

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 (tvrdenie na web stránke zadávateľ'a): „Najvyššia koncentrácia parfémov“, zadávateľ'a: Launel 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 – informáciám uvedeným na web stránke zadávateľ'a Launel s. r. o., ktorá komunikuje produkty – parfumované oleje na pranie. Sťažovateľ namieta voči tvrdeniu „Najvyššia koncentrácia parfémov“ a domáha sa dôkazu o pravdivosti uvedeného tvrdenia.

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

Popis reklamy:

Na webovej stránke zadávateľ'a, ktorá je zameraná prezentáciu a predaj parfumovaných olejov na pranie je v rámci popisu jednotlivých produktov uvedené o.i. aj tvrdenie v znení: „NAJVVYŠŠIA KONCENTRÁCIA PARFÉMOV“.

Názor Komisie:

Komisia preskúmala sťažnosť, vyjadrenie zadávateľ'a 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 „najvyššia koncentrácia parfémov“. Vo vzťahu k uvedenému tvrdeniu Komisia vychádza zo skutočnosti, že toto tvrdenie predstavuje jednoznačný superlatív, ktorý deklaruje objektívnu vlastnosť produktu – koncentráciu vonných esencií, resp. vonných aromatických zložiek. Koncentrácia vonných látok je fyzikálna veličina, resp. ide o objektívne merateľnú fyzikálnu veličinu porovnateľnú naprieč produktmi, pričom z uvedeného tvrdenia možno jednoznačne vyvodiť záver, že ide o najintenzívnejšie parfumovaný produkt v danej kategórii alebo porovnaní.

V tomto prípade Komisia teda posudzovala tvrdenie „najvyššia koncentrácia parfémov“ ako objektívne merateľné a porovnateľné tvrdenie, ktoré vytvára dojem, že produkt zadávateľ'a dosahuje najvyššiu úroveň koncentrácie vôní na trhu alebo v rámci svojej kategórie. Takéto tvrdenie nie je iba subjektívnym marketingovým vyjadrením, ale faktickým porovnaním voči iným

produktom. Ak reklama obsahuje objektívne merateľné alebo porovnateľné tvrdenia, musí byť ich pravdivosť preukázaná relevantnými dôkazmi – napríklad laboratórnymi testami, porovnaniami s konkurenciou alebo inými objektívnymi dátami.

V prípade predmetnej reklamy zadávateľ napriek výzve nepredložil žiadne dôkazy na podporu svojho tvrdenia. Neexistovali žiadne podklady, ktoré by potvrdzovali, že jeho produkty skutočne dosahujú najvyššiu koncentráciu parfumácie v porovnaní s konkurenčnými výrobkami v rovnakej kategórii, a preto Komisia vyhodnotila uvedené tvrdenie ako nepreukázané superlatívne marketingové tvrdenie, ktoré nespĺňa požiadavku objektívnej pravdivosti. 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 zadávateľ'a): „Najvyššia koncentrácia parfémov“, zadávateľ'a: Launel s. r. o. je v rozpore s ustanovením čl. 15 ods. 4 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 12. 6. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie