**Действия по недобросовестной конкуренции в области рекламы**

Что такое реклама известно каждому. Она столь прочно вошла в современную жизнь, что стала неотъемлемым компонентом современной культуры. Реклама – не только двигатель торговли и эффективное средство информирования потребителя о свойствах товаров и услуг, но и фактор формирующий предпочтения больших социальных групп. Но как быть, если она вводит Вас в заблуждение, не соответствует действительности или вообще приносит вред? Тогда речь идет о ненадлежащей рекламе: недобросовестной или недостоверной. Эти категории объединяют в себе огромный «набор» **действий** **по недобросовестной конкуренции в области рекламы.**

Действия, совершаемые в рамках недостоверной рекламы, характеризуются следующими признаками:

* некорректное сравнение товара с другими, произведенными конкурентами;
* под видом одного товара рекламируется другой;
* реклама использует товарный знак или знак обслуживания, тождественные или сходные до степени смешения с используемыми другими продавцами или производителями;
* реклама наносит ущерб деловой репутации конкурента или другого производителя
* с реклама одержит признаки акта недобросовестной конкуренции согласно антимонопольному законодательству России и др.

Реклама недостоверная тоже имеет признаки. Их значительно больше, поэтому перечислим основные из них.

Так, подобная реклама :

* содержит ложные указания относительно стоимости, порядке оплаты, ассортименте, комплектации товара;
* вводит в заблуждение относительно условий гарантии, обслуживания, обмена, либо доставки;
* имеет ложные указания на потребительские свойства, происхождение, назначение, способ или дату изготовления, особенности применения товара;
* распространяет информацию, несоответствующую действительности относительно наград (призов, медалей, дипломов) полученных товаром на выставках или конкурсах, иных знаках отличия;
* содержит ложные данные о проведении испытаний, экспертизе качества;
* включает ложные указания на предоставление преимуществ покупателю данного товара и др.

Как видим, любые **действия по недобросовестной конкуренции в области рекламы** призваны ввести в заблуждение потребителя и принудить приобрести продукт, заведомо не соответствующий действительным его свойствам. Это, безусловно, противозаконно. Согласно Федеральному закону «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, любая реклама должна быть достоверной и добросовестной. Любого рода обман или попытки дезинформировать покупателя не допускаются.

Можно выделить и другие аспекты **недобросовестной конкуренции в области рекламы.** Они не обязательно касаются характеристик товара, а могут эксплуатировать и стимулировать низменные побуждения человека, призывать к нарушению законности и правопорядка, формировать негативное отношение к людям, не использующим рекламируемую продукцию, использовать оскорбительные образы или символы и тд.

Данные меры могут иметь мощное деструктивное воздействие на психику человека, пробудить симпатию или наоборот, отвергнуть от приобретения конкретного товара или услуги.

Учитывая негативные последствия любых форм **действий по недобросовестной конкуренции в области рекламы**  закон запрещает их к использованию. Ограничения распространяются на любые источники информации, вне зависимости от специфики распространения последней.

Меры воздействия в отношении нарушителя применяются в порядке установленном законодательством, и предполагают гражданско-правовую, административную и уголовную ответственность. Как поступить в конкретном случае подскажет юрист.