

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 (billboardy): „SYNOT TIP – Zaži ten pocit“
zadávatel'a: SYNOT TIP, a.s.**

nie je v rozpore

s ustanoveniami Kódexu

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Žiar nad Hronom, voči vonkajšej reklame (billboardy), ktorá komunikuje prevádzkovateľa hazardných hier – „SYNOT TIP – Zaži ten pocit“, zadávateľ'a: SYNOT TIP, a.s. Sťažovateľ namietá zobrazenie mladého muža v kontexte so sloganom „Zaži ten pocit“. Domnieva sa, že ide o navádzanie mladých ľudí na stávkovanie.

Rada sa obrátila na zadávateľ'a so žiadosťou o stanovisko. Zadávatel' vo svojom vyjadrení uvádza, že všetky jeho billboardy obsahujú jasné a viditeľné vekové obmedzenie 18+ spolu s textom: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a riziko vzniku závislosti.“ Zadávatel' uvádza, že si tým plní zákonnú povinnosť informovať o tom, že služba je určená výhradne pre plnoleté osoby. Zadávatel' zastáva názor, že predmetná reklama nijako neporušuje zákony ani príslušné regulačné normy v oblasti propagácie hazardných hier. Neobsahuje zavádzajúce tvrdenia, nesľubuje finančný úspech ani neprezentuje hazard ako riešenie osobných alebo finančných problémov. Použité vizuály a slogany sú všeobecného charakteru a neprekračujú rámec bežnej marketingovej komunikácie v tomto odvetví. Zadávatel' vo svojom vyjadrení zdôraznil, že dňa 29.12.2022 pristúpil ku Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier v Slovenskej republike, ktorého zásady pri tvorbe marketingovej komunikácie dôsledne dodržiava. Zadávatel' uvádza, že predmetná reklamná kampaň neobsahuje žiadne zavádzajúce informácie, nepropaguje konkrétnu finančnú odmenu, príležitosť na zbohatnutie či nadobudnutie majetku, kampaň je transparentná a nemožno ju zaradiť medzi podvodné alebo klamlivé reklamné praktiky. Využitie grafické a vizuálne prvky sú originálne a neboli prevzaté od tretích strán. Zadávatel' tiež zastáva názor, že slogan „Zaži ten pocit“ nenavádza recipienta na účasť na hazardných hrách, ale komunikuje všeobecnú rovinu zážitku, ktorý môže byť pozitívny, ale aj negatívny. Tento slogan nesľubuje žiadnu finančnú odmenu a neobsahuje žiadne tvrdenia, ktoré by mohli byť považované za klamlivé alebo zavádzajúce. Je formulovaný všeobecne a jeho význam nie je viazaný výlučne na pozitívny výsledok, ale na subjektívne prežívanie, ktoré nemusí byť nevyhnutne pozitívneho charakteru. Rovnako tvrdenie „Hrdinom si ty“ neobsahuje žiadnu výzvu na rizikové správanie a takisto nesľubuje žiaden konkrétny výsledok. Slogan je formulovaný abstraktne a hodnotovo neutrálne. Zadávatel' zdôrazňuje, že nenesie zodpovednosť za individuálne správanie jednotlivcov. Každý spotrebiteľ koná na základe vlastného rozhodnutia a osobnej zodpovednosti. Reklamná kampaň nijakým spôsobom nemanipuluje jednotlivcov k zmene životného štýlu, ale komunikuje legálnu službu v rámci princípov slobodnej voľby dospelého, svojprávneho jednotlivca.

Popis reklamy:

Billboard zachytáva mestské nočné pozadie plné svetiel mrakodrapov. Vpredu sa nachádza mladý muž, konkrétne jeho horná časť tela po ramená, má krátku bradu, oblečené tričko, na hlave čiapku, náušnicu v uchu a na krku retiazku. Jeho pohľad smeruje dopredu, ako keby na diváka a mierne sa usmieva. Na pravej strane billboardu je výrazný nápis veľkým písmom „SYNOTip“. Vizual je doplnený o 2 slogany zobrazené menším písmom „HRDINOM SI TY“ a „ZAŽI TEN POCIT“. V ľavej dolnej časti je drobným písmom uvedený disclaimer „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a riziko vzniku závislosti“ spolu s ikonkou „18+“.

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 hazardných hier zameraná na maloletých alebo im určená je nepripustná. Nepripustná je aj reklama, ktorá podnecuje k neuváženej účasti na hazardných hrách alebo by mohla povzbudzovať vytvorenie alebo posilnenie závislosti na hazardných hrách (čl. 46 ods. 1 a ods. 2 písm. a) a b) Kódexu).

Pri posudzovaní reklamy Komisia prihliadala na celkové vizuálne a textové vyznenie reklamnej komunikácie, charakter použitých sloganov, spôsob zobrazenia osoby vo vizuáli, ako aj na skutočnosť, že ide o propagáciu legálne poskytovanej služby v oblasti hazardných hier.

Vo vzťahu k čl. 46 ods. 1 Kódexu Komisia nezistila, že by reklama bola zameraná na maloletých alebo im bola určená. Samotné zobrazenie mladšie pôsobiaceho muža nemožno automaticky považovať za komunikáciu smerovanú maloletým osobám. Vizualne spracovanie reklamy využíva bežné marketingové prvky typické pre reklamu v oblasti športového stávkovania a neobsahuje motívy, či zobrazenia, ktoré by boli svojou povahou osobitne atraktívne pre maloletých, či priamo maloletým určené. Reklama nevyužíva infantilné prvky, animované postavy, jazyk blízky deťom alebo mladistvým ani iné prvky typicky spájané s komunikáciou smerovanou na maloletých a Komisia sa nedomnieva, že vizual reklamy, spôsobom ako je spracovaný by mohol byť maloletých atraktívny.

Komisia zároveň prihliadla na to, že reklama obsahuje zreteľné upozornenie na vekové obmedzenie „18+“ a požadované upozornenie na riziká spojené s hazardnými hrami, konkrétne upozornenie na riziko vysokých finančných strát a vzniku závislosti. Uvedené prvky podľa názoru Komisie podporujú zodpovedný charakter komunikácie a jednoznačne deklarujú, že služba je určená výlučne dospelým osobám.

Vo vzťahu k čl. 46 ods. 2 písm. a) Kódexu Komisia nezistila, že by reklama podnecovala k neuváženej účasti na hazardných hrách. Predmetná reklamná komunikácia neobsahuje priamu výzvu na uzatváranie stávk, nenabáda na impulzívne alebo opakované hranie, ani nevytvára dojem, že účasť na hazardných hrách predstavuje jednoduchý spôsob dosiahnutia finančného prospechu alebo osobného úspechu. Reklama nekomunikuje žiadne prísluby výhry, majetkového prospechu či životného úspechu podmieneného účasťou na hazardných hrách.

Komisia sa zaoberala aj použitím sloganov „Zaži ten pocit“ a „Hrdinom si ty“, pričom dospela k záveru, že ide o všeobecné marketingové slogany s abstraktným a emotívnym charakterom, ktoré samé osebe neprekračujú hranice prípustnej reklamnej komunikácie v danom segmente. Slogan „Zaži ten pocit“ neobsahuje explicitné ani implicitné tvrdenie o finančnom úspechu, spoločenskom uznaní alebo inom konkrétnom benefite vyplývajúcom z účasti na hazardných hrách. Rovnako slogan „Hrdinom si ty“ podľa názoru Komisie nepredstavuje výzvu na rizikové alebo nezodpovedné správanie.

Rovnako tak Komisia nezistila, že by reklama spôsobom ako je spracovaná, mohla povzbudzovať vytvorenie alebo posilnenie závislosti na hazardných hrách (čl. 46 ods. 2 písm. b) Kódexu). Reklama neprezentuje hazardné hry ako nevyhnutnú súčasť životného štýlu, spôsob riešenia osobných problémov, prostriedok spoločenského uznania ani ako činnosť vedúcu k dlhodobému osobnému naplneniu.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 21. 5. 2026, hlasovaním rozhodla, že vonkajšia reklama: „SYNOT TIP – Zaži ten pocit“, zadávateľ: SYNOT TIP, a.s. 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