



Alapítva: 1999

Kocsonya.
fesztivál®

A Kocsonyafesztivál márka hivatalos identitás- és arculati kézikönyve

TARTALOMJEGYZÉK

0. fejezet – Márkaalapok és alapelvek – *Brand Foundations*

- A dokumentum célja
- A fesztivál értékelvű működése
- Márka jogállása és védettsége (Kúriai ítélet)
- Civil eredet, függetlenség
- Közösségi bevonás (participáció, vibe voting)
- A márka alapelvei
- Brand governance és használati keretek

1. fejezet – A márka lényege és identitása – *Brand Essence & Identity*

- 1.1 Márkatörténet és eredet (Brand Story)
- 1.2 Márkaesszencia (Brand Essence)
- 1.3 Márkapillérek (Brand Pillars)
- 1.4 Márkajövőkép (Brand Vision)
- 1.5 Márkaküldetés (Brand Mission)
- 1.6 Márkaértékek (Brand Values)
- 1.7 A márka személyisége (Brand Personality)

2. fejezet – Márkapozicionálás és versenykörnyezet – *Brand Positioning*

- 2.1 Pozicionálás (Positioning Framework / Positioning Map)
- 2.2 Célcsoportok és insightok (Target Segments & Insights)
- 2.3 Egyedi értékígéret (Unique Value Proposition – UVP)
- 2.4 Versenykörnyezet (Competitive Landscape & Differentiation)
- 2.5 Márkaígéret és előnyök (Brand Promise & Benefits)
- 2.6 Szlogen-rendszer (Tagline System)

3. fejezet – Közönség és társadalmi hatás – *Audience & Social Impact*

- 3.1 Célcsoportszegmentáció (Audience Segmentation)
- 3.2 Látogatói motivációk – kutatási adatok (Research Findings)
- 3.3 Digitális viselkedés és elérési pontok (Digital Behaviour & Touchpoints)
- 3.4 Társadalmi tőke a Bourdieu-modell szerint (Social Capital Framework)
- 3.5 Regionális és gazdasági hatás (Regional & Economic Impact)

4. fejezet – Vizuális arculat / Kisarculat – *Basic / Core Visual Identity System*

- 4.1 Logórendszer és békaikon (Logo System & Iconography)
- 4.2 Színpaletta (Colour Palette)
- 4.3 Tipográfia (Typography)
- 4.4 Motívumok és grafikai elemek (Graphic Elements & Motifs)
- 4.5 Levélpapír / Névjegy / Boríték (Letterhead / Business Card / Envelope)
- 4.6 Tiltott alkalmazások (Incorrect Usage)

5. fejezet – Kommunikációs rendszer – *Communication System / Tone of Voice*

- 5.1 Hangnem és stílus (Tone of Voice)
- 5.2 Verbális irányelvek (Verbal Guidelines)
- 5.3 Social media rendszer (Social Media Framework)
- 5.4 Plakátok, bannerek, digitális felületek (Campaign Applications)
- 5.5 Merchandising és tárgyakalkalmazások (Merchandising Applications)
- 5.6 Partnerségi és szponzori megjelenések (Co-Branding & Sponsorship Guidelines)

6. fejezet – Márkafelügyelet és használati szabályok – *Brand Governance*

- 6.1 Használati jogosultságok (Usage Rights & Permissions)
- 6.2 Engedélykérési protokoll (Approval Process)
- 6.3 Politikai célú felhasználás tiltása (Prohibited Uses)
- 6.4 Verziókövetés és frissítési folyamat (Version Control & Update Protocol)



„A társadalmi tőke olyan erőforrás, amely a tartós kapcsolatokon, a kölcsönös elismerés és megbízhatóság hálózatán keresztül válik hatékonnyá.”

— Pierre Bourdieu: The Forms of Capital, 1986.

ALAPÍTÓI ELŐSZÓ

A Kocsonyafesztivál ott kezdődik, ahol Miskolc közös asztalhoz ül. Ahol a város ízei, története és legendái találkoznak. A pislogó béka, a tót atyafi és Potyka Kata mind azt a közös mesevilágot őrzik, amely generációk óta erősíti városunk identitását.

A fesztivál civil kezdeményezésből született, és a közösség értékeit hordozza tovább. Elismeréssel adózunk mindazoknak, akik ennek az örökségnek alakítói voltak. Külön köszönjük Dobrossy István munkáját, aki feltárta a legenda történeti rétegeit, és ezzel megerősítette a fesztivál kulturális alapját.

A legendák ma is élnek: a közösségben, a történetekben és a fesztivál minden pillanatában. A Kocsonyafesztivál alapításakor azt az elvet követtük, hogy tartós értéket teremtsünk, és a közösség bizalmát szolgáljuk. Az értékalapú gondolkodás és a kulturális hitelesség ma is a fesztivál pillérei – ezek mutatnak irányt a jövő felé.

Ez az Arculati Kézikönyv ezt a szellemiséget teszi átláthatóvá. Keretet ad, hogy a Kocsonyafesztivál márkája egységes, védett és hosszú távon is stabil maradjon. Ez közös kulturális örökségünk alapidokumentuma.



MÁRKAALAPOK ÉS ALAPELVEK

Brand Foundations

0.1. A dokumentum célja

A Kocsonyafesztivál Arculati Kézikönyv nem csupán grafikai útmutató, hanem a fesztivál működésének értékalapú kerete, jogi és szakmai iránytűje.

Célja, hogy:

- 👁️ rögzítse a fesztivál alapértékeit,
- 👁️ biztosítsa a hosszútávú arculati és működési következetességet,
- 👁️ megvédje a márkát minden kisajátítási és torzítási kísérlettől,
- 👁️ átlátható jogi és vizuális rendszert nyújtson,
- 👁️ kijelölje a stabil márkakereteket.

A vizuális rendszer módosítása kizárólag a márkatulajdonos döntési joga. A frissítések a fesztivál értékalapú folytonosságát követik, nem időszakos vagy külső kezdeményezés eredményei.

0.2. A fesztivál értékelvű működése

A Kocsonyafesztivál működésének alapja az értékelvűség: a döntések, a szervezés és a közösségépítés minden rétege az értékek elsődlegességére épül, nem pedig rövid távú érdekalapú működésre.

Ez az alábbiakat jelenti:

- 👁️ a tisztességet és átláthatóságot,
- 👁️ a közösségi legitimáció fontosságát,
- 👁️ a kulturális örökség tiszteletét,
- 👁️ a civil szféra elsődlegességét,
- 👁️ az emberi minőség védelmét.

A fesztivál identitása ezért nem kisajátítható, nem torzítható, és nem rendelhető külső érdekek alá.

0.3. Márka jogállása és védettsége (Kúriai ítélet)

A „Kocsonyafesztivál” szóösszetétel és márkanev jogilag védett, a márkatulajdonos Rózsa Edit számára kizárólagos használati jogot biztosítva.

A Kúria döntése kimondja:

- 👁️ a márkanev nem sajátítható ki más felek által,
- 👁️ nem használható engedély nélkül,
- 👁️ nem alkalmazható megtévesztő vagy kisajátító szándékkal.

Ez a dokumentum a jogi védelem formális és vizuális kerete is. Jelen Arculati Kézikönyv a Kúria döntésével összhangban értelmezendő, azzal együtt képezi a márka hivatalos jogi és vizuális védelmi rendszerét.

0.4. Civil eredet, függetlenség

A Kocsonyafesztivál civil kezdeményezésből jött létre, közösségi magból nőtt ki, és politikától függetlenül működik. A függetlenség a fesztivál identitásának alapja, és a működés minden szintjén érvényesül.

0.5. Közösségi bevonás (participáció, vibe voting)

A fesztivál jövőjét a közösség aktívan formálja. A vibe voting rendszere nyílt, átlátható és demokratikus részvételt biztosít. A 2025-ös közösségi szavazás több mint 14 000 visszajelzése bizonyítja a fesztivál társadalmi legitimációját és erős kapcsolati tőkéjét.

A közösségi részvétel nemcsak legitimációt ad, hanem a fesztivál társadalmi értékteremtésének egyik legfontosabb mérőszáma.

0.6. A márka alapelvei

- 👁 Hitelesség
- 👁 Értékelvűség
- 👁 Közösségi együttalkotás
- 👁 Átláthatóság
- 👁 Hagyomány és innováció egyensúlya
- 👁 Miskolci identitás
- 👁 Fenntartható fejlődés, kulturális fenntarthatóság
- 👁 Humor és játékosság (békaikon)

0.7. Brand governance és használati keretek

A dokumentum rögzíti:

- 👁 a márka használati jogosultságait,
- 👁 az engedélyezési folyamatot,
- 👁 a logó és az arculati elemek alkalmazási szabályait,
- 👁 valamint a tiltott felhasználási eseteket (pl. politikai célú alkalmazás, kisajátítási kísérlet).

A governance rendszer biztosítja a márka hosszú távú integritását, szakmai minőségét és jogi védelmét.

MÁRKA LÉNYEGE ÉS IDENTITÁSA

Brand Essence & Identity

1.1 Márkatörténet és eredet (Brand Story)

A Kocsonyafesztivál Magyarország legnagyobb téli fesztiválja, amely évről évre több százezer látogatót vonz. Civil kezdeményezésből született, és máig független, értékalapú működésre épül.

A rendezvényre nemcsak európai országokból, hanem Európán túlról is érkeznek vendégek; a fesztivál egyik kiemelt díszvendége például Dél-Korea volt.

A fesztivál Miskolc kulturális hagyományaira, gasztronómiai sajátosságaira és a helyi legendavilág ikonikus alakjaira épül.

A legenda szereplői a város identitásának formálói, a kulturális örökség hordozói és a fesztivál turisztikai vonzerejének meghatározó elemei.

A márka fontos szerepet játszik a városi identitás erősítésében, a borsodi régió kulturális és gazdasági fejlődésében, valamint a térség turisztikai pozicionálásában.

A fesztivál működésének alapja a közösségi bevonódás, amely a „mi fesztiválunk” élményét hozza létre, és stabil társadalmi legitimációt biztosít a márka számára.

A fesztivál tudatosan támogatja a generációk közötti kapcsolódást; a közös asztal – „Generációk asztala” – a város élő kulturális hagyományának szimbóluma.

A hagyományok tudatos ápolása és az értékalapú működés együtt adják a márka hosszú távú hitelességét és stabil alapjait.

1.2 Márkaeszencia (Brand Essence)

Közösségi élmény. Kulturális örökség. Gasztronómiai identitás.

A márkaeszencia három pillére: közösség, kultúra és gasztronómia:

- 👁️ Közösség – emberi kapcsolódás, városi találkozási terek, közös részvétel.
- 👁️ Kultúra – helyi legendák, miskolci jelképek, identitásformáló hagyományok.
- 👁️ Gasztronómia – a „közös asztal” mint élmény, miskolci ízek és téli fesztiválhangulat.

Ez az eszencia határozza meg a fesztivál élményét, vizuális rendszerét és kommunikációját.

1.3 Márkapillérek (Brand Pillars)

A Kocsonyafesztivál márkastruktúrája három alappillérre épül.

1. Kulturális pillér

- 👁️ a miskolci legendavilág identitásformáló szerepe
- 👁️ kulturális örökség jelenléte és védelme
- 👁️ városi szimbólumok és ikonok tudatos használata
- 👁️ minőségközpontú programkultúra, hiteles előadók és kurátori szemlélet

2. Közösségi pillér

- 👁️ civil eredet és függetlenség
- 👁️ aktív közösségi bevonódás (vibe voting, visszajelzési rendszerek)
- 👁️ a „mi fesztiválunk” élményének stratégiai fenntartása
- 👁️ társadalmi és kapcsolati tőke építése

3. Gasztronómiai pillér

- 👁️ a közös asztal kulturális és élményalapú szerepe
- 👁️ miskolci gasztronómiai karakter integrálása
- 👁️ téli fesztiválgasztronómia mint turisztikai érték
- 👁️ helyi alapanyagokra és minőségi gasztronómiai szereplőkre épülő kínálat

1.4 Márkajövőkép (Brand Vision)

A Kocsonyafesztivál jövőképe egy stabil, értékalapú és hosszú távon fenntartható kulturális márka, amely következetesen őrzi a hagyományokat, miközben nyitott a professzionális együttműködésekre és a nemzetközi jelenlét erősítésére.

Erősíti Miskolc kulturális és turisztikai pozícióját,

- 👁️ támogatja a borsodi régió kulturális és gazdasági fejlődését,
- 👁️ biztosítja a „mi fesztiválunk” élményének megőrzését,
- 👁️ átlátható, biztonságos és emberléptékű működést tart fenn,
- 👁️ következetes márkaépítéssel stabil keretet ad a fesztivál jövőjének.

1.5 Márkaküldetés (Brand Mission)

Küldetésünk olyan értékalapú működést biztosítani, amelyben a minőség, a közösségi részvétel és a kulturális hitelesség egyaránt meghatározó.

- 👁️ a miskolci kultúra és legenda hiteles bemutatása,
- 👁️ minőségi közösségi élmény biztosítása minden generációnak,
- 👁️ a borsodi régió kulturális, gazdasági és turisztikai aktivitásának erősítése,
- 👁️ értékvezérelt, független és transzparens működés fenntartása,
- 👁️ hosszú távú, stabil városi identitás támogatása.

1.6 Márkaértékek (Brand Values)

- 👁️ Hitelesség
- 👁️ Értékalapú működés
- 👁️ Közösség és együttműködés
- 👁️ Kulturális örökség tisztelete
- 👁️ Nyitottság és befogadás
- 👁️ Humor és ikonikus karakter
- 👁️ Fenntarthatóság
- 👁️ Transzparencia és szakmai következetesség
- 👁️ Generációk közötti párbeszéd és kulturális átörökítés

1.7 A márka személyisége (Brand Personality)

A márka személyisége három alapvető karakterjegy köré szerveződik:

- 👁️ Közösségi – emberközeli, nyitott, bevonó.
- 👁️ Kulturális – hagyományba ágyazott, ikonikus és felismerhető.
- 👁️ Stabil és értékelvű – következetes, megbízható, hosszú távú szemléletű.
- 👁️ Játékos és szerethető: humorral, ikonikus vizuális elemekkel és emberközeli mesélői hanggal.

2. FEJEZET

MÁRKAPOZICIONÁLÁS ÉS VERSENYKÖRNYEZET

Brand Positioning

2.1 Pozicionálás (Positioning Framework / Positioning Map)

A Kocsonyafesztivál Magyarország legnagyobb téli fesztiválja és az ország harmadik legnagyobb szabadtéri fesztiválja (a 2025-ös hazai fesztiválpiaci méret- és látogatottsági összehasonlítások alapján; lásd még: 3. fejezet, 3.5 Regionális és gazdasági hatás).

A márka kulturális legendára, közösségi élményre és egyedi gasztronómiai identitásra épül (összhangban az 1. fejezet, 1.2 Márkaesszencia meghatározásával).

2.2 Célcsoportok és insightok (Target Segments & Insights)

Helyiek (Miskolc + Borsod): „Amikor a város megmozdul, mi is összetartozunk.” A Kocsonyafesztivál célcsoportjai viselkedés-, motiváció- és értékalapú szegmentáció szerint kerültek meghatározásra. A részletes demográfiai és látogatói adatok a 3. fejezetben találhatók (lásd: 3.1 és 3.2 pont).

1. Helyi lakosság (Miskolc és Borsod)

Motivációs profil: helyi identitás, közösségi jelenlét.

Insight: „Amikor a város megmozdul, mi is összetartozunk.”

Szerepe a márkarendszerben: a fesztivál társadalmi beágyazottságának alaprétege.

2. Családok és többgenerációs látogatók

Motivációs profil: biztonságos, programgazdag, minden korosztály számára hozzáférhető környezet.

Insight: „Olyan téli programot keresünk, ahol minden családtag jól érzi magát.”

Szerepe a márkarendszerben: kulturális hozzáférés és intergenerációs kapcsolódás.

3. Fiatal felnőttek (18–35)

Motivációs profil: élménykeresés, vizuális tartalomfogyasztás.

Insight: „A téli szezonban is kell valami, ami élményben erős és fotózható.”

Szerepe a márkarendszerben: kulturális mobilitás és kreatívipari kapcsolódások.

4. Belföldi turisták

Motivációs profil: kulturális és gasztronómiai élmény rövid utazás keretében.

Insight: „Különleges hétvégét keresünk, ami gasztronómiai és kulturális élményt ad.”

Szerepe a márkarendszerben: a belföldi szabadidős turizmus diverzifikációja.

5. Külföldi látogatók

Motivációs profil: autentikus magyar kulturális élmény keresése.

Insight: „Valódi magyar kulturális élményt szeretnénk látni, nem turisztikai sablont.”

Szerepe a márkarendszerben: kulturális diplomáciai érték és nemzetközi jelenlét.

6. Digitális közönség (16–30)

Motivációs profil: online részvétel, vizuális tartalom létrehozása.

Insight: „Az élmény attól él tovább, hogy meg tudjuk osztani.”

Szerepe a márkarendszerben: digitális részvétel mint modern kulturális elérés.

7. Gasztronómiai élménykeresők

Motivációs profil: egyedi, régiós téli gasztronómiai élmények.



Insight: „Olyat szeretnénk kóstolni, amit máshol nem lehet.”

Szerepe a márkarendszerben: kulináris örökség és helyi vállalkozások támogatása.

8. Kulturális érdeklődők / tematikus turisták

Motivációs profil: hagyományok, történeti kontextus, mélyebb kulturális élmény.

Insight: „A legenda miatt jövünk, mert ez Miskolc saját története.”

Szerepe a márkarendszerben: kulturális örökség továbbadása.

2.3 Egyedi értékígéret (Unique Value Proposition – UVP)

„A Kocsonyafesztivál az egyetlen olyan magyar nagyvárosi téli fesztivál, amely ikonikus legendára épített kulturális identitást, nagyvárosi közösségi élményt és karakteres gasztronómiai kínálatot egyesít, több százezer hazai és nemzetközi látogatót vonzva.”

2.4 Versenykörnyezet és különbségtétel (Competitive Landscape & Differentiation)

A hazai téli rendezvénykínálat többsége az adventi időszakhoz kötődő vásárookra és kisebb regionális eseményekre épül. A kulturális narratívával rendelkező, ikonikus vizuális identitást fenntartó, széles körű országos elérést biztosító téli fesztiválok száma alacsony; ebben a szegmensben a Kocsonyafesztivál kiemelkedő pozíciót tölt be. A Kocsonyafesztivál nem helyettesíthető generikus városi rendezvénnyel.

A Busójárás külön kategóriát képez: néphagyomány-központú, időben és tartalmában is eltérő, ezért nem tekinthető versenytársnak. Korábban díszvendégként szerepelt Miskolcon, ami kulturális együttműködést jelent, semmint piaci versenyt.

Differenciálás – a Kocsonyafesztivál márkapozíciója

A Kocsonyafesztivál egyedi pozícióját az alábbi, egymást erősítő tényezők határozzák meg:

- 👁️ legendaalapú kulturális identitás (lásd: 1. fejezet – Márkatörténet)
- 👁️ erős közösségi részvétel és bevonódás (vibe voting; lásd: 0. fejezet – közösségi alapelvek)
- 👁️ téli gasztronómiai fókusz nagyvárosi környezetben
- 👁️ jelentős hazai és nemzetközi látogatottság (a részletes adatok a 3. fejezetben találhatók)

Ez a kombináció a hazai téli fesztiválpiacon ritka, és a Kocsonyafesztivált egyértelműen elkülöníti a kategória többi szereplőjétől.

2.5 Márkaígéret és előnyök (Brand Promise & Benefits)

Márkaígéret:

„Hiteles, közösségi és ikonikus téli fesztiválélmény, Miskolc kulturális örökségére építve.” A fesztivál hosszú távú célja, hogy minőségelvű, fenntartható módon járuljon hozzá a régió kulturális és gazdasági fejlődéséhez. (A márka alapjait lásd: 1. fejezet – Márkaesszencia és 1.1 Márkatörténet)

Érzelmi előnyök:

a márka személyiségéből következnek; lásd: 1. fejezet – Brand Personality)

- 👁️ a „mi fesztiválunk” élménye
- 👁️ közösségi összetartozás
- 👁️ városi identitás megerősítése

Funkcionális előnyök:

(a látogatói motivációkkal összhangban;

lásd: 3. fejezet – Audience Motivations)

- 👁️ széles programkínálat
- 👁️ gasztronómiai fókusz
- 👁️ könnyű megközelíthetőség
- 👁️ nemzetközi látogatottság (adatok: 3.5 Regionális és gazdasági hatás)

Társadalmi előnyök:

(lásd részletesen: 3.4 Társadalmi tőke – Bourdieu-modell és 3.5 Regionális hatás)

- 👁️ régiófejlesztés
- 👁️ kulturális örökség átörökítése
- 👁️ társadalmi tőke erősítése

2.6 Szlogenrendszer (Tagline System)

A Kocsonyafesztivál szlogenrendszere több szintből áll: egy időtlen márkaszintű fő szlogenből, valamint tematikus kampányszlogenekből, amelyek a kulturális, közösségi, gasztronómiai és digitális kommunikációs pillérekhez igazodnak. A rendszer célja, hogy minden célcsoport számára egyértelmű, érzelmileg kapcsolódó és egységes márkaélményt biztosítson.

2.6.1 Márkasztintú fő szlogen (Core Brand Tagline)

Egy város. Egy legenda. Egy közösség.
One City. One Legend. One Community.

2.6.2 Kulturális kampányszlogen (Cultural Campaign Tagline)

Miskolc mesél. A legenda életre kel.
Miskolc tells its own story. The legend awakens.

2.6.3 Községi kampányszlogen (Community Campaign Tagline)

Egy asztal. Egy város. Egy közösség.
One community, together at one table.

2.6.4 Gasztró kampányszlogen (Gastronomy Campaign Tagline)

Kóstolj bele a legendába.
Savour the Legend.

2.6.5 Digitális kampányszlogen (Digital Campaign Tagline)

Kapd el a pillanatot. Oszd meg a legendát.
Capture the moment. Share the legend.

2.6.6 Szlogenhasználati irányelvek (Tagline Usage Guidelines)

- 👁️ A fő szlogen egész évben, minden hivatalos márkakommunikációban használható.
- 👁️ A kampányszlogenek kizárólag a megfelelő tematikus pillérben alkalmazhatók.
- 👁️ A magyar és angol verziók egymás hivatalos fordításai – nem variálhatók.
- 👁️ A szlogenek nem helyettesítik a logót, hanem kiegészítő rendszerként működnek.
- 👁️ Digitális felületeken a tagline rövidített változata alkalmazható (pl. Savour the Legend).

2.7 Összegző kulcspontok (Key Takeaways)

- 👁️ A Kocsonyafesztivál egyedülálló nagyvárosi, legendaalapú, értékalapú kulturális fesztivál.
- 👁️ A célcsoportstruktúra modern, EU-kompatibilis, motiváció- és viselkedésalapú.
- 👁️ Az UVP jogilag védhetően definiálja a kategóriát.
- 👁️ A differenciálás hangsúlyozza a civil eredetet, minőségelvűséget és fenntarthatóságot.
- 👁️ A fesztivál nem helyettesíthető generikus városi rendezvénnyel.
- 👁️ A szlogenrendszer moduláris és professzionális, több kommunikációs pillért támogat.

3. FEJEZET

KÖZÖNSÉG ÉS TÁRSADALMI HATÁS

Audience & Social Impact

A Kocsonyafesztivál közönsége sokrétegű és viselkedés-alapú mintázatok mentén szerveződik. Látogatói különböző élethelyzetekből, kulturális háttérrel és motivációkkal érkeznek, mégis egy közös pont kapcsolja össze őket: a közösségi élmény, a kulturális identitás és a városi történet részévé válásának igénye.

Míg a 2. fejezet a célcsoportok stratégiai pozicionálását ismerteti, jelen fejezet azt mutatja be, hogyan viselkednek ezek a csoportok a fesztivál térben és milyen társadalmi, kulturális és gazdasági hatások erősödnek fel jelenlétük nyomán.

3.1. Célcsoportszegmentáció – viselkedésalapú modell (Audience Behavioural Segmentation)

A fesztivál közönségét olyan élmény- és viselkedésalapú csoportok írják le, amelyek megmutatják, milyen módon kapcsolódnak a márkához. Ez a rendszer kiegészíti, de nem ismétli a 2. fejezet demográfiai célcsoportjait.

1. Közösségi élménykeresők

A fesztivál számukra a találkozás tere: barátok, családtagok, többgenerációs csoportok együttléte. Ők értékelik a biztonságos, befogadó, kiszámítható környezetet, ahol az együtt töltött idő a fő érték.

2. Gasztronómiai felfedezők

A miskolci és régiós ízek jelentik számukra a fő vonzerőt. A helyi specialitások, a kocsonya kulturális jelentése, a kistermelők és kézműves gasztrókinálat erős érzelmi és kulináris motivációt teremtenek.

3. Kulturális történetkeresők

Ők a fesztivál legendavilágához kapcsolódnak leginkább: a pislogó béka ikonográfiája, a városi mítosz, a helyi örökség megélésének szimbolikus tere érdekli őket. A fesztivált mint élő történetet fogyasztják.

4. Intergenerációs élménykeresők

Több korosztály együtt érkezik: szülők, nagyszülők, gyerekek. Számukra a fesztivál olyan „városi közös asztal”, ahol valamennyi generáció számára külön értelmezési és élményréteg jelenik meg.

5. Vizualitás-orientált látogatók

Erősen reagálnak a vizuális atmoszférára: fényekre, installációkra, ikonokra, fotózható pontokra. A fesztivál élményének jelentős része számukra a vizuális rögzíthetőség és megoszthatóság.

6. Digitális részvételi közönség

Ők a fesztivált hibrid térként értelmezik: a fizikai jelenlét mellett online aktívak, UGC-t hoznak létre, részt vesznek a vibe voting rendszerben, alakítják a márka digitális identitását.

7. Rövid városi élménykeresők (city-break motiváció)

A belföldi és külföldi látogatók, akik számára a fesztivál egy intenzív, kompakt kulturális élmény: gasztronómia, városi felfedezés, ikonikus fotópontok, helyi szokások gyors, élményszerű megismerése.



3.2. Látogatói motivációk – kutatási és viselkedési mintázatok (Research Findings & Motivation Patterns)

- 👁️ **Közösségi identitás megélése**
A helyiek számára a fesztivál az „éves közös ünnep”, amely megerősíti a városhoz való érzelmi kötődést.
- 👁️ **Élmény- és atmoszférakeresés**
A látogatók jelentős része a vizuális és hangulati élményekért érkezik: fények, installációk, ikonikus pontok.
- 👁️ **Gasztronómiai kíváncsiság**
A régió kulináris különlegességei – köztük a kocsonya mint kulturális szimbólum – elsődleges motiváció.
- 👁️ **Családi program és többgenerációs élmény**
A fesztivál biztonságos, befogadó környezete ideális családi programhelyszín.
- 👁️ **Kulturális örökség megismerése**
A legenda, a városi ikonok és a miskolci kulturális narratíva élő formában jelenik meg.
- 👁️ **Vizuális tartalomkészítés**
A fotózhatóság, a megoszthatóság és a vizuális storytelling a fiatal felnőttek egyik legerősebb motivációja.

3.3. Digitális viselkedés és elérési pontok (Digital Behaviour & Touchpoints)

A Kocsonyafesztivál digitális jelenléte a magyar fesztiválpiacon egyedülálló. A közönség digitális viselkedése hibrid élményfogyasztási modellben érhető tetten, amelyben a fizikai részvétel és az online aktivitás folyamatosan hat egymásra.

Digitális viselkedési minták

- 👁️ **Valós idejű élménymegosztás** – dokumentálás, fotózás, videózás, posztolás.
- 👁️ **UGC-alapú városi legendaépítés** – a pislogó béka ikon folyamatos újraértelmezése.

Az UGC – user-generated content – a látogatók által készített fotókat, videókat és bejegyzéseket jelenti; ezek a tartalmak kollektívan formálják és gazdagítják a fesztivál legendáját és vizuális narratíváját.

- 👁️ **FOMO-orientált részvétel** – az online tartalmak aktiválják a látogatási kedvet.
(A FOMO – Fear of Missing Out – olyan digitális viselkedési minta, amelyben a közönség attól tart, hogy kimarad egy élményből, ezért az online tartalmak hatására gyorsabban és erősebben motiválódik a részvételre.)
- 👁️ **Digitális identitásépítés** – a fesztivál mint személyes online narratíva része.
- 👁️ **Vibe voting mint digitális közösségi döntéshozatal** – több mint 14 000 szavazattal.
- 👁️ **QR-narratívák és városi történetfogyasztás** – interaktív digitális információs pontok.

Digitális touchpointok

- 👁️ vizuális ikonok és installációk » fotózási pontok
- 👁️ social media aktivitás » megosztások, tagek, UGC
- 👁️ digitális térképek és információs felületek
- 👁️ online szavazás és közösségi bevonódás
- 👁️ városmárka-kapcsolódási lehetőségek (helyszínek, háttértörténetek)

3.4. Társadalmi tőke a Bourdieu-modell szerint (Social Capital Framework)

Strukturális tőke – új kapcsolatok, közösségi hálók

A fesztivál a város egyik legnagyobb társadalmi találkozási tere, ahol különböző csoportok és generációk érintkeznek.

Relációs tőke – bizalom és közösségi integráció

A közös élmény növeli az együttműködési hajlandóságot és a közösségi összetartozás érzését.



Kognitív tőke – közös narratívák, legendák, kulturális szimbólumok

A béka motívum és a miskolci történetek identitásképző erőt hordoznak.

3.5. Regionális és gazdasági hatás (Regional & Economic Impact)

A Kocsonyafesztivál kiemelt jelentőségű regionális gazdasági tényező, amely érezhető forgalomművekedést generál a vendéglátásban, szálláshely-szolgáltatásban, kiskereskedelemben és kapcsolódó szolgáltatói szektorokban.

A fesztivál hatása többretegű multiplikátor-modellben értelmezhető:

-  Turisztikai forgalomművekedés – a régió egyik legnagyobb téli látogatói hulláma.
-  Vendéglátóipari kapacitáskihasználás növekedése – kiemelkedő helyi forgalom.
-  Szálláshelyek telítettsége – jelentős kihasználtságnövekedés a városban és környékén.
-  Kézműves és mikrovállalkozói bevételek – a fesztivál csúcsidőszak az értékesítésben.
-  Városmárka és reputációs hatás – tartósan erősíti Miskolc kulturális pozícióját.
-  Téli gazdasági élénkítés – a szezonális impulzus különösen értékes a régió számára.

4. FEJEZET

VIZUÁLIS ARCULAT / KISARCULAT

Basic / Core Visual Identity System

4.1 Logórendszer és békaikon (Logo System & Iconography)



4.1 Logórendszer és békaikon (Logo System & Iconography)



4.2 Színpaletta (Colour Palette)



	C-M-Y-K	100-35-100-30
	R-G-B	0-30-53
	H-S-B	152-100-38
	#	006135

	C-M-Y-K	10-0-100-0
	R-G-B	238-232-9
	H-S-B	57-96-93
	#	EEE809

	C-M-Y-K	75-5-100-0
	R-G-B	124-62-67
	H-S-B	152-100-38
	#	41AD49

	C-M-Y-K	80-30-100-20
	R-G-B	54-118-57
	H-S-B	121-54-46
	#	006135

	C-M-Y-K	10-100-100-15
	R-G-B	190-27-33
	H-S-B	357-85-74
	#	BE1B21

	C-M-Y-K	30-0-100-0
	R-G-B	191-215-48
	H-S-B	67-77-84
	#	BFD730

	C-M-Y-K	25-0-75-0
	R-G-B	200-220-105
	H-S-B	69-52-86
	#	C8DC69

	C-M-Y-K	0-0-0-100
	R-G-B	35-31-32
	H-S-B	344-11-13
	#	231F20

4.3 Tipográfia (Typography)

BARLOW CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

BARLOW

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910



4.4 Motívumok és grafikai elemek – védjegyzstratégiai besorolás (Graphic Elements & Motifs – Trademark Strategy Framework)

I. Védjegyfunkcióval rendelkező grafikai elemek (Trademark Elements)

A **cilinderes békát ábrázoló logó** a Kocsonyafesztivál **elsődleges, védjegy-funkciót betöltő grafikai eleme**, amely alkalmas a fesztivál azonosítására, megkülönböztetésére és jogi oltalom alá esik.

E grafikai elem:

- ☞ a márka forrásazonosító funkcióját látja el,
- ☞ védjegyszerűen használatos,
- ☞ önállóan és összetett formában is jogi oltalomra alkalmas,
- ☞ a fesztivál hivatalos megjelölésének minősül.

A védjegyfunkcióval rendelkező grafikai elemek kizárólag:

- ☞ a jelen brand bookban meghatározott formában,
- ☞ változtatás nélkül,
- ☞ a védjegyjogosult által jóváhagyott kontextusban alkalmazhatók.

II. Kísérő, nem védjegyfunkciójú grafikai elemek (Decorative / Non-Trade-mark Elements)

A Kocsonyafesztivál vizuális kommunikációjában alkalmazott egyéb grafikai elemek és karaktervariációk (ideértve, de nem kizárólagosan: cylinder nélküli békakarakterek, illusztratív motívumok, dekoratív figurák) **nem minősülnek védjegynek, és nem töltenek be forrásazonosító funkciót.**

Ezen elemek:

- ☞ kizárólag **dekoratív vagy narratív célokat** szolgálnak,
- ☞ a vizuális világ gazdagítására alkalmasak,
- ☞ **nem alkalmasak önálló azonosításra,**
- ☞ **nem képezik EUIPO-bejelentés tárgyát,** kivéve, ha erről a jogosult külön dönt.

III. Kifejezetten tiltott védjegyszerű használat

A nem védjegyfunkciójú grafikai elemek esetében **tilos:**

- ☞ azok védjegyszerű, megkülönböztető jelzésként történő alkalmazása,
- ☞ logópozícióban vagy márkajelölésként való használata,
- ☞ olyan kontextusban történő megjelenítése, amely a hivatalos logóval való egyenértékűséget sugallja,
- ☞ olyan felhasználás, amely a fogyasztókban a grafikai elem jogi státuszát illetően megtévesztést okozhat.

IV. Megkülönböztetés és hierarchia

A védjegyfunkcióval rendelkező és nem rendelkező grafikai elemek között **vizuális és funkcionális hierarchiát kell fenntartani.**

A hivatalos logó:

- ☞ mindig elsődleges pozícióban jelenik meg,
- ☞ nem helyettesíthető kísérő elemmel,
- ☞ jogilag domináns szerepet tölt be minden kommunikációs felületen.

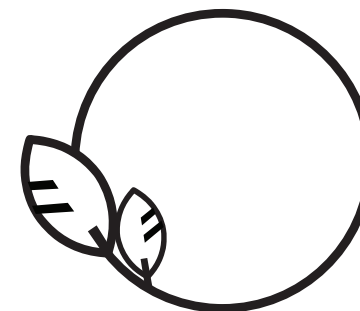
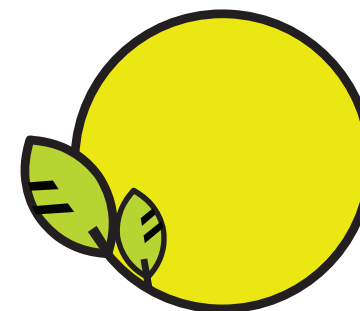
V. Jogosulti döntési jogkör és jövőbeli oltalom

A grafikai elemek jogi státuszának meghatározása, módosítása, valamint bármely grafikai elem későbbi védjegyoltalom alá helyezéséről szóló döntés **a fesztivál márkatulajdonosának és védjegyjogosultjának, Rózsa Editnek a kizárólagos hatáskörébe tartozik.**

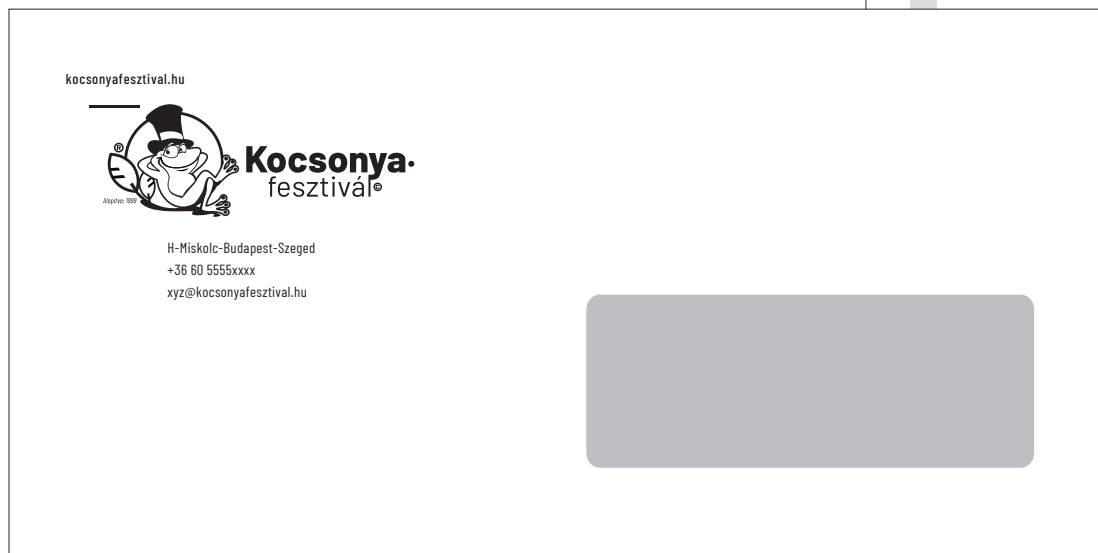
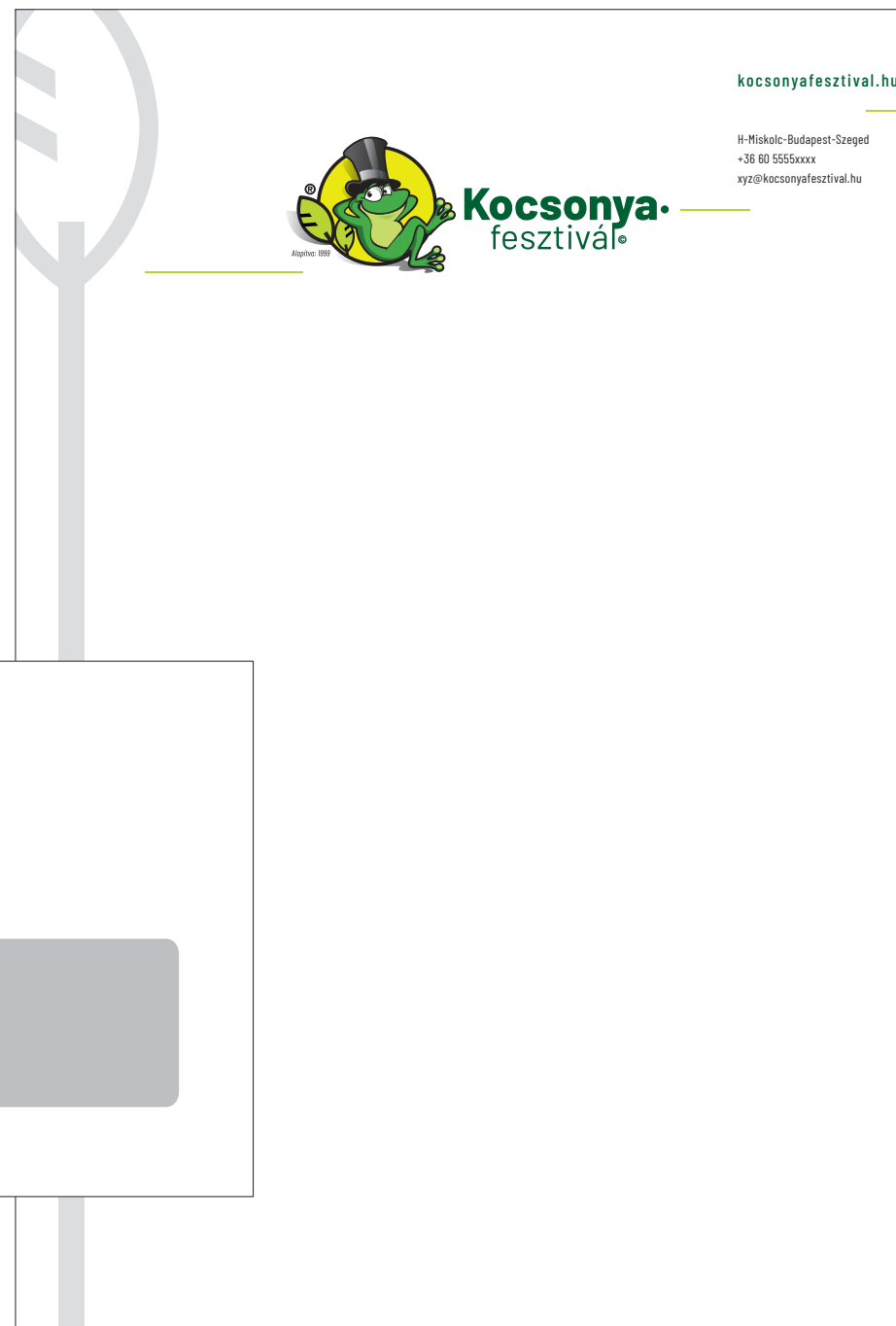
A jelen besorolás **nem zárja ki**, hogy a márkatulajdonos a jövőben egyes kísérő grafikai elemeket önálló vagy kiegészítő védjegyoltalom alá helyezzen.

A jelen brand bookban szereplő grafikai elemek besorolása a védjegyhasználat következetességét szolgálja, és összhangban áll a hatályos magyar és európai uniós védjegyjogi gyakorlattal.

4.4 Motívumok és grafikai elemek – védjegyzstratégiai besorolás (Graphic Elements & Motifs – Trademark Strategy Framework)



4.5 Levélpapír / Névjegy / Boríték (Letterhead / Business Card / Envelope)



4.6 Tiltott alkalmazások (Incorrect Usage)

A Kocsonyafesztivál logó egységes, felismerhető és jogilag védett megjelenésének biztosítása érdekében az alábbi felhasználások **tilosak vagy korlátozottak**.



Az embléma vagy a logotípus önálló használata tilos.
A logó elemei kizárólag az arculati előírásokban rögzített egységes formában alkalmazhatók.



Az embléma és a logotípus egymáshoz viszonyított pozíciójának vagy arányainak megváltoztatása tilos.



A logó elforgatása, döntése vagy tükrözése tilos.



A logó torzítása tilos.
Vertikális vagy horizontális irányú nyújtás, összenyomás, arányeltolás nem megengedett.



A logó színértékeinek módosítása tilos.
Az alap logó kizárólag az arculati kézikönyvben meghatározott színek 100%-os értékében használható.



Az alap logó színes vagy mintázott háttérrel történő elhelyezése tilos.
A pozitív logó alapértelmezett megjelenése fehér háttérrel történik.

4.6 Tiltott alkalmazások (Incorrect Usage)



A logón bármilyen grafikai effekt alkalmazása tilos, különösen: árnyék, domborítás, kontúr, fényhatás, átlátszóság vagy textúra.



Elégtelen kontrasztú megjelenítés tilos. A logónak minden esetben jól láthatónak, egyértelműen azonosíthatónak kell maradnia.



A logó fotón, illusztráción vagy vizuális környezetbe olvasztva, az előírt háttér nélkül nem alkalmazható.



A logó elemeinek átrajzolása, stilizálása, leegyszerűsítése vagy dekoratív átalakítása tilos.

A fenti tiltások alól kizárólag előzetes, írásos jogosult engedéllyel lehet eltérni, kizárólag meghatározott alkalmazások esetében (pl. ruházat, promóciós vagy ajándéktárgyak).



Kétség esetén a logó kizárólag a hivatalosan biztosított, eredeti logófájlok felhasználásával, változtatás nélkül alkalmazható.

A jelen arculati előírásoktól való bármilyen eltérés kizárólag a fesztivál védjegyjogosultjának, **Rózsa Edítnek** az előzetes, írásos hozzájárulásával engedélyezett.

MÁRKAVÉDELEM, VÉDJEGYHASZNÁLAT ÉS JOGI KERETRENDSZER

6.1 A Miskolci Kocsonya és a Kocsonyafesztivál márkanév védjegystátusza

A „Miskolci Kocsonya” és a „Kocsonyafesztivál” elnevezések védjegyjogtalanom alatt álló, kulturális és identitásvédelmi jelentőségű márkanévek, amelyek kizárólag a védjegyjogosult (továbbiakban védjegyjogosult), Rózsa Edit előzetes írásbeli engedélyével használhatók.

A védjegyjogtalanom kiterjed a szómegjelölésekre, ábrás megjelölésekre, ikonográfiai elemekre (beleértve a pislogó béka karaktert és annak stilizált variációit), vizuális jellegzetességekre, valamint a kapcsolódó kulturális tartalmakra és azok megjelenítési módjaira, a védjegyjog által megengedett mértékben, különös tekintettel az összetéveszthetőségre.

A védjegyjogtalanom tiltja a megtévesztő, engedély nélküli, rosszhiszemű vagy összetévesztésre alkalmas kereskedelmi, politikai, kulturális vagy digitális célú felhasználást.

6.2 A márkanév kulturális jelentése és örökségvédelmi státusza

„A Miskolci Kocsonya és a Kocsonyafesztivál nem ételnév, hanem védjegyjogtalanommal védett kulturális örökség.”

A márkanév kulturális örökségként való kezelése összhangban áll az Európai Unió kulturális örökségvédelmi normáival (2018–2024), és a miskolci identitás szimbolikus értékhozója. A definíció célja a kulturális kisajátítás (misappropriation), félreértelmezés, történeti narratívacsere és szimbolikus torzítás megelőzése.

6.3 Védjegyhasználati protokoll

Engedélyezett használat kizárólag a védjegyjogosult, Rózsa Edit előzetes írásbeli jóváhagyással:

- hivatalos márkakommunikáció
- szerződött kulturális és szakmai együttműködések
- edukációs célú tartalmak
- engedélyezett fesztivál-partnerségek
- merchandising kizárólag meghatározott minőségi és tartalmi feltételek mellett

Tiltott használat:

- ételnévként vagy étlapon való feltüntetés
- harmadik fél kereskedelmi termékeként való megjelenítés
- politikai vagy kampánycélú felhasználás
- összetévesztésre alkalmas megjelenési formák
- vizuális, verbális vagy narratív utánozás
- „fesztiválhelyettesítő” rendezvények azonos vagy hasonló névvel

6.4 Kulturális és kereskedelmi félrehasználás tilalma

Tiltott minden olyan felhasználás, amely a fesztivál kulturális jelentését eltorzítja, a márka értékét csökkenti vagy a közösséget félrevezeti. Ide tartozik különösen a kulturális kisajátítás, a történeti narratíva átalakítása, a márka identitásának plagizált vagy szimbolikus torzítása, valamint a Kocsonyafesztivál-jellegű események engedély nélküli létrehozása.

6.5 AI- és digitális márkavédelem (EU 2024 AI Act)

A márka vizuális, verbális, ikonográfiai és karakteralapú elemeinek mesterséges intelligencia által történő felhasználása – beleértve a reprodukálást, klónozást, variálást, deepfake-technológiát, stílusklónozást és modellek betanítását – a hatályos és jövőbeni uniós mesterségesintelligencia-szabályozással összhangban, kizárólag a védjegyjogosult előzetes írásbeli engedélyével végezhető.

Tiltott továbbá:

-  a béka karakter vagy bármely karakter AI-variánsának létrehozása engedély nélkül
-  olyan tartalmak előállítása, amelyek hivatalos kommunikációnak tűnhetnek
-  AI-modellek tanítása a márka vizuális vagy verbális elemeire

6.6 Online és digitális identitásvédelem

A márkanév digitális védelme kiterjed a domainnevekre, közösségi média azonosítókra, keresőmotoros megjelenésekre és metaadatokra. Tiltott minden olyan magatartás, amely domain-squattingnek, typosquattingnek, félrevezető domainregisztrációnak vagy search-hijackingnek minősül.

Tilos továbbá a márkanév metaadatként való használata, a márkanévre hirdetés futtatása engedély nélkül, illetve a vizuális és verbális elemek digitális térben történő megszemélyesítése vagy klónozása.

6.7 A vizuális rendszer védelme

A védjegyoltalom kiterjed a márka teljes vizuális rendszerére: színpalettára, tipográfiára, ikonikus motívumokra, a béka karakter stílusára, grafikai arányokra és minden olyan vizuális elemre, amely összetéveszthető a hivatalos arculattal.

Tiltott továbbá a vizuális elemek stilizált, absztrakt vagy minimalista formában történő utánzása, amennyiben az alkalmas a fogyasztói megtévesztésre.

6.8 Márkabitorlási eljárásrend

1. Monitoring és archiválás — a jogsértő tartalom rögzítése, időbélyeggel.
2. Edukatív figyelmeztetés — jóhiszemű jogsértés esetén.
3. Hivatalos felszólítás — jogi hivatkozásokkal.
4. Platform-level takedown request — social média, Google, TikTok stb.
5. Védjegybitorlási eljárás — szükség esetén polgári peres vagy hatósági út.
6. Kártérítési igény érvényesítése.

6.9 Hozzáféréskezelési protokoll

Adminisztratív és technikai hozzáférés kizárólag szerződésben rögzített, dokumentált, időkorlátos módon adható ki. A hozzáférés átadása harmadik félnek tilos, különösen akkor, ha az érintett személy vagy szervezet versenyhelyzetben áll a márkával.

A hozzáférések felülvizsgálata minimum évente egyszer kötelező.

6.10 Területi és időbeli hatály

A védjegy- és márkavédelmi szabályok területi hatálya kiterjed: Magyarországra, az Európai Unió teljes területére, valamint a globális digitális térre (beleértve a jövőbeli metaverzum-platformokat is).

A felhasználási engedélyek — ha másként nem kerül rögzítésre — időben szigorúan korlátozottak, és nem hosszabbodnak meg automatikusan.

6.11 Licencek, allicencek és co-branding szabályai

A márka felhasználási jogai nem ruházhatók át és allicenc nem adható, kivéve külön szerződésben rögzített, előzetes írásbeli engedély alapján. Co-branding kizárólag minőségbiztosítási és tartalmi ellenőrzési folyamat mellett engedélyezhető.

