

KON**in**

witaj!

**system
identyfikacji
wizualnej**

styczeń 2014

księga znaku

księga znaku

- 2/3** geneza i opis
- 4/5** wersja podstawowa, wersja angielska
- 6/7** wersje kolorystyczne, opis kolorystyki
- 8/9** pole ochronne, wielkość minimalna
budowa i proporcje
- 10/11** liternictwo, tekst ozdobny
- 12/13** zastosowanie na tle

akcydensy

- 15** papier firmowy - korespondencja wewnętrzna
- 16** papier firmowy - korespondencja zewnętrzna
- 17** wizytówka
- 18** koperty DL i C5
- 19** teczka
- 20** zaproszenie
- 21** stopka e-mail
- 22** newsletter
- 23** prezentacja
- 24** roll-up
- 25** kaseton BOI, tabliczki na drzwi
- 26/27** gadżety
- 28** strona www

Projekt nawiązuje do strategicznego punktu widzenia określonego w dokumencie Tożsamości Miasta:

Konin jest miastem działania, w którym praca jest źródłem dobrobytu, satysfakcji i jakości życia.

Koncepcja jest odejściem od nawiązań do głównych, oczywistych z perspektywy komunikacji marketingowej potencjałów miasta. W swojej prostocie bazuje na ogólnie zrozumiałych (także za granicą) skojarzeniach semantycznych. Konin to miasto otwartych drzwi, gotowe na nowe wyzwania, gościnne i zachęcające do działania. Czytelna symbolika oparta na nazwie i miejskim kodzie kolorystycznym, wzmocniona odpowiednim przekazem stwarza ogromną szansę na budowę silnej i bardzo pojemnej znaczeniowo marki gospodarczej, która przy odpowiednim wykorzystaniu tkwiącego w niej zakresu znaczeniowego może być z łatwością wykorzystana w promocji potencjału turystycznego i społecznego Konina.

KONin
witaj!

innowacje

inspiracje

inwestycje

infrastruktura

wersja podstawowa

Jest to podstawowy element identyfikacji marki.
Stanowi punkt wyjścia dla pozostałych wersji i wariantów logotypu,
względem których ma charakter nadrzędny.

KONin
witaj!

wersja angielska

Jest to podstawowy element identyfikacji marki
tam, gdzie komunikat jest kierowany do odbiorcy zagranicznego.
Dopuszczalne jest stosowanie hasła w języku odbiorcy publikacji.

KONin
welcome!

wersje kolorystyczne

Podstawowa wersja kolorystyczna jest nadrzędną względem pozostałych.
Wersja czarno-biała może być stosowana wtedy, gdy wymagają tego techniki reprodukcji np. ksero oraz w sytuacji, w której niemożliwe jest zastosowanie wersji podstawowej.
Wersja monochromatyczna może być stosowana gdy logotyp znajduje się na tle i jej użycie wpływa korzystnie na zwiększenie czytelności.

opis kolorystyki

Przedstawiona kolorystyka jest jedynie symulacja kolorów uzyskaną w druku cyfrowym i ma charakter poglądowy. Kolory należy zawsze dobierać według podanych wartości.

▪ wersja podstawowa

KONin
witaj!



PANTONE® 186C

C:10 M:100 Y:100 K:10
R:198 G:29 B:35
#: C61C22

▪ wersja czarno-biała

KONin
witaj!



PANTONE® COOL GRAY 11C

C:0 M:0 Y:0 K:90
R:65 G:64 B:66
#: 404041

▪ wersja monochromatyczna

KONin
witaj!



PANTONE® COOL GRAY 7C

C:0 M:0 Y:0 K:60
R:128 G:130 B:133
#: 808284

budowa i proporcje

Na karcie przedstawiono sposób konstrukcji logotypu, bazujący na zależnościach między poszczególnymi elementami. Niedopuszczalne jest samodzielne konstruowanie logo. Stanowi ono zamkniętą całość i nie może być poddawane żadnym zniekształceniom. Należy korzystać tylko i wyłącznie z zapisu elektronicznego logo.

pole ochronne

Pole ochronne definiuje obszar, w którym nie powinna być zamieszczona żadna inna forma graficzna lub tekstowa – w całości oraz częściowo. Pole ochronne to obszar, którego wysokość i szerokość odpowiadają 10% szerokości logotypu.

wielkość minimalna

Wielkości minimalne, przy których logotyp nie traci swojej czytelności, jego odwzorowanie w technikach wdrożeniowych jest optymalne. Należy unikać stosowania logo i znaku graficznego poniżej tych wielkości. Jeżeli w procesie reprodukcji nie jest możliwe uzyskanie czytelności przy podanych rozmiarach minimalnych, zaleca się zwiększenie wielkości. W wyjątkowych przypadkach dopuszczalne jest stosowanie logotypu bez hasła (np. mały grawerunek na gadżetach firmowych).



liternictwo

Podstawową czcionką jest Signika w odmianach Bold i Light, którą zaleca się do stosowania w akcydensach. Czcionką uzupełniającą jest Trebuchet MS w wersjach Regular i Bold. Czcionkę uzupełniającą zaleca się do stosowania w materiałach cyfrowych takich jak: korespondencja wewnętrzna, strony internetowe, treści e-mail itd.

tekst dekoracyjny

Dla tekstu ciągłego odstęp międzywierszowy wynosi 150% stopnia pisma.

Przykład: dla czcionki 10 pt odstęp międzywierszowy wynosi 15 pt.

Dla wyróżnionych części tekstu odstęp międzywierszowy wynosi 100% stopnia pisma.

Teksty nie są justowane.

Gdy tekst występuje na zdjęciu zaleca się stosowanie go w kontrze na czerwonym tle.

AaBb1234 AaBb1234

Signika Light

ABCDEF
abcdef
012@#&

Signika Bold

ABCDEF
abcdef
012@#&

Trebuchet MS Regular

ABCDEF
abcdef
012@#&

Trebuchet MS Bold

ABCDEF
abcdef
012@#&

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Konin jest miastem działania, w którym praca jest źródłem...

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.

zastosowanie na tle

W przypadku tła ciemnego logotyp może występować zarówno w kontrze w wersji monochromatycznej jak i podstawowej. Dla tła jednolitego czerwonego występuje jedynie w wersji monochromatycznej.

Najważniejsze jest zastosowanie jak najlepszej czytelności logo.

Jeżeli logo występuje na fotografii zaleca się aby była ona czarno-biała.



akcydensy

KONin
witaj!

Sed do eiusmod tempor.

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.

At vero eos et accusamus et iusto

odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. 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! At vero eos

Biurowo Obrotu Inwestora
Polska Kasa

Plac Wolności 2, lokal nr 5
62-500 Konin

Telefon: +48 69 229 50 74
Infolinia: +48 900 808 008

konin@oprodarke.konin.pl
www.oprodarke.konin.pl

www.konin.pl

KONin
witaj!

2

odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. 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! At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporum autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Itaque earum rerum hic tenetur a sapiente delectus, ut aut reiciendis voluptatibus maiores alias consequatur aut perferendis doloribus asperiores repellat.

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.

www.konin.pl

papier firmowy - korespondencja wewnętrzna

Papier firmowy stosowany do korespondencji wewnętrznej i elektronicznej (np. pliki Word) składa się ze strony tytułowej (pierwszej) - zawierającej wszystkie dane teleadresowe oraz stron dalszych bez kopletu danych, z polem na numer strony. Czcionką stosowaną przy tego rodzaju korespondencji jest Trebuchet MS.



papier firmowy - korespondencja zewnętrzna

Papier firmowy stosowany do korespondencji zewnętrznej (druk offsetowy, ważne dokumenty) składa się z awersu z kompletem danych teleadresowych oraz z rewersu z motywem graficznym i adresem www. Czcionką stosowaną przy tego rodzaju korespondencji jest Signika.

wizytówka

Wizytówki zawierają dane teleadresowe Miasta / BOI, imię i nazwisko, funkcję oraz dane kontaktowe dysponenta wizytówki. Na rewersie, znajduje się motyw graficzny oraz adres strony internetowej.



koperty

Koperty w formatach: DL i C5. Druk mowywu graficznego na skrzydełku stanowi opcję.



teczka

Przedstawione na projekcie rozłożonej teczki (powyżej po prawej) linie dookoła projektu ilustrują miejsca cięć, bigowania itp. Nie występują one w wydrukowanym materiale. Ze względu na różne wykrojniki teczek firmowych prezentowany przykład ma charakter poglądowy.





zaproszenie

Przykład zaproszenia na konferencję w formacie 2x DL.

Jan Kowalski
funkcja stanowsko

T: +48 687 654 321
M: jan.kowalski@konin.pl

KONin | witaj!

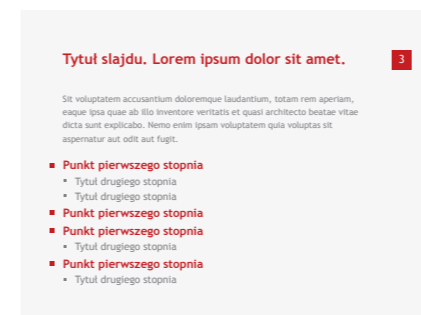
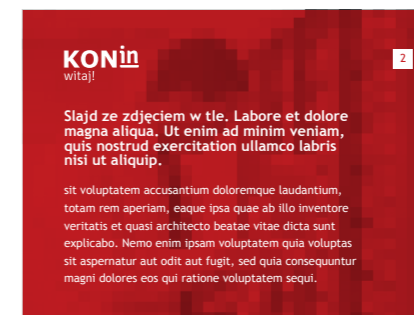
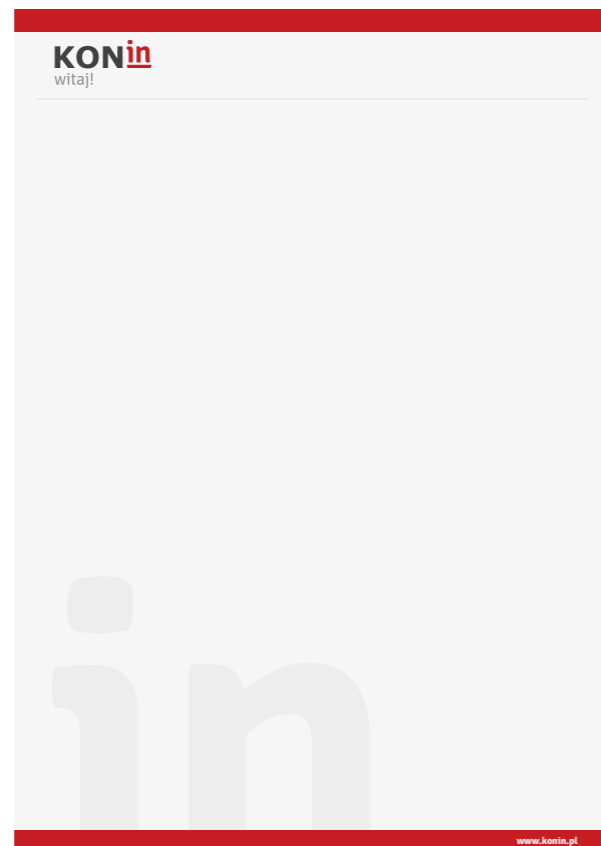
📍 Plac Wolności 2, lokal nr 5
62-500 Konin

☎️ telefon: + 48 63 220 55 74
infolinia: + 48 692 800 298

📧 boi@gospodarka.konin.pl
www.gospodarka.konin.pl

stopka e-mail

Stopka e-mail zawiera dane teleadresowe Miasta / BOI, imię i nazwisko, funkcję oraz dane kontaktowe dysponenta. Może być stosowana zarówno jako dołączony obraz (.jpg lub .gif) jak i tekst html z elementami graficznymi. Czcionką stosowaną w stopce jak i korespondencji elektronicznej powinien być Trebuchet MS.



newsletter

Newsletter do wysyłki elektronicznej lub umieszczenia na stronie w postaci pliku .pdf (strona pierwsza i strony dalsze). Czcionką stosowaną przy tego rodzaju publikacji elektronicznej jest Trebuchet MS.

prezentacja

Projekt głównych stron prezentacji multimedialnej. Slajd tytułowy, slajd z tekstem w kontrze na tle fotografii (na przedstawionym przykładzie fotografia została zamaskowana), slajd z tekstem i punktacją w dwóch stopniach, slajd z tekstem i ilustracją / grafiką, slajd końcowy.



roll-up

Roll-up do stawiania przy wszelkiego rodzaju imprezach okolicznościowych, konferencjach itp. Roll-up może stanowić również stały element wystroju wnętrza budynków administracyjnych / BOI. (Fotografia na czerwonym przykładzie została zamarkowana)



kaseton BOI, tabliczki na drzwi

Projekt kasetonu zewnętrznego (w zależności od możliwości techniki, w której kaseton zostanie wykonany sugeruje się aby brzegi kasetony były w jego kolorze a element graficzny "in" oraz napis były podświetlane od środka). Tabliczki na drzwi. Sugerowana technika wykonania: przezroczysta pleksi podklejona folią matową od tyłu, elementy graficzne naklejone od str. zewnętrznej, cztery dystensy w rogach. Opcjonalnie może być to tworzywo z naklejonym wydrukiem na folii.



gadżety

Karty przedstawiają przykłady gadżetów reklamowych. Mają one charakter poglądowy, ze względu na różne modele poszczególnych gadżetów oraz różne możliwości technologiczne nanoszenia na nie elementów graficznych i tekstowych.



strona www

Layout strony internetowej.



suplement

Identyfikacja miasta w komunikacji i działaniach marketingowych.

Architektura marki miasta - na architekturę marki miasta Konina składają się aktualnie dwa odrębne symbole: herb Miasta Konin oraz marka promocyjna „KONin Witaj”. Marki te funkcjonują niezależnie pełniąc przypisane sobie funkcje w rozmaitych obszarach komunikacji miasta. Zasady ich tworzenia oraz sposoby aplikacji na nośnikach normalizują odrębne Systemy Identyfikacji Wizualnej.

Zasada nietłączenia - domeny zastosowań herbu i marki są różne. Herb oraz marka promocyjna „KONin Witaj” nigdy nie występują w komunikacji wspólnie. Zasada ta dotyczy wszelkich form komunikacji - zarówno akcydensów oraz wydawnictw jak i brandingów wydarzeń. Herb i marka Herb miasta powinny być stosowane zawsze samodzielnie ze ścisłym uwzględnieniem zasad opisanych w SIW.

Pola zastosowań marki promocyjnej „KONin Witaj”

Dominacja marki promocyjnej w komunikacji - do czasu powstania marki promocyjnej herb służył do promocji miasta oraz komunikacji wszelkich jego inicjatyw. Sytuacja ta uległa radykalnej zmianie z chwilą powstania i wprowadzenia do użytku marki promocyjnej „KONin Witaj”. To na niej, nie na oficjalnej heraldyce spoczywa dzisiaj ciężar komunikacji z otoczeniem oraz zadanie promocji tożsamości oraz potencjałów miasta.

Komunikacja tożsamości miasta - marka promocyjna powstała w oparciu o analizę potencjałów miasta budujących jego tożsamość definiowaną trzema elementami:

- obietnicą: Konin jest drogą do celu.
- sposobem działania: Konin to otwarte miejsce które sprzyja wyzwaniu energii.
- punktem widzenia: Konin jest miastem działania w którym praca jest źródłem dobrobytu, satysfakcji i jakości życia.

Kompleksowa platforma komunikacji - kompleksowe podejście do tożsamości oznacza, że pole zastosowania marki promocyjnej „KONin Witaj” jest bardzo szerokie i obejmuje wszelkie aspekty komunikacji miasta z wyłączeniem obszarów zarezerwowanych dla herbu. Marka promocyjna jest uniwersalną platformą komunikacji inicjatyw gospodarczych, społecznych, kulturalnych, a także turystyki. Wizualne różnicowanie poszczególnych obszarów następuje przede wszystkim poprzez przypisanie im charakterystycznego i zróżnicowanego materiału fotograficznego na poziomie tworzenia materiałów promocyjnych.

Pola zastosowań herbu jako marki miasta

Herb w komunikacji miasta - herb jest oficjalnym godłem miasta, a także najważniejszym i jednym z najcenniejszych elementów zasobów jego kultury oraz dziedzictwa historycznego. Heraldyka tradycyjnie utożsamiana jest z prestiżem i reputacją jakie jej towarzyszą. Ze względu na wartość jaką posiada oraz przypisywaną mu wagę, herb jako markę powinno się traktować szczególnie, ograniczając pola jego zastosowań do kilku uzasadnionych funkcją obszarów, minimalizując jego użycie w masowej komunikacji. W przypadku ekstensywnego i niekontrolowanego stosowania herbu w promocji terytorialnej istnieje ryzyko pomniejszenia jego pozycji, a nawet jego deprecjacji wskutek nazbyt komercyjnego traktowania. Decyzja o użyciu herbu jako marki powinna być podejmowana indywidualnie w oparciu o dwa podstawowe kryteria: prestiż i reputację jaką buduje kontekst zastosowania.

Oficjalna i bieżąca działalność Miasta – herb jako podstawowy symbol miasta winien być stosowany jako oznaczenie wszystkich oficjalnych form komunikacji Miasta i jego organów. Głównie pola zastosowań to wszelkie akcydensy informacyjne oraz manipulacyjne będące w tradycyjnym użyciu. Podstawowe pole zastosowań mogą poszerzać drobne upominki pozostające w gestii władz miasta.

Patronaty Prezydenta Miasta – herb sygnując urząd Prezydenta Miasta jest podstawową formą komunikacji wspieranych przez niego inicjatyw. Ze względu na specyfikę publicznej działalności urzędu Prezydenta, podstawowe pole zastosowania herbu zostało rozszerzone o dodatkową funkcję – patronaty prezydenckie. Dotyczy to zarówno wydarzeń jak i wydawnictw uzyskujących taki status.

Branding wydarzeń i wydawnictw - herb powinien być stosowany w przypadku udziału miasta w wydarzeniach i wydawnictwach o charakterze wybitnie prestiżowym, firmowanych przez uznane instytucje rządowe instytucje naukowe, instytucje otoczenia społecznego czy związki wyznaniowe - szczególnie jeżeli osobisty udział w nich bierze Prezydent (np. jako prelegent), a miasto je współfinansuje. Wyjątek od tej reguły stanowią wydarzenia i wydawnictwa o charakterze ekonomicznym w przypadku których zawsze stosowana jest marka promocyjna „KONin Witaj”. Użycie herbu jest natomiast obligatoryjne w sytuacji gdy wydarzenie lub wydawnictwo objęte jest oficjalnym patronatem Prezydenta.

Promocja sportu - stanowi szczególny przypadek, a jednocześnie wyjątek od podstawowych zasad stosowania herbu. Reguła ta dotyczy wyłącznie lokalnego sportu zawodowego bez względu na poziom czy klasę rozgrywkową, w sytuacji gdy jest on współfinansowany ze środków publicznych. W takim przypadku w celu zaznaczenia udziału miasta w utrzymaniu klubu oraz podkreślenia jego terytorialnej przynależności zawsze stosuje się herb miasta. Może on występować zarówno na strojach zawodników jak i w miejscach jako i na nośnikach służących identyfikacji klubowej (boisko, bandy, trybuny itp.). Użycie tradycyjnej, „twardej” heraldyki w sporcie profesjonalnym ma uzasadnienie zwyczajowe. Ma to miejsce w przypadku większości reprezentacji narodowych czy drużyn lokalnych. Stanowi więc normę. Herb jasno definiuje i podkreśla przynależność terytorialną materializującą się kojarzoną z miastem figurą heraldyczną. Nawiązuje jednocześnie do historii oraz współzawodnictwa i związanego z nim etosu walki symbolizowanego obecnie i w przeszłości tarczą. Konotacje są zatem oczywiste, co nie miałyby miejsca w przypadku zastosowania marki promocyjnej „KONin Witaj” wraz z zakodowanymi w niej określonymi wartościami i towarzyszącymi jej skojarzeniami pożądanymi w innych obszarach jej funkcjonowania. Jej zastosowanie ma jedynie uzasadnienie w przypadku dużych wydarzeń sportowych (np. maratony rowerowe i biegowe) firmowanych przez podmioty zewnętrzne oraz wydarzeń o charakterze wybitnie rekreacyjnym, adresowanych do rodzin z dziećmi, promujących aktywny tryb życia oraz sposób spędzania wolnego czasu, a firmowanych przez Miasto, należy rozważyć zastosowanie marki związanej z obszarem związanym z turystyką i szeroko rozumianą ofertą społeczną. Wydarzenia o takim charakterze mieszczą się w bardzo pojemnej domenie marki „KONin Witaj” i są zdecydowanie bliższe jej komunikacji niż oficjalna heraldyka miejska.

System Informacji Miejskiej (SIM) - heraldyka jest podstawową formą oznaczenia w przypadku SIM rozumianego jako interfejs miasta umieszczony w przestrzeni publicznej. SIM jest narzędziem nawigacji w przestrzeni miasta i obejmuje zarówno rozwiązania wizualne w małej skali poligraficznej (np. mapy, rozkłady jazdy) jak i małą architekturę informacyjną w przestrzeni miejskiej (tabliczki z nazwami ulic, dzielnic, drogowskazy, informacje dotyczące zabytków, szlaków).

i

r

r