

## ZASADY REKLAMY RZECZNIKÓW PATENTOWYCH

1. Rzecznik patentowy informuje o swoich usługach i reklamuje je zgodnie z prawem i z dobrymi obyczajami. Reklama rzecznika patentowego powinna być obiektywna i uczciwa, powinna zawierać prawdziwe dane, a także musi być prowadzona z uwzględnieniem obowiązku zachowania tajemnicy zawodowej.
2. Przez informację rozumie się wiadomość przekazującą wiedzę o wykonywaniu zawodu i zakresie usług świadczonych przez rzecznika patentowego lub kancelarię patentową.
3. Jako reklamę rozumie się działania mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do skorzystania z usług rzecznika patentowego.
4. Informacja i reklama nie może naruszać przepisów prawa, w tym zwłaszcza przepisów ustawy o rzecznikach patentowych oraz przepisów dotyczących: zwalczania nieuczciwej konkurencji, przeciwdziałania nieuczciwym praktykom rynkowym, ochrony danych osobowych, przepisów o świadczeniu usług drogą elektroniczną i przepisów dotyczących świadczenia usług na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej.
5. Rzecznik patentowy ma prawo publicznego informowania o wykonywaniu zawodu, podając oznaczenie podmiotu, jego siedzibę oraz rodzaj świadczonych usług.
6. Zakazana jest reklama porównawcza w stosunku do usług innych rzeczników patentowych lub kancelarii patentowych.
7. Reklama rzecznika patentowego nie może zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, religię, płeć, narodowość, wiek.
8. Reklama rzecznika patentowego nie może wykorzystywać braku wiedzy lub doświadczenia odbiorcy.
9. Reklama rzecznika patentowego nie może zawierać treści nieetycznych.
10. Zakazana jest reklama która:
  - 1) ujawnia dane klienta Rzecznika Patentowego, chyba że klient wyraził zgodę na takie ujawnienie;

Załącznik do uchwały nr 5 Nadzwyczajnego XIII Krajowego Zjazdu Rzeczników Patentowych z dnia 22 maja 2021 roku

- 2) wymienia innego Rzecznika Patentowego lub inną kancelarię, chyba że pomiędzy reklamującym się Rzecznikiem Patentowym a tymi podmiotami została zawarta pisemna umowa o współpracy;
- 3) dotyczy sprzedaży, zakupu albo negocjowania sprzedaży lub zakupu praw własności przemysłowej, za wyjątkiem reklamy prowadzonej w imieniu klienta.