

Wyniki I edycji konkursu „Znak Towarowy Roku 2023”

Urząd Patentowy zorganizował I edycję konkursu na znak towarowy roku, który miał na celu wyróżnienie najciekawszych i najbardziej innowacyjnych znaków towarowych zgłoszonych do ochrony w Urzędzie Patentowym RP w 2023 r. Do finału trafiły projekty wybrane spośród ponad 12 tysięcy zgłoszeń.

Był to pierwszy tego rodzaju konkurs w Polsce, w którym zarówno profesjonalne jury, jak i publiczność wybierały najbardziej unikatowe znaki towarowe. Oprócz docenienia twórców i projektantów zależało nam na promowaniu ochrony własności intelektualnej, kształtowaniu dobrych wzorców oraz zachęcaniu innych do rejestracji swoich znaków towarowych.

Eksperci ocenili

Zwycięzców wybrało interdyscyplinarne jury w składzie:

- Edyta Demby - Siwek, Prezes Urzędu Patentowego RP
- dr hab. Mirosław Bańko, prof. Uniwersytetu Warszawskiego, członek Rady Języka Polskiego przy Prezydium Polskiej Akademii Nauk, leksykograf i redaktor naczelny słowników języka polskiego,
- prof. Błażej Ostoja Lniski, rektor Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie,
- dr hab. Piotr Wachowiak, rektor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

W pierwszej edycji wybrano 40 znaków, które walczyły o przejście do finału w 4 kategoriach: słowny znak towarowy, graficzny znak towarowy, słowno-graficzny znak towarowy i niekonwencjonalny znak towarowy.

Nagrodzeni

1. W kategorii Słowny Znak Towarowy:

Nagroda Główna: znak słowny Chaty na manowcach zgłoszony przez Małgorzatę Gorzenik.

Uzasadnienie: wyraziste i estetyczne logo. Prosta, ale intrygująca nazwa, eksponująca walory turystyczne i potencjał regionu. W miejscu zwykle zajmowanym przez imię własne zaskakuje rzeczownikiem pospolitym, który nie kojarzy się z gościnnością, lecz z przygodą. Zapis i brzmienie wyrazów przyciąga uwagę, pobudza wyobraźnię i wzbudza ciekawość.

2 wyróżnienia:

- **Znak słowny OptiMistic zgłoszony przez OPTIMISTIC-OPTYK Sp. z o.o.**

Uzasadnienie: Nazwa optymistyczna, ale z nutką mistyki (wciągająca gra słów). Atrakcyjna pod względem językowym (aliteracja, figura etymologiczna), a także ze względu na zróżnicowane, pozytywne konotacje.

- **Znak słowny Młode Horyzonty zgłoszony przez STOWARZYSZENIE NOWE HORYZONTY**

Uzasadnienie: Znak dobrze odzwierciedla kluczowe wartości marki, budzi pozytywne emocje i skojarzenia. Brzmienie wyrazów wnosi świeżość, energię i obietnicę intelektualnej przygody. Przyciąga uwagę i wyróżnia markę na tle konkurencji. Znak pozwala na modyfikacje lub odświeżenie w przyszłości bez utraty rozpoznawalności.

2. W kategorii Graficzny Znak Towarowy

Nagroda Główna:



Uzasadnienie: w klarowny sposób nawiązuje do charakteru prowadzonej działalności. Kolorystyczny minimalizm zapewnia mu wyrazistość, a zestawienie filiżanki i wiecznego pióra uwzględnia specyfikę branży i preferencje docelowych odbiorców. Symbolika i styl znaku ułatwia wprowadzenie konsumenta w świat marki i buduje pierwsze wrażenie i zaufanie do niej. Znak zgłoszony przez Jakuba Sysło.

2 wyróżnienia:



Uzasadnienie: Znak graficzno-literalny o niejasnej treści, nawiązujący jednak do nazwy firmy. Wyrazisty rysunek liter, częściowo splecionych i odwróconych do siebie tyłem, nadaje mu intrygujący charakter, a pomarańczowa kropka - jedyny element wyróżniający się na tle czarno-białej kompozycji - skupia uwagę. Gdy dowiadujemy się, że znak odnosi się do siłowni i klubu fitness, w rysunku splecionych liter możemy dopatrzeć się czegoś adekwatnego (np. splecionych ciał zapaśników). Dobry znak, działający na wyobraźnię. Znak jest prosty i zapada w pamięć. Odzwierciedla kluczowe wartości i misję organizacji. Buduje unikalny wizerunek. Prosta typografia wzbudza poczucie stabilności i zaufania. Każdy szczegół typograficzny współgra z przekazem wizualnym znaku. Znak graficzny zgłoszony przez REVOLVE Sp. z o.o.



Uzasadnienie: Znak został tak zaprojektowany, że dobrze funkcjonuje zarówno na małych jak i dużych powierzchniach. Wybrana forma sprawia, że znak jest uniwersalny co umożliwia jego wszechstronne zastosowanie na różnych nośnikach materiałach reklamowych. Nawiązujący do wartości, kultury i specyfiki działalności marki, posiada potencjał komercyjny i marketingowy. Znak graficzny zgłoszony przez BUGAJ Sp. z o.o. , Bugaj Zakrzewski

3. W kategorii Słowno-Graficzny Znak Towarowy

Nagroda Główna



Uzasadnienie: znak jest stylizowanym zapisem trzech pierwszych liter nazwy firmy. Równocześnie naśladuje sylwetkę roweru i w ten sposób nawiązuje do obszaru jej działalności. Czytelny, ale nie natrętny, wyrazisty pod względem graficznym. Dobrze zharmonizowano element graficzny i słowny. Wizualnie znak przyciąga uwagę, pozytywnie wpływa na emocje i skojarzenia z marką. Stwarza to podstawy sukcesu i zaufania do marki na długie lata. Znak zgłoszony przez Dawida Łączka DLB.

2 Wyróżnienia:



Uzasadnienie: Znak wyróżnia się harmonijnymi proporcjami i estetycznymi kształtami co sprawia, że jest przyjemny w odbiorze. Elementy składające się na znak są spójne i tworzą przemyślaną kompozycję. Brzmienie 2 wyrazów w połączeniu z grafiką inspirują do pozytywnych skojarzeń i doświadczeń towarzyszących nie tylko degustacji lodów. Identyfikują markę z regionem, nawiązując do pobliskiego świata przyrody, w tym przypadku do szczytów Czerwonych Wierchów. Zastosowanie minimalistycznych form zapewnia znakowi nowoczesny wygląd. Znak słowno - graficzny zgłoszony przez PKL HORECA Sp. z o.o.



Uzasadnienie: znak o czytelnym i ważnym społecznie przesłaniu: dach nad głową. W tym wypadku nad głową psa, któremu fundacja chce zapewnić dom, być może "Drugi Dom" (jak brzmi jej nazwa, a zarazem werbalna część znaku), jeśli zwierzak go miał i utracił. Rysunek z założenia prosty, jak z książeczki dla dzieci, odwołuje się do najprostszych odruchów współczucia i empatii. Przy całej swojej prostocie jednak przemyślany, np. komin na dachu wskazuje, że chodzi naprawdę o dom, a nie psią budę. Zgodny z wartościami, kulturą i specyfiką działalności marki. Znak słowno - graficzny zgłoszony przez WRO-OFFICE I WSPÓLNICY Sp. z o.o.

4. W kategorii Niekonwencjonalny Znak Towarowy

Nagroda Główna:

Multimedialny znak [IP matters](#)

Uzasadnienie: film multimedialny *IP matters* wyróżnia się na tle pozostałych znaków w tej kategorii. Zbudowany na silnej tożsamości, z użyciem dźwięku oraz charakterystycznego dla marki graficzno-słownego minimalizmu wyrażonego w 4 kolorach: białym, czerwonym, czarnym i odcieniach szarości. 5-sekundowe wideo ma tę przewagę nad innymi znakami, że nie tylko oddziałuje na różne zmysły odbiorców, ale w punkt akcentuje obszar w jakim specjalizuje się marka. Znak multimedialny ukazuje profesjonalizm marki, wyróżnia ją na konkurencyjnym rynku i jest istotnym elementem jej strategii brandingowej.

Zgłoszony przez Lewandowski Gradek Lewandowska Spółka Partnerska Radców Prawnych

2 Wyróżnienia



Znak przestrzenny : 5th element alcohol free apa we want something better owies & sól morską HYDRATE

Oraz



Znak przestrzenny: 5th element american pale ale we want something better owies & lupulina

Uzasadnienie: Koncept graficzny pozwala konsumentom natychmiast zidentyfikować markę, buduje spójny i rozpoznawalny wizerunek firmy. Klienci rozpoznają nie tylko sam produkt ale również całą linię produktów marki. To utrwala pozytywne skojarzenia i zwiększa szanse na ponowny zakup. Znaki zgłoszone przez BROWAR ZA MIASTEM Sp. z o.o. S.K.A.

Nagroda internautów



Dodatkowo, użytkownicy internetu zdecydowali, że znak słowno-graficzny „Hauki” zwyciężył w plebiscycie publiczności.

Uzasadnienie: wyraziste logo w kreatywny sposób zdaje się nawiązać do szczególnego grona docelowych odbiorców. Słowny element znaku tworzy wyraz dźwiękonaśladowczy złożony z imitacji dźwięków wydawanych przez czworonogi oraz końcówki –ki, nawiązującej do nazwy pod którą występują. Zabieg wykorzystania onomatopei w tym przypadku jest bardzo trafiony. Grafika jest wyrazista i kojarzy się z dobrymi emocjami naszych pupili. W głosowaniu, publiczność oddała 5573 głosy na ten znak. Zgłoszony przez Hauki sp. z o.o.

Gala rozdania nagród

Urząd Patentowy 6 grudnia br. zorganizował galę, podczas której ogłoszono zwycięzców konkursu. „Bardzo cieszę się z tej inicjatywy i gratuluję laureatom. Mam nadzieję, że promocyjny charakter konkursu zachęci kolejnych przedsiębiorców do rejestracji swoich znaków towarowych. Znaki te są sercem każdej marki, decydują o jej rozpoznawalności i wyjątkowości na rynku. Dobry znak towarowy to klucz do sukcesu – przyciąga klientów i buduje ich lojalność, zarówno w kraju, jak i za granicą” – powiedziała prezes Edyta Demby-Siwek.