

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 zadávateľ'a): "Nepreplácaj a pod' do 4ky"
zadávateľ'a: SWAN, a.s.**

nie je v rozpore

s ustanoveniami Kódexu.

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Bratislava, voči on-line reklame v podobe webovej stránky zadávateľ'a "Nepreplácaj a pod' do 4ky" zadávateľ'a: SWAN, a.s. Sťažovateľ uvádza, že zadávateľ priniesol kampaň založenú na priamom porovnávaní cien konkurencie voči vlastnej ponuke, a to vrátane starých aj aktuálnych paušálov. Priame komunikačné porovnávanie medzi operátormi je prístup, ktorý sa na slovenskom trhu dlhodobo štandardne nevyužíva. Z pohľadu trhového prostredia môže takýto typ komunikácie pôsobiť podľa sťažovateľ'a narušujúco vo vzťahu ku korektnej a zdravej hospodárskej súťaži. Zároveň ide podľa sťažovateľ'a o komunikačný prístup, ktorý môže negatívne vplývať na celkovú úroveň trhu a posúvať diskusiu primárne do cenovej roviny namiesto budovania hodnoty, kvality služieb a diferenciácie značiek.

Rada sa obrátila na zadávateľ'a so žiadosťou o stanovisko. Zadávatel' uvádza, že predmetná komunikačná kampaň je postavená na transparentnom a vecnom porovnaní vybraných cenových ponúk mobilných operátorov. Jej cieľom je poskytnúť spotrebiteľom zrozumiteľnú informáciu o možnostiach úspory pri využívaní mobilných služieb a podporiť ich informované spotrebiteľské rozhodovanie. Zadávatel' je toho názoru, že porovnávací reklama je legitímny a prípustný nástrojom trhovej komunikácie, ak je pravdivá, objektívna, overiteľná, nezáväzajúca a ak neznevažuje konkurenciu. Predmetná kampaň podľa názoru zadávateľ'a tieto požiadavky rešpektuje. Zadávatel' ďalej uvádza, že porovnanie vychádza z verejne dostupných a overiteľných údajov o cenách a parametroch porovnávaných služieb platných ku konkrétnemu dátumu, ktorý je uvedený v podkladoch kampane. Porovnávané sú mobilné služby určené pre rovnaký alebo obdobný segment zákazníkov a uspokojujúce rovnakú potrebu, teda poskytovanie mobilných elektronických komunikačných služieb. Predmetom porovnania sú konkrétne, podstatné a overiteľné vlastnosti služieb, najmä cena a základné parametre ponuky. Komunikácia neobsahuje hanlivé, zosmiešňujúce ani dehonestujúce vyjadrenia voči konkurencii. Kampaň nevyvoláva zámenu medzi operátormi, neútočí na dobré meno konkurentov a nevyužíva ich označenia inak než v rozsahu potrebnom na identifikáciu porovnávaných služieb.

Zadávatel' zároveň dopĺňa, že porovnávací komunikácia v telekomunikačnom sektore nie je bezprecedentná. V minulosti spoločnosť O2 Slovakia vo svojom materiáli k službe O2 Fér z roku 2011 uvádzala porovnanie ponuky O2 Fér s konkurenciou vrátane konkrétnych cien služieb Orangeu a T-Mobilu, pričom uvádzala dátum platnosti cien konkurencie k 28. 07. 2011. Obdobne v materiáli k službe O2 Filip z roku 2012 uvádzala časť „Porovnanie s konkurenciou“, v ktorej porovnávala službu O2 Filip so službami Orangeu a T-Mobilu, vrátane konkrétnych mesačných výdavkov a dátumu platnosti cien k 12. 01. 2012. Porovnávací komunikácia sa podľa tvrdenia zadávateľ'a objavuje aj v súčasnosti. O2 na svojej webovej stránke k 5G sieti

uvádza menovité porovnanie pokrytia 5G siete medzi operátormi O2, Telekom, Orange a 4ka s údajmi ku koncu januára 2026. Telekom na svojej stránke k Supersieti uvádza, že za obdobie Q3 a Q4 2025 získal víťazstvá v kategóriách „Najlepšia mobilná sieť na Slovensku“, „Najrýchlejšia mobilná sieť na Slovensku“, „Najlepšia 5G sieť na Slovensku“ a „Najrýchlejšia 5G sieť na Slovensku“. Uvedené príklady zadávateľ zmieňuje s cieľom poukázať na to, že samotné porovnávanie cien, parametrov alebo výhod služieb mobilných operátorov je známy a používaný komunikačný nástroj. Rozhodujúce je vždy to, či je konkrétne porovnanie pravdivé, vecné, aktuálne, overiteľné a prezentované korektným spôsobom.

Zadávateľ sa ďalej domnieva, že sťažnosť obsahuje najmä subjektívne hodnotenia týkajúce sa údajného negatívneho vplyvu kampane na „úroveň trhu“ alebo posúvania diskusie „primárne do cenovej roviny“ a neuvádza konkrétne porušenie ustanovení Etického kódexu reklamnej praxe. Zadávateľ je presvedčený, že predmetná reklama porovnáva služby, ktoré uspokojujú rovnaké potreby a sú určené na rovnaký účel, je pravdivá, vecná a overiteľná, nie je klamlivá, neuvádza spotrebiteľ'a do omylu, nepoškodzuje dobré meno konkurencie, rešpektuje princípy poctivej hospodárskej súťaže a poskytuje spotrebiteľ'om relevantné informácie pre ich rozhodovanie.

Záverom zadávateľ uvádza ešte jednu, podľa jeho názoru podstatnú, skutočnosť. Okrem toho, že porovnávacia reklama je prípustná za podmienok podľa § 4 zákona č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov, dokonca samotný zákonodarcu v § 83 ods. 4 zákona č. 452/2021 Z.z. o elektronických komunikáciách zaviazal Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb SR zabezpečiť bezplatný prístup aspoň k jednému porovnávaciemu nástroju, alebo na svojom webovom sídle odkázať na bezplatný porovnávací nástroj, ktorý spĺňa náležitosti podľa odseku 5 predmetného § 83, pomocou ktorého si môžu koncoví užívatelia porovnať a vyhodnotiť rôzne služby prístupu k internetu a verejne dostupné interpersonálne komunikačné služby založené na číslach a ak ide o verejne dostupné interpersonálne komunikačné služby nezávislé od čísel, ktoré sú poskytované odplatne, a to z hľadiska:

- a) cien a poplatkov za služby poskytované za opakujúcu sa priamu peňažnú platbu alebo priamu peňažnú platbu na základe spotreby,
- b) kvality poskytovania služby podľa § 85, ak sa ponúka minimálna úroveň kvality služby alebo sa od podniku požaduje, aby také informácie zverejňoval.

Na základe uvedeného sa zadávateľ domnieva, že predmetná reklama nie je v rozpore s príslušnými platnými právnymi predpismi a ani s Kódexom.

Popis reklamy:

Reklama odkazuje na webovú stránku zadávateľ'a (operátora 4ky) zameranú na propagáciu „nekonečných paušálov“ a porovnávanie cien s konkurenciou (www.4ka.sk/nepreplacaj/). V hornej časti sa nachádza tenký informačný pás, vizuálne oddelený od hlavného obsahu, s pohyblivým textom „Byť SMART sa oplatí! Získajte naše paušály za výhodnejšiu cenu.“ a interaktívnym tlačidlom „VIAC INFO“. Nasleduje logo 4ky, navigačné menu, priestor na vyhľadávanie, online funkcia dobitia kreditu a funkcia pre prihlásenie do zákazníckeho účtu. Hlavná časť stránky obsahuje výrazný slogan: „Platiť viac nedáva zmysel“ doplnený o menší text: „Podťe do 4ky a nepreplácajte“ a interaktívne tlačidlo „Viac info“. Vpravo je text: „Nekonečný paušál za 23 €“, pričom „23 €“ je znázornených ako keby v podobe svietiaceho neónového nápisu. Nižšie nasleduje zvýraznená otázka: „Aj vy máte pocit, že so svojim súčasným paušálom prerobíte aj gate?“ a menším písmom text: „Platením drahého nekonečného paušálu s neobmedzenými minútami, SMS aj dátami u svojho súčasného operátora dnes môžete strácať mesačne desiatky a ročne až stovky EUR! Koľko dnes platíte za NEKONEČNÝ PAUŠÁL u svojho operátora?“

Pod textovou časťou je interaktívny formulárový prvok umožňujúci navoliť:

- v súčasnosti využívaného operátora s možnosťou výberu z rozbaľovacieho menu „O2, Radosť, Orange, Telekom“

- v súčasnosti využívaný paušál s možnosťou výberu paušálu z rozbaľovacieho menu pre konkrétneho operátora zvoleného v predchádzajúcom kroku

Pre O2: Základný O2 paušál - 22.00 €/mes.10 GB | 200 min | neobm.
 Pohodový O2 paušál - 33.00 €/mes.15 GB | neobm. | neobm.
 Bezstarostný O2 paušál - 44.00 €/mes.neobm. | neobm. | neobm.
 O2 Junior - 10.00 €/mes.2 GB | platené | platené

Pre Radosť: Malá Radosť - 7.00 €/mes.4 GB | 100 min | 100 SMS
 Veľká Radosť - 12.00 €/mes.12 GB | 200 min | 200 SMS
 Nekonečná Radosť - 23.00 €/mes.neobm. | neobm. | neobm.
 Dátová Radosť - 17.00 €/mes.neobm. | platené | platené

Pre Orange: Základný paušál - 19.47 €/mes.5 GB | 200 min | neobm.
 Stredný paušál - 25.62 €/mes.10 GB | neobm. | neobm.
 Veľký paušál - 35.88 €/mes.neobm. | neobm. | neobm.
 Prémiový paušál - 46.13 €/mes.neobm. | neobm. | neobm.
 Paušál S - 21.00 €/mes.6 GB | 240 min | neobm.
 Paušál M - 26.00 €/mes.11 GB | neobm. | neobm.
 Paušál M extra - 32.00 €/mes.16 GB | neobm. | neobm.
 Paušál L - 37.00 €/mes.32 GB | neobm. | neobm.
 Paušál L extra - 42.00 €/mes.42 GB | neobm. | neobm.
 Paušál XL - 47.00 €/mes.400 GB | neobm. | neobm.
 YOYO paušál - 20.00 €/mes.100 GB | neobm. | neobm.
 Paušálik 5G - 12.00 €/mes.5 GB | 100 min | platené
 Paušálik 10GB - 12.00 €/mes.10 GB | 100 min | platené
 Senior paušál - 16.00 €/mes.2 GB | 300 min | 100 SMS

Pre Telekom: Spojenie - 16.40 €/mes.4 GB | 200 min | 200 SMS
 Relax - 24.60 €/mes.9 GB | neobm. | neobm.
 Komplet - 32.80 €/mes.16 GB | neobm. | neobm.
 Perfekt - 41.00 €/mes.31 GB | neobm. | neobm.
 Nekonečno - 51.25 €/mes.neobm. | neobm. | neobm.
 Pro - 82.00 €/mes.neobm. | neobm. | neobm.
 Spojenie S - 25.00 €/mes.10 GB | neobm. | neobm.
 Spojenie M - 35.00 €/mes.20 GB | neobm. | neobm.
 Spojenie L - 45.00 €/mes.50 GB | neobm. | neobm.
 Spojenie XL - 55.00 €/mes.neobm. | neobm. | neobm.

- možnosť prepočítať, pričom výsledkom je:
 - informácia, či v súčasnosti zákazník u iného operátora platí rovnako alebo viac ako by platil v 4ke a ak platí u iného operátora viac aj vyčíslenie o koľko platí ročne/mesačne viac,
 - pomocou ilustračných obrázkov znázornené, čo by zákazník prechodom do 4ky za ročnú úsporu mohol mať,
 - rozdiel porovnávaných paušálov v detailoch (Cena, Počet dát v SR a EU, Počet minút vo vlastnej sieti v SR, Počet SMS/MMS do všetkých sietí v SR, Rýchlosť, EU Roaming, Iné)
 - interaktívne tlačidlá „Chcem tento, idem do 4ky“
 - informácia „Porovnali sme za vás k 21.4.2026 tu (interaktívny link smerujúci na zdrojovú porovnávaciu tabuľku).

Ďalšia časť stránky začína nadpisom: „Platiť viac nedáva zmysel“ a pokračuje textom: „Zoberte si náš nekonečný paušál pre seba alebo celú rodinu a máte všetko, čo potrebujete –

neobmedzené minúty, SMS aj dáta a to úplne bez viazanosti.“ Blok obsahuje ďalej prehľad „nekonečných paušálov“ operátora 4ka (SLOBODA NEKONEČNO pre JEDNÉHO + DÁTA NAVYŠE, SLOBODA NEKONEČNO pre DVOCH + DÁTA NAVYŠE, SLOBODA NEKONEČNO pre TROCH + DÁTA NAVYŠE a SLOBODA NEKONEČNO pre ŠTYROCH + DÁTA NAVYŠE), pričom každý paušál je spracovaný formou interaktívneho bloku/karty s detailami toho ktorého paušálu. Vedľa bloku týkajúceho sa paušálu „SLOBODA NEKONEČNO pre JEDNÉHO + DÁTA NAVYŠE“ je aj kruhový prvok s textom „na skúšku prvých 30 dní“ a text vložený do väčšieho kruhového grafického prvku: „Ako bonus si ho môžete teraz vyskúšať za parádne 4€ na prvých 30 dní pri kúpe novej SIM karty cez náš e-shop“. Stránka je doplnená o ďalšie texty „Nekonečno máme pre viacerých, pre celú rodinu“, „Pláťte menej a doprajte si viac“, „Pod’te do 4ky“ (interaktívne tlačidlo) a „V čase neistoty, vás nečinnosť môže stať veľa!“ Nasledujú štyri ilustračné kartičky s osobami a krátkymi argumentačnými výrokmi o výhodách v 4ke.

Nižšie sa nachádza sekcia „Poznáte z TV“ s možnosťou prehrať video/TV spot. Spot sa začína v interiéri bytu. Hlavnou postavou je mladý muž v ružovej mikine. Pôsobí rozrušene, presúva sa po byte a niečo hľadá. Napokon sa presunie do kuchynskej časti, kde sa v pozadí nachádza mladá žena. Hlavný protagonista sa zastaví a pýta sa: „Kde mám gate?“ Žena odpovedá: „U operátora.“ Nasleduje prestrih, na pozadí ostáva bytové prostredie a objaví sa nápis „platiť viac nedáva zmysel“ a veľké číslo „23 €“ v podobe neónového nápisu, v spodnej časti obrazovky je umiestnené logo 4ky a webová adresa: „4ka.sk/nepreplacaj“. Obraz je sprevádzaný ženským voiceoverom: „Na drahom paušále u svojho operátora preplatíš aj gate. Pod’ do 4ky a zober si nekonečný paušál len za 23 €.“ Nápis sa zmení na „nekonečný paušál za 23 €, pričom neónový nápis „23 €“ sa rozsvieti. Záverečný obraz: rozostrené bytové pozadie s grafickým prvkom 23 €, v popredí grafický prvok obsahujúci nápis „pod’ do 4ky“ doplnený o logo 4ka, v spodnej časti obrazovky webová adresa: „4ka.sk/nepreplacaj“.

V spodnej časti stránky sa nachádza sekcia s najčastejšími otázkami, navigačné menu stránky, interaktívne ikonky umožňujúce prechod na profil 4ky na sociálnych sieťach Facebook, YouTube a Instagram, interaktívne ikonky Google Play a App Store, interaktívne linky „Zásady ochrany osobných údajov“ a „Nastavenia cookies“.

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 neprípustnou je reklama bez ohľadu na to, či spĺňa alebo nespĺňa zákonné podmienky porovnávacej reklamy, ak porovnáva produkty, ktoré neuspokojujú rovnakú potrebu ani nie sú určené na rovnaký účel, porovnáva konkrétnu, typickú, podstatnú a overiteľnú vlastnosť alebo charakteristiku produktov, neobjektívnym spôsobom, neodlišuje konkurujúceho súťažiteľa alebo jeho produkt spôsobom, ktorý možno považovať za dostatočný na to, aby nemohlo dôjsť k zámene medzi súťažiteľmi alebo produktmi, znevažuje konkurujúceho súťažiteľa, jeho pomery, konanie, produkt alebo iný rozlišovací znak, zneužíva výhodu dobrého mena produktu alebo iného rozlišovacieho znaku konkurujúceho súťažiteľa, prezentuje produkt ako napodobeninu alebo kópiu produktu, chráneného ochrannou známkou alebo obchodným menom (čl. 18 písm. a/ až f/ Kódexu).

Komisia pri posudzovaní veci vychádzala z toho, že predmetná komunikácia predstavuje porovnávaciu reklamu, ktorej hlavným účelom je porovnanie cien a základných parametrov mobilných paušálov jednotlivých poskytovateľov elektronických komunikačných služieb. Samotná existencia porovnania konkurenčných produktov nie je podľa Kódexu neprípustná. Naopak, porovnávacia reklama predstavuje legítimny nástroj hospodárskej súťaže za predpokladu, že rešpektuje pravidlá stanovené Kódexom. Komisia sa preto zaoberala jednotlivými kritériami prípustnosti porovnávacej reklamy podľa čl. 18 Kódexu.

V prvom rade Komisia konštatuje, že reklama porovnáva služby, ktoré uspokojujú rovnakú potrebu a sú určené na rovnaký účel. Ide o mobilné hlasové a dátové služby poskytované jednotlivými mobilnými operátormi na slovenskom trhu, pričom porovnávané produkty predstavujú vzájomne zastupiteľné alternatívy určené tomu istému okruhu spotrebiteľov. Komisia sa preto nedomnieva, že by reklama porovnávala produkty odlišného charakteru alebo produkty, ktoré by nebolo možné objektívne porovnávať.

Komisia ďalej posudzovala, či reklama porovnáva konkrétne, podstatné, typické a overiteľné vlastnosti služieb objektívnym spôsobom. Zo samotného obsahu reklamy vyplýva, že porovnanie je založené predovšetkým na cene jednotlivých paušálov a na základných parametroch poskytovaných služieb, najmä objeme dát, počte minút, SMS a ďalších vlastnostiach jednotlivých programov. Uvedené údaje sú svojou povahou objektívne overiteľné. Reklama zároveň obsahuje údaj o dátume, ku ktorému bolo porovnanie vykonané, ako aj odkaz na zdrojovú porovnávaciu tabuľku. Spotrebiteľ má preto možnosť oboznámiť sa s podkladmi, z ktorých porovnanie vychádza, a vytvoriť si vlastný úsudok o prezentovaných informáciách. Zároveň v rámci porovnania vybraných parametrov nie je porovnanie uskutočnené vždy a bezvýhradne v prospech zadávateľa, ale zohľadňuje reálne parametre a charakteristiky porovnávaných ponúk.

Komisia zároveň nezistila, že by reklama prezentovala porovnanie spôsobom, ktorý by bol neobjektívny alebo zavádzajúci. Reklama síce využíva marketingové slogany, ako napríklad „Platiť viac nedáva zmysel“, „Nepreplácaj“ alebo slovné spojenie „preplatiš aj gate“, avšak tieto tvrdenia samy osebe nemenia objektívny charakter porovnania cien a parametrov služieb. Použitie čiastočne expresívnych výrazových prostriedkov v danom prípade Komisia nepovažuje ani za znevažovanie konkurencie, ani za porušenie pravidiel porovnávej reklamy. Reklama ani iným spôsobom neznevažuje konkurujúcich súťažiteľov alebo ich produkty. V predmetnej reklame sú konkurenční operátori identifikovaní výlučne na účely porovnania ich verejne dostupných ponúk. Reklama neobsahuje urážlivé, hanlivé ani zosmiešňujúce vyjadrenia smerujúce voči jednotlivým konkurentom, nespochybňuje ich odbornú spôsobilosť, kvalitu ich služieb ani ich obchodnú povesť. Vyššie uvedené tvrdenia smerujú k zvýrazneniu cenovej výhodnosti jednotlivých ponúk, čo predstavuje prirodzený predmet porovnávej reklamy.

Rovnako Komisia nezistila, že by reklama vyvolávala nebezpečenstvo zámeny medzi jednotlivými poskytovateľmi služieb alebo ich produktmi. Naopak, jednotliví operátori aj ich paušály sú v reklame jednoznačne identifikovaní, pričom spotrebiteľ nemôže nadobudnúť mylný dojem, že ide o produkty toho istého podnikateľa alebo že medzi jednotlivými operátormi existuje obchodné prepojenie.

Komisia ďalej nenašla skutočnosti nasvedčujúce tomu, že by reklama neoprávnene zneužívala dobré meno konkurentov alebo ich ochranné známky. Označenia konkurenčných operátorov sú použité výlučne v rozsahu nevyhnutnom na identifikáciu porovnávaných služieb. Reklama zároveň neprezentuje vlastné služby ako napodobeninu alebo kópiu produktov konkurencie.

Komisia prihliadla aj na skutočnosť, že porovnávacia reklama založená na porovnávaní cien a parametrov služieb predstavuje bežný spôsob komunikácie na trhu elektronických komunikácií. Samotná existencia porovnania cien konkurenčných služieb preto nemôže byť bez ďalšieho považovaná za konanie odporujúce pravidlám reklamnej etiky, pokiaľ sú dodržané požiadavky objektívnosti, overiteľnosti a korektného spôsobu prezentácie.

Komisia súčasne konštatuje, že argumentácia sťažovateľa smeruje prevažne proti samotnému princípu porovnávej reklamy a proti zvolenej marketingovej stratégii zadávateľa, nie proti konkrétnemu porušeniu jednotlivých ustanovení čl. 18 Kódexu. Samotná skutočnosť, že reklama

kladie dôraz na cenové porovnanie alebo využíva výraznejšie marketingové formulácie však v danom prípade nepostačuje na záver o jej neetickosti alebo neprípustnosti podľa Kódexu.

Na základe všetkých uvedených skutočností Komisia dospela k záveru, že predmetná reklama spĺňa požiadavky kladené na porovnávaciu reklamu podľa čl. 18 Kódexu. Reklama porovnáva služby určené na rovnaký účel, porovnanie je založené na konkrétnych a overiteľných vlastnostiach produktov, nevyvoláva nebezpečenstvo zámeny medzi súťažiteľmi, neznevažuje konkurenciu, nezneužíva jej dobré meno ani neprezentuje vlastné služby ako napodobeninu konkurenčných produktov.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 25. 6. 2026, hlasovaním rozhodla, že on-line reklama (webstránka zadávateľ'a): "Nepreplácaj a pod' do 4ky", zadávateľ'a: SWAN, 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 22. 7. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v. r.
predsedníčka Komisie