



„OBOWIĄZUJĄCE RAMY PRAWNE W ZAKRESIE PRZYGOTOWANIA AKCJI PROMOCYJNYCH: LOTERII, KONKURSÓW I PROGRAMÓW LOJALNOŚCIOWYCH”.



Konkurs, loteria promocyjna, program lojalnościowy czy sprzedaż premiowa to obecnie bardzo istotne formy promocji bardzo wielu towarów. Istnieje szereg przepisów regulujących dopuszczalny zakres i formę takich przedsięwzięć, bardzo istotnych dla osób prowadzących działania na tym obszarze. Wiedza o tym, jakie działania promocyjne są dopuszczalne, jak prawidłowo zorganizować akcje promocyjne czy jakie wymagania należy spełnić, jest istotna dla osób działających w branży reklamowej.

Podczas szkolenia zostaną omówione różne formy działalności promocyjnej oraz prawne ramy organizowania akcji promocyjnych takich jak konkurs, loteria promocyjna, program lojalnościowy czy sprzedaż premiowa. Szczególny nacisk położony zostanie na różnice pomiędzy rodzajami akcji promocyjnych, w szczególności pomiędzy konkursem a loterią promocyjną. Istotną częścią szkolenia będzie też omówienie związanych z organizowaniem akcji promocyjnych przepisów z zakresu ochrony konsumenta i danych osobowych.

PROGRAM:

1. Rodzaje akcji promocyjnych (konkurs, loteria promocyjna, program lojalnościowy, sprzedaż premiowa) i różnice w zakresie analizowanych akcji promocyjnych.
2. Konkurs:
 - a) Charakterystyka konkursu:
 - b) charakter prawny i treść regulaminu konkursu,
 - c) opodatkowanie wygranych w konkursach.
3. Loteria promocyjna:
 - a) Charakterystyka loterii promocyjnej:
 - b) Podstawowe wymagania formalne m.in. zezwolenie dyrektora izby celnej,
 - c) Odpowiedzialność i sankcje karne,
 - d) Opodatkowanie wygranych w loteriach promocyjnych,
 - e) Jak w praktyce odróżnić konkurs od loterii?



4. Program lojalnościowy:
 - a) Charakterystyka programu lojalnościowego:
 - b) Opodatkowanie korzyści uzyskanych w ramach programu lojalnościowego
5. Sprzedaż premiowa:
 - a) Charakterystyka sprzedaży premiowej,
 - b) Opodatkowanie korzyści uzyskanych w ramach sprzedaży premiowej,
 - c) Jak w praktyce odróżnić program lojalnościowy od sprzedaży premiowej?
6. Pozostałe zagadnienia związane z organizowaniem akcji promocyjnych:
 - a) ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
 - b) ochrona konkurencji i konsumentów,
 - c) ochrona danych osobowych,
 - d) rynki regulowane.
7. Własność intelektualna a akcje promocyjne (marketingowe):
 - a) Korzystanie z praw własności intelektualnej w ramach akcji promocyjnych,
 - b) Twórczość uczestników akcji promocyjnej,
 - c) Komunikowanie akcji promocyjnych a ogólne zasady dotyczące reklamy.

SZKOLENIE POPROWADZI:



Beata Pawlas – radca prawny w firmie prawniczej LSW Leśnodorski Ślusarek i Wspólnicy. Specjalizuje się w prawie cywilnym, gospodarczym i handlowym oraz własności intelektualnej. Kompleksowo obsługuje spółki prawa handlowego, z uwzględnieniem zawierania umów handlowych i doradztwa prawnego w sprawach korporacyjnych. Przygotowuje opinie prawne, uczestniczy w negocjacjach biznesowych i prowadzi spory sądowe. Ma doświadczenie w zakresie prawa upadłościowego i naprawczego, w kręgu jej zainteresowań pozostaje też prawo cywilne, szczególnie prawo zobowiązań. Zajmuje się również zagadnieniami związanymi z prawem autorskim, zwalczaniem nieuczciwej konkurencji i własnością przemysłową, w tym w szczególności dla branży filmowej, reklamowej, IT i e-commerce.