

Sosnowiec

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ  
ORAZ ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

WPROWADZENIE		4		
O MARCE	Miasto Sosnowiec	6		
	Marka Sosnowiec	7		
		piramida marki	8	
		osobowość Sosnowca	9	
	Elementy marki	10		
		logo	11	
		typografia	12	
	Klimat przekazu	13		
		kolorystyka	14	
		fotografia	15	
		warstwa werbalna	18	
	SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ	Akcydensy	20	
			kolorystyka herbu miasta	21
			wizytówka	22
		papier firmowy	26	
		papier faksowy	36	
		papeteria internetowa	37	
		pieczętka	38	
		koperty	39	
		wzór druku urzędowego	48	
Artykuły informacyjno-promocyjne		49		
		informator miejski	50	
		folder wizerunkowy	52	
		kurier miejski	54	
		torba papierowa	55	
		teczka	57	
		opakowanie na CD	60	
		clipboard	61	
		t-shirt	63	
		kubek	64	
		filiżanka	65	
		opakowanie na krówkę	66	
		smycz	67	
		długopis	68	
		otówek	69	
		pendrive	70	
		notes	71	
		balony	74	
		namiot	77	
		flagi	78	
		chorągiewka	81	
	bannery	82		

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ	Artykuły promocyjne prestiżowe	84	
		pióro	85
		teczka skóropodobna	86
		pendrive	87
	Artykuły promocyjne ekologiczne	88	
		torba z papieru	89
		torba z materiału	90
		dtugopis	91
		linijka	92
		brelok	93
		frisbee	94
		yo-yo	95
	Elementy wizualne kampanii reklamowych	96	
		billboard	97
		citylight	98
		roll-up	99
		ogłoszenie prasowe	101
		reklama prasowa	103
	Materiały informacyjne dla inwestorów	104	
	segregator	105	
	teczka	106	
	mapa	107	
	oferta inwestycyjna	108	
	poradnik inwestora	111	
ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ	Oznaczenia wewnątrz budynków	113	
		tablica orientacyjna	114
		tablica kierunkowa duża	115
		tablica kierunkowa mała	116
		tablica informacyjna	117
		tabliczka informacyjna mała	118
		elementy transparentne	120
		identyfikator	121
	Oznaczenia zewnętrzne	123	
		szyld informacyjny	124
		pylony przydrożne	125
		pylon wjazdowy	126
		pylony informacyjne	128
		infokiosk	129
	serwis internetowy	131	
PRZYDATNE INFORMACJE		133	



Prezentujemy Państwu Księgę Identyfikacji Wizualnej marki Sosnowiec, która powstała z myślą, aby zapewnić Państwu wsparcie oraz inspirację przy tworzeniu własnych materiałów identyfikacyjnych związanych z marką.

Zachęcamy do rozwijania motywów rekomendowanych w Księdze - opartych na rozwiązaniach budujących wizerunek Sosnowca jako miasta nowoczesnego i aktywnego, uwzględniających przyszłościowe działania Gminy: nowe rozwiązania biznesowe i technologiczne, nową sztukę oraz dynamiczny kierunek kulturalno-rozrywkowy.

Poniższy dokument wyznacza standardy spójnej polityki wizerunkowej, której realizacja powinna przejawiać się w stosowaniu jednolitych i zsynchronizowanych materiałów promocyjnych.



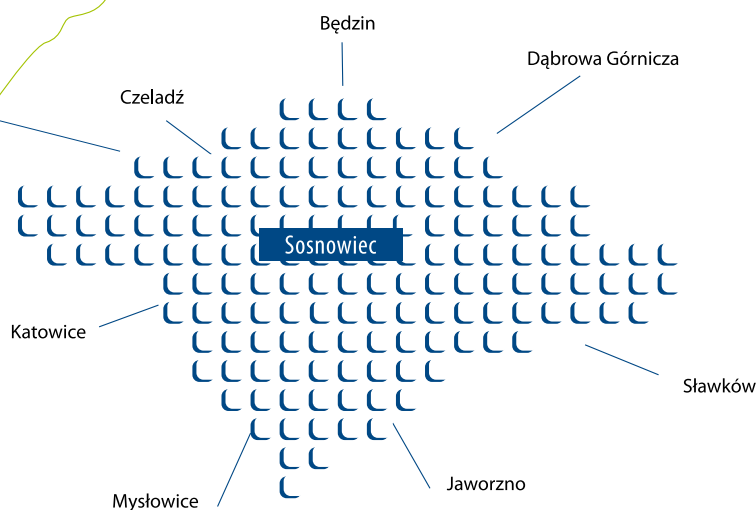


Sosnowiec to jedno z największych i najważniejszych miast województwa śląskiego, liczy ponad 220 tys. mieszkańców i obejmuje obszar 91,26 km<sup>2</sup>.

Stolica Zagłębia Dąbrowskiego położona jest w centrum Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego i graniczy z siedmioma miastami.

W ciągu kilku ostatnich lat miasto przeobraziło się z ośrodka przemysłu ciężkiego w miasto nowych technologii. Sosnowiec to jednak nie tylko przemysł, handel i usługi. To także miasto uniwersyteckie, w którym kształcą się ok. 20 tys. studentów.

Ważną rolę w życiu miasta odgrywa również *Expo Silesia*. Dzięki inwestycji grupy kapitałowej Kolporter w Sosnowcu powstało jedno z największych w Polsce Centrum Targowo-Wystawiennicze. Doskonałe położenie miasta, które leży na przecięciu głównych szlaków komunikacyjnych oraz bliskość międzynarodowych portów lotniczych (20 km - Katowice-Pyrzowice, 60 km - Kraków-Balice) czynią z Sosnowca miasto otwarte, do którego łatwo dotrzeć, i w którym warto inwestować.



Marka, a w szczególności marka miejska jest czymś więcej niż nazwą i znakiem graficznym. To zbiór wartości jakie miasto reprezentuje sobą w oczach odbiorców. To ona oddaje charakter i specyfikę miasta, a także buduje unikatową więź między miejscem a ludźmi.

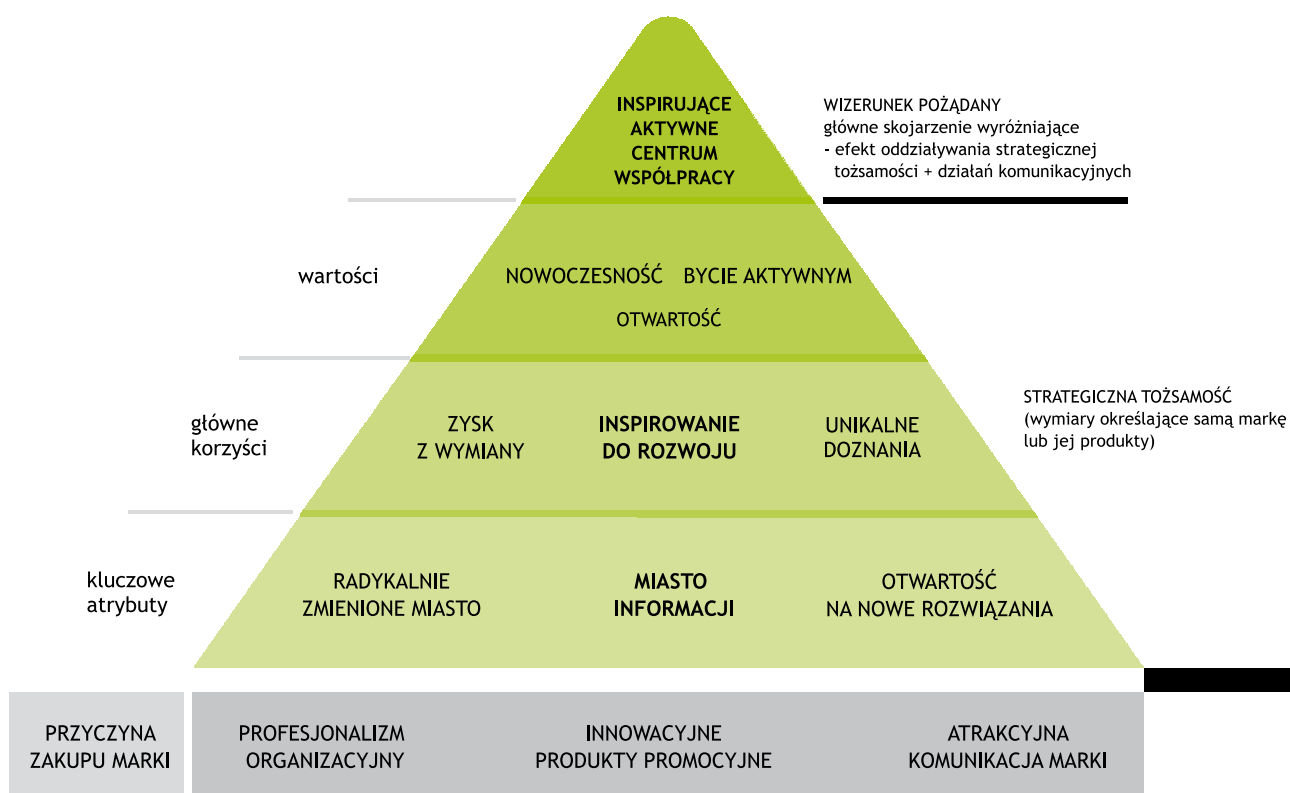
Podczas gdy miasto Sosnowiec szczyti się ponad 100-letnią tradycją, historia *marki Sosnowiec* właśnie się rozpoczyna.



# Sosnowiec

- > piramida marki > 8
- > osobowość Sosnowca > 9

Marka Sosnowiec świadomie buduje swoją pozycję na rynku od 2007 roku. Podjęta w tym zakresie inicjatywa władz miejskich Sosnowca zaowocowała opracowaniem *Strategii Promocji Miasta na lata 2008 – 2011*, która szczegółowo opisuje tożsamość marki oraz rekomendowane kierunki rozwoju. Przyjęty przez Gminę w 2007 roku dokument jasno wyznaczył kierunki działania miasta jako podmiotu, który jest gotowy na dokonanie przełomu w swoim wizerunku i zbudowanie nowej tożsamości – gminy nowoczesnej, dążącej do dynamicznych zmian, z ambicjami na aktywne centrum współpracy, które łączy ludzi, projekty i idee, inspirując do rozwoju.



rys. Piramida marki <sup>1</sup>

W strategii dokonano drobiazgowej analizy marketingowej marki, która umożliwiła zestawienie atrybutów Sosnowca w tzw. *piramidę marki* (patrz rysunek). Piramida stanowi rdzeń marki, pozwala na wyodrębnienie wartości składających się na jej pożądany wizerunek, budując jej tożsamość strategiczną.

1. Źródło: *Strategia Promocji Sosnowca na lata 2008-2011* opracowana przez Metmorphosis Brand Communications; str. 53





Bezpośrednim wynikiem piramidy marki jest charakterystyka osobowości marki, która stanowi punkt wyjścia do jej pozycjonowania względem grupy docelowej.

Osobowość Sosnowca wyrażona jest w postaci młodego mężczyzny (ok. 35 lat), twórczego biznesmena, który jest jednocześnie kreatorem kultury i rozrywki. Cechuje go bezpretensjonalność, otwarty umysł i bezpośredniość w wyrażaniu opinii. Ten typ osobowości przyciąga ludzi, pomysły, inicjatywy<sup>2</sup>. Otaczając się twórczymi ludźmi Sosnowiec łączy ich w partnerskiej współpracy, co wpływa na obopólny rozwój. Taka zależność stanowi USP Sosnowca: *Sosnowiec - łączy dla rozwoju*<sup>3</sup>. Stąd pozycjonowanie marki można zamknąć w jednym zdaniu:

*Sosnowiec to aktywne centrum współpracy, które łączy ludzi, projekty i idee, inspirując do rozwoju. Po prostu: Sosnowiec - łączy.*<sup>4</sup>

Sposób w jaki zdefiniuje się składowe docelowego wizerunku marki znajduje swoje przełożenie w konstrukcji wszelkich materiałów i produktów związanych z tą marką. Natomiast zrozumienie przesłania jakie niesie ze sobą ten wizerunek wpływa na warstwę wizualno-werbalną tworzonych komunikatów.

Niniejsze opracowanie ma na celu prezentację praktycznych wskazówek dla projektantów biorących udział w opracowaniu wszelkich materiałów informacyjnych lub promocyjnych związanych z marką Sosnowiec. Zachęcamy do korzystania z niego jak z podręcznika, poradnika lub źródła inspiracji. W razie jakichkolwiek wątpliwości lub pytań prosimy o kontakt z Biurem Informacji Prasowej Urzędu Miejskiego w Sosnowcu.

2. Na podstawie *Strategii Promocji Sosnowca na lata 2008-2011* opracowanej przez Metmorphosis Brand Communications; str. 63
3. Źródło: *Strategia Promocji Sosnowca na lata 2008-2011* opracowana przez Metmorphosis Brand Communications; str. 55, 63.
4. Źródło: *Strategia Promocji Sosnowca na lata 2008-2011* opracowana przez Metmorphosis Brand Communications; str. 55, 63.

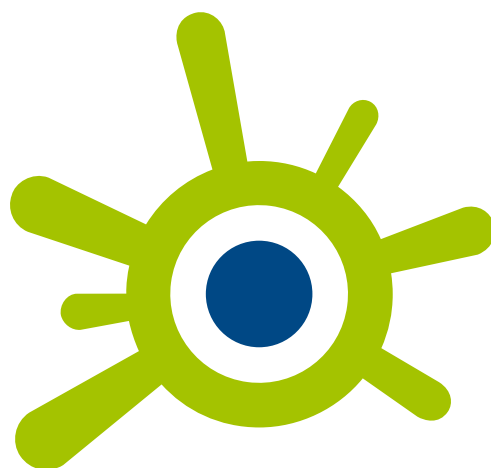


Na elementy marki składają się: logo, nazwa, slogan oraz inne elementy współtworzące wizerunek marki. Elementy te, poprzez wywoływanie określonych skojarzeń budują warstwę znaczeniową marki i przyczyniają się do wytworzenia i umocnienia jej docelowego wizerunku.

- > logo > 11
- > typografia > 12

# SOS

Logo to istotny element budujący tożsamość miasta – niezbędny w procesie promowania Sosnowca jako atrakcyjnego ośrodka, zarówno pod względem gospodarczym, jak i kulturalnym.



## Sosnowiec

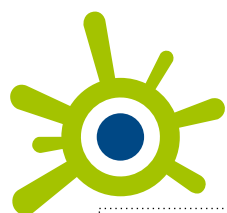
Powyższy znak zbudowany został na bazie koła, które symbolizuje centrum – biznesu, aglomeracji, kultury. Z tego źródła - centrum wychodzi siedem dróg symbolizujących sąsiadujące miasta, wspólne przedsięwzięcia, otwartość i współpracę. Intensywnie zaznaczony środek okręgu stanowi źródło działań rozwojowych dla miasta i regionu. Jako miasto-łącznik Sosnowiec integruje wielość tradycji i postaw ludzi aglomeracji górnośląskiej.

Kolor granatowy podkreśla przedsiębiorczość miasta Sosnowiec. Tożsamość kolorów znaku i napisu Sosnowiec jednoznacznie wskazuje, co znajduje się w centrum tejże aglomeracji. Dynamicznie rozchodzące się ramiona wskazują na kreatywność podejmowanych działań, a zastosowanie zielonego koloru podkreśla przyjazną atmosferę spokoju i równowagi – swoistą „symbiozę” miast. Forma samego znaku niesie ze sobą nowoczesność i innowacyjność.

Sosnowiec łączy ludzi (i miasta regionu) będąc miejscem spotkań. Dopuszczalnym wariantem logo jest znak z napisem „*Sosnowiec łączy*”, który odzwierciedla strategię promocji miasta.

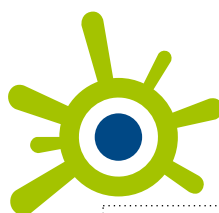


Sosnowiec łączy



Sosnowiec

Myriad Pro Condensed



Sosnowiec łączy

Myriad Pro Condensed

Myriad Pro Condensed Bold

Elementem logo Sosnowca jest napis *Sosnowiec*, a w wersji rozszerzonej *Sosnowiec łączy*.

Element typograficzny zaprojektowano na bazie kroju pisma Myriad Pro Condensed opracowanego przez firmę Adobe. W słowie *łączy* zastosowano odmianę pisma bold.

Myriad Pro Condensed

AĄBCĆDEĘFGHIJKŁMNŃOÓQPRSSTUWXYZZ  
aąbcćdeęfghijklmnnóoqprsstuwxyzzz

Myriad Pro Condensed Bold

AĄBCĆDEĘFGHIJKŁMNŃOÓQPRSSTUWXYZZ  
aąbcćdeęfghijklmnnóoqprsstuwxyzzz

Dla materiałów tekstowych przewidziano krój liter Myriad Pro:

- > w odmianie Regular dla tekstu zasadniczego /ciągłego/
- > w odmianach: **Regular Bold**, Condensed, **Condensed Bold**, *Italic*, **Italic Bold** itp. dla nagłówków, wyróżnień, cytatów, śródtytułów, lead'ów itp. **przy zachowaniu wszelkich reguł projektowania typografii jak i integralności z formami graficznymi w projektach.**



impres

**Mauris vel nulla ac nulla bibendum blandit**  
et condimentum odio. Ut orci. Vivamus nulla erat,  
on, facilisis et, rhoncus eget, velit. Nunc sed libero eget  
dit consequat.

**Maecenas eget leo**  
e habitant morbi tristique senectus et netus et  
fames ac turpis egestas. Curabitur rhoncus nibh. Nam  
en non dui. Aliquam lorem pede, egestas id, feugiat  
e id, sem.

Quisque sit amet mauris  
volutpat sem aliquam te  
sed, semper sed, volutp  
Donec facilisis. Duis in u  
accumsan mi eget elit.  
Morbi dictum dui in nis  
torquent per conubia

Quisque sit amet mauris id velit porta  
ut orci volutpat sem aliquam tempus. Fusce est. Mauris  
ante leo, dictum sed, semper sed, volutpat eu, eros. Nam  
tempus volutpat nulla. Donec facilisis. Duis in uma eu  
tortor lobortis vestibulum. Proin accumsan mi eget elit.  
Donec eleifend.

Projektując materiały wizerunkowe należy zwrócić uwagę na ich spójność – nie tylko z zamierzonym przekazem w obrębie danej publikacji, ale także spójność pełnej gamy materiałów związanych z marką. Nawet bardzo różne projekty powinny cechować ten sam klimat przekazu gwarantujący jednolity komunikat, a więc i spójny wizerunek marki.

> kolorystyka > 14






> fotografia > 15



> warstwa werbalna > 18



			
CMYK	C : 45 M : 0 Y : 100 K : 0	C : 100 M : 75 Y : 15 K : 5	C : 0 M : 0 Y : 0 K : 0
RGB	R : 174 G : 209 B : 0	R : 0 G : 69 B : 137	R : 255 G : 255 B : 255
PANTONE dla niepowlekanych	382 U	2945 U	Biel
PANTONE dla powlekanych	376 C	295C	
FOLIA ORACAL	063	065	010
RAL	6018	5002	9003

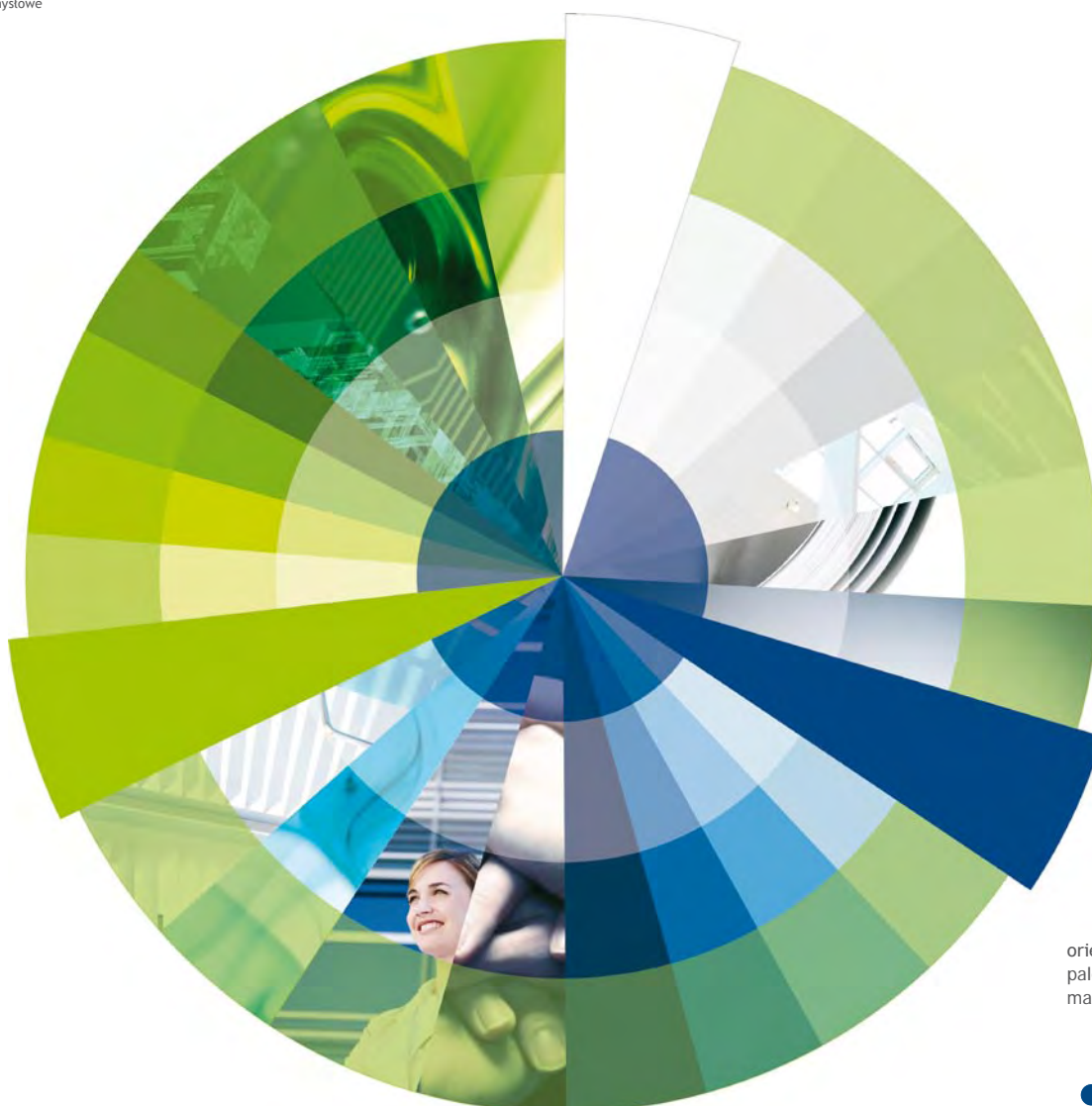
CMYK, Pantone: poligrafia

RGB: prezentacje na ekranach telewizyjnych i monitorach komputerowych  
(często w zapisie heksadecymalnym)

ORACAL: folie samoprzylepne do użytku reklamy zewnętrznej

RAL: malowanie przemysłowe

Paleta barw miasta Sosnowiec jest ściśle powiązana z kolorystyką logotypu. Oznacza to, że trzy podstawowe kolory logotypu: **zieleń, granat i biel** (opisane szczegółowo w tabeli obok) oraz ich pochodne (przedstawione na schemacie poniżej) powinny stanowić wizualną dominantę w realizowanych projektach. Zaproponowana w znaku kolorystyka znajduje swoje przełożenie w projektach graficznych materiałów dla Sosnowca niosąc ze sobą konkretne przesłanie merytoryczne (patrz str. 11). Nie zabrania się korzystania z innych palet kolorów przy opracowaniu graficznym materiałów. Dodatkowe barwy powinny jednak mieć znaczenie marginalne, uwydatniając barwy marki.



orientacyjna  
paleta barw  
marki Sosnowiec



Claim „*Sosnowiec łączy*” niesie ze sobą określony przekaz. Projektując materiały promocyjno-informacyjne należy akcentować oraz uwypuklać niesione w hasle treści tak, aby były one zapamiętane i trwale kojarzone z marką Sosnowiec. Znaczna część komunikatu jaki przekazuje dany projekt opiera się na obrazach.

*Strategia Promocji Miasta* rekomenduje utworzenie biblioteki fotografii promocyjnych marki. Zawarte w niej obrazy powinny nawiązywać do głównych skojarzeń pozycjonowania marki i służyć efektom nie tyle estetycznym, co funkcjonalnym - wzmacniając wizerunek miasta.<sup>5</sup>

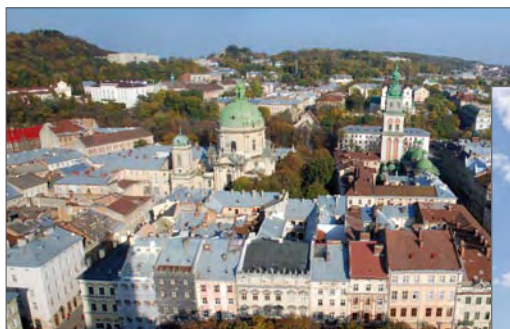
Fotografie te można zaklasyfikować do kilku grup:

- > widoki
- > ludzie
- > detale
- > abstrakcyjne

5. Źródło: *Strategia Promocji Sosnowca na lata 2008-2011* opracowana przez Metmorphosis Brand Communications; str. 75.

### > WIDOKI

- jasne, wyraziste panoramy miasta, nowoczesne budownictwo kojarzące się z profesjonalizmem i przedsiębiorczością
- nasycone barwy, kontrast elementów
- zdjęcia nie mogą eksponować szarych, przemysłowych dzielnic, zakładów, kominów



### > LUDZIE

- wizerunki osób na fotografiach powinny być spójne z wizerunkiem marki
- ludzie młodzi, aktywni, otwarci, pełni inicjatywy
- grupy aktywnych ludzi, nie tłumy czy pojedyncze postaci





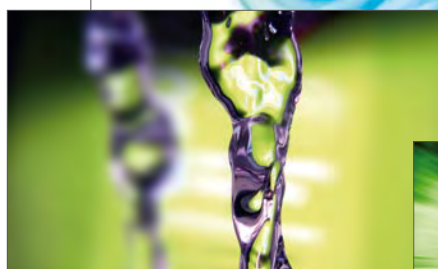
### > DETALE

- obrazy nawiązujące do sloganu „*Sosnowiec łączy*”, jednak niepowielające znaczenia w sposób nazbyt dosłowny



### > ABSTRAKCYJNE

- fotografie utrzymane w żywej kolorystyce, kojarzące się z rozwojem, oddające ducha współczesnych czasów
- zdjęcia nawiązujące do muzyki elektronicznej



W *Strategii Promocji Miasta na lata 2008 – 2011* pojawiają się ogólne wytyczne dotyczące zasad komponowania przekazu. W tworzeniu zawartości tekstowej materiałów promocyjno - informacyjnych należy stosować się do zasady **7C**.<sup>6</sup>



dynamika

rytm

nowo-  
czesnośćbiznesowy  
wymiar

Ponadto, teksty powinny odzwierciedlać osobowość marki Sosnowiec na poziomie lingwistycznym. Poszczególne jej elementy można wyrazić w następujący sposób:

- > **dynamika** wyrażona dużą ilością czasowników, a małą przymiotników;
- > **rytm** ujęty w krótkie zdania i trafne puenty;
- > **nowoczesność** komunikowana przez współczesny, żywy język, wolny od archaizmów;
- > **biznesowy wymiar** odzwierciedlony w języku formalnym lecz bez patetyzmu i nadęcia;
- > **„Sosowiec łączy”**, a więc akt łączenia powinien być widoczny także na poziomie języka – zdania wynikają jedno z drugiego, kolejne akapity znajdują uzasadnienie w poprzednich, pojawia się słownictwo takie jak: **wspólnie, razem, synergia, współdziałanie;**

Poza opisanymi powyżej zasadami, teksty powinny wpisywać się w powszechną stylistykę tekstów marketingowych czyli maksimum zawartości przy minimum tekstu.

6. Źródło: *Strategia Promocji Sosnowca na lata 2008-2011* opracowana przez Metmorphosis Brand Communications; str. 74.

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ



## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

### Akcydensy

Druki akcydensowe powinny zachowywać tradycyjną formę przy jednoczesnym wykorzystaniu nowoczesnych w wyrazie graficznych elementów marki.  
W wersji *oficjalnej* dokumentów funkcję znaku reprezentacyjnego pełni herb miasta.



- > kolorystyka herbu miasta > 21
- > wizytówki > 22
- > papier firmowy > 26
- > papier faksowy > 36
- > papeteria internetowa > 37
- > pieczętka > 38
- > koperty > 39
- > wzór druku urzędowego > 48

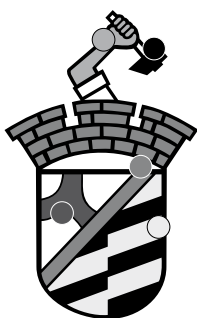


Na drukach akcydensowych zastosowano znak graficzny w postaci herbu miasta. Element ten świadczy o tradycji i dodaje dokumentom formalnego charakteru. Podobnie jak pozostałe elementy identyfikacji, herb należy stosować zgodnie z zasadami wizualizacji opisanymi poniżej.<sup>7</sup>



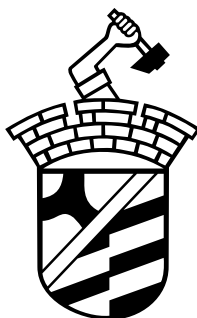
## wersja pełnokolorowa

- PANTONE 102  
C=0% M=0% Y=95% K=0%  
R=255 G=255 B=17
- PANTONE 1585  
C=0% M=56% Y=90% K=0%  
R=254 G=112 B=19
- PANTONE 185  
C=0% M=95% Y=76% K=0%  
R=252 G=25 B=33
- PANTONE 286  
C=100% M=66% Y=0% K=2%  
R=13 G=54 B=146
- PANTONE Process Black  
C=0% M=0% Y=0% K=100%  
R=35 G=31 B=32



## wersja monochromatyczna

- PANTONE Process Black  
C=0% M=0% Y=0% K=100%  
R=35 G=31 B=32
- PANTONE Process Black 80%  
C=0% M=0% Y=0% K=80%  
R=51 G=51 B=51
- PANTONE Process Black 60%  
C=0% M=0% Y=0% K=60%  
R=102 G=102 B=102
- PANTONE Process Black 40%  
C=0% M=0% Y=0% K=40%  
R=153 G=153 B=153
- PANTONE Process Black 10%  
C=0% M=0% Y=0% K=10%  
R=230 G=230 B=230



## wersja czarno-biała

- PANTONE Process Black  
C=0% M=0% Y=0% K=100%  
R=35 G=31 B=32

7. Źródło: *Księga Znaku dla Miasta Sosnowca* opracowana przez Metmorphosis Brand Communications.

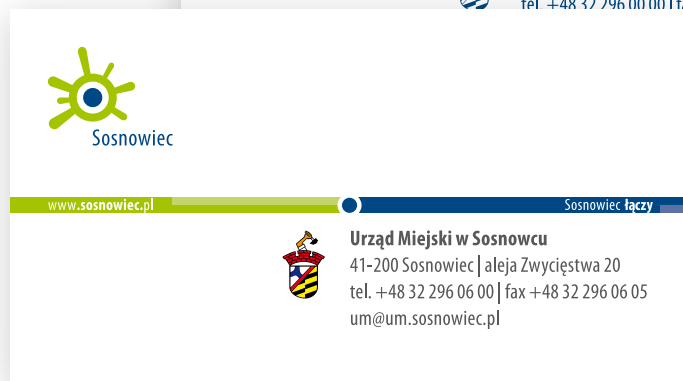
SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

wizytówka 90 x 50 mm



imienna, 2 kolory



ogólna, 4 kolory



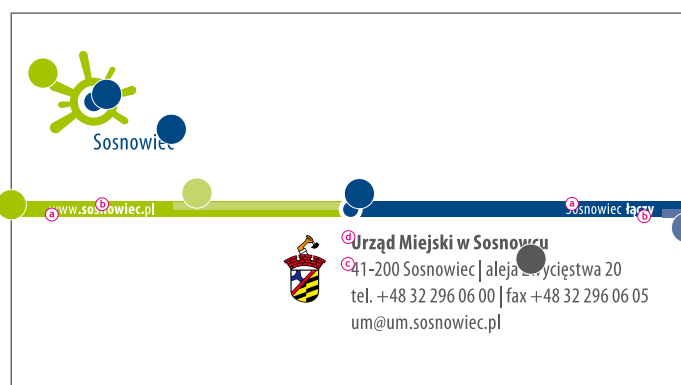
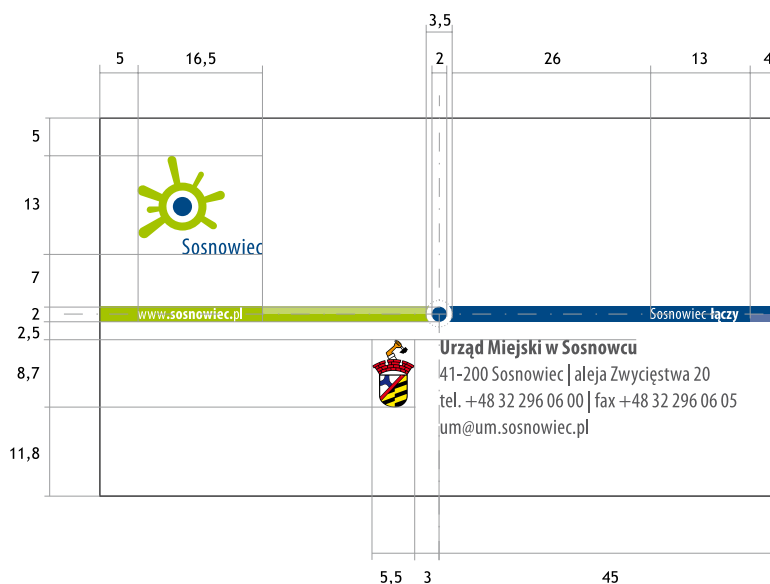
oficjalna imienna, 4 kolory

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

wizytówka 90 x 50 mm

ogólna, 4 kolory



- C=45% M=0% Y=100% K=0%
- C=31% M=0% Y=70% K=0%
- C=100% M=75% Y=15% K=5%
- C=70% M=52% Y=10% K=4%
- C=0% M=0% Y=0% K=80%

- ⓐ Myriad Pro Condensed 6 pkt
- ⓑ Myriad Pro Condensed Bold 6 pkt
- ⓒ Myriad Pro Condensed 8/10 pkt
- ⓓ Myriad Pro Condensed Bold 8/10 pkt

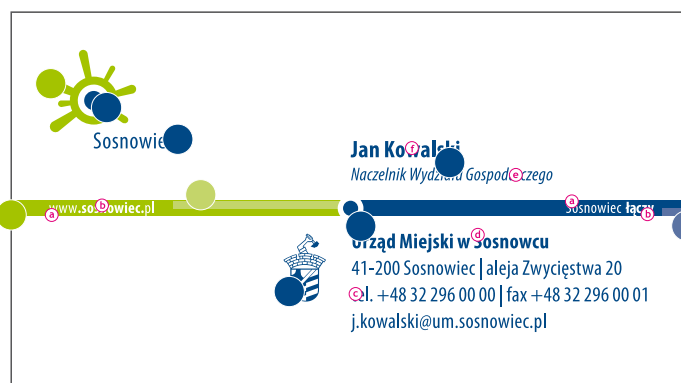
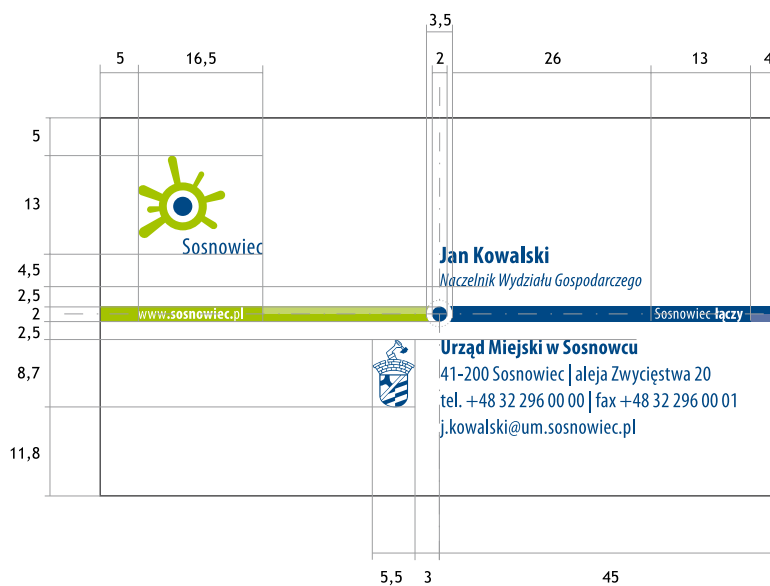
kolorystyka herbu opisana na str. 21

## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

wizytówka 90 x 50 mm

imienna, 2 kolory



- C=45% M=0% Y=100% K=0%  
PANTONE 382 U dla niepowlekanych  
PANTONE 376 C dla powlekanych
- C=31% M=0% Y=70% K=0%  
70% PANTONE 382 U dla niepowlekanych  
70% PANTONE 376 C dla powlekanych
- C=100% M=75% Y=15% K=5%  
PANTONE 2945 U dla niepowlekanych  
PANTONE 295 C dla powlekanych
- C=70% M=52% Y=10% K=4%  
70% PANTONE 2945 U dla niepowlekanych  
70% PANTONE 295 C dla powlekanych

- Ⓐ Myriad Pro Condensed 6 pkt
- Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold 6 pkt
- Ⓒ Myriad Pro Condensed 8/10 pkt
- Ⓓ Myriad Pro Condensed Bold 8/10 pkt
- Ⓔ Myriad Pro Condensed Italic 7 pkt
- Ⓕ Myriad Pro Condensed Bold 9/11 pkt

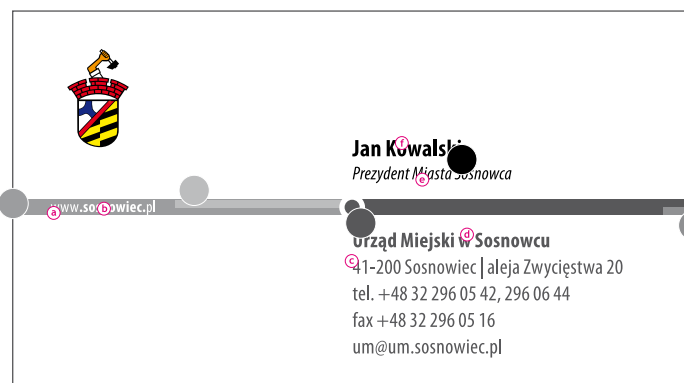
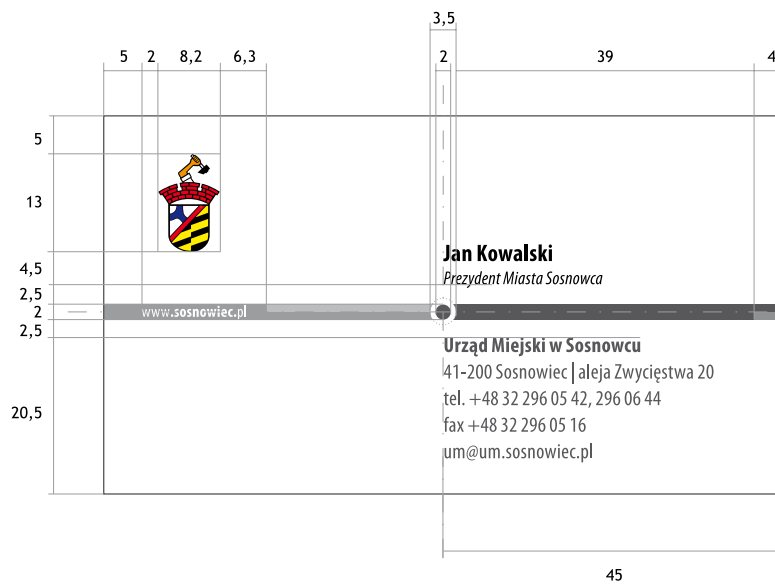


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

wizytówka 90 x 50 mm

ofcjalna imienna, 4 kolory



- C=0% M=0% Y=0% K=50%
- C=0% M=0% Y=0% K=35%
- C=0% M=0% Y=0% K=80%
- C=0% M=0% Y=0% K=55%
- C=0% M=0% Y=0% K=100%

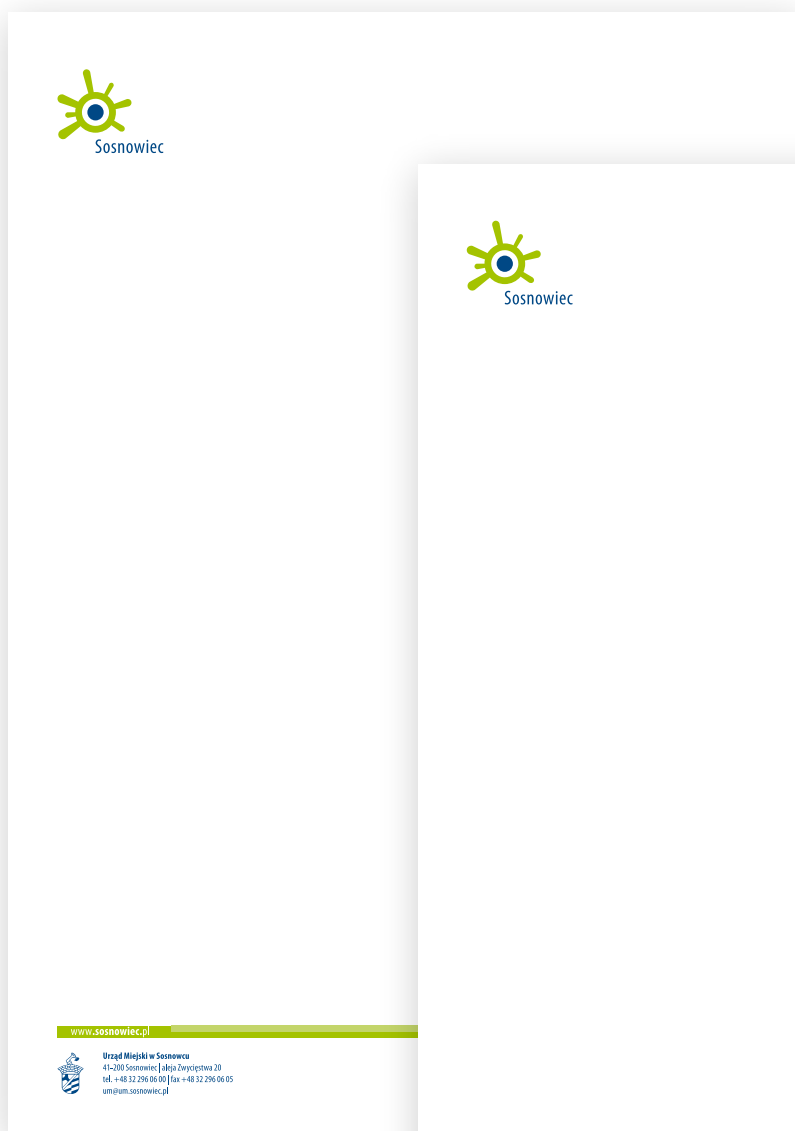
kolorystyka herbu opisana na str. 21

- (a) Myriad Pro Condensed 6 pkt
- (b) Myriad Pro Condensed Bold 6 pkt
- (c) Myriad Pro Condensed 8/10 pkt
- (d) Myriad Pro Condensed Bold 8/10 pkt
- (e) Myriad Pro Condensed Italic 7 pkt
- (f) Myriad Pro Condensed Bold 9/11 pkt

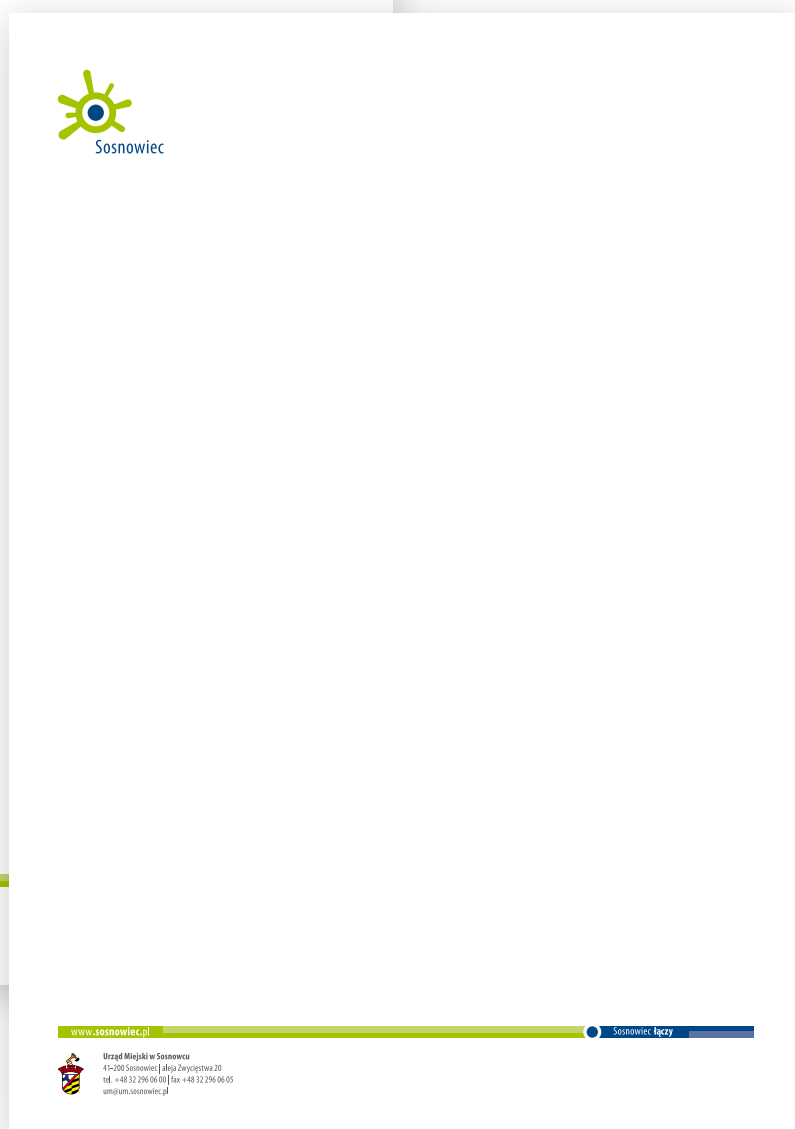
SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4



2 kolory



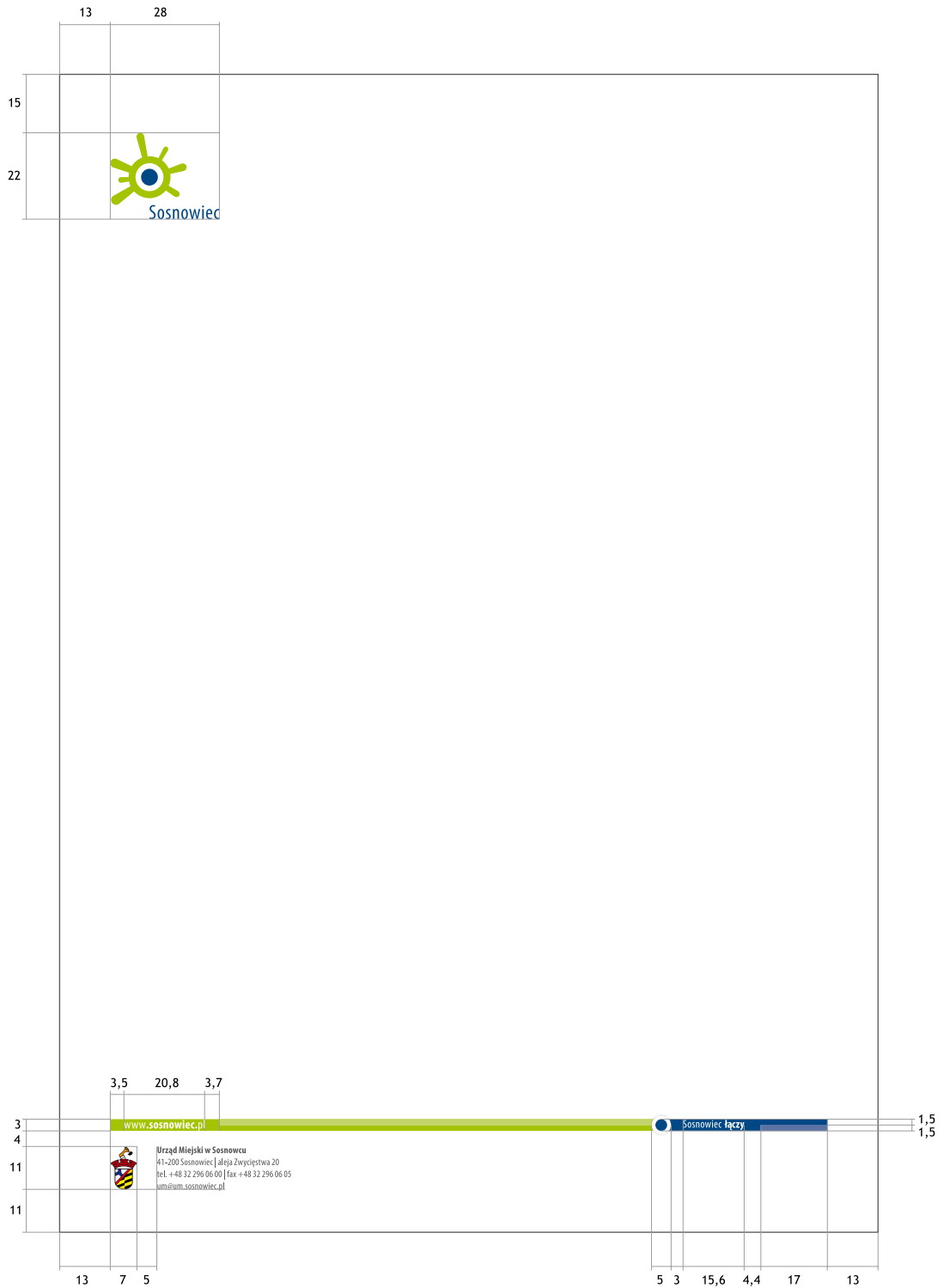
4 kolory

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

wymiarowanie

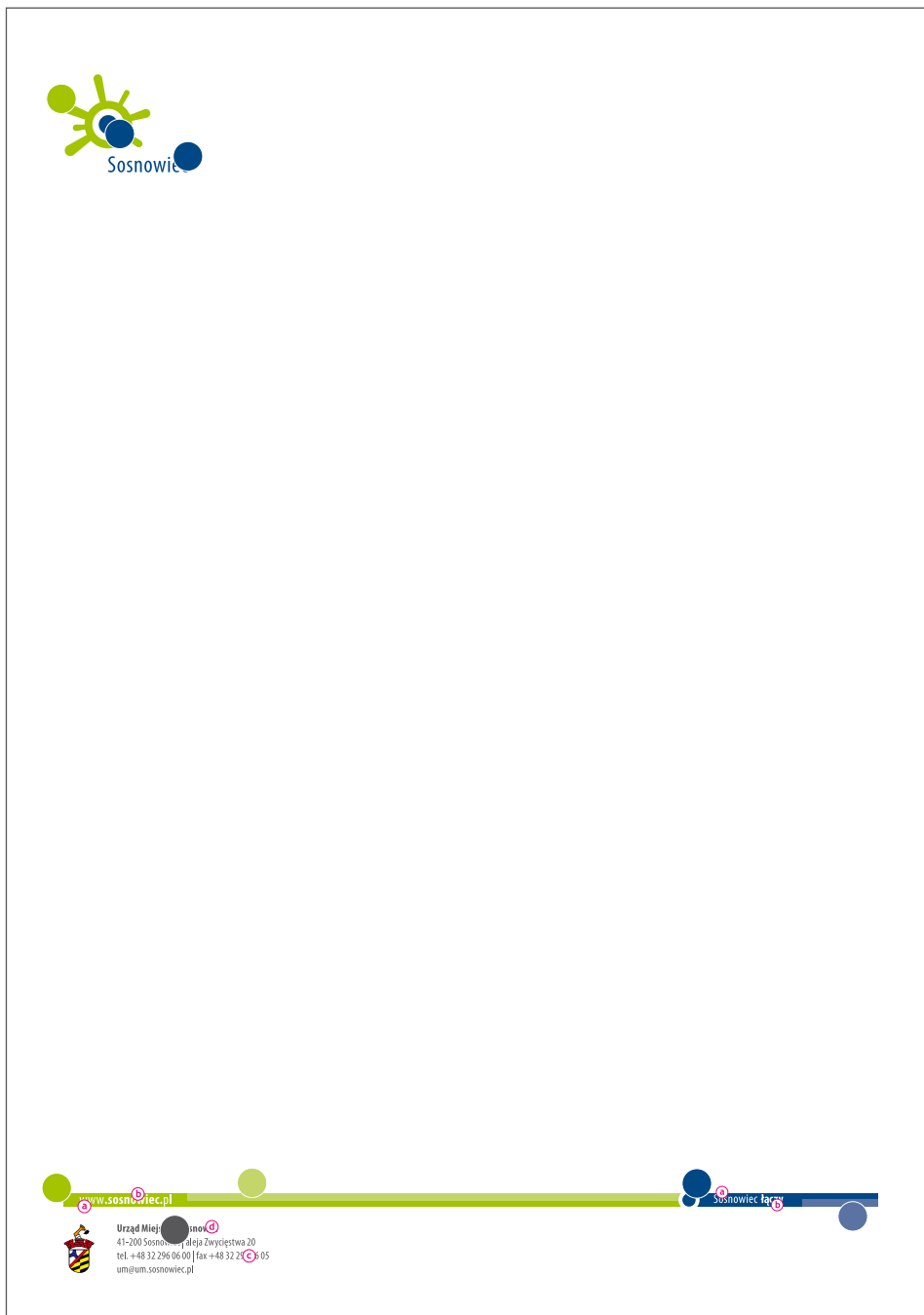


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

4 kolory




● C=45% M=0% Y=100% K=0%

● C=31% M=0% Y=70% K=0%

● C=100% M=75% Y=15% K=5%

● C=70% M=52% Y=10% K=4%

● C=0% M=0% Y=0% K=80%

 kolorystyka herbu opisana na str. 21

(a) Myriad Pro Condensed 9 pkt

(b) Myriad Pro Condensed Bold 9 pkt

(c) Myriad Pro Condensed 7/9 pkt

(d) Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

2 kolory



PANTONE dla niepowlekanych

- PANTONE 382 U
- 70% PANTONE 382 U
- PANTONE 2945 U
- 70% PANTONE 2945 U

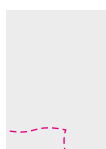
- Ⓐ Myriad Pro Condensed 9 pkt
- Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold 9 pkt
- Ⓒ Myriad Pro Condensed 7/9 pkt
- Ⓓ Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt

## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

opcje stopki



Papier firmowy występuje opcjonalnie z nazwą wydziału w stopce adresowej. Rozmieszczenie elementów i opis kolorów jak w wersji podstawowej papieru firmowego (str. 27-28).

[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)



**Urząd Miejski w Sosnowcu | Wydział Organizacji Zarządzania Drogami i Ruchem Drogowym**  
41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)



**Urząd Miejski w Sosnowcu | Wydział Inwestycji Miejskich**  
41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

*oficjalny* personalny



Przewodniczący  
Rady Miejskiej w Sosnowcu

Prezydent  
Miasta Sosnowca



Przewodniczący  
Rady Miejskiej w Sosnowcu



Prezydent  
Miasta Sosnowca

Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-205 Sosnowiec | ul. 23-go Lipca 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

4 kolory / nagłówek podwójny

Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-205 Sosnowiec | ul. 23-go Lipca 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

4 kolory / nagłówek pojedynczy

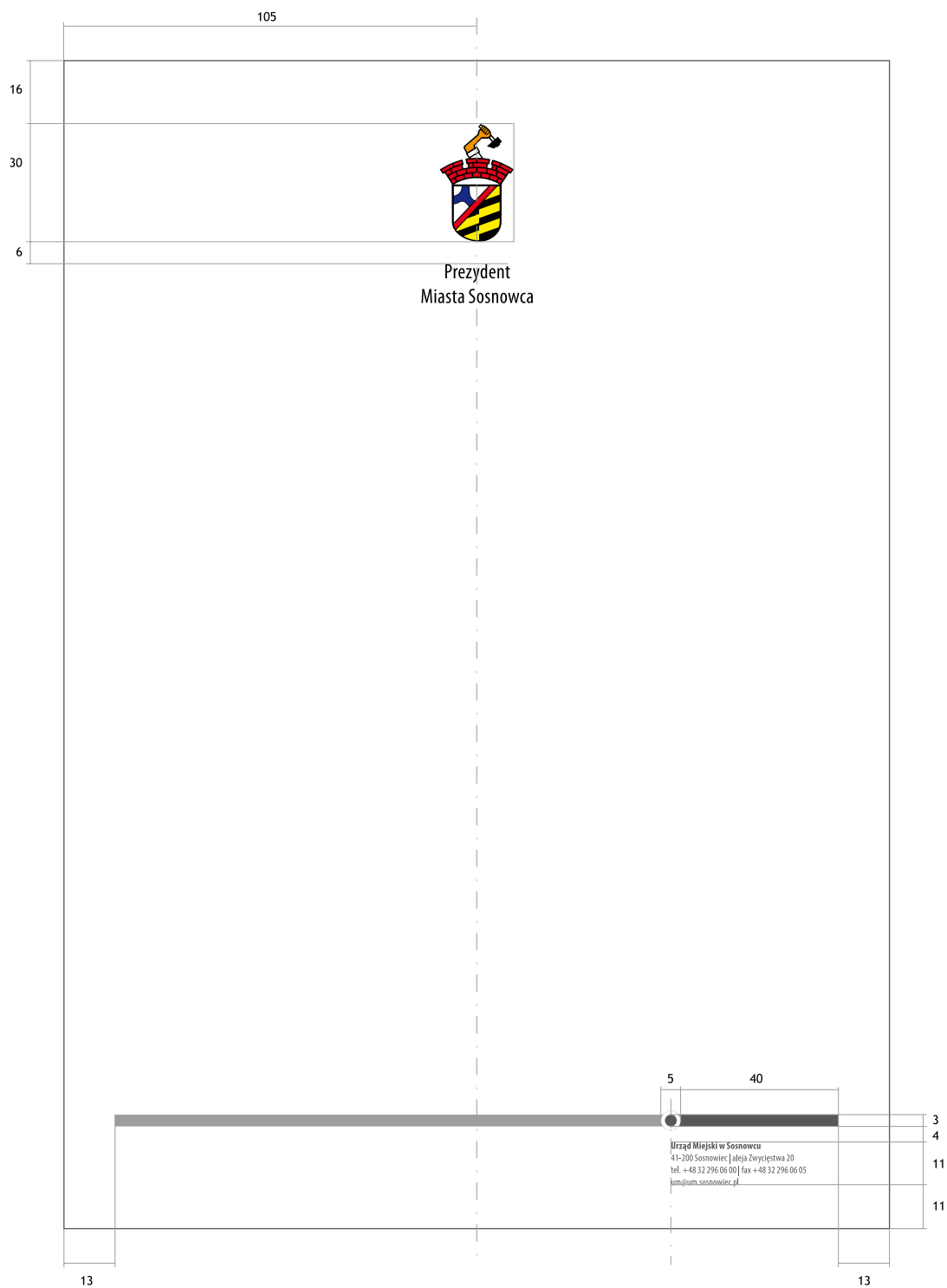
Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-205 Sosnowiec | ul. 23-go Lipca 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

oficjalny personalny, wymiarowanie



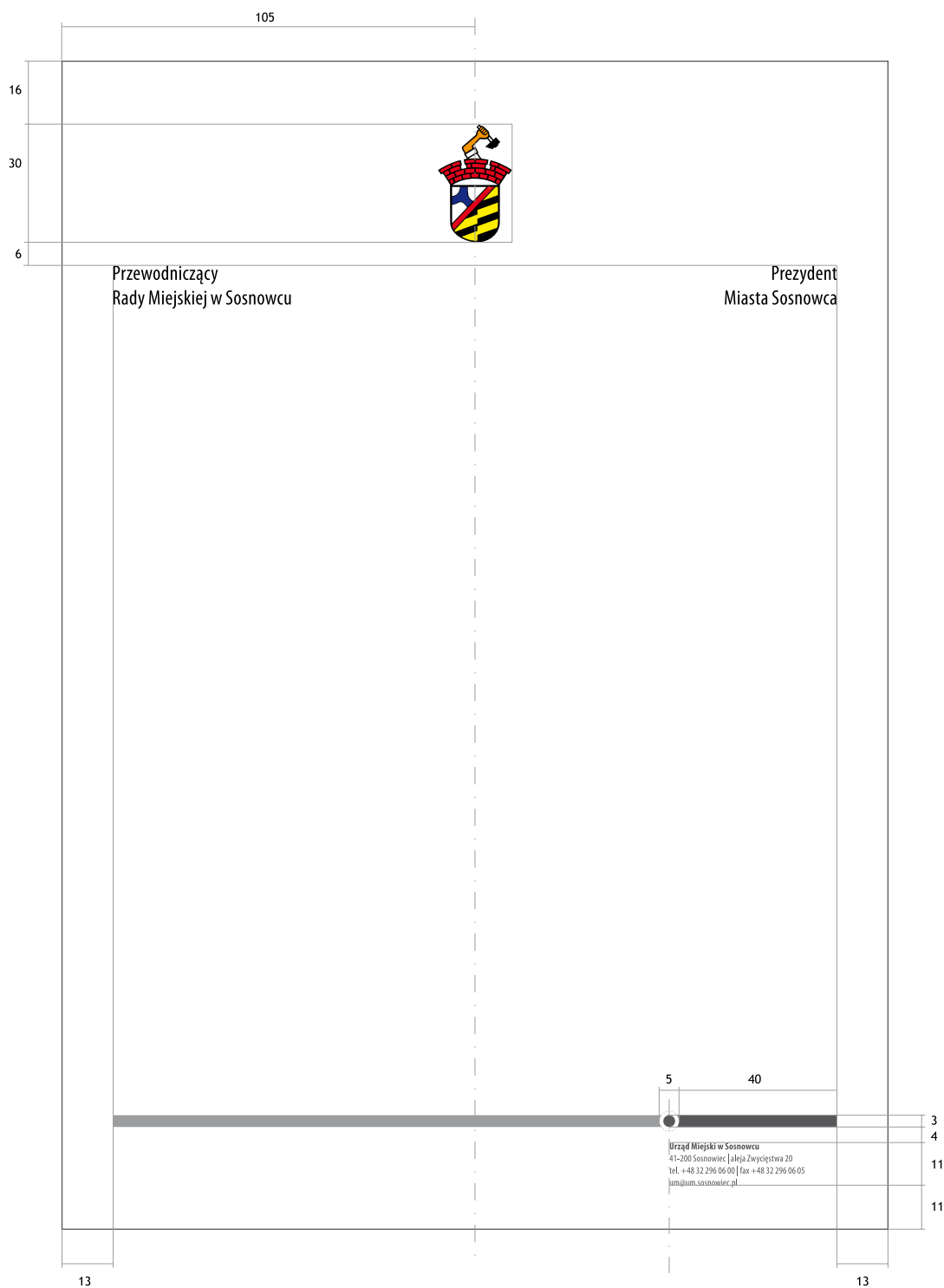


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

oficjalny personalny, wymiarowanie

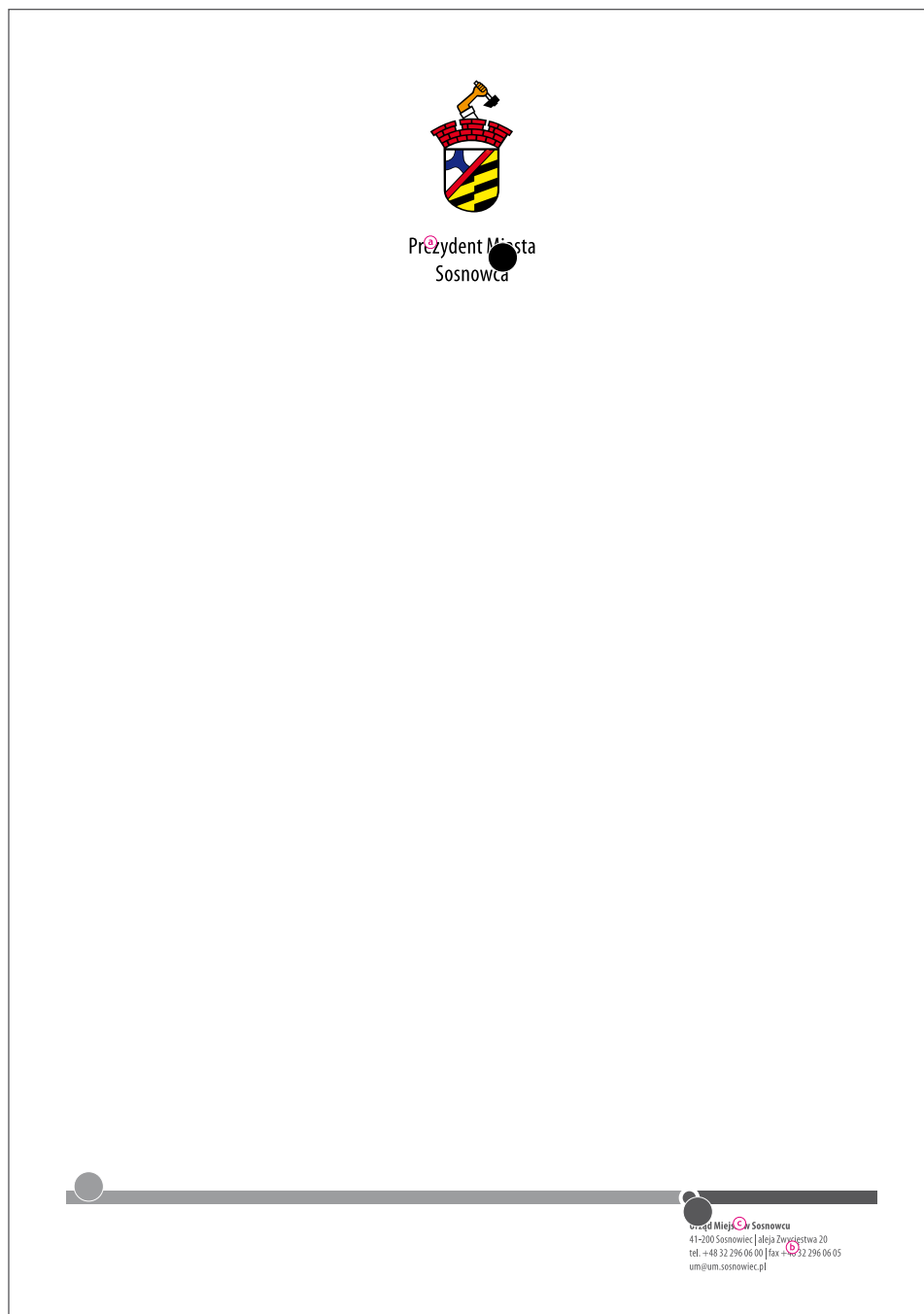


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

oficjalny personalny, 4 kolory



● C=0% M=0% Y=0% K=50%

● C=0% M=0% Y=0% K=80%

● C=0% M=0% Y=0% K=100%



kolorystyka herbu opisana na str. 21

Ⓐ Myriad Pro Condensed 15 pkt

Ⓑ Myriad Pro Condensed 7/9 pkt


Ⓒ Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

papier firmowy A4

oficjalny personalny, 1 kolor



Przewodniczący  
Rady Miejskiej w Sosnowcu

Prezydent  
Miasta Sosnowca



Przewodniczący  
Rady Miejskiej w Sosnowcu



Prezydent  
Miasta Sosnowca

Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 23-go Stycznia 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 23-go Stycznia 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 23-go Stycznia 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

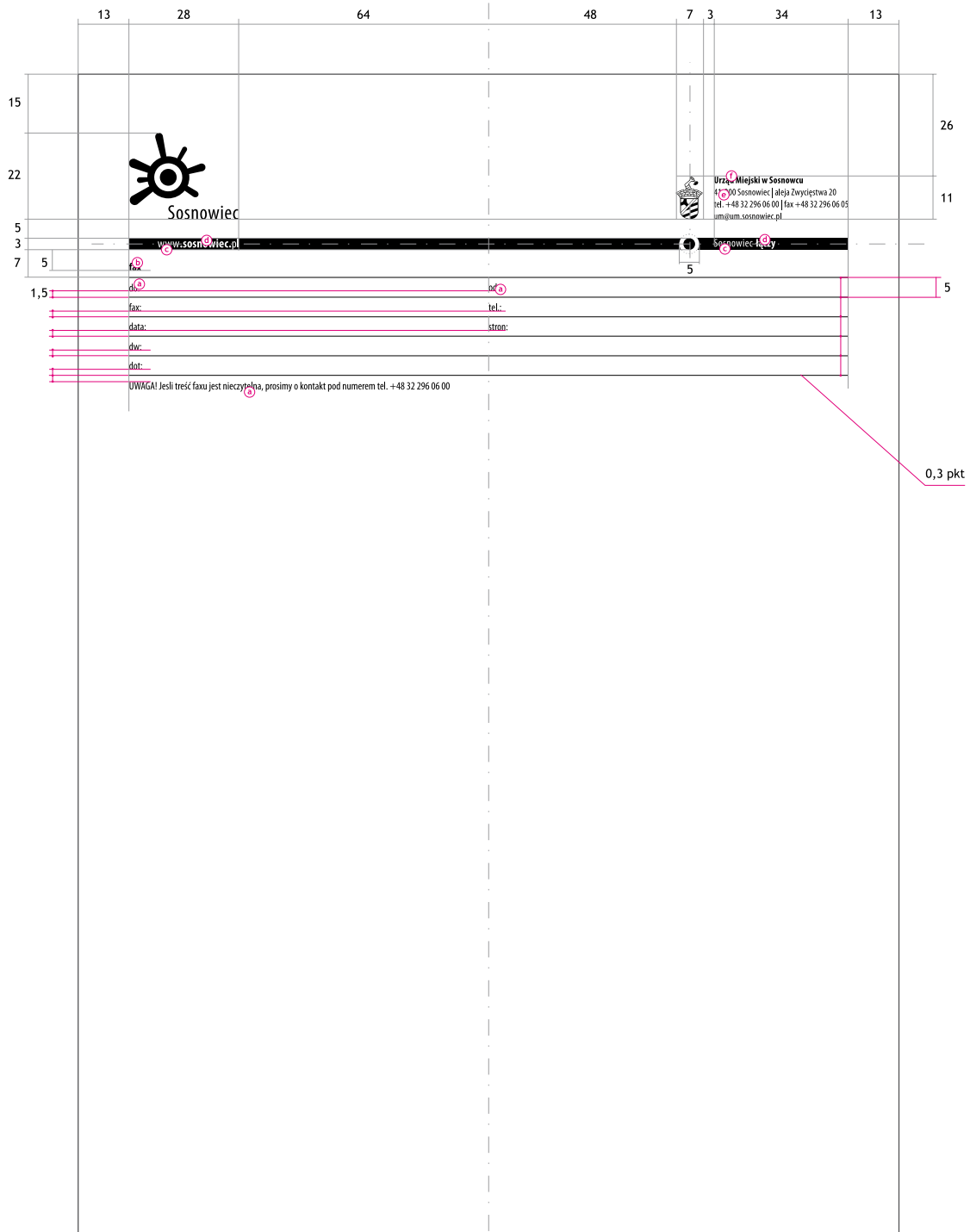
● PANTONE Process Black  
C=0% M=0% Y=0% K=100%

nadruk PANTONE złotem/srebrem  
dla zastosowań okolicznościowych

● PANTONE 350 / złoto  
● PANTONE 421 / srebro

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy papier faksowy, 1 kolor



● Process Black 100%

Ⓐ Myriad Pro Condensed 8 pkt

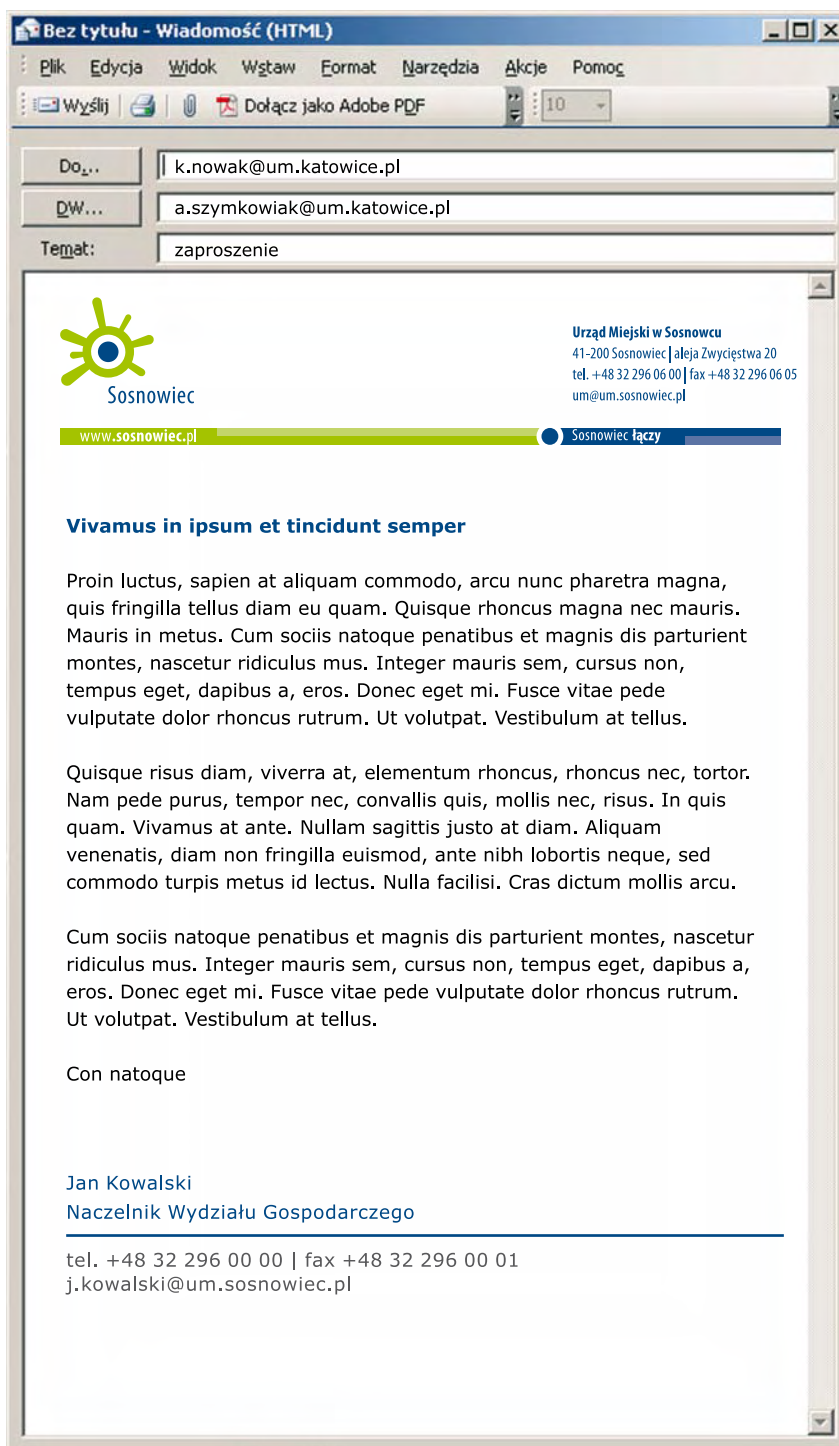
Ⓓ Myriad Pro Condensed Bold 9 pkt

Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold 8 pkt

Ⓔ Myriad Pro Condensed 7/9 pkt

Ⓒ Myriad Pro Condensed 9 pkt

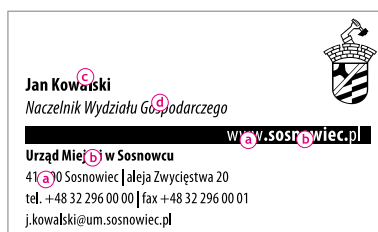
Ⓕ Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt



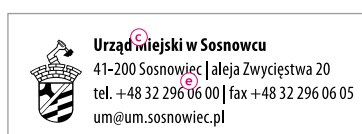
SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

pieczętka



pieczętka imienna 50 x 30 mm



ogólna 48 x 17 mm

- (a) Myriad Pro Condensed 6/8 pkt
- (b) Myriad Pro Condensed Bold 6/8 pkt
- (c) Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt
- (d) Myriad Pro Condensed Italic 7/9 pkt
- (e) Myriad Pro Condensed 7/9 pkt

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

koperta

DL 220 x 110 mm



4 kolory



Sosnowiec

[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)

Sosnowiec łącz



**Urząd Miejski w Sosnowcu**

41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

2 kolory



Sosnowiec

[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)

Sosnowiec łącz



**Urząd Miejski w Sosnowcu**

41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

1 kolor



Sosnowiec

[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)

Sosnowiec łącz



**Urząd Miejski w Sosnowcu**

41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

oficjalna 4 kolory



[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)

**Urząd Miejski w Sosnowcu**

41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

oficjalna 1 kolor



[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)

**Urząd Miejski w Sosnowcu**

41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

koperta

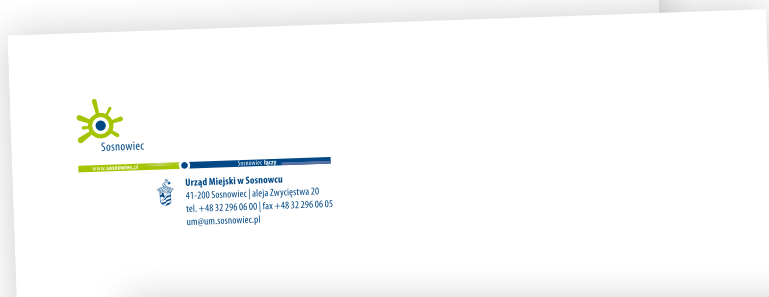
C5 229 x 162 mm



4 kolory



2 kolory



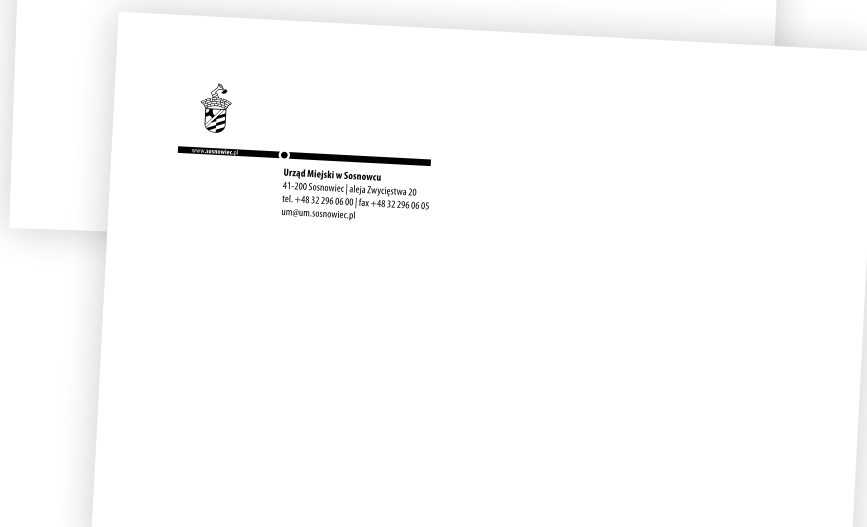
1 kolor



oficjalna 4 kolory



oficjalna 1 kolor





## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

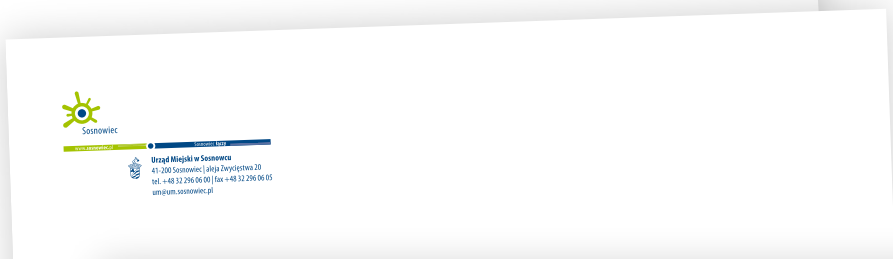
koperta

C4 324 x 229 mm

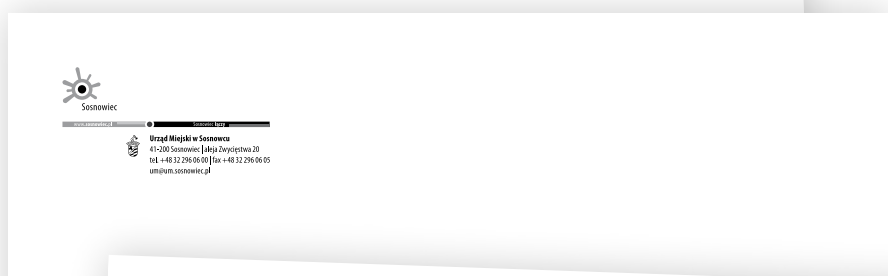
4 kolory



2 kolory



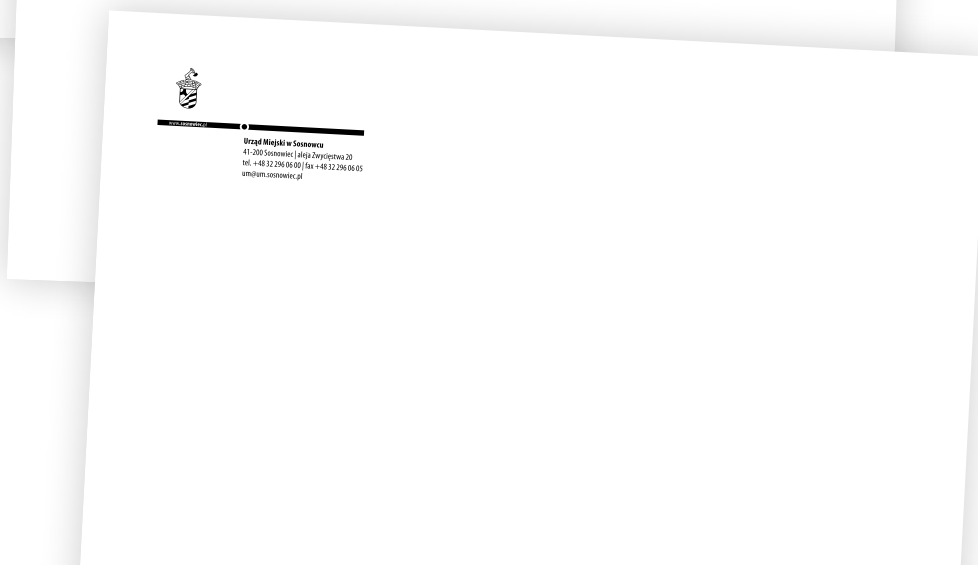
1 kolor



ofcjalna 4 kolory



ofcjalna 1 kolor



## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

koperta

C3 458 x 324 mm

4 kolory



Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 14-go Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

2 kolory



Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 14-go Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

1 kolor



Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 14-go Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

oficjalna 4 kolory



Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 14-go Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

oficjalna 1 kolor



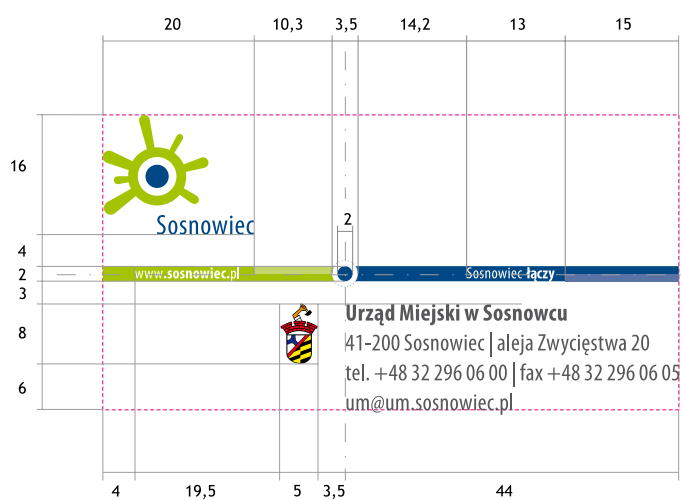
Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | Al. 14-go Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
um@um.sosnowiec.pl

## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

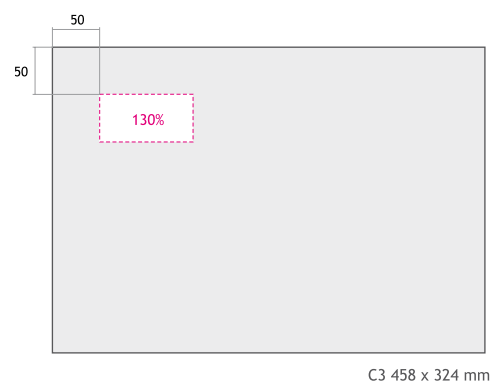
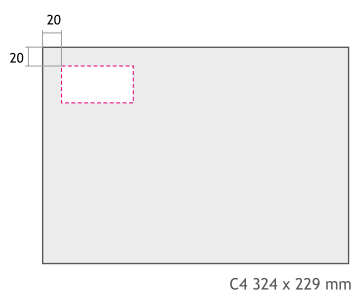
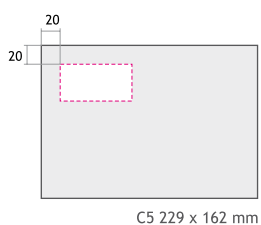
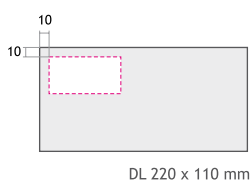
Akcydensy

koperta

rozmieszczenie elementów



Dla czterech rozmiarów koperty /DL, C5, C4, C3/ zaprojektowano jeden wzór stopki adresowej. Poniższy schemat przedstawia jej rozmieszczenie na konkretnych kopertach. W przypadku koperty C3 stosujemy powiększenie stopki - 130%.



## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

koperta

opcje kolorystyczne



Dla kopert przewidziano trzy opcje kolorystyczne: 4 kolory (CMYK), 2 kolory (Pantone), 1 kolor. Należy je stosować według określonych poniżej zasad używania skali barw.



### 4 kolory

- C=45% M=0% Y=100% K=0%
- C=31% M=0% Y=70% K=0%
- C=100% M=75% Y=15% K=5%
- C=70% M=52% Y=10% K=4%
- C=0% M=0% Y=0% K=80%
- kolorystyka herbu opisana na str. 21



### 2 kolory

#### PANTONE dla niepowlekanych

- PANTONE 382 U
- 70% PANTONE 382 U
- PANTONE 2945 U
- 70% PANTONE 2945 U



### 1 kolor

- PANTONE Process Black 100%  
C=0% M=0% Y=0% K=100%
- PANTONE Process Black 70%  
C=0% M=0% Y=0% K=70%
- PANTONE Process Black 50%  
C=0% M=0% Y=0% K=50%
- PANTONE Process Black 30%  
C=0% M=0% Y=0% K=30%

dla kopert: DL, C5, C4

- ⓐ Myriad Pro Condensed 6 pkt
- ⓑ Myriad Pro Condensed Bold 6 pkt
- ⓒ Myriad Pro Condensed 9/12 pkt
- ⓓ Myriad Pro Condensed Bold 9/12 pkt

dla koperty C3

- ⓐ Myriad Pro Condensed 8 pkt
- ⓑ Myriad Pro Condensed Bold 8 pkt
- ⓒ Myriad Pro Condensed 12/15 pkt
- ⓓ Myriad Pro Condensed Bold 12/15 pkt

## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy

koperta

opcje stopki



Koperty występują opcjonalnie z nazwą wydziału w stopce adresowej. Rozmieszczenie elementów i opis kolorów jak w wersji podstawowej koperty (str. 43-44).

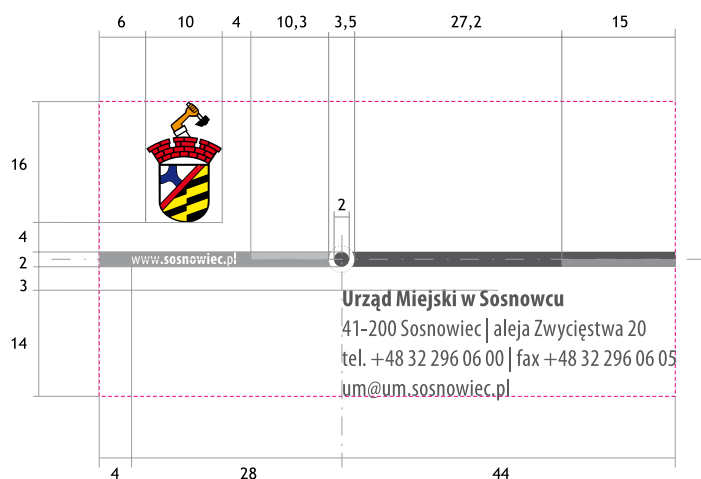


## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

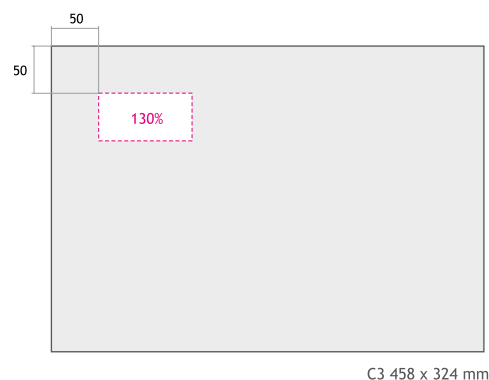
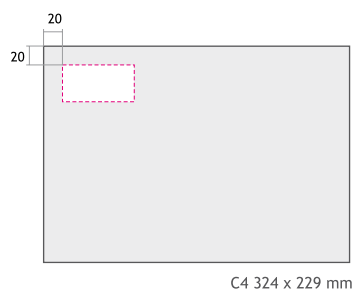
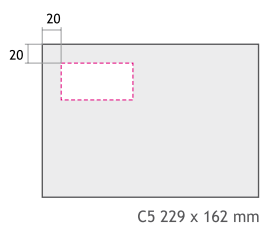
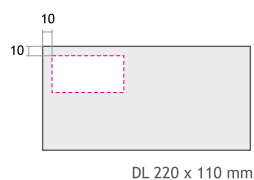
Akcydensy

koperta *oficjalna*

rozmieszczenie elementów



Dla kopert w wersji *oficjalnej* (tylko z herbem miasta) zaprojektowano stopkę adresową dla dwóch opcji kolorystycznych - 4 kolory i 1 kolor. Poniższy schemat przedstawia jej rozmieszczenie na konkretnych kopertach /DL, C5, C4, C3/. W przypadku koperty C3 stosujemy powiększenie stopki - 130%.




Dla kopert w wersji *oficjalnej* przewidziano dwie opcje kolorystyczne: 4 kolory (CMYK) i 1 kolor (Pantone). Należy je stosować według określonych poniżej zasad używania skali barw.



## 4 kolory

- C=0% M=0% Y=0% K=50%
- C=0% M=0% Y=0% K=35%
- C=0% M=0% Y=0% K=80%
- C=0% M=0% Y=0% K=55%

 kolorystyka herbu opisana na str. 21



## 1 kolor

- PANTONE Process Black 100%  
C=0% M=0% Y=0% K=100%

nadruk PANTONE złotem/srebrem  
dla zastosowań okolicznościowych

- PANTONE 350 / złoto
- PANTONE 421 / srebro

dla kopert: DL, C5, C4

- a) Myriad Pro Condensed 6 pkt
- b) Myriad Pro Condensed Bold 6 pkt
- c) Myriad Pro Condensed 9/12 pkt
- d) Myriad Pro Condensed Bold 9/12 pkt

dla koperty C3

- a) Myriad Pro Condensed 8 pkt
- b) Myriad Pro Condensed Bold 8 pkt
- c) Myriad Pro Condensed 12/15 pkt
- d) Myriad Pro Condensed Bold 12/15 pkt

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Akcydensy wzór druku urzędowego



13 28 13

15

22

Sosnowiec

ZGŁOSZENIE DO EWIDENCJI  
DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

1 pkt

8

0,4 pkt

1. Oznaczenie przedsiębiorcy /nazwisko i imię, nazwa/:

2. Oznaczenie miejsca zamieszkania

Miejsce zamieszkania przedsiębiorcy:

Adres pobytu przedsiębiorcy:

3. Siedziba przedsiębiorcy /adres/:

4. Prowadzić będą działalność gospodarczą /określenie przedmiotu działalności/:

5. Miejsce wykonywania działalności

Adres zakładu głównego:

Adresy pozostałych miejsc:

6. Data rozpoczęcia działalności:

7. Numer, data i miejsce wydania dowodu osobistego:

Sosnowiec, dnia \_\_\_\_\_ podpis zgłaszającego, telefon \_\_\_\_\_

podpis przyjmującego zgłoszenie \_\_\_\_\_

3,5 20,8 3,7

3 4 11 11

13 7 5 5 3 15,6 4,4 17 13

115,5

1,5 1,5

- C=45% M=0% Y=100% K=0%
- C=31% M=0% Y=70% K=0%
- C=100% M=75% Y=15% K=5%
- C=70% M=52% Y=10% K=4%
- C=0% M=0% Y=0% K=80%
- C=0% M=0% Y=0% K=100%
- 🇪🇺 kolorystyka herbu opisana na str. 21
- Ⓐ Myriad Pro Regular 9 pkt
- Ⓑ Myriad Pro Regular Bold 9 pkt
- Ⓒ Myriad Pro Regular Bold 12 pkt
- Ⓓ Myriad Pro Condensed 7/9 pkt
- Ⓔ Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt
- Ⓕ Myriad Pro Condensed 9 pkt
- Ⓖ Myriad Pro Condensed Bold 9 pkt





Materiały promocyjne o charakterze ogólnym rozpowszechniają nowy wizerunek Sosnowca - miasta aktywnego, dynamicznego oraz nowoczesnego.

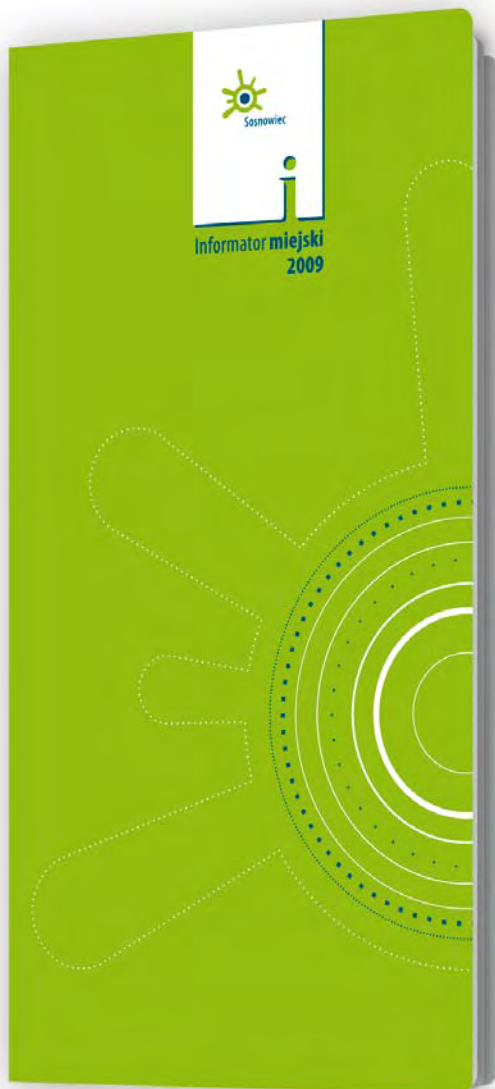
Niektóre materiały promocyjne, jak np.: koszulki, pendriv'y, ołówki, długopisy itp., mogą znaleźć swoje zastosowanie jako upominki dla dzieci i młodzieży m.in. jako nagrody w konkursach organizowanych przez miasto. Warto, aby wzbudzały zainteresowanie i były efektowne.

- > informator miejski > 50
- > folder wizerunkowy > 52
- > Kurier Miejski > 54
- > torba papierowa > 55
- > teczka > 57
- > opakowanie na CD > 60
- > clipboard > 61
- > t-shirt > 63
- > kubek > 64
- > filiżanka > 65
- > opakowanie na krówkę > 66
- > smycz > 67
- > długopis > 68
- > ołówek > 69
- > pendrive > 70
- > notes > 71
- > balony > 74
- > namiot > 77
- > flagi > 78
- > chorągiewka > 81
- > bannery > 82

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

informator miejski 110 x 220 mm, okładka






  
 Informator miejski  
2009

kalendarium imprez
●
Sosnowiec łączy

**20 I 2009 :: Mauris vel nulla ac nulla bibendum blandit**  
Etiam laoreet condimentum odio. Ut orci. Vivamus nulla erat, tincidunt non, facilisis et, rhoncus eget, velit. Nunc sed libero eget massa blandit consequat.

**2 II 2009 :: Maecenas eget leo**  
Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Curabitur rhoncus nibh. Nam tempor sapien non dui. Aliquam lorem pede, egestas id, feugiat eget, congue id, sem.



● **13 II 2009 :: Phasellus tempus ipsum ac mi**

Maecenas risus turpis, faucibus eget, consectetur ut, aliquet sed, dolor. Aliquam eu elit. Donec massa ligula, faucibus sed, ullamcorper id, sollicitudin at, purus. Cras a nunc id metus fringilla facilisis. Curabitur pede odio, vehicula quis, tempor non, ornare et, diam.  
Phasellus nisl.

**25 III 2009 :: Sed at magna**  
Vivamus pharetra, leo nec pretium imperdiet, lacus sapien ultricies enim, in condimentum quam velit nec nulla. Aliquam nibh nunc, fringilla ac, fringilla sit amet, auctor vitae, nibh. Duis eget velit ut enim posuere accumsan. Aenean sapien risus, dapibus nec, mattis in, mollis vitae, purus. Duis suscipit felis id ipsum. Nullam libero mauris, adipiscing non, aliquam id, pellentesque vel, est. Pellentesque aliquet dolor sit amet nunc. Nullam a risus. Nulla molestie. Donec vel libero luctus est malesuada commodo. Nunc mauris turpis, condimentum auctor, fermentum.

**25 V 2009 :: Sed at magna**  
Vivamus pharetra, leo nec pretium imperdiet, lacus sapien ultricies enim, in condimentum quam velit nec nulla. Aliquam nibh nunc, fringilla ac, fringilla sit amet, auctor vitae, nibh. Duis eget velit ut enim posuere accumsan. Aenean sapien risus, dapibus nec, mattis in, mollis vitae, purus.

**14 VI 2009 :: Praesent sapien**  
Pellentesque aliquet dolor sit amet nunc. Nullam a risus. Nulla molestie. Donec vel libero luctus est malesuada commodo. Nunc mauris turpis, condimentum auctor, fermentum at, malesuada vel, felis. Integer est ligula, mollis at, pharetra id, ullamcorper quis, leo. Curabitur at arcu id arcu fermentum sollicitudin.

**29 VII 2009 :: Cras consequat pede in metu**  
Quisque tincidunt, orci sit amet viverra ultrices, magna ante pretium lectus, malesuada sodales ligula mauris a nibh. Duis ultricies neque. Nam at enim quis erat ultricies dapibus. Donec facilisis. Quisque magna sapien, volutpat a, ultricies vel, tempor id, nulla.



● **8 VIII 2009 :: Aliquam nib**

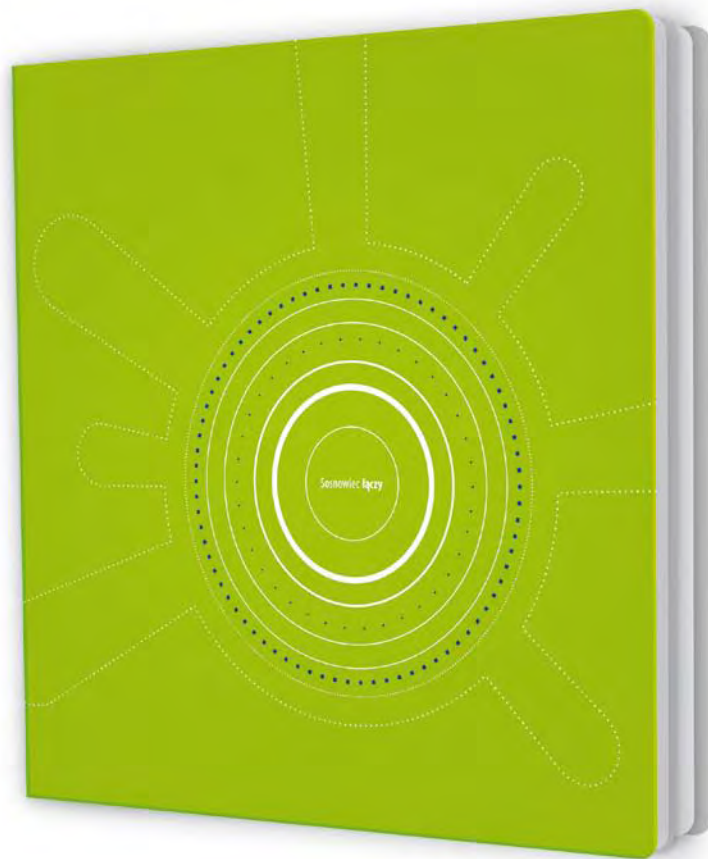
Duis eget velit ut enim posuere accumsan. Aenean sapien risus, dapibus nec, mattis in, mollis vitae, purus. Duis suscipit felis id ipsum. Nullam libero mauris, adipiscing non, aliquam id, pellentesque vel, est.

10
11

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

folder wizerunkowy 210 x 210 mm, okładka



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

folder wizerunkowy 210 x 210 mm, rozkładówki



Quisque ut amet mauris. Ut velit porta sollicitudin. Nulla ut orisi volutpat sem aliquam tempus. Fusce est. Mauris ante leo, dictum sed, venenpe sed, volutpat eu, eros. Nam tempus volutpat nulla. Donec facilisis. Duis in urna eu tortor lobortis vestibulum. Proin accumsan mi eget elit. Donec euismod. Nam nuncum mi et sem. Morbi dictum du in nisi. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Maecenas in pede a dolor condimentum mattis. Etiam malesuada. Curabitur ut nisi eget nulla zereium placerat. Nulla id justo. Praesent laus leo. Condimentum in impendit a, faucibus eget, quam. Curabitur frangilla vulputate sapien, integer quis nisi nec enim euismod ornare. Pellentesque tristique quam at odio. Etiam in ante nec nisi frangilla scelerisque.

Sosnowiec 1q21



Quisque ut amet mauris. Ut velit porta sollicitudin. Nulla ut orisi volutpat sem aliquam tempus. Fusce est. Mauris ante leo, dictum sed, venenpe sed, volutpat eu, eros. Nam tempus volutpat nulla. Donec facilisis. Duis in urna eu tortor lobortis vestibulum. Proin accumsan mi eget elit. Donec euismod.

www.sosnowiec.pl

Sosnowiec Łączy


  
Sosnowiec

# KURIER MIEJSKI

Czasopismo Samorządowe Sosnowca

NR 5 (2009)

www.kuriermiejski.com.pl

NR INDEKSU 373788 ISSN 1232-7395 | redakcja@kuriermiejski.com.pl | wydanie bezpłatne

**krótko mówiąc**

Fusce sit amet orci sed neque scelerisque vulputate. Nunc fermentum lectus non orci. Integer lobortis, nulla in fringilla tincidunt, lectus ipsum ullamcorper urna, ac luctus dui enim eget nunc. Fusce mattis ante id arcu. str. 3

In velit lectus, ultrices a, ultrices non, pulvinar nec, elit. Nulla facilisi. Aliquam eget augue a purus malesuada blandit. In elementum porttitor felis. Duis ac dui eget dolor sollicitudin vehicula. str. 4

Sed id dui. Nulla lectus. Morbi viverra ligula a enim. Phasellus placerat. Nullam consectetur diam sed orci. Sed augue. Phasellus vestibulum auctor sem. Praesent nisl lacus, ultricies at, mollis sed. str. 6

Vivamus vulputate. Phasellus tempus. Nulla facilisi. Proin interdum dapibus orci. Ut gravida. Morbi et nulla. Nulla mauris. Mauris semper ultrices odio. Sed augue nulla, ornare vel, semper ut, accumsan sit amet, eros. Aenean mattis mauris eget justo. Fusce tempor felis vel nisi. str. 7

Vivamus vulputate. Phasellus tempus. Nulla facilisi. Proin interdum dapibus orci. Ut gravida. Morbi et nulla. Nulla mauris. Mauris semper ultrices odio. Sed augue nulla, ornare vel, semper ut, accumsan sit amet, eros. Aenean mattis mauris eget justo. Fusce tempor felis vel nisi. str. 9

Vivamus vulputate. Phasellus tempus. Nulla facilisi. Proin interdum dapibus orci. Ut gravida. Morbi et nulla. Nulla mauris. Mauris semper ultrices odio. Sed augue nulla, ornare vel, semper ut, accumsan sit amet, eros. Aenean mattis mauris eget justo. Fusce tempor felis vel nisi. str. 10

Sed id dui. Nulla lectus. Morbi viverra ligula a enim. Phasellus placerat. Nullam consectetur diam sed orci. Sed augue. Phasellus vestibulum auctor sem. Praesent nisl lacus, ultricies at, mollis sed. str. 13



## Dni Sosnowca 2009

Quisque sit amet mauris id velit porta sollicitudin. Nulla ut orci volutpat sem aliquam tempus. Fusce est. Mauris ante leo, dictum sed, semper sed, volutpat eu, eros. Nam tempus volutpat nulla. Donec facilisis. Duis in urna eu tortor lobortis vestibulum. Proin accumsan mi eget elit. Donec eleifend. Nam rutrum nisl et sem. Morbi dictum dui in nisi. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Maecenas in pede a dolor condimentum mattis. Etiam malesuada. Curabitur ut nisl eget nulla pretium placerat. Nulla id justo. Praesent lacus leo, condimentum in, imperdiet a, faucibus eget, quam. Curabitur fringilla vulputate sapien. Integer quis nisl nec enim eusmod ornare. Pellentesque tristique quam at odio. Etiam in ante nec nisl fringilla scelerisque. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Nullam et tortor ut quam ultricies sodales.

Quisque sit amet mauris id velit porta sollicitudin. Nulla ut orci volutpat sem aliquam tempus. Fusce est. Mauris ante leo, dictum sed, semper sed, volutpat eu, eros. Nam tempus volutpat nulla. Donec facilisis. Duis in urna eu tortor lobortis vestibulum. Proin accumsan mi eget elit. Donec eleifend. Nam rutrum nisl et sem. Morbi dictum dui in nisi. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Maecenas in pede a dolor condimentum mattis. Etiam malesuada. Curabitur ut nisl eget nulla pretium placerat. Nulla id justo. Praesent lacus leo, condimentum in, imperdiet a, faucibus eget, quam. Curabitur fringilla vulputate sapien. Pellentesque tristique quam at odio. Etiam in ante nec nisl fringilla scelerisque. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

tekst i foto Jan Kowalczyk



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

torba papierowa

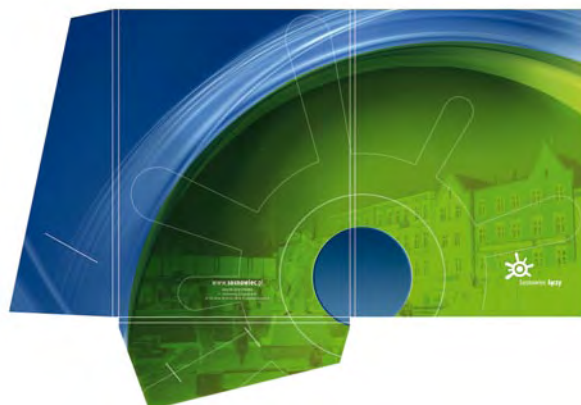




SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

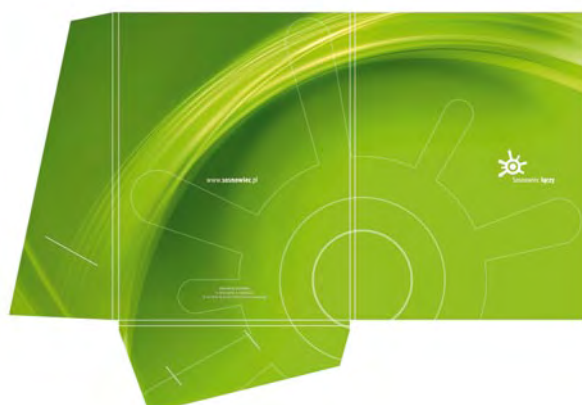
teczka A4

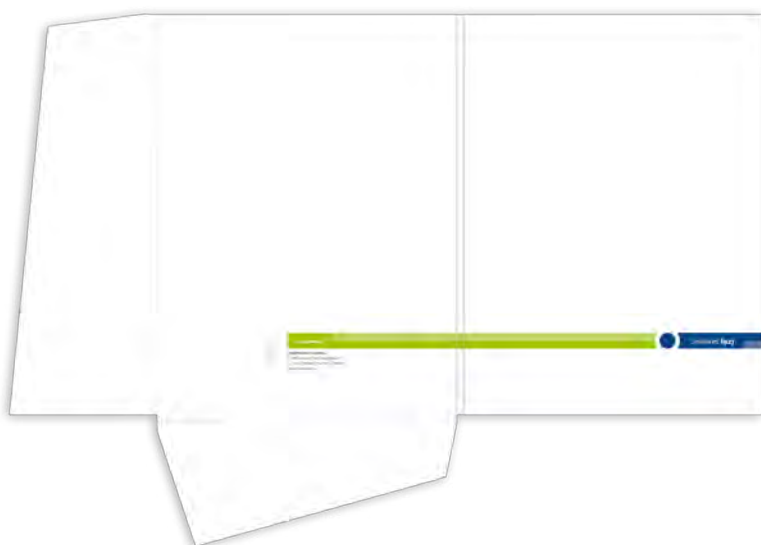


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

teczka A4





SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

opakowanie CD



okładka do pudetka CD



naklejka na CD



koperta na CD

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

clipboard, przód





SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

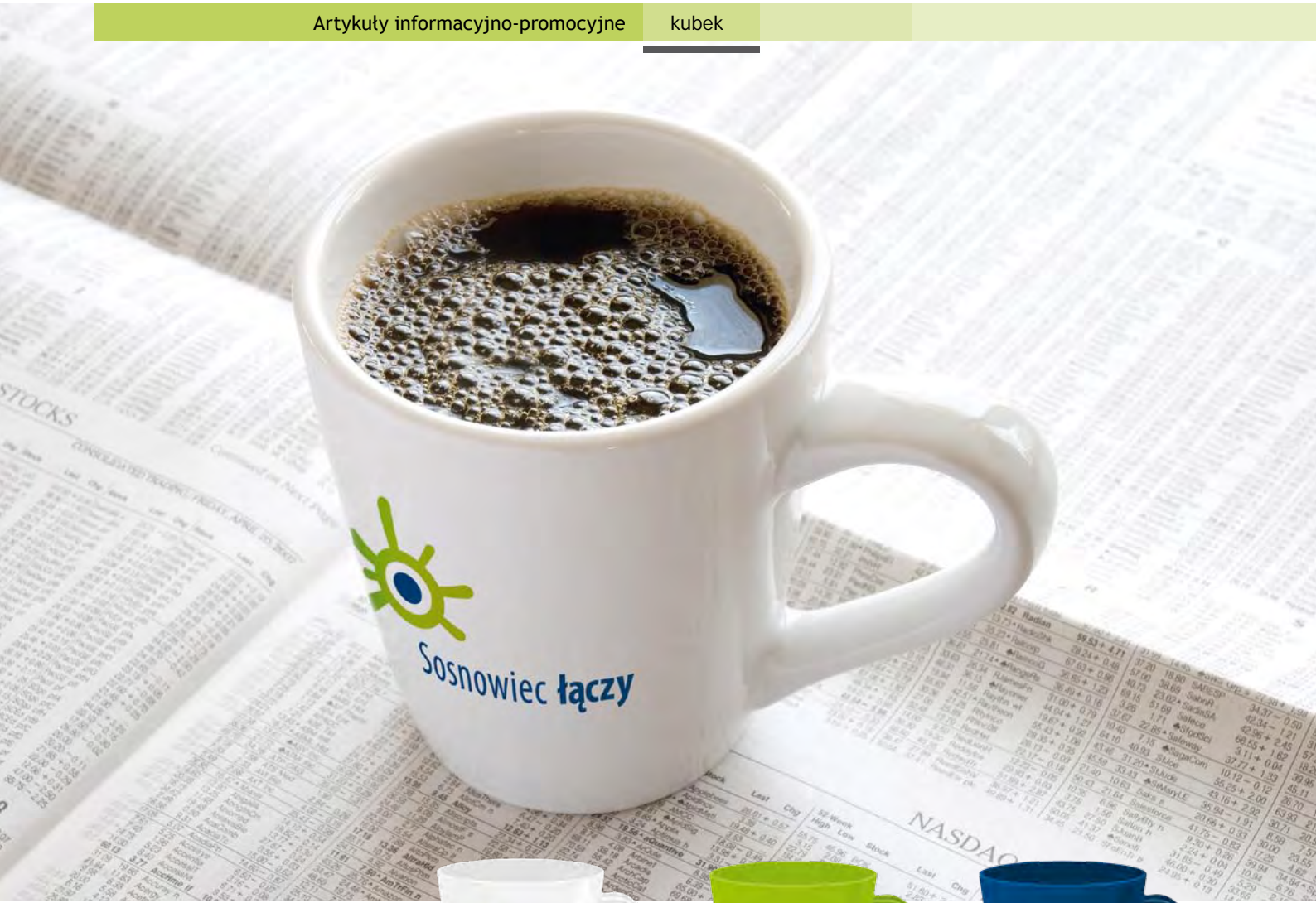
T-shirt



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

kubek





SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

filiżanka



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

opakowanie na krówkę



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

smycz



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

długopis



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

ołówek





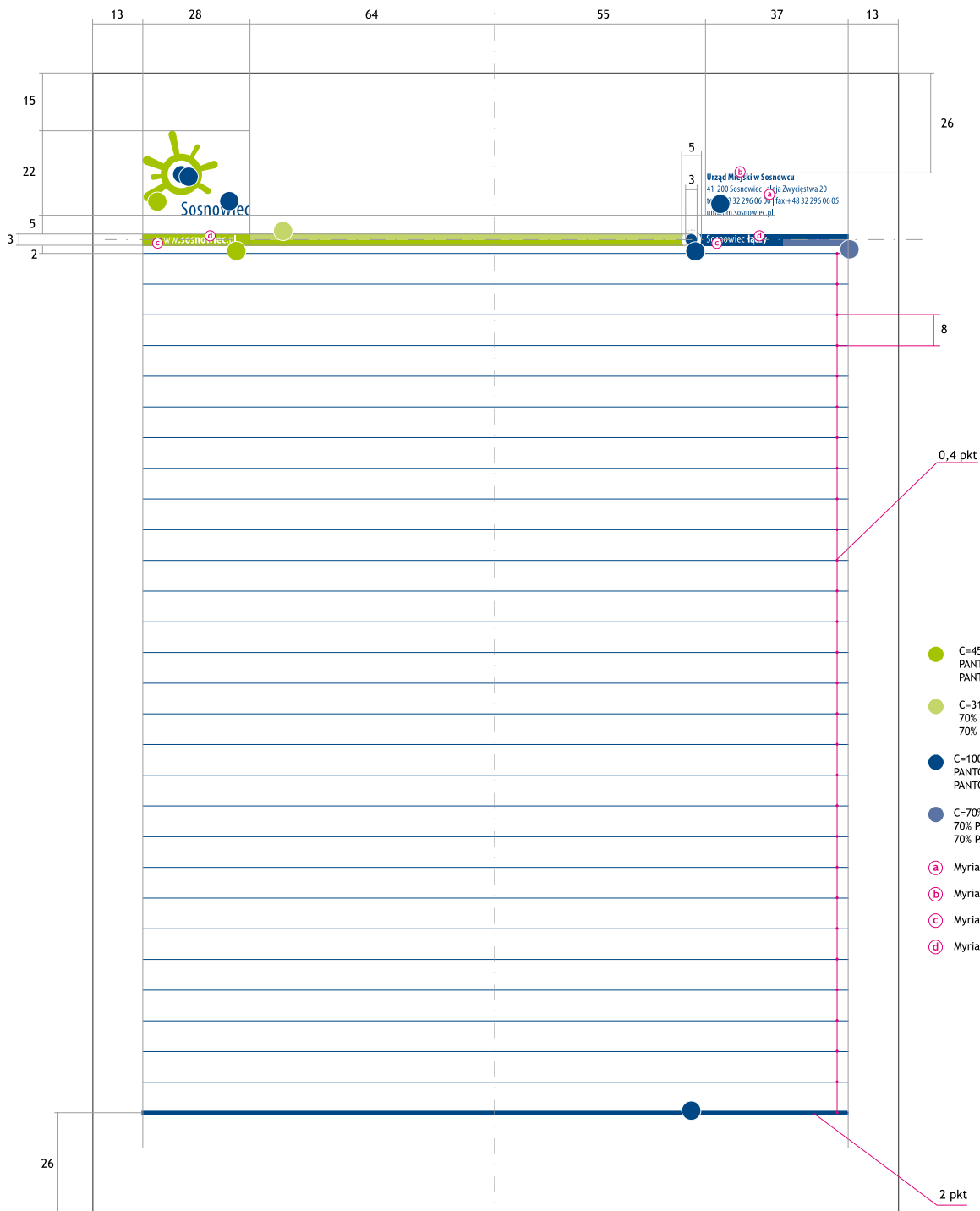


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

notes

A4 210 x 297 mm, 2 kolory



- C=45% M=0% Y=100% K=0%  
PANTONE 382 U dla niepowlekanych  
PANTONE 376 C dla powlekanych
- C=31% M=0% Y=70% K=0%  
70% PANTONE 382 U dla niepowlekanych  
70% PANTONE 376 C dla powlekanych
- C=100% M=75% Y=15% K=5%  
PANTONE 2945 U dla niepowlekanych  
PANTONE 295 C dla powlekanych
- C=70% M=52% Y=10% K=4%  
70% PANTONE 2945 U dla niepowlekanych  
70% PANTONE 295 C dla powlekanych
- Ⓐ Myriad Pro Condensed 7/9 pkt
- Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt
- Ⓒ Myriad Pro Condensed 9 pkt
- Ⓓ Myriad Pro Condensed Bold 9 pkt

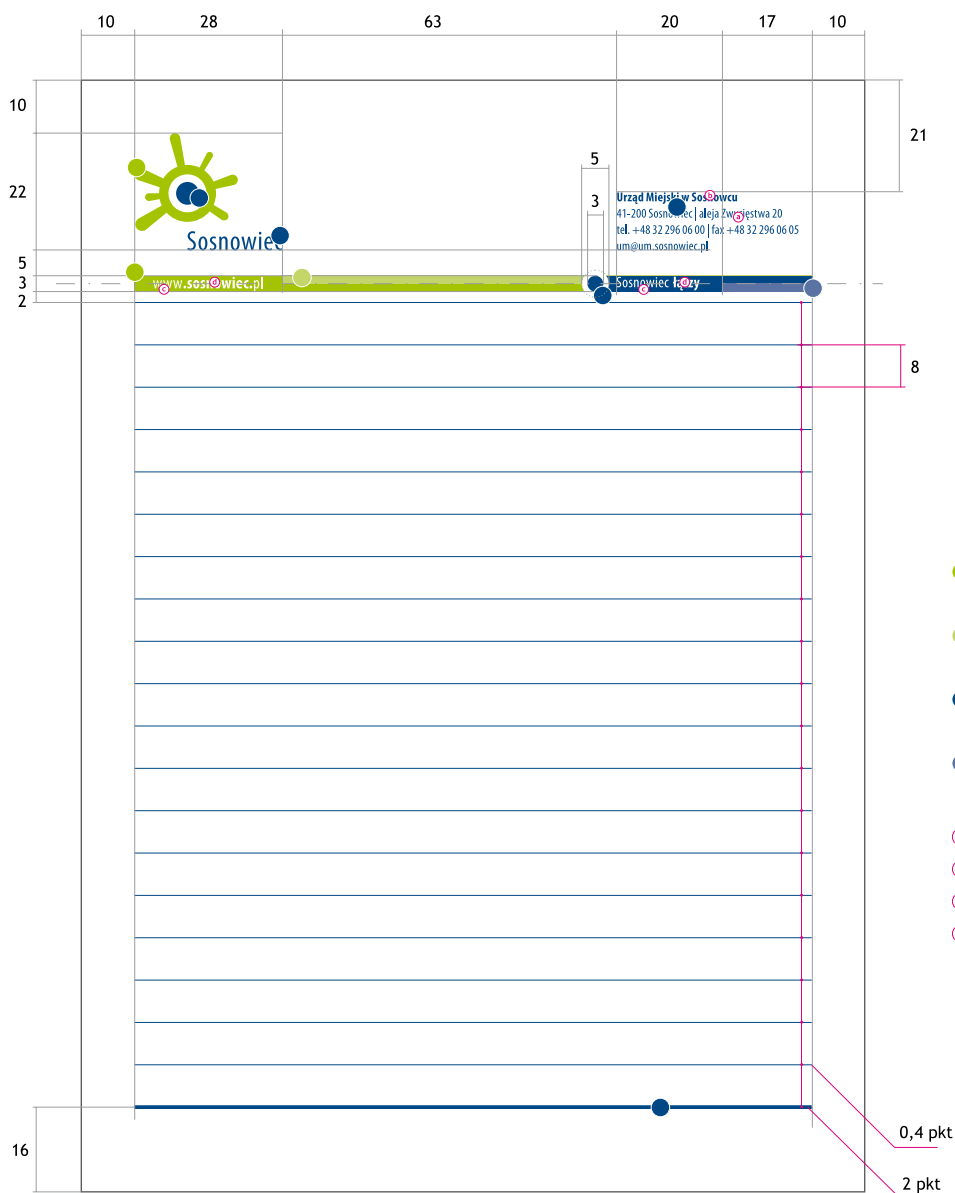


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

notes

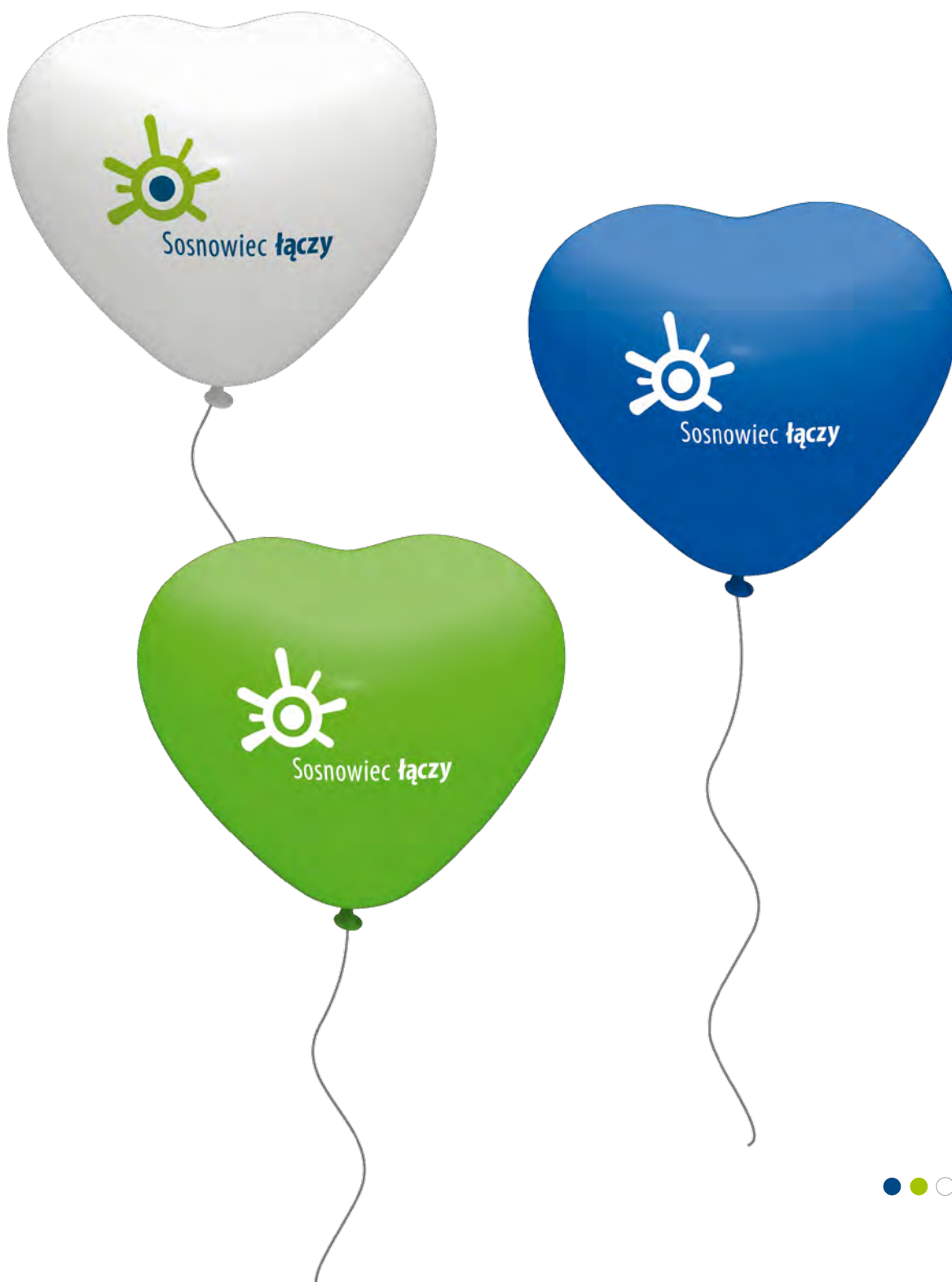
A5 148 x 210 mm, 2 kolory





przód

tył



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

balon

stacjonarny

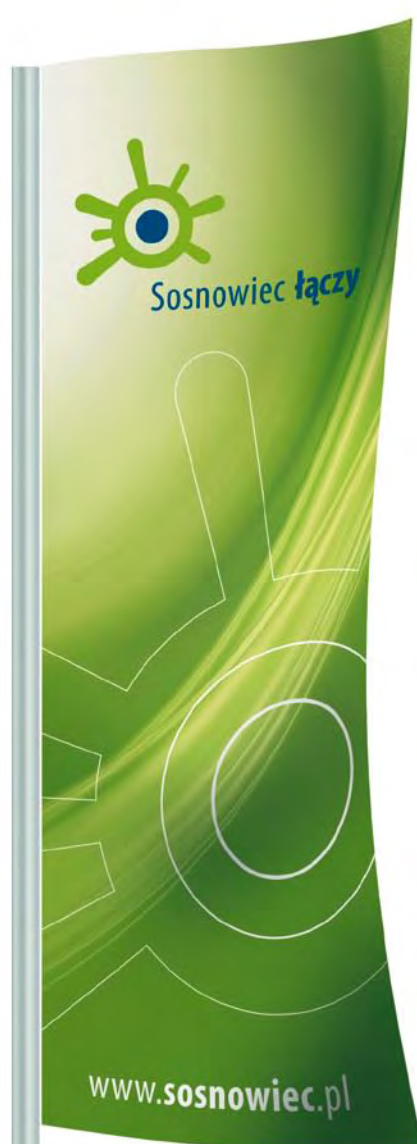


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

namiot







SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

flaga

pozioma







SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

baner

poziomy



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły informacyjno-promocyjne

baner

pionowy





Upominki i pamiątki o charakterze ekskluzywnym powinny cechować się nowoczesnym wzornictwem i wysoką jakością wykonania.

- > pióro > 85
- > teczka skóropodobna > 86
- > pendrive > 87

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne prestiżowe

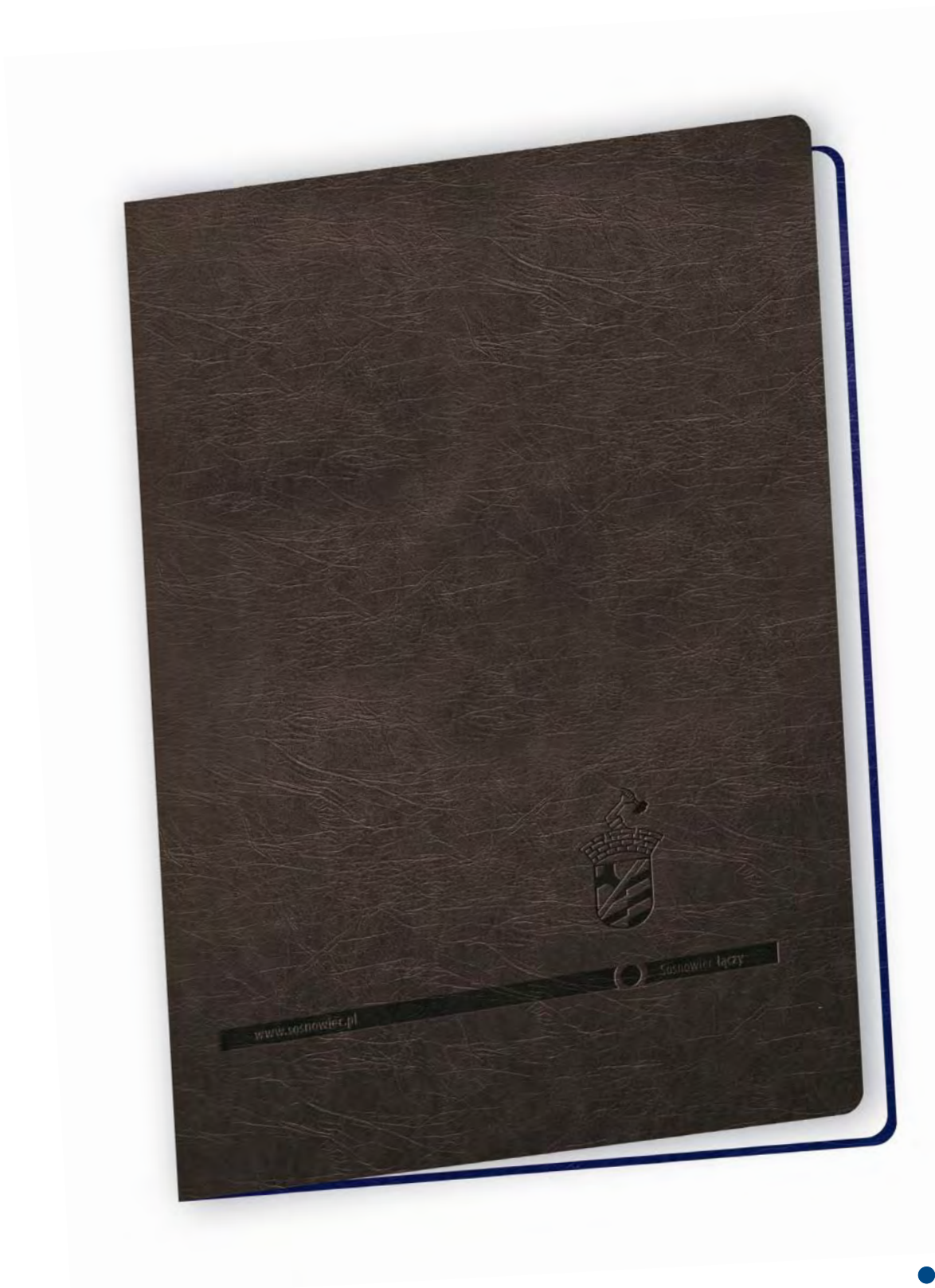
pióro /grawerowane/



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne prestiżowe

teczka skóropodobna A4



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne prestiżowe

pendrive





Ze względu na rosnącą świadomość o potrzebie ochrony środowiska naturalnego, intensywnie budowaną w ramach programów m.in. Unii Europejskiej, zalecane jest uwzględnienie materiałów ekologicznych w Systemie Identyfikacji Wizualnej. Rozpowszechnianie takich materiałów przyczynia się do propagowania idei ochrony środowiska oraz do promocji miasta jako **zielonego Sosnowca**.

- > torba z papieru > 89
- > torba z materiału > 90
- > długopis > 91
- > linijka > 92
- > brelok > 93
- > frisbee > 94
- > yo-yo > 95





SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne ekologiczne

torba z materiału



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne ekologiczne

długopis z tworzywa biodegradowalnego



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne ekologiczne

linijka z tworzywa biodegradowalnego



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne ekologiczne

brelok z tworzywa biodegradowalnego



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne ekologiczne

frisbee z tworzywa biodegradowalnego



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Artykuły promocyjne ekologiczne

yo-yo z tworzywa biodegradowalnego





Prezentowane projekty mają na celu zobrazowanie idei, wokół której powinny być budowane materiały wykorzystywane na nośnikach wielkoformatowych. Żywa kolorystyka pokrywa się z paletą barw marki Sosnowiec. Bohaterowie to ludzie młodzi, energiczni, o otwartych umysłach, które mogą się łączyć aby stymulować rozwój. Logo symbolizujące markę pełni funkcję łącznika – łączy ludzi na plakacie. W wymiarze metaforycznym znak łączy idee i inicjatywy. Nowoczesna estetyka projektów wpisuje się w ducha miejskiej marki – **SOSNOSfery**.

Należy wziąć pod uwagę fakt, że opracowanie materiałów reklamowych na użytek kampanii powinno ściśle odzwierciedlać założenia zawarte w briefie kreatywnym. Poniższe przykłady można traktować jako element wizerunkowy marki Sosnowiec, który może zostać zmodyfikowany zgodnie z wytycznymi *Księgi Identyfikacji Wizualnej* i opatrzone odpowiednim copy zależnie od celów kampanii.

- > billboard > 97
- > citylight > 98
- > roll-up > 99
- > ogłoszenie prasowe > 101
- > reklama prasowa > 103



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Elementy wizualne kampanii promocyjnych

billboard



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Elementy wizualne kampanii promocyjnych

citylight



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Elementy wizualne kampanii promocyjnych

roll-up



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Elementy wizualne kampanii promocyjnych

roll-up







**PREZYDENT MIASTA SOSNOWIEC**  
**ogłasza konkurs na udzielanie świadczeń zdrowotnych**  
**dla mieszkańców Sosnowca z zakresu przeciwdziałania**  
**narkomanii w latach 2008-2010**

Na podstawie § 1 Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 1 lipca 2005 r. w sprawie szczegółowych warunków przekazywania samodzielnym zakładom opieki zdrowotnej środków publicznych na realizację programów zdrowotnych i programu *Zintegrowane Ratownictwo Medyczne* (Dz. U. Nr 131, poz. 1099) na realizację programu przeciwdziałania narkomanii w Sosnowcu w latach 2008-2010.


Informacje o warunkach konkursu na stronie internetowej [www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl) oraz w Urzędzie Miejskim w Sosnowcu.

[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)

**Urząd Miejski w Sosnowcu**  
 -200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
 tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
 um@um.sosnowiec.pl

● C=0% M=0% Y=0% K=100%

● C=0% M=0% Y=0% K=40%

 kolorystyka herbu opisana na str. 21

(a) NAGÓWEK: Myriad Pro Condensed Bold 13/16pkt

(b) TEKST ZASADNICZY: Myriad Pro Regular 10/13 pkt

(c) TEKST STOPKI: Myriad Pro Regular 7/9 pkt

(d) Myriad Pro Condensed Bold 7/9 pkt

(e) Myriad Pro Condensed 8 pkt

(f) Myriad Pro Condensed Bold 8 pkt



# Sosnowiec. Warto się pokazać.



## Sosnowiec łączy dla rozwoju

Postęp w nauce, kulturze czy biznesie nie miałby szans bez wymiany idei, pomysłów i opinii. Taką wymianą poglądów i doświadczeń wzbogaca zarówno pojedyncze jednostki jak i całe przedsiębiorstwa, pozwalają im się rozwijać. Aby umożliwić ten wzrost, Sosnowiec przygotował specjalną ofertę targową. Nowoczesne centrum wystawiennicze Expo Silesia przyciąga setki przedsiębiorców z całej Europy. To tysiące pomysłów i świeżych spojrzeń na różne problemy. Zaplecze konferencyjne stanowi bazę spotkań i dyskusji. Targi to idealna okazja, aby zademonstrować co potrafisz. To też doskonała baza informacji i morze kontaktów.

W Sosnowcu warto się pokazać.  
Wejdź na [www.sosnowiec.pl/targi](http://www.sosnowiec.pl/targi)



**PAŹDZIERNIKA**  
 eczyże RPP w sprawie stóp procentowych  
 GUS publikuje dane o wyniskach finansowych towarzystwach i funduszy inwestycyjnych za trzy kwartały.  
 Wrocław: targi kooperacyjne Wroclawskie Spotkania Biznesu WBM 2008.  
 USA – decyzja Fedu w sprawie stóp procentowych  
 USA – dane o zamówieniach detar Inwalidów we wrześniu  
 Węgry – dane o zatrudnieniu i bezrobociu we wrześniu  
 Japonia – dane o produkcji i eksporcie sil w wrześniu  
 Firmy: Virtualvision – ostatni dzień wykonania prawa poboru akcji serii D, RP – publikacja raportu za III kw. Karen Notebook – NWZA.

**30 PAŹDZIERNIKA**  
 USA – dane wstępne o poziomie PKB w III kwartale  
 Strefa euro – publikacja indeksu nastrojów konsumentów i indeksu nastrojów biznesu w październiku.  
 Niemcy – dane z rynku pracy w październiku.  
 Francja – stopa bezrobocia w październiku.

**31 PAŹDZIERNIKA**  
 GUS – publikacja danych o bilansowych wynikach finansowych podmiotów gospodarczych za 2007 r.  
 Strefa euro – stopa bezrobocia we wrześniu, dane wstępne o poziomie inflacji w październiku.  
 Włochy – dane o poziomie inflacji CPI w październiku.  
 Firmy: Bytom – ostatni dzień flacji CPI w ramach wykonania zapisów w ramach wykonywania prawa poboru; Enea – pierwszy dzień budowy księgi popytu wśród inwestorów indywidualnych oraz ostatni dzień przyjmowania zapisów w transzy inwestorów detalicznych; Jago – NWZA w sprawie emisji akcji serii D; Żywiec – NWZA w sprawie programu skupu akcji własnych.

**3 LISTOPADA**  
 Turcja – dane o inflacji CPI w październiku.  
 USA – wydatki na konstrukcje budowlane we wrześniu.  
 Firmy: Enea – zakończenie przyjmowania deklaracji nabycia w transzy dla instytucji.

**4 LISTOPADA**  
 USA – wybory prezydenckie.  
 Niemcy – dane o handlu detalicznym we wrześniu.  
 Niemcy – dane o poziomie inflacji w październiku.





Materiały ofertowe dla inwestorów powinny cechować się stonowanym projektem graficznym oraz wysoką jakością wykonania. Należy unikać ekstrawagancji oraz opierania koncepcji graficznej (budowy komunikatu) na motywach typowo polskich. Materiały powinny być jednakowo interpretowane przez przedstawicieli różnych kultur.

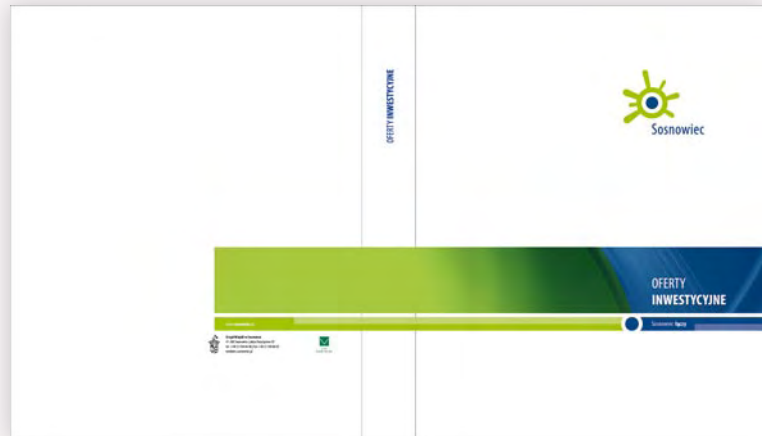
- > segregator > 105
- > teczka > 106
- > mapa > 107
- > oferta inwestycyjna > 108
- > poradnik inwestora > 111



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Materiały informacyjne dla inwestorów

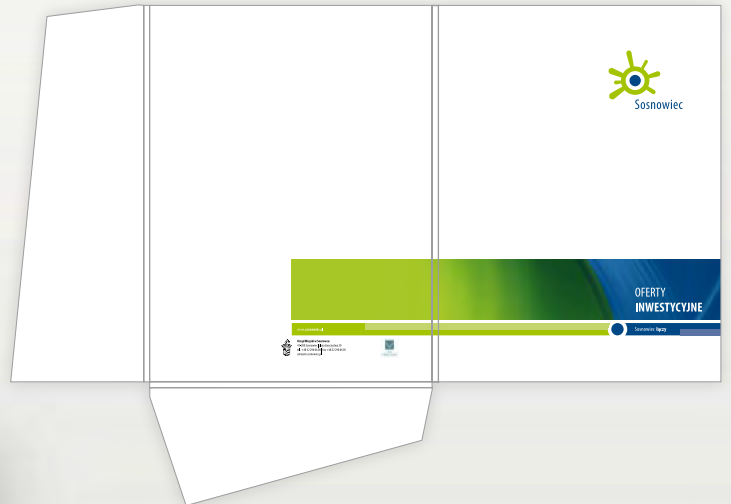
segregator A4

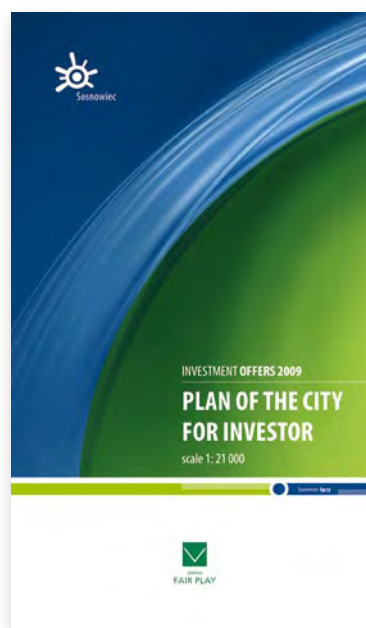


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Materiały informacyjne dla inwestorów

teczka A4





SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Materiały informacyjne dla inwestorów

oferta inwestycyjna

okładka





## OFERTA INWESTYCYJNA

USŁUGI	rejon ul. 3-go Maja
<b>LOKALIZACJA</b>	teren ofertowy położony w centrum miasta w pobliżu dworca kolejowego Sosnowiec Główny
<b>POWIERZCHNIA</b>	9281 m <sup>2</sup>
<b>ILOŚĆ DZIAŁEK</b>	działka oznaczona geodezyjnie nr 10/150, karta mapy 73 obręb Sosnowiec
<b>SYTUACJA PRAWNA</b>	właściciel - Skarb Państwa, wieczysty użytkownik Gmina Sosnowiec Księga wieczysta KW 50 629
<b>FORMA ZBYCIA</b>	sprzedaż w drodze pisemnego przetargu nieograniczonego /przetarg 25 listopad 2008 r./
<b>CENA</b>	cena wywoławcza: 4.640.500,00 zł netto
<b>PRZEZNACZENIE WEDŁUG PLANU PRZESTRZENNEGO ZAGOSPODAROWANIA</b>	teren usług centrotwórczych, w tym wielkopowierzchniowe obiekty handlowe
<b>ISTNIEJĄCE UZBROJENIE</b>	kable teletechniczne typu TKD i TKM, kable światłowodowe, kable energetyczne SN i NN, kabel SRK , a także urządzenia związane z tymi urządzeniami; dostęp do energii elektroenergetycznej, wody, kanalizacji sanitarnej i systemu radiodostępu NETII -Telkom S.A
<b>STAN ZAGOSPODAROWANIA</b>	skwerek z zielenią , schron

MAPA


[www.sosnowiec.pl](http://www.sosnowiec.pl)


Urząd Miejski w Sosnowcu  
41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 04 09 | fax +48 32 296 06 05  
wrz.rozwoj@um.sosnowiec.pl

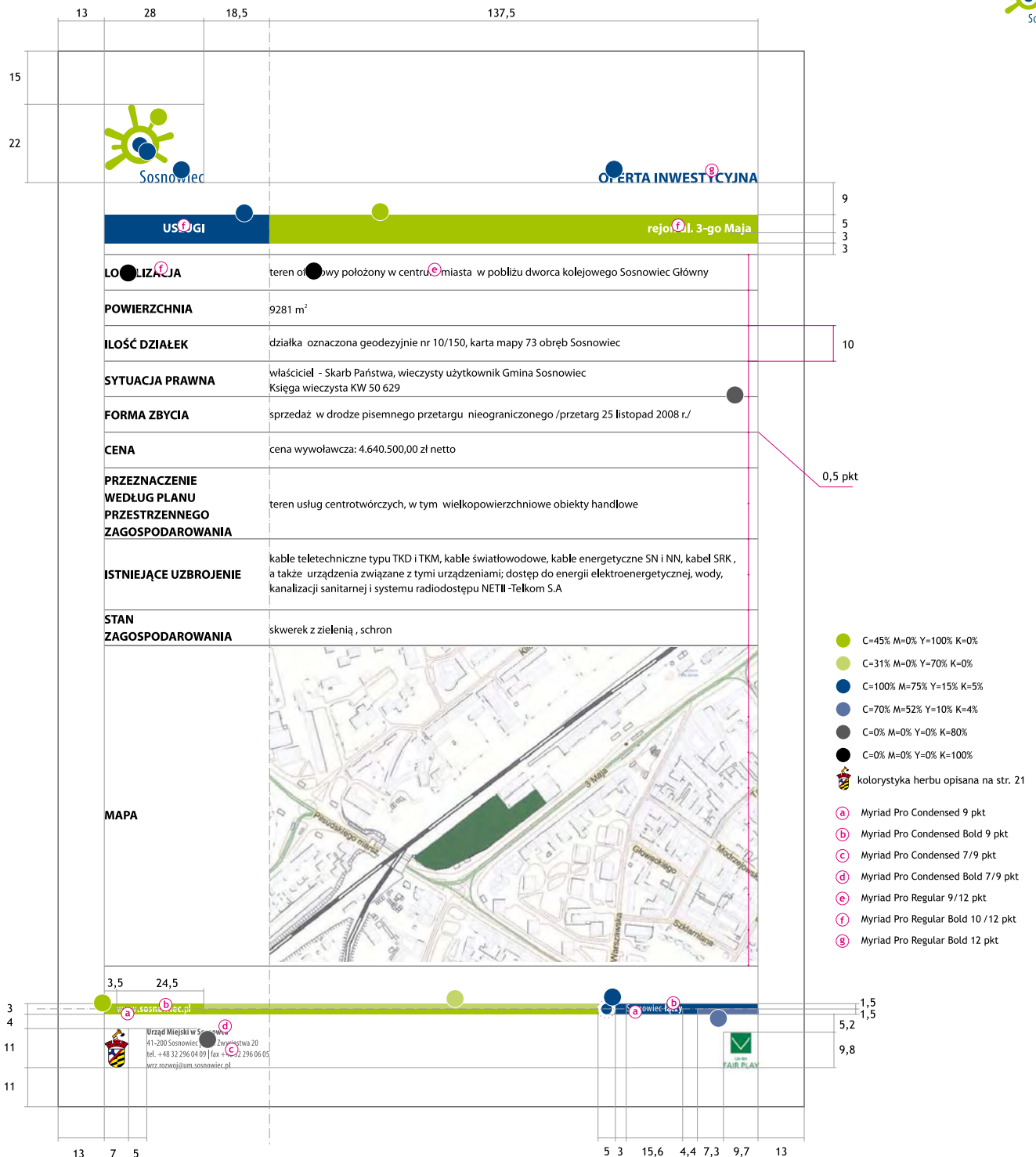


SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Materiały informacyjne dla inwestorów

oferta inwestycyjna

szablon A4





okładka A4



okładka A5







Oznaczenia powinny być proste i czytelne, a jednocześnie nawiązujące stylistyką do pozostałych elementów identyfikacji wizualnej marki poprzez np. zestawienia kolorystyczne lub kroje czcionek.

- > tablica orientacyjna > 114
- > tablica kierunkowa duża > 115
- > tablica kierunkowa mała > 116
- > tablica informacyjna > 117
- > tabliczka informacyjna mała > 118
- > elementy transparentne > 120
- > identyfikator > 121

## ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia wewnątrz budynków

tablica orientacyjna

**URZĄD MIEJSKI**

**0 parter**

Biuro Informacji	7
Biuro Funduszy Europejskich	7
Audyt Wewnętrzny	10
Władze Miasta	15
Wydział Organizacji	16
Wydział Finansowy	20
Wydział Architektury	25
Wydział Promocji i Rozwoju	26

**1 piętro**

Wydział Gospodarki Nieruchomościami	29
Wydział Gospodarki Komunalnej	30
Wydział Inwestycji i Nadzoru	32
Wydział Gospodarczy	34
Wydział Oświaty	36
Wydział Spraw Lokalnych	37
Wydział Spraw Obywatelskich	40
Wydział Kultury i Sportu	47

**2 piętro**

Wydział Obrony Cywilnej	54
Biuro Zamówień Publicznych	60
Urząd Stanu Cywilnego	80
Zespół Radców Prawnych	81
Straż Miejska	83
Biuro Rady Miasta	86
Biuro Kontroli	90
Miejska Pracownia Urbanistyczna	92

- C=45% M=0% Y=100% K=0%
- C=100% M=75% Y=15% K=5%
- C=0% M=0% Y=0% K=50%
- C=0% M=0% Y=0% K=100%

- Ⓐ Myriad Pro Condensed
- Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold
- Ⓒ Myriad Pro Regular Bold
- 🛡️ kolorystyka herbu opisana na str. 21



● C=45% M=0% Y=100% K=0%

● C=100% M=75% Y=15% K=5%

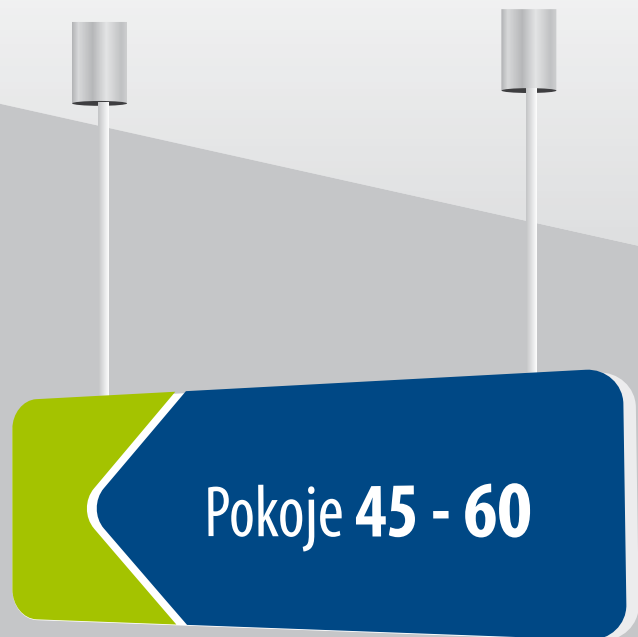
Ⓐ Myriad Pro Condensed

Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold

ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia wewnątrz budynków

tablica kierunkowa mała



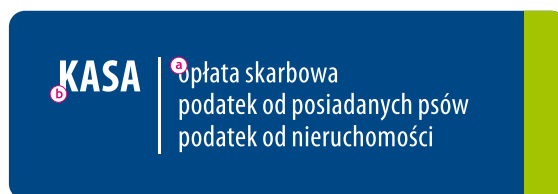
● C=45% M=0% Y=100% K=0%  
● C=100% M=75% Y=15% K=5%

Ⓐ Myriad Pro Condensed  
Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold

## ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia wewnątrz budynków

tablica informacyjna



● C=45% M=0% Y=100% K=0%

● C=100% M=75% Y=15% K=5%

Ⓐ Myriad Pro Condensed

Ⓑ Myriad Pro Condensed Bold





- C=45% M=0% Y=100% K=0%
- C=31% M=0% Y=70% K=0%
- C=100% M=75% Y=15% K=5%
- C=70% M=52% Y=10% K=4%
- C=0% M=0% Y=0% K=100%

- ⓐ Myriad Pro Condensed Bold
- ⓑ Myriad Pro Condensed
- ⓒ Myriad Pro Condensed Italic

ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia wewnątrz budynków

elementy transparentne





ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia wewnątrz budynków

identyfikator 90 x 60 mm



ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia wewnątrz budynków

identyfikator 90 x 60 mm



- C=45% M=0% Y=100% K=0%
- C=31% M=0% Y=70% K=0%
- C=100% M=75% Y=15% K=5%
- C=70% M=52% Y=10% K=4%
- C=0% M=0% Y=0% K=100%

- Ⓐ Myriad Pro Condensed Bold 19 pkt
- Ⓑ Myriad Pro Condensed Italic 10 pkt
- Ⓒ Myriad Pro Condensed Bold 9 pkt



Oznaczenia powinny być proste i czytelne, a jednocześnie nawiązujące stylistyką do pozostałych elementów identyfikacji wizualnej marki poprzez np. zestawienia kolorystyczne lub kroje czcionek.

- > szyld informacyjny > 124
- > pylony przydrożne > 125
- > pylon wjazdowy > 126
- > pylony informacyjne > 128
- > infokiosk > 129
- > serwis internetowy > 131

ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

szyld informacyjny



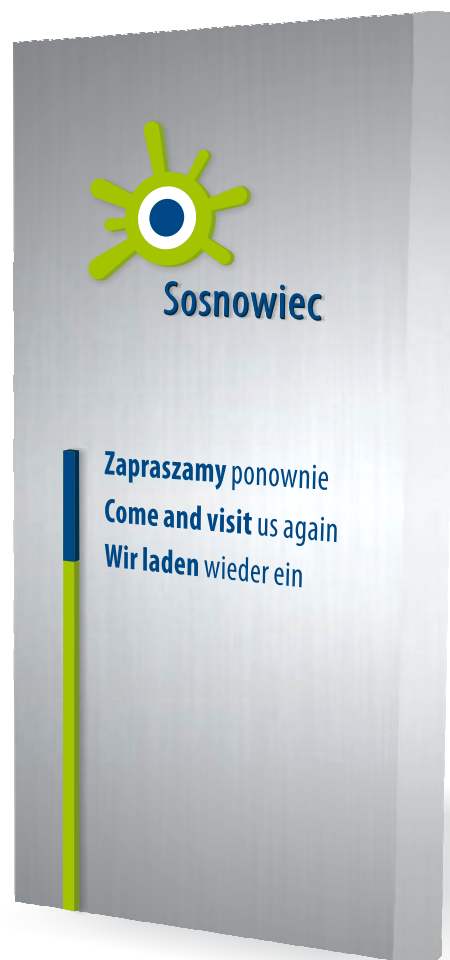
ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

pylony przydrożne



pylon wjazdowy



pylon wyjazdowy

ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

pylon wjazdowy



ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

pylon wjazdowy



ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

pylony informacyjne





ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

infokiosk



ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

infokiosk



## ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

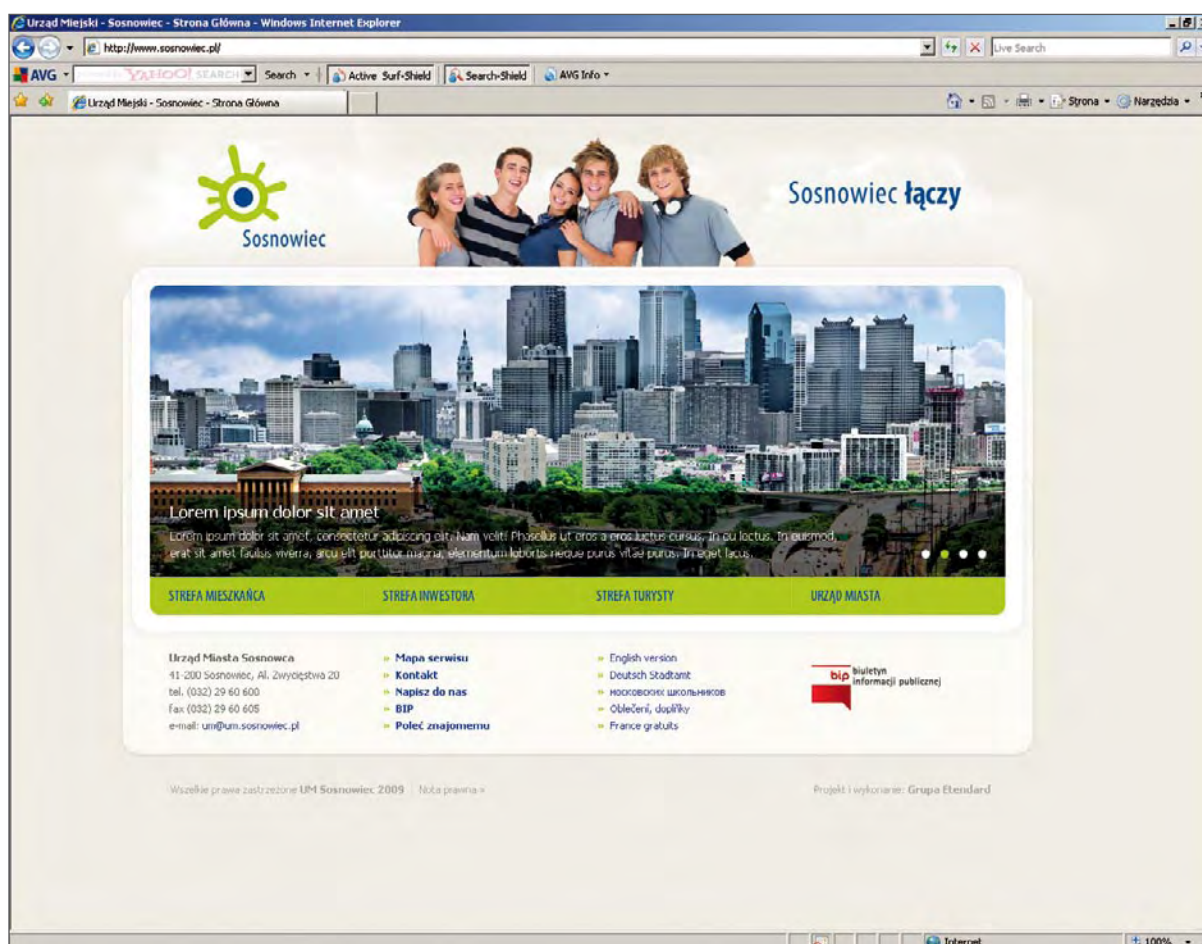
Oznaczenia zewnętrzne

serwis internetowy

strona główna



Serwis internetowy powinien stawiać na funkcjonalność, przejrzystość oraz intuicyjną nawigację. Najważniejsze działy powinny być łatwo dostępne z poziomu strony głównej, a bieżące informacje stanowić pierwszy plan kompozycji. Elementem wizerunkowym jest górny banner, który wzbogacony animacją, nadaje stronie nowoczesny charakter. Kolorystyka serwisu koresponduje bezpośrednio z paletą barw marki Sosnowiec, dzięki czemu jest on spójny z pozostałymi elementami systemu identyfikacji wizualnej miasta.



## ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ

Oznaczenia zewnętrzne

serwis internetowy

podstrona



Urząd Miejski - Sosnowiec - Strona Główna - Windows Internet Explorer

http://www.sosnowiec.pl

Urząd Miejski - Sosnowiec - Strona Główna

Witamy... 10 lutego 2009 r. | zmiana czcionki: A A A | powiadomienia

KSS Home Mapa strony Kontakt

PL EN DE IT RU CZ

**Sosnowiec łączy**

STREFA MIESZKAŃCA STREFA INWESTORA STREFA TURYSTY URZĄD MIASTA

Wyszukaj

Władze miasta  
Rada Miasta  
Prawo lokalne  
Obwieszczenia  
Pałanoty Prezydenta  
Strategia Rozwoju Miasta  
Raport o Stanie Miasta  
Program Opieki nad Zabytkami

**NA SKRÓTY:**

- Rouffady iandy
- Górnia zdygł
- Prywta lokalne
- Obwieszczenia
- Pałanoty Prezydenta

**DOKŁADNY PLAN MIASTA**

**AKTUALNE WYDARZENIA**

**SONDA:**

Dostajesz zaproszenie na bal przebierańców:

- wyznaję się z uczestniczenia
- kupuję drobne akcesoria do ciepłowego przebrania
- kompletniejsz samodzielnie naly strój
- wypytuję kodym

**Wiadomości ONIA**

Otwarcie nowego parku

Herb miasta składa się z dwóch części - torczy heraldycznej i zwierzęcej. Torczy podłożona jest na połowiej linii ukośnej koloru czerwonego.

2009-02-11 | kategoria: rozrywka

**POZOSTAŁE WIADOMOŚCI**

**XIV Halowe Mistrzostwa Zagłębia im. Włodzimierza Mazura**  
2009-02-11 | kategoria: sport | czytaj dalej

**Nowe propozycje w KANIE**  
2009-02-11 | kategoria: rozrywka | czytaj dalej

**"Kolorowe Marzenia" dla wszystkich**  
2009-02-11 | kategoria: kultura | czytaj dalej

**Bienna City zaprasza**  
2009-02-11 | kategoria: imprezy | czytaj dalej

**XIV Halowe Mistrzostwa Zagłębia im. Włodzimierza Mazura**  
2009-02-11 | kategoria: sport | czytaj dalej

**Nowe propozycje w KANIE**  
2009-02-11 | kategoria: rozrywka | czytaj dalej

**"Kolorowe Marzenia" dla wszystkich**  
2009-02-11 | kategoria: kultura | czytaj dalej

**ZOBACZ ARCHIWUM**

**expoSilesia**  
26 - 28 marca 2009 r.  
TARGI REHABILITACJI  
REHEDIKA

**KALENDARIUM**

Październik 2009

PO	WT	ŚR	CZ	PI	SO	NI
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Poprzedni Następny

**NAJBLIŻSZE WYDARZENIA**

**Spotkanie z Romanem Pawlakiem**  
2009-02-09 | więcej

Droga ekspresowa, która ma połączyć Trójmiasto z Łąbkami, ma skrócić przejazd na tym odcinku, a także zmniejszyć korki na drodze krajowej nr 6 - główna w Trum. Dalej

**Gotowanie w AfreeKANIE!**  
2009-02-09 | więcej

**Galeria Extravagance zaprasza**  
2009-02-09 | więcej

**Dyplomowski Konkurs Recyklaterski**  
2009-02-09 | więcej

**Poplenerowe spotkania**  
2009-02-09 | więcej

**Kino Helios zaprasza**  
2009-02-09 | więcej

**POZOSTAŁE WYDARZENIA**

Wzrostka prawna teststrzoda LM Sosnowiec 2009 | Nota prawna

Projekt i wykonanie: Grupa Estandard

Internet 100%



Jeżeli są Państwo zainteresowani uzyskaniem dodatkowych informacji na temat marki Sosnowiec zachęcamy do skorzystania z poniższych danych teleadresowych:

**URZĄD MIEJSKI W SOSNOWCU**

41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20  
tel. +48 32 296 06 00 | fax +48 32 296 06 05  
www.sosnowiec.pl  
e-mail: um@um.sosnowiec.pl


**WYDZIAŁ INFORMACJI I PROMOCJI MIASTA**

41-200 Sosnowiec | aleja Zwycięstwa 20 | pok. 203  
tel. +48 32 296 06 94 | fax +48 32 296 06 16  
e-mail: um@um.sosnowiec.pl

---

**DOKUMENTY DO POBRANIA**

- > *Strategię Promocji Miasta na lata 2008-2011* można pobrać pod adresem:  
<http://www.sosnowiec.pl/default.aspx?docId=17061>



SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ ORAZ ELEMENTY SYSTEMU INFORMACJI MIEJSKIEJ  
zostały opracowane przez Agencję Reklamową GRAFFITI



Chorzów 41-506, ul. Armii Krajowej 9A  
tel. +48 32 349 80 50 | fax +48 32 247 36 30 | [agencja@graffiti.katowice.pl](mailto:agencja@graffiti.katowice.pl)  
[www.graffiti.katowice.pl](http://www.graffiti.katowice.pl)

