

УТВЕРЖДЕНО  
Приказ Министра  
антимонопольного  
регулирования и торговли  
Республики Беларусь  
от 18 сентября 2017 г. № 154

**Методические рекомендации по установлению факта наличия  
(отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства в части  
недобросовестной конкуренции**

**Глава 1. Общие положения**

1. Методические рекомендации по установлению факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции (далее – Методические рекомендации) разработаны на основании подпункта 2.6 пункта 2 статьи 9 Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 года «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее – Закон) с целью формирования единой правоприменительной практики при выявлении и противодействии недобросовестной конкуренции.

В соответствии с приказом Министра антимонопольного регулирования и торговли факт наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства, в т.ч. в части недобросовестной конкуренции, устанавливается решением постоянно действующей комиссии Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь по установлению факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства.

2. В настоящих Методических рекомендациях применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом, с учетом приоритета норм международных договоров.

3. Для целей настоящих Методических рекомендаций также используются следующие термины и их определения:

деловая репутация – оценка участника отношений в сфере предпринимательской деятельности другими участниками этих отношений или общества, умаление (дискредитация) которой может негативно повлиять на осуществление этим участником указанной деятельности;

требования добросовестности – принцип гражданских правоотношений, устанавливающий необходимость заботливого, осмотрительного поведения, при котором исключается любое проявление неосмотрительности, небрежности, незнания прав, обязанностей и законных интересов других участников гражданских правоотношений, предполагающий отношение к чужим обязанностям и правам как к своим собственным;

требования разумности – принцип гражданских правоотношений, устанавливающий необходимость соотнесения действий участников правоотношений с условиями и явлениями объективной реальности, социально-экономической действительности, обычно предъявляемыми требованиями и обычаями, профессиональными правилами.

4. Отношения, связанные с защитой от недобросовестной конкуренции, регулируются Парижской конвенцией об охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года, Договором о Евразийском экономическом союзе от 25 мая 2014 года, Гражданским Кодексом Республики Беларусь, Законом.

5. Общие требования к порядку установления факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства установлены Инструкцией о порядке установления факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства, утвержденной постановлением Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 25 ноября 2016 г. № 42.

## Глава 2. Признаки недобросовестной конкуренции

6. Для признания действий хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) актом недобросовестной конкуренции устанавливается наличие совокупности следующих признаков:

наличие конкурентных отношений на товарном рынке между хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами), в действиях которого (которых) имеются признаки недобросовестной конкуренции, и хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами), которому (которым) в результате данных действий могут быть причинены убытки или вред деловой репутации (далее – конкуренты);

направленность действий на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности;

противоречие Закону, иным актам антимонопольного законодательства или требованиям добросовестности и разумности;

причинение либо возможность причинения такими действиями убытков конкурентам либо нанесение вреда их деловой репутации.

7. Для установления в действиях хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) признаков недобросовестной конкуренции не требуется проведение анализа и оценки состояния конкуренции на товарном рынке, на котором были совершены рассматриваемые действия.

При установлении наличия конкурентных отношений между хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами), в действиях которого (которых) имеются признаки недобросовестной конкуренции, и конкурентами, определяются товарные и географические границы рынка.

Доказательством наличия конкурентных отношений, как правило, могут быть поставки товаров, подтвержденные договорами и (или) товаросопроводительными документами, в один и тот же определенный временной период.

В качестве конкурентов также могут рассматриваться хозяйствующие субъекты, которые в течение краткосрочного периода могут при данном состоянии рынка и без дополнительных расходов и затрат войти на данный товарный рынок.

8. Акт недобросовестной конкуренции может быть установлен в отношении хозяйствующего субъекта, нескольких хозяйствующих субъектов, а также группы лиц, которая рассматривается как единый хозяйствующий субъект.

9. Актом недобросовестной конкуренции следует считать конкретное действие, проявляющееся в нарушении конкуренции в том либо ином сегменте товарного рынка и имеющее для состояния конкуренции негативные последствия, вызванные преодолением установленных критериев допустимого поведения хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов).

Бездействие не может считаться актом недобросовестной конкуренции.

10. При оценке направленности на получение преимуществ в предпринимательской деятельности всестороннему рассмотрению и анализу, в том числе, подлежат:

сущность данных действий;

намерения, которыми руководствовался данный хозяйствующий субъект (хозяйствующие субъекты);

цели, поставленные хозяйствующим субъектом при совершении данных действий, т.е. непосредственно конкурентная стратегия данного хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов);

возможность или факт наступления неблагоприятных последствий для конкурентов и (или) состояния конкуренции на соответствующем товарном рынке в целом;

благоприятные последствия совершаемых действий (потенциальная выгода, минимизация расходов и затрат и др.) для хозяйствующего субъекта-нарушителя.

11. Преимуществом в предпринимательской деятельности за счет недобросовестной конкуренции хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) может служить:

получение за счет недобросовестных действий прибыли в большем размере, в том числе за счет меньших расходов в производстве и продвижении своих товаров, а также за счет увеличения объема реализации товаров, обеспечиваемого сокращением объема реализации товаров конкурентов;

увеличение объема потребительского спроса товаров не за счет собственных вложений, а имеющейся на рынке известности товаров конкурентов и их товарных знаков (логотипов, обозначений и т.п.).

12. При соблюдении иных критериев (направленность на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности, способность причинить убытки или ущерб деловой репутации) недобросовестную конкуренцию будут составлять как действия, противоречащие Закону и иным актам антимонопольного законодательства, так и любые иные действия, совершаемые

в отношении конкурентов, при условии, что они противоречат требованиям добросовестности и разумности.

13. К недобросовестным действиям, противоречащим требованиям добросовестности и разумности, следует относить в том числе действия, связанные со сферой исключительных прав на средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг (далее – средства индивидуализации), сущность которых состоит в злоупотреблении правом. Например, приобретение хозяйствующим субъектом исключительных прав на товарный знак, ранее уже широко используемый конкурентами для индивидуализации производимых товаров, но не зарегистрированный в установленном законодательством порядке, является действием недобросовестным, неразумным и подлежит квалификации как акт недобросовестной конкуренции.

14. Последствием совершенного акта недобросовестной конкуренции является возможность или факт причинения убытков конкурентам либо нанесение ущерба их деловой репутации.

При этом для установления факта наличия либо отсутствия в действиях хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) признаков недобросовестной конкуренции не требуется наличия в момент обращения реально понесенных конкурентами убытков и расчета их суммы, достаточно самого факта возможности и способности причинения таких убытков в результате недобросовестных действий.

При доказательстве факта причинения убытков могут учитываться фактические (последствия по которым наступили) и потенциальные (последствия, которые могут наступить) убытки.

В составе фактических убытков следует учитывать только часть элементов реального ущерба в виде расходов, которые произвели конкуренты для восстановления нарушенного права, и не должны учитываться расходы, которые они должны будут произвести для восстановления нарушенного права, а также упущенная выгода, представляющая собой недополученные доходы, которые конкуренты получили бы при обычных условиях гражданского оборота.

В составе потенциальных убытков следует учитывать будущие расходы, которые необходимо произвести конкурентам для восстановления нарушенного права, а также упущенная выгода.

При этом возможность причинения убытков конкурентам не требует их обязательного количественного измерения.

В целях определения возможности или факта причинения убытков анализируется возможность получения прибыли хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами), в действиях которого имеются признаки недобросовестной конкуренции, в том числе за счет перераспределения спроса на соответствующем товарном рынке.

Устанавливается причинно-следственная связь между актом недобросовестной конкуренции и возможностью увеличения прибыли

хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов), в действиях которого (которых) имеются признаки недобросовестной конкуренции.

15. Под вредом, причиненным деловой репутации конкурентов, следует понимать всякое ее умаление. При этом указанное умаление может носить как имущественный, так и неимущественный характер, быть как фактическим, так и потенциальным.

Неимущественный характер вреда, причиненного деловой репутации, проявляется в утрате конкурентами положительного мнения об их деловых качествах в глазах общественности и, в частности, делового сообщества. Такая утрата может повлечь за собой потерю клиентов, уменьшение количества заказов, нарушение договорных связей и др., т.е. вызвать потери имущественного характера.

### Глава 3. Формы недобросовестной конкуренции

16. Перечень форм недобросовестной конкуренции определен статьей 16 Закона и является открытым.

17. К недобросовестной конкуренции относятся:

17.1. действия, способные вызвать смещение в отношении хозяйствующих субъектов, товаров или предпринимательской деятельности конкурентов, включая:

незаконное использование хозяйствующим субъектом не принадлежащего ему фирменного наименования, товарного знака (знака обслуживания), географического указания на товарах, их упаковках, вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и ярмарках, в рекламных материалах, печатных средствах массовой информации и иной документации, в том числе введение в гражданский оборот товаров с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности, средств индивидуализации участников гражданского оборота или их товаров;

незаконное копирование внешнего вида товара другого хозяйствующего субъекта, за исключением случаев, когда копирование товара или его частей (узлов, деталей) обусловлено исключительно их техническим применением;

введение в гражданский оборот товаров другого хозяйствующего субъекта с использованием собственных средств индивидуализации товара, если иное не предусмотрено договором, заключенным между хозяйствующими субъектами.

Данная форма недобросовестной конкуренции направлена на нарушение прав обладателей объектов интеллектуальной собственности, обеспечение которых осуществляется в соответствии с законодательством об интеллектуальной собственности, Гражданским Кодексом Республики Беларусь, а также на нарушение прав потребителей в связи с введением последних в заблуждение.

Смещение может осуществляться:

между конкурентами, в том числе в связи со сходством фирменных наименований;

в отношении производимых и реализуемых ими товаров, в том числе путем копирования, имитации дизайна упаковки или этикетки товара (внешнего оформления);

в отношении их промышленной и торговой деятельности в результате не только незаконного использования товарных знаков или фирменных наименований, но и любых других средств. К последним можно относить, например, дизайн упаковки, печатные шрифты, указание на место нахождения предприятия.

Введение товаров в гражданский оборот хозяйствующим субъектом – нарушителем применительно к недобросовестной конкуренции представляет собой ряд действий, включающих, в том числе:

- их производство и поставку производителем в адрес контрагента;
- распространение данного товара в организации торговли;
- реализацию конечному потребителю;

применение на товарах, их упаковках, вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и ярмарках, в рекламных материалах, печатных средствах массовой информации, сети Интернет и иной документации.

Таким образом, хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами), в действиях которого (которых) устанавливается недобросовестная конкуренция, может быть как производитель (изготовитель) товара, так и иное лицо при условии, если оно первым ввело товар в гражданский оборот.

Критерием для выявления смешения товаров может выступать наличие различительной способности с точки зрения приобретения товара, на котором используется индивидуализирующее его обозначение, известности и узнаваемости у потребителей, в том числе благодаря затрачиваемым производителем товара средствам на его продвижение.

При выявлении возможности смешения анализируются следующие обстоятельства в отношении товаров или предпринимательской деятельности конкурентов:

- длительность нахождения определенного товара на рынке;
- активное рекламирование товара, в частности путем размещения наружной рекламы, рекламы в средствах массовой информации;
- участие в различных выставках;
- качественные характеристики товара;
- наличие у потребителя устойчивых ассоциативных связей между дизайном этикетки, упаковки и ее формы, а также иными отличительными признаками товара и его наименованием с производителем данного товара;
- широкая известность товаров (логотипов, обозначений), реализуемых конкурентом.

Приобретение хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами), чьи действия имели направленность на возникновение смешения производимых товаров с товарами конкурентов, права использования дизайна упаковки, этикетки, печатных шрифтов, словесного обозначения и др. у третьего лица, являющегося обладателем авторских прав на него, не является

основанием, свидетельствующим об отсутствии правонарушения. Различительная способность товара и индивидуализирующих его средств (дизайна этикетки и (или) упаковки, товарного знака) приобретает не фактом их создания как объектов авторского права дизайнера-разработчика, а нахождением и продвижением соответствующего товара на рынке таким образом, чтобы его могли видеть и запомнить участники рынка (как конкуренты, так и потребители), т.е. первенством и продолжительностью его производства, реализации и продвижения;

17.2. действия при осуществлении предпринимательской деятельности, способные дискредитировать хозяйствующий субъект, товары или предпринимательскую деятельность конкурента, в том числе в результате распространения хозяйствующим субъектом непосредственно или через других лиц в любой форме и любыми способами ложных, недостоверных, неточных, искаженных сведений, в том числе сведений, которые содержат информацию, порочащую деловую репутацию хозяйствующего субъекта либо его учредителя (участника, собственника имущества) или работника, и (или) могут подорвать доверие к хозяйствующему субъекту как производителю товаров.

Целью данной формы недобросовестной конкуренции является нанесение ущерба деловой репутации конкурента посредством распространения в любой форме ложных, недостоверных, неточных, искаженных сведений, в результате которых потребители откажутся от товаров конкурента и, возможно, станут потребителями товаров хозяйствующего субъекта – нарушителя.

Ложность, недостоверность, неточность или искаженность сведений, распространяемых в целях дискредитации конкурентов, может касаться как конкурента, его товара, так и предпринимательской деятельности конкурентов как таковой и др.

Под ложными сведениями следует понимать намеренно искаженные сведения, которые полностью или частично не соответствуют действительности.

Под недостоверными сведениями следует понимать сведения, которые соответствовали фактическим данным, но с течением времени утратили достоверность.

Под неточными сведениями следует понимать сведения, которые частично не соответствуют действительности, но соответствуют представлениям распространяющего их лица.

Под искаженными сведениями следует понимать сведения, которые полностью не соответствуют действительности, но соответствуют представлениям распространяющего их лица.

Распространение ложных, недостоверных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки конкурентам либо нанести ущерб их деловой репутации, представляет собой действие хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов), направленное на дискредитацию конкурентов. При квалификации таких действий в качестве акта недобросовестной конкуренции сведения, с помощью которых достигаются конкурентные преимущества, должны отвечать следующим в совокупности условиям:

находиться в режиме распространения;  
 характеризоваться как ложные, недостоверные, неточные или искаженные;

нести в себе угрозу наступления неблагоприятных последствий для имущественных и (или) неимущественных прав конкурентов.

Под распространением хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами) ложных, недостоверных, неточных, искаженных сведений понимается их сообщение неопределенному кругу лиц, в том числе посредством опубликования в печатных средствах массовой информации, в радио-, теле- и видеопрограммах, размещения в глобальной компьютерной сети Интернет, демонстрации на плакатах, стендах, световых табло и в иной форме.

Сведениями, которые содержат информацию, порочащую деловую репутацию, могут являться не соответствующие действительности сведения о конкурентах, их учредителях (участниках, собственниках имущества), их руководителях, других работниках при выполнении ими своих трудовых функций и (или) должностных полномочий, если это негативно влияет на осуществление конкурентами предпринимательской деятельности;

17.3. действия при осуществлении предпринимательской деятельности, которые могут ввести в заблуждение относительно производителя, характера, потребительских свойств, качества, способа и места изготовления, пригодности к применению или количества товаров конкурента, в том числе осуществляемые путем некорректного сравнения производимого хозяйствующим субъектом товара с товаром конкурента и распространения хозяйствующим субъектом в любой форме и любым способом сведений, содержащих ложные или неточные сопоставительные характеристики собственного товара и товара конкурента, способные повлиять на свободу выбора потребителя при приобретении товаров или заключении сделки.

Введение в заблуждение в отношении производителя, характера, потребительских свойств, качества, способа и места изготовления, пригодности к применению или количества товара конкурентов представляет собой действие хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов), направленное на формирование у участников рынка товаров представлений, не соответствующих действительности.

Сформировать представление об определенном качестве товара, его производителе или месте изготовления, которые не соответствуют действительности, может не только ложное обозначение, но и обозначение, способное ввести в заблуждение, не будучи ложным.

Информацией, вводящей в заблуждение, могут являться сведения, которые содержат:

неполные, неточные или неправдивые данные о способе и месте изготовления товара, количестве, потребительских свойствах, качестве, комплектности, пригодности к применению, стандартах, характеристиках, особенностях реализации, цене и скидках на товары;

неполные или не соответствующие действительности данные о финансовом состоянии или хозяйственной деятельности конкурентов;



ссылки на объемы производства, приобретения, продажи или поставки товаров, которых фактически не было на день распространения информации.

Некорректное сравнение - неправильное или неточное сравнение с использованием корректных данных (сведений).

Некорректное сравнение может осуществляться в виде позитивной оценки производимого или реализуемого конкурентами товара с одновременным утверждением, что свой товар не уступает товару конкурентов, либо в виде критикующих товар конкурентов утверждений;

17.4. призывы, обращения к другим хозяйствующим субъектам, иные действия или угроза действием со стороны хозяйствующего субъекта непосредственно или через других лиц, направленные на препятствование формированию деловых связей конкурента, их нарушение или расторжение, препятствование предпринимательской деятельности конкурента, действующего на данном рынке или стремящегося в него вступить, в том числе в целях вступления в деловые отношения с его деловым партнером.

Данная форма недобросовестной конкуренции может быть выражена в:

направлении писем, обращений в адрес действующих или потенциальных контрагентов конкурента с целью расширения своих деловых связей за счет деловых связей конкурента;

угрозе разрыва деловых связей с контрагентами, применение к ним штрафных санкций при приобретении товаров конкурента.

В том случае, если указанные действия осуществлялись или угроза их осуществления высказывалась хозяйствующим субъектом не напрямую, а через посредника, ответственность за недобросовестную конкуренцию будет нести не посредник, а сам соответствующий хозяйствующий субъект;

17.5. распространение хозяйствующим субъектом в любой форме и любым способом ложных заявлений и сведений о собственном товаре в целях сокрытия несоответствия его своему назначению или предъявляемым к нему требованиям в отношении качества, потребительских и иных свойств.

Для квалификации распространения ложных сведений о собственном товаре как акта недобросовестной конкуренции требуется установить, что такое действие имело целью не только обман потребителя, но и было направлено на ущемление законных интересов конкурента;

17.6. Действия хозяйствующего субъекта непосредственно или через других лиц, направленные на внутреннюю дезорганизацию предпринимательской деятельности конкурента, в том числе предоставление работникам конкурента различных имущественных и иных благ в целях склонения этих работников к невыполнению трудовых обязанностей или переходу на предполагающую такие блага работу.

Внутренняя дезорганизация конкурента может осуществляться следующими способами:

разглашение сведений, составляющих секрет производства (ноу-хау)<sup>1</sup> конкурента, препятствование или нарушение деятельности его сбытовой сети, использование полученных от другой стороны в ходе переговоров сведений, использование методов и инструментов конкурента, например, по продвижению товаров на рынке;

уничтожение или совершение иных действий, лишающих общественность возможности знакомиться с рекламой конкурентов (заклеивание рекламы конкурента, ее уничтожение, размещение собственной рекламы в непосредственной близости от рекламы конкурента);

недобросовестное переманивание у конкурента клиентов и заказов;

действия, предпринимаемые в отношении работников конкурента, в том числе:

предложение материальных выгод и более высокой заработной платы с целью переманивания работника для последующего использования его опыта и знаний в ущерб конкуренту;

недоброжелательные высказывания в адрес конкурента, направленные на возникновение у работника намерения уволиться, а также использование вновь поступившим работником каналов сбыта и клиентской базы, приобретенных в период работы в другой организации;

подстрекательство к забастовке на предприятии конкурента;

17.7. действия хозяйствующего субъекта, направленные на создание на товарном рынке ситуации, в которой предпринимательская деятельность конкурента, действующего на данном рынке или стремящегося в него вступить, станет убыточной либо будет осуществляться на крайне невыгодных для него условиях.

Создание невыгодных условий для конкурента, в том числе посредством ценовой политики, дискриминационных условий договоров, может иметь место, например, при одновременном осуществлении:

выпуска промежуточной и конечной продукции - для конкурентов, осуществляющих выпуск только конечной продукции;

производства (продажи) товара и оказания услуг по его обслуживанию, ремонту - для конкурентов, оказывающих только услуги по обслуживанию и ремонту товара;

17.8. недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров.

Приобретением исключительных прав на товарный знак для целей квалификации данных действий как акта недобросовестной конкуренции

---

<sup>1</sup> Под секретом производства (ноу-хау) понимаются сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и другие), в том числе сведения о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, а также сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, к которым у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и в отношении которых обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны (пункт 39 Протокола об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности, содержащегося в приложении № 26 к Договору о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014))

являются действия хозяйствующего субъекта, выразившиеся в умышленном приобретении исключительных прав на обозначение, которое уже определенное время использовалось конкурентами в качестве средства индивидуализации производимых и реализуемых товаров, своей предпринимательской деятельности, приобрело определенную узнаваемость у потребителей, однако не было зарегистрировано в установленном порядке.

Для признания действий хозяйствующего субъекта, связанных с регистрацией товарного знака, недобросовестной конкуренцией и, соответственно, в последующем признания такой регистрации недействительной недостаточно наличия одного лишь факта недобросовестной регистрации без последующих действий владельца по реализации своего исключительного права.

Под использованием товарного знака для целей установления акта недобросовестной конкуренции понимаются действия правообладателя товарного знака, направленные на причинение убытков или нанесение ущерба деловой репутации конкурентов, использующих данный логотип, обозначение задолго до подачи заявки на его регистрацию для целей индивидуализации товаров, однородных товарам, на которые распространяется правовая охрана данного товарного знака.

Препятствование для целей установления акта недобросовестной конкуренции со стороны правообладателя в использовании конкурентами логотипа, обозначения, тождественного или сходного до степени смешения с товарным знаком, может быть выражено в:

- направлении писем-претензий;
- требованиях заключить лицензионный договор на право использования данного товарного знака;
- подаче искового заявления в суд о прекращении незаконного использования товарного знака и выплате компенсации;
- направлении обращений в правоохранительные органы;
- осуществлении действий по включению данного товарного знака в таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности и др.

При осуществлении правообладателем действий, направленных на препятствование в использовании обозначения, тождественного или сходного до степени смешения с товарным знаком, в случае его использования до даты приоритета товарного знака, такие действия могут:

причинить убытки конкурентам (в случае осуществления таможенными органами действий по приостановлению выпуска товара данного хозяйствующего субъекта с размещением на них обозначения, тождественного или сходного до степени смешения с товарным знаком, включенным в таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности);

или вред его деловой репутации (в случае возбуждения в отношении него дела об административном правонарушении, судебного разбирательства сведения об указанных фактах могут стать известными контрагентам и потребителям).

Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и

использованием исключительного права на товарный знак, имеет место, когда хозяйствующий субъект, приобретая исключительные права на товарный знак, в отношении классов Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), соответствующих товарам конкурентов, зная, что конкурентами данный знак, логотип, обозначение уже используется и индивидуализируемый ими товар получил различительную способность у потребителей, также начинает использовать приобретенный товарный знак в качестве средства индивидуализации товара, однородного товарам такого конкурента, в результате чего возникает угроза смешения и введения в заблуждение в отношении производителя товара.

#### Глава 4. Меры, принимаемые антимонопольным органом, по устранению недобросовестной конкуренции

18. В соответствии с подпунктом 1.5 пункта 1 статьи 9 Закона антимонопольный орган выносит хозяйствующим субъектам, должностным лицам хозяйствующих субъектов - юридических лиц обязательные для исполнения предписания о прекращении недобросовестной конкуренции. Содержание предписания может различаться в зависимости от установленной формы недобросовестной конкуренции и конкретных действий хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) – нарушителей.

19. В случае установления факта дискредитации конкурентов антимонопольный орган имеет право принять решение об официальном опровержении за счет нарушителя распространенных им ложных, недостоверных, неточных или неполных сведений в срок и способом, определенными законодательством или этим решением.

Текст опровержения может быть сформулирован по согласованию с антимонопольным органом как лицом, в отношении которого имело место распространение не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство сведений, так и редакцией средства массовой информации, распространившего указанные сведения, по соглашению между ними.

В опровержении должно быть указано, какие сведения не соответствуют действительности (являются ложными, недостоверными, неточными, искаженными), когда и как они были распространены данным средством массовой информации.

20. Установление в действиях хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) акта недобросовестной конкуренции и выдача данному хозяйствующему субъекту (хозяйствующим субъектам) предписания о прекращении недобросовестной конкуренции влечет за собой прекращение поставок товаров с незаконным использованием принадлежащего конкуренту товарного знака иным хозяйствующим субъектам (в торговые сети, дистрибьюторам), а, следовательно, прекращение их дальнейшей реализации.

Пресечение распространения такого товара направлено на устранение дальнейшей возможности возникновения смешения товаров на рынке.

Установление в действиях хозяйствующего субъекта (хозяйствующих

субъектов), выраженных в реализации товара с незаконным использованием товарного знака конкурента, акта недобросовестной конкуренции и выдача ему предписания (предписаний) о прекращении недобросовестной конкуренции не препятствует его (их) дистрибьютору (дистрибьюторам) или торговой сети осуществлять на территории Республики Беларусь деятельность по реализации указанных товаров, произведенных и поставленных хозяйствующим субъектом (хозяйствующими субъектами), в действиях которого (которых) установлен акт недобросовестной конкуренции, до даты вынесения решения антимонопольного органа, а также до установленной в предписании антимонопольного органа, выданном нарушителю (нарушителям), даты прекращения нарушения антимонопольного законодательства.

Требования, предусмотренные настоящим пунктом, распространяются также и на иные формы недобросовестной конкуренции.

21. Предписанием о прекращении недобросовестной конкуренции антимонопольный орган вправе обязать нарушителя (нарушителей) изменить фирменное наименование или коммерческое обозначение, дизайн этикетки или упаковки товара или его наименование таким образом, чтобы не создавать смешение с конкурентами, их товарами, а также предпринимательской деятельностью конкурентов, передать конкуренту право администрирования доменного имени, приобретенного недобросовестно и содержащего в наименовании средство индивидуализации конкурента.

22. Предписание о прекращении недобросовестной конкуренции подлежит исполнению в установленный им срок. Уклонение от исполнения предписания влечет за собой административную ответственность в соответствии подпунктом 1.3 пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь от 27 февраля 2012 г. № 114 «О некоторых мерах по усилению государственного антимонопольного регулирования и контроля».

23. Лица, которым причинен ущерб в результате совершения действий, определенных Законом как недобросовестная конкуренция, могут обратиться в суд с иском о его возмещении.

24. Заинтересованное лицо или его представитель могут подать в течение срока действия правовой охраны возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку в Апелляционный совет при патентном органе, если связанные с регистрацией действия владельца товарного знака признаны антимонопольным органом недобросовестной конкуренцией.