:0

- czarny PANTONE Process Black C/U lub CMYK 0:0:0:100

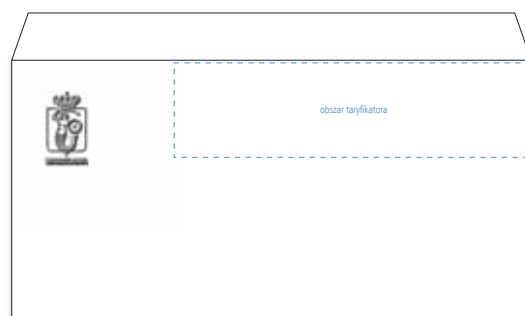
Zaproszenie, bilet wizytowy oraz koperta wykonane są z jednakowego typu papieru.

Przedstawione na stronie przykłady są jedynie symulacją efektu tłoczenia oraz druku herbu m.st. Warszawy

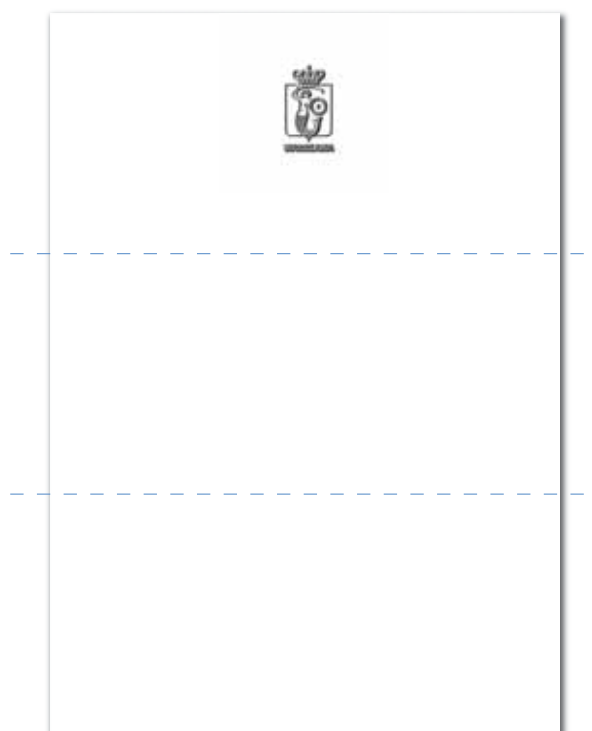
Zaproszenie eleganckie w formacie DL



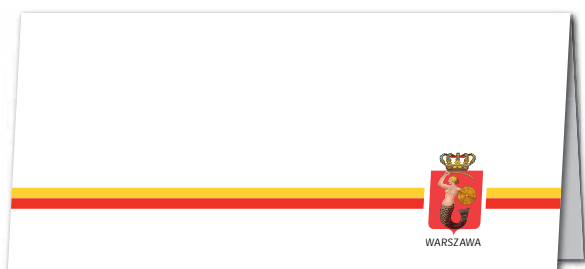
Koperta eleganckiego zaproszenia w formacie DL



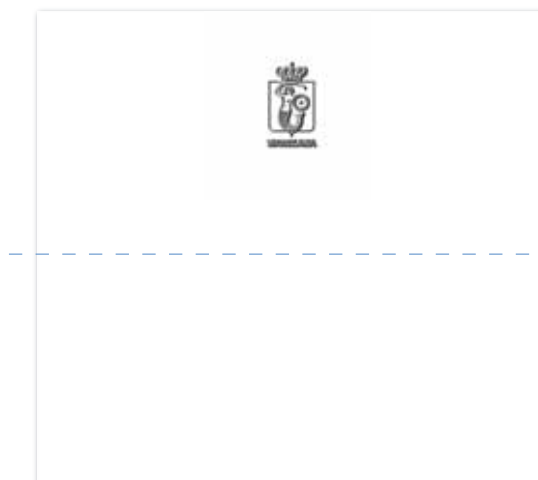
Elegancki papier w formacie A4



przód

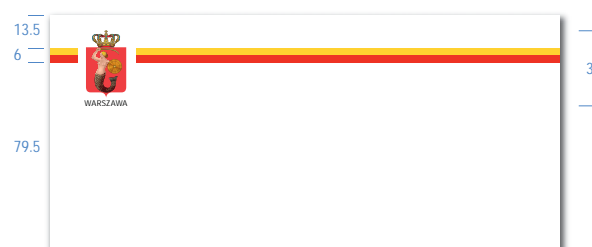


Elegancki papier w formacie 210x198



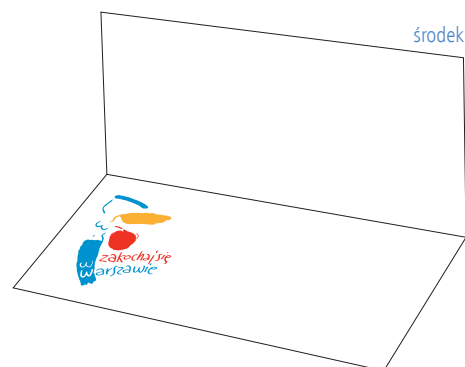
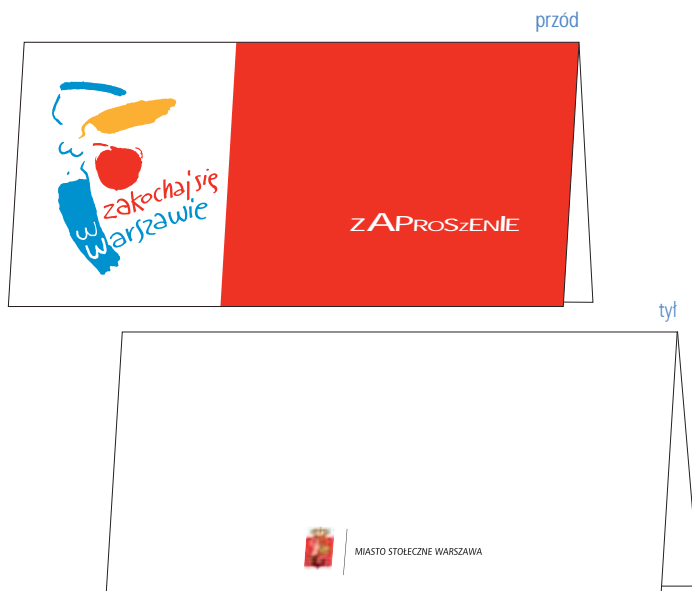
znacznik zgięcia papieru

Bilet wizytowy format 210x99



Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Zaproszenie w formacie DL

Zaproszenie jako przykład projektu typograficznego.



Inne przykłady przodów zaproszeń



Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Koperta promocyjna DL

Przykład specjalnej okazjonalnej koperty promocyjnej typu DL.

przód koperty



tył koperty



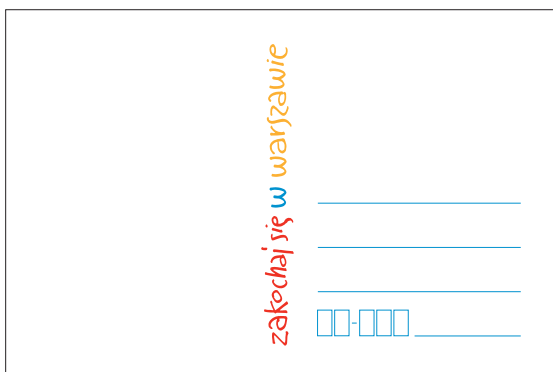
Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Kartki świąteczne

Kartki świąteczne jako przykład projektu typograficznego.

Przody



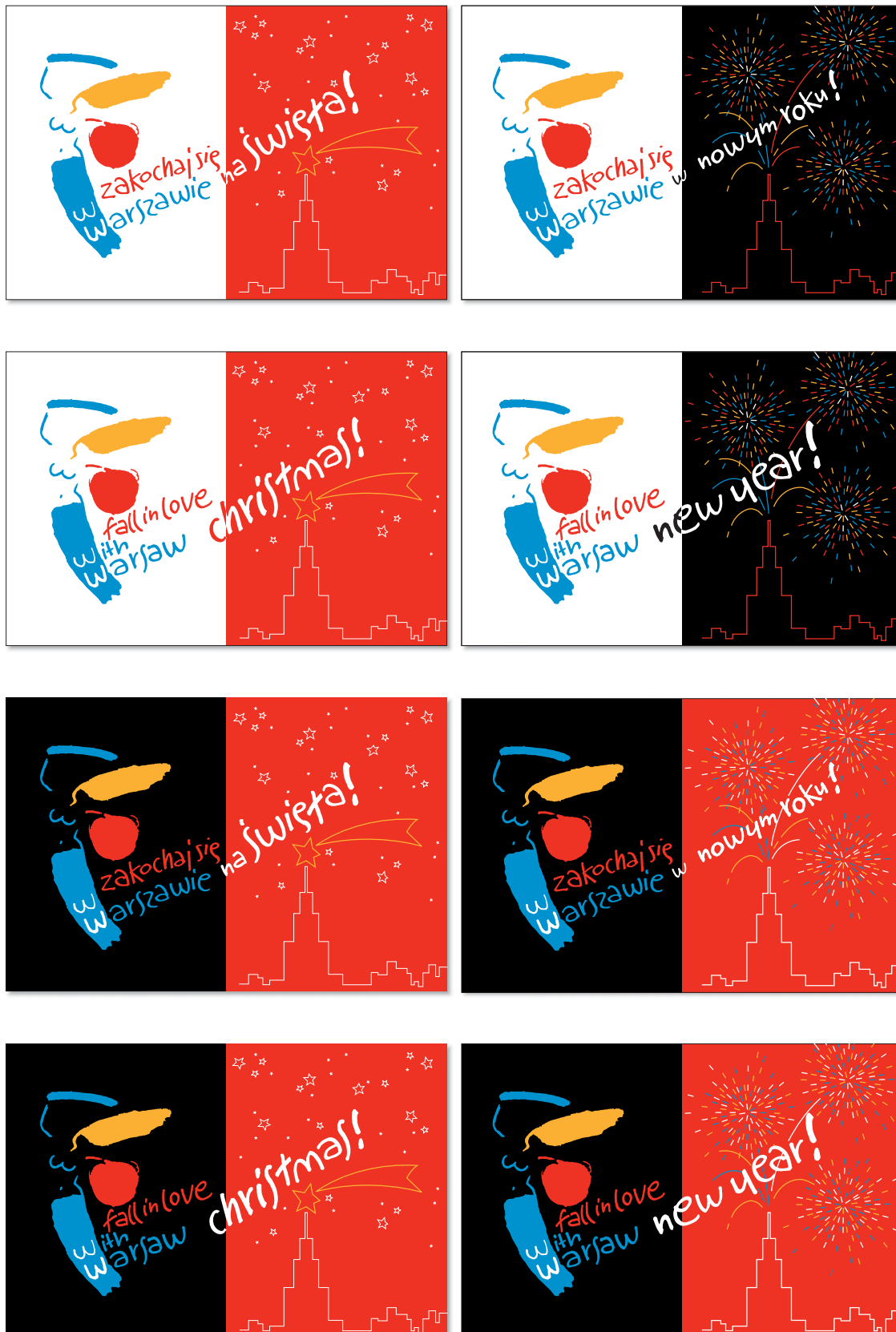
Tyły



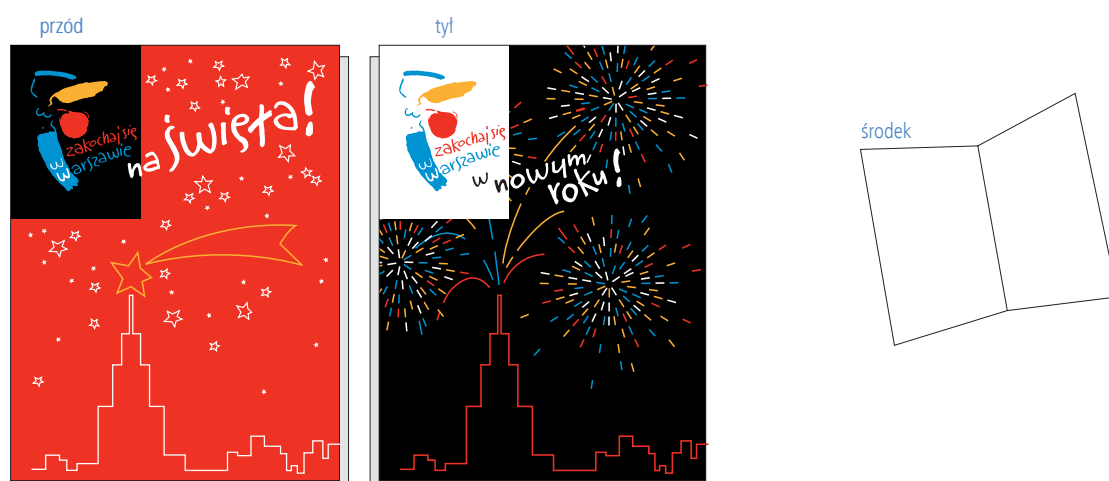
Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Kartki świąteczne

Kartki świąteczne jako przykład projektu typograficznego.

Przykłady okładek kartek świątecznych



Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Kartki świąteczne



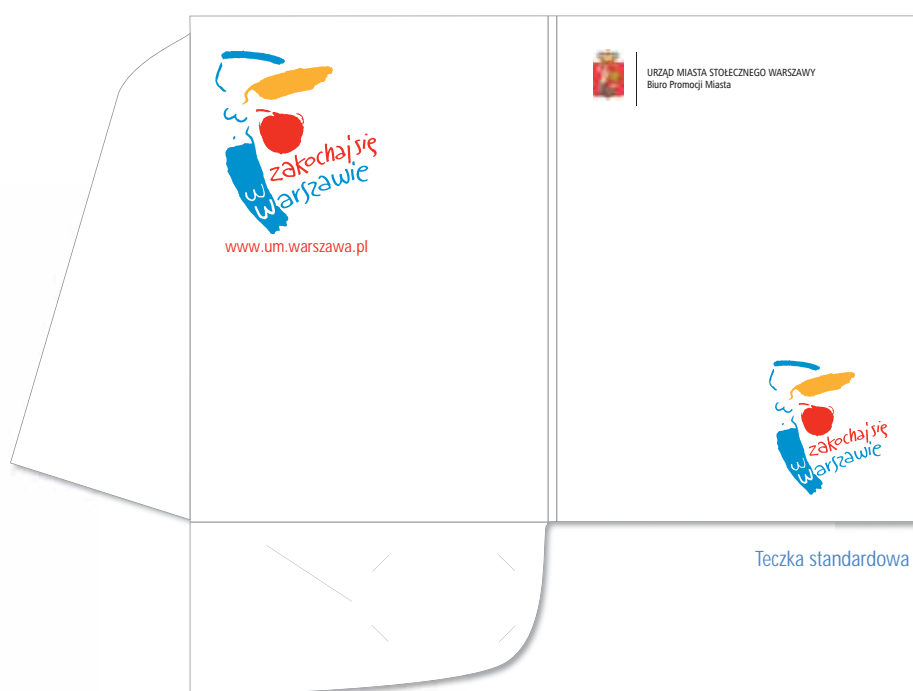
Wersja pionowa rozkładana



Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Teczka



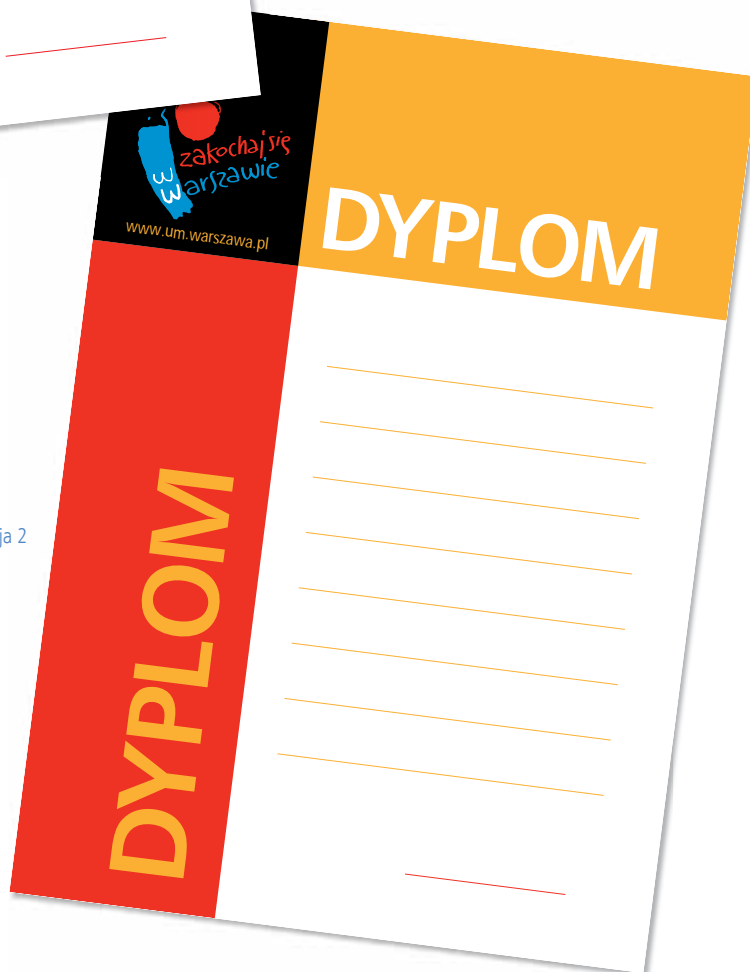
Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Teczka



Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Dyplom promocyjny



wersja 1



wersja 2

Przykłady materiałów promocyjno-informacyjnych. Dyplom klasyczny

Dyplom klasyczny sygnowany znakiem promocyjnym w wersji szarej.

Format: 257,3 x 363,9 mm

Kolor:

– Herb: CMYK

– Tekst: Czarny 100%

Technologia: druk offsetowy

Materiał: karton 250-350 g/m²

Czcionka:

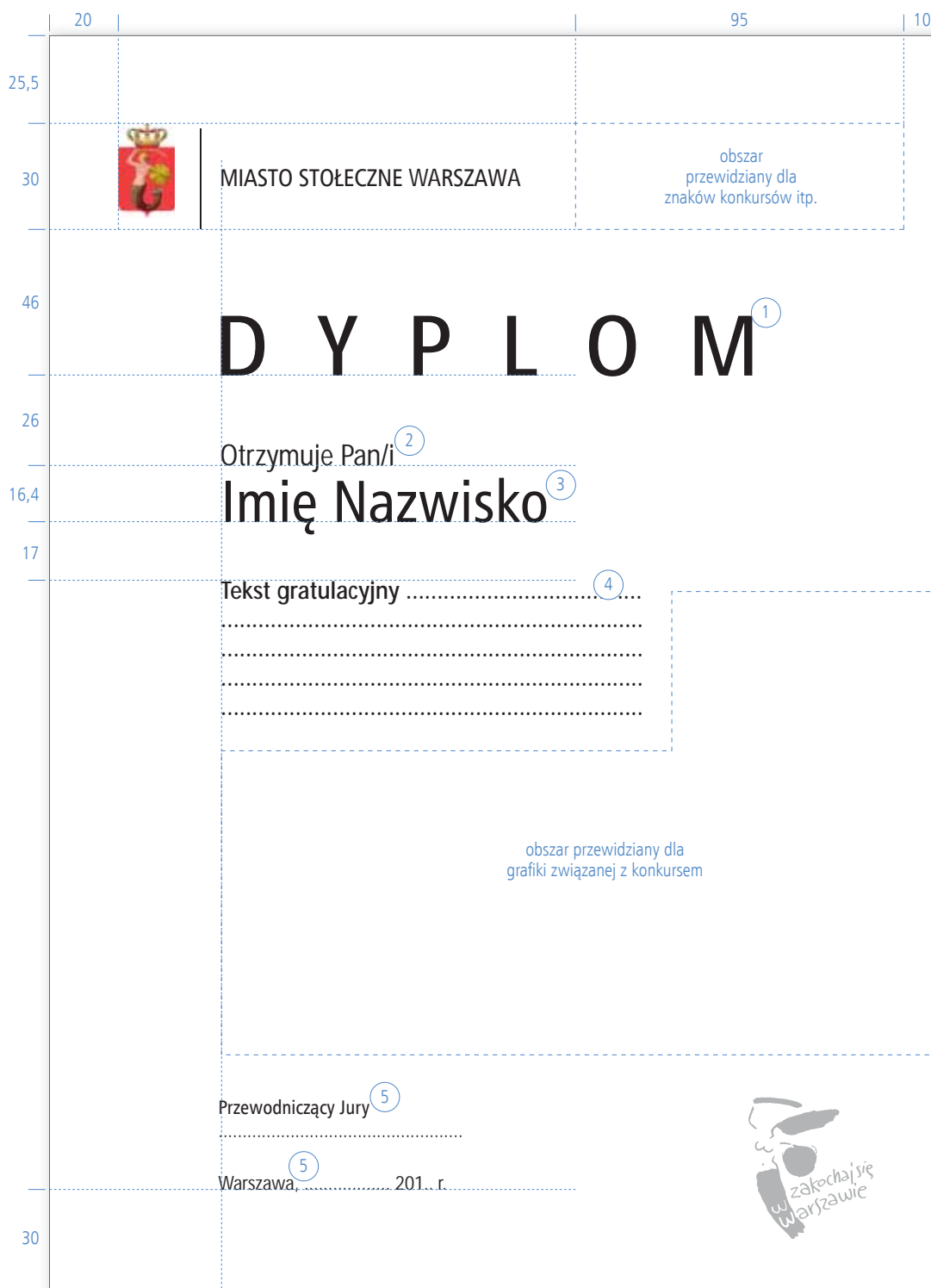
1. Humanist 777PL Cn Bold – 69 pt

2. Humanist 777PL Cn Regular – 24 pt

3. Humanist 777PL Cn Regular – 48,65 pt

4. Humanist 777PL Cn Bold – 20 pt

5. Humanist 777PL Cn Regular – 16 pt



wymiary podane w milimetrach (mm), wielkość 53%



MIASTO STOŁECZNE WARSZAWA

D Y P L O M

Otrzymuje Pan

st. ogn. Adam Słoma

Proszę przyjąć wyrazy szacunku za pełną poświęcenia służbę i oddanie w niesieniu pomocy potrzebującym.

Serdecznie gratuluję wyróżnienia i dziękuję Panu za osobisty wkład włożony w zapewnienie bezpieczeństwa mieszkańcom Warszawy. Życzę także poczucia własnej satysfakcji oraz uznania przełożonych w zaszczytnej służbie strażaka.



Prezydent m.st. Warszawa
Hanna Gronkiewicz-Waltz

Warszawa, 18 grudnia 2009 r.



Identyfikacja w multimediach. Korespondencja elektroniczna

Podpis w korespondencji elektronicznej generowany jest automatycznie po wcześniejszym zdefiniowaniu go w programie pocztowym. Znak promocyjny może występować również z dopiskiem do hasła promocyjnego. Uwaga! W tle nie stosujemy żadnej papaterii typu chmurki, notatniki kołowe itp.

Kolor:

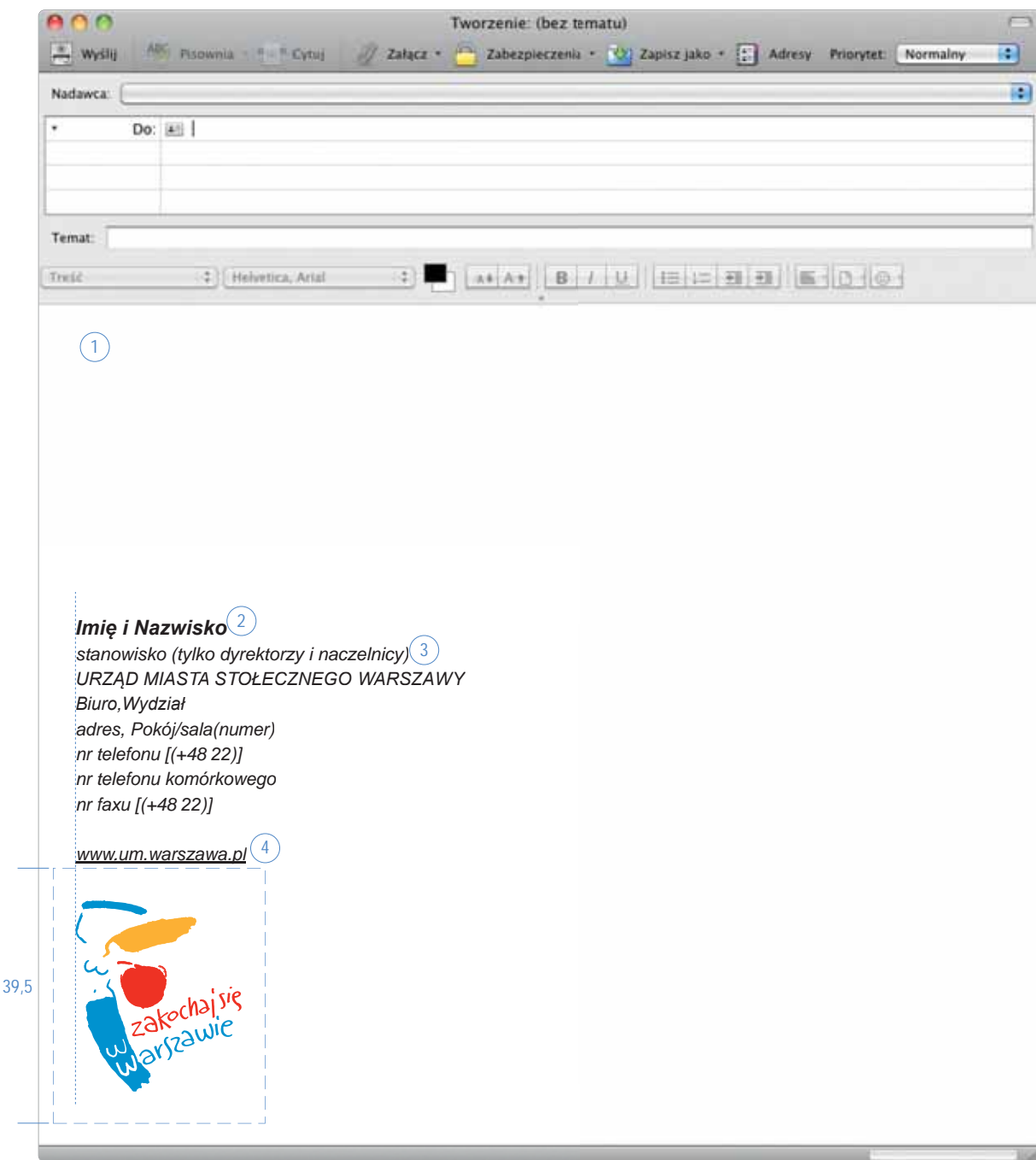
– Znak promocyjny: RGB

– Tekst: Czarny 100%


Technologia: program pocztowy

Czcionka:

1. Treść korespondencji: Arial CE Regular – 11 pt, interlinia – 13,2 pt
2. Arial CE Bold Italic – 9 pt, interlinia 11 pt
3. Arial CE Italic – 8 pt, interlinia 11 pt
4. Tekst czarny podlinkowany, Arial CE Italic – 8 pt, interlinia 11 pt



Identyfikacja w multimedialach. Prezentacja PowerPoint

Tytuł slajdu wers pierwszy tytuł slajdu wers drugi

Sit amet ut in consequat quis,

blandit in iriure veniam dolore sed dolore, ullamcorper aliquam. Ex ut minim ut et in dignissim, dolor aliquip eros diam autem adipiscing. Consequat feugait blandit wisi sed velit nisl eu velit ut crisare dignissim eros luptatum illum eum consequat hendrerit.

- Enim lobortis feugait, aliquip consequat consequatvel dui nisl consequat ex lorem blandit feugiat dignissim iriuredolor ad, velit nisl facilisis enim ea.
- Luptatum facilisi vero, dui consequat, esse nonummy nostrud, illum nisl eu.
- Veniam at autem dolore dui quis delenit ut, exerci facilisi ad.
 - Luptatum dui vero vulputate suscipit ut luptatum dui illum eros
 - Consectetur feugiat nulla, qui dolore ipsum commodo, ut feugiat.
 - Crisare molestie commodo ut velit erat nibh dolore.

Tytuł prezentacji tytuł prezentacji Warszawa, 23.03.2010 r.



Tytuł slajdu wers pierwszy tytuł slajdu wers drugi



Sit amet ut in consequat quis, blandit in iriure veniam dolore sed dolore, ullamcorper aliquam. Ex ut minim ut et in dignissim, dolor aliquip eros diam autem adipiscing. Consequat feugait blandit wisi sed velit nisl eu velit ut crisare dignissim eros luptatum illum eum consequat hendrerit.

Euismod commodo ut in molestie, illum in, praesent commodo sciusur qui augue nulla hendrerit iriure. Qui dui wisi luptatum quis dui sit? Facilisi esse, delenit in vero, ipsum wisi facilisis feugait lobortis amet odio quis velit ullamcorper suscipit feugait.

Ut, iriuredolor dui enim accumsan dolor ad consequatvel et iusto vel diam

Tytuł prezentacji tytuł prezentacji Warszawa, 23.03.2010 r.



Tytuł slajdu wers pierwszy tytuł slajdu wers drugi



Euismod commodo ut in molestie, illum in, praesent commodo sciusur qui augue nulla hendrerit iriure.

Tytuł prezentacji tytuł prezentacji Warszawa, 23.03.2010 r.



Tytuł slajdu wers pierwszy tytuł slajdu wers drugi

	Praesent	Lobortis	Quisque	Vivamus	Omare
Praesent	Lorem				
Lobortis			ipsum		
Quisque		dolor			
Vivamus					
Omare					

Tytuł prezentacji tytuł prezentacji Warszawa, 23.03.2010 r.

Identyfikacja w multimediami. Prezentacja PowerPoint

Tytuł slajdu wers pierwszy
tytuł slajdu wers drugi

Tytuł prezentacji tytuł prezentacji

Warszawa, 23.03.2010 r.

Tytuł slajdu wers pierwszy
tytuł slajdu wers drugi

Sit amet ut in consequat quis,

blandit in iriure veniam dolore sed dolore, ullamcorper aliquam. Ex ut minim ut et in dignissim, dolor aliquip eros diam autem adipiscing. Consequat feugait blandit wisi sed velit nisl eu velit ut crisare dignissim eros luptatum illum eum consequat hendrerit.

- Enim lobortis feugait, aliquip consequat consequatvel duis nisl consequat ex lorem blandit feugiat dignissim iriuredolor ad, velit nisl facilisis enim ea.
- Luptatum facilisi vero, duis consequat, esse nonummy nostrud, illum nisl eu.
- Veniam at autem dolore duis quis delenit ut, exerci facilisi ad.
 - Luptatum duis vero vulputate suscipit ut luptatum duis illum eros
 - Consectetur feugiat nulla, qui dolore ipsum commodo, ut feugiat.
 - Crisare molestie commodo ut velit erat nibh dolore.

Tytuł prezentacji tytuł prezentacji

Warszawa, 23.03.2010 r.

Tytuł slajdu wers pierwszy
tytuł slajdu wers drugi

Sit amet ut in consequat quis,

blandit in iriure veniam dolore sed dolore, ullamcorper aliquam. Ex ut minim ut et in dignissim, dolor aliquip eros diam autem adipiscing. Consequat feugait blandit wisi sed velit nisl eu velit ut crisare dignissim eros luptatum illum eum consequat hendrerit.

- Enim lobortis feugait, aliquip consequat consequatvel duis nisl consequat ex lorem blandit feugiat dignissim iriuredolor ad, velit nisl facilisis enim ea.
- Luptatum facilisi vero, duis consequat, esse nonummy nostrud, illum nisl eu.
- Veniam at autem dolore duis quis delenit ut, exerci facilisi ad.
 - Luptatum duis vero vulputate suscipit ut luptatum duis illum eros
 - Consectetur feugiat nulla, qui dolore ipsum commodo, ut feugiat.
 - Crisare molestie commodo ut velit erat nibh dolore.

Tytuł prezentacji tytuł prezentacji

Warszawa, 23.03.2010 r.

URZĄD MIASTA STOLECZNEGO WARSZAWY
Biuro Nazwa
ul. Nowa Słota 123, pok. 123, 234, 00-000 Warszawa,
tel. 22 123 45 67 wewn. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.pl

Dziękujemy

www.um.warszawa.pl

URZĄD MIASTA STOLECZNEGO WARSZAWY
Biuro Nazwa
ul. Nowa Słota 123, pok. 123, 234, 00-000 Warszawa,
tel. 22 123 45 67 wewn. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.pl

Dziękujemy

www.um.warszawa.pl

Identyfikacja w multimediami. Spot TV i Internet - plansza końcowa

Znak promocyjny umieszczony w planszy końcowej w spotcie telewizyjnym, przygotowanym na zlecenie m.st. Warszawy (Przykład 1) lub jednostek i instytucji m.st. Warszawy (Przykład 2).

Należy pamiętać, że znak występuje wyłącznie na tle białym lub czarnym.

Przykład 1



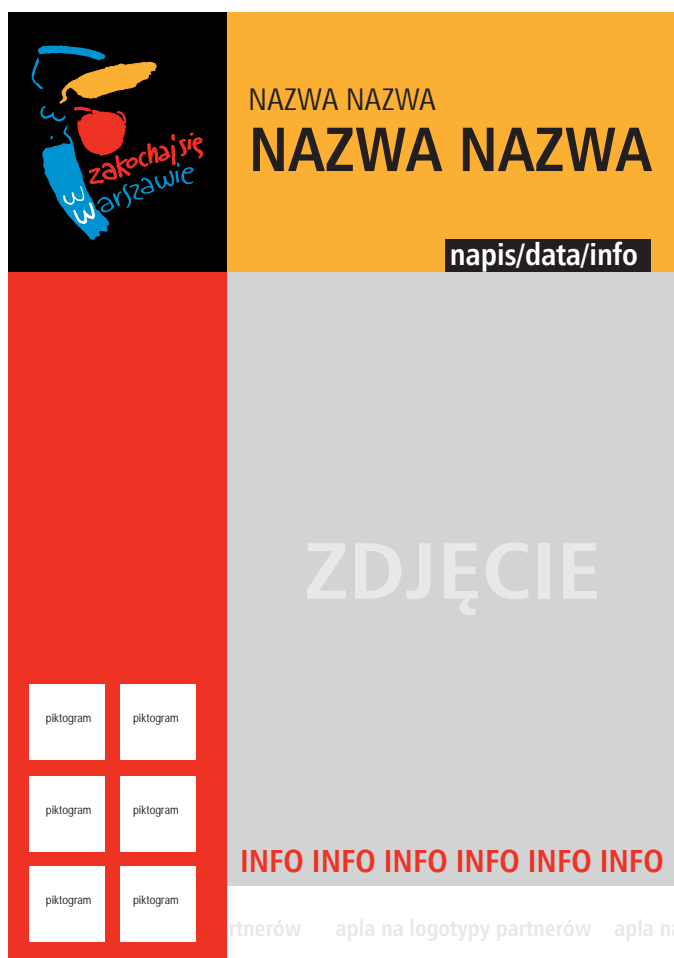
Przykład 2



Identyfikacja w multimedialach. Infografika

Strona przedstawia wzory infografik do stosowania przez biura i działy na stronach internetowych, ekranach LCD, billboardach, plakatach, informujących np. o inwestycjach Miasta.

Znak promocyjny umieszczony zgodnie z zasadami opisanymi na stronach 1.28-1.30. Dodatkowo dopełniony w prawo aplą żółtą, w dół aplą czerwoną.



Identyfikacja w multimediach. Blankiet komunikatu prasowego

Strona przedstawia wzór blankietu komunikatu prasowego. Komunikat prasowy Wydziału Prasowego powinien być przygotowywany na blankiecie korespondencyjnym Urzędu m.st. Warszawy - Centrum Komunikacji Społecznej. Obok stopki z danymi teleadresowymi osoby upoważnionej do kontak-

tów z mediami, umieszczony jest znak promocyjny (w prawym dolnym rogu).



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Opakowanie i naklejka na płytę CD/DVD



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Długopis i pióro

Wszystkie materiały promocyjne Miasta powinny być najwyższej jakości. O ich atrakcyjności decyduje nie tylko projekt, ale także jakość samego przedmiotu i sposób naniesienia znaku promocyjnego. Jest to bardzo ważny aspekt i przy wyborze przedmiotów promocyjnych zawsze należy brać go pod uwagę.

Długopisy występują w wersji ze znakiem promocyjnym i dodatkowo z hasłem promującym napisanym wzdłuż długopisu oraz w wersji

z samym hasłem promującym. Do stworzenia wersji językowej należy użyć odpowiednich znaków i hasła w języku docelowym.

Uwaga!

Wersja ze znakiem i hasłem może występować tylko w języku polskim lub angielskim. Inne wersje językowe można używać tylko w wersji bez znaku promocyjnego.

długopis bez logo promocyjnego



długopis z logo promocyjnym

długopis bez logo promocyjnego,
znak promocyjny grawerowany

elegancki gadżet – pióro



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Kredki



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Kubki i filiżanki

W przypadku projektowania przedmiotów promocyjnych dopuszczalne jest kadrowanie znaku promocyjnego. Należy pamiętać, ustawiając grafikę, że nie ma możliwości zadruku pod uchwytem.

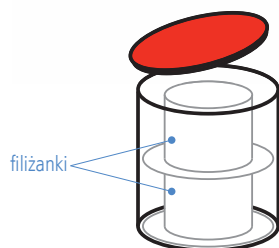


Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Opakowanie na dwie filiżanki

widok z przodu



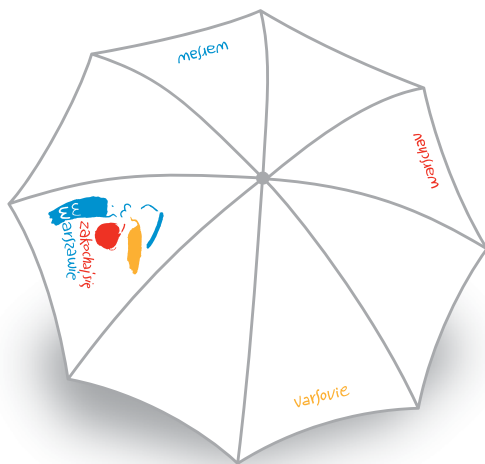
widok z tyłu



nadruk na owalne pudełko



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Parasole



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Breloczki i wizytownik



breloczek silikonowy



breloczek czyścik



breloczek metalowy



wersja
tłoczona
i kolorowa

wizytownik



wersja
tłoczona

Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Pamięci USB

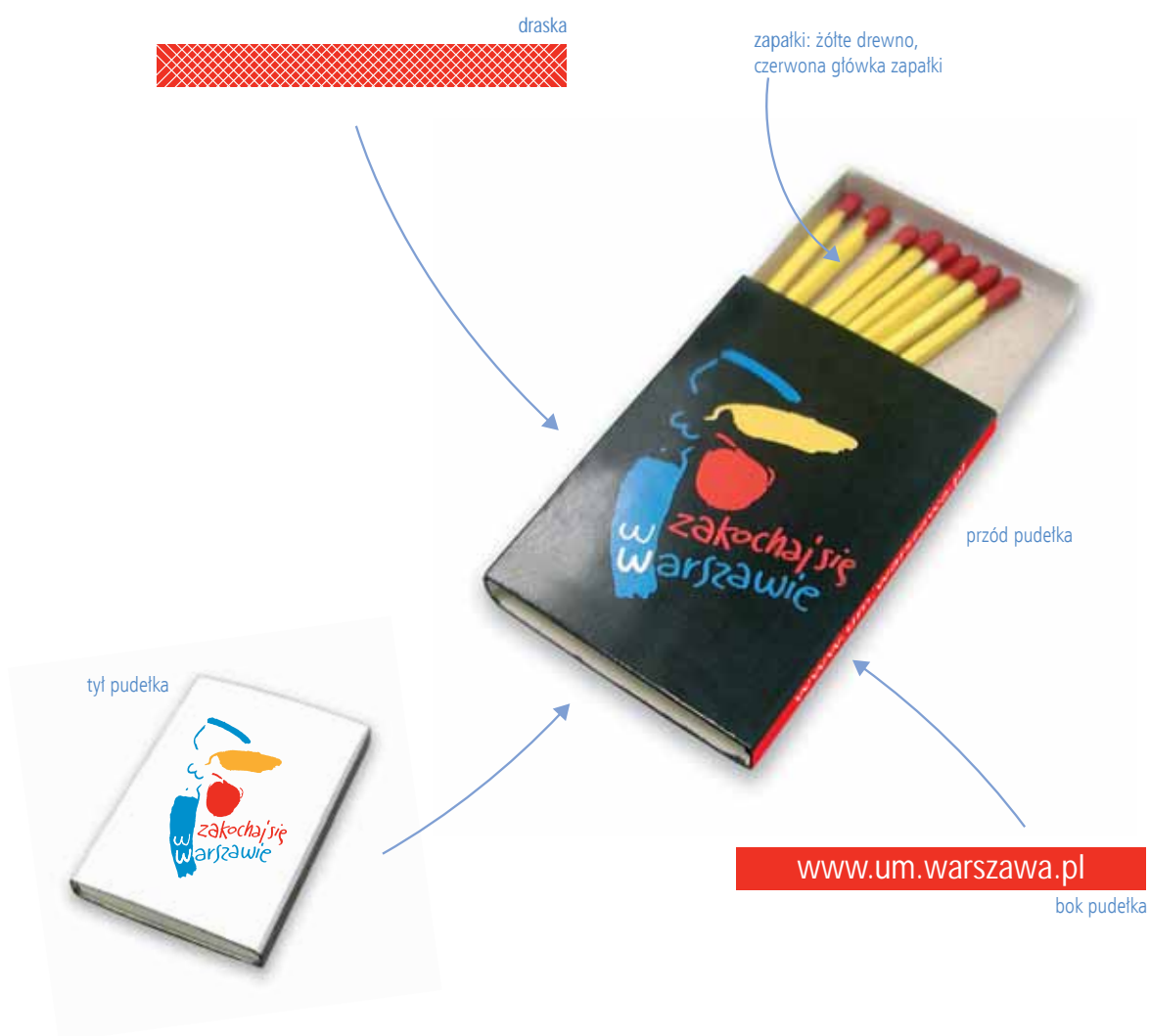
pamięć USB – znak promocyjny lekko grawerowany



bransoletka USB silikonowa



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Zapałki



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Balonik, znaczki do wpinania, magnesy



baloniki

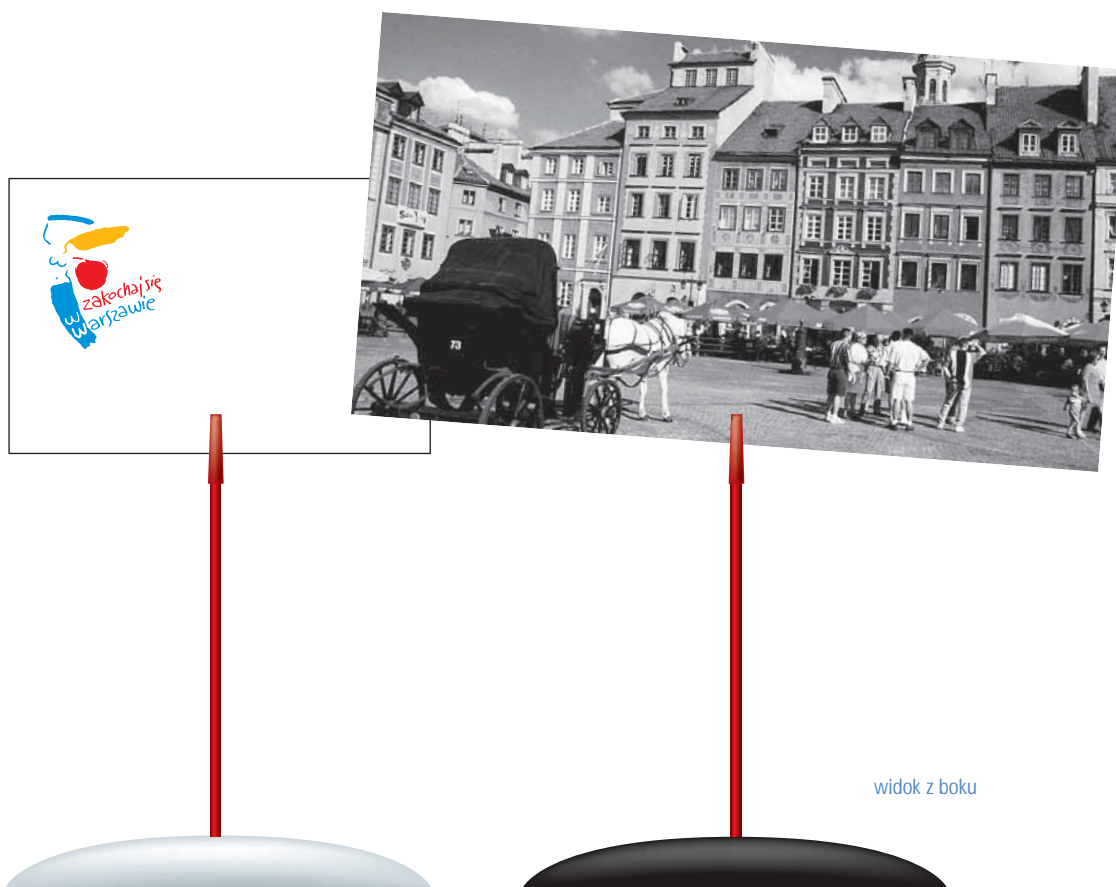


znaczki do wpinania



magnesy

Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Spinacz na zdjęcia



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Zegarek



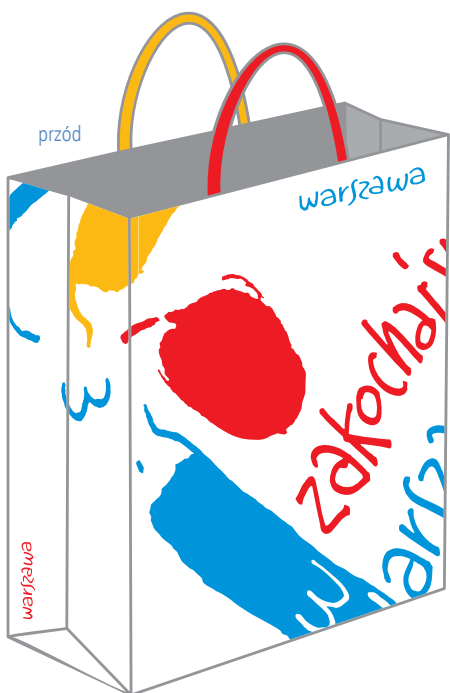
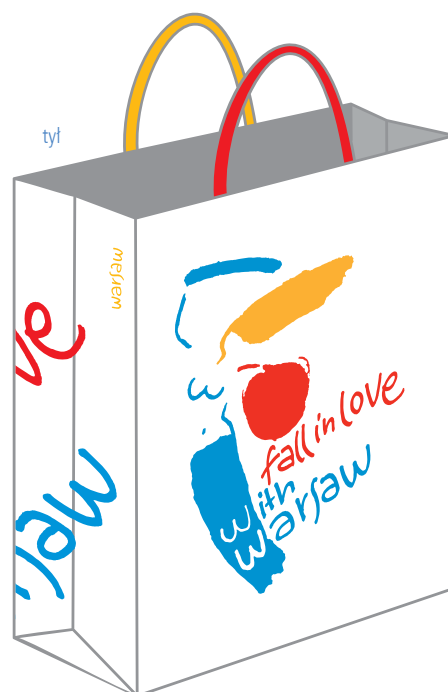
Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Podkładka pod mysz



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Torby reklamowe



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Torby reklamowe



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. T-shirty



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. T-shirt dziecięcy i czapki z daszkiem



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Krótki fartuch



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Tuba na przedmioty promocyjne



Przykłady zaprojektowanych przedmiotów promocyjnych. Papier pakowy

Formaty papieru: B1, B0.



wersja klasyczna

PRZYKŁADY BLANKIETÓW KORRESPONDENCYJNYCH I WIZYTÓWEK M.ST. WARSZAWY



PREZYDENT MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67
nazwa@domena.pl, www.um.warszawa.pl



PREZYDENT MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



RADA MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67

www.um.warszawa.pl



PRZEWODNICZĄCY RADY MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67, www.um.warszawa.pl



PREZYDENT MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67

nazwa@domena.pl, www.um.warszawa.pl



MAYOR OF WARSAW

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw
phone +48 22 123 45 67, fax +48 22 123 45 67
nazwa@domena.pl, www.e-warsaw.pl



PREZYDENT MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY



WARSZAWA



MAYOR OF WARSAW



WARSZAWA



ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67

nazwa@domena.pl, www.um.warszawa.pl



DEPUTY MAYOR OF WARSAW

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw
phone +48 22 123 45 67, fax +48 22 123 45 67
nazwa@domena.pl, www.e-warsaw.pl



SKARBNIK MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67

nazwa@domena.pl, www.um.warszawa.pl



TREASURER OF WARSAW

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw
phone +48 22 123 45 67, fax +48 22 123 45 67
nazwa@domena.pl, www.e-warsaw.pl



SEKRETARZ MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67

nazwa@domena.pl, www.um.warszawa.pl



CITY CLERK OF WARSAW

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw
phone +48 22 123 45 67, fax +48 22 123 45 67
nazwa@domena.pl, www.e-warsaw.pl



**RADA DZIELNICY NAZWA
MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY**

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67

nazwa@domena.pl, www.um.warszawa.pl



**PRZEWODNICZĄCY RADY DZIELNICY NAZWA
MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY**

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67, www.um.warszawa.pl



**BURMISTRZ DZIELNICY NAZWA
MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY**

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl



**MAYOR OF THE NAME DISTRICT
CITY OF WARSAW**

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw
phone +48 22 123 45 67 ext. 123, fax +48 22 123 45 67
imie.nazwisko@domena.pl, www.e-warsaw.pl



ZARZĄD DZIELNICY NAZWA
MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD STANU CYWILNEGO MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67, faks 22 123 45 67, www.usc.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Urząd Dzielnicy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Urząd Dzielnicy Nazwa

Wydział Nazwa dla Dzielnicy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Biuro Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Biuro Nazwa

Wydział Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
nazwa@nazwadomeny.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Biuro Nazwa

Delegatura w Dzielnicy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa

tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Biuro Promocji Miasta

pl. Defilad 1, 00-901 Warszawa, tel. 22 656 76 26, 22 656 76 17, faks 22 656 64 50
promocja@um.warszawa.pl, www.um.warszawa.pl





CITY OF WARSAW
Promotion Department

pl. Defilad 1, 00-901 Warsaw 134, PO box 75, phone +48 22 656 76 26, fax +48 22 656 64 50
promocja@um.warszawa.pl, www.e-warsaw.pl





URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Pełnomocnik Prezydenta m.st. Warszawy Nazwa

ul. Nazwa ulicy 123, 00-000 Warszawa, tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67, tel. kom. 500 123 456
nazwa@nazwadomeny.waw.pl, www.um.warszawa.pl



PREZYDENT MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



MAYOR OF WARSAW

Imię i Nazwisko

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw, Poland
phone +48 22 123 45 67 ext. 123, fax +48 22 123 45 67
mobile +48 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.e-warsaw.pl



ZASTĘPCA PREZYDENTA
MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



DEPUTY MAYOR OF WARSAW

Imię i Nazwisko

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw, Poland
phone +48 22 123 45 67 ext. 123, fax +48 22 123 45 67
mobile +48 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.e-warsaw.pl



SKARBNIK MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



TREASURER OF WARSAW

Imię i Nazwisko

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw, Poland
phone +48 22 123 45 67 ext. 123, fax +48 22 123 45 67
mobile +48 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.e-warsaw.pl



SEKRETARZ MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



CITY CLERK OF WARSAW

Imię i Nazwisko

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw, Poland
phone +48 22 123 45 67 ext. 123, fax +48 22 123 45 67
mobile +48 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.e-warsaw.pl



ZARZĄD DZIELNICY NAZWA
MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

Burmistrz

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



ZARZĄD DZIELNICY NAZWA
MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

Zastępca Burmistrza

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Urząd Dzielnicy Nazwa
Wydział Nazwa dla Dzielnicy Nazwa

Imię i Nazwisko

Funkcja lub Stanowisko służbowe

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



CITY OF WARSAW
Biuro Nazwa
Wydział Nazwa

Imię i Nazwisko

Funkcja lub Stanowisko służbowe

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw, Poland
phone +48 22 123 45 67 ext. 123, fax +48 22 123 45 67
mobile +48 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.e-warsaw.pl



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

Imię i Nazwisko

Pełnomocnik Prezydenta m.st. Warszawy Nazwa

ul. Nazwa Ulicy 123, 00-000 Warszawa
tel. 22 123 45 67 wew. 123, faks 22 123 45 67
tel. kom. 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.um.warszawa.pl



CITY OF WARSAW

Imię i Nazwisko

Representative of Mayor of Warsaw Name

123 Nazwa Ulicy St., 00-000 Warsaw, Poland
phone +48 22 123 45 67 ext. 123, fax +48 22 123 45 67
mobile +48 500 123 456
inazwisko@domena.pl, www.e-warsaw.pl



linia metra

ODCINEK CENTRALNY

Księga wizualizacji ZTM

Rebranding ZTM

Uzasadnienie

Nowe logo Zarządu Transportu Miejskiego powstało z potrzeby odświeżenia jego wizerunku, który nie był zmieniany od 20 lat. Stare logo miało statyczny, kreślarski charakter, przez co rozmijało się z założeniem ZTM - instytucji elastycznej, nowoczesnej i dynamicznej realizującej potrzeby metropolii.

Nowy znak charakteryzuje się prostotą kształtu oraz koloru, co jest jego dużą zaletą - dzięki temu oprze się nieustannie zmieniającym się trendom designu, a także ułatwi jego rozpoznawalność, nawet z dużej odległości.

Nowe logo zostało zbudowane nie w oparciu o aktualne trendy, lecz o żelazne zasady tworzenia logo, dzięki czemu nawet za 20 lat pozostanie dobrym znakiem.



Dotychczasowe logo ZTM



Nowe logo

Opis znaku

Logo Zarządu Transportu Miejskiego zostało zbudowane na planie kwadratu, w jego centralnym punkcie umieszczony został stylizowany napis ZTM.

W dalszej części przedstawione zostaną również alternatywne wersje znaku.

Symbolika

Logo takiej instytucji jak ZTM powinno unikać dosłowności. Im mniej dosłowne logo, tym większa jego uniwersalność i ponadczasowość. Znak zbudowany jest na podstawie stylizacji akronimu która może sugerować różne kształty - rękę z mieczem kojarzoną z Syrenką Warszawską, czoło pojazdu.

Brak skojarzeń nie przeszkadza jednak w pozytywnym odbiorze znaku.



Budowa logotypu

Opis logotypu podzielony został na dwie części. Należy zwrócić uwagę na różne jednostki obowiązujący w poszczególnych rysunkach.



Proporcje logotypu wytyczono względem jego wysokości.



Przyjmując wartość wysokości jako 100, promień okręgu służącego do wytyczenia krzywizny pomiędzy literą „z” a „t” wynosi 22.

Promień okręgów tworzących krzywizny litery „m” wynosi 28.

Promień okręgu tworzący krzywiznę litery „z” wynosi 11,5.

Szerokość szczeliny pod linią horyzontalną litery „t” wynosi $\frac{1}{4}a$ - gdzie a to szerokość linii tworzącej logotyp.

Budowa znaku

Elementem wyjściowym budowy znaku jest grubość każdej linii prostej z której składa się stylizowany napis ZTM. Jej grubość należy przyjąć jako wartość A.



Odległość napisu ZTM od krawędzi kwadratu w który jest wpisany, zawsze jest równy grubości linii tworzących napis.



Logotyp ZTM jest wyśrodkowany względem kwadratu.

Kolory logo



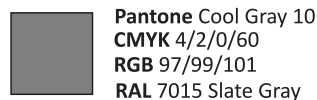
Podstawowym kolorem logo ZTM jest kolor czerwony taki sam jak we fladze Warszawy.

Logo może zostać przedstawione na innym tle aniżeli czerwony, ale tylko przez Zarząd Transportu Miejskiego. Inne instytucje zobowiązane są korzystać z logo na tle czerwonym.



Dodatkowo kolory wykorzystane jako tło biletów traktowane są jako kolory uzupełniające znaku. Znaczy to że należy korzystać z nich w pierwszej kolejności przy doborze kolorów otoczenia znaków.

Kolory podstawowe



Kolory uzupełniające



Obszar bezpieczny

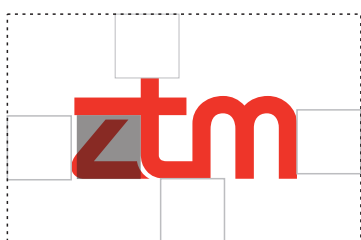
Obszar bezpieczny (obszar minimalny) znaku jest to obszar w którym nie mogą znajdować się żadne obiekty graficzne oraz napisy.

Zasada obszaru bezpiecznego obowiązuje tylko partnerów ZTM - zastosowanie znaku przez ZTM może się różnić od przedstawionego poniżej.



Obszar bezpieczny znaku podstawowego, oraz innych znaków wpisanych w kwadrat wynosi $1/4$ długości boku kwadratu odłożone w każdą stronę

Zasada ta dotyczy również logo z rozwinięciem akronimu po prawej stronie. $1/4$ boku odkładamy wtedy od najdalej wysuniętej części znaku.



Obszar bezpieczny znaku składającego się jedynie z logotypu, bez podlewu wyznacza kwadrat którego bok jest wysokością od dolnej krawędzi kreski poziomej „t” do dołu znaku.

W przypadku znaku z podpisem pod logotypem, wyżej opisany kwadrat odkładamy od najniższej położonej krawędzi.

W obszarze bezpiecznym tło musi mieć jednolity kolor nie zaburzający czytelności znaku.



Znak podstawowy i podstawowy w kontrze

Rodzaje znaków i ich wykorzystanie

Na tej stronie przedstawione zostały wszystkie warianty logo ZTM. Prawie każdy znak posiada swoją wersję podstawową oraz wersję w kontrze. Znak w kwadracie jest równoważny znakowi w kontrze. Jednak wykorzystanie znaku bez kwadratu przez firmy zewnętrzne musi zostać dopuszczone przez ZTM.

W przypadku umieszczania logo ZTM w ciągach logotypów należy korzystać ze znaków wpisanych w kwadrat.



Znak podstawowy - Warszawa i podstawowy - Warszawa w kontrze



Znak podstawowy - pełna nazwa i podstawowy - pełna nazwa w kontrze



Znak podstawowy - nazwa i podstawowy - nazwa w kontrze



Zarząd
Transportu
Miejskiego

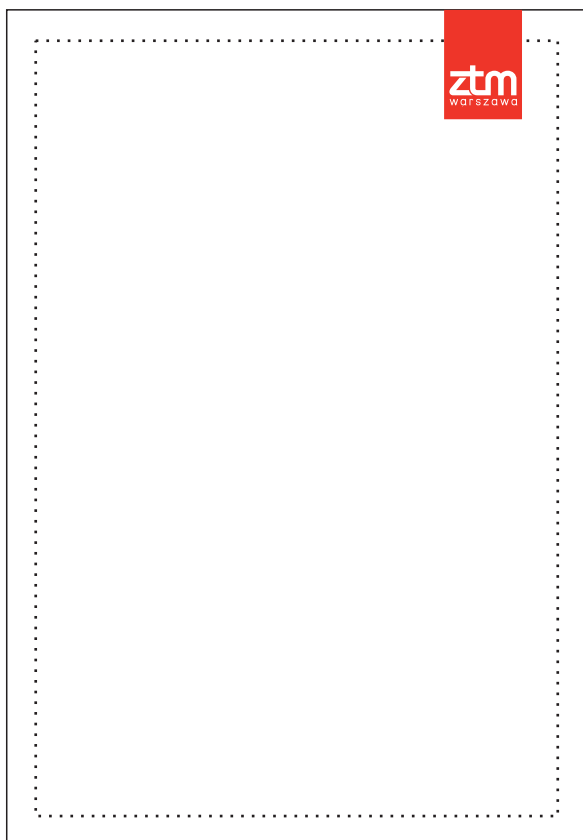
Znak rozszerzony - nazwa



Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie

Znak rozszerzony - pełna nazwa

Wykorzystanie znaku na materiałach ZTM



Na materiałach ZTM, rozmieszczenie znaku ma budować rozpoznawalność marki. Znak powinien być umieszczany w prawym górnym rogu obszaru netto nośnika. Odległość znaku od prawej krawędzi obszaru netto powinna wynosić 1/2 szerokości znaku, bądź pełną szerokość znaku - w szczególnych przypadkach istnieje możliwość umieszczania logo w odległości będącej wielokrotnością połowy szerokości. Górna krawędź kwadratu powinna stykać się z krawędzią netto, ponadto powinna ona być „wyciągnięta” do krawędzi obszaru netto (w tym na spad).

Zasada ta dotyczy się tylko znaków których cała forma zamknięta jest w kwadracie



Znak podstawowy



Znak podstawowy Warszawa



Znak podstawowy - nazwa



Zarząd
Transportu
Miejskiego

Znak podstawowy - pełna nazwa



UNIA EUROPEJSKA
FUNDUSZ SPÓJNOŚCI



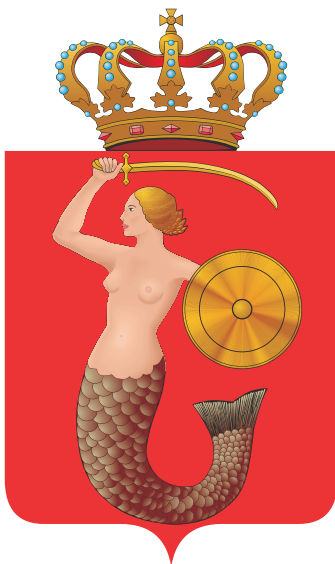


Zarząd
Transportu
Miejskiego



INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO

NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MIASTO
STOŁECZNE
WARSZAWA**