

\* \* \*

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

**Arbitrážny nález****k sťažnosti zaevidovanej pod č. 62 (10-04)**

Arbitrážna komisia Rady pre reklamu (ďalej len „Komisia“) ako orgán Rady pre reklamu (ďalej len „Rada“) príslušný podľa článku 5 Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len „Kódex“) postupom podľa § 24 Opčného protokolu k Etickému kódexu reklamnej praxe o reklamnej praxi pri šírení mediálnej komerčnej komunikácie (ďalej len „Protokol“) a podľa Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Poriadok“) s poukazom na § 130 ods. 1 a 4 a § 131 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) (ďalej len „Zákon“) **vydáva** po predbežnom posúdení sťažnosti spravodajským senátom Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „senát“) v súlade s § 24 Protokolu a čl. V ods. 1 a 2 Poriadku tento

**n á l e z :**

Odvysielaním reklamy (sponzorského odkazu) "Ararat" (dňa 30.11.2025) vo vysielaní programovej služby Jednotka, strana Protokolu – vysielateľ televíznej programovej služby spoločnosť Slovenská televízia a rozhlas

**neporušila pravidlá Protokolu**  
vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona.

**Odôvodnenie****I. Obsah sťažnosti**

1. Rada obdržala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Ilava, voči šíreniu sponzorskému odkazu "Ararat", ktorý bol odvysielaný vo vysielaní STVR (Jednotka) dňa 30.11.2025 cca o 20:30 h.
2. Sťažovateľ uvádza nasledovné: „Reklama na alkohol Ararat bola odvysielaná pred 22.00h. na RTVS pred programom Pečie cele Slovensko čas o cca 20.30 h.“

**II. Popis predmetu sťažnosti**

3. Predmetný komunikát má podobu sponzorského odkazu, klienta Pernod Ricard Slovakia s.r.o., ktorý bol dňa 30.11.2025 odvysielaný na programovej službe Jednotka pred (v čase 20:37 hod) a po skončení (v čase 22:15 hod) programu „Pečie celé Slovensko“.
4. Sponzorský odkaz sa začína záberom na čerešňu na torte. Postupne sa v zábere objavujú 2 fľaše Ararat brandy spolu s pohárom, v ktorom je predmetný nápoj. Voice over hovorí: „Čerešničkou na torte príjemného večera je chuť legendárnej arménskej brandy. Tento program vám prináša hrdý partner Ararat.“ V obraze je logo Ararat, 2 fľaše brandy, pohár brandy s logom Ararat a v pozadí torta s čerešňou navrchu. V spodnej časti obrazu je umiestnený text v znení: „Sponzorom programu je Pernod Ricard Slovakia“.

**III. Pôsobnosť Protokolu**

5. Šíriteľ je stranou Protokolu podľa § 2 ods. 3 písm. a) Protokolu, preto je daná personálna pôsobnosť Protokolu.

6. Protokol sa vzťahuje na komunikát, na ktorý sa vzťahuje Kódex, šírený v televíznom vysielaní. Komunikát sa šíril prostredníctvom televíznej programovej služby strany Protokolu.

7. Predmetný komunikát sa šíril prostredníctvom televízneho vysielania širiteľa na území Slovenskej republiky, preto je daná teritoriálna pôsobnosť Protokolu.

8. K šíreniu predmetnej reklamy došlo po dni, v ktorom sa stal podľa § 33 ods. 1 Protokol záväzný voči širiteľovi, čím je daná aj časová pôsobnosť Protokolu.

#### **IV. Východiská posudzovania reklamy**

9. Protokol v súlade s jeho účelom nadväzuje predovšetkým na čl. 25 Kódexu (odsek 3 preambuly Protokolu), ktorého podstatou je zabrániť šíreniu reklamy, pokiaľ je potenciálne v rozpore so zákonom. Protokol preto vychádza zo zákonných ustanovení právneho poriadku Slovenskej republiky regulujúcich mediálnu komerčnú komunikáciu v televíznom vysielaní, rozhlasovom vysielaní a v audiovizuálnych mediálnych službách na požiadanie (odsek 6 preambuly Protokolu).

10. V nadväznosti na to aj Komisia priamo či prostredníctvom svojho senátu posudzuje šírenie reklamy v rámci etických pravidiel Protokolu recipujúcich zákonné ustanovenia regulujúce šírenie reklamy tak, že pri posudzovaní súladu s pravidlami Protokolu vychádza z toho, či môže šírená reklama obstáť popri zákonných ustanoveniach, ktoré Protokol recipuje.

11. Na rozdiel od ustanovení vlastného Kódexu sú pravidlá Protokolu upravujúce šírenie reklamy (mediálnej komerčnej komunikácie) len také prísne, aké prísne sú zákonné ustanovenia, ktoré sa do pravidiel Protokolu recipovali.

12. Preto pokiaľ by reklama mohla obstáť popri norme ustanovenej všeobecne záväzným právnym predpisom, môže obstáť aj popri pravidle Protokolu, do ktorého sa predmetná norma recipovala.

#### **V. Predmet sťažnosti z pohľadu pravidiel Protokolu**

13. Vysielateľ programovej služby a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie sú povinní zabezpečiť, aby program alebo séria programov, ktoré sú čiastočne alebo ako celok sponzorované, boli zreteľne označené sponzorským odkazom na začiatku programu, v úvodných titulkoch programu, počas programu, po prerušení programu, v záverečných titulkoch programu alebo na konci programu (§13 ods. 1 Protokolu).

14. Cieľom sponzorovania je propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity osoby, ktorá plnenie poskytla a tieto informácie môžu byť uvedené v sponzorskom odkaze (§13 ods. 2 Protokolu).

15. Mediálna komerčná komunikácia musí byť ľahko odlíšiteľná od iných zložiek programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie (§15 ods. 1 Protokolu).

16. Protokol v predmetnom prípade prihliada pri šírení reklamy alkoholických nápojov na § 80 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách), v zmysle ktorého „vysielateľ, ktorý nepodlieha niektorému zo samoregulačných mechanizmov zapísaných do evidencie podľa tohto zákona, regulujúcich oblasť mediálnej komerčnej komunikácie, je povinný zabezpečiť, aby sa mediálna komerčná komunikácia, okrem umiestňovania produktov, na liehoviny nevysielala v čase od 6.00 hod. do 20.00 hod.“

17. Mediálna komerčná komunikácia, ktorá sa týka alkoholických nápojov sa nesmie zameriavať na maloletých či nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov (§ 9 ods. 1 písm. a) a b) Protokolu).

#### **VI. Stanovisko širiteľa k predmetu sťažnosti**

18. Širiteľ bol 1.12.2025 vyzvaný, aby sa k šíreniu komunikátu, ktorý je predmetom sťažnosti vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 8.12.2025.

19. Širiteľ poskytol prostredníctvom svojho právneho zástupcu Komisii vyjadrenie dňa 8.12.2025, v ktorom uviedol, že STVR odvysielala dňa 30.11.2025 v čase o 20:37 hod. a o 22:15 hod. na svojej televíznej programovej službe s názvom „Jednotka“ mediálnu komerčnú komunikáciu, predmetom ktorej bol sponzorský odkaz klienta Pernod Ricard Slovakia na brandy s názvom Ararat (ďalej len sponzorský odkaz). V súlade s § 13 Protokolu, sponzorský odkaz, bol zreteľne ako sponzorský odkaz označený. Počas trvania sponzorského odkazu sa v obraze zobrazila informácia: Sponzorom programu je Pernod Ricard Slovakia. Počas jeho trvania v zvuku okrem iného odznie: „Tento program Vám prináša hrdý partner Ararat.“ V nadväznosti na uvedené je STVR toho názoru, že predmetný sponzorský odkaz je v súlade aj s § 15 ods. 1 Protokolu, keďže s ohľadom na jeho obsah, tento nemožno vyhodnotiť inak ako sponzorský odkaz. Čo sa týka predmetného sponzorského odkazu, tento neobsahuje skutočnosti, ktoré by mali potenciál narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých. Sponzorský odkaz necieľi na maloletých a maloletí sa v ňom žiadnym spôsobom (v obraze a ani v zvuku) nezobrazujú ani nespomínajú. Zároveň nezobrazuje pornografiu, hrubé, neodôvodnené násilie ako ani akýkoľvek obsah s erotickým charakterom. Forma spracovania sponzorského odkazu neobsahuje ani len zobrazenia nahoty či explicitné sexuálne správanie ako ani hatespeech či podobne intenzívne nevhodný obsah. Sponzorský odkaz s ohľadom na prezentovaný tovar nenabáda na nestriedme požívanie alkoholických nápojov. Vo vzťahu k časovému zaradeniu sponzorského odkazu do vysielania, STVR ako širiteľ dospel k záveru, že sponzorský odkaz neobsahuje také kritérium, ktoré by odôvodňovalo potrebu zohľadniť/obmedziť jeho časové zaradenie do vysielania. Napriek tomu samotné nasadenie sponzorského odkazu bolo realizované vždy vo večerných hodinách po 20.00 hod. S ohľadom na uvedené STVR zostáva toho názoru, že odvysielaním sponzorského odkazu v predmetných časoch nedošlo k porušeniu Etického kódexu, resp. Protokolu.

#### **VII. Predbežné posúdenie**

20. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo dňa 22.1.2026 trojčlenným senátom v súlade s § 24 Protokolu.

21. Po predbežnom posúdení dospel senát k záveru, ktorý je vyjadrený vo výroku tohto nálezu a odôvodnený nižšie vo VIII. časti tohto nálezu.

22. Záver predbežného posúdenia bol dňa oznámený širiteľovi, ktorý v lehote na námietky vyjadril so závermi posúdenia súhlas.

#### **VIII. Názor Komisie**

23. Senát sa zaoberal najprv skutočnosťou, či predmetný komunikát je sponzorským označením, teda či je sponzorský odkaz v súlade s § 13 ods. 2 Protokolu.

24. Informácia o sponzorovi je v komunikáte prítomná v obraze prostredníctvom zrozumiteľného a čitateľného textu v znení: „Sponzorom programu je Pernod Ricard Slovakia“. Rovnako tak vo zvuku odznie informácia v znení: „Tento program vám prináša hrdý partner Ararat“. Z pohľadu priemerného spotrebiteľa preto niet pochybnosť o povahe mediálnej komerčnej komunikácie.

25. V tomto kontexte treba konštatovať, že sponzorský odkaz spĺňa aj podmienku § 15 ods. 1 Protokolu, pretože priemerný spotrebiteľ s ohľadom na uvedené označenie, spôsob jeho uvedenia a dĺžku jeho prítomnosti na obrazovke nemôže vyhodnotiť predmetný komunikát inak, ako sponzorský odkaz.

26. Z pohľadu senátu v predmetnom prípade preto niet pochybností o tom, že ide o sponzorský odkaz, a nie o reklamné oznámenie, resp. telenákup.

27. Z obsahu sponzorského odkazu zároveň vyplýva, že sponzorstvo sa v danom prípade týka konkrétneho programu – relácie „Peče celé Slovensko“, pričom odvysielaním sponzorského odkazu na začiatku programu (a rovnako tak aj na jeho konci) širiteľ splnil povinnosť, v zmysle ktorej vysielateľ je povinný zabezpečiť, aby program, ktorý je čiastočne alebo ako celok sponzorovaný, bol zreteľne označený sponzorským odkazom (§13 ods. 1 Protokolu).

28. Vo vzťahu k časovému zaradeniu predmetného sponzorského odkazu do vysielania Senát vychádzal o. i. aj zo skutočnosti, že širiteľ podlieha samoregulačnému orgánu, a preto sa na neho nevzťahuje zákonné obmedzenie vysielania reklamy liehovín. Napriek tomu sponzorský odkaz bol zaradený do vysielania po 20.00 hod., a teda bol odvysielaný v čase, ktorý je prípustný aj pre širiteľov nepodliehajúcich samoregulačnému mechanizmu.

29. Zároveň je Senát toho názoru, že predmetný sponzorský odkaz, ktorý sa týkal alkoholických nápojov sa nezameriaval na maloletých, ani nenabádal na nestriedme požívanie alkoholických nápojov (§ 9 ods. 1 písm. a) a b) Protokolu).

#### **IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti**

30. Na základe vyššie uvedeného Senát na svojom zasadnutí dňa 22. 1. 2026 v súlade s § 131 ods. 1 Zákona rozhodol, že odvysielaním sponzorského oznamu „Ararat“ (dňa 30.11.2025) v televíznom vysielaní programovej služby Jednotka, strana Protokolu – vysielateľ televíznej programovej služby, Slovenská televízia a rozhlas - neporušila pravidlá Protokolu vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona a sťažnosť nie je opodstatnená. V súlade s § 130 ods. 1 Zákona je platný arbitrážny nález rozhodnutím vo veci.

#### **Poučenie**

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

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, pravidlo štvrtej časti Protokolu alebo iné pravidlo Kódexu (resp. Protokolu), ktorého porušenie predpokladá preskúmanie nálezu,

c) namieta sa neoznámenie konfliktu záujmov niektorého člena Komisie, resp. senátu.

Poplatok spojený s prieskumom 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 2.2.2026

Mária Tóthová Šimčáková v. r.  
predsedníčka Komisie