

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 (web stránka zadávateľa): „Oleje na pranie - „Jednotka na trhu!“  
zadávateľ: MARTINA MK s. r. o.**

**je v rozpore**

**s ustanovením čl. 15 ods. 4 Kódexu**

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres neznámy, voči on-line reklame – tvrdeniu, uvedenému na web stránke zadávateľa, ktorá o. i. komunikuje produkt – oleje/parfémy na pranie, zadávateľ: MARTINA MK s. r. o. Sťažovateľ namietala voči tvrdeniu „Jednotka na trhu“, pričom uvádza, že výrok nie je pravdivý. Podľa názoru sťažovateľa spoločnosť zadávateľa nie je jednotkou na trhu, ani podľa obrátov firmy, ani čo sa týka znalosti značky a ani kvalitou produktov.

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

#### **Popis reklamy:**

Vizuál má formu reklamného banneru, ktorý je umiestnený na webstránke propagujúcej prémiové oleje/parfémy do prania <https://www.vonavymov.eu/oleje-do-prania>. Banner má tyrkysovo-modrú farbu a je doplnený o efekt peny a bublínok. V ľavej časti banneru sa nachádza logo „VOŇAVÝ DOMOV BY ESSENZE DI ELDA“, pod ním veľký biely nápis „Poznáte naše parfémy na pranie? Jednotka na trhu!“ a dve ikonky v kruhoch, z ktorých jedna zobrazuje prečiarknutú neoznačenú nádobu na aviváž/prací prostriedok a druhá fľašu s logom značky voňavý domov doplnenú o znak fajky (check mark). Pravá časť banneru zobrazuje veľkú bielu fľašu s bielym uzáverom a žltou etiketou produktu Le Essenze di Elda – Essenza di Diamante & Ylang Ylang. Okolo fľaše je umiestnených 5 krátkych „benefitových“ textov s bielymi šípkami: „Dlhotrvajúca vôňa“, „Úsporné balenie až 100 praní!“, „Ekologické riešenie“, „500 ml 100 praní“ a „Stačí len 5 ml parfumu na pranie a Vaše prádlo bude voňať mesiace!“ doplnené o obrázok uzáveru fľaše a popis 5 ml 1 pranie.

#### **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 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).

Sťažovateľ poukazuje na využitie superlatívu v rámci tvrdenia „Poznáte naše parfémy na pranie? Jednotka na trhu!“ V predmetnom prípade je Komisia toho názoru, že uvedené tvrdenie je z pohľadu bežného spotrebiteľa vnímané ako superlatívne porovnanie postavenia produktu

alebo značky voči konkurencii, a to najmä vo vzťahu k vedúcej pozícii na trhu (či už z hľadiska predaja, obľúbenosti, kvality, alebo celkovej dominancie). Takto formulované tvrdenie je objektívne spôsobilé vyvolať dojem, že produkt alebo značka zadávateľa patrí medzi lídrov trhu, resp. že dosahuje najvyššie postavenie v rámci relevantného segmentu. Ide teda o porovnávacie a superlatívne marketingové tvrdenie, ktoré musí byť v zmysle Kódexu podložené relevantnými, aktuálnymi a overiteľnými dôkazmi (napr. nezávislé štatistiky predaja, trhové podiely, prieskumy značky alebo iné objektívne dáta vzťahujúce sa na celý relevantný trh).

Zadávateľ však napriek výzve Rady svoje stanovisko nedoručil a nepredložil žiadne dôkazy, ktoré by preukazovali pravdivosť tvrdenia „Jednotka na trhu“. S ohľadom na túto skutočnosť a s prihliadnutím na to, že tvrdenie „Jednotka na trhu“ predstavuje nepreukázaný superlatív, ktorý môže spotrebiteľ'a uviesť do omylu ohľadom postavenia značky na trhu, Komisia vyhodnotila uvedené tvrdenie ako nepreukázané superlatívne marketingové tvrdenie, ktoré nespĺňa požiadavku objektívnej pravdivosti a reklama tak porušuje článok 15 ods. 4 Kódexu.

**Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 21. 5. 2026, hlasovaním rozhodla, že on-line reklama (tvrdenie na web stránke zadávateľa): „Jednotka na trhu!“, zadávateľa: MARTINA MK s. r. o. je v rozpore s ustanovením čl. 15 ods. 4 Kódexu a sťažnosť sťažovateľa je opodstatnená.**

**Komisia preto v súlade s čl. V ods. 2 písm. a) Poriadku apeluje na zadávateľa 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 12. 06. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.  
predsedníčka Komisie