

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

### **Arbitrážny nález**

Arbitrážna komisia Rady pre reklamu (ďalej len „Komisia“) ako orgán Rady pre reklamu (ďalej len „Rada“) príslušný podľa článku 5, druhej hlavy I. časti Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len „Kódex“) postupom podľa čl. IV Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Poriadok“) vydáva v súlade s čl. V ods. 1 a 2 Poriadku tento

### **n á l e z :**

**On-line reklama (Facebook) „Najlepšie hodnotené letné tábory“,  
zadávateľ: Cestovná kancelária Vida s. r. o.**

**nie je v rozpore**

**s ustanoveniami Kódexu.**

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Martin, voči on-line reklame „Najlepšie hodnotené letné tábory“ zadávateľ: Cestovná kancelária Vida s. r. o. Sťažovateľ poukazuje na to, že zadávateľ reklamy v texte reklamy uvádza: "Najlepšie hodnotené letné tábory". Toto tvrdenie považuje jednak za klamlivé a jednak za nepodložené. Napríklad podľa hodnotení na stránkach Facebooku, má CK Vida hodnotenie 88% (<https://www.facebook.com/vidajezivot> ) a CK Wachumba 94% (<https://www.facebook.com/Wachumba> ). Podľa názoru sťažovateľa by teda mali daný text úplne zmeniť alebo upresniť, podľa čoho k danému tvrdeniu prišli.

Zadávateľ vo svojom stanovisku uvádza, že pri zadávaní reklamy vychádzal z Google recenzií, ktoré považuje za najviac relevantné a najľahšie dostupné pre širokú verejnosť. Pre porovnanie tam má CK Vida známku 4,8 pri počte recenzií 329 a CK Wachumba 4,7 pri počte 139 recenzií. Preto považuje toto tvrdenie za relevantné.

### **Popis reklamy:**

On-line reklamná kampaň na Facebooku je zložená z niekoľkých vizuálov, pričom každý obsahuje krátke video z detského tábora organizovaného zadávateľom. Texty sponzorovaných postov sú nasledovné:

1. „Letný tábor Vida YouTube. Najlepšie hodnotené letné tábory. Hostia z YouTube a strižňa. Bojnice – Kúpalisko a ZOO“.
2. „Letný tábor Vida Junior 6+. Najlepšie hodnotené letné tábory. Pod dohľadom pedagógov. Bojnice a množstvo výletov. Divadelné predstavenie.“
3. „Letný tábor Vida Army. Najlepšie hodnotené letné tábory. Airsoft a Downtown aréna. Návšteva profi vojakov. Laser game a tematické aktivity.“
4. „Letné tábory CK Vida. Najlepšie hodnotené letné tábory. Viac ako 20-tisíc spokojných detí. Široká ponuka tematických táborov. Špičkové rekreačné zariadenia.“
5. „Letný tábor Viva La Vida. Najlepšie hodnotené letné tábory. Náš najväčší letný tábor. Športoviská a bazén. Workshopy a atrakcie.“

### **Názor Komisie:**

Komisia preskúmala sťažnosť a dôkazový materiál a na základe skutočností, ktoré sú jej známe a z dostupných informácií dospela k týmto záverom:

V zmysle Kódexu reklama nesmie použiť žiaden superlatív, osobitne „najlepší“, „najlacnejší“, „najrýchlejší“, „najkvalitnejší“ a obdobné, bez jednoznačného a hodnoverného preukázania pravdivosti a oprávnenosti takéhoto tvrdenia, ktoré sa viaže na celý produkt (čl. 15 ods. 4 Kódexu). Zadávateľ využil superlatív v kontexte tvrdenia „Najlepšie hodnotené letné tábory“. Komisia vychádzala pri posudzovaní využitia uvedeného superlatívu z tvrdenia a podkladov zadávateľa, ktorý odôvodnil jeho využitie na základe hodnotení (recenzií) vo vyhľadávači Google, pričom v rámci tohto hodnotenia uvedená spoločnosť skutočne dosahuje popredné priečky, resp. s ohľadom na konkurenčné subjekty má najvyššie hodnotenie a to aj vo vzťahu k celkovému počtu recenzií. Komisia je preto toho názoru, že zadávateľ v danom prípade dostatočne preukázal opodstatnenosť uvedeného superlatívu a jeho využitie považuje za oprávnené. Vo vzťahu k námietke sťažovateľa, že podľa „hodnotení“ na stránkach Facebooku, má CK Vida hodnotenie 88% a CK Wachumba 94%, Komisia v danom prípade brala do úvahy skutočnosť, že na sociálnej sieti Facebook sa objavujú recenzie v podobe odporúčaní, nie hodnotení. V predmetnej reklame zadávateľ nekomunikuje uvedený superlatív v kontexte „odporúčaní“, ale práve s ohľadom na „hodnotenie“, opodstatnenosť ktorého preukázal, a preto sa Komisia s námietkou sťažovateľa nestotožnila.

Komisia si však dovoľí dať zadávateľovi do pozornosti, že v prípade takto využitého superlatívu je potrebné brať do úvahy aj skutočnosť, že v rámci konkurenčného súťaženia môže dôjsť v rámci hodnotení k zmene, čo si vyžaduje neustále sledovanie parametrov konkurencie vo vzťahu k recenziám a hodnoteniu, a preto odporúča zadávateľovi do budúcnosti, ak to povaha samotného reklamného nosiča umožňuje, bližšie špecifikovať zdroj hodnotenia, prípadne uviesť aj obdobie k akému dátumu bolo tvrdenie platné.

**Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 23. 1. 2025 hlasovaním rozhodla, že on-line reklama „Najlepšie hodnotené letné tábory“, zadávateľa Cestovná kancelária Vida s. r. o. nie je v rozpore s ustanoveniami Kódexu a sťažnosť sťažovateľa nie je opodstatnená.**

**Poučenie:**

Zadávateľ reklamy alebo sťažovateľ môžu požiadať Radu o preskúmanie nálezu v lehote do troch pracovných dní od odoslania nálezu, len ak zaplatia poplatok a

- a) vyšli najavo nové skutočnosti alebo dôkazy, ktoré mohli mať podstatný vplyv na posúdenie reklamy a nemohli sa v konaní uplatniť bez zavinenia osoby, ktorá o preskúmanie žiada,
- b) namieta sa porušenie Poriadku alebo
- c) namieta sa neoznámenie konfliktu záujmov niektorého člena Komisie.

Poplatok spojený s preskúmaním nálezu vo výške 30 EUR pre fyzickú osobu alebo 300 EUR pre právnickú osobu je potrebné uhradiť na č. účtu Rady: IBAN SK15 1100 0000 0026 2210 7629. Variabilný symbol: číslo sťažnosti uvedené v záhlaví tohto nálezu.

V Bratislave, dňa 3.2.2025

Mária Tóthová Šimčáková v.r.  
predsedníčka Komisie