

dr Anita Kubanek
Wydział Prawa i Ekonomii
Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

**KRYPTOREKLAMA JAKO CZYN NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI, ZE
SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM DZIAŁALNOŚCI INFLUENCERÓW**

ABSTRAKT

Gospodarka wolnorynkowa, mnogość pomiotów gospodarczych oraz postępujący rozwój mediów społecznościowych i reklamy w Internecie sprawiły, że przedsiębiorcy (właściciele marek) częściej sięgają do praktyk, które godzą w uczciwą konkurencję, uczciwe praktyki rynkowe czy interes konsumentów. Jedną z nich jest wykorzystywanie kryptoreklamy w celu wprowadzenia odbiorców w błąd, że informacja ma charakter neutralny. Dostrzegł ten problem Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów i rozpoczął działania mające na celu nie tylko przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom, ale również karanie sprawców czynów nieuczciwej konkurencji. W referacie zaprezentowano analizę powyższego problemu.