

# Działania medialne dla Urzędu Patentowego RP

## Spis treści

1. Sytuacja wyjściowa
2. Cele komunikacji
3. Dotychczasowe działania
4. Analiza publikacji medialnych
5. Współpraca z mediami i ekspertami
6. Media społecznościowe
7. Strona internetowa
8. Komunikacja wewnętrzna
9. Zarządzanie kryzysowe
10. Księga znaku
11. Budowanie marki osobistej Prezes UPRP
12. Planowane projekty

## Sytuacja wyjściowa Analiza SWOT

Mocne	Słabe
<ul style="list-style-type: none"><li>• Stabilna, merytoryczna, niekontrowersyjna instytucja</li><li>• Duże zasoby wiedzy, ekspertów</li><li>• Ponad stuletnia tradycja</li><li>• Multidyscyplinarność – obszar merytoryczny urzędu dotyka niemal wszystkich dziedzin nauki i biznesu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dotychczas raczej reaktywna komunikacja mediami (nie było praktyki wysyłania informacji prasowych dotyczących wydarzeń promocyjnych i edukacyjnych. Materiały zamieszczane w SM i na stronie internetowej)</li><li>• Brak stałej, regularnej narracji do mediów tradycyjnych, np. informowanie o sukcesach, działaniach urzędu, statystykach, ciekawostkach</li><li>• Nieuwzględnianie zasady księgi znaku w komunikacji do mediów (brak wypracowanych standardów)</li><li>• Jedna treść w poszczególnych kanałach social media</li><li>• Niewystarczający recykling treści</li></ul>
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"><li>• Zbudowanie mocniejszej pozycji na „rynku” informacji dot. własności przemysłowej</li><li>• Wykorzystanie ekspertów UPRP do promocji treści – zbudowanie dialogu i wspólnej narracji z nimi</li><li>• Wykorzystanie potencjału prezes i wiceprezesów UPRP do budowania pozytywnego wizerunku urzędu</li><li>• Wybór konkretnych zagadnień z dziedziny IP do promocji, nawiązanie do bieżących trendów i zainteresowania mediów (AI, e-commerce, kobiety w IP)</li><li>• Budowanie sojuszy z osobami, instytucjami, organizacjami przychylnymi UPRP</li><li>• Międzynarodowa widoczność działań urzędu – UPRP profesjonalny i wiarygodny partner do współpracy</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Funkcjonowanie w strefie politycznych wpływów</li><li>• Krytyka od osób, stowarzyszeń nieprzychylnych prezes, polityce urzędu</li><li>• Mały stopień „newsowości” w informacjach dot. IP</li><li>• Ograniczone zasoby – wielość działań a jednoosobowe stanowisko do współpracy z mediami</li><li>• Trudny język, hermetyczny</li><li>• Przekaz do wszystkich jest taki sam (prawnicy, przedsiębiorcy, zwykli ludzie)</li></ul>

## Cele działań medialnych

1. Zwiększenie obecności urzędu w mediach, **włączenie głosu UPRP** do tematyki związanej z własnością intelektualną i przemysłową, pokazanie eksperckości urzędu
2. Wypracowanie narzędzi **dzielenia się wiedzą** przez ekspertów UPRP – opracowanie tematów medialnych przy współpracy z ekspertami
3. **Proaktywna, regularna komunikacja** – wysyłka minimum jednej informacji prasowej w miesiącu
4. **Identyfikacja dziennikarzy i influencerów** zainteresowanych tworzeniem treści z zakresie prawa własności intelektualnej, nawiązanie bliższej relacji z nimi
5. Nawiązanie **bliższej współpracy z radiostacjami**, podcasterami – plasowanie tematów związanych z własnością intelektualną
6. Zaprezentowanie **aktywnej współpracy UPRP z międzynarodowymi instytucjami IP**

## Dotychczasowe działania (grudzień 2023-marzec 2024)

- Zbudowanie na nowo i stałe aktualizowanie bazy mediów – obecnie jest 380 redakcji/dziennikarzy
- Przygotowanie wzoru informacja prasowej, opis urzędu (*boilerplate*)
- Wysyłka 4 informacji prasowych
- Opracowanie planu działań medialnych na 2024
- Uzyskanie dostępu do banku zdjęć freepik
- Rozszerzenie zakresu usług związanych z monitoringiem mediów (radio, tv, podstawowe serwisy internetowe)
- Nawiązanie na nowo współpracy z Rzecznikiem MŚP w zakresie dystrybucji treści UPRP

## Analiza działań medialnych

- W okresie 1.01 do 14.03 pojawiało się 130 wzmianek dot. hasła Urząd Patentowy
- Urząd Patentowy pojawiał się w kontekście 105-lecia, dotacji unijnych (SME Fund), kobiet-innowatorek, zagadnień prawnych, sporów związanych z rejestracją przedmiotów własności przemysłowej
- Brak negatywnych publikacji

### Najciekawsze dotacje dostępne w lutym

W tym miesiącu MŚP mogą powalczyć o dofinansowanie m.in. na innowacje, rejestrację wynalazków i wdrażanie wyników prac B+R



### 105 lat Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej

W 2023 r. przypadła 105. rocznica powstania Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej. Ustanowiony on został dn. 13 grudnia 1918 r. dekretem Naczelnika Państwa Józefa Piłsudskiego i był jedną z pierwszych instytucji utworzonych po odzyskaniu niepodległości. Siedziba urzędu mieści się w budynku zaprojektowanym przez Rudolfa Świerczyńskiego, a odwieźających wita posąg młodej kobiety, przedstawiającej personifikację Mądrości, czyli Sophii autorstwa Franciszka Strykiwiewicza. Urząd zajmuje się udzieleniem ochrony prawnej na przedmioty własności pra-



Mala i średnia firma mogą starać się o dofinansowanie do ochrony własności intelektualnej. Politykę przedsiębiorstw wśród przedsiębiorców aktywnie wspierał tym zagadnieniom w UE

### SME Fund: nowe dofinansowanie dla firm

Wzrost konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw jest jednym z najważniejszych celów polityki gospodarczej Unii Europejskiej. W tym celu Komisja Europejska uruchomiła program dofinansowania dla małych i średnich przedsiębiorstw (SME Fund). Program ten ma na celu wsparcie innowacyjnych projektów, które przyczynią się do wzrostu konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw. W ramach programu dofinansowanie może być przyznane na różnego rodzaju przedsięwzięcia, w tym: badania i rozwój, wdrażanie wyników prac badawczych, inwestycje w sprzęt i technologie, szkolenia i kursy, a także inne działania, które przyczynią się do wzrostu konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw. Aby uzyskać dofinansowanie, przedsiębiorstwa muszą spełnić określone warunki, w tym: być małym lub średnim przedsiębiorstwem, prowadzić działalność gospodarczą w Unii Europejskiej, a także posiadać innowacyjny projekt. Aby uzyskać więcej informacji o programie dofinansowania, przedsiębiorstwa mogą skorzystać z pomocy specjalistów lub skorzystać z oficjalnej strony internetowej programu.



Głęboka ustawa jest z 2000 roku, sprzyła wejścia do Unii Europejskiej – mówi Edyta Demby-Siwiek, prezes Urzędu Patentowego RP. Przez 20 lat była nowelizowana blisko 25 razy. W związku z tym przyszedłoby się napisać ją na nowo.

### Potrzeba nowego prawa własności patentowej przemysłowej



25.12.2023 12:40 • Święta z Radiem TOK FM • Bartłomiej Pogorzelnicki  
Hologramowa choinka, wzór bombki lub wynalazek. Jak zabezpieczyć swój pomysł? Wyjaśnia prezes Urzędu Patentowego RP Edyta Demby-Siwiek.

### MŚP dostaną środki na ochronę znaków i wzorów oraz rejestrację patentów

Przedsiębiorcy mogą już składać wnioski do EUIPO o dofinansowanie z programu SME Fund 2024. Warto się spieszyć, bo decyzje kolejno zostaną ogłoszone. Z unijnego wsparcia można pokryć nawet 75 proc. kosztów opłat urzędowych

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

**URZĄD PATENTOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ**

## Analiza działań medialnych (gdzie byliśmy)

Publikacje w podziale na media

- prasa - 51,4 %
- radio - 25,7 %
- portale - 13,5 %
- tv - 9,5 %

**Dotarcie do 5 343 305 odbiorców  
Ekwiwalent reklamowy 1 871 735**

- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14

**URZĄD PATENTOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ**

## Współpraca z mediami

- Opracowanie tematów **atrakcyjnych medialnie**
- Korzystanie ze zgromadzonej już wiedzy, publikacji, które nadal są aktualne, **recykling treści** np. w Kwartalnika
- **Monitorowanie** aktywności dziennikarzy, influencerów związanych z tematyką IP

## Współpraca z ekspertami

- Zaproszenie i zaangażowanie ekspertów UPRP do **dzielenia się wiedzą**
- Przygotowywanie informacji prasowych we współpracy z ekspertami, zamieszczenie ich komentarza w materiale, nagraniach mp3
- Większe **wykorzystywanie statystyk** – współpraca z zespołem ds. analiz, przygotowywanie infografik, „wsad” do informacji prasowych
- Udzielanie informacji na zapytania medialne

## Współpraca z mediami

### Propozycje tematów

- Najciekawsze, nietypowe polskie i zagraniczne wynalazki
- Po co nam ochrona własności przemysłowej?
- Prawa własności intelektualnej wobec rozwoju technologii sztucznej inteligencji
- Kobiety a wynalazczość.
- Ochrona IP w internecie (obróć znakami towarowymi na platformach sprzedażowych, pozycjonowanie słów kluczowych konkurentów)
- Podróbki (piractwo znaków towarowych, obrót na aukcjach internetowych, współpraca UPRP z KAS)
- Scamming, oszuści i fałszywe decyzje dot. opłat za udzielania ochrony na produkty własności przemysłowej
- Ustawa prawo własności przemysłowej - nowa ustawa dostosowana do zmieniającego się świata
- Wynalazki w obszarze ekologii, zielonej energii

## Media społecznościowe

Nadzór nad SM jest kompetencją Wydziału Komunikacji i Mediów Społecznościowych.  
Sugestie dot. treści:

- Utrzymywanie nadal merytorycznego, eksperckiego charakteru postów
- Publikacja porad, wniosków z raportów, ciekawostek, spostrzeżeń.
- Zróżnicowanie treści w różnych kanałach (oferty pracy – LinkedIn, lżejsze lifestylowe treści – FB, obrazki – IG)
- Dodanie innych form przekazu, więcej multimediiów – filmiki, kolaże zdjęć, story
- Więcej treści o tematyce międzynarodowej – udostępnianie treści, postów z EPO, WIPO, EUIPO
- Przekierowywanie treści na stronę www – zajawki w postach, pełna treść na stronie
- Grupowanie postów – o prawie, znaki towarowe, oferty pracy, ze świata itp.
- Wprowadzanie hashtagów, emotek, znaków graficznych (z umiarem)
- Uaktualnianie coverphoto
- Własne infografiki
- Opisy alternatywne zdjęć i filmów (dostępność cyfrowa)
- Statystyki – analiza postów budzących największe i najmniejsze zainteresowanie
- Praca nad zwiększaniem zasięgów





## Strona internetowa

- Aktualizacja treści (np. „Współpraca międzynarodowa” - informacja z 2018 lub „Inne konkursy” z 2022)
- Uspójnienie strony graficznej, estetycznej strony (np. *slider* na stronie startowej)
- Brak zdjęć ożywiających stronę
- Sugetia - zamieszczenie wybranych artykułów z social media w zakładce „Aktualności/Informacje” (obecnie są tam komunikaty urzędowe). Stworzenie bazy artykułów z możliwością wyszukiwania po słowach kluczowych.



O URZĘDZIE PRZEDMIOTY OCHRONY AKTUALNOŚCI PUBLIKACJE WYSZUKIWARKI USŁUGI ONLINE KONTAKT



## Statystyka – najczęściej odwiedzane podstrony

Liczba odsłon dla strony głównej i najczęściej odwiedzanych podstron w 2023 r.

	Liczba odsłon*	Unikalne odsłony*
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl">https://u.prp.gov.pl/pl</a>	720 067	593 292
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/przedmioty-ochrony">https://u.prp.gov.pl/pl/przedmioty-ochrony</a>	281 818	234 371
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/przedmioty-ochrony/znaki-towarowe">https://u.prp.gov.pl/pl/przedmioty-ochrony/znaki-towarowe</a>	114 825	95 595
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/przedmioty-ochrony/wynalazki-i-wzory-uzytkowe">https://u.prp.gov.pl/pl/przedmioty-ochrony/wynalazki-i-wzory-uzytkowe</a>	68 391	57 974
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/wyszukiwarki">https://u.prp.gov.pl/pl/wyszukiwarki</a>	11 0975	91 482
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/aktualnosci">https://u.prp.gov.pl/pl/aktualnosci</a>	33 281	28 326
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/uslugi-online">https://u.prp.gov.pl/pl/uslugi-online</a>	29 326	24 332
<a href="https://u.prp.gov.pl/blp">https://u.prp.gov.pl/blp</a>	29 170	23 650
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/publikacje">https://u.prp.gov.pl/pl/publikacje</a>	24 489	19 659
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/o-urzedzie">https://u.prp.gov.pl/pl/o-urzedzie</a>	21 928	18 492
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/kontakt">https://u.prp.gov.pl/pl/kontakt</a>	14 492	12 486
<a href="https://u.prp.gov.pl/pl/formularze-do-wydruku">https://u.prp.gov.pl/pl/formularze-do-wydruku</a>	11826	9560

Liczba odsłon to każde wejście na daną stronę (np. jeśli ktoś odświeży przeglądarkę lub ją zamknie i ponownie otworzy, to będzie to zaliczone jako olejna odsłona).

Unikalne odsłony liczone są tylko raz dla jednego adresu IP (nie ma znaczenia liczba odświeżeń / zamknięć przeglądarki).

## Komunikacja wewnętrzna

### Intranet

- Przemysłenie koncepcji wyglądu i funkcjonowania intranetu – rozpoczęcie od strony startowej
- Stałe udostępnianie treści z profili UPRP w mediach społecznościowych
- Przeniesienie do archiwum nieaktualnych informacji (np. przegląd mediów z 2018 r.)

### Newsletter

- Cel - informowanie o bieżących, istotnych sprawach, wydarzeniach związanych z urzędem
- Cykl – co miesiąc
- Newsletter skierowany do pracowników
- Zróżnicowana tematyka treści
- Redakcja i zbieranie materiałów – rzeczniczka a współtworzenie treści, dzielenie się wiedzą – po stronie departamentów.

Zarówno w przypadku strony internetowej, jak i intranetu przydatne jest powołanie zespołu odpowiedzialnego za treści, formę i aktualizację informacji.

Ten tekst jest szczególnie wart uwagi: „**Monitorowanie mediów i kluczowych serwisów internetowych pod kątem słów kluczowych, działalności Stowarzyszenia Własności Intelektualnej [...]**”:

## Zarządzanie kryzysowe

- Rzecznik prasowy, we współpracy z kierownictwem UPRP odpowiada za strategię zarządzania sytuacjami kryzysowymi powstałymi w wyniku publikacji treści zagrażającym dobremu wizerunkowi UPRP.
- Monitorowanie mediów i kluczowych serwisów internetowych pod kątem słów kluczowych, działalności Stowarzyszenia Własności Intelektualnej Przyjaznej IP (Anna Korbela)
- W zależności od rodzaju i etapu kryzysu rzecznik prasowy analizuje sytuację, a następnie podejmuje decyzje o sposobie reakcji. W zależności od złożoności problemu, decyzje podejmowane są we współpracy z dyrektorem departamentu i/lub podczas konsultacji z kierownictwem UPRP.



15


16

17

18


19

20




## Księga znaku

1. Istniejącą księgą znaku porządkuje identyfikację wizualną urzędu
2. Materiały tworzone z wykorzystaniem logo zostaną ujednolicone i przekazane pracownikom do stosowania (np. wzór prezentacji, papier firmowy)
3. Brandbook czeka na oficjalne zatwierdzenie i wdrożenie
4. Po zatwierdzenie przekazanie informacji do pracowników urzędu oraz zawieszanie skróconej wersji brandbooka na stronie urzędu. Ułatwi to i zmniejszy ryzyko błędów przez partnerów urzędu wykorzystujących logo w materiałach promocyjnych.



### KSIEGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ



Ten tekst także jest wart szczególnej uwagi.

15


16

17

18

19

20



## Budowanie marki osobistej Prezes UPRP

- Określenie swoich **mocnych stron i problemu**, który chce się rozwiązać poprzez swoje działania, stanowisko (np. zwiększenie świadomości wśród MŚP korzyści z ochrony pwp, wyraźny głos Polski w dyskusji międzynarodowej dot. IP).
- Wybranie z całego obszaru IP „**swój**” obszar specjalizacji
- Przygotowanie na dzielenie się **ciekawymi przykładami** z tematyki IP, umiejętność zwięzłego opowiadania (anegdoty, kwestie sporne, nietypowe wynalazki, soundbit'e – zdania łatwo zapadające w pamięć).
- „Jak znalazłam się w tym miejscu” – osobista historia sukcesu, ludzie wolą ekspertów, którzy nie są przypadkowi (długoletnia praca w UPRP jako potwierdzenie)

*Jeśli mam mówić przez 10 minut, potrzebuję tygodnia przygotowań. Jeśli piętnaście minut – trzech dni. Półgodzinne – dwa dni a jeśli mam mówić godzinę, jestem gotów w każdej chwili.*

Prezydent Wilson

*Marka osobista to to, co mówią o Tobie ludzie, gdy wychodzisz z pokoju.*

Jeff Bezos



Ten tekst bije rekordy  
niecodzienności:



## Budowanie marki osobistej Prezes UPRP Profil na LinkedIn

- Profil na LinkedIn (już jest;). Obecność na tym profilu pozwoli oznaczać Prezes UPRP przez oficjalny profil UPRP. W przypadku kryzysu, niepochebnych opinii można tam zamieścić swoje stanowisko.
- Przekazywanie fotorelacji z wystąpień, konferencji do zespołu social mediów,
- Polecanie wydarzeń, udostępnianie podcastów, np. EPO Talk innovative
- Stałe poszerzanie bazy kontaktów, min. 200 kontaktów



**Edyta Demby-Siwiek**  
President, Patent Office of The Republic of Poland, Polish and European patent attorney  
Warszawa Wcp, Mazowieckie, Polska - [Informacje kontaktowe](#)  
203 kontakty



## Wybór zdjęć



Zdjęcia pokazujące emocje  
Dużo naturalnego uśmiechu

15



16



17



18



19



20



## Następne kroki

- Nagłośnienie raportów organizacji międzynarodowych (EPO Patent Index, Observatory)
  - Współpraca z Rzecznikiem MŚP (zakładka o własności intelektualnej na ich stronie),
  - Informacje prasowe towarzyszące wydarzeniom inicjowanym przez URPR (IP Day, Startupy w Pałacu)
  - Planowanie działań i wsparcia medialnego we współpracy z wydziałami DK
  - Wdrożenie książki znaku
- Inne:
- Czekający projekt - książeczka dla dzieci „Znak od dziadka”



**Aby efektywnie realizować zadania prosba o wsparcie osobowe z DK przy:**

- opracowywaniu raportów międzynarodowych
- przygotowywaniu treści do intranetu i internetu

15



16



17



18



19



20



## Dziękuję za uwagę

Monika Chrobak, rzeczniczka prasowa UPRP

\* \* \*

## Kilka informacji o autorce „Planu działań medialnych dla Urzędu Patentowego RP 2024”

- [1] Staraliśmy się ustalić, kim jest **Monika CHROBAK**, rzeczniczka prasowa Urzędu Patentowego RP, która **opracowała „Plan działań medialnych dla Urzędu Patentowego RP 2024”**. Interesujące jest też to, w którym momencie objęła to stanowisko.
- [2] Otóż wcześniej funkcję rzecznika prasowego Urzędu Patentowego RP pełnił Adam TAUKERT, któremu inne zadania przekazane zostały w **czasie zbieżnym z momentem opublikowania w roku 2023 w dzienniku „Rzeczpospolita”** publikacji pt.: **„Kłamstwa patentowe”**.
- [3] Gdy szukaliśmy dorobku Moniki CHROBAK, **udało nam się natrafić na artykuł autorki „Planu działań medialnych dla Urzędu Patentowego RP 2024”**.
- [4] Inna publikacja tej autorki to: **„Wyzwania dla systemów ochrony patentowej związane ze sztuczną inteligencją”** prezentowana jest ona wciąż na platformie *facebook* Urzędu Patentowego RP:  
[https://www.facebook.com/photo/?fbid=748614627413265&set=a.116885103919557&\\_rdr](https://www.facebook.com/photo/?fbid=748614627413265&set=a.116885103919557&_rdr) ,  
także na stronach internetowych **Poradnika biznesu**:  
<https://www.poradnikbiznesu.info/edukator-przedsiębiorcy/wyzwania-zwiazane-ze-sztuczna-inteligencja-dla-systemow-ochrony-patentowej/>
- [5] W dniu 27 marca 2024 r. **Monika CHROBAK** autorka **udzieliła nam niecodziennych informacji na temat Prawa własności przemysłowej**.
- [6] Czerwoną czcionką wpisany tekst jest kierowany do czytelników, którymi są **przedsiębiorcy, ludzie biznesu**, którzy **starają się opanować zagadnienia** Prawa własności przemysłowej i mogli uwierzyć w to, że **„na gruncie obowiązujących przepisów prawo do uzyskania patentu przysługuje twórcom”**):
- [7]



Wyzwania dla systemów ochrony patentowej związane ze sztuczną inteligencją

Sztuczna inteligencja (AI) jest obecna w wielu aspektach naszego życia, jej rola stale wzrasta i stwarza wyzwania dla prawa własności intelektualnej. Pojawiają się pytania o autorstwo utworu czy wynalazku stworzonego przez sztuczną inteligencję oraz prawne regulacje takich rozwiązań.



Więcej informacji  
na stronie:

[poradnikbiznesu.info](http://poradnikbiznesu.info)



**Monika Chrobak**  
Rzeczniczka prasowa  
Urzędu Patentowego RP

**G**eneratywne modele AI – ChatGPT uczą się na literaturze patentowej, trenują na danych chronionych prawem autorskim, jednak brakuje skutecznego systemu ścigania naruszeń. Podejmowane są próby zgłaszania do urzędów patentowych wynalazków, gdzie jako twórcę wskazuje się AI. Na gruncie obowiązujących przepisów prawo do uzyskania patentu przysługuje twórcy, którym może być wyłącznie osoba fizyczna. Opatentowany może być tylko „wynalazek realizowany z użyciem komputera”, tzw. CII (Computer Implemented Invention), czyli taki, w którym zastosowanie komputera wywołuje dalszy, nieoczekiwany efekt techniczny, rozwiązujący jakiś problem.

Globalnie dziennie dokonywanych jest blisko 58 tys. zgłoszeń różnych przedmiotów własności intelektualnej,



Na gruncie obowiązujących przepisów prawo do uzyskania patentu przysługuje twórcy, którym może być wyłącznie osoba fizyczna.

pochodzącej z ponad 90 krajów i orga-

wykorzystywać ułatwienia, jakie niesie sztuczna inteligencja – czy to w celu przeszukiwania baz danych, analizy big data, zaawansowanych tłumaczeń czy automatycznej klasyfikacji wynalazków i wzorów użytkowych. W polskim urzędzie wykorzystywany jest system AutoPatent, który wskazuje międzynarodowe klasyfikacje patentowe dla nowych, dotąd niezaklasyfikowanych zgłoszeń oraz przypisuje eksperta do rozpatrzenia danego zgłoszenia względem dziedziny techniki, w której się specjalizuje.

Rozwiązania zgłaszane przez twórców przedmiotów własności przemysłowej coraz częściej wykorzystują sztuczną inteligencję. Urzędy patentowe ze względu na swoją działalność z jednej strony aktywnie włączają się w dyskusję nad dostosowaniem przepisów do postępu technologicznego,

- [8] Przez całe zawodowe życie liczni rzecznicy patentowi żyli w przekonaniu - jak się okazuje, błędnym - że **uprawnionym z patentu może być także określony pracodawca, zamawiający**, czy też **nabywca praw** twórcy (a nawet uprawnionymi może być kilku przedsiębiorców współdziałających na zasadach ujętych w odpowiedniej umowie).
- [9] Wierzyli, że nawet **partnerskie spółki kapitałowe mogą uzyskać patent** na wynalazek.
- [10] Jednak okazuje się, że mylili się - Monika CHROBAK wyprowadziła wszystkich z błędu - za co wszyscy serdecznie dziękujemy.

\* \* \*

- [11] Tak więc Monika CHROBAK **nie ogranicza się tylko do budowania marki osobistej** osoby zajmującej obecnie stanowisko Prezesa Urzędu Patentowego RP, ale także **uczy nas prawa**.