

يُعرّف القانون أربعة صور للمنافسة غير المشروعة: أولاً، تشويه سمعة منافس بنشر معلومات مسيئة، سواء صحيحة أم خاطئة، تؤثر على زبائنه. يشمل ذلك الإعلان المقارن الذي قد يكون تشويهاً، خاصة فيما يتعلق بالجودة، بينما تُعدّ مقارنة الأسعار ضمن حرية المنافسة. ثانياً، زرع الشكوك في ذهن المستهلك حول هوية مؤسسة منافسة بتقليد علامتها التجارية أو منتجاتها، مع فارق في الحماية القانونية بين العلامات المسجلة وغير المسجلة. ثالثاً، إحداث خلل في تنظيم مؤسسة منافسة بطرق غير نزيهة، كالاستمالة غير القانونية لعمالها أو اختراق نظام إنتاجها، مع مراعاة عدم تضرر حرية العمل. رابعاً، إحداث خلل في السوق ككل، من خلال ممارسات غير قانونية كبيع السلع بأقل من التكلفة أو الإعلان التضليلي، بهدف تحويل الزبائن بشكل غير مشروع. يُؤكد النص على أن جلب الزبائن بوسائل غير نزيهة هو ما يُعدّ منافسة غير مشروعة، بغض النظر عن تحديد هذه الوسائل بدقة.