

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 :

**Reklamná kampaň „Dobrá DPH, žiadna DPH!“
zadávatel'a: TESCO STORES SR, a.s.**

je v rozpore

s ustanovením čl. 10 ods. 3 a čl. 14 ods. 1 prvá veta Kódexu.

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres neznámy, voči on-line reklame „Znížili sme DPH na stovkách potravín,“ zadávatel'a: TESCO STORES SR, a.s. Sťažovateľ poukazuje na to, že aktuálna reklamná kampaň „Znížili sme DPH na stovkách potravín“ spoločnosti môže porušovať pravidlá, pretože v nej uvádza: "Znížili sme DPH z 10 % na 0 %". Sťažovateľ upresňuje, že v reklamnej kampani nie je presne uvedená výška zliav a reklama môže byť považovaná za zavádzajúcu, keďže nákup bez DPH na Slovensku nie je možný a legálny. Podľa sťažovateľ'a na internetovej stránke zadávatel'a je zľava kvázi vysvetlená, avšak má za to, že nie dostatočne, ani správne a navyše nie je možné v reklamnom spote propagovať tovar a predaj bez DPH. Podľa sťažovateľ'a sa predmetná reklama javí ako zavádzajúca a klamlivá, keďže uvádza, že spotrebiteľ nakupuje v určitom období „bez DPH“ resp. s nulovou DPH.

Zadávatel' v rámci svojho stanoviska dáva na začiatku do pozornosti, že celý oficiálny názov reklamnej kampane, na ktorú sa sťažovateľ odvoláva, a ktorý znie: „Dobrá DPH, žiadna DPH!“ Sťažovateľ podľa zadávatel'a nesprávne označil vo svojej sťažnosti názov kampane ako „Znížili sme DPH na stovkách potravín.“ Podľa zadávatel'a je už z podania zrejmé, že sťažovateľ nevedel názov kampane správne. Pri posudzovaní reklamy zo strany spotrebiteľ'a je podľa zadávatel'a dôležité, aby čítal s porozumením a zohľadnil tak všetky informácie v reklame - jej širší kontext a kreatívny zámer. Priemerný spotrebiteľ by nemal hodnotiť obsah reklamy izolovane podľa názvu alebo vytrhnutý z kontextu. Priemerný spotrebiteľ, ktorý má bežné znalosti a skúsenosti, je schopný rozlíšiť reklamné vyjadrenia od faktov a chápe, že formulácia reklamy, ktorá zdôrazňuje obchodnú stratégiu predávajúceho, má za cieľ zvýrazniť výhodnosť ponuky, a to prostredníctvom pútavého sloganu. Zadávatel' rozhodne nesúhlasí s názorom sťažovateľ'a uvedeného v sťažnosti, v ktorej tvrdí, že „reklamná kampaň je klamlivá a môže porušovať pravidlá, pretože neuvádza presnú výšku zliav“. Dodáva, že hlavný slogan kampane „Dobrá DPH, žiadna DPH“, či sa už jedná o TV spot, banner, leták alebo štítky označujúce tovar v obchodoch, je v každom prípade vyobrazený spolu s vysvetľujúcou vetou „Znížili sme DPH z 10% na 0% na stovkách potravín. Zákazník získa zľavu na vybrané produkty minimálne v sume zodpovedajúcej zníženej sadzbe DPH z 10 % na 0 %. Zľava platí od 27. 12. 2024 do 31. 1. 2025 na vybrané produkty.“ Zároveň prikladá súčasné vyobrazenie komunikácie Príloha č. 1. Podľa zadávatel'a z toho jasne vyplýva, že výška zľavy, ktorú na vybraných potravinách komunikuje, zodpovedá zníženej sadzbe DPH. Dopĺňa, že na internetovej stránke www.tesco.sk ďalej vysvetľujú, že produkty so zníženou cenou o hodnotu ich DPH budú v predajniach jasne označené špeciálnym červeno-modrým logom 0 %, aby zákazníkom uľahčili orientáciu v sortimente a umožnili im ľahko rozpoznať produkty, na ktoré sa zníženie vzťahuje.

Podľa zákona o ochrane spotrebiteľa je obchodník povinný označiť len konkrétny tovar predajnou, resp. jednotkovou cenou a komunikovať zľavu z pôvodnej ceny tovaru určitým spôsobom. Zadávatel' hovorí, že postupuje pri označovaní tovaru cenou v predajniach v súlade s vyššie uvedeným zákonom. Ďalej dodáva, že podľa čl. 14 Etického kódexu reklamnej praxe, sa za klamlivú reklamu považuje reklama, ktorá a) uvádza priemerného spotrebiteľa do omylu alebo podstatne narušuje či je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu spôsobom, ktorý mu bráni urobiť kvalifikované rozhodnutie alebo b) sprostredkúva nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom informácie podstatné pre priemerného spotrebiteľa na to, aby urobil kvalifikované rozhodnutie alebo c) využíva inú klamlivú obchodnú praktiku. Podľa zadávateľa vyššie uvedené ustanovenie Etického kódexu nijakým spôsobom neustanovuje povinnosť uskutočňovať len kampaň s konkrétnym percentom alebo konkrétnou cenou/zľavou. Kampaň môže byť podľa zadávateľa založená na viacerých princípoch a viacerých komunikačných správach, ktoré však nemôžu byť klamlivé a zavádzajúce. Tomuto podľa zadávateľa predmetná kampaň plne zodpovedá. Zároveň dodáva, že je dôležité, aby reklama nebola zavádzajúca a aby spotrebiteľ dostal jasnú informáciu, kde a ako môže zľavu nájsť. Zadávatel' sa rozhodne nestotožňuje s názorom, že kampaň „Dobrá DPH, žiadna DPH“ je klamlivá, keďže podľa neho nijakým spôsobom spotrebiteľa nezavádza, iba ho upozorňuje, že ponúka zľavu na vybrané produkty, ktoré nájde zákazník v obchode označené cenou a reklamným štítkom. V súvislosti s námietkou sťažovateľa, že „reklama sa javí zavádzajúca a klamlivá, keďže uvádza, že spotrebiteľ nakupuje v určitom období bez DPH, resp. s nulovou DPH“ si zadávateľ stojí za tým, že kampaň je zrozumiteľne komunikovaná, určitá a jednoznačná a je podľa neho v záujme zachovania objektívnosti nutné pri posúdení reklamy zohľadniť predpokladané vnímanie bežne informovaného a primerane pozorného priemerného spotrebiteľa a nezakladať ho na subjektívnom názore jednej osoby. V tomto prípade sa dá podľa zadávateľa predpokladať, že bežný spotrebiteľ ako nakupujúci jasne a zrozumiteľne vníma obsah reklamy s jednoznačným významom, že zadávateľ ponúka zľavu na tovar, ktorej výška zodpovedá zníženej sadzbe DPH z celkovej pôvodnej predajnej ceny tovaru, ako je uvedené v právnom texte k tejto reklamnej akcii. Zadávatel' v rámci svojho stanoviska dal do pozornosti, že kampaň je na webe zadávateľa, takisto aj na všetkých reklamných komunikáciách súvisiacich s kampaňou, uvedená nasledovne: „Dobrá DPH, žiadna DPH. Znížili sme DPH z 10% na 0% na stovkách potravín. Zákazník získa zľavu na vybrané produkty minimálne v sume zodpovedajúcej zníženej sadzbe DPH z 10 % na 0 %. Zľava platí od 27. 12. 2024 do 31. 1. 2025 na vybrané produkty.“ Dodáva, že z právnych dôvodov nemôže zadávateľ odpočítat' DPH a pokladničný blok bude DPH obsahovať. Mám za to, že priemerný spotrebiteľ by si mal vedieť vyhodnotiť informáciu a mal by mať všeobecnú znalosť o tom, že predaj tovaru bez DPH podľa slovenského právneho poriadku nie je možný, a preto to ani zadávateľ netvrdí. Doplnil, že v žiadnej komunikácii neuvádza, že zákazník DPH nezaplatí. Reklama je podľa neho v súlade s Kódexom Rady pre reklamu a nie je pre spotrebiteľa zavádzajúca, a to aj s prihliadnutím na vysvetlenie fungovania akcie. Samotným znením „Dobrá DPH, žiadna DPH“ zadávateľ netvrdí, že tovar bude predávať bez DPH, iba ním konštatuje, že najlepšia DPH je, keď sa žiadna k cene tovaru nepripočíta, preto spotrebiteľom dáva zľavu v jej hodnote. Zadávatel' sa ďalej nestotožňuje s tvrdením sťažovateľa, že „zľava na internetovej stránke je len kvázi vysvetlená, avšak nie dostatočne a správne.“ Podľa neho na stránke www.tesco.sk v sekcii Akcie a súťaže je jednoznačne a určite vysvetlená kampaň, ktorá uvádza trvanie zľavy, okruhy vybraných základných produktov, na ktoré sa zľava vzťahuje a označenie kampane v predajniach, ktoré má zákazníkom uľahčiť orientáciu v sortimente. Informácie o komunikácii kampane sú podľa zadávateľa overiteľné na internete tu:

- <https://tesco.sk/akciovce-ponuky/akcie-a-sutaze/znizili-sme-dph/>
- <https://sita.sk/tesco-znizuje-ceny-o-hodnotu-dph-z-10-na-0-pri-stovkach-potravin/>

Zadávatel' ďalej vyjadril názor, že ak by reklamná kampaň bola nezrozumiteľná, nebola by v plnom rozsahu pochopená a reprodukováná ani rôznymi internetovými médiami, ktoré o kampani napísali nasledujúce:

Aktuality.sk - Kampaň „Dobrá DPH, žiadna DPH!“ pomôže zákazníkom v Tesco ušetriť ešte viac ako tradične a odstrihne hodnotu DPH 10 % z cien vybraných potravín až na nulu! Cenu ako bez DPH budú mať v Tesco stovky základných potravín, ktoré pokrývajú potreby zákazníkov každý deň.

openiazoch.zoznam.sk - V Tesco sú lacnejšie potraviny do konca januára. Zníženie cien o hodnotu ich DPH na 0 percent sa má týkať širokej škály základných potravín, ako sú pečivo, ovocie a zelenina, mlieko, jogurty, syry a ďalšie mliečne výrobky, viaceré druhy kuracieho, morčacieho, bravčového či hovädzieho mäsa, ryby, šťavy, džúsy, kaše aj med. Táto akcia ale platí len do 31. januára 2025.

refresher.sk –Tesco na Slovensku spustilo kampaň „Dobrá DPH, žiadna DPH!“, ktorá prináša zákazníkom výrazné zľavy na stovky základných potravín. Ceny vybraných produktov budú znížené o hodnotu DPH 10 % až na nulu.

techbyte.sk - Tesco informovalo na svojom webe, že znižuje ceny o hodnotu DPH z 10 percent na 0 percent. Platí to však len pri vybraných potravinách a počas časovo ohraničenej doby. Spoločnosť tvrdí, že takto znížila ceny stovkám potravín.

Vzhľadom na vyššie uvedené úryvky z internetových článkov má zadávateľ za to, že reklama bola zrozumiteľná, nakoľko bola v plnom rozsahu pochopená aj zo strany médií. V žiadnom z článkov, ktoré boli napísané a zverejnené bez iniciatívy zadávateľa, sa neuvádza, že spotrebiteľ DPH nezaplatí, píše sa tam iba o zľave v hodnote DPH, ktorú zákazník na vybrané produkty pri nákupe dostane. Zadávatel' uvádza informácie o komunikácii kampane uverejnené na internete nezávisle od zadávateľa tu:

- <https://www.aktuality.sk/clanok/rHlkWTh/tesco-znizuje-ceny-o-hodnotu-dph-z-10-percent-na-0-percent-pri-stovkach-potravin/>

- <https://openiazoch.zoznam.sk/retail/budu-potraviny-naozaj-lacnejšie-velke-retazce-prekvapili-svojimi-krokmi/>

- <https://news.refresher.sk/173321-V-Tesco-teraz-nakupis-stovky-potravin-bez-DPH-Neuveritelna-akcia-je-casovo-obmedzena>

- <https://www.techbyte.sk/2024/12/popularny-retazec-zrazi-dph-10-na-0-percent/>

V závere svojho vyjadrenia zadávateľ dodáva, že komunikácia „Dobrá DPH, žiadna DPH“ je odkazom pre spotrebiteľa, ktorý hovorí o tom, že sa zadávateľ rozhodol investovať do svojich zákazníkov a podporiť ich práve v čase, keď sú výdavky na domácnosť najvyššie. Znížením cien o hodnotu DPH z 10% na 0% na sortiment základných potravín chce uľahčiť zákazníkom každodenné nákupy a prispieť k dostupnosti kvalitných potravín pre všetkých.

Na základe skutočností uvedených v tomto vyjadrení má zadávateľ za to, že reklamná kampaň je vysvetlená dostatočne a určite v rámci komunikácie k zákazníkom, reklama podľa neho neporušuje ustanovenia Kódexu, nie je klamlivá ani zavádzajúca, ani netvrdí, že spotrebiteľ v určitom období kúpi tovar bez DPH, resp. s nulovou DPH.

Popis reklamy:

Web stránka zadávateľa:

Na web stránke zadávateľa: Znížili sme DPH na stovkách potravín. | Tesco (<https://tesco.sk/akciove-ponuky/akcie-a-sutaze/znizili-sme-dph/>) je v hornej časti headline: „Znížili sme DPH na stovkách potravín,“ pod ním informácia: „Platnosť: 27.12.2024 - 31.01.2025.“ Nasleduje grafický banner, na ktorom je v pravej časti veľká 0 (nula), v ktorej je text: „Dobrá DPH, žiadna DPH.“ Vpravo nad 0 je symbol %. Na ľavej strane bannera je text: „Znížili sme DPH z 10% na 0% na stovkách potravín.“ Pod grafickým bannerom je text: „Zákazník získa zľavu na vybrané produkty minimálne v sume zodpovedajúcej zníženej sadzbe DPH z 10 % na 0 %. Zľava platí od 27. 12. 2024 do 31. 1. 2025 na vybrané produkty. Zníženie cien o hodnotu ich DPH na 0 % sa bude týkať širokej škály základných potravín, ako sú pečivo, ovocie, zelenina, mlieko a ďalšie mliečne výrobky. A aj viacerých druhov kuracieho, morčacieho, bravčového či hovädzieho mäsa, ryby, šťavy, džúsy, kaše aj med. Produkty so zníženou cenou o hodnotu ich DPH budú jasne označené špeciálnym červeno-modrým logom 0 %. Toto označenie zákazníkom uľahčí orientáciu v sortimente a umožní im ľahko rozpoznať produkty, na ktoré sa

zniženie vzťahuje. Tesco pre zákazníkov dlhodobo ponúka rôzne cenové programy ako sú Garancia nízkych cien a Clubcard aj mimo špeciálnych akcií. Iné zľavy môžete uplatniť jednoducho pomocou aplikácie Clubcard – stačí naskenovať QR kód.“ Pod textom je QR kód a text: „alebo kliknite na tlačidlo podľa zariadenia“ a ikonky aplikácií App Store a Google Play.

Na web stránke zadávateľ'a: Tesco znižuje ceny o hodnotu DPH z 10 % na 0 % pri stovkách potravín (<https://corporate.tesco.sk/tesco-znizuje-ceny-o-hodnotu-dph-z-10-na-0-pri-stovkach-potravin/>) sa nachádza pod ilustračným obrázkom, na ktorom je zobrazená zamestnankyňa spoločnosti TESCO v pracovnom odevе nasledovný text (vychádzajúci z tlačovej správy spoločnosti TESCO STORES SR, a.s.): „Tesco znižuje ceny o hodnotu DPH z 10 % na 0 % pri stovkách potravín. 27 December 2024. Kampaň „Dobrá DPH, žiadna DPH!“ pomôže zákazníkom v Tesco ušetriť ešte viac ako tradične a odstrihne hodnotu DPH 10 % z cien vybraných potravín až na nulu! Cenu ako bez DPH budú mať v Tesco stovky základných potravín, ktoré pokrývajú potreby zákazníkov každý deň. Tesco tak pomôže slovenským domácnostiam nakupovať lacnejšie najmä v náročnom období po Vianociach a na začiatku nového roka. „Rozhodli sme sa investovať do našich zákazníkov a podporiť ich práve v čase, keď sú výdavky na domácnosť najvyššie. Od 27. decembra tohto roka zákazníci získajú zľavu na vybrané potraviny minimálne v sume zníženej sadzby DPH z 10 % na 0 %.[1] Znížením cien o hodnotu DPH na 0 % na široký sortiment základných potravín chceme uľahčiť zákazníkom každodenné nákupy a prispieť k dostupnosti kvalitných potravín pre všetkých,“ prezrádza Diana Golanová, marketingová riaditeľka Tesca, a dodáva: „Zákazník je pre nás vždy na prvom mieste, preto mu prinášame cenovo výhodné ponuky či už produktov vlastných značiek Tesco alebo značkových výrobkov, aby mal vždy možnosť vybrať si z našej ponuky to, čo mu najviac vyhovuje. Navyše, môže využiť ďalšie výrazné zľavy s vernostným programom Clubcard.“ Nasleduje čiara, pod ktorou je nasledovný text: „[1]Zľava platí od 27. 12. 2024 do 31. 1. 2025 na vybrané produkty. Zákazník získa zľavu na vybrané produkty minimálne v sume zodpovedajúcej zníženej sadzbe DPH z 10 % na 0 %. Zníženie cien o hodnotu ich DPH na 0 % sa bude týkať širokej škály základných potravín, ako sú pečivo, ovocie a zelenina (cibuľa, zemiaky, koreňová zelenina, uhorky, paradajky, šalát, tekvica, cuketa a pod.), mlieko, jogurty, syry a ďalšie mliečne výrobky, viaceré druhy kuracieho, morčacieho, bravčového či hovädzieho mäsa, ryby, šťavy, džúsy, kaše aj med. Produkty so zníženou cenou o hodnotu ich DPH budú jasne označené špeciálnym červeno-modrým logom 0 %. Toto označenie zákazníkom uľahčí orientáciu v sortimente a umožní im ľahko rozpoznať produkty, na ktoré sa zníženie vzťahuje.“

Plagáty zverejnené na predajniach:

Dominantným výrazovým prostriedkom je symbol číslice nula „0“, nad ktorým je symbol %. V číslici 0 sa nachádza text v znení: „Dobrá DPH, žiadna DPH.“ Pod ktorým sa nachádza text v znení: „Znížili sme DPH z 10% na 0% na stovkách potravín“. Nasleduje logo spoločnosti, pod ktorým je text v znení: „Zľava platí od 27. 12. 2024 do 31. 1. 2025 na vybrané produkty. Zákazník získa zľavu na vybrané produkty minimálne v sume zodpovedajúcej zníženej sadzbe DPH z 10 % na 0 %.“

Označenie konkrétnych produktov v zľave na predajniach:

Pri vybraných produktoch je uvedené označenie „Dobrá DPH, žiadna DPH“, sprevádzané symbolom „0“, nad ktorým je symbol %. Nasleduje text v znení: „Znížili sme DPH z 10% na 0% na stovkách potravín“.

Pri vybraných produktoch je umiestnený aj vizuál, obsah ktorého je totožný s vizuálom plagátov v predajniach.

TV spot:

V rámci TV spotu je v jeho závere informácia o uvedenej reklamnej akcii komunikovaná v rámci obrazovej aj zvukovej zložky. V obraze je prítomný vizuál k danej kampani - symbol číslice nula

„0“, nad ktorým je symbol %. V číslici 0 sa nachádza text v znení: „Dobrá DPH, žiadna DPH.“, pri ktorom sa nachádza text v znení: „Znížili sme DPH z 10% na 0% na stovkách potravín“, pod ktorým je text v znení: „Viac informácií nájdete na tesco.sk“ a text v znení: „Zľava platí od 27. 12. 2024 do 31. 1. 2025 na vybrané produkty. Zákazník získa zľavu na vybrané produkty minimálne v sume zodpovedajúcej zníženej sadzbe DPH z 10 % na 0 %.“

Obraz je sprevádzaný voice-overom v znení: „V Tesco sme znížili DPH z 10% na 0% na stovkách potravín. Tesco“.

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 klamlivá reklama je neprípustná (čl. 14 ods. 1 prvá veta). Rovnako tak Kódex kladie na reklamu požiadavku, aby bola spoločensky zodpovedná (čl. 10 ods. 3 Kódexu).

Dominantným výrazovým prostriedkom reklamnej kampane je headline v znení „Dobrá DPH, žiadna DPH.“, doplnený o symbol číslice „0“ % a textom v znení: „Znížili sme DPH z 10% na 0% na stovkách potravín“.

Komisia je toho názoru, že predmetná reklamná kampaň vytvára dojem, že výšku dane z pridanej hodnoty (DPH) určuje samotný obchodník, čo nie je v súlade s legislatívnym rámcom platným v Slovenskej republike. DPH je daň, ktorej výšku určuje zákon a jej zmena nie je v kompetencii obchodných subjektov. Formulácie uvedené v reklame tak môžu spotrebiteľ a podľa Komisie uviesť do omylu, že je to práve obchodný reťazec TESCO, ktorý určuje výšku DPH a umožňuje nákup tovaru s nulovou DPH, čo však nie je pravda.

Slovenský právny systém neumožňuje, aby akýkoľvek tovar alebo služba mali nulovú sadzbu DPH, s výnimkou vývozu alebo špecifických legislatívnych výnimiek, ktoré sa na túto kampaň nevzťahujú. Text „Znížili sme DPH z 10 % na 0 %“ podľa Komisie priamo navodzuje nesprávny dojem o uplatňovaní DPH a o tom, ako sú ceny stanovované v súlade s platnou legislatívou, resp. že existuje legislatívna možnosť kúpy vybraných výrobkov bez DPH, resp. s nulovou DPH. Reklama tak využíva legislatívny pojem DPH spôsobom, ktorý môže podľa Komisie pôsobiť zavádzajúco a vytvárať nesprávny dojem o zákonných a finančných podmienkach predaja. Je pravdou, že zadávateľ upresňuje túto formuláciu prostredníctvom podrobnejších informácií na webových stránkach alebo v právnych textoch, avšak Komisia je toho názoru, že z uvedenej formulácie nie je dostatočne zrejmý ani mechanizmus, ani výška zľavy, ktorú obchodník v danom prípade skutočne ponúka a to aj s ohľadom na kontext nedávnych legislatívnych zmien, ktoré priniesli nové sadzby DPH. Hoci zadávateľ kampaň bližšie vysvetľoval textom: „Zákazník získa zľavu na vybrané produkty minimálne v sume zodpovedajúcej zníženiu sadzby DPH z 10 % na 0 %. Zľava platí od 27.12.2024 do 31.1.2025,“ z reklamy ani z textu nie je jasné, z akej ceny by mala byť zľava vo výške 10 % uplatnená, keďže okrem iného sa od 1.1.2025 v Slovenskej republike legislatívne znížila sadzba DPH z 10 % na 5 % na vybrané druhy tovarov a služieb. Uvedená skutočnosť môže spotrebiteľov objektívne uviesť do omylu a pôsobiť nejednoznačnosťou ohľadom toho, aká cena tovaru je správne zohľadnená pri výpočte zľavy. Komisia je toho názoru, že v období, keď je náročné už samotné pochopenie toho, aká sadzba DPH platí pre konkrétne druhy tovaru, by mal zadávateľ venovať zvýšenú pozornosť prezentácii podmienok uvedenej akciovej ponuky, ktoré by mali byť jasné a zrozumiteľné, pričom z uvedenej reklamy jednoznačná interpretácia nevyplýva.

Komisia taktiež zastáva názor, že headline v znení „Dobrá DPH, žiadna DPH“ môže navodzovať dojem, že DPH nie je potrebná, dokonca až zbytočná („dobrá DPH, žiadna DPH), alebo že sa dá úplne eliminovať a to aj napriek tomu, že zákony jasne určujú výšku DPH, ktorú obchodníci nemôžu jednostranne zmeniť. Tento text môže spotrebiteľov zmiasť, pretože sugeruje, že existuje možnosť, ako úplne odstrániť DPH z ceny tovaru obchodníkom, čo je podľa Komisie v rozpore s právnymi predpismi. Kampaň tak môže vyvolať mylný dojem, že DPH je daň, ktorú si môžu

obchodníci jednoducho „odstrániť“ podľa vlastného uváženia, čo nie je pravda, a preto má Komisia za to, že reklamná kampaň je klamlivá a nebola pripravovaná s pocitom zodpovednosti voči spotrebiteľom.

V závere Komisia odporúča, aby sa zadávateľ v budúcnosti vo svojich reklamných kampaniach vyhol akýmkoľvek vyjadreniam, ktoré naznačujú, že výška DPH (alebo iných daní) môže byť znížená alebo úplne odstránená. Odporúča, aby boli všetky akcie a zľavy jasne definované v súlade so zákonnými predpismi, bez spojitosti s danými daňovými sadzbami, čím sa zamedzí vytváraniu mylnej predstavy o možnostiach manipulácie s daňovými sadzbami.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 23. 1. 2025 hlasovaním rozhodla, že reklamná kampaň „Dobrá DPH, žiadna DPH!“, zadávateľ'a: TESCO STORES SR, a.s. je v rozpore s ustanoveniami čl. 10 ods. 3 a 14 ods. 1 prvá veta Kódexu a sťažnosť sťažovateľ'a je opodstatnená.

Komisia preto v súlade s čl. V ods. 2 písm. a) Poriadku apeluje na zadávateľ'a reklamy, ktorý sa vyzýva k zmene alebo úprave posúdenej reklamy a k zamedzeniu jej ďalšieho šírenia v predmetnej podobe.

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