



**МІНІСТЭРСТВА
АНТЫМАНАПОЛЬНАГА
РЭГУЛЯВАННЯ І ГАНДЛЮ
РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**

вул. Кірава, 8, корп. 1, 220030, г. Мінск
тэл.: (+375 17) 270 90 82, факс: (+375 17) 327 24 80
e-mail: mail@mart.gov.by
www.mart.gov.by

**МИНИСТЕРСТВО
АНТИМОНОПОЛЬНОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ И ТОРГОВЛИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

ул. Кирова, 8, корп. 1, 220030, г. Минск
тел.: (+375 17) 270 90 82, факс: (+375 17) 327 24 80
e-mail: mail@mart.gov.by
www.mart.gov.by

28 03 2023 № 05-01-08/605н

На № _____ ад _____

О применении постановления
Совета Министров Республики
Беларусь от 19 октября 2022 г. № 713

В связи с поступающими обращениями субъектов хозяйствования по вопросу применения пункта 23¹ постановления Совета Министров Республики Беларусь от 19 октября 2022 г. № 713 «О системе регулирования цен» (далее – постановление № 713) при реализации произведенных в Республике Беларусь непродовольственных потребительских товаров в фирменных магазинах, секциях и отделах, в интернет-магазинах Министерство антимонопольного регулирования и торговли разъясняет.

В соответствии с пунктом 23¹ постановления № 713 при реализации непродовольственных потребительских товаров, производимых в Республике Беларусь, в фирменных магазинах производителя этих товаров либо субъекта торговли, получившего право продажи товаров такого производителя с использованием товарного знака или фирменного наименования этого производителя, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), предельные максимальные торговые надбавки, установленные в приложении 1 к постановлению № 713, могут не применяться при условии приобретения таких товаров непосредственно у производителя или их передачи производителем в собственный фирменный магазин.

В соответствии с Законом Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания» (далее – Закон № 128):

магазин – стационарный торговый объект, имеющий торговый зал (торговые залы) (подпункт 1.9. пункта 1 статьи 1);

юридические лица, индивидуальные предприниматели, являющиеся **производителями** товаров, **субъекты торговли**, получившие право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) либо фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих производителей), в том числе на условиях договоров комплексной

предпринимательской лицензии (франчайзинга), **вправе создавать фирменные магазины**, требования к которым определяются Советом Министров Республики Беларусь (пункт 2 статьи 10);

субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием сети Интернет через **интернет-магазин**, представляющий собой **информационный ресурс**, позволяющий в сети Интернет выбрать товары и с использованием этого информационного ресурса сформировать заказ на приобретение товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью (пункт 3 статьи 16).

Согласно абзацу пятому пункта 2 Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22 июля 2014 г. № 703 (далее – постановление № 703), **фирменный магазин** – магазин, созданный юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем, являющимися производителями товаров, либо субъектом торговли, получившим право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) или фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих производителей), в том числе на условиях договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), в котором удельный вес количества разновидностей товаров этого **производителя** (производителей) составляет **не менее 75 процентов** – для непродовольственных магазинов и не менее 50 процентов – для продовольственных магазинов в общем количестве разновидностей товаров, находящихся в продаже в этом магазине.

При этом фирменный магазин может быть создан непосредственно производителем, а также субъектом торговли в следующих случаях:

субъектом торговли получено право использования товарного знака производителя, что подтверждается фактом заключения лицензионного договора на право использования данного товарного знака в деятельности субъекта торговли, а также другого договора, содержащего существенные условия лицензионного договора;

субъектом торговли получено право использования фирменного наименования производителя, что подтверждается фактом заключения договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) или иного договора, содержащего существенные условия договора франчайзинга;

субъектом торговли получено право использования фирменного наименования производителя, что подтверждается фактом заключения лицензионного договора либо другого договора, содержащего существенные условия лицензионного договора.

Договор франчайзинга, лицензионный договор, а также изменения в зарегистрированные договор франчайзинга и лицензионный договор регистрируются в Национальном центре интеллектуальной собственности в порядке, установленном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 марта 2009 г. № 346 «О регистрации лицензионных договоров, договоров уступки прав на объекты права промышленной собственности, договоров о залоге имущественных прав, удостоверяемых свидетельством на товарный знак, знак обслуживания, и договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)».

Кроме того, субъекту торговли, создавшему фирменный магазин, необходимо представить в местный исполнительный и распорядительный орган соответствующие сведения для включения в Торговый реестр Республики Беларусь в порядке, определенном Положением о Торговом реестре Республики Беларусь, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 25 июня 2021 г. № 363.

Вместе с тем понятие «**фирменная торговля**», а также такие виды торговых объектов как «**фирменный отдел**», «**фирменная секция**» в законодательстве не определены и **не предусмотрены**.

Справочно.

*В соответствии с пунктом 2 Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, утвержденных постановлением № 703, **товарный отдел (секция)** – часть торговой площади **магазина**, навильона, на которой продаются товары, связанные общностью спроса и удовлетворяющие отдельные потребности населения.*

Учитывая изложенное, фирменный отдел (секция), а также интернет-магазин не являются торговыми объектами, и, следовательно, не могут быть отнесены к фирменным магазинам.

Таким образом, предельные максимальные торговые надбавки, установленные в приложении 1 к постановлению № 713, **могут не применяться** при реализации непродовольственных потребительских товаров, производимых в Республике Беларусь, в **фирменных магазинах** производителя этих товаров либо субъекта торговли, получившего право продажи таких товаров с использованием товарного знака или фирменного наименования этого производителя, при условии приобретения таких товаров непосредственно у производителя или их передачи производителем в собственный фирменный магазин. При этом **удельный вес** количества разновидностей товаров этого **производителя** должен составлять **не менее 75 процентов** в общем количестве разновидностей товаров, находящихся в продаже в фирменном магазине.

Обращаем внимание, что исключения, предусмотренные пунктом 23¹ постановления № 713, распространяются только на фирменные магазины, в которых осуществляется продажа товаров с использованием товарного знака или фирменного наименования **одного производителя**.

Формирование цен на другие потребительские товары, которые реализуются в таких фирменных магазинах либо в фирменных магазинах, в которых осуществляется продажа товаров с использованием товарного знака или фирменного наименования **нескольких производителей**, а также в **отделах (секциях), интернет-магазинах**, осуществляется с **применением предельных максимальных торговых надбавок**, установленных в приложении 1 к постановлению № 713.

Дополнительно информируем, что в соответствии с пунктом 3 статьи 16 Закона № 128-З любой информационный ресурс в сети Интернет (в том числе «интернет-витрина»), позволяющий в сети Интернет выбрать товары и с использованием этого информационного ресурса сформировать заказ на их приобретение для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, является интернет-магазином.

В соответствии с Правилами продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31:

до момента заключения договора продавец должен довести до сведения покупателя информацию о цене, условиях приобретения и оплаты товаров, а также о способах оплаты товаров, способах и сроках доставки товаров (абзацы восьмой и девятый пункта 4);

договор, содержащий все существенные условия, считается заключенным в момент получения продавцом, направившим оферту, ее акцепта, направленного покупателем посредством телефонной, почтовой, электронной или иной связи, в том числе посредством использования сети Интернет, а также иным способом, не запрещенным законодательством, позволяющим достоверно установить, что акцепт исходит от покупателя (часть вторая пункта 8).

Таким образом, при осуществлении розничной торговли **потребительскими товарами** через **интернет-магазин** продавец обязан продать покупателю такие товары по цене, указанной на сайте интернет-магазина в момент заключения договора, которая сформирована **с учетом предельных максимальных торговых надбавок**, установленных в приложении 1 к постановлению № 713, **независимо от способа и условий оплаты этих товаров** (оплата на сайте интернет-магазина в момент заключения договора либо при получении товаров у курьера, в почтовом отделении, в пункте самовывоза, в том числе расположенном в фирменном магазине) **и места их получения** (доставка курьером, до почтового отделения, самовывоз, в том числе из фирменного магазина).

Первый заместитель Министра



И.В.Вежновец