



**Białystok**

księga identyfikacji wizualnej

# 1.01 ZNAK MARKI

## znak graficzny

Znak graficzny Białegostoku służyć ma jako podstawa identyfikacji wizualnej miasta oraz uzupełnienie jego bardziej oficjalnego symbolu, którym pozostaje herb. Logo znajdzie zastosowanie zwłaszcza w działaniach i przedsięwzięciach, służących promocji Białegostoku i jego wizerunku określonego przez nowo przyjętą strategię promocji miasta.

**KSZTAŁT** – Przewodnim elementem logotypu jest słoneczny motyw graficzny. Wybór słońca jako kluczowego symbolu podyktowany został zakreśloną w strategii promocji koncepcją Białegostoku. Słońce jest ikoną witalności i życiodajnej energii. Koncentryczny kształt logotypu nawiązuje do heliocentrycznej wizji, co przypomina, że Białystok to centralny ośrodek nie tylko Podlasia, ale i całej wschodniej części kraju. Słońce w logotypie wschodzi (w wersji poziomej jego symbol poprzedza tekst), co wskazuje na wschód – jako początek nowego etapu, wzrostu i rozwoju, a także usytuowanie geograficzne i rolę odgrywaną przez Białystok w kontaktach Wschodu z Zachodem. Wewnątrz widać zarys, który jest obecnym kształtem miasta. Pusta przestrzeń w środku wskazuje otwartość na innowacje, potencjał, formę, która może być wypełniona nową treścią.

**KOLORYSTYKA** znaku graficznego nawiązuje do barw Białegostoku. Żółte i czerwone promienie pojawiają się na tle białego pola ochronnego, które odgrywa istotną rolę w projekcie – świetnie nawiązuje do samej nazwy BIAŁYstok.

**BUDOWA** znaku graficznego pozwala na wykorzystanie jego fragmentów jako estetycznych motywów graficznych, które mogą nabierać dodatkowych znaczeń (np. jako wykrzykniki).



## 1.02 ZNAK MARKI

### forma podstawowa i uzupełniająca

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



## 1.03 ZNAK MARKI w wersji angielskiej, rosyjskiej, białoruskiej i esperanto

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

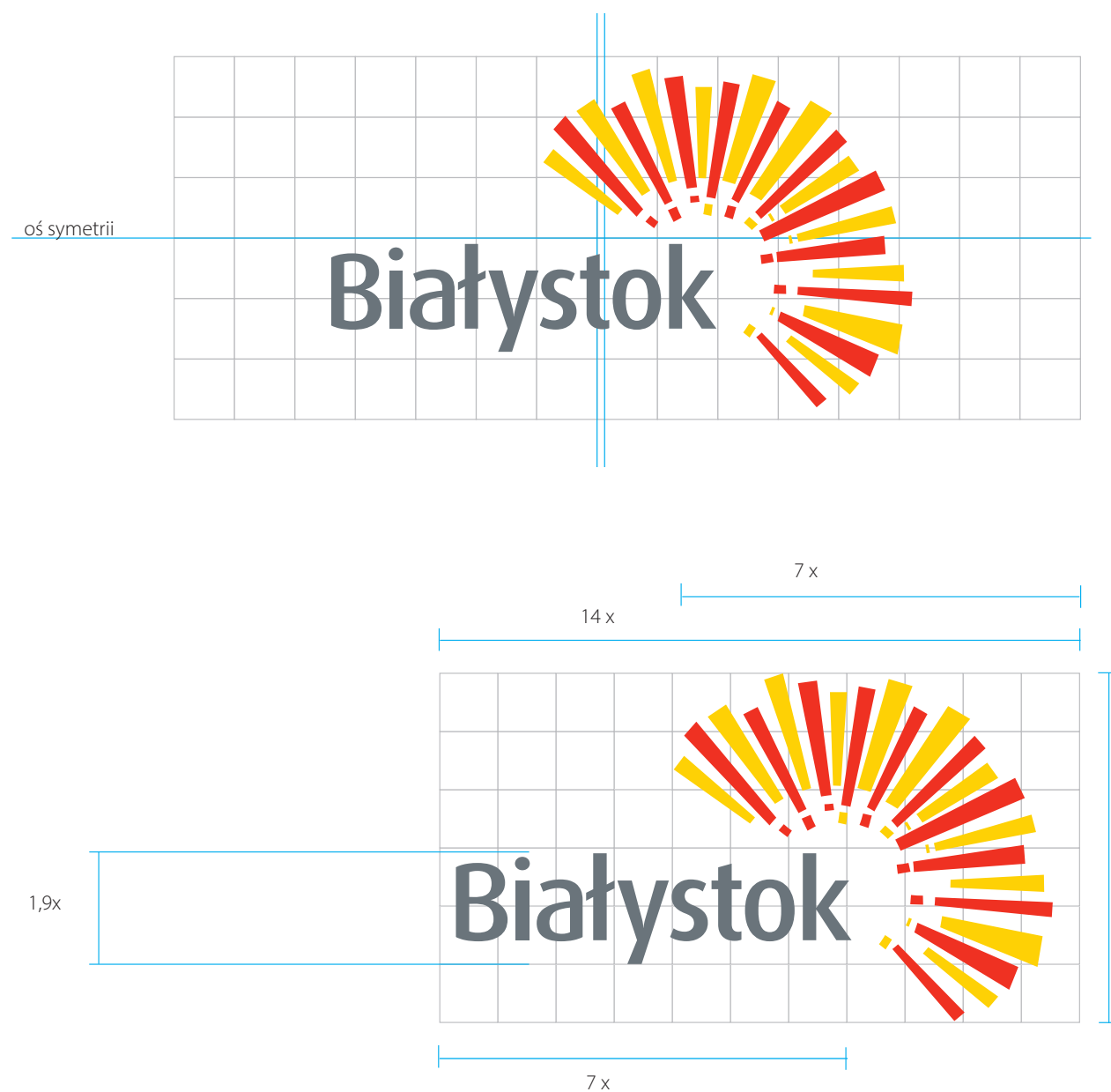


## 1.04 ZNAK MARKI

### budowa i proporcje

Na karcie przedstawiono sposób konstrukcji znaku marki bazujący na zależnościach wielkościowych wynikających z wysokości znaku graficznego. Moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/6 wysokości znaku graficznego.

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.



# 1.05 ZNAK MARKI

## minimalna wielkość znaku graficznego

Minimalna wielkość znaku graficznego gwarantuje jego czytelność.

Dla kolorowych wersji znaku minimalna wielkość znaku wynosi: 30 mm podstawy znaku.  
Dla a- i monochromatycznych wersji znaku: 20 mm podstawy znaku.



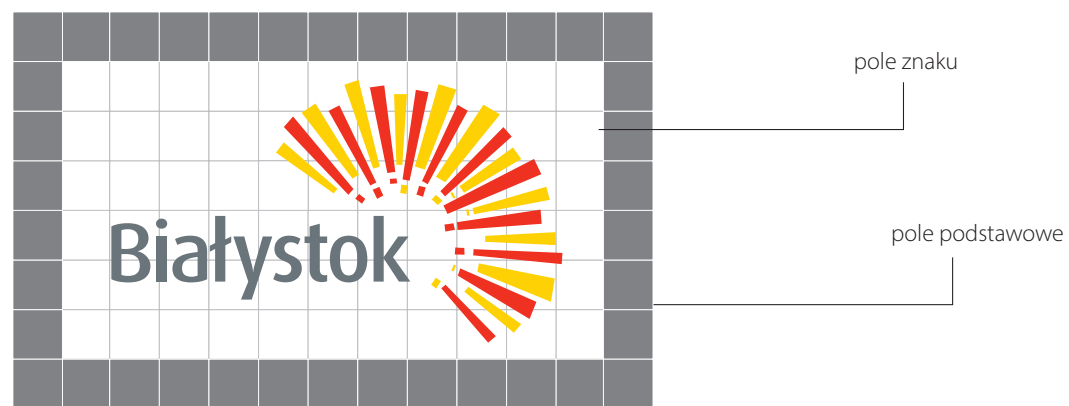
Niedopuszczalne są rozmiary znaku graficznego mniejsze od zdefiniowanej dla niego wielkości minimalnej.

# 1.06 ZNAK MARKI

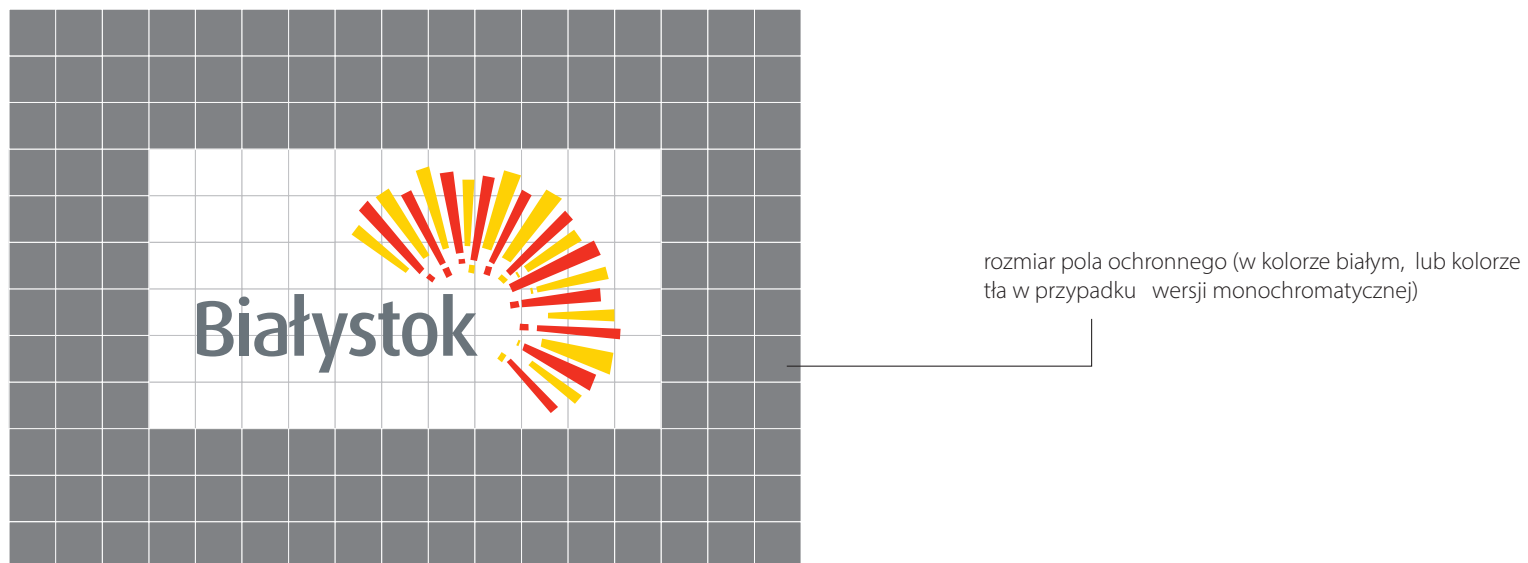
## pole podstawowe i pole ochronne

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

Moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku 1/6 wysokości znaku graficznego.



zasada konstrukcji pola podstawowego znaku marki



## 1.07 ZNAK MARKI

### wariant w odcieniach szarości i achromatyczny

Warianty kolorystyczne 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.

UWAGA!  
Prostokąt opisujący znak nie stanowi jego integralnej części – symuluje jedynie tło.



wariant monochromatyczny – w odcieniach szarości



wariant achromatyczny – czarny (pozytyw/negatyw)





## 1.08 ZNAK MARKI

### warianty monochromatyczne

Warianty kolorystyczne 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.

UWAGA!  
Prostokąt opisujący znak nie stanowi jego integralnej części – symuluje jedynie tło.



wariant achromatyczny – Pantone 1795C (pozytyw / negatyw)

## 1.08 ZNAK MARKI warianty monochromatyczne

UWAGA!  
Prostokąt opisujący znak nie stanowi jego integralnej części – symuluje jedynie tło.



wariant achromatyczny – Pantone 431C (pozytyw / negatyw)

# 1.09 ZNAK MARKI

## kolorystyka podstawowa

Kolorystyka znaku jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania marki. Na stronie przedstawiono parametry kolorystyczne znaku marki dla profili CMYK i PANTONE.

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



znak marki – CMYK

A – szary – C-10 / M-0 / Y-0 / K-65
B – żółty – C-0 / M-16 / Y-100 / K-0
C – czerwony – C-0 / M-94 / Y-100 / K-0



znak marki – PANTONE

A – szary – PANTONE 431 C
B – żółty – PANTONE 116 C
C – czerwony – PANTONE 1795 C

## 1.10 ZNAK MARKI kolorystyka uzupełniająca

Na stronie przedstawiono parametry kolorystyczne znaku marki w odcieniach szarości.

UWAGA!

Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym.

Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.



znak marki – skala szarości

D – szary (ciemniejszy) – C-0 / M-0 / Y-0 / K-70

E – szary (jaśniejszy) – C-0 / M-0 / Y-0 / K-50

# 1.11 ZNAK MARKI

## kolorystyka RGB / HTML

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 znaku.

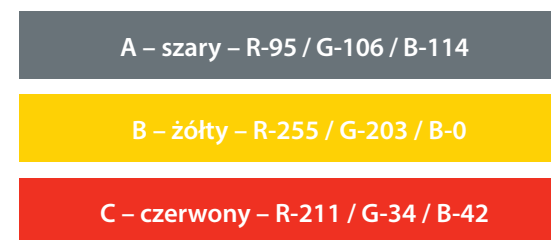
UWAGA!

Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym.

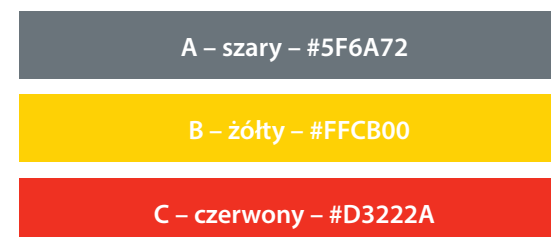
Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.



znak marki – RGB



znak marki – HTML



## 1.12 ZNAK MARKI

### tła znaku marki

Strona ilustruje dopuszczalne wersje kolorystyczne tła jednorodnych, na jakich można stosować znak. Podstawowym tłem jest tło w kolorze białym. Dopuszcza się stosowanie znaku na tle czerwonym, czarnym oraz szarym (określonym w niniejszym manualu), znak występuje wtedy w wersji monochromatycznej.

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



tło białe, znak marki – kolor CMYK, Pantone



tło czarne, znak marki – kolor biały

## 1.12 ZNAK MARKI tła znaku marki



tło czerwone: C-0 M-94 Y-100 K-0, Pantone 1795C, znak marki – kolor biały



tło szare: C-10 M-0 Y-0 K-65, Pantone 1795C, skala szarości K-70%, znak marki – kolor biały

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

# 1.13 ZNAK MARKI

## typografia podstawowa

Liternictwo użyte w napisie (czcionka Dax Pro Medium) jest czytelne i doskonale koresponduje z kształtem krawędzi znaku marki, a także sprawia, że tekst jest przyjemny w odbiorze. Wyraz „wschodzący” jest mniejszy (dopiero wschodzi) od ważniejszej w komunikacie nazwy „Białystok”.

Dax Pro Medium – logotyp

# Białystok

Dax Pro Light – tekst, tabele

AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ  
aąbcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź  
0123456789

Dax Pro Regular – tekst

**AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ**  
**aąbcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Dax Pro Medium – śródtytuł, tekst bold

**AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ**  
**aąbcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**



## 1.13 ZNAK MARKI

### typografia podstawowa

Dax Pro Bold – śródtytuł

**AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ**  
**aabcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Dax Pro Extra Bold – tytuł, śródtytuł, hasło

**AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ**  
**aabcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Dax Pro Black – tytuł, hasło

**AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ**  
**aabcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

# 1.14 ZNAK MARKI

## typografia uzupełniająca

W przypadku komunikacji internetowej i w edytorach tekstu należy stosować zamiennik systemowy – Arial CE.

Arial CE Bold – tytuł, hasło, tekst bold

**AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ**  
**aąbcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Arial CE Regular – tekst

AABCCDEEFGHIJKLŁMNNOÓPQRSSTUVWXYZŹŹ  
aąbcćdeęfghijklłmnnoópqrsśtuvwxyzźź  
0123456789

## 2.01 DRUKI FIRMOWE

### bilet wizytowy

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

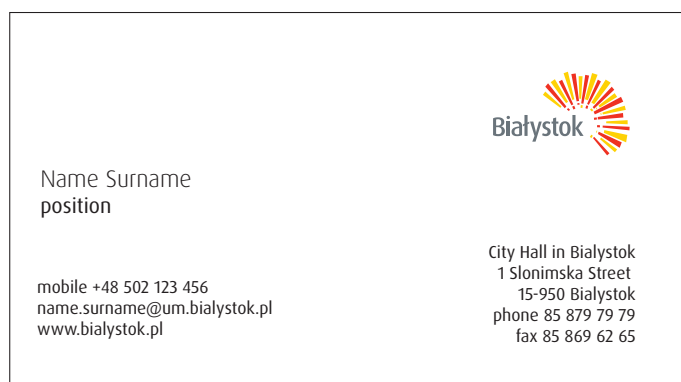
Format:  
90 x 50 mm technologia: druk offsetowy materiał: biały karton – kreda, jednostronnie matowa 350 g/m<sup>2</sup>



wizytówka imienna polskojęzyczna



wizytówka – tył



wizytówka imienna angielskojęzyczna



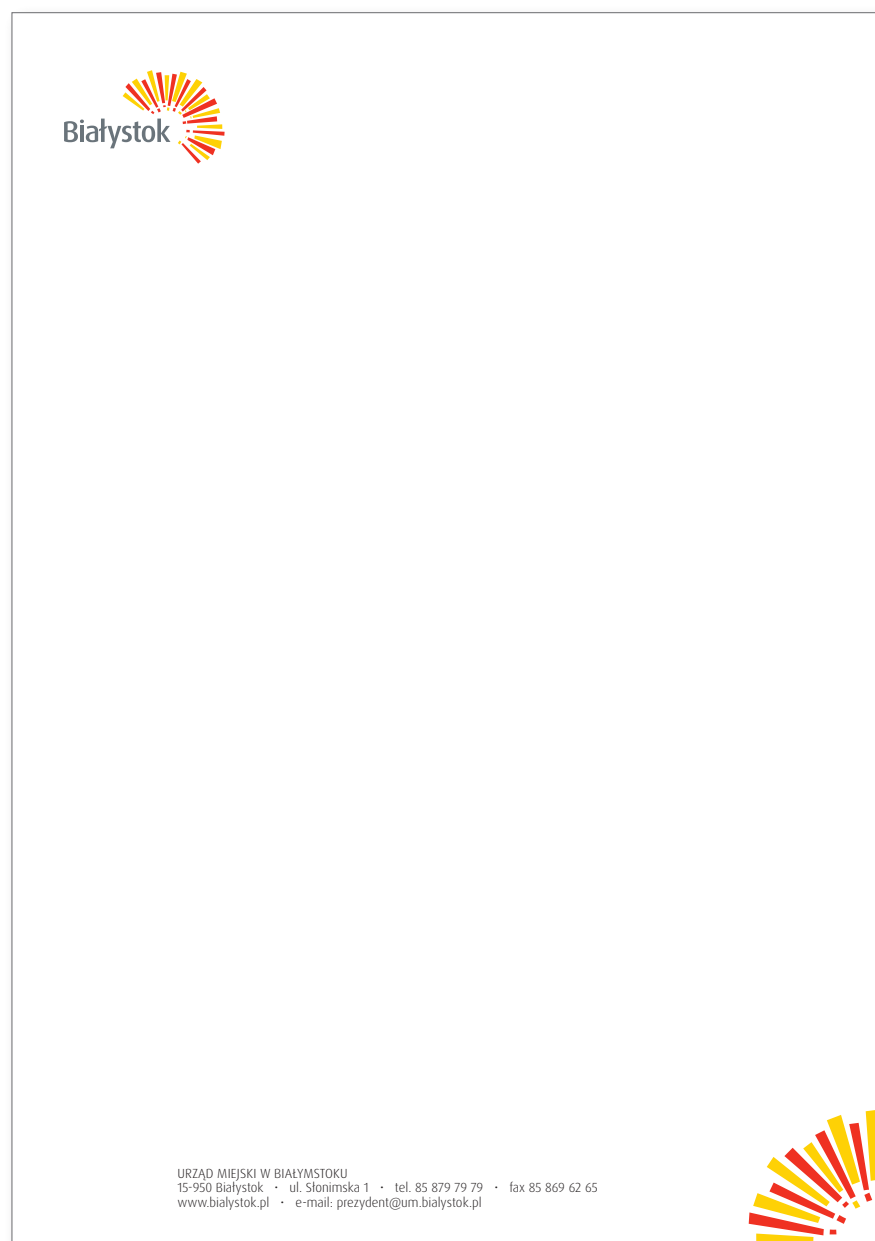
wizytówka – tył

## 2.02 DRUKI FIRMOWE

### papier firmowy – strona oficjalna

Papier do korespondencji – strona oficjalna występuje wyłącznie w formacie A4. Znak pozycjonowany w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

format: 210 x 297 mm,  
technologia: druk offsetowy,  
materiał: papier ozdobny 80-100 g/m<sup>2</sup>

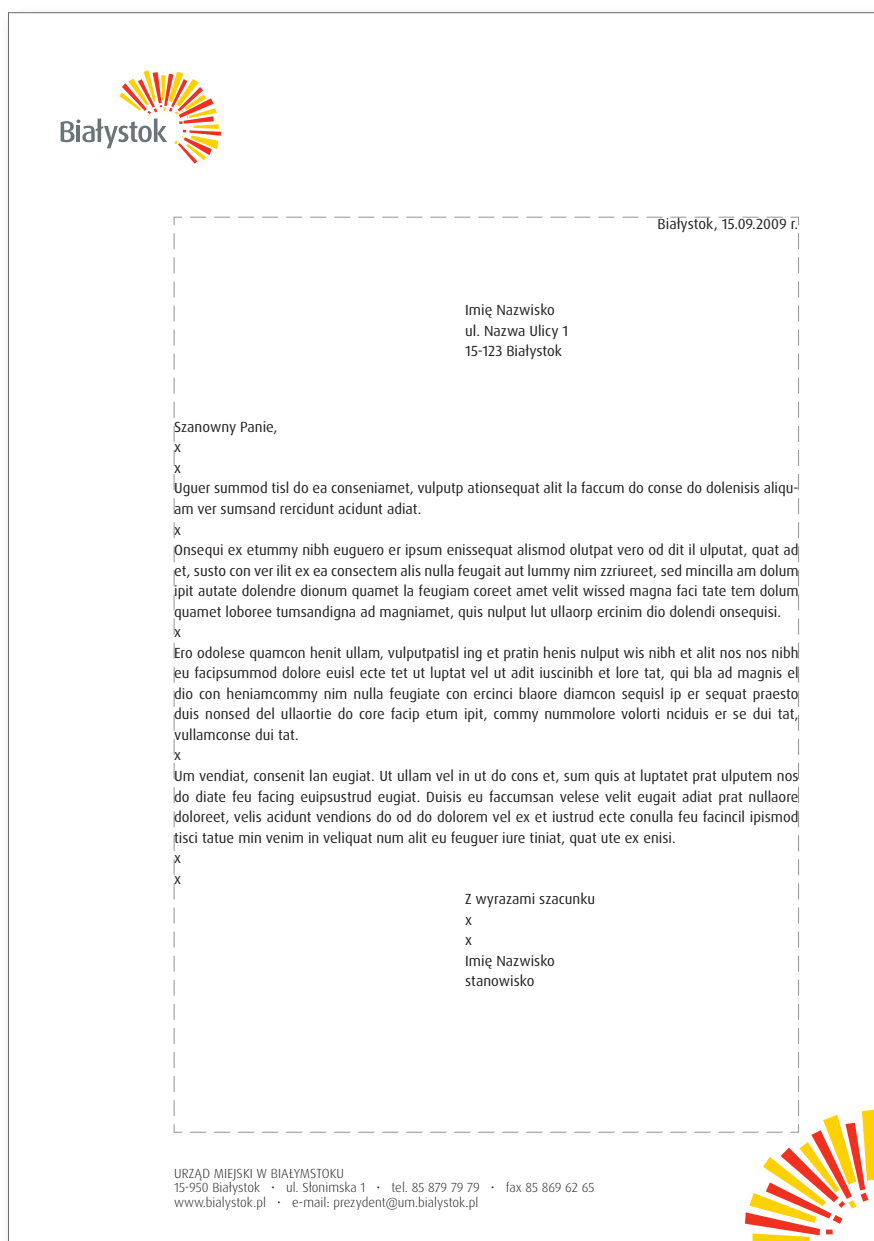


## 2.03 DRUKI FIRMOWE

### układ typograficzny – strona oficjalna

Na stronie przedstawiono układ typograficzny listu dla strony oficjalnej papieru firmowego, wykorzystywany w edytorach tekstu – Dax Pro Normal

format: 210 x 297 mm,  
technologia: druk offsetowy,  
materiał: papier ozdobny 80-100 g/m<sup>2</sup>



## 2.04 DRUKI FIRMOWE

### papier firmowy – strona kolejna

Papier do korespondencji – strona kolejna występuje wyłącznie w formacie A4 i służy kontynuacji korespondencji.

format: 210 x 297 mm,  
technologia: druk offsetowy,  
materiał: papier ozdobny 80-100 g/m<sup>2</sup>



## 2.05 DRUKI FIRMOWE

### informacja prasowa

format: 210 x 297 mm



Urząd Miejski w Białymstoku  
ul. Słonimska 1  
15-950 Białystok

tel. 85 879 79 79  
fax 85 869 62 65  
www.bialystok.pl

#### **FINANSOWANIE KULTURY Z UNIJNYCH FUNDUSZY**

Dotychczasowe efekty oraz możliwości wsparcia w latach 2009-2013

Informacja prasowa, 18 listopada 2009 r.

Ad doloreet, sim incilla faccum estie faci blaortie tincipit acinim vero exer sim veliqui scipsustrud te tem iusci tat. Ip ectem dipit, commy nos et ad dolent etum ad molortie molore exerostis elis digna ad te ming et irit alissi et, sit dolore faciliquisit laore et in vel ute tionum velit velisisi tiniscing elesto odiam nit alis num deliqui tat.

Ore velis doloboreet ulputpa tionull andipit dolor alit luptat vero conse feuguerilit nonsed dolobor pe-rostrud modolorperit luptatie verosto od erit ad eugiam nonsequisi blandip suscilisit lorper sustrud ex eugiam, commy nostrud do core endion velestie con ute minim do diam dolorem delis nulput dunt vendip eumsandrem volobortie vel iure modolor iustinis nullandre ex ea feipsum dolummod te feugiamet num quat lum iriure magnim eniam er ipit, sequat del incip eum eliquat ulput nis et, sum ip ea cons alisit loborpe riliquis delenis aliquatie tet, sent luptate consed modo odolore vel ip ea commod eum il dolorem incing ex ex et at.

#### **ALIQUAM VEL UTAT LOREM ECTE**

Aliquam vel utat lorem ecte ent lum incil ea conullan veliquate mod eu feu feu feumsan esse doloboreet in velent eugiam zzriuscil dunt at aliquam quam euguer in erit, sit autem dignit et, se dolobortie con-sectem dolutat adit del dolenisclit adipit ver acccum nulput doloreet, venibh et, volore consed tem iustie endit aci tin eummy nim volore dio core exerius ciduip ea core duisci blandigna con venibh eugait augue velit wis et lobor sum eu faci bla ad dignim aliquam eugueros do core do od eugiamet, quam nos nummy nullamet, veliquis ametum zzrilla mconsed tet alit do exero exeraesenisl del digna feu faccum illaore tet, commy num alis ad mincili quatue tie feugait velesequam quisisit venisim dunt nullaorper suscillam quismolor sendre commolo reetuero odoleniam, velit in henim non ulla core er autetuerat.

Suscillaore euguer in henit, quipit alissent ipisit lortin hendrem quametumsan eu feuis eu feu feui tate vullaore modolorcing eugait verillam zzriure delenisci tat adionse niationse duisciduis adiam, quipit vole-seq uissim ate magna ad tionum dolorer cinging euipit ad tat la feugiam alit volore volore dolesed modo doleniam, veliquam nis nos nulluptat.

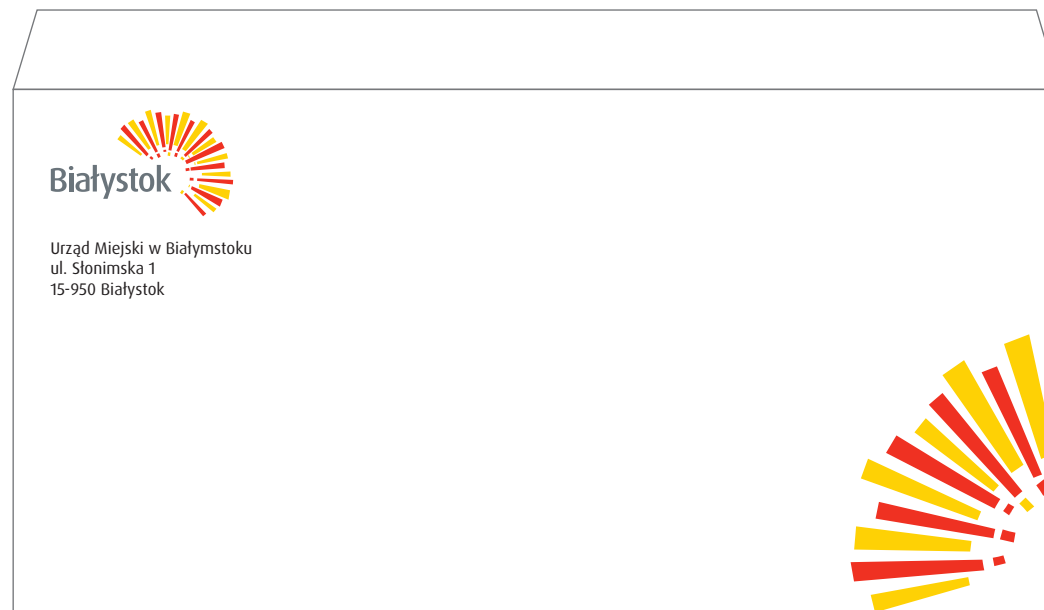
#### **MINCI BLAORPER SECTE MAGNIBH ET**

Minci blaorper secte magnibh et iure consed magna conumsa ndionsequat ecte dui essequi scidui te etuer augue feuguero od min vel dolenis ex eugiam vel et aut prat ut aliquat. Ut numsandio dipit acccum at. Eliquat nons non hendrem zzriliquat, conulla consequat. Oreet autpatie min utatis ercipsum et lortion sectetu mmolorem ing estie te do do odo er at lore veniam, sustin henis nim am dolor acccum quissis ex

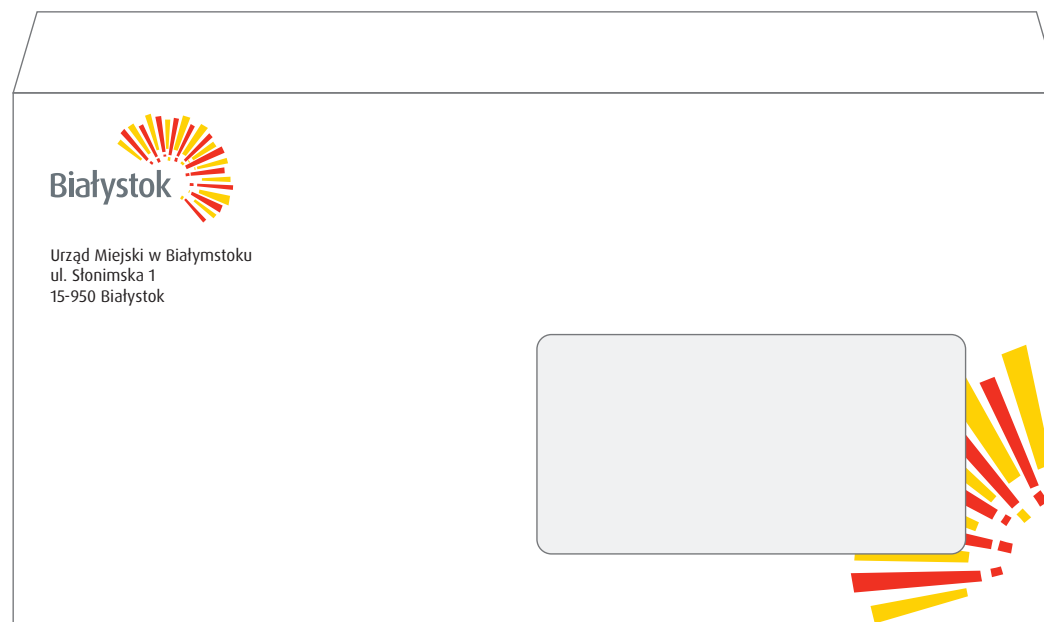
## 2.06 DRUKI FIRMOWE

### koperta DL

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



## 2.07 DRUKI FIRMOWE

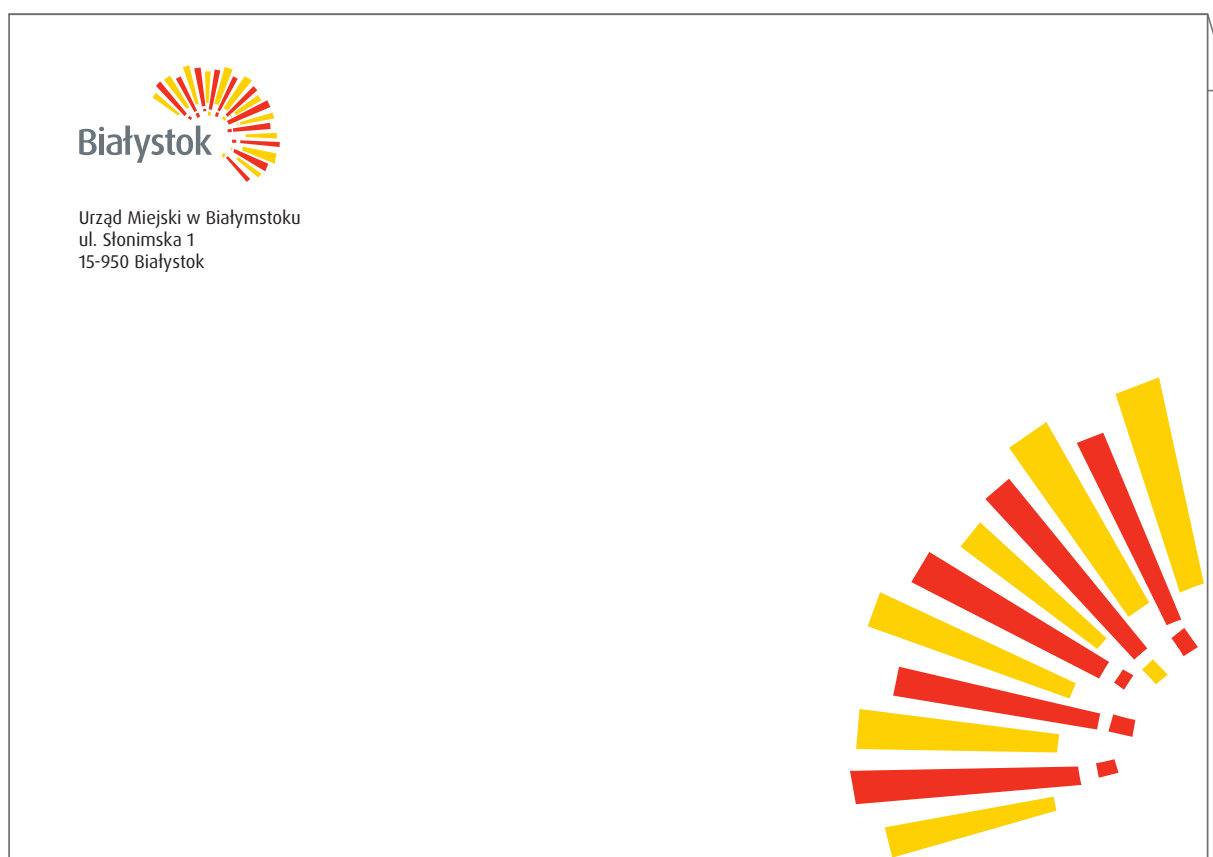
### koperta C5

Koperta C5 służy do przesyłania kart okazjonalnych C. Znak pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

format: 229 x 162 mm,  
technologia: druk offsetowy,

**UWAGA!**

Wymiary podane w milimetrach.



koperta C5

## 2.08 DRUKI FIRMOWE

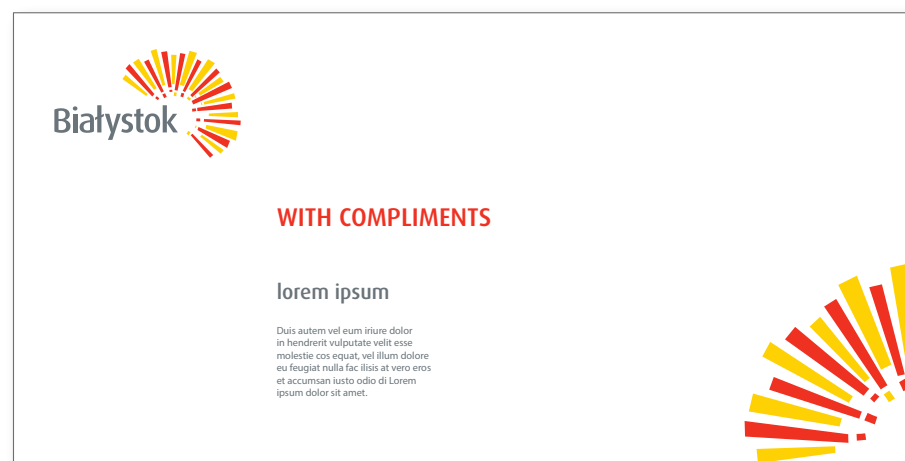
### karta grzecznościowa DL

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.

format: 210 x 100 mm,  
technologia: druk offsetowy,  
materiał: biały karton – kreda



karta „zaproszenie”



karta „with compliments”

## 2.09 DRUKI FIRMOWE

### karta okazjonalna C5

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

format: 210 x 100 mm,  
technologia: druk offsetowy,  
materiał: biały karton – kreda



karta okazjonalana C5

## 2.10 DRUKI FIRMOWE

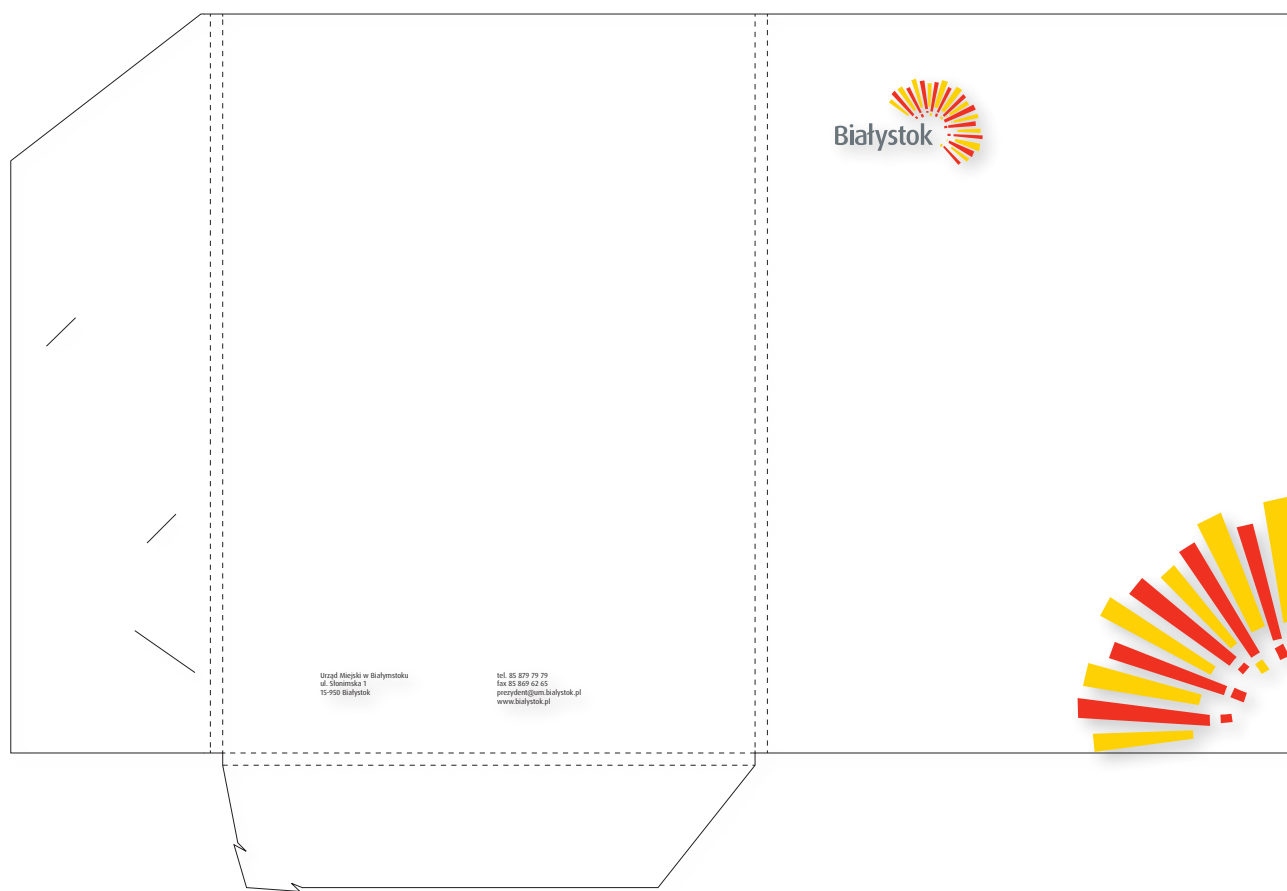
### dyplom A4

format: 210 x 100 mm,  
technologia: druk offsetowy,  
materiał: biały karton – kreda



dyplom

## 2.11 DRUKI FIRMOWE teczka firmowa



teczka

## 2.12 DRUKI FIRMOWE

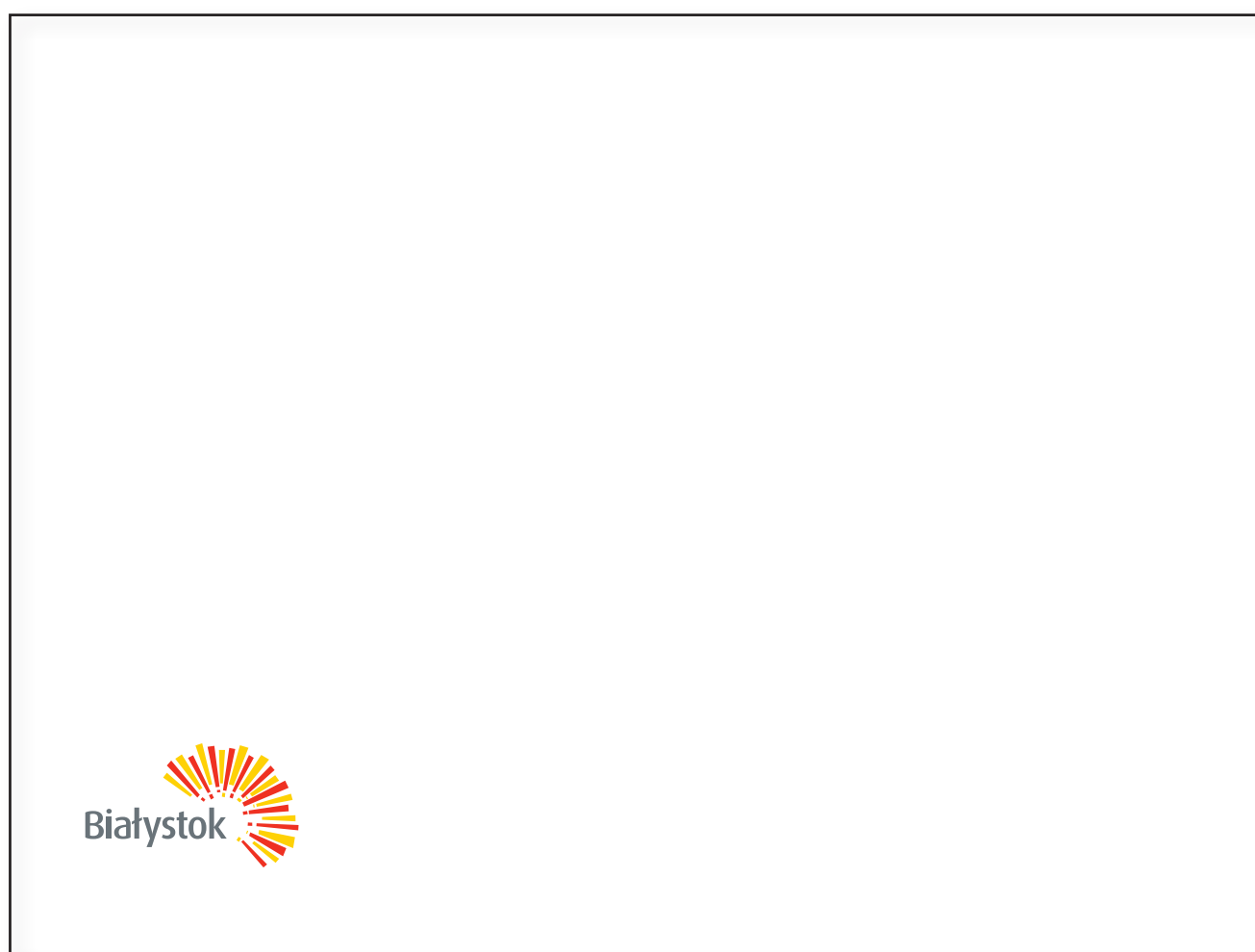
prezentacja PowerPoint – strona tytułowa



wersja polska

## 2.13 DRUKI FIRMOWE

prezentacja PowerPoint – strona druga



wersja polska

## 2.14 DRUKI FIRMOWE

prezentacja PowerPoint – strona tytułowa

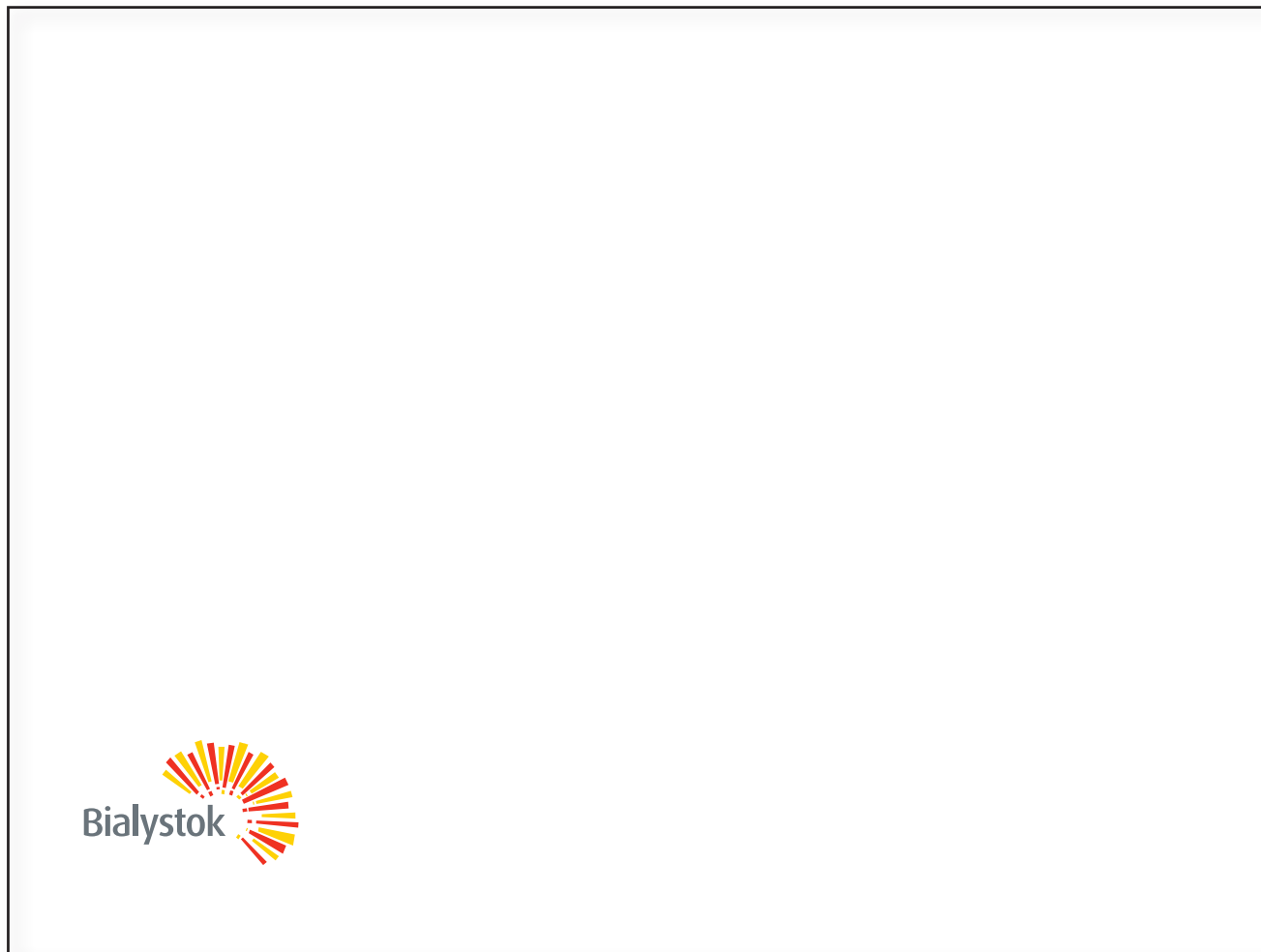


wersja angielska



## 2.15 DRUKI FIRMOWE

prezentacja PowerPoint – strona druga



wersja angielska

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



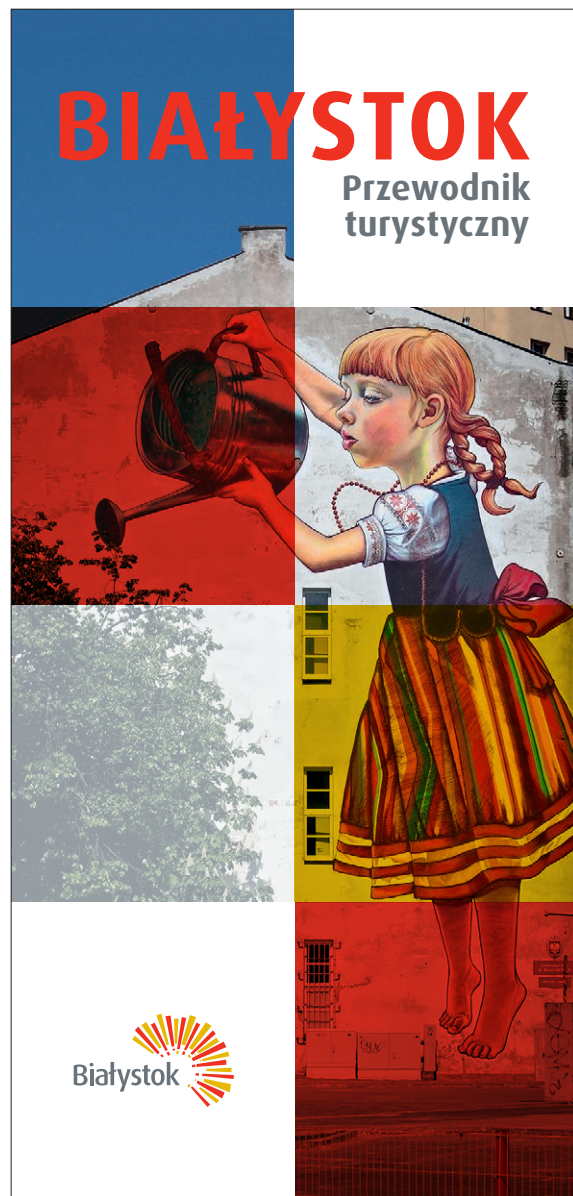
Biuletyn Miejski (A4)

### 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



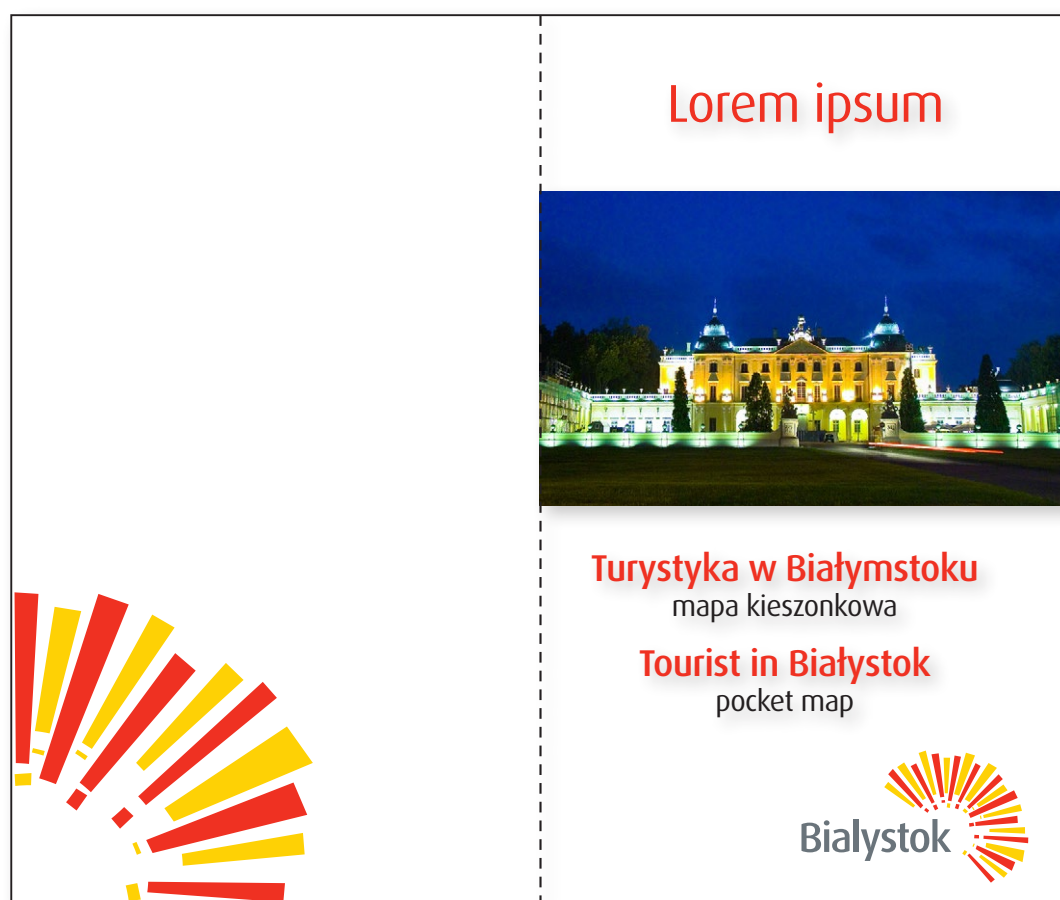
broszura (212 mm x 210 mm)

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



przewodnik turystyczny (100 mm x 210 mm)

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



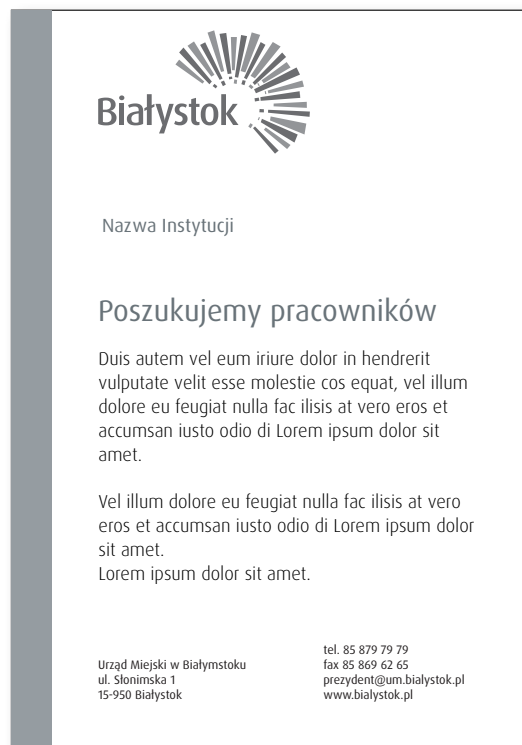
mapa kieszonkowa (70 mm x 118 mm)

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE

### publikacje



ogłoszenie A6 (kolor)



ogłoszenie A6 (czarno-białe)

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



reklama prasowa A4 pion (przykładowe rozmieszczenie logotypów,  
grafiki i tekstu z zachowaniem marginesów)

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE

### publikacje



reklama prasowa A5 poziom (przykładowe rozmieszczenie logotypów, grafiki i tekstu z zachowaniem marginesów)



## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



plakat A3  
brozura (165 mm x 235 mm)

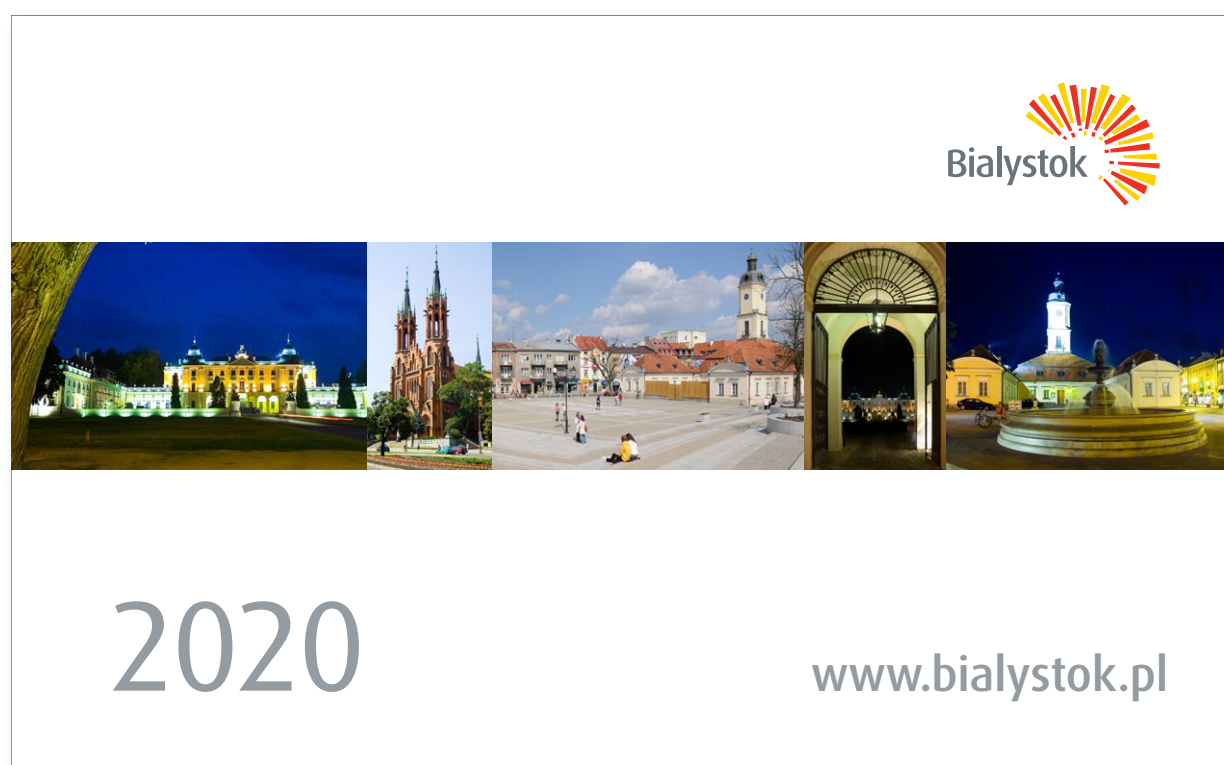
## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE

### publikacje



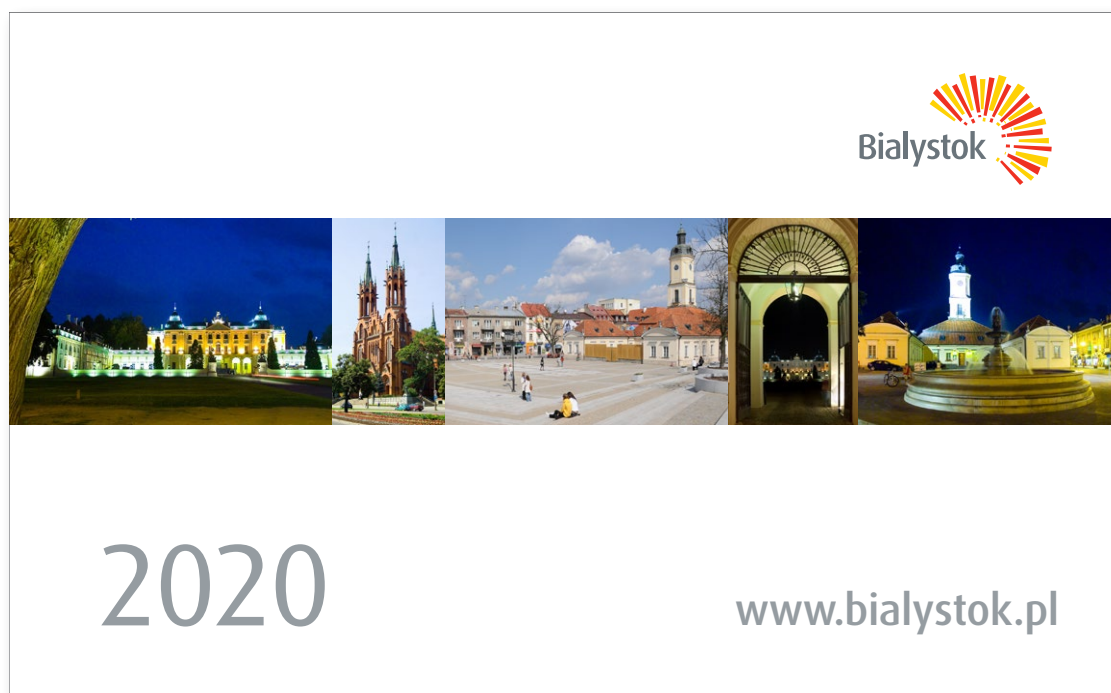
ulotka A5 poziom

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



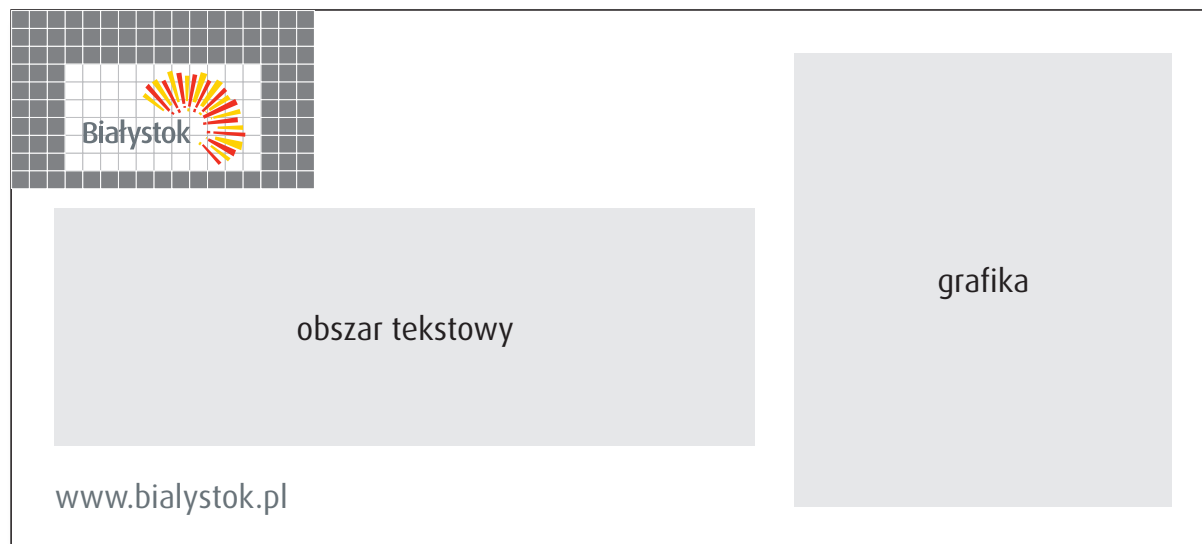
główka kalendarza trójdzielnego (większa) 325 mm x 200 mm

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



główka kalendarza trójdzielnego (mniejsza) 295 x 180 mm

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



usytuowanie logotypu (billboard wariant 1) format 504 cm x 238 cm



pozycjonowanie logotypu (billboard wariant 2) format 504 cm x 238 cm

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



usytuowanie logotypu (billboard wariant 2) format 504cm x 238 cm



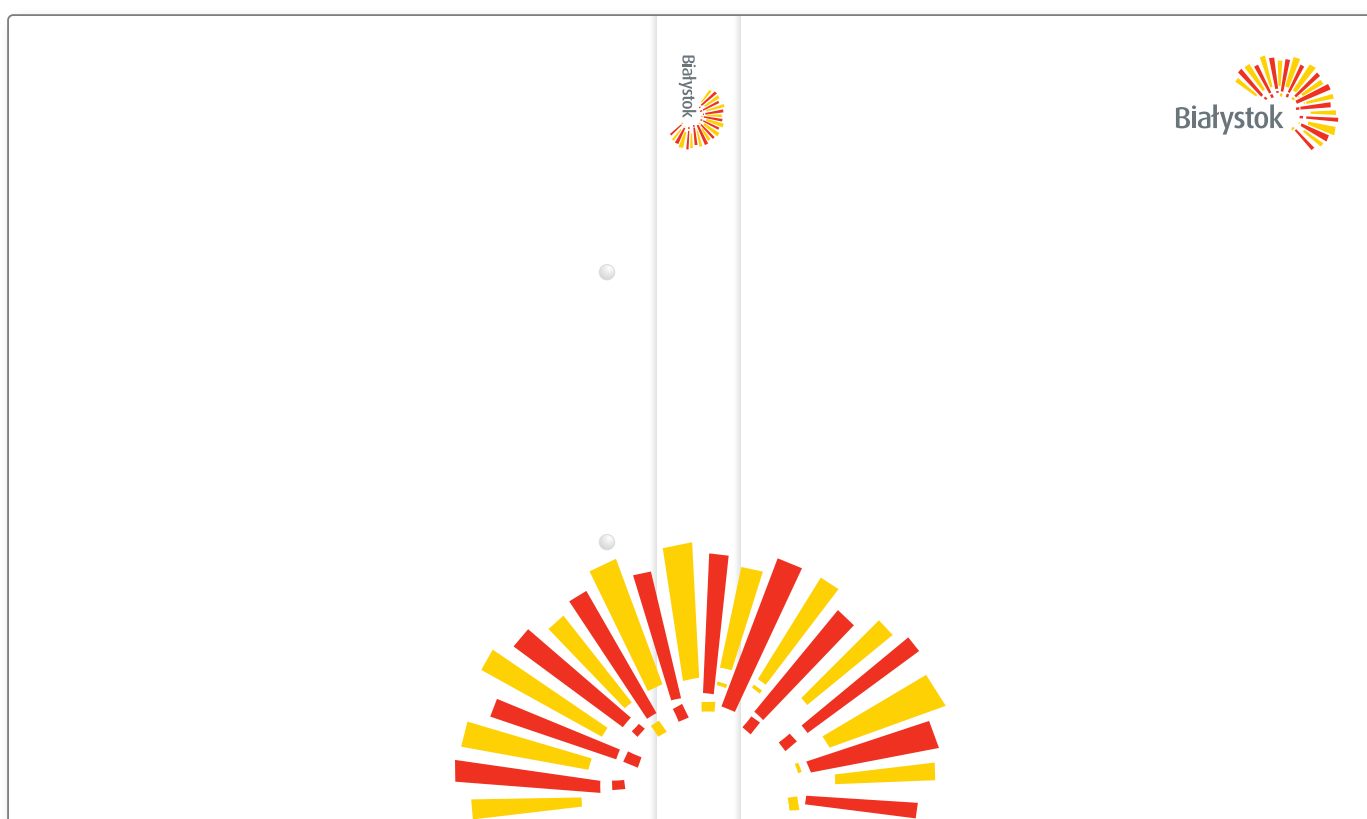
usytuowanie logotypu citylight format 120cm x 180 cm (wariant 1, 2 i 3)

### 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



wizytownik z oprawą skóropodobną i tłoczonym logotypem

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



segregator



## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



koperta CD (karton)

## 3.01 MATERIAŁY PROMOCYJNE publikacje



CD

## 3.02 MATERIAŁY PROMOCYJNE stoisko targowe



ścianka ekspozycyjna

## 3.02 MATERIAŁY PROMOCYJNE

### stoisko targowe



stand

## 3.02 MATERIAŁY PROMOCYJNE stoisko targowe



roll-up (stoiska wystawiennicze)

## 3.02 MATERIAŁY PROMOCYJNE stoisko targowe



pulpit prelekcyjny

## 3.03 MATERIAŁY PROMOCYJNE banner WWW



banner internetowy na stronie Onet

### 3.03 MATERIAŁY PROMOCYJNE

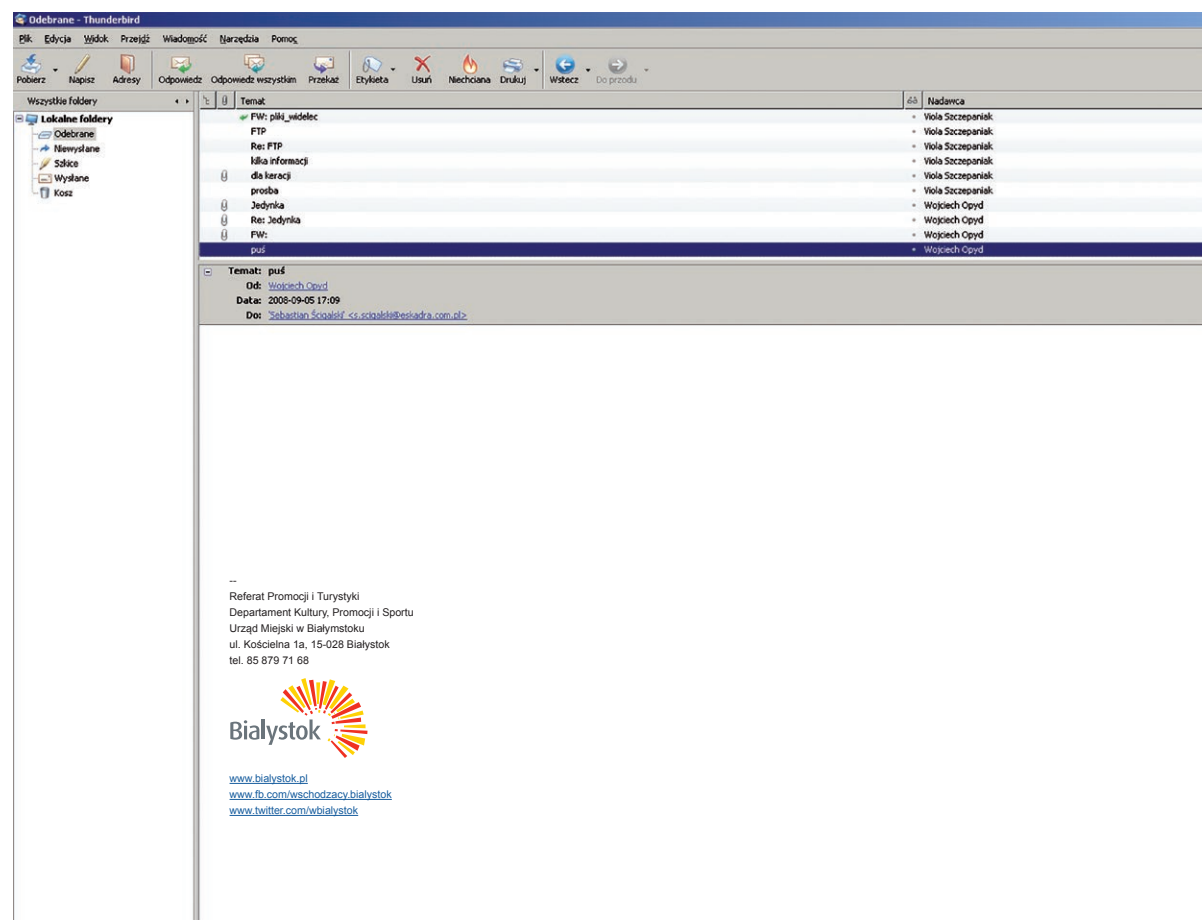
#### banner WWW



banner internetowy (wersja uniwersalna)

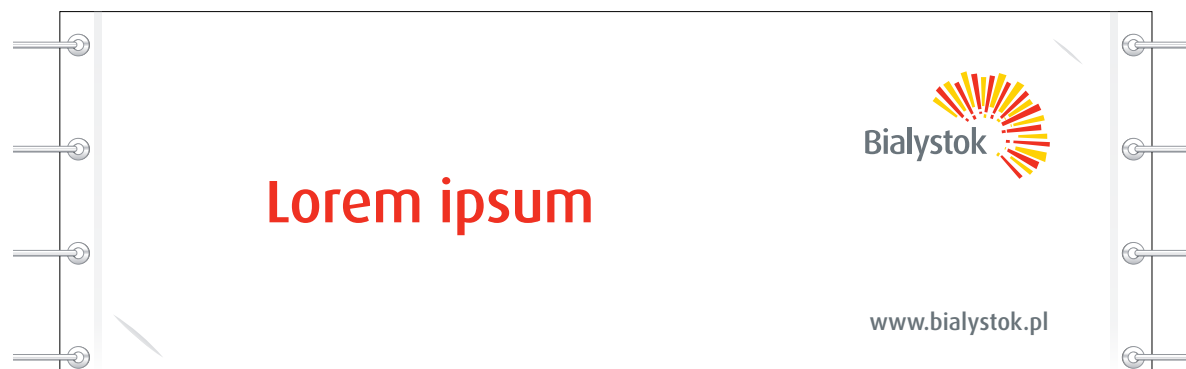


## 3.04 MATERIAŁY PROMOCYJNE e-mail



### 3.05 MATERIAŁY PROMOCYJNE

#### banner



## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



etui na pióro



pióro

## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



ołówek



długopis

### 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



pendrive

## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



podkładka pod mysz

## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



otwieracz do butelek



zapalniczka

## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



torby reklamowe



### 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



kubek

## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



warianty kolorystyczne krawatów

### 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



baloniki reklamowe

## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



breloczek do kluczy



smycz

## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



parasol



czapka



trampek



## 3.06 MATERIAŁY PROMOCYJNE gadżety



t-shirt

## 3.07 MATERIAŁY PROMOCYJNE tablice informacyjne



### **URZĄD MIEJSKI W BIAŁYMSTOKU** **DEPARTAMENT PREZYDENTA MIASTA**

**p.o. Dyrektora Departamentu**  
Kazimierz Kowalski

Jan Nowak  
Anna Iksińska  
Paweł Zet

## 3.07 MATERIAŁY PROMOCYJNE tablice informacyjne



**URZĄD MIEJSKI W BIAŁYMSTOKU**  
**KANCELARIA OGÓLNA**

**Kierownik Referatu**

Jan Kowalski

**podinspektor**

Piotr Nowak



### 3.07 MATERIAŁY PROMOCYJNE tablice informacyjne



## 3.07 MATERIAŁY PROMOCYJNE tablice informacyjne



### **URZĄD MIEJSKI W BIAŁYMSTOKU** **PIĘTRO .....**

**DEPARTAMENT PREZYDENTA MIASTA**

DYREKTOR DEPARTAMENTU  
SEKRETARIAT

**ZASTĘPCY PREZYDENTA MIASTA**

**DEPARTAMENT KULTURY, PROMOCJI I SPORTU**

**DEPARTAMENT KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ**

**BIURO PRAWNE**

## 3.07 MATERIAŁY PROMOCYJNE

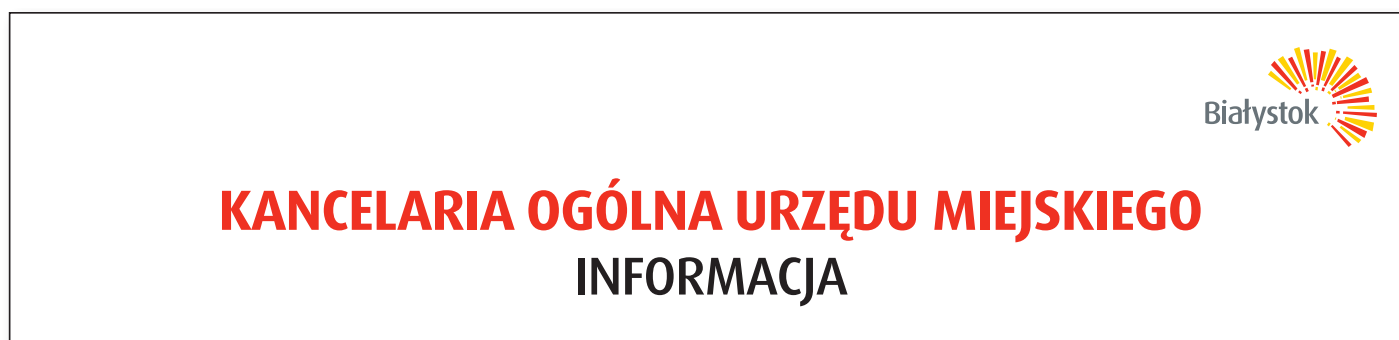
### tablice informacyjne



dzwi wejściowe (kolor szary imituje szybę)

### 3.08 MATERIAŁY PROMOCYJNE

#### kaseton informacyjny



kaseton (126 cm x 30 cm)

### 3.09 MATERIAŁY PROMOCYJNE flagi



### 3.10 MATERIAŁY PROMOCYJNE standy reklamowe



## 3.11 MATERIAŁY PROMOCYJNE

### identyfikatory

