

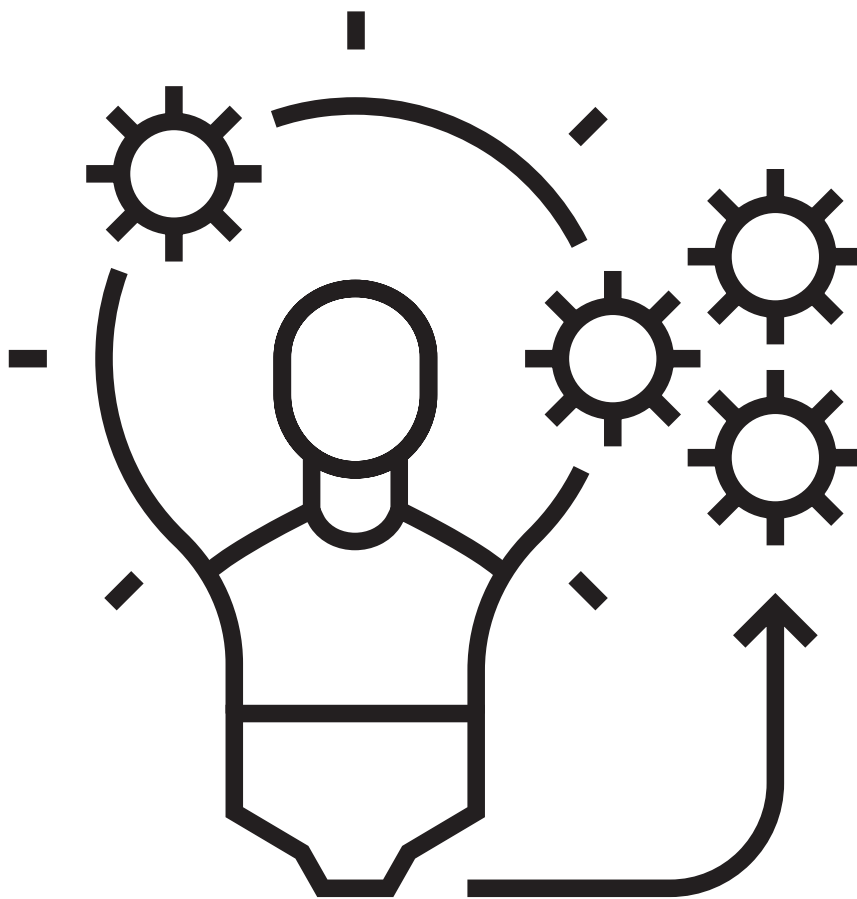
• F •

KWIECIEŃ 2024



RAPORT

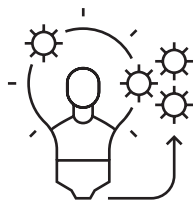
# NAUKA I BIZNES



PARTNER



Rzecznik  
Innowacji



▼  
**POLSCY NAUKOWCY**  
 są wciąż zbyt słabo  
 rozpoznawalni w Polsce  
 i na świecie. Zmienić to  
 może popularyzacja ich  
 badań i wynalazków

MAGDALENA GRYN

# Czas NA INNOWACJE

W promowaniu polskich odkryć i wynalazków zatrzymaliśmy się sto lat temu – największą rozpoznawalnością wśród naukowców wciąż cieszą się Kopernik, Skłodowska-Curie oraz Łukasiewicz. To efekt zbyt słabych działań promocyjnych i utrudnień systemowych



► **SUKCES DOLINY KRZEMOWEJ** bierze się z otwartości innowatorów na promocję swoich działań

nowacji nie jest łatwa, ale jest na pewno potrzebna, aby innowacje służyły społeczeństwu. Zwiększa wiedzę, a tym samym buduje świadomość, poparcie i potrzebę dla wdrażania na rynek rozwiązań odpowiadających na globalne potrzeby – zauważa Damian Baran, dyrektor generalny Centrum Inteligentnego Rozwoju i prezes Fundacji Forum Inteligentnego Rozwoju, która od 2016 r. współpracuje z innowatorami, liderami inteligentnego rozwoju w swoich dziedzinach i branżach. Promuje przy tym ich pracę, czyli rokujące projekty, które już czy w przyszłości wpłyną na inteligentny rozwój.



*Popularyzacja badań i innowacji nie jest łatwa, ale jest na pewno potrzebna, aby innowacje służyły społeczeństwu. Zwiększa wiedzę, a tym samym buduje świadomość, poparcie i potrzebę dla wdrażanych na rynek rozwiązań*

**DAMIAN BARAN**  
dyrektor generalny  
Centrum Inteligentnego Rozwoju  
i prezes Fundacji  
Forum Inteligentnego Rozwoju

– Innowacje wiążą się zawsze z nieprzewidywalnością, dlatego nie warto czekać z informacjami o wadze korzyści, jaka może wynikać z danego przedsięwzięcia, do momentu, aż projekt się zakończy – wtóruje mu Jakub Laskowski, CEO w Centrum Inteligentnego Rozwoju i prezes agencji interaktywnej R&D Promotion. Jego zdaniem warto o tym mówić i pisać już na etapie wstępnym, aby jak najwcześniej wzbudzić potrzebę wdrożenia danego rozwiązania do praktyki gospodarczej. W myśl tej zasady reprezentowana przez niego organizacja działa na łamach portalu i sekcji „Rzecz o Innowacjach”, a także w ramach specjalizującej się we współpracy z autorami projektów B+R agencji i podczas kolejnych edycji Forum Inteligentnego Rozwoju. W tym roku odbędą się aż dwie edycje wspomnianego wydarzenia, w tym jubileuszowa, dziesiąta.

– Co roku podczas FIR pojawia się około pół tysiąca osób, które są zainteresowane rozwojem swoich projektów we współpracy nauka–biznes. To Liderzy Inteligentnego Rozwoju lub osoby i organizacje śmiało aspirujące do tego miana – mówi Martyna Positek, specjalista ds. promocji w Centrum Inteligentnego Rozwoju.

**MIMO ROSNĄCEGO ZAINTERESOWANIA PROMOCJĄ ODKRYĆ** i wynalazków nadal jesteśmy pod tym względem mocno w tyle. Gdy Fundacja Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w 2020 r. ogłosiła wyniki swoich badań, zawarte w publikacji „Biała księga wizerunku polskiej nauki”, okazało się, że w USA i UE najczęściej wymieniany- ►

**P**olscy badacze, którzy nad swoimi odkryciami pracują w zaciszach własnych pracowni, zbyt często niestety zapominają o ich skutecznej promocji. I nie dopiero w momencie, gdy gotowy wynalazek potrzebuje komercjalizacji, ale wcześniej, już na etapie tworzenia, aby w ten sposób zapewnić swoim projektom niezagrożone naukowo-biznesowe wsparcie.

– Temat efektywnej współpracy między przedstawicielami nauki i biznesu staje się w ostatnim czasie coraz bardziej popularny. Popularyzacja badań i in-

mi wynalazkami polskich naukowców są m.in. odkrycia Skłodowskiej-Curie, spinacz biurowy i lampa naftowa. Polacy najczęściej wymieniali kolejno: łazik marsjański, grafen, wycieraczki samochodowe, lampę naftową, sztuczne serce, spinacz biurowy, komputer, kamizelkę kuloodporną, odkrycia Marii Skłodowskiej-Curie. Natomiast w UE najczęstszymi odpowiedziami były: odkrycia Skłodowskiej-Curie, spinacz biurowy, pasta do zębów, wynalazki Nikoli Tesli (który Polakiem nie był) czy lampa naftowa.

Badanych pytano też, czy słyszeli o poszczególnych naukowcach. W Polsce największą rozpoznawalność mieli kolejno: Mikołaj Kopernik (97 proc.), Maria Skłodowska-Curie (96 proc.), Ignacy Łukasiewicz (77 proc.), Jan Heweliusz (56 proc.), Ignacy Domeyko (47 proc.), Stefan Banach (43 proc.), Leon Hirszfild (28 proc.) A już np. w USA najbardziej rozpoznawanymi polskimi naukowcami byli: Maria Skłodowska-Curie (61 proc.), Mikołaj Kopernik (50 proc.), Leon Hirszfild (11 proc.), Stefan Banach (10 proc.), Kazimierz Funk (10 proc.).

Zdaniem Kamila Smogorzewskiego z IBRiS, jednego z autorów badania, **skoro na pierwszym miejscu w USA i UE są odkrycia Marii Skłodowskiej-Curie, można założyć, że zatrzymaliśmy się w promocji polskich odkryć wynalazków sto lat temu.** Przypomniał też, że Nikola Tesla nie jest polskim naukowcem (to naukowiec serbskiego pochodzenia, który urodził się na terenie dzisiejszej Chorwacji) i że warto dementować takie nieprawdziwe stwierdzenia. Jednocześnie wyraził nadzieję, że działania wizerunkowe na rzecz nauki polskiej są w stanie zaszcześcić w to miejsce nazwiska rzeczywiście polskich naukowców.

**TO POKAZUJE ARCHAICZNE POSTRZEGANIE POLSKIEJ MYŚLI NAUKOWEJ** – całkowicie niesłusznie, bo wiele się w tym obszarze dzieje. To w końcu nasi inżynierowie i biznesmeni pracują nad wynalazkami, które zmieniają świat. Na przykład Wojciech Zaremba z OpenAI, nazywany „Polakiem, który stworzył ChatGPT”. Albo Jarosław Kutylowski, który stworzył narzędzie, które – według amerykańskiego „Forbesa” – „bije na głowę rozwiązania Google i Microsoft”. Obu łączy to, że współtworzą technologie, które zmieniają świat. Ale żaden z nich nie robi tego w Polsce.

– Sukces Doliny Krzemowej bierze się między innymi z otwartości innowatorów na promocję swoich działań. Oczywiście,

”  
*Innowacje  
zawsze  
wiążą się  
z niepewnością,  
ale to  
nie znaczy,  
że nie należy  
o swoich  
badaniach  
mówić przed  
zakończeniem  
projektu*

**JAKUB LASKOWSKI**

prezes agencji  
interaktywnej  
R&D Promotion

ście, jak już wspomniałem, innowacje wiążą się z nieprzewidywalnością, ale to nie oznacza, że nie należy o swoich badaniach mówić – przekonuje Jakub Laskowski.

To z kolei każe zadać pytanie: dlaczego w Polsce jest mało innowacji, nie mówiąc o jej promocji? W ostatnim raporcie Komisji Europejskiej poświęconym innowacyjności Polska wypada słabo. Pod względem liczby wypromowanych doktorów i tworzonych publikacji naukowych jesteśmy na miejscu trzecim od końca. Pod względem cytowanych publikacji naukowych – piątym od końca, a pod względem liczby patentów – drugim od końca. Także wskaźniki inwestycji na innowacje plasują nas w ostatniej dziesiątce krajów Unii.

W czołówce jesteśmy jedynie pod względem liczby ludności.

– To, co mamy w Polsce, to modelowy anty-innowacyjny system. A kolejne rządy „pochylają się z troską” nad tym problemem. Najbardziej przerażające słowa, które ktoś może usłyszeć ze strony władz? „Pracuję dla rządu i przyszedłem ci pomóc” – mówi w rozmowie z „Forbesem” dr Kamil Kulesza, szef Centrum Zastosowań Matematyki i Inżynierii Systemów założonego w ramach Polskiej Akademii Nauk.

Nie chodzi oczywiście wyłącznie o kwestie naukowe, bo i samo prowadzenie biznesu w Polsce nie należy do najłatwiejszych. Według szacunków Banku Światowego z niekontynuowanego już raportu „Ease of Doing Business” polski przedsiębiorca spędzał ponad 330 godzin rocznie na rozliczaniu podatków – w porównaniu z 50 godz. w Estonii. A to są obliczenia sprzed Polskiego Ładu, który system wysadził w powietrze. Nie zwalnia również produkcja prawa: tylko w 2022 r. wyprodukowano aż 31 tys. stron aktów prawnych. Jak podała agencja Grant Thornton, aby zapoznać się ze wszystkimi zmianami, podatnik musiałby poświęcić ponad dwie godziny w każdym dniu roboczym, przechodząc przez 70 stron tekstu. Czy byłoby to czytanie ze zrozumieniem? To już inna kwestia.

Wszystko to dobitnie pokazuje, jak wielki mamy dziś problem z tworzeniem, wspieraniem, promowaniem i wdrażaniem innowacji. Czy uda się go w najbliższym czasie rozwiązać? Trudno powiedzieć. Na pewno wszelkie działania, które przybliżą te problemy i pomogą w nawiązaniu współpracy między naukowcami a biznesem, są na wagę złota. Najwyższa pora, aby nowe pokolenia Polaków – pytane o polskich wynalazców – potrafiły wymienić kogoś żyjącego. **F**



# INNOWACYJNE PROJEKTY KLUCZEM DO ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Politechnika Śląska stawia na zrównoważony rozwój. O wybranych projektach opowiedziała prof. Aleksandra Kuzior, prodziekan ds. współpracy i rozwoju Wydziału Organizacji i Zarządzania PŚ, prezes Śląskiego Centrum Etyki Biznesu i Zrównoważonego Rozwoju.

**P**rofesor była autorką i kierownikiem wielu projektów o ważnym znaczeniu dla zrównoważonego rozwoju, m.in. „Miasto Przestrzeni Rozwoju”. W jego ramach PŚ zrealizowała badania, warsztaty ekologiczne i opracowała Miejski Standard Dostępności. Miasto Zabrze, będące liderem projektu, przeprowadziło rewitalizację wybranych przestrzeni miejskich. Innowacyjnym projektem jest „Sektorowa Rada ds. Kompetencji Nowoczesnych Usług Biznesowych”. Efektem są m.in. rekomendacje dotyczące zapotrzebowania na kompetencje w sektorze NUB. Opracowano i włączono do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji kwalifikację rynkową z zakresu zarządzania procesami w centrach NUB, poziom team leadera.

Wśród wielu projektów PŚ zrealizowała także projekt „Kompleksowe wsparcie społeczności lokalnych i instytucji samorządowych w ramach trzeciej misji uczelni”. Działania obejmowały tworzenie innowacyjnych form aktywizacji społecznej i edukacyjnej różnych grup społecznych z obszaru oddziaływania uczelni zgodnie z lokalnymi i regionalnymi potrzebami. Obecnie profesor złożyła kolejne wnioski projektowe związane z realizacją celów zrównoważonego rozwoju. □

TOMASZ HANDKUS



dr hab. Aleksandra Kuzior, prof. PŚ

## NOWE SPOJRZENIE NA PROCES NAUCZANIA

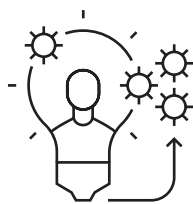
Wraz z rozwojem nowoczesnych technologii sukcesywnie zmienia się także podejście do sposobu nauczania. Innowacyjne rozwiązania proponuje Politechnika Łódzka. Nowatorskimi projektami kieruje m.in. dr Jacek Stańdo, profesor PŁ.

**P**olitechnika Łódzka od lat uczestniczy w wielu projektach, które realnie wpływają na rozwój nauki. W grudniu zakończone zostały kolejne, finansowane ze środków Unii Europejskiej. Jeden z projektów dotyczył e-zasobów związanych z medycyną. Jego wartość wynosiła aż 15 mln zł. Celem było stworzenie e-materiałów dydaktycznych dla uczniów kształcących się w kierunku medycznym. To innowacyjne na skalę światową rozwiązanie. Wyróżnia je wiele aspektów, m.in. dopasowanie do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Kolejny zakończony projekt dotyczył języka włoskiego. Powstało ponad 400 lekcji w postaci e-zasobów. Obecnie Politechnika Łódzka realizuje zadania związane z wykorzystaniem wirtualnej rzeczywistości w nauczaniu matematyki. Dr Jacek Stańdo dodaje, że początkowo stworzonych zostanie 12 modułów. W przyszłości naukowiec chciałby połączyć wirtualną rzeczywistość ze sztuczną inteligencją. Innowacyjne zastosowanie mogłoby wspierać uczniów w ich dydaktycznych problemach. – Naszym celem jest zawsze tworzenie zarówno bezpłatnych, jak i szeroko dostępnych rozwiązań – podsumował dr Jacek Stańdo. □

TOMASZ HANDKUS



dr Jacek Stańdo, prof. PŁ



MACIEJ GAJEK

# USMAŻONE złoto

Zużyty olej kuchenny, zwany UCO (used cooking oil), to jeden z najgorętszych tematów branży przetwórczej. Choć gospodarstwom domowym może napaść nie lada bieda, biznes może na nim sporo zarobić



► **NAWET 3 ZŁ ZA KG** można zarobić na oleju posmażalniczym (UCO)

**T**o jeden z najczęstszych błędów popełnianych przez domowników: zużyty podczas smażenia olej kuchenny wylewają do kanalizacji. To najłatwiejszy sposób pozbywania się nieprzyjemnego odpadu, ale i najgorszy z możliwych. UCO jest ciężki i lepki, jego cząsteczki łatwo przywierają do rur kanalizacyjnych. Dla gospodarstwa domowego może się to skończyć ogromnym problemem – koniecznością wymiany instalacji kanalizacyjnej.

W skali gminy problem jest jeszcze poważniejszy.

– Sieci kanalizacyjne kumulują oleje ze zlewów wszystkich mieszkańców. Zwążają się średnice rur, tworzą się potężne zatory. Trzeba częściej przeprowadzać remonty, cierpi budżet samorządu, a więc każdego z nas, nie wspominając o utrudnieniach komunikacyjnych – opowiada Krzysztof Rdest, prezes firmy EMKA SA.

To właśnie on stoi za pomysłem olejomatów, czyli innowacyjnych punktów bezpiecznego i łatwego zbierania zużytego oleju. Firma uruchomiła pilotażowy program w Opolu, który przyniósł obiecujące wyniki. W ciągu niecałych

trzech miesięcy zebrano z przedszkoli 1200 kg zużytego oleju. Rdest jest pod wrażeniem zaangażowania mieszkańców Opolu i wierzy, że podobne programy mogą odnieść sukces w innych samorządach.

**OBSŁUGA TAKIEGO URZĄDZENIA** jest bardzo prosta – wystarczy telefon, którym skanuje się kod QR. Urządzenie wyda butelkę, do której w domu należy zbierać zużyty olej, a po napełnieniu oddać do tego samego automatu. Każda butelka zostanie jednak sprawdzona, by do instalacji nie trafił np. zużyty olej silnikowy lub inne płynne odpady.

Poza dbałością o środowisko naturalne, zbieranie oleju to dobry biznes, bo taki po przetworzeniu może być dość cennym zasobem. Wspecjalizowane firmy same zgłaszają się do restauracji i są gotowe za niego zapłacić.

Także samorządowcom może się to opłacać finansowo ze względu na nadchodzące zmiany w prawie. **Wkrótce wejdzie w życie ustawa kaucyjna, która odbierze samorządom możliwość wykazywania recyklingu butelek PET i butelek szklanych w poziomach odzysku.** Zużyty olej kuchenny może zastąpić tę lukę, ponieważ samorządy będą mogły wykazać go w raportach jako zwiększenie poziomu recyklingu i odzysku z odpadów. **F**

# ATOM W SŁUŻBIE PACJENTÓW ONKOLOGICZNYCH

Szukanie innowacyjnych rozwiązań realnie przyczyniających się do pomocy pacjentom – to misja od lat skutecznie realizowana przez Narodowe Centrum Badań Jądrowych. Nowatorskie rozwiązania i przełomowe odkrycia przybliżyła prof. Renata Mikołajczak.

**P**rof. Mikołajczak od lat prowadzi badania nad lekami izotopowymi w Ośrodku Radioizotopów POLATOM NCBJ. Czynnice uczestniczy w projektach naukowych. Wśród nich można wymienić opracowanie zestawu do diagnostyki onkologicznej stosowanego u pacjentów cierpiących na nowotwory neuroendokrynne. NCBJ to prężnie rozwijający się ośrodek, który jako jedyny w Polsce posiada aktywny reaktor jądrowy wytwarzający izotopy promieniotwórcze. Dzięki wsparciu z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój realizowana jest tam także inwestycja CERAD, w ramach której powstał nowoczesny budynek laboratoryjny. Wydzielono w nim część dla cyklotronu, gdzie specjalne urządzenie generuje izotopy, i część laboratoryjną, w której powstałe izotopy będą przetwarzane do postaci nowych leków. Projekt wart blisko 200 mln zł jest na ukończeniu. To osiągnięcie nie tylko w skali kraju, ale także Europy. Na Starym Kontynencie to dopiero drugie tego typu rozwiązanie. Naszymi działaniami staramy się zmieniać oblicze nauki, ale przede wszystkim wdrażać innowacyjne procedury lecznicze pomagające pacjentom – podsumowała prof. Renata Mikołajczak. □

TOMASZ HANDKUS



Umieszczanie cyklotronu w budynku laboratorium

# ZIELONE TECHNOLOGIE WYCHODZĄ NAPRZECIW BIZNESOWI

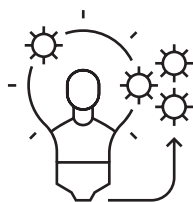
Wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań przy stałej współpracy z przemysłem włókienniczym, obuwniczym czy chemicznym. Łukasiewicz – Łódzki Instytut Technologiczny stawia na zieloną transformację, chcąc być jej liderem w Europie Środkowo-Wschodniej.

**S**nergia pomiędzy przemysłem a troską o środowisko naturalne przy wsparciu jednostki badawczej to odpowiedź Łukasiewicz – ŁIT na aktualne potrzeby rynku z uwzględnieniem światowych trendów. Obecnie Instytut wyszedł z ciekawą inicjatywą dla firm, oferując wsparcie w opracowywaniu rozwiązań z obszaru zielonych technologii. Hub Zielonych Technologii tworzony jest przede wszystkim dla małych i średnich przedsiębiorstw. Gospodarka niskoemisyjna, ograniczająca zużycie surowców, energii czy też wody, ekologiczne budownictwo, odbudowa ekosystemu, zrównoważone rolnictwo i zdrowa żywność to główne wyzwania, nad którymi pracują naukowcy z Instytutu. Tworzenie nowatorskich rozwiązań obejmuje ekoprojektowanie, badanie i prototypowanie produktów oraz monitoring wpływu procesów technologicznych na środowisko naturalne. Wśród opracowanych projektów można wyróżnić m.in. funkcjonalne tekstylia, biostymulatory do roślin, zielone materiały budowlane. Instytut stawia także na bezpieczeństwo użytkowania produktów. W tym celu wdrażane są usługi weryfikujące nieszkodliwość ich stosowania, utylizacji i ponownego wykorzystania. □

TOMASZ HANDKUS



Koordynatorzy projektu:  
R. Dziuba, K. Ławińska, A. Adamczyk



MAGDALENA GRYN

# DOBROSTAN

## od pracodawcy

Od czasu pandemii potrzeby pracowników obejmują kolejne obszary wellbeingu psychicznego czy finansowego. Pracodawcy starają się na nie odpowiadać m.in. benefitami



▶ **AŻ 66 PROC. BADANYCH** rozważyłoby zmianę pracy, jeśli wynagrodzenie będzie podobne, ale benefity lepsze

**P**rzez długie lata benefity pozapłacowe, jak ubezpieczenie medyczne czy karta na siłownię, były dość przewidywalną częścią wynagrodzenia. Ale przyszła pandemia, która potrząsnęła rynkiem pracy i zdrowiem społecznym. **Przyszły zmiany demograficzne, skutkiem których od dłuższego czasu mamy już rynek pracownika.** Nic dziwnego, że pracodawcy – zainteresowani pozyskiwaniem talentów na coraz bardziej konkurencyjnym rynku pracy – starają się

na bieżąco odpowiadać na aktualne potrzeby swoich pracowników. A te od kilku lat są wypadkową wyzwań, z jakimi mierzymy się społecznie. Stąd na znaczeniu coraz bardziej zyskują benefity pozapłacowe wspierające zdrowy styl życia.

– Blisko połowa pracowników w Polsce oczekuje od pracodawców zwiększenia zaangażowania w tym obszarze, a niemal 70 proc. wskazuje, że dobrze znane rozwiązania, jak karta MultiSport, powinny należeć do podstawowego pa-

kietu świadczeń pozapłacowych. Wiele firm świetnie odpowiada na te oczekiwania, sprawnie opiekując obszar dobrostanu fizycznego pracowników. Niemniej od czasów pandemii, pracy zdalnej, kryzysu relacji i narastających problemów związanych z wypaleniem zawodowym czy galopującą inflacją potrzeby pracowników obejmują kolejne obszary wellbeingu psychicznego czy finansowego – zauważa Emilia Rogalewicz, członek zarządu Benefit Systems SA. ▶



# NOWATORSKIE SPOJRZENIE NA OPRAWY OKULAROWE

Oprawy okularowe wcale nie muszą być nudne. Z takiego założenia od lat wychodzi OPTA, która wprowadza na rynek nowoczesne i funkcjonalne modele. Działania podejmowane przez firmę przybliżył jej prezes Krzysztof Dobner.

**F**irma działa na rynku od 2004 roku, a kolekcje tworzy od 2012. Pierwszą marką OPTY była MASSI EYEWEAR, skierowana do szerokiego grona nabywców. Po kilku latach powstała kolekcja SCARLET OAK – odważne modele klasy premium.

**WSZYSTKIE KOLEKCJE FIRMA PROJEKTUJE SAMA**, począwszy od kształtu, na wyborze materiałów kończąc. Produkty charakteryzuje bardzo wysoka jakość wykonania.

OPTA współpracuje z podmiotami ze świata mody. Udało jej się zrealizować projekt z Bartoszem Pilawskim. W ramach kooperacji stworzono ekskluzywną linię produktów SCARLET OAK BY PILAWSKI – kilka ekstrawaganckich modeli, które cieszą się dużym zainteresowaniem klientów.

**OPTA WSPIERA TAKŻE PRZEDSIĘBIORCÓW**, którzy chcieliby stworzyć własną markę opraw lub okularów przeciwsłonecznych, chętnie dzieli się swoim wieloletnim doświadczeniem z przedsiębiorcami spoza branży optycznej. Pomaga we wszystkich fazach powstawania marki – od zbudowania brandu, przez indywidualne projekty modeli, aż po kwestie logistyczne i administracyjne.

Obecnie firma sprzedaje produkty w kilku krajach europejskich. W przyszłości zamierza rozszerzyć działalność o kolejne. □

TOMASZ HANDKUS



Krzysztof Dobner, OPTA

# SZTUKA NAUKI JĘZYKÓW

Stworzyły wyjątkowe planery motywacyjne do nauki języków obcych oraz e-booki. Prowadzą kursy językowe i rozwijają własny sklep internetowy.

**A**nna Jakubiuk rozpoczęła działalność w 2004 roku. Współpracowała z korporacjami, międzynarodowymi firmami i wojskiem w obszarze nauczania biznesowego, ogólnego oraz przygotowującego do egzaminów specjalistycznych. Dziś wraz z zespołem prowadzi projekt pod szyldem Teachers.

Wśród innych szkół językowych Teachers wyróżnia indywidualne podejście do kursantów. Uczą „na miarę”, czyli potrzeby klienta. Nie dopasowują ucznia do gotowych kursów, ale raczej tworzą rozwiązanie pod daną osobę. Nauczają języka angielskiego (także Business English) i języka francuskiego w trybie online.

**TEACHERS TO NIE TYLKO SZKOŁA JĘZYKOWA**. W portfolio mają też własne produkty, takie jak wyjątkowe planery ułatwiające codzienną naukę języków obcych dla dzieci i dorosłych oraz e-booki, które sprzedają we własnym sklepie internetowym (<https://teachersconcept.pl/sklep/>). Najnowszy e-book skierowany jest do pracowników IT, korporacji i nowoczesnych technologii, a za jeden z planerów wraz z Pauliną Jakubiuk, odpowiadającą za brand management w Teachers, odebrały nagrodę Influencer's Top 2023 w kategorii „Styl”. □



Anna Jakubiuk, Teachers



Dane, które przytacza, pochodzą z raportu Benefit Systems „Zmęczeni, obojętni, niezaangażowani. Postpandemiczne potrzeby pracowników” z 2022 roku. Wynika z nich, że ponad 60 proc. pracowników w Polsce chciałoby mieć dostęp do platformy kafeterijnej, która pomaga odciążyć domowy budżet. Z kolei połowa badanych liczy na większe zaangażowanie firm we wsparcie zdrowia psychicznego. Inne badania, tym razem pochodzące z „Raportu benefitów pracowniczych 2023” przygotowanego przez ARC Rynek i Opinia na zlecenie Enter The Code, pokazują, że **aż 66 proc. respondentów rozważyłoby zmianę pracy, jeśli wynagrodzenie będzie podobne, ale benefity lepsze**. Natomiast 40 proc. badanych byłoby skłonnych zmienić pracę wyłącznie ze względu na lepsze benefity.

– Te deklaracje pokazują dobitnie, jak istotne jest dziś kompleksowe i wielowymiarowe podejście do potrzeb pracowników. Zgodnie z tą ideą w Benefit Systems rozwijamy ekosystem produktów wspierających dobrostan pracowników: oprócz kart MultiSport i kafeterii MyBenefit, do naszego portfolio dołączył program MultiLife. To system operacyjny dla pracodawców w pełni poświęcony wellbeingowi, a dla pracowników towarzysz w drodze do osiągnięcia i utrzymania dobrostanu we wszystkich jego obszarach, m.in. w zakresie zdrowia psychicznego, fizycznego, zdrowego odżywiania, aktywności fizycznej, inteligencji finansowej czy rozwoju osobistego i zawodowego – wyjaśnia Emilia Rogalewicz.

Podkreśla przy tym, że dzięki temu pracownicy zyskują dostęp do wiedzy i ekspertów, mogą

#### ZDECYDOWANA WIĘKSZOŚĆ

(73 proc.) pracowników chce korzystać ze świadczeń pozapłacowych, dopasowujących się do ich aktualnych potrzeb życiowych i możliwości czasowo-finansowych

# 40 PROC.

#### BADANYCH

byłoby skłonnych zmienić pracę wyłącznie ze względu na lepsze benefity u nowego pracodawcy

korzystać z e-kursów, webinarów, indywidualnych konsultacji z psychologiem, trenerem sportowym i finansowym, dietetykiem czy lektorem językowym. Benefit ten umożliwi także korzystanie z badań profilaktycznych, usług telemedycyny czy zewnętrznych aplikacji, takich jak Legimi, Focusly czy Youniversity.

– Wszystko to świetnie adresuje oczekiwania pracowników, wśród których – jak wynika z przytoczonego już raportu Benefit Systems – aż 73 proc. chce korzystać ze świadczeń pozapłacowych, dopasowujących się do ich aktualnych potrzeb i możliwości, zapewniających elastyczny wybór różnych usług w ramach jednego benefitu (66 proc.) oraz dostępnych online (51 proc.) – mówi.

W jej ocenie rozwiązanie to wspiera jeszcze jedną, kluczową potrzebę rezyliencji, czyli nabywania umiejętności dostosowywania się do nowych okoliczności i wyzwań poprzez wzmocnienie kompetencji osobistych i zawodowych pracowników.

– Stawiamy zatem na swego rodzaju profilaktykę – wzmacniamy zdrowie i umiejętności pracowników, by byli bardziej odporni i lepiej radzili sobie w nowych sytuacjach, szczególnie tych, które znajdują się poza ich kontrolą – mówi.

#### A KOMPLEKSOWE PODEJŚCIE DO WELLBEINGU PRZYNOŚI SZEROKIE KORZYŚCI

– ma pozytywny wpływ na jakość życia pracowników, a także przekłada się na wyniki biznesowe firm. Pracownicy zatrudnieni w organizacjach dbających o ich ogólny dobrostan przyznają, że są mniej skłonni do zmiany pracy (69 proc.) czy narażeni na wypalenie zawodowe (71 proc.). Jednocześnie pięciokrotnie częściej są w stanie polecać pracę w zatrudniającej ich firmie i wykazują pięciokrotnie wyższy poziom zaufania do liderów organizacji. Są też trzykrotnie bardziej zaangażowani w rzetelne wykonywanie swojej pracy. Z kolei zespoły, które mają poczucie, że funkcjonują w organizacjach dbających o wellbeing, budują większe zaangażowanie po stronie klientów czy rentowność.

– Skoro najskuteczniejsze benefity to te precyzyjnie odpowiadające na potrzeby pracowników, niebawem udostępnimy narzędzie analityczne, które pomoże firmom zmierzyć dobrostan pracowników i rozpoznać, które jego obszary wymagają szczególnego zaopiekowania. W efekcie pracodawcy zyskają wsparcie w projektowaniu strategii benefitowej uszytej na miarę potrzeb konkretnej organizacji – dodaje Emilia Rogalewicz. F

# POSTAW NA MULTILIFE

MultiLife to najnowsze rozwiązanie wspierające zdrowie i rozwój. O jego szczegółach opowiedział Piotr Szostak, dyrektor zarządzający ds. strategii i rozwoju produktu w Benefit Systems.

## Po pandemii wiele się zmieniło, również w Państwa ofercie. Czym jest program MultiLife?

**PIOTR SZOSTAK:** MultiLife to asystent dobrostanu, który narodził się w postpandemicznej rzeczywistości. To odpowiedź na zmiany, które zaszły w ostatnich kilku latach, również w zakresie podejścia do zdrowia psychofizycznego. Dlatego bazując na naszym doświadczeniu w zakresie profilaktyki zdrowotnej realizowanej poprzez ruch w ramach programu MultiSport, postanowiliśmy rozbudować nasz ekosystem produktów o dodatkowe rozwiązanie, w którym wspomniana profilaktyka nabiera nowego znaczenia – kompleksowego dbania o własny dobry stan, zarówno w sferze zdrowia fizycznego i psychicznego, jak i rozwoju – i tutaj istotna jest chociażby rezyliencja, czyli zdolność przystosowywania się do nowych warunków.

## Czy można uznać MultiLife za produkt innowacyjny, skoro w jego ofercie dostępne są funkcjonujące na rynku rozwiązania wspierające zdrowie i rozwój?

Zdecydowanie tak, patrząc na dzisiejsze czasy, możemy powiedzieć, że jako ludzie „lecimy” na wadliwym autopilocie. Mamy coraz więcej stresorów, problemów ze snem, niedostatecznym ruchem czy zbyt kaloryczną i niepełnowartościową dietą. Pierwszy raz w historii ludzie mają różne możliwości wyboru i jednocześnie muszą zarządzać sobą, do czego jako społeczeństwo nie jesteśmy przygotowani. Dlatego w MultiLife stawiamy na programy wspierające konkretne cele, jak „Zdrowie i jakość życia”, by wspierać realne zmiany w życiu i wzmacniać dobrostan. I właśnie to unikalne połączenie szerokiej oferty usług i aplikacji oraz spersonalizowanego wsparcia realizacji celów świadczy o innowacyjności MultiLife.

## Jak zatem działa MultiLife?

Dla pracodawcy to system operacyjny wspierający wellbeing w organizacji, a dla pracowników wspomniany już asystent dobrostanu. MultiLife działa w systemie abonamentowym, co znacząco poszerza jego zasięg w organizacjach. Kluczowe obszary, które rozwijamy, to zdrowie, psychologia, odżywianie i rozwój. Dwa nadrzędne mianowniki to zdrowie i rozwój, które z naszej perspektywy są bardzo powiązane. Jeśli zabezpieczymy tak istotne elementy jak zdrowie fizyczne i psychiczne, będziemy się wysypiać, aktywnie korzystać z czasu wolnego i odżywiać się prawidłowo, łatwiej będzie nam zadbać o rozwój i elementy takie jak rezyliencja czy innowacyjność i kreatywność. Obecnie w zakresie zdrowia współpracujemy z Telemedi, Diagnostyka+, Yes2move, a w przypadku rozwoju m.in. z Youniversity, Lerni, ESKK, Legimi. W ofercie mamy konsultacje z psychologami, dietetykami i trenerami per-

sonalnymi, jak również z lektorami językowymi i trenerami finansowymi. Edukujemy też dzięki naszej platformie wszystkich zainteresowanych dobrostanem – rozwijamy bibliotekę treści, które skupiają się na poprawie naszego stanu. I na koniec w tym gąszczu możliwości potrzebny jest drogowskaz, a u nas są to spersonalizowane pod konkretne cele programy, jak np. „Inteligencja finansowa”.

## Na jakim etapie jest obecnie projekt? Jak wygląda zainteresowanie pracodawców i pracowników?

Pod koniec ubiegłego roku zaprezentowaliśmy ulepszoną wersję platformy MultiLife, poszerzoną o autorskie programy wspierające indywidualne cele oraz nowe konsultacje. W tym roku skupiamy się na indywidualnym asystencie dobrostanu – w tym rozwiązaniu istotne będą możliwości, jakie już teraz daje sztuczna inteligencja. Bardzo czekam także na majową premierę Wellbeing Score, czyli narzędzia do pomiaru dobrostanu, oraz publikację raportu z ogólnopolskiego badania dobrostanu Polaków, które realizujemy z infuture.institute. Działamy wielotorowo, rozwijamy produkt i uwzględniamy w nim feedback z rynku, jednocześnie poszerzamy grono pracodawców i pracowników mających dostęp do produktu. Na ten moment nie chcemy podawać konkretnych liczb, zapewniam jednak, że odbiór rynkowy jest pozytywny, a obecne wyniki obiecujące.

## Czy to oznacza, że Wellbeing Score będzie dostępny nie tylko dla użytkowników MultiLife?

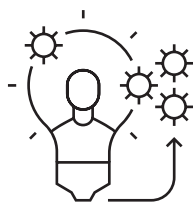
Badanie zostało wypracowane wraz z zespołem infuture.institute – to instytut forecastingowy, którego założycielką jest Natalia Hatalska. Obejmuje sześć obszarów: komfort życia, zdrowie fizyczne, zdrowie psychiczne, wewnętrzny spokój, relacje z innymi oraz kontakt z naturą. W procesie prac nad wskaźnikiem przyjęliśmy założenie, że Wellbeing Score obejmie poziom mezo, czyli całe organizacje lub zespoły, a także poziom mikro, pozwalający na zweryfikowanie dobrostanu jednostki. Dlatego pracodawcy posiadający MultiLife będą mogli spojrzeć na wyniki dla całej organizacji, ich pracowników na indywidualny stan w sześciu wspomnianych

obszarach. Mamy sporo do zrobienia w kwestii budowania społecznej świadomości, jak dbać o dobrostan, a nasz raport i Wellbeing Score są dopiero początkiem tych działań, gdyż jesienią planujemy kolejną edycję konferencji „Wellbeing Summit” poświęconej profilaktyce, zdrowiu i rozwojowi. □

W MultiLife stawiamy na programy wspierające konkretne cele.

Piotr Szostak,  
dyrektor zarządzający  
w Benefit Systems





MAGDALENA GRYN

# Piękne INNOWACJE

Dynamiczny rozwój medycyny estetycznej spowodował, że w gabinetach co rusz pojawiają się nowe urządzenia i procedury pomagające poprawić urodę

**K**ażdego roku od 25 lat, na przełomie stycznia i lutego do stolicy Francji, Paryża, zjeżdżają najwięksi producenci i naukowcy ze świata estetyki na Światowy Kongres IMCAS. To coroczne święto medycyny estetycznej pozwala na szeroką dystrybucję wiedzy o nowym sprzęcie i procedurach medycznych, dzięki czemu najnowszymi innowacjami z tego zakresu możemy cieszyć się także w Polsce. Do nowości w gabinetach z pewnością zaliczyć należy technologię lasera pikosekundowego, który wykorzystuje ultrakrótki, pikosekundo-

wy impuls do osiągnięcia efektu fotoakustycznego w tkance, wykluczając działanie termiczne.

– Dla pacjenta oznacza to bezpieczeństwo i skuteczność zabiegów w zakresie redukcji tatuażu, makijażu permanentnego. Dodatkowo wiązka lasera w kontrolowany i precyzyjny sposób dociera do głębokich warstwy skóry, pobudzając jej naturalne procesy naprawcze. Dzięki temu laser pikosekundowy doskonale sprawdza się także w redukcji przebarwień, leczeniu blizn czy rozstępów – mówi Marcin Słowiński, dyrektor zarządzający firmy EuroScaleMed,

która dystrybuuje sprzęt do dermatologii estetycznej.

Kolejną innowacją w gabinetach jest technologia lasera tulowego ze skanerem frakcyjnym, który sprawdza się w zabiegach odmładzania skóry, czyszcząc ją jednocześnie ze zmian pigmentacyjnych, w tym przebarwień posłonecznych. Na uwagę zasługuje też technologia szerokopasmowego światła BB – pozwalająca na wielopoziomowe działanie odmładzające, rewitalizujące skórę.

– Co łączy wszystkie te zabiegi? Holistyczne podejście do skóry pacjenta. Działanie na kilka problemów w jednym czasie. Technologie poprawiają wygląd skóry, jednocześnie nie zmieniając rysów twarzy. **Poprzez działanie technologii pobudzane są naturalne procesy naprawcze w skórze, efektem czego skóra pacjenta wygląda zdrowo i młodziej.** Dodatkowo są to procedury małoinwazyjne – wyjaśnia Marcin Słowiński.

**PRZEŁOMEM W BIOTECHNOLOGII KOMÓRKOWEJ** wykorzystywanym od niedawna w gabinetach medycyny estetycznej są także egzosomy. To mikropęcherzyki uwalniane przez różne rodzaje komórek w organizmie, w tym komórki macierzyste skóry. Użycie ich w mezoterapii pobudza zdolności regeneracyjne skóry, zapewniając efekt jej odmłodzenia. **F**



► **LASER** w gabinetach kosmetycznych pozwala na szereg małoinwazyjnych zabiegów

# NOWATORSKIE SPOJRZENIE NA DERMATOLOGIĘ ESTETYCZNĄ

EuroScaleMed to innowacyjne i bezpieczne rozwiązania oferowane gabinetom medycyny estetycznej i kosmologii. Misję firmy przybliżyli Michał i Marcin Słowińscy – prezes i wiceprezes.

**Firma od lat prężnie działa na rynku. Innowacyjne rozwiązania idą w parze z prospołecznym charakterem działalności. Jak wyglądały początki?**

**MICHAŁ SŁOWIŃSKI:** Rozpoczęliśmy działalność w 2011 roku. Nawiązaliśmy wtedy współpracę z największym na świecie koncernem produkującym lampy do fototerapii UV. Zajmowaliśmy się dystrybucją systemów służących do leczenia schorzeń takich jak łuszczyca czy bielactwo. Obserwowaliśmy trendy i potrzeby rynku, jednocześnie poszukując rozwiązań, które sprostałyby wymaganiom profesjonalistów i potrzebom ich pacjentów. Odpowiedzią były innowacyjne systemy laserowe i nieinwazyjne. Obecnie nasze portfolio zaspokaja potrzeby niemalże każdej placówki medycznej.

**Opiszmy zatem pokrótce urządzenia dostępne w Państwa ofercie.**

**Charakteryzują je bez wątpienia najnowocześniejsze technologie.**

**MARCIN SŁOWIŃSKI:** Będą to przede wszystkim systemy laserowe, służące poprawie jakości i odmładzaniu skóry. Wykorzystuje się je także do przebudowy skóry, leczenia blizn, zmian pigmentacyjnych i nacyniowych. Ponadto oferujemy lasery pozwalające usunąć tatuaże i makijaż permanentny. Naszą najnowszą, a zarazem najbardziej zaawansowaną jest technologia pikosekundowa. Wykazuje wysoką skuteczność i charakteryzuje się krótszą rekonwalescencją w porównaniu z innymi technologiami w przypadku intensywnych terapii. Obecnie prowadzimy zaawansowane testy kolejnego systemu. Będzie to całkowita nowość w Polsce w leczeniu przewlekłych chorób skóry. Drugi typ urządzeń to technologie nieinwazyjne do modelowania sylwetki, redukcji nadmiaru tkanki tłuszczowej, wzmacniania mięśni, a nawet leczenia nietrzymania moczu czy chronicznych bólów.

**Jednym z Państwa priorytetów jest bezpieczeństwo. Jak wygląda proces wprowadzania produktów na rynek?**

**MARCIN SŁOWIŃSKI:** Najtrudniejsze jest pozyskanie odpowiednich partnerów, czyli producentów urządzeń. Warto tu wspomnieć, że z początkiem roku otrzymaliśmy wyłączność dystrybucji lasera tulowego

w krajach sąsiadujących, m.in. w Niemczech, Czechach i krajach bałtyckich. Kolejne rozmowy trwają. Spełniamy tym samym marzenie zakodowane w nazwie firmy, czyli działanie na skalę europejską. Wracając do pytania – na początku bazujemy na badaniach klinicznych producenta. Sprawdzamy, czy urządzenia są bezpieczne, skuteczne i posiadają rygorystyczną certyfikację medyczną. Po wstępnej weryfikacji sprawdzamy konkretne urządzenie na kilkumiesięczne testy we współpracy ze specjalistami medycyny estetycznej. Pozwala nam to opracować udoskonalone protokoły zabiegowe, ocenić innowacyjność rozwiązań danego produktu i zebrać opinie końcowych użytkowników. Dopiero tak przetestowany sprzęt po uzyskaniu pozytywnego wyniku spełnia nasze wewnętrzne standardy i może trafić na rynek.

**Jakie aspekty jeszcze wyróżniają EuroScaleMed na tle innych firm?**

**MICHAŁ SŁOWIŃSKI:** Kluczowe dla nas jest wsparcie klientów na każdym etapie współpracy, nawet przed sfinalizowaniem umowy. Naszą najnowszą inicjatywą jest uruchomienie centrum edukacyjnego w siedzibie firmy w ramach programów szkoleń dedykowanych profesjonalistom. Specjaliści dzięki naszemu wsparciu mogą pochwalić się zaangażowaniem w badania kliniczne, naukowe publikacje, a nawet współpracą z producentami w roli kluczowych liderów opinii danej technologii. Jesteśmy też aktywni na najbardziej prestiżowych międzynarodowych kongresach branżowych w Paryżu i Monako, gdzie stwarzamy im okazję do podzielenia się wiedzą i doświadczeniem z resztą świata.

Podążamy własną drogą, realizując przy tym misję dostarczania innowacyjnych i bezpiecznych rozwiązań w imię motta „sprawdzonych technologii dla medycyny estetycznej”.

Michał Słowiński,  
prezes EuroScaleMed



**Państwa działalność to zatem swego rodzaju misja. Łączycie prowadzenie biznesu z dążeniem do realnej poprawy stanu zdrowia i komfortu życia pacjentów oraz ze wsparciem rodzimych specjalistów.**

**MICHAŁ SŁOWIŃSKI:** Podążamy własną drogą, realizując przy tym misję dostarczania innowacyjnych i bezpiecznych rozwiązań w imię motta „sprawdzonych technologii dla medycyny estetycznej”. Mam nadzieję, że to, co robimy, niesie realną pomoc i poprawę codziennego komfortu życia pacjentów. Nasze produkty są powszechnie wykorzystywane, obserwujemy rozwój branży i roli polskich specjalistów, więc świadczy to o słuszności naszej wizji z chwili rozpoczęcia działalności. □

TOMASZ HANDKUS

[www.euroscalemed.pl](http://www.euroscalemed.pl)



MACIEJ GAJEK

# PATENT

## na zyski

Patenty to potężne narzędzie ochrony własności gospodarczej. W teorii gwarantuje wynalazcom wyłączne zyski z ich innowacji, zapewniając niemałą ochronę prawa do wyłącznego korzystania z wynalazku i korzyści na terenie kraju, który udzielił patentu. Oraz – dochodzenia praw od podmiotów, które owo prawo chciałyby naruszyć

### PORTFEL PATENTÓW

bywa najcenniejszym aktywem firmy, pozwalającym rozdawać rynkowe karty



**C**o uzyskanie patentu oznacza w praktyce? Żadna inna firma nie będzie mogła go produkować, sprzedawać, importować ani czerpać zysków finansowych bez zgody posiadacza patentu. To szczególnie ważne, gdy pomysł jest nowatorski i oryginalny, a konkurencja na rynku zacięta.

**MIMO SWEJ MOCY PATENTY NIE SĄ POZBAWIONE OGRANICZEŃ.** Przede wszystkim ich zasięg jest ograniczony terytorialnie: mogą obejmować tylko Polskę (i każdy, kto prowadzi działalność w naszym kraju, musi zacząć od kontaktu z polskim Urzędem Patentowym), tylko USA, kraje europejskie lub inną wybraną część świata. Ponadto **patent ma określony czas trwania – maksymalnie 20 lat, z możliwością przedłużenia co rok.** Wreszcie, patent chroni konkretny wynalazek, a nie ogólny pomysł – musi to być rozwiązanie techniczne, a nie odkrycie naukowe.

Dobrze będzie zacząć od kontaktu z jednym z ponad 400 rzeczników patentowych. To w istocie kancelarie prawne, które przeprowadzą osobę, firmę lub uczelnię przez proces rejestracji i pomogą w zgłoszeniu do Urzędu Patentowego RP. Tylko takie zgłoszenie pozwoli bowiem rozpocząć proces rejestracji. UP sprawdza następnie formalne strony wniosku. Schody zaczynają się później.

Należy nadać wynalazkowi symbol zgodny z Międzynarodową Klasyfikacją Patentową ▶

FOTO GETTY IMAGES

# OD INNOWACYJNEGO POMYSŁU DO PATENTU

Stawianie na innowacyjne rozwiązania, których finałem jest komercjalizacja. O wyjątkowym projekcie Politechniki Częstochowskiej, łączącym świat nauki z biznesem, opowiedział dr hab. inż. Marek Warzecha.

**Politechnika Częstochowska od lat jest kuźnią innowacyjnych rozwiązań. Jakie projekty obecnie Państwo realizują?**

**MAREK WARZECHA:** Dzieje się dużo. Przede wszystkim w zakresie komercjalizacji. Nasze działania przez ostatnie kilka lat związane były z projektem Inkubator Innowacyjności 4.0. Udało nam się wdrożyć dużo rozwiązań i wewnętrznych uregulowań, które przynoszą realne efekty. Projekt zakończył się w grudniu 2023 roku, niemniej jednak kontynuujemy jego pewne założenia. Chcemy, by ciekawe i innowacyjne rozwiązania ujrzały światło dzienne. Przynosi to korzyści na wielu płaszczyznach. To gratyfikacja zarówno dla nauczyciela akademickiego, który jest autorem konkretnego patentu, jak i dla biznesu, a co za tym idzie – dla społeczeństwa. Powołaliśmy brokerów innowacji i dokonaliśmy podziału obszarów działania. Mamy obecnie możliwość w sposób sprawny poszukiwać wśród naszych naukowców ciekawych rozwiązań wykazujących potencjał komercjalizacyjny. Kiedyś działaliśmy raczej w ramach uczelni – mało było nas na zewnątrz. Obecnie stajemy się coraz bardziej otwarci: uczestniczymy w wielu spotkaniach typu nauka–biznes. Pokazujemy warianty współpracy w różnych dyscyplinach, w tym przede wszystkim w zakresie komercjalizacji i wdrażania rozwiązań know-how.

**Jak świat biznesu podchodzi do tego typu współpracy?**

Politechnikę Częstochowską zaczęto postrzegać w kategoriach wiarygodnego, godnego zaufania partnera. Nasi naukowcy są zapraszani na różnego rodzaju rozmowy, panele dyskusyjne i spotkania. Udało nam się zainteresować świat zewnętrzny wypracowanymi rozwiązaniami i wolą współpracy. Okazało się, że wcale nie musimy mieć gotowego rozwiązania. To często biznes sugeruje, czego potrzebuje, a my szukamy odpowiednich narzędzi, aby odpowiedzieć na konkretne oczekiwania. Niestety, ostatnie kilka lat to dla biznesu trudny czas. Nasza działalność w ramach projektu Inkubator Innowacyjności 4.0 rozpoczęła się w roku 2020. A zatem natrafiliśmy na okres pandemii, później wybuchła wojna w Ukrainie, co wywołało

kryzys energetyczny i pogłębiło inflację. To wszystko spowodowało bardzo dużą niepewność w świecie biznesu. Tym bardziej cieszymy się, że mimo tak trudnego okresu kilka z naszych patentów mogło trafić na rynek. Komercjalizacja zatem zachodzi i faktycznie zaczyna funkcjonować. Zgłaszają się do nas kolejne firmy, które otrzymały od swoich partnerów biznesowych informacje, że z Politechniką Częstochowską warto współpracować.

**Do jakich sektorów gospodarki trafiają patenty od naukowców z Politechniki Częstochowskiej?**

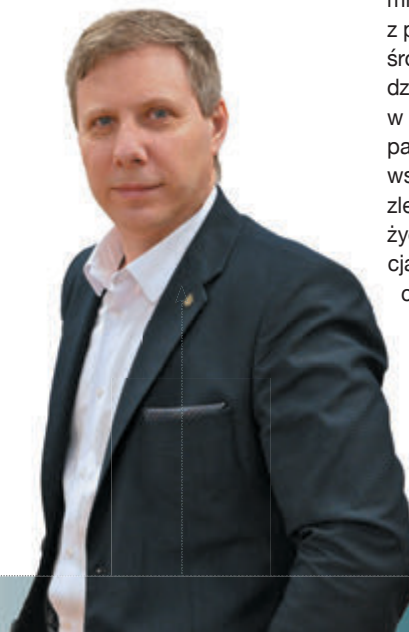
Budownictwo, przemysł metalowy, energetyka, ekologia, recykling – to główne obszary działania, w których w ostatnich latach udaje nam się osiągać sukcesy.

**Jak projekt Inkubator Innowacyjności kształtuje się w liczbach?**

Cały projekt opiewał na blisko 2 mln zł, uczestniczyło w nim blisko 50 pracowników. Udało nam się przeprowadzić 20 prac przedwdrożeniowych. Powołany został specjalny zespół ekspertów ze świata biznesu, który oceniał, w jakie prace warto zainwestować. Naukowcom w wielu przypadkach udało się podnieść poziom gotowości technologicznej. Kilka prac zostało doprowadzonych do poziomu dziewiątego, czyli pełnej gotowości do wdrożenia. Prace te zaowocują najpewniej za kilka lat, na niektóre efekty projektu będziemy jeszcze czekać, niemniej jednak podczas realizacji prac pojawiły się nowe pomysły, w które chcemy zainwestować.

**Chcemy współrealizować projekty, realizować prace zlecone, ale przede wszystkim będziemy dążyć do tego, by zaistniała realna komercjalizacja naszych pomysłów.**

dr hab. inż. Marek Warzecha,  
prof. PCz



**Czy zrealizowany projekt będzie wstępem do kolejnych tego typu?**

Jeżeli tylko pojawi się kolejny konkurs, to z pewnością będziemy w nim startować. Niemniej jednak gdyby takowy się nie pojawił, to z pewnością postaramy się wygospodarować środki wewnętrzne. Chcemy prowadzić dalsze działania w celu inicjowania komercjalizacji, iść w kierunku ciągłego rozwoju, by być ważnym partnerem dla biznesu i przemysłu. Chcemy współrealizować projekty, realizować prace zlecone, ale przede wszystkim będziemy dążyć do tego, by zaistniała realna komercjalizacja, by nasze pomysły i rozwiązania były sukcesywnie wdrażane do gospodarki, ponieważ patrząc obiektywnie, mamy olbrzymi potencjał rozwojowy. □

TOMASZ HANDKUS

[www.pcz.pl](http://www.pcz.pl)

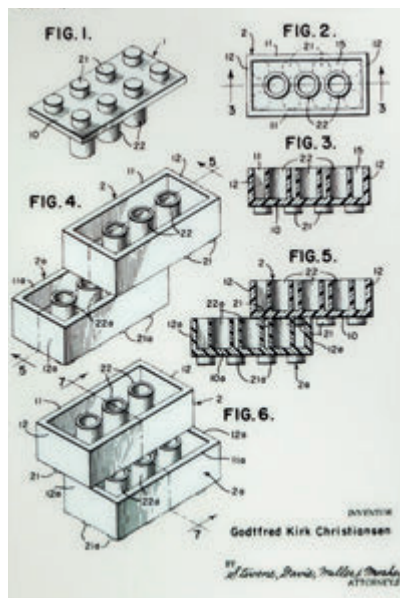
– i to kluczowy krok, by później przeprowadzić wszystkie dogłębne badania. Po tym i przeprowadzeniu wstępnego badania „stanu techniki” Urząd przygotowuje wykaz publikacji w wybranej dziedzinie. A po ok. 18 miesiącach następuje publikacja „ogłoszenia o zgłoszeniu”. Dopiero wówczas Urząd przystępuje do badania merytorycznego, czyli sprawdzenia, czy wynalazek posiada zdolność patentową. Chodzi o ustalenie, czy pomysł rzeczywiście jest nowatorski i wystarczająco „technologiczny” do jego potencjalnego wdrożenia.

Ten żmudny proces kończy się wydaniem wstępnej decyzji. Ostateczne udzielenie patentu jest jednak uzależnione od uiszczenia opłaty patentowej za pierwszy okres ochronny.

### UZYSKANIE PATENTU W POLSCE

nie jest nadmiernie drogie: kancelaria rzeczników patentowych Fert Jakubiak Wróblewski szacuje, że suma wszystkich kosztów nie powinna przekroczyć 40 tys. zł. W przypadku chęci rozszerzenia ochrony patentowej na Europę trzeba się liczyć z wydatkiem kolejnych nawet 70 tys. zł. A w przypadku USA – nawet 150 tys. zł.

Według danych Urzędu Patentowego RP, w 2022 r. udzielono w Polsce prawie



### PATENT NA KLOCKI LEGO

wygaś co prawda w 2011 r., ale nawet sąd w Chinach uznał, że sprzedaż podróbek narusza prawa duńskiego producenta

27 tys. praw wyłącznych, w tym jedynie nieco ponad 2,2 tys. na wynalazki. Zdecydowana większość (niemal 13 tys.) to znaki towarowe, a 10 tys. to walidacje patentów europejskich. Kłopotem jest tu także czas, bo prawo wymaga,

by firmy działające w Polsce proces patentowy rozpoczynały także w Polsce. A on w naszym kraju trwa około dwóch lat. To zaś we współczesnym świecie technologii może oznaczać, że do czasu uzyskania patentu technologia może stać się przestarzała.

Kwestie patentów budzą kontrowersje, bo w ostatnich latach media sporo piszą o „trollach patentowych”. Firmy technologiczne patentują dziś dosłownie wszystko, nawet krzyżownicę ikon aplikacji. Te patenty są używane jako broń w sądzie, gdzie mogą wymusić odszkodowanie od konkurencji, procent od sprzedaży, a nawet zablokować dystrybucję produktów rywalowi.

W przeszłości większość sporów dotyczących praw do własności intelektualnej kończyła się pozasądowymi ugodami, które pozostawały tajemnicą dla opinii publicznej. Dziś jednak wojny patentowe są jawne. **Firmy są przejmowane ze względu na ich portfele patentów, a liderzy technologiczni wiedzą, że na każdy złamany patent znajdują się inne dwa,** którymi będą mogli uderzyć w konkurenta pozwem. Przez dłuższy czas takim graczem była Nokia, która jeszcze długo po upadku jej biznesu telefonów komórkowych rozdawała karty w świecie technologii dzięki portfelowi 19 tys. patentów. F

## TRZY WYZWANIA DLA NAUKOWCÓW



Kluczowym zagadnieniem nie jest liczba patentów, ale ich komercjalizacja. Na polskich uczelniach patenty w większości potrzebne są naukowcom do ich dalszego rozwoju naukowego, wydziałom natomiast służą do oceny działalności pracowników i jako cenne punkty do ewaluacji działalności naukowej jednostek. To jednak problem systemowy, potrzeba więcej zachęt do myślenia o wprowadzaniu patentów na rynek już na etapie pracy nad nim, odpowiedzi na pytanie: komu on będzie

potrzebny. A przecież innowacje mają stanowić o rozwoju i konkurencyjności polskiej gospodarki.

Aby tak się zadziało, to, co zostanie stworzone na uczelniach, musi znaleźć odbiorcę w otoczeniu gospodarczym lub ono musi zgłosić zapotrzebowanie. Pozytywne jest to, że po okresie regresu następuje odbicie w gospodarce, firmy ponownie są w stanie przeznaczać coraz większe środki na rozwój i innowacje. Jednak w porównaniu ze Stanami Zjednoczonymi czy krajami Europy Zachodniej te środki wciąż są niewspółmiernie małe. Z pomocą przychodzą coraz bardziej nakierowane na komercjalizację środki z funduszy europejskich.

Wyzwaniem jest również czas. Najkrótszy przypadek uzyskania

patentu, o jakim słyszałem na naszej uczelni, to 9 miesięcy. Średnia to niestety ponad dwa lata. W świecie nowych technologii to wieczność. Myślę, że okres do roku byłby do zaakceptowania przez partnerów z przemysłu. Można co prawda przeprowadzić proces komercjalizacji jeszcze przed decyzją o udzieleniu (bądź odmowie) patentu, ale wtedy firma zainteresowana kupnem patentu jeszcze na etapie procedowania sporo ryzykuje. Zdarza się, że jest gotowa go kupić, ale za znacznie mniejszą kwotę. Uczelnia przez to traci, dlatego procedura patentowa powinna zostać maksymalnie skrócona. Będzie to z korzyścią dla wszystkich.

Dr hab. inż. MAREK WARZECHA,  
prof. PCz,  
prorektor ds. rozwoju Politechniki Częstochowskiej



# AI – NOWA ERA ROZWIĄZAŃ DLA ORGANIZACJI

Sztuczna inteligencja stoi u progu przełomowych zmian w biznesie. Umożliwia efektywną optymalizację procesów, ale również znaczący ROI. W tej rewolucji wyróżnia się Softwise.AI, który umożliwia organizacjom wykorzystanie potencjału SI.

**S**oftwise.AI powstał na bazie produktu rozwijanego przez naszą firmę od ponad pięciu lat. W minionym roku stworzyliśmy zespół specjalistów, który pomaga przedsiębiorstwom wdrażać sztuczną inteligencję, skupiając się na maksymalizacji korzyści w możliwie krótkim czasie – opowiada założyciel Jan Nowak. – Nasza firma specjalizuje się w dostarczaniu rozwiązań dostosowanych do indywidualnych potrzeb, często pionierskich na rynku.

– Postęp w rozwoju SI niesie ze sobą dużo szans, ale również stanowi poważne ryzyko dla organizacji. Kluczowe jest, by wykorzystać potencjał sztucznej inteligencji do poprawy działalności operacyjnej firmy, ale równie ważne jest zabezpieczenie się przed jej niebezpieczeństwami – dodaje Jan Nowak.

– Pomagamy organizacjom w pełnym cyklu wdrożenia SI: od koncepcji po wdrożenie działającego rozwiązania. Dzięki temu umożliwiamy skuteczną poprawę efektywności procesów biznesowych przy jednoczesnym zachowaniu ciągłości operacyjnej i najwyższego poziomu bezpieczeństwa. □

TOMASZ HANDKUS



Jan Nowak, Softwise.AI

# INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA DLA BRANŻY SKÓRZANEJ

Realizacja kluczowych zadań, przynoszących nowe rozwiązania przedsiębiorcom i korzystnie wpływających na środowisko. O projektach rozwijających branżę skórzaną opowiedziała mgr inż. Monika Flisek, dyrektor Ogólnopolskiej Izby Branży Skórzanej.

**M**onika Flisek od lat nadzoruje realizację projektów kluczowych dla branży skórzanej. To przede wszystkim dwa projekty w ramach Inicjatywy CORNET. Jeden to LeatherProBio, w ramach którego wypracowana została innowacyjna technologia waloryzacji chromowych odpadów garbarskich, oparta na ekstrakcji białek, odzysku chromu i produkcji biogazu. Drugi to ReProcessShoe – demontaż obuwia i recykling jego komponentów z uwzględnieniem modułowych elementów elektronicznych ze wskazaniem możliwości powtórnego użycia komponentów i materiałów. Działania podejmowane w ramach wniosku częściowo rozwiązują problem utylizacji obuwia – wdrażanie i promowanie gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ) w zakładach – dodaje dyrektor OIBS.

– **OBCENIE PRZYGOTOWYWANE SĄ** także wnioski w ramach konsorcjów międzynarodowych w konkursach: CORNET, EUREKA i ERASMUS. Prowadzone są też intensywne konsultacje zmierzające do promowania szkolnictwa zawodowego, w tym utworzenia Branżowego Centrum Umiejętności (BCU), ośrodka szkoleniowego dla przemysłu skórzanego, bardzo dobrze rozumiejącego potrzebę wprowadzania licznych innowacji – podsumowuje Monika Flisek. □

TOMASZ HANDKUS



mgr inż. Monika Flisek, dyrektor Ogólnopolskiej Izby Branży Skórzanej

# EMKA PREZENTUJE NOWY INNOWACYJNY PROJEKT

EMKA od lat jest liderem utylizacji odpadów medycznych na polskim rynku. Nowoczesne technologie przeplata z nowatorskimi rozwiązaniami. Kolejny projekt przybliżył Krzysztof Rdest, prezes zarządu.



► Krzysztof Rdest, prezes zarządu EMKA  
Małgorzata Rdest, wiceprezes zarządu EMKA

nych, jak i niepublicznych. W ubiegłym roku uwieńczyliśmy sukcesem dwa projekty w zakresie budowy instalacji do odzysku energii z odpadów. Udało nam się doprowadzić do budowy zakładu w Kędzierzynie-Koźlu – jego otwarcie nastąpiło we wrześniu 2023 roku. Natomiast w lipcu ubiegłego roku zainicjowaliśmy budowę drugiego zakładu – w Redzikowie koło Słupska. To miejsca „uszyte na miarę”, które są wypadkową 20 lat naszych doświadczeń. Należy podkreślić, że w obecnej dobie nie mówimy o odpadach, tylko o wysokoenergetycznych surowcach. Odpady medyczne są to w większości środki ochrony osobistej. Podlegają one szczególnemu nadzorowi, jeśli chodzi o proces pakowania, transportu i unieszkodliwiania. Nie nadają się do odzysku – jedyny możliwy odzysk to odzysk energetyczny. Jesteśmy innowacyjni, ponieważ troszczymy się zarówno o wysokie standardy naszej obsługi, jak i o naszą planetę. Dysponujemy specjalistycznym systemem logistycznym, który jest w stanie efektywnie obsłużyć ponad 20 tys. prywatnych praktyk lekarskich, gabinetów stomatologicznych czy weterynaryjnych. Szerokie grono klientów przekłada się na ponad dwa tysiące interakcji dziennie. Działamy na terenie całej Polski także dzięki potężnej rozwiniętej sieci logistycznej wspieranej nowoczesnym działem IT, który wykorzystuje najnowsze technologie ułatwiające kontakt z klientami.

**Powiedzmy słów kilka o historii firmy. Jak wyglądały jej początki?**

**KRZYSZTOF RDEST:** Firma ma już przeszło 30-letnią historię. Od ponad 20 lat zabezpieczamy sektor medyczny w Polsce w zakresie transportu, odbioru i unieszkodliwiania odpadów medycznych powstających w placówkach służby zdrowia, zarówno publicz-

**Rozwinięte systemy pozwoliły na realizację licznych projektów. Wśród nich najnowszy – Olejomaty. Czego dotyczy zadanie?**

Oleju, który powstaje w wyniku obróbki termicznej produktów spożywczych. Jest on wytwarzany w gastronomii, ale także w gospodarstwach domowych.

W krajach Europy Zachodniej funkcjonują systemy zbiórki UCO, czyli oleju poddanego obróbce termicznej. Postawiliśmy zatem na innowacyjne rozwiązanie w skali Polski, dedykowane samorządom, czyli na Olejomaty w każdej gminie. Stworzyliśmy program zbiórki zużytego oleju kuchennego z gospodarstw domowych.

### Jak w praktyce będzie funkcjonować to rozwiązanie?

Olejomat wyda użytkownikowi, który uprzednio zarejestruje się w specjalnej aplikacji, pustą butelkę wytworzoną z ekologicznego materiału, wytrzymującą wysoką temperaturę oleju. Średnio przez półtora miesiąca zbieramy olej, po czym z pełną butelką ponownie odwiedzamy Olejomat. Rejestrujemy się za pomocą kodu QR, oddajemy butelkę, a w zamian na nasze konto trafiają punkty. Jedna butelka to 50 punktów, a już za 300 zebranych punktów możemy otrzymać sadzonkę drzewka. Projekt skierowaliśmy do samorządów, gdyż mają one określone obowiązki. To m.in. zapewnienie zbiórki odpadów komunalnych. Wkrótce wprowadzona ma zostać też ustawa kaucyjna zabierająca samorządom część odpadów komunalnych. My z naszym programem idealnie wpisujemy się w ideę, w której dajemy samorządom szansę utrzymania tego samego poziomu odzysku, jaki obowiązuje obecnie.

### Jak do nowatorskiego rozwiązania podchodzą samorządy?

Jestem bardzo zadowolony, ponieważ już około 60 gmin z całej Polski jest zainteresowanych wprowadzeniem naszego rozwiązania. Warto podkreślić, że projekt uczestniczył także w grantach Banku Gospodarstwa Krajowego. Na ponad dwa tysiące złożonych aplikacji zajęł 18. miejsce. To dla nas olbrzymi sukces.

### Kiedy Olejomaty trafią do samorządów?

Projekt realizujemy w ekspresowym tempie. Pomysł na urządzenie zrodził się w naszych głowach pół roku temu, natomiast Olejomat mieliśmy okazję zaprezentować już w trakcie Europejskiego Kongresu Samorządów w Mikołajkach w dniach 4–5 marca. Teraz wchodzimy w fazę produkcji serii pilotażowych. Początkowo trafią one do około pięciu gmin – po to, byśmy mogli dopracować nasz system do perfekcji. Chcemy, by Olejomaty na masową skalę pojawiły się w samorządach w trzecim kwartale tego roku.



Nasza firma nie boi się wyzwań, zawsze szukamy efektu synergii – pozwala nam to na ciągły rozwój i osiąganie kolejnych celów i sukcesów.

Krzysztof Rdest



### Zamierzają Państwo zapewnić samorządom także wsparcie edukacyjne.

Tak, w momencie, kiedy samorząd zdecyduje się na postawienie Olejomatu, zyskuje także akcję społeczno-informacyjną organizowaną przez naszą firmę. Jej bohaterem będzie Eko-Olek, który zawita do gmin, przedszkoli, gdzie rozda przeznaczone do Olejomatów butelki. Chcemy edukować od najmłodszych lat, by młode pokolenie mogło przekazywać dorosłym wiedzę dotyczącą utylizacji zużytego oleju. Mamy nadzieję, że w ciągu pięciu lat uda nam się stworzyć na tyle rozbudowaną sieć Olejomatów, by te faktycznie mogły rozwiązać problem utylizacji zużytego oleju w Polsce.

### Gdzie trafią butelki zebrane w Olejomacie?

Planujemy uruchomienie specjalnego zakładu do oczyszczania w bezpośrednim sąsiedztwie naszej instalacji w Kędzierzynie-Koźlu. Będzie on wykorzystywał ciepło uzyskiwane w procesie termicznego przekształcania odpadów medycznych. Udało nam się uzyskać na jego budowę dofinansowanie z Unii Europejskiej. Cała wartość projektu to około 15 mln zł. Będzie on potężnym filarem w procesie dywersyfikacji biznesu. Projektem chcemy skutecznie wspomóc rodzime rafinerie w zakresie pozyskiwania biokomponentów do produkowanych paliw.

### EMKA stawia na ciągły rozwój.

#### Co jeszcze wyróżnia ją na rynku?

Kierujemy się hasłem: „Co dla naszych partnerów jest ważne, dla nas jest najważniejsze”. Najbardziej cenimy wprowadzanie nowatorskich rozwiązań. Nie ma na ten moment w Polsce firmy zajmującej się utylizacją odpadów medycznych, która cyfrowo byłaby tak zaawansowana w systemy obsługi klienta jak EMKA. Nie ma też innej firmy odpadowej, która miałaby w budżecie aż tyle środków założonych na edukację społeczną. Warto dodać, że mam zagwarantowaną także sukcesję. Od dwóch lat pracuję z córką, Małgorzatą Rdest, która pełni w firmie funkcję wiceprezesa zarządu. Mogę śmiało powiedzieć, że nie ma większego szczęścia niż to, gdy kolejne pokolenie akceptuje rzeczy, które udało się wypracować poprzedniemu pokoleniu. Nasza firma nie boi się wyzwań,

zawsze szukamy efektu synergii – pozwala nam to na ciągły rozwój i osiąganie kolejnych celów i sukcesów. ▣

[ekoemka.com.pl](http://ekoemka.com.pl)