

# PRAWO AUTORSKIE W DZIAŁANIACH MARKETINGOWYCH CASE STUDIES

8-9 Lutego 2012 r. Warszawa  
Hotel Novotel



## Copyright

- MARKETING & REKLAMA A PRAWO AUTORSKIE
- SKUTECZNE ZARZĄDZANIE PRAWAMI AUTORSKIMI
- GRANICE PRAW AUTORSKICH
- POLA EKSPLOATACJI PRAW AUTORSKICH VS. UMOWY PRAWNOAUTORSKIE
- INTERNET A PRAWA AUTORSKIE
- DOCHODZENIE ROSZCZEŃ Z TYTUŁU NARUSZANIA PRAW AUTORSKICH
- PRAWO AUTORSKIE A UNIA EUROPEJSKA - REGULACJE, PRZEPISY, IMPLEMENTACJA

PATRONI MEDIALNI

## Środa, 8 lutego

**9:30 Rejestracja, wręczenie materiałów, poranna kawa i przywitanie**

**10:00 Praktyczne aspekty zarządzania i ochrony Praw autorskich w przedsiębiorstwie**

case study

- Co może być przedmiotem praw autorskich w przedsiębiorstwie
  - Rodzaje praw autorskich: osobiste i majątkowe
  - Dlaczego warto zapewnić sobie majątkowe prawa autorskie do utworów wykorzystywanych w ramach działalności przedsiębiorstwa?
  - Konsekwencje prawne naruszenia praw autorskich
  - Sposoby nabycia autorskich praw majątkowych w przedsiębiorstwie (nabycie z mocy prawa – pracownicze prawa autorskie, nabycie w drodze umownej)
  - Zakres nabycia majątkowych praw autorskich (umowa o przeniesienie praw autorskich, umowa licencyjna, zezwolenie na wykonywanie zależnych praw autorskich)
  - Zarządzanie prawami autorskimi w przedsiębiorstwie
  - Ochrona praw autorskich w przedsiębiorstwie
- Marcin Królikowski, AGROS-NOVA**

**11:00 Przerwa na kawę**

**11:15 Pola eksploatacji Praw autorskich - umowy przenoszące autorskie Prawa majątkowe do utworu i umowy licencyjne**

case study

- Specyfika obrotu prawami autorskimi-ryzyka
- Konstrukcja pola eksploatacji a alternatywne konstrukcje prawne
- Przegląd orzecznictwa dot. nowych pól eksploatacji
- Zasady transferu Praw autorskich
- Umowy licencyjne
- Specyficzne typy licencji (volume licensing, open source, creative commons)

**Dr Arkadiusz Michalak, Centrum Praw Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza**

**12:15 Przerwa na kawę**

**12:30 Marketing a Prawo autorskie**

case study

- Pomysły dotyczące działań marketingowych
- Wizerunek w reklamie
- Zasięg terytorialny oraz czasowy reklamy
- Prawo do modyfikacji utworu
- Współtwórczość, anonimowość twórcy i dzieła o nieustalonym autorstwie
- Eventy i relacje z wydarzeń
- Prawa do utworu stanowiącego pracę dyplomową studenta lub absolwenta

**Izabela Wojdanowska, INCO-VERITAS**

**13:45 Lunch**

**14:45 Eksploatacja Praw autorskich w marketingu online**

case study

- Rodzaje utworów wykorzystywanych w Internecie
  - Granice ochrony prawnoautorskiej – jakie działania w Internecie mogą stanowić naruszenie utworu (kwestie framing, deep linking, inlining, spidering, pressclipping, downloading)
  - Prawo autorskie a działalność portali aukcyjnych i porównywarek
  - Legalne sposoby na korzystanie z utworów w Internecie (przedruki, cytaty, dozwolony użytek osobisty)
  - Odpowiedzialność dostawców usług internetowych w razie naruszenia praw autorskich w Internecie
  - Cloud computing a kwestie prawa autorskiego
- Piotr Niezgódka, Katarzyna Zbierska Kochański Zięba Rąpała i Partnerzy**

**16:00 Dochodzenie roszczeń w związku z naruszeniem Praw autorskich**

case study

- Rodzaje naruszeń praw autorskich
- Roszczenia związane z naruszeniem praw autorskich
- O czym należy pamiętać wytaczając powództwo
- Zabezpieczenie dowodów naruszenia
- Roszczenie informacyjne
- Zabezpieczenie powództwa

**Marek Oleksyn, Sołtysiński Kawecki & Szlązak**

**17:00 Zakończenie I dnia warsztatów**

## DLACZEGO WARTO WZIĄĆ UDZIAŁ W WARSZTATACH

W dzisiejszej gospodarce forma i rodzaje reklamy stosowane przez przedsiębiorstwo mają kluczowe znaczenie dla zaistnienia i prężnego rozwoju firmy. Co za tym idzie wielokrotność wykorzystywania chociażby czyjegoś wizerunku na stronie internetowej czy w reklamie niesie za sobą szereg regulacji prawnych, których brak świadomości lub nieodpowiednia interpretacja ponosi za sobą konsekwencje finansowe. Prawa własności intelektualnej (w tym prawa autorskie) odgrywają coraz ważniejszą rolę w obrocie gospodarczym.

Dlatego wspólnie z praktykami oraz przedstawicielami renowowanych kancelarii prawnych i firm spotykających się na co dzień z tymi problemami, postaramy się udzielić praktycznych wskazówek co do zawierania i wykonywania tego typu umów oraz nakreślenia zasad ochrony praw autorskich. Program spotkania został skonstruowany w taki sposób, aby ich uczestnik miał okazję zapoznać się od strony praktycznej z szerokim wachlarzem istotnych zagadnień prawno-autorskich, których znajomość i uwzględnienie pomoże w skutecznym przeprowadzeniu kampanii marketingowej.

## Czwartek, 9 lutego

9:30 Rejestracja, poranna kawa i przywitanie

### 10:00 Przygotowanie nowych projektów opakowań i materiałów reklamowych

case study

- Jak sprawdzić dostępności elementów zawartych w opakowaniach i materiałach reklamowych? Jakie ewentualne prawa osób trzecich należy uwzględnić?
- Jakie sankcje grożą za wykorzystanie bez zezwolenia cudzych utworów w nowych projektach opakowań i materiałach reklamowych?
- Jak ograniczyć ryzyko związane z naruszeniem cudzych utworów w projektach opakowań i materiałach reklamowych?
- Jak chronić własne projekty opakowań przed konkurencją je naśladowującą?

**Marcin Fijałkowski, Baker & McKenzie Gruszczyński & Partners Attorneys at Law LP**

11:00 Przerwa na Kawę

### 11:15 Umowy prawnoautorskie w branży reklamowej – jak sobie z nimi radzić?

case study

- Jak uzyskać prawa do korzystania z cudzej twórczości, tj. czym właściwie różni się licencja od przeniesienia praw i jakie ma to znaczenie w praktyce?
- Czy zawsze trzeba zawierać umowy na piśmie, czy jest to tylko nadmierny formalizm?
- Z kim zawierać umowy i jak zabezpieczyć się, że dostajemy to co kupujemy?
- Czym są pola eksploatacji i jak określić zakres korzystania z praw autorskich, aby umowa rzeczywiście odpowiadała naszym założeniom biznesowym?
- Na które postanowienia umowy szczególnie warto zwrócić uwagę?

**Milena Bogdanowicz, Leśnodorski Ślusarek i Wspólnicy**

12:15 Lunch

13:15 Inspiracja i dozwolony użytek w reklamie

case study

### – czyli w jakim zakresie można legalnie korzystać z cudzej twórczości w działalności reklamowej

- Na jakiej podstawie – poza zawarciem umowy – można korzystać z twórczości osób trzecich?
- W jakich granicach odwoływanie się do filmu, literatury, muzyki czy ikon kultury w reklamie i promocji jest dozwolone?
- Jak dalece można się inspirować twórczością osób trzecich czy działalnością konkurentów?
- Jakie działania może prowadzić do zarzutów naruszenia praw autorskich, dóbr osobistych czy też dopuszczenia się czynów nieuczciwej konkurencji?
- Czy musimy mieć czyjąś zgodę na korzystanie z banknotów, obiektów przestrzeni publicznej, etc.

**Maciej Kubiak, Leśnodorski Ślusarek i Wspólnicy**

14:45 Przerwa na kawę

15:00 Prawo autorskie a Unia Europejska

case study

- Źródła prawa:
  - Traktat TWE / Traktat z Lizbony
  - Karta Praw Podstawowych UE
  - Wykaz podstawowych dyrektyw (m. in.: ochrona programów komputerowych, najem i użyczenie w zakresie praw własności intelektualnej, czas ochrony prawa autorskiego, ochrona baz danych, egzekwowanie praw własności intelektualnej)
- Implementacja prawa UE:
  - Bezpośrednie stosowanie Traktatu
    - Zasada swobodnego przepływu towarów i usług a prawa autorskie
    - Zasada zakazu nadużywania pozycji dominującej a prawa autorskie
    - Zasady wdrażania i stosowania dyrektyw dot. prawa autorskiego
  - Przykłady harmonizacji w Polsce
  - Możliwe skutki harmonizacji nieudanej

**Janina Ligner-Żeromska, Kancelaria Domański Zakrzewski Palinka**

16:15 Zakończenie Warsztatów i rozdanie certyfikatów



Na Warsztatach spotkacie  
Państwo przedstawicieli branż:

- FMCG
- Farmaceutycznej
- Energetycznej
- Telekomunikacyjnej
- Medialnej
- IT
- Chemicznej
- Nieruchomości

REPREZENTOWANYCH PRZEZ PRZEDSTAWICIELI:

- Zarządu
- Działu Prawnego
- Działu Marketingu
- Działu Promocji i Reklamy

**Dział Sponsoringu:**

**Kamila Galon**

Sponsorship Manager

phone: 22 412 50 62 | fax: 22 412 50 61

mobile: 795 345 809

e-mail: kamila.galon@bmspolska.pl



**Dr Arkadiusz Michalak, Radca Prawny, Rzecznik Patentowy – Centrum Praw Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza**  
Radca prawny, rzecznik patentowy, European Trade Mark and Design Attorney, absolwent i doktor nauk prawnych Uniwersytetu Jagiellońskiego. Ukończył również szkoły Prawa amerykańskiego organizowane przez m.in. Columbia Law School oraz studia podyplomowe na Uniwersytecie Warszawskim z zakresu Prawa własności przemysłowej. Doświadczenie zawodowe zdobywał w departamencie prawnym Philip Morris Polska S.A. oraz kancelarii Sottysiński, Kawecki & Szlęzak. Wykładowca na Wydziale Prawa Krakowskiej Akademii im. A.F. Modrzewskiego i Centrum Praw Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza. Członek AIPPI (The International Association for the Protection of Intellectual Property). Ekspert prawny Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w zakresie implementacji dyrektywy o zwalczaniu nieuczciwych praktyk handlowych. Autor szeregu publikacji z zakresu Prawa własności intelektualnej, w tym komentarza do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (wyd. C.H. Beck 2008) oraz współautor komentarza do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Wolters Kluwer 2010).



**Maciej Kubiak, Adwokat, Szef Zespołu Prawa Mediów – Kancelaria Leśnodorski Ślusarek i Wspólnicy**

Specjalizuje się w zagadnieniach z zakresu prawa mediów, własności intelektualnej (zwłaszcza prawa autorskiego), prawa prasowego, komputerowego i nowych technologii, prawa reklamy i konkurencji oraz ochrony dóbr osobistych. W kręgu jego zainteresowań pozostają również spory sądowe a także negocjacje i alternatywne metody rozwiązywania sporów. Od kilku lat prowadzi szkolenia i warsztaty oraz uczestniczy w roli prelegenta w seminariach i konferencjach z zakresu prawa własności intelektualnej, mediów, reklamy i dóbr osobistych. Doświadczenie zawodowe zdobywał w departamencie własności intelektualnej kancelarii Sottysiński Kawecki & Szlęzak. Wcześniej praktykował również w międzynarodowych kancelariach prawnych. Wykładowca Centrum Praw Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza w Krakowie. Ukończył studia na Wydziale Prawa i Administracji UW oraz Podyplomowe Studium Prawa Własności Intelektualnej na Uniwersytecie Warszawskim. Jest także absolwentem dwuletniego Centrum Prawa Angielskiego i Europejskiego (Centre for English and European Legal Studies) organizowanego przez University of Cambridge we współpracy z WPiA UW i rocznych studiów w Centrum Prawa Amerykańskiego (Center for American Law Studies) prowadzonych przez University of Florida we współpracy z WPiA UW.



**Dr. iur. Katarzyna Zbierska LL.M. IP (Augsburg), Radca Prawny, Partner – Kochański Zięba Rapała i Partnerzy**

Kieruje pracą Departamentu Ochrony Własności Przemysłowej KZR&P. Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej, prawie ochrony danych osobowych oraz ochrony dóbr osobistych. Doradza w szczególności w sprawach dotyczących naruszeń praw autorskich, znaków towarowych, patentów, wzorów przemysłowych. Absolwentka studiów podyplomowych LL.M. IP w Munich Intellectual Property Law Center, współorganizowanych przez Max Planck Institut w Monachium. Ukończyła studia doktoranckie na Universität Augsburg, Niemcy.



**Piotr Niezgodka, Adwokat, Partner – Kochański Zięba Rapała i Partnerzy**

Specjalizuje się w prawie na dobrach niematerialnych, ze szczególnym uwzględnieniem dziedziny prawa autorskiego i praw pokrewnych, prawie nowych technologii, prawie reklamy oraz dziedzinie ochrony danych osobowych. Jego doświadczenie zbudowane jest na obsłudze prawnej podmiotów z branży mediów oraz nowych technologii, w zakresie kontraktowym oraz sądowym.



**Janina Ligner-Zeromska, Partner – Kancelaria Domański Zakrzewski Palinka**

Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej i przemysłowej, e-business, telekomunikacji, prawie spółek i prawie europejskim. Doradza krajowym i zagranicznym spółkom działającym w branży TMT, zajmującym się oprogramowaniem i sprzętem komputerowym, medialnym, jak również spółkom prowadzącym działalność typu on-line. Specjalizuje się w negocjacjach umów IT, nowych technologii oraz związanych z prawem własności intelektualnej (umów wdrożeniowych, outsourcingowych, umów licencyjnych, SLA's). Była doradcą Ministra Prywatyzacji przy wielu projektach prywatyzacyjnych. Jest stałym doradcą oraz występuje jako pełnomocnik procesowy w sprawach gospodarczych, szczególnie związanych z ochroną praw własności intelektualnej i przemysłowej, nieuczciwą konkurencją i nowymi technologiami. Janina Ligner-Zeromska ukończyła Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego oraz zdała z wyróżnieniem egzamin adwokacki. Ukończyła kurs Zaawansowanego Prawa Europejskiego w King's College of London. Janina Ligner-Zeromska często występuje jako wykładowca lub panelista w konferencjach poświęconych prawom własności intelektualnej, przemysłowej oraz konkurencji i nowych technologii.



**Marek Oleksyn, Radca Prawny – Sottysiński Kawecki & Szlęzak**

Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Ukończył również studia podyplomowe D.E.S.S. francuskiego i europejskiego Prawa gospodarczego przy Uniwersytecie w Poitiers oraz Uniwersytecie Warszawskim a także podyplomowe studia Prawa własności intelektualnej Uniwersytetu Warszawskiego. Od 2004 r. prawnik w kancelarii Sottysiński Kawecki & Szlęzak. Wykładowca w Centrum Praw Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza w Krakowie. Prelegent na szkoleniach dotyczących Prawa własności intelektualnej. Marek Oleksyn specjalizuje się w zagadnieniach związanych z prawem znaków towarowych, prawem autorskim, prawem nieuczciwej Konkurencji, ochroną własności intelektualnej w Internecie oraz prawem patentowym.



**Marcin Fijałkowski, Radca Prawny, Rzecznik Patentowy – Baker & McKenzie Gruszczyński & Partners Attorneys at Law LP**

Kieruje zespołem zajmującym się doradztwem z zakresu ochrony znaków towarowych. Od 2003 roku specjalizuje się również w sprawach związanych z prawem autorskim i nieuczciwą konkurencją oraz reprezentuje klientów przed sądami cywilnymi, Urzędem Patentowym RP, Urzędem ds. Harmonizacji Rynku Wewnętrznego i polskimi i międzynarodowymi sądami arbitrażowymi ds. domen internetowych. Doświadczenie zawodowe obejmuje zarządzanie dużymi portfelami znaków towarowych międzynarodowych firm z sektora farmaceutycznego, tytoniowego i FMCG. Pracował również w biurze Baker & McKenzie w Zurychu, gdzie zajmował się koordynacją międzynarodowych programów egzekucji praw własności intelektualnej.



**Izabela Wojdanowska, Radca Prawny, Dyrektor Biura Prawno-Organizacyjnego – INCO-VERITAS**

Członek Okręgowej Izby Radców Prawnych w Warszawie, absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, absolwentka studiów podyplomowych organizowanych przez Wyższą Szkołę Finansów i Zarządzania oraz Okręgową Izbę Radców Prawnych w Warszawie, studium podyplomowe Szkoły Głównej Handlowej oraz studiów doktoranckich w I Katedrze Prawa Cywilnego Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. Od kilkunastu lat zajmuje się prawem cywilnym i gospodarczym.



**Marcin Królikowski, Radca Prawny – AGROS-NOVA**

Członek Okręgowej Izby Radców Prawnych w Toruniu. Od lat zajmuje się obsługą prawną firm, w tym również z branży FMCG. Od 2003r. związany z Agros – Nova Sp. z o.o. Sprawuje pełną bieżącą obsługę prawną spółki, w ramach której zajmuje się min. sprawami z zakresu nieuczciwej Konkurencji oraz ochrony praw własności przemysłowej i intelektualnej.



**Milena Bogdanowicz, Aplikant radcowski – Kancelaria Leśnodorski Ślusarek i Wspólnicy**

Milena Bogdanowicz specjalizuje się w zagadnieniach z zakresu prawa własności intelektualnej (zwłaszcza prawa autorskiego), prawa mediów i reklamy oraz ochrony dóbr osobistych. Zajmuje się obsługą prawną agencji reklamowych, wydawców, producentów telewizyjnych. Uczestniczy w negocjacjach umów z zakresu prawa autorskiego oraz w prowadzeniu sporów sądowych dotyczących ochrony dóbr osobistych. Prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu prawa prasowego, autorskiego i prawa reklamy. Zanim zaczęła pracę w zespole LSW, pracowała w Ministerstwie Sprawiedliwości i w organizacjach pozarządowych. Ukończyła z wyróżnieniem Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Jest również absolwentką Studium Prawa Rosyjskiego organizowanego przez Wyższą Szkołę Handlu i Prawa im. Łazarskiego we współpracy z Akademickim Uniwersytem Prawnym w Moskwie.



**Anna Podgórska, Radca Prawny – Grupa Radiowa TIME S.A.**

Członek Okręgowej Izby Radców Prawnych w Warszawie, absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, absolwentka studiów podyplomowych Ochrona Własności Intelektualnej Uniwersytetu Warszawskiego. W ramach praktyki zawodowej zajmuje się prawem autorskim, w tym zbiorowym zarządkiem, prawem mediów. Prowadzi sprawy przed sądami administracyjnymi i gospodarczymi dotyczące koncesji radiowych i telewizyjnych. Zajmuje się opiniowaniem i sporządzaniem umów dotyczących produkcji programu radiowego i telewizyjnego, prawem pracy i obsługą korporacyjną spółek grupy TIME S.A.



# PRAWO AUTORSKIE W DZIAŁANIACH MARKETINGOWYCH

## Case studies

8-9 Luty 2012r., Warszawa Hotel Novotel

TAK, chcę wziąć udział w warsztatach:  
PRAWO AUTORSKIE W DZIAŁANIACH MARKETINGOWYCH  
Case studies

Termin: 8-9 lutego 2012 r.  
Ceny: 2595 + VAT do 30 grudnia  
Cena: 3195 + VAT od 30 grudnia

NIE, nie wezmę udziału w prezentowanych warsztatach, jednocześnie proszę o informowanie mnie o planowanych wydarzeniach organizowanych przez Business Media Solutions Sp. z o.o.

1. Imię i nazwisko: \_\_\_\_\_

Stanowisko: \_\_\_\_\_

Departament: \_\_\_\_\_

2. Imię i nazwisko: \_\_\_\_\_

Stanowisko: \_\_\_\_\_

Departament: \_\_\_\_\_

3. Imię i nazwisko: \_\_\_\_\_

Stanowisko: \_\_\_\_\_

Departament: \_\_\_\_\_

4. Imię i nazwisko: \_\_\_\_\_

Stanowisko: \_\_\_\_\_

Departament: \_\_\_\_\_

5. Firma: \_\_\_\_\_

Ulica: \_\_\_\_\_

Kod pocztowy: \_\_\_\_\_ Miasto: \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

### 6. Dane nabywcy, potrzebne do wystawienia faktury VAT:

Nazwa firmy: \_\_\_\_\_

Siedziba: \_\_\_\_\_

Adres: \_\_\_\_\_

NIP: \_\_\_\_\_

Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 1997r. Nr 133 poz. 833) Business Media Solutions Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej BMS), informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez BMS, świadczonych usług oraz proponowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów BMS. Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczą, w tym także prawo ich poprawiania. równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy.

Business Media Solutions Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (00-695) ul. Nowogrodzka 50/515, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000348520, wysokość kapitału zakładowego: 5 000,00 zł.

Wyślij dziś na numer faksu

**22 4125061**

lub wyślij na adres e-mail:

**zgloszenia@bmspolska.pl**

### Warunki uczestnictwa:

1. Koszt uczestnictwa jednej osoby w warsztatach wynosi 2595 + VAT do 30 grudnia  
3195 + VAT od 30 grudnia
2. Cena obejmuje: prelekcje, materiały warsztatowe, przerwy kawowe, lunch
3. Przesłanie do Business Media Solutions faksem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy zgłaszającym a Business Media Solutions. Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana faksem po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego. Po zakończeniu warsztatów zostanie wystawiona faktura VAT. Zgłaszający wyraża zgodę na otrzymanie faktury VAT bez podpisu odbiorcy.
4. Osoba podpisująca formularz zgłoszeniowy w imieniu zgłaszającego oświadcza, iż posiada stosowne uprawnienie do działania w imieniu i na rzecz zgłaszającego, w szczególności do zwarcia umowy z Business Media Solutions.
5. W przypadku, gdy zgłaszający dokona rejestracji formularza przed 30 grudnia 2011 r., jednakże nie dokona wpłaty przed terminem warsztatów, koszt uczestnictwa jednej osoby wynosi 3195 zł + VAT.
6. Zgłaszający ma prawo do rezygnacji z udziału na warunkach określonych poniżej. Rezygnacji z udziału należy dokonać w formie pisemnej i przesłać listem poleconym na adres Business Media Solutions.
7. W przypadku rezygnacji do dnia 6 stycznia 2012 r. zgłaszający zapłaci opłatę manipulacyjną wysokości 500 zł + VAT.
8. W przypadku rezygnacji po 6 stycznia 2012 r. zgłaszający obowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w wysokości wynikającej z zawartej umowy pomiędzy zgłaszającym a Business Media Solutions.
9. W przypadku braku uczestnictwa w warsztatach oraz braku pisemnej rezygnacji z udziału w warsztatach, zgłaszający obowiązany jest uiścić pełną kwotę kosztów uczestnictwa w wysokości wynikającej z umowy.
10. Brak wpłaty nie stanowi rezygnacji z udziału w warsztatach. W miejsce osoby zgłoszonej do udziału w warsztatach może wziąć udział inna osoba wskazana przez zgłaszającego.
11. Zgłaszający wyraża zgodę na umieszczenie logo jego firmy na stronie organizatora w module „Nasi klienci”
12. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia zgłoszenia z uwagi na limitowaną liczbę miejsc na tym spotkaniu

Pieczętka i podpis

**Business Media Solutions Sp. z o.o., ul. Nowogrodzka 50/515,  
00-695 Warszawa, tel: +48 22 4125062, fax: +48 22 4125061  
e-mail: info@bmspolska.pl, www.bmspolska.pl**

