



Konferencja: Event Manager – Człowiek Renesansu

Data: 6 października 2011

Autor: Dominik Sypniewski, Politechnika Warszawska

Temat: Organizacja Eventów – Wybrane Aspekty Prawne

Zaprezentowane treści w niniejszej prezentacji stanowią własność Autora i zostały przekazane Stowarzyszeniu Branży Eventowej w celach informacyjnych. Korzystanie z tej prezentacji, publikowanie, kopiowanie całości lub części czy jakiegokolwiek inne nią rozporządzanie poza celami innymi niż prywatne może odbywać się wyłącznie po uzyskaniu na to zezwolenia Autora lub Stowarzyszenia Branży Eventowej.

ORGANIZACJA EVENTÓW. WYBRANE ASPEKTY PRAWNE



dr Dominik Sypniewski

Zakres

Ochrona
konsumenta

Prawa
autorskie

Imprezy
masowe

Elementy około
eventów

Event a prawo autorskie



Pojęcie utworu

- Utwór to „każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia” (art. 1 pr.aut.)
- Ochronie podlegają m.in. utwory:
 - plastyczne;
 - fotograficzne;
 - architektoniczno-urbanistyczne i urbanistyczne;
 - muzyczne i słowno-muzyczne
 - sceniczne, sceniczno-muzyczne i choreograficzne;
 - audiowizualne.

Event i jego koncepcja

- Indywidualny charakter eventu (oryginalność)
- **Koncepcja eventu** (idea) nie jest objęta ochroną autorską
- **Realizacja eventu** (scenariusz, wizualizacja) jest objęta ochroną autorską
- **Wykorzystanie koncepcji nie narusza prawa autorskiego**

Ochrona koncepcji eventu (1)

- Koncepcja eventu jako informacja stanowiąca tajemnicę przedsiębiorstwa (art. 11 uznk)
- Tajemnica przedsiębiorstwa to „nieujawnione do wiadomości publicznej informacje (...) przedsiębiorstwa lub inne informacje mające **wartość gospodarczą**, co do których przedsiębiorca podjął **niezbędne działania** w celu zachowania ich poufności.

Ochrona koncepcji eventu (2)

- Wartość koncepcji eventu wynika z jej **poufnego charakteru**, a nie oryginalności czy też nowości
- Brak możliwości wystąpienia z roszczeniem o zakaz prowadzenia określonych działań, opartych na wykorzystaniu cudzej tajemnicy przedsiębiorstwa, wobec osoby trzeciej, która tej tajemnicy nie naruszyła

Ochrona koncepcji eventu (3)

- Koncepcja eventu nie może być przedmiotem naśladownictwa, chyba że wprowadzi konsumenta w błąd (**art. 13 uznk**)
- Wykorzystanie koncepcji eventu jako wykorzystanie cudzej renomy (**art. 3 uznk**)

Jak chronić koncepcję eventu (1)

- Konstrukcja eventu = **idea + forma realizacji**
- Klauzula o ochronie praw autorskich
- Klauzula o zakazie ujawniania i przekazywania innym osobom **informacji z zastrzeżeniem poufności** oraz niewykorzystywania tych informacji dla własnych celów
- Znak towarowy eventu

Ochrona konsumenta



Zakres ograniczeń

- Wyroby tytoniowe
- Produkty lecznicze i wyroby medyczne
- Usługi instytucji finansowych
- Napoje alkoholowe
- Gry losowe (hazardowe)
- Wolne zawody
- Żywność

Wyroby tytoniowe – źródła prawa

- konwencja ramowa WHO dotycząca kontroli tytoniu
- dyrektywa 2003/33/WE z 26 maja 2003 r.
- ustawa z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych
- ustawa o radiofonii i telewizji

Reklama a promocja wyrobów tytoniowych

- ma charakter publiczny
- oznaczenia indywidualizujące wymienione w art. 2 pkt 5 Tyt.U.
- publiczne komunikowanie tych oznaczeń służy ich popularyzowaniu
- jest prowadzona w sposób publiczny,
- ma na celu zachęcenie do nabywania lub używania wyrobów tytoniowych
- rozdawanie produktów, organizowanie degustacji, premiowanej sprzedaży, konkursów, loterii promocyjnych albo programów lojalnościowych (art. 2 pkt. 7 Tyt.U.)

Zakaz reklamy, promocji wyróbów tytoniowych

- ograniczenia co do miejsca i środków przekazu
- dopuszczalność reklamy i promocji rekwizytów tytoniowych
- sponsoring przez firmy tytoniowe działalności sportowej, kulturalnej, oświatowej, zdrowotnej i społeczno-politycznej
- grzywna do 200 000 zł lub kara ograniczenia wolności

Dozwolone formy działalności

- informacja o wyrobach tytoniowych
- reklama profesjonalna
- (nie)dopuszczalność reklamy „ślepej”
- reklama niepubliczna
- promocja niepubliczna
- sponsoring

Reklama napojów alkoholowych

- źródła prawa
- pojęcie „reklama napojów alkoholowych”
- informacja handlowa i reklama profesjonalna
- reklama niepubliczna
- reklama ślepa
- reklama pośrednia
- reklama w miejscu sprzedaży

Reklama piwa

- zakaz kierowania reklamy piwa do osób małoletnich
- zakaz budowania skojarzeń w reklamie piwa
- ograniczenia dotyczące środków przekazu
- warunki dopuszczalności prowadzenia reklamy piwa
- opłaty od reklamy piwa

Promocja napojów alkoholowych

- definicja „promocji napojów alkoholowych”
- niepubliczna promocja napojów alkoholowych (B1)
- wszystkie etapy promocji niepublicznej powinny być jednak przeprowadzane w ramach komunikacji indywidualnej
- promocja w miejscu sprzedaży

Sponsorowanie przez producentów i dystrybutorów

- definicja sponsorowania i informowania o sponsorowaniu
- informowanie o sponsorowaniu a reklama
- zakaz informowania o sponsorowaniu
- sponsoring napojów o zawartości od 0,5% do 8% alkoholu
- sponsoring napojów o zawartości od 8% do 18% alkoholu
- sponsorowanie napojów w świetle u.r.t.

Produkty lecznicze i wyroby medyczne

- źródła prawa
- produkty lecznicze a wyroby medyczne
- reklama produktu leczniczego i jej rodzaje
- reklama produktu leczniczego – wyłączenia
- zakazy i ograniczenia
 - reklamy kierowanej do publicznej wiadomości
 - bez względu na odbiorcę

Produkty lecznicze (2)

- ograniczenia treści
- zakaz reklamy porównawczej
- ograniczenia sposobu prezentacji
- zakaz reklamy polegającej na oferowaniu czy obiecywaniu korzyści w zamian za dowody nabycia produktu leczniczego
- dopuszczalność przekazywania korzyści materialnych specjalistom

Usługi finansowe

- reklama usług bankowych (B2)
- reklama i promocja elektronicznych instrumentów płatniczych
- reklama kredytu konsumenckiego
- reklama usług ubezpieczeniowych
- reklama i promocja OFE
- reklama funduszy inwestycyjnych

Okolo eventu: loterie promocyjne i programy lojalnościowe



Akcja promocyjna

- akcja promocyjna a reklama
- przyrzeczenie publiczne - konstrukcja
- terminologia
- organizator a przyrzekający nagrodę
- publiczny charakter akcji promocyjnej
- warunki akcji promocyjnej (regulamin, nagrody, zmiana warunków)

Sprzedaż premiowa

- pojęcie sprzedaży premiowej (promocyjnej)
- gwarancja otrzymania nagrody przez uczestnika po spełnieniu określonych warunków
- podatkowe skutki sprzedaży premiowej
- sprzedaż premiowa jako czyn nieuczciwej konkurencji (art. 17a uznk)

Konkurs

- pojęcie konkursu
- nagroda za najlepsze wykonanie jakiegoś zadania (dzieła lub czynności)
- konkurs zamknięty a konkurs otwarty
- konkurs a majątkowe prawa autorskie

Gry losowe (hazardowe)

- pojęcie gry losowej
 - zakres i charakter katalogu gier losowych (art. 2 ust. 1 u.g.h.)
 - pojęcie „losowości” w orzecznictwie NSA
 - wygrana pieniężna lub rzeczowa
 - regulamin gry losowej
- publiczna reglamentacja gier losowych

Loterie

- **loteria fantowa** - uczestniczy się przez nabycie losu lub innego dowodu udziału w grze, **wyłącznie wygrane rzeczowe**;
- **loteria promocyjna** - uczestniczy się przez nabycie towaru, usługi lub innego dowodu udziału w grze i tym samym nieodpłatnie uczestniczy się w loterii, **wygrane pieniądze lub rzeczowe.**

Organizacja loterii

- Obowiązek uzyskania **zezwolenia**
- **Właściwy organ – dyrektor urzędu celnego**
- Regulamin loterii fantowej/promocyjnej
- Bankowa gwarancja wypłaty nagród
- Wartość wygranej a wartość losu
- zakres zakazu reklamy gier losowych (art. 8 u.g.z.)
- Kwota bazowa: 3395 pln

Loteria fantowa

- Zgłoszenie zamiast zezwolenia, jeżeli wartość puli wygranych nie przekracza *kwoty bazowej*
- Wartość wygranej – min. 30 % łącznej ceny przeznaczonych do sprzedaży losów lub innych dowodów udziału w grze
- Przeznaczenie dochodu na cele „społecznie użyteczne”
- Informacja o realizacji obowiązku

Odpowiedzialność

- odpowiedzialność cywilna
- odpowiedzialność karna (art. 108 i 109 k.k.s.)
- odpowiedzialność na gruncie u.z.n.k.
 - nieuczciwa przewaga nad konkurentami postępującymi w sposób zgodny z prawem
 - zbiorowe naruszenie interesu konsumentów

Ochrona danych osobowych

- przetwarzanie danych osobowych w celach marketingowych
- pojęcie i rodzaje „danych osobowych” (art. 6 u.d.o)
- zgoda na przetwarzanie danych
- klauzula prawnie usprawiedliwionego celu (art. 23 ust. 1 pkt 5 u.d.o.)

Ochrona danych osobowych (2)

- pojęcie „administratora danych osobowych”
- obowiązki informacyjne administratora danych osobowych
- zabezpieczanie danych osobowych
- rejestracja zbiorów danych osobowych
- odpowiedzialność karna

Imprezy masowe



Organizacja zgromadzeń

- wolność zgromadzeń
- pojęcie „zgromadzenie publiczne”
zgromadzenia organizowane na otwartej przestrzeni dostępnej dla nieokreślonych imiennie osób
- zawiadomienie o zgromadzeniu publicznym
- uprawnienia organów administracji
wójt, burmistrz, prezydent miasta | wojewoda

Impreza masowa

- Zakres ustawy z 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych
- Impreza masowa:
 - impreza masowa artystyczno-rozrywkową,
 - masowa imprezę sportową, w tym mecz piłki nożnej
- Wyjątki:
 - imprezy organizowane w teatrach, muzeach, domach kultury etc.
 - imprezy organizowane w szkołach i placówkach oświatowych przez zarządzających tymi szkołami i placówkami,
 - imprezy sportowe dla dzieci i młodzieży oraz sportowców niepełnosprawnych
 - imprezy sportu powszechnego o charakterze rekreacji ruchowej, ogólnodostępnym i nieodpłatnym, organizowane na terenie otwartym,
 - imprezy zamknięte organizowane przez pracodawców dla ich pracowników.

Organizacja imprez masowych (1)

- impreza masowa artystyczno-rozrywkowa
 - na stadionie, w innym obiekcie niebędącym budynkiem lub na terenie umożliwiającym przeprowadzenie imprezy masowej, na których liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób, ustalona zgodnie z przepisami prawa budowlanego oraz przepisami dotyczącymi ochrony przeciwpożarowej, **wynosi nie mniej niż 1000**
 - w hali sportowej lub w innym budynku umożliwiającym przeprowadzenie imprezy masowej, w których liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób, ustalona zgodnie z przepisami prawa budowlanego oraz przepisami dotyczącymi ochrony przeciwpożarowej, **wynosi nie mniej niż 500**

Organizacja imprez masowych (2)

- masowa impreza sportowa
 - na stadionie lub w innym obiekcie niebędącym budynkiem, na którym liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób, ustalona zgodnie z przepisami prawa budowlanego oraz przepisami dotyczącymi ochrony przeciwpożarowej, wynosi **nie mniej niż 1000**, a w przypadku hali sportowej lub innego budynku umożliwiającego przeprowadzenie imprezy masowej - **nie mniej niż 300**,
 - na terenie umożliwiającym przeprowadzenie imprezy masowej, na którym liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób wynosi **nie mniej niż 1000**.

Organizacja imprez masowych (3)

- teren umożliwiający przeprowadzenie imprezy masowej: wydzielony i odpowiednio oznaczony teren na otwartej przestrzeni, spełniający **warunki higieniczno-sanitarne** oraz posiadający infrastrukturę zapewniającą bezpieczne przeprowadzenie imprezy masowej, na którym do określenia liczby miejsc przyjmuje się **przelicznik 0,5 m² na osobę.**

Bezpieczeństwo imprezy masowej

- zakres obowiązków organizatora
- służby porządkowe i informacyjne
- regulamin obiektu i regulamin imprezy
- instrukcja w przypadku pożaru lub innego miejscowego zagrożenia
- uprawnienia organizatora

Służby porządkowe i informacyjne

- członkowie służb porządkowych i informacyjnych
- kierownik do spraw bezpieczeństwa
- uprawnienia służb porządkowych
- obowiązki służb porządkowych
- obowiązki służb informacyjnych

Zezwolenie na przeprowadzenie imprezy masowej

- wniosek o wydanie zezwolenia na przeprowadzenie imprezy masowej **(wójt)**
- wnioski o wydanie opinii składane do Policji, Straży Pożarnej, Inspekcji Sanitarnej i Pogotowia Ratunkowego
- uprawnienia organu
- zezwolenie na przeprowadzenie imprezy
- odwołanie od odmowy wydania zezwolenia

Kontrola bezpieczeństwa imprezy masowej

- przesłanki kontroli
- uprawnienia organu kontrolującego
- decyzja o przerwaniu imprezy masowej
- decyzja o zakazie przeprowadzenia imprezy masowej
- uprawnienia nadzorcze wojewody

Odpowiedzialność

- odpowiedzialność za szkody obejmujące równowartość zniszczonego lub uszkodzonego mienia powstałe w trakcie imprezy masowej
- obowiązek zawarcia **umowy ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej** za szkody wyrządzone uczestnikom
- odpowiedzialność karna organizatora

Dziękuję za uwagę