

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 :

**Vonkajšia reklama (citylight): „Chcemepit.sk – alkohol expres“
zadávateľ: Chceme piť KE, s.r.o.**

nie je v rozpore

s ustanoveniami Kódexu

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Košice, voči vonkajšej reklame (citylight), ktorá propaguje donáškovú službu alkoholických a nealkoholických nápojov, zadávateľ a Chceme piť KE, s.r.o. Sťažovateľ uvádza, že reklama je na hlavných miestach v centre mesta a navádza na pitie alkoholu, pričom získanie alkoholu je rýchle a bezproblémové.

Rada sa obrátila na zadávateľ a so žiadosťou o stanovisko. Zadávateľ svoje stanovisko Rade nedoručil.

Popis reklamy:

Na vizuále citylightu je v hornej časti uvedený text „chcemepit.sk“ a „ALKOHOL EXPRES“. V centrálnej časti vizuálu je dominantným prvkom animovaná hlava opice s modrou čiapkou, ktorá má malé krídlo, doplnená na pravej dolnej strane o malé ikonky 18+, IG a FB a menším písmom napísaný text v znení: „Pite s rozumom od 18 rokov!“ V spodnej časti vizuálu sa nachádza text „Expres donáška do 30 min“, „Viac ako 200 druhov alka, nealka“, mobilný telefonický kontakt a QR kód, ktorý po jeho naskenovaní presmeruje na instagramový profil chcemepit.ke.

Názor Komisie:

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

V predmetnom prípade sa Komisia s námietkami sťažovateľ a nestotožnila a pri posudzovaní vychádzala primárne so skutočnosťou, že predmetom reklamy nie je konkrétny alkoholický nápoj, či značka alkoholu, ale cieľom reklamy je propagácia donáškovej služby, prostredníctvom ktorej si môže spotrebiteľ zakúpiť a nechať doručiť o.i. aj alkohol. Reklama má teda primárne informatívny charakter, keď upozorňuje na existenciu donáškovej služby a jej základné parametre (rýchlosť doručenia, rozsah ponuky). Reklama neobsahuje prvky, ktoré by priamo alebo nepriamo nabádali k nadmernej konzumácii alkoholu alebo k nezodpovednému správaniu. Rovnako tak reklama neobsahuje prvky, či vizuálne prezentácie, ktoré by mohli byť atraktívne vo vzťahu k ponúkanej službe pre maloletých, resp. také, ktoré by mohli podporiť záujem maloletých o propagovanú službu, či ponúkané produkty. Reklama sa na tieto osoby ani nezameriava. Na vizuále sa nenachádza žiadna reálna ani fiktívna osoba, ktorú by bolo možné považovať za maloletú, ani nie je zobrazená konzumácia alkoholických nápojov maloletými alebo inými nevhodnými osobami. Naopak, reklama obsahuje jasné upozornenie „Pite s rozumom

od 18 rokov!“ spolu s označením „18+“, čím zadávateľ deklaruje orientáciu výlučne na plnoletých spotrebiteľov.

Komisia sa osobitne zaoberala aj vyobrazením animovaného prvku – hlavy opice vo vzťahu k maloletým. Uvedené vyobrazenie však nemožno interpretovať ako prvok primárne zameraný na maloletých. V danom prípade ide o grafický, animovaný prvok (opica), ktorý nemá charakter detskej postavy ani nevykazuje znaky, ktoré by ho robili atraktívnym primárne pre maloletých v kontexte propagácie alkoholu. Tento prvok slúži skôr ako identifikačný alebo marketingový symbol značky.

Reklama taktiež neobsahuje nič, čo by podporovalo nezodpovedný postoj ku konzumácii alkoholických nápojov. Reklama neobsahuje žiadne vyobrazenie konzumácie alkoholu ani neprezentuje množstvo či frekvenciu jeho užívania. Informácia o „expresnej donáške do 30 min“ sa vzťahuje na službu ako takú a nie je možné ju automaticky interpretovať ako podporu nadmernej alebo nezodpovednej konzumácie. Súčasne reklama nijakým spôsobom neznevažuje abstinenciu ani zdržanlivosť. Samotná konzumácia nie je vo vizuále prítomná ani naznačená. Z tohto dôvodu nemožno hovoriť o zobrazovaní nevhodného, protiprávneho alebo spoločensky neprijateľného prostredia či situácie.

Reklama tiež neprezentuje účinky konzumácie alkoholu, neobsahuje vyobrazenie opitosti, ani nenaznačuje, že alkohol má stimulačné, liečivé či iné pozitívne účinky. Rovnako nevyjadruje súhlas s nadmernou konzumáciou, neprezentuje alkohol ako riešenie problémov či prostriedok úspechu a nepodporuje žiadne rizikové alebo protiprávne správanie. Reklama tiež neobsahuje prvky, ktoré by priamo alebo nepriamo nabádali k nadmernej konzumácii alkoholu alebo k nezodpovednému správaniu. Reklama je preto súladná so špecifickými požiadavkami, ktoré na tento druh reklamy kladie Kódex, a preto ju vyhodnotila ako neporušujúcu Kódex.

Komisia si však dovoľuje upozorniť na čl. 28 ods. 1 Kódexu, podľa ktorého reklama alkoholických nápojov nesmie byť umiestnená

- a) v komunikačnom médiu určenom pre maloletých,
- b) na billboarde alebo podobnom komunikačnom médiu v tesnej blízkosti školy, detského ihriska alebo podobného zariadenia určeného predovšetkým maloletým,
- c) v budove ani inom priestore určenom predovšetkým maloletým,
- d) v rámci verejného podujatia určeného výlučne maloletým.

Uvedené vylúčenie sa v kontexte čl. 27 Kódexu vzťahuje nielen na konkrétny alkoholický nápoj, ale aj na reklamu obsahujúcu všeobecnú prezentáciu alkoholických nápojov, konzumáciu alkoholického nápoja či inú jeho spotrebu alebo tvrdenie o alkoholickom nápoji. V prípade, ak by predmetný vizuál bol umiestnený v rozpore s čl. 27 a čl. 28 Kódexu išlo by o nové skutočnosti, ktoré by umožňovali opätovné posúdenie z hľadiska dodržania etických pravidiel.

Záverom si Komisia dovoľuje upozorniť zadávateľa aj na ustanovenie čl. 28 ods. 2 Kódexu, v zmysle ktorého, pokiaľ sa reklama alkoholických nápojov realizuje formou tematickej webovej stránky, internetového portálu alebo iného porovnateľného on-line priestoru, spotrebiteľ musí byť zreteľne a zrozumiteľne upozornený na prístupnosť takého on-line priestoru od 18 rokov veku; pokiaľ je to s ohľadom na povahu on-line priestoru možné, spotrebiteľ musí mať možnosť odmietnuť vstup do tohto on-line priestoru, pokiaľ to inak, najmä povahou tohto on-line priestoru, nie je vylúčené. Vizuál posudzovanej reklamy obsahuje o.i. aj QR kód odkazujúci priamo na web stránku predmetnej donáškovej služby, v ponuke produktov ktorej alkoholické nápoje a produkty s obmedzeniami (napr. elektronické cigarety) sú. S ohľadom na túto skutočnosť preto Komisia odporúča zadávateľovi, aby príslušná webová stránka obsahovala mechanizmus overenia veku, ktorý by jednoznačnejšie upozorňoval na produkty, predaj ktorých je určený osobám starším ako 18 rokov.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 23. 4. 2026 hlasovaním rozhodla, že vonkajšia reklama (citylight): „Chcemepit.sk – alkohol expres“, zadávateľ'a: Chceme piť KE, s.r.o. nie je v rozpore s ustanoveniami Kódexu a sťažnosť sťažovateľ'a 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 06. 05. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie