



## „OZNACZANIE PRODUKTÓW I OPAKOWAŃ-GRANICE I WYMOGI ZWIĄZANE Z MARKETINGIEM PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH”.



Wprowadzenie nowego produktu na rynek to niejednokrotnie kręta droga, obwarowana licznymi przepisami i wytycznymi. Część z tych zasad ma stosunkowo standardowy charakter, część wymaga indywidualnego podejścia, niemniej jednak nieznanie pewnych zasad dotyczących konstruowania etykiet i oznaczania produktów może prowadzić do poważnych konsekwencji a w skrajnym przypadku do wysokich kar i postępowań przed UOKiK.

Zgodnie z prawem konsument ma bowiem prawo do pełnej i obiektywnej informacji na temat charakterystyki produktu i jego właściwości. Szczególnego znaczenia nabierają więc informacje o charakterze obligatoryjnym, przeznaczone dla konsumenta i zamieszczone na produktach, ich opakowaniach, ulotkach informacyjnych oraz dokumentach towarzyszących. Z drugiej strony, z marketingowego punktu widzenia produkt powinien posiadać cechy wizualne, spełniające rolę reklamową i czyniące go atrakcyjnym w świadomości potencjalnego nabywcy.

Podczas szkolenia poznacie Państwo podstawowe wymogi wynikające z krajowych i unijnych przepisów pozwalające w zgodny z prawem sposób oznakować nowe produkty a także dostosować te już znajdujące się na rynku do aktualnych przepisów. W praktyczny sposób przedstawione zostaną również aspekty konstruowania layoutu produktów i zakres informacji jakie powinny zawierać etykiety.

### PROGRAM:

1. Ogólne zasady odnoszące się do marketingu i reklamy produktów spożywczych w Polsce:
  - a. kiedy reklama jest czynem nieuczciwej konkurencji lub nieuczciwą praktyką rynkową;
  - b. działalność marketingowa i reklamowa a ochrona dóbr osobistych;
  - c. działalność marketingowa i reklamowa a ochrona znaków towarowych i innych oznaczeń.
2. Wymogi i ograniczenia prawne dotyczące działalności marketingowej i reklamowej produktów spożywczych.
3. Reklama kierowana do dzieci i młodzieży.



4. Jak prawo reguluje formy oznakowania produktów i opakowań? O czym pamiętać? Na co zwrócić uwagę?
5. Nie tylko kod kreskowy i data ważności. Co jeszcze powinno znaleźć się na opakowaniu.
6. Zasady oznaczania produktów ekologicznych.
7. Znakowanie grup produktów spożywczych – wymagania szczegółowe
8. Konsekwencje naruszenia prawa – kto i w jaki sposób odpowiada za znakowanie żywności?

#### SZKOLENIE POPROWADZI:



**Patryk Dykas** – associate w firmie prawniczej LSW Leśnodorski Ślusarek i Wspólnicy. Główny obszar jego specjalizacji stanowi szeroko rozumiane prawo własności intelektualnej, mediów i nowych technologii (IP/TMT). Posiada bogate doświadczenie z zakresu ochrony danych osobowych oraz działalności podmiotów w branży e-commerce. Pełni funkcję Administratora Bezpieczeństwa Informacji (ABI) w polskim oddziale jednej z największych agencji reklamowych na świecie. Autor publikacji z zakresu prawa, w tym publikowanych na blogu poświęconemu tematyce ochrony własności intelektualnej w działalności biznesowej **LSW IP BLOG** ([www.lswipblog.pl](http://www.lswipblog.pl)).