

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Všumělkovství Járy Cimrmana vytvořilo v českých zemích mytologii patentu jako historického artefaktu. Světový trh však dokládá, že se jedná o vysoce aktuální obchodní komoditu, která se může stát pohonem firmy i národní ekonomiky. Kvůli dosavadní nedostatečné patentové aktivitě v Česku naše ekonomika přichází o miliardy ročně. Hill+Knowlton Strategies vytvořil v souladu se Strategií mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky pro 2012 – 2020 byla kampaň „Patentuj!“. Jejím cílem je zlepšit povědomí o různých oblastech patentového práva a principů. Kampaň se zaměřuje na tři základní oblasti: 1. Jak ochránit nápad před jeho zcizením – jedna ze základních otázek patentových strategií zní: patentovat, nebo utajit? 2. Jak na patentech vydělat – finanční náročnost mezinárodního patentu není tak vysoká jak se může zdát v porovnání s možným profitem 3. Jak nevyvalázat vynalezené – aktuální stav špičkové techniky je volně k dispozici. Šetřete časem i penězi, inspirujte se ve zdarma dostupné databázi

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Malí a střední podnikatelé považují za největší bariéru nákladnost patentu. Je to mýtus, patentovat není drahé. Veřejnost však také neví, jak se má patentovat. Neví ani, jak se inspirovat pro vlastní výzkumné, podnikatelské a investorské aktivity v patentových databázích. Ty jsou přitom zdarma dostupné a skýtají kompletní seznam celosvětového patentového bohatství, včetně technické dokumentace. Komunikační strategie tedy řeší, jak podpořit podnikání a konkurenceschopnost České republiky prostřednictvím lepší patentové edukace.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Před začátkem kampaně byla analyzována legislativní situace a stav dosavadní propagace a mediální obraz ÚPV. Zjištěná nejednotná komunikační struktura dala vzniknout příležitosti pro vytvoření kampaně „Patentuj!“. Proběhlo rovněž statistické srovnání patentové aktivity v ČR v porovnání s evropskými státy a v celosvětovém měřítku.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Byly vytvořeny tři vizuály, které obsahují klíčová sdělení směrem k potenciálním přihlašovatelům. Vizuály (viz příloha) podporují aktivity v oblasti ochrany průmyslového vlastnictví a zároveň upozorňují na rizika krádeže nechráněných nápadů. Tisíce plakátů distribuovány do všech spolupracujících subjektů: vysokých škol, výzkumných a inovačních center, podnikatelských inkubátorů, technologických agentur a dalších. Microsite [www.patentuj.cz](http://www.patentuj.cz) se stejnou vizuální úpravou podává podrobnější informace, ucelené a zjednodušené, o důvodech proč patentovat, jak podat přihlášku a kde se nechat inspirovat.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Kampaň je naplánována jako vícefázová, jíž cílem je oslovit co nejvíce různorodých skupin. V roce 2013 byla komunikace zaměřena na studenty vysokých škol a mladou generaci vývojářů. Doplněna byla edukativními aktivitami ÚPV, přednáškami a odbornými semináři a účastmi na komunikačních fórech o inovativním podnikání. V roce 2014 pokračuje důrazem na téma „Inspiruj se“.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

V souhrnu za rok: 13% nárůst počtu tuzemských patentových přihlášek, 25% nárůst počtu mezinárodních patentových přihlášek, 30% nárůst počtu přihlášených patentů od cílové skupiny (univerzity). Přestože komunikační aktivity nejsou jediným důvodem k růstu počtu patentů, významně k němu přispěly. V roce 2013 vzrostl počet přihlášek vynálezů o 13% ve srovnání s rokem 2012 (bylo podáno 984 patentů, což představuje nejvyšší číslo za posledních 20 let). Co je ještě důležitější a co prokazuje účinnost kampaně, je, že podavatelé patentují lépe, se znalostí věci: počet patentovaných přihlášek do zahraničí (tzv. PCT přihlášek) narostl dokonce téměř o čtvrtinu (tento nárůst jednoznačně díky lepší informovanosti o patentových strategiích). Více než jedna čtvrtina celkového počtu přihlášek pochází od českých univerzit, na které byla v letošním roce kampaň cílena především. U nich ÚPV zaznamenal oproti roku 2012 dokonce 30% nárůst. Za jediný rok a s minimálním rozpočtem jsme dosáhli přes 50 výstupů v médiích. O patentové ochraně a kampani Patentuj! psaly například Hospodářské noviny, Právo, Lidové noviny, Deník, Česká televize, Nova, TV Barrandov, Český rozhlas, Týden, ihned.cz, lidovky.cz, novinky.cz, i oborové servery jako Podnikatel.cz, Nasepenize.cz nebo Technický týdeník. Navázali jsme rovněž spolupráci s oborovým serverem HW.cz, kde nyní vychází seriál z oblasti ochrany průmyslového vlastnictví.