



**Dolina
Pilicy**
zwolnij bieg

DOLINA PILICY

SYSTEM
IDENTYFIKACJI
WIZUALNEJ

1. Dolina Pilicy – standaryzacja logo	3	5.7. Plakat	33
1.1. Wersja podstawowa logo	4	5.8. Reklama prasowa kolorowa	34
1.2. Warianty logo	5	5.9. Stosowanie logo z innymi znakami	35
1.3. Konstrukcja logo	6	5.10. Teczka promocyjna	36
1.4. Wersja monochromatyczna i achromatyczna logo	7	5.11. Torby reklamowe	37
1.5. Pole ochronne logo	8	5.12. Identyfikator ze smyczą	38
1.6. Wielkość minimalna znaku	9	5.13. Billboard	39
1.7. Zasady umieszczania znaku na płaszczyźnie	10	5.14. Przykłady kompozycji bannerów reklamowych	41
1.8. Czego nie można robić z logo	11	5.15. Stosowanie logo na produktach lokalnych	42
2. Typografia	12	6. Upominki masowe	43
2.1. Krój podstawowy	13	6.1. Długopis	44
2.2. Krój pomocniczy	14	6.2. Brełoki	45
2.3. Krój specjalny	15	6.3. Koszulki	46
3. Kolorystyka	16	6.4. Czapki	47
3.1. Specyfikacja kolorów wzorcowych	17	7. Materiały wystawiennicze	48
3.2. Specyfikacja kolorów uzupełniających	18	7.1. Rollup	49
4. Galanteria biurowa	19	7.2. Ścianki ekspozycyjne	50
4.1. Wizytówka imienna	20	7.3. Namiot	51
4.2. Papier listowy	21	7.4. Flagi	52
4.3. Notatka ze spotkania	22	8. Oznakowanie architektoniczne	53
4.4. Koperty	23	8.1. Dojazdowe tablice kierunkowe	54
5. Materiały promocyjne	24	8.2. Tablica informacyjna zbiorcza	55
5.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout	25	9. Multimedia	56
5.2. Ulotka promocyjna ogólna	28	9.1. Szablon strony głównej	57
5.3. Ulotka produktowa	29	9.2. Szablon zakładki	58
5.4. Ulotka produktowa – dodatkowe układy	30	9.3. Stopka mailowa	59
5.5. Folder	31	9.4. Szablon prezentacji promocyjnej Power Point	60
5.6. Folder – dodatkowe układy	32		



1. Dolina Pilicy – standaryzacja logo

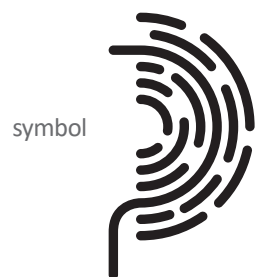
1.1. Wersja podstawowa logo

Logo Doliny Pilicy jest jednym z podstawowych narzędzi służących do komunikacji marki, jak i budowy jej wizerunku. Z tego względu należy dbać o umieszczenie logo wg zasad opisanych w niniejszym Systemie Identyfikacji Wizualnej.

Jest to forma graficzna logo przeznaczona do umieszczania na materiałach umożliwiających oddanie właściwej kolorystyki i jakości logo.

Należy dokładać wszelkich starań, aby logo było prezentowane w podstawowej kolorystyce w podstawowym układzie konstrukcyjnym.

Logo Doliny Pilicy składa się ze znaku, nazwy marki i sloganu. Dopuszczalne jest użycie logo bez sloganu, zwłaszcza w sytuacji, gdy technika druku lub wielkość nadruku nie gwarantują czytelności sloganu.



symbol

nazwa marki zapisana fontem
Dax PRO Bold

**Dolina
Pilicy**
zwolnij bieg

slogan zapisany fontem
Segeon Print Bold



**Dolina
Pilicy**
zwolnij bieg

1.2. Warianty logo

Logo w poziomie jest podstawową formą, którą należy stosować na wszystkich możliwych elementach. Jeśli powierzchnia jest zbyt wąska, dopuszczalne jest stosowanie pionowego wariantu logo.

Logo Rzecz Pilicka przeznaczone jest do wyróżniania tylko i wyłącznie produktów lokalnych.



Wariant pionowy logo



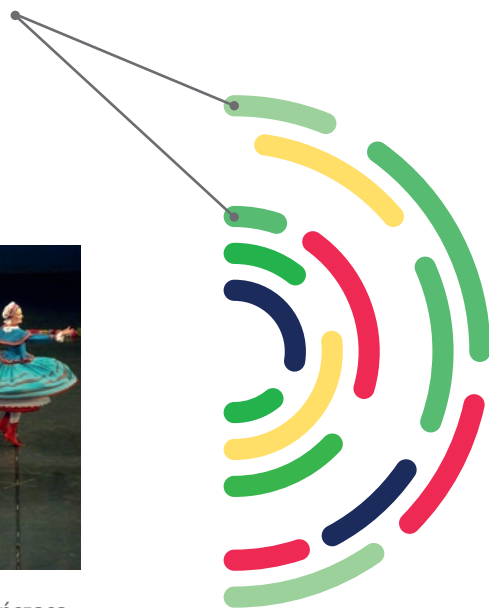
Wariant pionowy logo

1.3. Konstrukcja logo

15 odcinków symbolizujących
15 gmin współpracujących
w regionie Doliny Pilicy.



Znak w całości symbolizuje kobietę tańczącą oberka w ludowym stroju (widok z góry).



D jak Dolina

+



P jak Pilica



Niebieska linia symbolizuje charakterystyczne dla regionu meandry.

1.4. Wersja monochromatyczna i achromatyczna logo

W przypadku druku czarno-białego (jednokolorowego), gwarantującego oddanie założonej skali szarości, przewidziana jest monochromatyczna wersja logo oddająca zróżnicowanie kolorystyczne elementów konstrukcyjnych za pomocą nasycenia. Wersja ta powinna być stosowana w ogłoszeniach jednokolorowych drukowanych w prasie czarno-białej na białym tle.

Wersja achromatyczna przewidziana jest do zastosowań na jednolitym kolorowym tle lub na białym tle w przypadku trudności z zachowaniem założonej skali szarości elementów konstrukcyjnych (np. w gazetach o bardzo słabej jakości druku).

Wersja monochromatyczna



Wersja achromatyczna



Wersja achromatyczna
kontra



1.5. Pole ochronne logo

Obszar minimalny logo stanowi pole ochronne gwarantujące zachowanie integralności logo i zabezpieczające logo przed niekorzystnym wpływem elementów otoczenia.

Obszar minimalny wyznacza margines, jaki powinien oddzielać logo od liter, znaków graficznych, barwnych pól i zdjęć sąsiadujących z logo.

Wielkość pola ochronnego logo Doliny Pilicy wyznaczona jest przez wysokość litery „y” w logotypie.



1.6. Wielkość minimalna znaku

Zdefiniowanie najmniejszej dopuszczalnej wielkości logo gwarantuje czytelność liter zawartych w logotypie oraz chroni elementy konstrukcyjne przed zniekształceniem.

Ważne jest, aby przy umieszczaniu logo na małych powierzchniach pamiętać o zachowaniu nie tylko wielkości minimalnej, ale i minimalnego pola ochronnego (minimalnego obszaru znaku).

Jeżeli w procesie reprodukcji nie jest możliwe uzyskanie prawidłowej czytelności logo przy podanych wielkościach minimalnych, zaleca się zwiększyć proporcjonalnie wielkość, umożliwiając osiągnięcie prawidłowej czytelności.

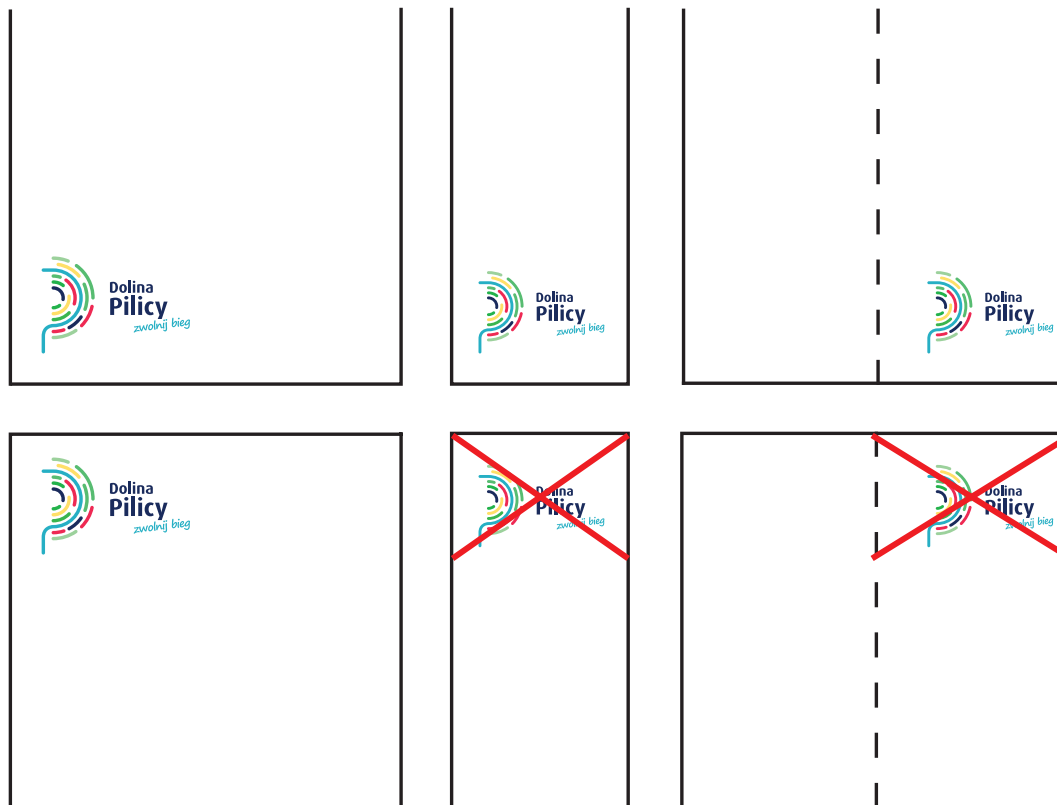
Techniki odwzorowujące				
Offset	30 mm	20 mm	25 mm	15 mm
Tampodruk	80 mm	45 mm	70 mm	35 mm
Haft	60 mm	50 mm	50 mm	45 mm
Folia	60 mm	45 mm	50 mm	35 mm
Grawerowanie	60 mm	45 mm	50 mm	35 mm
Tłoczenie	70 mm	50 mm	60 mm	40 mm
Zastosowanie elektroniczne	150 px	100 px	120 px	80 px

1.7. Zasady umieszczania znaku na płaszczyźnie

W galanterii biurowej (papier firmowy, wizytówka, koperta itp.) logo umieszczamy w prawym lub lewym górnym rogu płaszczyzny, zachowując odstęp od krawędzi o długości co najmniej pola ochronnego. Logo nie powinno być dłuższe od połowy szerokości płaszczyzny.

W materiałach promocyjnych (ulotki, plakaty, ogłoszenia itp.) logo umieszczamy w lewym dolnym rogu płaszczyzny zgodnie z zasadami opisanymi na kolejnych stronach SIW-u.

W sytuacji gdy logo przekracza środek płaszczyzny (np. grzbiet segregatora, okładka teczki), umieszczamy je centralnie.



Dozwolone tylko
na galanterii biurowej

1.8. Czego nie można robić z logo

Rozdzielanie elementów



Zmiana koloru elementów



Rotacja sygnetu



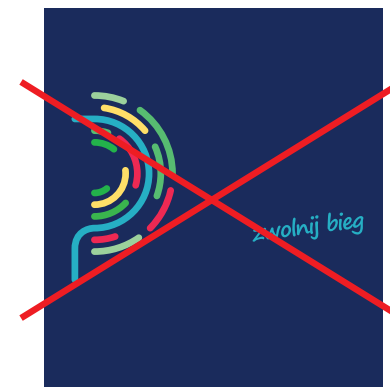
Pominięcie elementów



Niedozwolone tło



Niewłaściwa wersja logotypu





2. Typografia

2.1. Krój podstawowy

Krój podstawowy powinien być stosowany w treści dokumentów, materiałach drukowanych, ale niewysyłanych drogą elektroniczną. W sytuacjach, w których system prezentacji czcionek wyklucza użycie czcionek z rodziny Dax PRO, zalecanym krojem jest Arial.

Dax PRO Regular

aąbcćdeęfghijklłmnńóóprśstuwyzź 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Dax PRO Bold

aąbcćdeęfghijklłmnńóóprśstuwyzź 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Arial Regular

aąbcćdeęfghijklłmnńoóprśstuwyzź 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Arial Bold

aąbcćdeęfghijklłmnńoóprśstuwyzź 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

2.3. Krój specjalny

Krój specjalny przewidziany jest do komunikacji tekstowej,
np. haseł, tytułów, wyróżników, okolicznościowych materiałów.

Cocon Pro Regular

aąbcćdeęfghijklłmnńóóprśstuwyzź 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum



3. Kolorystyka








3.1. Specyfikacja kolorów wzorcowych

We współczesnej praktyce marketingowej podstawową techniką drukarską odwzorowującą logo jest druk offsetowy z użyciem kolorystyki CMYK. W związku z tym za wzorec koloru obrane zostały kolory CMYK. Wykorzystane w logo kolory są podstawowymi kolorami druku i dlatego gwarantują stosunkowo dużą powtarzalność i wierność założonej kolorystyce logo.

Niemniej jednak należy każdorazowo oceniać wydrukowane logo, porównując z posiadanym wzorem wydruku (proof analogowy zawarty w SIW-ie). Szczególną uwagę należy zwracać na efekty wydruków z użyciem drukarek biurowych i tzw. wydruków typu InkJet (bannery, siatki, płyty PCV itp.).




































Praktyka nakazuje każdorazowo przeprowadzić test na wierność odwzorowania zadanych kolorów. W przypadku rozbieżności należy albo skalibrować prawidłowo urządzenie drukujące, albo – jeżeli jest to niemożliwe – zmienić deklarację kolorów w drukowanym pliku.



	CMYK	RGB	PANTONE
	100/90/30/30	27/44/93	280 C
	70/10/20/0	54/175/197	7710 C
	0/95/60/0	238/47/83	1787 C
	80/0/100/0	13/177/75	361 C
	65/0/75/0	91/189/114	80% 361 C
	40/0/50/0	157/210/156	50% 361 C
	0/10/70/0	255/224/106	120 C

3.2. Specyfikacja kolorów uzupełniających

Są to rozbarwione kolory podstawowe dopuszczone do stosowania w formach graficznych towarzyszących logo. W wybranej kolorystyce można budować wykresy, tabele, ramki tekstowe itp.

	CMYK	80%	60%	40%	20%
	100/90/30/30				
	70/10/20/0				
	0/95/60/0				
	80/0/100/0				
	65/0/75/0				
	40/0/50/0				
	0/10/70/0				



4. Galanteria biurowa

4.1. Wizytówka imienna

Wizytówka jest jednym z najważniejszych nośników informacji systemu identyfikacji wizualnej, gdyż często jako pierwsza przedstawia odbiorcy logo. Dlatego też należy zachować szczególną dbałość o jakość druku z zastosowaniem podanych kolorów w technice druku offsetowego na papierze Olin Regular Absolute White 300 g lub na kredzie matowej 300 g.

Wpisując imię i nazwisko, należy zachować założone pole ochronne logo. W przypadku konieczności umieszczenia większej liczby informacji wskazane jest łamanie tekstów, w tym wpisanie imienia i nazwiska do osobnych wierszy.



4.2. Papier listowy

Papier listowy należy drukować w technice druku offsetowego. Zalecany jest biały matowy papier o gramaturze 90–120 g.

Dopuszczalne jest korzystanie z szablonów papieru w programie Word i wydruk na drukarce kolorowej, pod warunkiem zachowania założonej kolorystyki oraz konstrukcji bloków informacyjnych papieru. Czcionką przeznaczoną do używania w korespondencji jest Arial.

Stopka adresowa na papierze listowym znajduje się na dole strony. Niezależnie od liczby wersów w stopce ostatni wers powinien znajdować się zawsze na wysokości równej 15 mm od dołu.



4.3. Notatka ze spotkania

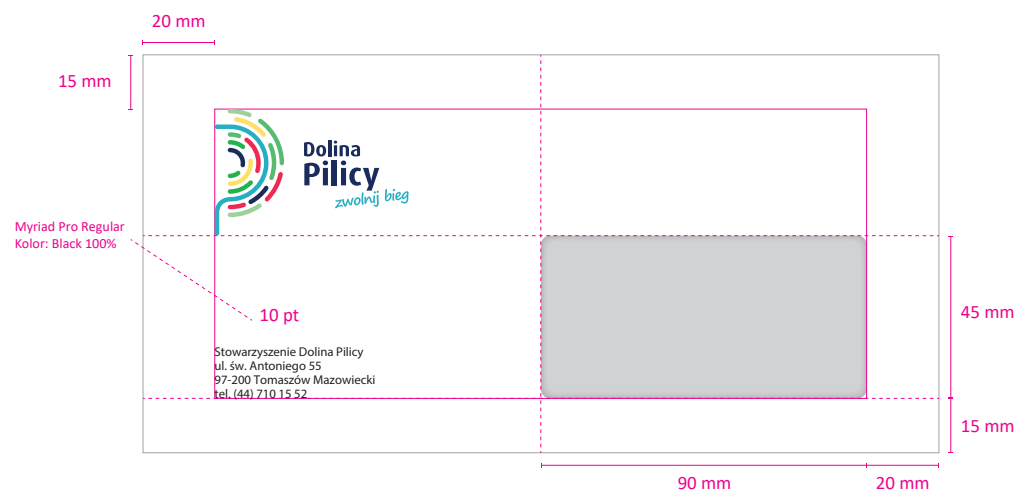
Założoną formą przesyłania notatek ze spotkania jest plik z wypełnionym szablonem w standardzie Word.

The diagram illustrates the layout of a meeting note template. It features a central rectangular area defined by a solid magenta border, with a vertical dashed magenta line down the center. The template includes the following elements and dimensions:

- Logo:** Located in the top-left corner, featuring a colorful circular graphic and the text "Dolina Pilicy" with the tagline "zwolnij bieg" below it.
- Dimensions:**
 - A horizontal dimension of 30 mm is indicated at the top right.
 - A vertical dimension of 15 mm is indicated on the right side, spanning the height of the logo and the first section of the form.
 - A vertical dimension of 15 mm is indicated on the right side, spanning the height of the second section of the form.
- Form Fields:**
 - Data:** A field with a 10 pt margin below the logo.
 - Miejsce spotkania:** A field below the date.
 - Strona spotkania:** A field below the location.
 - Temat:** A field below the page.
 - Obecni:** A field below the subject.
 - Ustalenia:** A field below the attendees.
- Contact Information:** Located in the bottom-left corner, with a 9 pt margin above it. It includes:
 - Stowarzyszenie Dolina Pilicy
 - ul. św. Antoniego 55
 - 97-200 Tomaszów Mazowiecki
 - tel. (44) 7 10 15 52
 - www.dolinapilicy.pl

4.4. Koperty

Wzory kopert papierowych w formacie DL





5. Materiały promocyjne

5.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout

Wydawnictwa dzielone są na różnej wielkości moduły (x, y), na podstawie których określana jest wielkość i położenie wszystkich elementów.

Elementem ozdobnym jest wybrany fragment znaku z logo. Linie znajdujące się na zdjęciu powinny mieć 60% krycie kolorem, a te z apli 30%.



5.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout

A4 pion

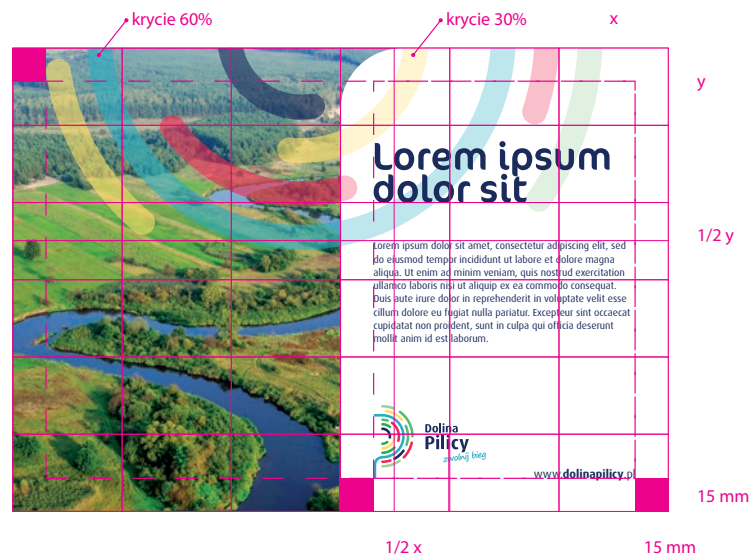
DL pion

kwadrat

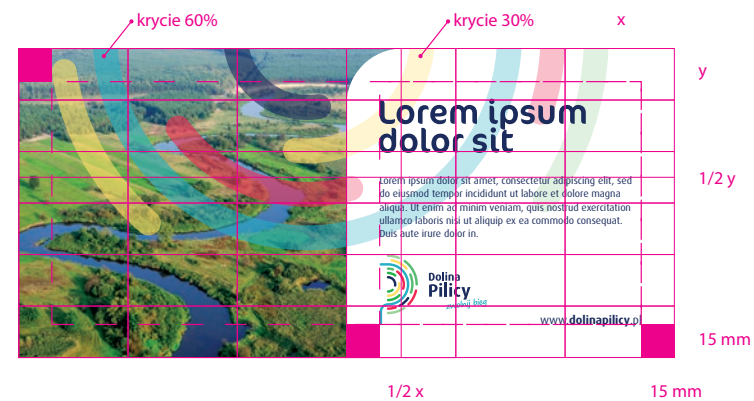


5.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout

A4 poziom



DL poziom



5.2. Ulotka promocyjna ogólna

W materiałach promocyjnych dopuszcza się zastosowanie zdjęć przyrody, ludzi, architektury i regionalnych produktów. Stosowane barwy powinny pochodzić z palety kolorów podstawowych i uzupełniających.

Awers



A5

Rewers



5.3. Ulotka produktowa

Podstawą konstrukcji ulotki produktowej w formacie DL jest biała apla i jej odbicie w kontrze.

Okładka (rewers)



Okładka (awers)



Rozkładówka

5.4. Ulotka produktowa – dodatkowe układy

Rozkładówka (2 zdjęcia)



Rozkładówka (3 zdjęcia)



Rozkładówka (4 zdjęcia)



5.5. Folder

Podstawą konstrukcji ulotki produktowej w formacie DL jest biała apla i jej odbicie w kontrze.

Okładka (rewers)



Okładka (awers)



Rozkładówka

5.6. Folder – dodatkowe układy

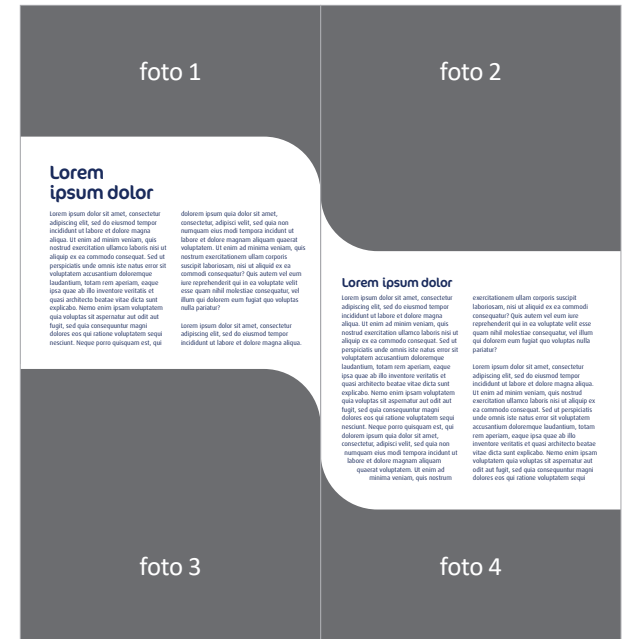
Rozkładówka (2 zdjęcia)



Rozkładówka (3 zdjęcia)



Rozkładówka (4 zdjęcia)



5.7. Plakat

Przykład plakatu promocyjnego



5.8. Reklama prasowa kolorowa

Przykłady kompozycji materiałów reklamowych publikowanych w prasie



Lorem ipsum dolor sit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



Dolina Pilicy
zwolnij bieg

www.dolinapilicy.pl



Lorem ipsum dolor sit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed



Dolina Pilicy
zwolnij bieg

www.dolinapilicy.pl



Lorem ipsum dolor sit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?™



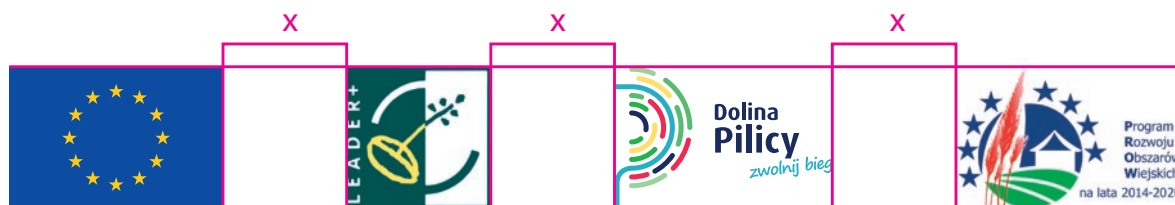
Dolina Pilicy
zwolnij bieg

www.dolinapilicy.pl

5.9. Stosowanie logo z innymi znakami

Dopuszcza się stosowanie logotypu z innymi znakami, w tym z oznakowaniem unijnym, zgodnie z regułami opisanymi w stosownych regulaminach i przepisach prawnych przy okazji wszystkich działań informacyjnych oraz promocyjnych.

Wszystkie logotypy należy umieścić na tej samej linii, stosując taką samą wysokość. Odstępy między znakami powinny być równe.



Przykład



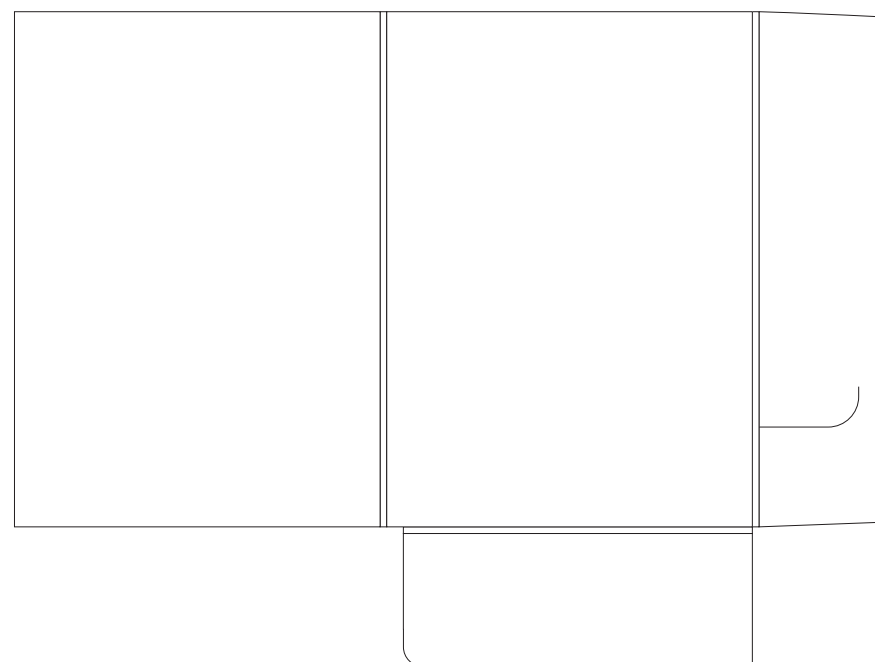
5.10. Teczka promocyjna

Zalecany papier to Olin Regular Absolute White 300 g
uszlachetniony lakierem matowym lub folią matową.
Do zastosowania jako okładka/obwoluta materiałów
promocyjnych.

Zewnętrzna strona



Wewnętrzna strona



5.11. Torby reklamowe

W przypadku toreb rekomenduje się umiejscowienie logo na środku torby.



5.12. Identyfikator ze smyczą

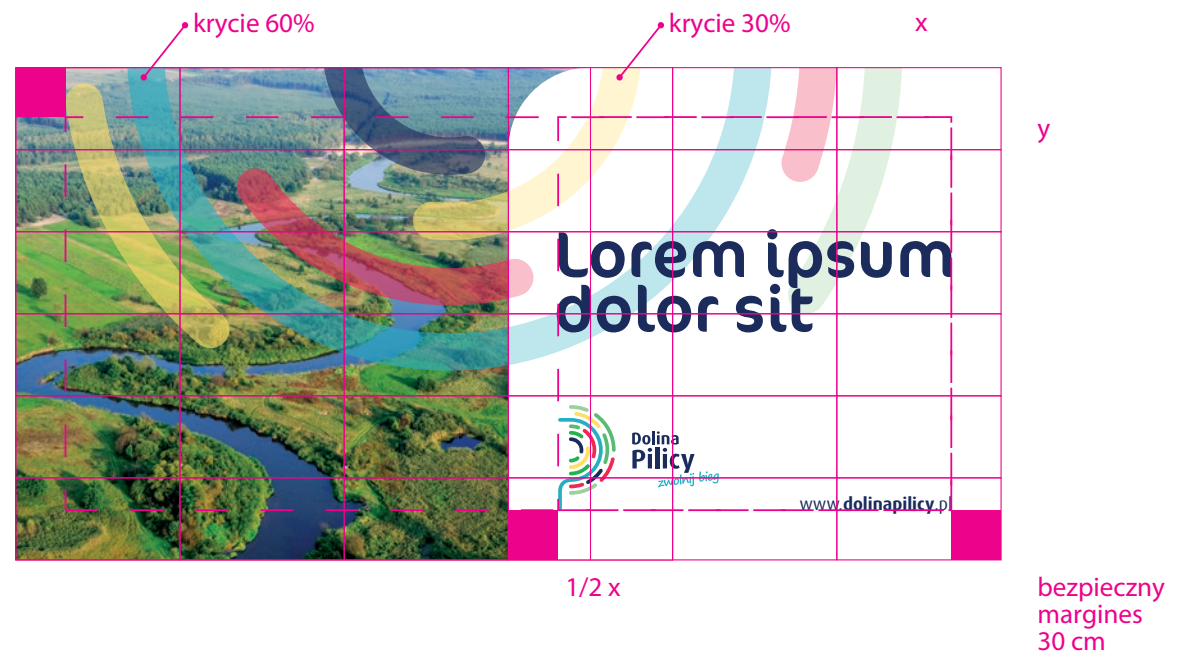


5.13. Billboard

Billboard podzielony jest na moduły (x, y), na podstawie których określana jest wielkość i położenie wszystkich elementów.

Bezpieczny margines wynosi 30 cm.

Elementem ozdobnym jest wybrany fragment znaku z logo.
Linie znajdujące się na zdjęciu powinny mieć 60% krycia kolorem, a te z apli 30%.



5.13. Billboard



5.14. Przykłady kompozycji bannerów reklamowych

Przykładowe formaty bannerów

150 x 950 px



325 x 600 px



350 x 350 px



820 x 315 px



950 x 150 px



5.15. Stosowanie logo na produktach lokalnych

Produkty lokalne powinny być oznakowane przy pomocy logo Rzecz Pilicka na foliowej naklejce lub tekturowej zawieszce.

Przykładowe wzory i kolory





6. Upominki masowe

6.1. Długopis



6.2. Breloki



6.3. Koszulki



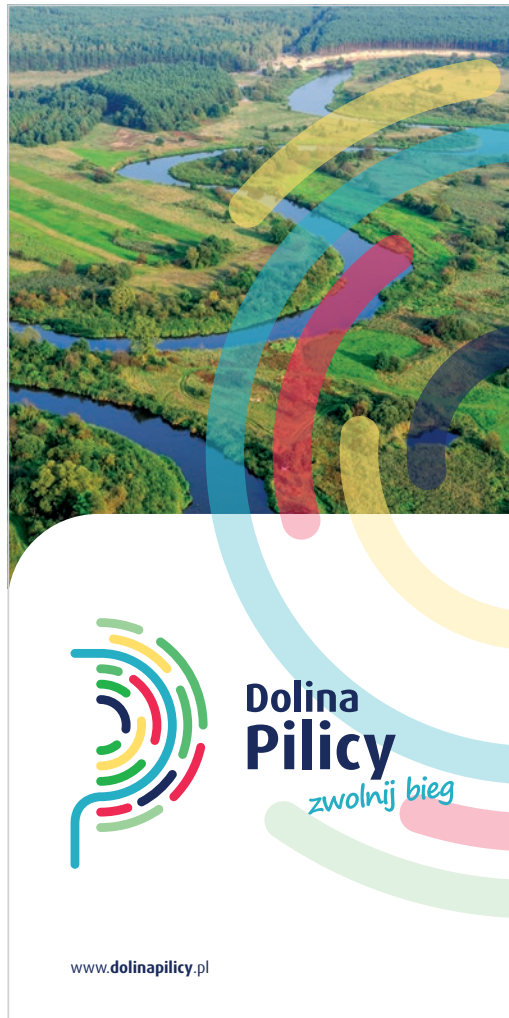
6.4. Czapki





7. Materiały wystawiennicze

7.1. Rollup



7.2. Ścianki ekspozycyjne

Ścianka ekspozycyjna to naturalne tło wystąpień prasowych i konferencyjnych. Jej podstawową funkcją jest ekspozycja logo Doliny Pilicy oraz zapewnienie w przekazie prasowym i na materiałach zdjęciowych identyfikacji osoby występującej z marką.



7.3. Namiot

Przykład namiotu wykorzystywanego podczas imprez plenerowych



7.4. Flagi





8. Oznakowanie architektoniczne

8.1. Dojazdowe tablice kierunkowe

Wszystkie ograniczenia dotyczące przygotowywania nowych tablic kierunkowych wymagają konsultacji z władzami samorządowymi.



Dopuszczalna forma tablicy bez logo Doliny Pilicy



Podstawowa forma tablicy z logo Doliny Pilicy



Totem

8.2. Tablica informacyjna zbiorcza

Zaleca się stosowanie tablicy informacyjnej zbiorczej wewnątrz budynku.



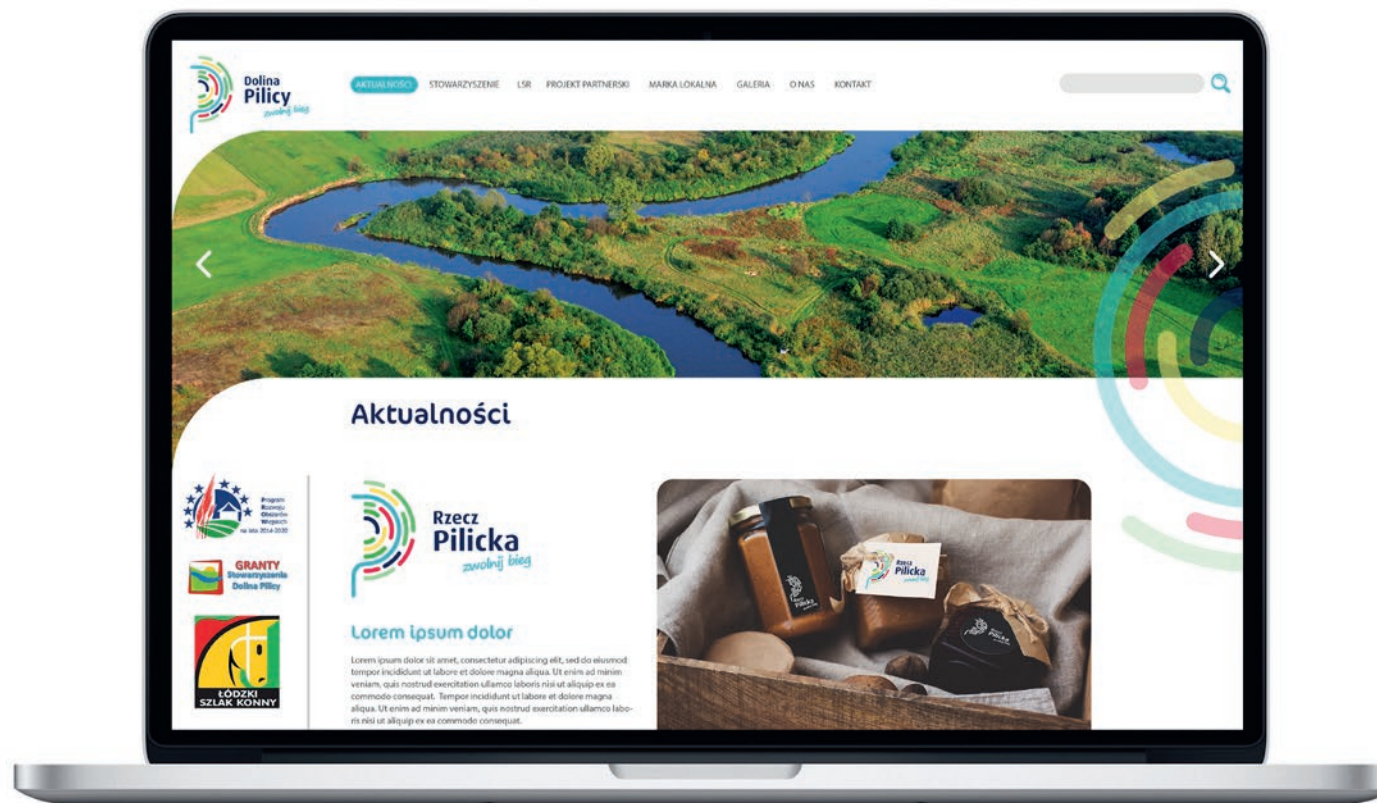
PARTER	
10 Lorem ipsum dolor	16 Lorem ipsum dolor
11 Lorem ipsum dolor	17 Lorem ipsum dolor
12 Lorem ipsum dolor	18 Lorem ipsum dolor
13 Lorem ipsum dolor	19 Lorem ipsum dolor
14 Lorem ipsum dolor	20 Lorem ipsum dolor
15 Lorem ipsum dolor	21 Lorem ipsum dolor

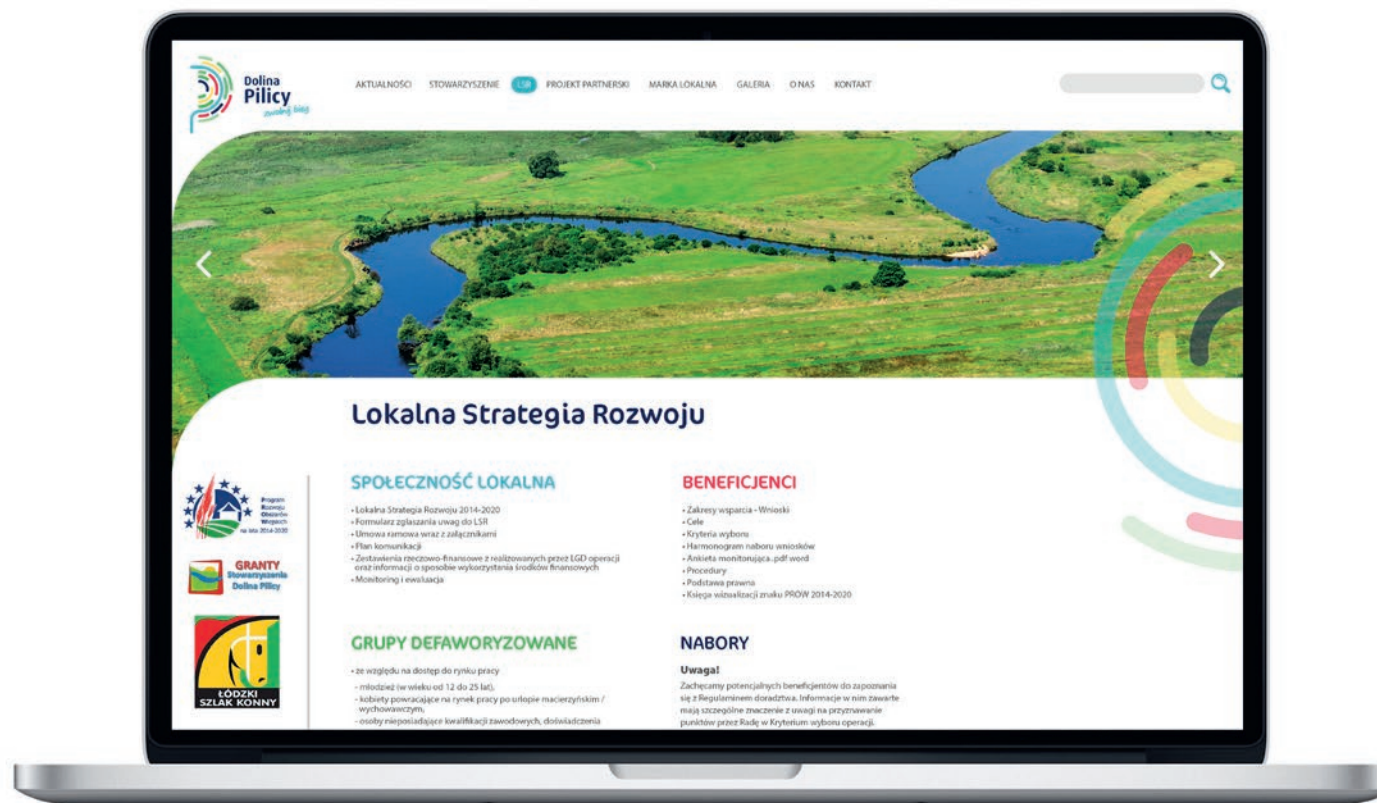
1 PIĘTRO	
30 Lorem ipsum dolor	36 Lorem ipsum dolor
31 Lorem ipsum dolor	37 Lorem ipsum dolor
32 Lorem ipsum dolor	38 Lorem ipsum dolor
33 Lorem ipsum dolor	39 Lorem ipsum dolor
34 Lorem ipsum dolor	40 Lorem ipsum dolor
35 Lorem ipsum dolor	41 Lorem ipsum dolor
2 PIĘTRO	
---	---
50 Lorem ipsum dolor	56 Lorem ipsum dolor
51 Lorem ipsum dolor	57 Lorem ipsum dolor
52 Lorem ipsum dolor	58 Lorem ipsum dolor
53 Lorem ipsum dolor	59 Lorem ipsum dolor
54 Lorem ipsum dolor	60 Lorem ipsum dolor
55 Lorem ipsum dolor	61 Lorem ipsum dolor



9. Multimedia

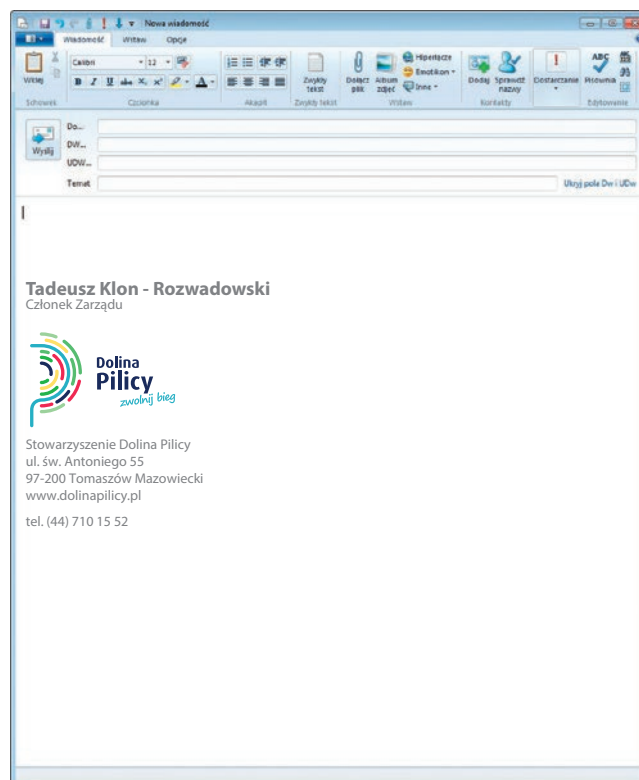
9.1. Szablon strony głównej





9.3. Stopka mailowa

Stosowana w komunikacji wewnętrznej oraz oficjalnej, dopuszczalna w kolejnych komunikatach do tego samego odbiorcy



9.4. Szablon prezentacji promocyjnej Power Point

Wersja standardowa wyświetlana na ekranach o proporcjach 4:3

Przykładowe slajdy

