

8 grudnia 2017 r.

Centrum Konferencyjne  
Golden Floor Tower

TM

®

©

Biorąc udział  
w warsztacie  
otrzymują Państwo  
**8 PUNKTÓW**  
szkoleniowych do  
przedstawienia w:  
**KRAJOWEJ RADZIE  
RADCÓW  
PRAWNYCH**



DOŚWIADCZENI PRELEGENCI



MATERIAŁY WARSZTATOWE



CERTYFIKAT UCZESTNICTWA

# JAK SKUTECZNIE CHRONIĆ PRODUKT I MARKĘ

– Z UWZGLĘDNIENIEM NAJNOWSZEGO  
ORZECZNICTWA I PRAKTYKI

PATRON MEDIALNY

CAPITAL  TV

 SARE  
way to sell

WSPÓŁPRACA

mmc  design

ORGANIZATOR

mmc  polska

# DLACZEGO WARTO WZIĄĆ UDZIAŁ W WARSZTACIE

Dnia 1 października 2017 roku weszło w życie rozporządzenie w sprawie wspólnotowego znaku towarowego, które zmienia szereg kluczowych przepisów. Zapewnienie znakom towarowym właściwej ochrony prawnej jest niezwykle ważne, ponieważ pozwala ona właścicielom oznaczeń zapobiegać naruszeniom ze strony osób trzecich oraz czerpaniu przez te osoby nielegalnych korzyści materialnych ze stosowania cudzych znaków. W trakcie szkolenia omówimy kwestie związane z ochroną produktu i marki. Nasi eksperci podpowiedzą Państwu, jakie aspekty produktu należy chronić, wyjaśnią pojęcie zdolności odróżniającej znaku towarowego oraz opowiedzą o różnicach między ochroną formalną a ochroną faktyczną. Ponadto przeanalizujemy wybrane problemy z zakresu zarządzania marką. Nasi prelegenci przedstawiają Państwu dostępne procedury ochrony marki poza Polską oraz wskażą, o czym należy pamiętać, wprowadzając towar na rynki zagraniczne. Przybliżymy Państwu także wybrane przypadki naruszeń oraz rodzaje roszczeń przysługujących właścicielowi w razie naruszenia jego prawa do marki.

## GLÓWNE ZAGADNIENIA

- ▶ Jaki aspekt produktu chronić - wybór dostępnych środków ochrony
- ▶ Zmiany prawa w 2016 i 2017 w odniesieniu do znaków towarowych
- ▶ Wybrane problemy w zarządzaniu marką – o czym warto pamiętać
- ▶ Ekspansja przedsiębiorstwa na zagraniczne rynki i ochrona jego własności intelektualnej
- ▶ Przypadki naruszenia – kiedy możemy skutecznie dochodzić ochrony (z uwzględnieniem orzecznictwa)
- ▶ Roszczenia w przypadku naruszenia prawa do marki ze szczególnym uwzględnieniem roszczeń finansowych
- ▶ Czy używanie cudzej marki zawsze rodzi ryzyko naruszenia?

## PRELEGENCI



### **Prof. INP PAN dr hab. Paweł Podrecki**

*Adwokat, Starszy Partner, Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy*

Ekspert prawny z wieloletnim doświadczeniem w zakresie prawa własności intelektualnej, prawa konkurencji, prawa nowych technologii i prawa cywilnego. Starszy partner i współzałożyciel kancelarii Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy. Jako pełnomocnik i doradca prawny wspiera zarządy wielu dużych polskich i zagranicznych przedsiębiorstw prowadzących działalność w Polsce. Reprezentuje klientów w sprawach sądowych oraz w postępowaniach przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Jest członkiem Stowarzyszenia Prawa Konkurencji, Stowarzyszenia Prawa Własności Przemysłowej, arbitrem Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych. Pełnił również funkcje arbitra Komisji Prawa Autorskiego i arbitra Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie. Uczestniczy w pracach nad projektami ustaw oraz sporządza ekspertyzy dla Sejmu i Senatu RP. Współpracował z Komisją Kodyfikacji Prawa Cywilnego. W kancelarii nadzoruje prace zespołów Prawa własności przemysłowej, Prawa konkurencji i ochrony konsumentów, Prawa reklamy i promocji oraz Life Sciences. Praktykę adwokacką łączy z pracą naukową. Prowadzi na Uniwersytecie Jagiellońskim wykłady i seminaria z zakresu: prawa cywilnego, prawa własności przemysłowej, prawa ochrony konkurencji i prawa zwalczania nieuczciwej konkurencji. Jest wykładowcą także na studiach podyplomowych prowadzonych przez UJ i PAN oraz na aplikacjach adwokackiej i rzecznikowskiej. Wielokrotnie rekomendowany w polskich i zagranicznych rankingach prawników specjalizujących się w prawie własności intelektualnej oraz prawie konkurencji (min. Chambers Europe, Chambers Global, WTR1000, Legal 500, Rzeczpospolita). Jest autorem wielu publikacji z zakresu prawa własności intelektualnej i prawa konkurencji oraz zagadnień prawa europejskiego. Redaktor pierwszej i największej publikacji IT Prawo Internetu. Autor m.in. monografii: „Porozumienia monopolistyczne i ich cywilnoprawne skutki” oraz „Środki ochrony praw własności intelektualnej”. Współautor wielu rozdziałów w Systemie Prawa Prywatnego w tomach „Prawo konkurencji” i „Prawo własności przemysłowej”.

## PRELEGENCI



### **Dr Anna Sokołowska-Ławniczak**

*Rzecznik patentowy, Partner, Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy*

Doradza w każdym aspekcie prawa własności przemysłowej: od opracowania strategii ochrony przedmiotów własności przemysłowej, po czynności związane z utrzymaniem lub dochodzeniem ochrony praw własności przemysłowej w procedurach polskiej, europejskiej oraz międzynarodowej. Posiada bogate doświadczenie w prowadzeniu spraw spornych przez Urzędem Patentowym oraz Urzędem Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej oraz sporów sądowych z zakresu prawa własności przemysłowej, zwalczania nieuczciwej konkurencji oraz prawa autorskiego. Doradza klientom również w kwestiach znajdujących się na styku prawa własności przemysłowej i innych dziedzin np. reklamy, marketingu, PR-u. Opiniuje w zakresie dopuszczalności rejestracji oznaczeń i innych przedmiotów prawa własności przemysłowej, używania oznaczeń w obrocie lub w kampaniach reklamowych. Prowadzi kompleksowe projekty związane z uzyskaniem i utrzymaniem ochrony praw własności przemysłowej. Doradza m.in. klientom z branży obuwniczej, spożywczej, farmaceutycznej, nowych technologii, badawczo-rozwojowej oraz z różnych gałęzi przemysłu lekkiego. W kancelarii kieruje zespołem prawa własności przemysłowej w ramach Praktyki Własności Intelektualnej. Doświadczenie zdobywała, współpracując kancelarią wyspecjalizowaną we własności intelektualnej z siedzibą w Brukseli oraz z międzynarodową kancelarią prawną z siedzibą w Warszawie w zakresie prawa farmaceutycznego. Doktor nauk prawnych (doktorat z zakresu prawa znaków towarowych obroniła w 2014 roku na Uniwersytecie Lotaryńskim – Université de Lorraine- we Francji), absolwentka prawa na Uniwersytecie Gdańskim, prawa telewizji, kina i multimediiów na Uniwersytecie Jean – Moulin III w Lyonie we Francji oraz studiów podyplomowych z zakresu prawa własności przemysłowej na Uniwersytecie Warszawskim.



### **Aleksandra Młoczkowska**

*Rzecznik patentowy, Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy*

Specjalizuje się w prawie własności przemysłowej i zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Szczególnym zainteresowaniem darzy prawo znaków towarowych. W kancelarii uczestniczy w pracach zespołu prawa własności przemysłowej. Doradza Klientom oraz prowadzi obsługę w zakresie znaków towarowych na wszystkich etapach – od tworzenia znaku, poprzez procedurę rejestracyjną oraz sporną, w tym również w sporach sądowych w wypadku możliwych naruszeń prawa do znaku. Zajmuje się również innymi przedmiotami własności przemysłowej – patentami, wzorami użytkowymi i wzorami przemysłowymi. Jako rzecznik patentowy występuje przed Urzędem Patentowym RP jak i przed polskimi sądami powszechnymi, w tym Sądem Polubownym ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji. Doświadczenie w dziedzinach własności przemysłowej zdobywała m.in. podczas pracy w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej w Alicante (dawniej OHIM) w charakterze eksperta, gdzie do jej zadań należało m.in. wydawanie decyzji dotyczących znaków towarowych. W związku z zajmowanym stanowiskiem zdobyła wiedzę w przedmiocie zarówno bezwzględnych i względnych podstaw odmowy rejestracji znaku towarowego, jak również rozwinęła kluczowe umiejętności z zakresu własności intelektualnej, jednocześnie zdobywając duże doświadczenie z zakresu procedury prawa unijnego znaków towarowych. Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego. Jest członkiem Polskiej Izby Rzeczników Patentowych, AIPPI i organizacji INTA, gdzie w latach 2018-2019 uczestniczy w Komitecie ds. ochrony znaków towarowych w Internecie (Internet Committee).

## PROGRAM

8:30 Rejestracja Uczestników; Poranna kawa

### I BLOK - JAK CHRONIĆ PRODUKT

9:00 **Jaki aspekt produktu chronić - wybór dostępnych środków ochrony**

- Po co chronić produkt?
- Co warto chronić - produkt sam w sobie, opakowanie, oznaczenie
- Marka w znaczeniu prawnym czyli co może być znakiem towarowym
- Jaka marka uzyska formalną i faktyczną ochronę - o zdolności odróżniającej
- Nie tylko marka nas chroni - o innych przedmiotach ochrony
  - » Wzory przemysłowe - zalety i wady
  - » Inne przedmioty ochrony i ich znaczenie

10.00 **Zmiany prawa w 2016 i 2017 w odniesieniu do znaków towarowych**

- Nowe typy dostępnych znaków
- Zmiany w procedurze uzyskiwania praw ochronnych - podstawowe aspekty

10.40 Przerwa kawowa

### II BLOK - ZARZĄDZANIE MARKĄ

11:00 **Wybrane problemy w zarządzaniu marką - o czym warto pamiętać**

- Wybór terytorium ochrony
- Działania marketingowe dotyczące marki, a aspekt prawny (odświeżenie marki, używanie marki, marki parasolowe, rodzina marek)
- Zarządzanie portfolio marek - praktyczne wskazówki i najczęściej popełniane błędy
- Marka renomowana - pojęcie i zakres ochrony

12:00 **Ekspansja przedsiębiorstwa na zagraniczne rynki i ochrona jego własności intelektualnej**

- Ochrona naszej marki - dostępne procedury ochrony poza Polską
- Bezpieczna ekspansja marki i produktu - o czym należy pamiętać wprowadzając towar na zagraniczne rynki

13.00 Przerwa na lunch

### III BLOK - NARUSZENIE PRAW DO MARKI

14.00 **Przypadki naruszenia - kiedy możemy skutecznie dochodzić ochrony (z uwzględnieniem orzecznictwa)**

- Najbardziej typowe przypadki naruszeń
- Granica między inspiracją a naśladownictwem
- Marka renomowana może więcej - rozszerzona ochrona

15.00 **Roszczenia w przypadku naruszenia prawa do marki ze szczególnym uwzględnieniem roszczeń finansowych**

- Rodzaje roszczeń
- Problematyka roszczeń finansowych (odszkodowawczych) - ustalenia sądów i trudności praktyczne

15.40 **Czy używanie cudzej marki zawsze rodzi ryzyko naruszenia?**

- Kiedy można używać cudzej marki
- Przykłady dozwolonego używania (orzecznictwo)
- Reklama porównawcza - podstawowe zagadnienia

16.30 Zakończenie warsztatów; Wręczenie certyfikatów Uczestnikom



*Każdy uczestnik otrzyma certyfikat poświadczający udział w warsztatach*

## ORGANIZATOR

**MMC Polska** jest niezależnym organizatorem spotkań biznesowych w Polsce. Spółka organizuje szkolenia, warsztaty oraz konferencje dedykowane specjalistom, kadry menadżerskiej oraz zarządom wiodących firm w Polsce. Szkolenia i warsztaty prowadzone są przez znanych praktyków, ekspertów posiadających wieloletnie doświadczenie w swojej branży. Konferencje mają charakter międzynarodowy, skupiają pełną reprezentację rynku, zarówno firm, jak i administracji centralnej i regulatora. MMC Polska organizuje również szkolenia zamknięte w pełni dopasowane do potrzeb klientów. Efektem organizowanych wydarzeń jest podniesienie kwalifikacji pracowników, zdobycie wiedzy praktycznej oraz zwiększenie przewagi konkurencyjnej. Współpracujemy m.in. z: Orange, T-Mobile, Play, Polkomtel, PKN ORLEN S.A, PGNiG, Tauron Polska Energia, Hawe SA, Emitel, KPMG, PwC, E&Y, Deloitte, UKE, URE, KNF, PKO BP, PEKAO SA, PZU, NBP, Asseco Poland, Intel, Comarch. W skład Grupy MMC Polska wchodzi: MM Conferences S.A., MMC Szkolenia, MMC Events oraz MMC Design.

## GRUPA DOCELOWA

Szkolenie kierowane jest do osób z działu:

- prawnego
- marketingu
- reklamy
- sprzedaży
- PR
- oraz właścicieli firm

## KONTAKT DO PRODUCENTA



**Milena Marcula**

Project Manager  
Workshops Department  
T: 22 379 29 42  
E-mail: m.marcula@mmcpolska.pl

## KONTAKT DO KIEROWNIKA SPRZEDAŻY



**Artur Zbrzeźny**

Reports Supervisor  
Project Advisor  
T: 22 379 29 34  
E-mail: a.zbrzezny@mmcpolska.pl

## ADRES WARSZTATU

Golden Floor Tower  
ul. Chłodna 51  
00-867 Warszawa