

## Reklama i prawo konkurencji – jak ustrzec się przed nieuczciwą konkurencją i własnymi błędami oraz odnieść sukces

15 grudnia 2011 roku, godz. 10.00 - 15.30,  
Centrum ZIELNA; ul. Zielna 37, Warszawa, sala konferencyjna EUROPA, VI piętro, budynek C,

<b>09.50 – 10.15</b>	<b>Poranna kawa i rejestracja uczestników</b>
<b>10.15 – 10.55</b>	<p><b>Podstawowe zasady reklamy suplementów diety</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ograniczenia reklamy suplementów diety w stosunku do reklamy ogólnej: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia</li> <li>• Ustawa Prawo farmaceutyczne</li> </ul> </li> <li>2. Reklama porównawcza</li> <li>3. Oświadczenia zdrowotne, a reklama – pojęcie „specjalisty z zakresu zdrowia”</li> <li>4. Przykłady nieprawidłowych reklam</li> </ol> <p><i>Grażyna Osęka; Iwona Kowalczyk –Jędrzejewska „Foodie Sp. j.”</i></p>
<b>10.55 - 11.10</b>	<p><b>Nowe zasady reklamy w świetle ustawy refundacyjnej</b></p> <p><i>Przedstawiciel Izby Gospodarczej „FARMACJA Polska”</i></p>
<b>11.10- 11.55</b>	<p><b>Podstawowe delikty nieuczciwej konkurencji w związku z obrotem suplementami diety w relacji przedsiębiorca – przedsiębiorca.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Co to jest nieuczciwa konkurencja i jakie akty regulują tę tematykę?</li> <li>2. Omówienie wybranych deliktów: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa</li> <li>• Oznaczanie towarów (usług) nieprawidłowym oznaczeniem geograficznym</li> <li>• Naśladownictwo produktów - tzw. pasożytnictwo.</li> <li>• Czyny nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy</li> </ul> </li> </ol> <p><i>Tomasz Krawczyk, LL. M Eur (Leicester)</i></p>
<b>11.55 – 12.10</b>	<b>Przerwa kawowa</b>
<b>12.10 – 13.00</b>	<p><b>Znaki towarowe w odniesieniu do suplementów diety.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Co można chronić znakiem towarowym? Nazwę? Wzór graficzny? Logo?</li> <li>2. Jak jest zakres ochrony?</li> <li>3. Co to jest i czy warto inwestować w Europejski znak towarowy?</li> <li>4. Kiedy mamy do czynienia z naruszeniem znaku towarowego?</li> <li>5. Jak się bronić przed naruszeniem znaku towarowego?</li> <li>6. Przykłady orzeczeń krajowych i europejskich w zakresie naruszeń znaków towarowych dotyczących suplement diety.</li> </ol> <p><i>Marta Czyż – Dyrektor Departamentu Badań Znaków Towarowych, Urząd Patentowy RP</i></p>
<b>13.00 – 13.50</b>	<b>Lunch i przerwa kawowa</b>
<b>13.50 – 14.20</b>	<p><b>Narzędzia ochrony prawnej w przypadku nieuczciwej/niedozwolonej reklamy suplementów diety</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Jakie przysługują narzędzia zgonie z ustawą o ochronie nieuczciwej konkurencji?</li> <li>b) Jak dochodzić swoich praw?</li> <li>c) Jak się bronić przed zarzutami?</li> <li>d) Podstawowe aspekty formalnoprawne postępowania o czyny nieuczciwej konkurencji</li> </ol> <p><i>Monika Zboralska, Radca Prawny, LL.M (K.U. Lueven) „Kancelaria Radcy Prawnego M.Zboralska”</i></p>
<b>14.20-15.20</b>	<p><b>Arbitraż: tanie, szybkie i efektywne narzędzie rozwiązywania sporów</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Podstawowe zasady arbitrażu</li> <li>b) Praktyczna skuteczność orzeczeń sądów arbitrażowych</li> <li>c) Kiedy, jak i gdzie można się polubownie sądzić w Polsce?</li> <li>d) Arbitraż, a sąd powszechny – wady i zalety.</li> </ol> <p><i>dr Michał Bieniak, Arbitr, akredytowany przy Sądzie Arbitrażowym Krajowej Izby Gospodarczej w W-wie; BWM J. i M. Bieniak, M. Wielhorski i M. Wojnar. Adwokaci i Radcowie Prawni Spółka Partnerska;</i></p>
<b>15.20 – 15.30</b>	<b>Wnioski</b>