

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): tenisky Skechers – „Stačí len vkĺznuť“
zadávateľ: Skechers CEE Kft, Maďarsko / UNIMEDIA, s.r.o.**

nie je v rozpore

s ustanoveniami Kódexu

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Bratislava, voči vonkajšej reklame (citylighty), ktorá komunikuje produkt – tenisky Skechers – „Stačí len vkĺznuť“ zadávateľ: UNIMEDIA, s.r.o. Sťažovateľ považuje reklamu, na ktorej je vyobrazená žena v tope na ramienka a veľkým výstrihom, v kontexte so sloganom "Stačí len vkĺznuť" za sexistickú, neetickú, dvojzmyselnú, využívajúcu ženské telo na propagáciu výrobku.

Rada sa obrátila na zadávateľa so žiadosťou o stanovisko. Zadávateľ vo svojom vyjadrení uvádza, že „predmetná reklama je súčasťou globálnej kampane spoločnosti Skechers, ktorá bola implementovaná na viacerých medzinárodných trhoch. Kampaň vychádza z jednotného kreatívneho konceptu, ktorý je dôsledne prispôsobovaný a prezentovaný po celom svete s cieľom zabezpečiť konzistentný obraz značky. V kampani vystupuje naša globálna ambasádorka značky, Sofía Vergara. Jej zapojenie je súčasťou dlhodobej medzinárodnej spolupráce a objavuje sa v širokej škále celosvetovo distribuovaných marketingových materiálov. Spoločnosť Skechers sa hlási k inkluzívnej, rešpektujúcej a zodpovednej komunikácii. Príkladáme veľký význam tomu, aby všetky naše marketingové aktivity boli v súlade s príslušnými etickými štandardmi reklamy a boli navrhnuté tak, aby boli primerané pre rôznorodé publikum. Nie je našim zámerom sprostredkovať žiadne posolstvo, ktoré by mohlo byť vnímané ako diskriminačné, urážlivé alebo nevhodné. Zároveň si uvedomujeme, že reklamné posolstvá môžu byť vnímané odlišne v závislosti od kultúrneho a spoločenského kontextu. Zámerom tejto kampane je však výlučne komunikovať pohodlie, jednoduchosť používania a lifestyleový charakter produktov Skechers v súlade s pozicionovaním značky.“

Popis reklamy:

Vizuál je spracovaný ako reklamný plagát, ktorý je diagonálnou líniou rozdelený na dve časti. Farebnosť vizuálu je ladená do nude, béžových a hnedých tónov. Na vrchu sa nachádza veľké logo SKECHERS. Dominantným prvkom oboch častí vizuálu je herečka Sofía Vergara, oblečená v béžovom tope s tenkými ramienkami, ktorá v ruke drží červenú tenisku. Póza herečky na hornej a spodnej časti vizuálu sa líši. V pravej strednej časti je veľkým písmom headline „STAČÍ LEN VKLÍZNUŤ“. Pod ním sa nachádza menším písmom doplnkový text: „ŽIADNE ZOHÝBANIE. ŽIADNE DOTÝKANIE SA TOPÁNKOK. STAČÍ LEN VKLÍZNUŤ A ÍŠŤ.“ Spodná časť vizuálu je doplnená o logo Sketchers x Sofia a QR kód, ktorý po jeho nasnímaní presmeruje užívateľ a na web stránku sk.skechers.com.

Názor Komisie:

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

V zmysle Kódexu reklama nesmie obsahovať také tvrdenia, výrazy, zvuky, ruchy alebo zobrazenia, ktoré by porušovali všeobecné normy slušnosti a ani nesmie obsahovať prvky znižujúce ľudskú dôstojnosť. V kontexte rešpektovania slušnosti a ľudskej dôstojnosti je potrebné venovať osobitnú pozornosť najmä v reklame použitým slovným hračkám, či dvojzmyslom, predovšetkým sa vyvarovať použitia takých slovných hračiek alebo dvojzmyselných vyjadrení, ktoré pôsobia diskriminačne, urážlivo alebo ponižujúco s ohľadom na svoj podtext ako aj použitým zobrazeniam ženy alebo muža v obraze alebo vo zvuku, predovšetkým sa vyvarovať použitia takého zobrazenia ženy alebo muža v obraze alebo vo zvuku, ktoré pôsobí sexisticky, diskriminačne, urážlivo alebo ponižujúco s ohľadom na celkové obrazové, zvukové alebo zvukovo-obrazové stvárnenie reklamy (čl. 11 ods. 1 písm. a) a b) Kódexu).

V predmetnom prípade sa Komisia s názorom sťažovateľa nestotožnila. Cieľom reklamy je komunikácia produktu – obuvi značky Skechers, pričom vizuál reklamy vychádza z medzinárodného komunikačného a kreatívneho konceptu, ktorý je postavený na prezentácii komunikačného posolstva – základných charakteristík propagovaného produktu - ambasádorkou značky, herečkou Sofiou Vergara.

Komisia predovšetkým prihliadala na skutočnosť, že reklama komunikuje konkrétnu vlastnosť propagovaného produktu – jednoduché obúvanie tenisiek Skechers bez potreby zohýbania sa alebo manuálneho kontaktu s obuvou. Táto funkcionálna je explicitne komunikovaná nielen sloganom „Stačí len vkĺznuť“, ale aj doplnkovým textom „Žiadne zohýbanie. Žiadne dotýkanie sa topánok. Stačí len vkĺznuť a ísť.“, ktorý jednoznačne vysvetľuje význam hlavného reklamného posolstva. Z pohľadu priemerného spotrebiteľa je preto zrejmé, že slovo „vkĺznuť“ je použité vo svojom bežnom a prirodzenom význame vo vzťahu k obuvi, teda ako označenie jednoduchého obutia topánok a Komisia sa nedomnieva, že v predmetnom prípade ide o dvojzmyselné tvrdenie, ktoré by mohlo byť vnímané ako neslušné. Komisia je zároveň toho názoru, že celkové vyznenie reklamy je funkčné, lifestyleové a produktovo orientované. Dominantným komunikačným motívom je pohodlie a jednoduchosť používania obuvi, pričom všetky textové aj obrazové prvky tomuto posolstvu zodpovedajú.

Vo vzťahu k vyobrazeniu herečky v rámci vizuálu, Komisia uvádza, že herečka je oblečená v bežnom lifestyleovom oblečení primeranom módnej reklame. Top s ramienkami a výraznejším výstrihom sám osebe nepredstavuje neetický alebo sexualizovaný prvok, pokiaľ nie je zobrazené prezentované vulgárnym, explicitne sexuálnym alebo ponižujúcim spôsobom. V predmetnej reklame herečka nevystupuje v sexuálne sugestívnej póze, nie sú zvýrazňované intímne časti tela spôsobom typickým pre sexualizovanú reklamu a ženské telo nie je redukované na objekt bez súvisu s propagovaným produktom.

Komisia prihliadala aj na to, že ide o reklamu módnej a lifestyleovej značky, pri ktorej je estetizované zobrazenie ľudskej postavy, vrátane celebrit a ambasádorov značky, bežným a legitímnym komunikačným prostriedkom. Použitie známej osobnosti (v danom prípade herečky Sofia Vergara) ako ambasádorky značky je štandardnou marketingovou praxou, pričom v predmetnom prípade jej zobrazenie v reklame nepôsobí degradujúco ani objektivizujúco. Herečka je prezentovaná autenticky, sebavedomo, dôstojne a v súlade s charakterom módnej kampane.

Komisia ďalej skonštatovala, že reklama neobsahuje vulgarizmy, explicitné sexuálne narážky, zosmiešňovanie žien ani iné vizuálne či slovné prvky, ktoré by ženy vykresľovali stereotypne, ponižujúco či sexisticky. Reklama taktiež nevytvára súvislosť medzi ženskou sexualitou a

hodnotou osoby ani nevyužíva ženské telo spôsobom, ktorý by bol zjavne neprimeraný vo vzťahu k propagovanému produktu.

Zároveň Komisia uvádza, že etické hranice v prípade zobrazenia ľudského tela v kontexte ustanovení o slušnosti v reklame sú prekročené až vtedy, keď sú zobrazenie človeka a prezentácia ľudského tela v reklame použité samoučelne, degradujúco alebo bez relevantnej väzby na produkt. Takéto okolnosti však Komisia v predmetnom prípade nekonštatovala. Použitý slogan aj vizuálne stvárnenie herečky sú v danom kontexte prirodzenou súčasťou komunikácie vlastností produktu a podľa názoru Komisie ich nemožno objektívne vyhodnotiť ako neslušné, sexistické, diskriminačné alebo ponižujúce, a preto reklama podľa Komisie ani neporušuje Kódex.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 21. 5. 2026, hlasovaním rozhodla, že vonkajšia reklama: Skechers – „Stačí len vkĺznuť“, zadávateľ'a: Skechers CEE Kft, Maďarsko / UNIMEDIA, 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 12. 6. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie