

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 :

TV reklama (reklamné oznamy, sponzorský odkaz): „Streamy“; „Súťaže“; „Bonus“; „Kurzy“ / sponzorský odkaz: „Tipsport MS v hokeji 2026“, zadávateľ: TIPSPORT SK, a.s.

nie je v rozpore

s ustanoveniami Kódexu a s ustanoveniami Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier v Slovenskej republike

Rade ako združeniu etickej samoregulácie bola Radou pre mediálne služby postúpená sťažnosť od fyzickej osoby, okres neznámy, voči „šíreniu reklamy Tipsport na hazardné hry počas MS v hokeji vo vysielaní JOJ“ vo forme reklamných oznamov/sponzorských odkazov, zadávateľ TIPSPORT SK, a. s. Sťažovateľ namietla, že počas MS v ľadovom hokeji predmetná reklama nabáda k stávkovaniu maloletých.

Rada sa obrátila na zadávateľ a so žiadosťou o stanovisko. Zadávatel' sa nestotožnil s názorom sťažovateľa a považuje sťažnosť za neopodstatnenú. Uvádza, že predmetné TV spoty obsahovali povinné označenie zodpovedného hrania v znení: „18+. Hazardné hry predstavujú riziko vysokých strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“ a ich dejová línia, vizuálne a obsahové spracovanie, sú koncipované výlučne pre dospelého diváka. Zadávatel' tiež poukazuje na to, že v TV spotoch nie sú prvky, ktoré by mohli byť pre maloletých atraktívne, prípadne by mohli maloletých navádzať na hranie hazardných hier. Zadávatel' ďalej uvádza, že „v prípade TV spotu „Bonus“ boli v súlade s Kódexom zodpovednej reklamy riadne uvedené všetky podmienky a kritériá na jeho získanie. Zároveň TV spoty označené sťažovateľom neboli odvysielané na platforme určenej primárne pre maloleté publikum, nepodnecovali maloletých k tomu, aby vnímali hazardné hry ako prirodzenú voľnočasovú aktivitu, ani nevyužívali vo svojom obrazovom spracovaní postavy, ktoré sa podľa všeobecnej známosti viažu k detskému či maloletému publiku. Rovnako neobsahovali ani špecifické marketingové prvky, tzv. „call to action“, zamerané na maloletých.“ Zadávatel' zastáva názor, že TV spoty svojím obsahom neporušujú žiadne z ustanovení zákona č. 147/2001 Z. z. o reklame a zákona č. 30/2019 Z. z. o hazardných hrách. Zadávatel' ďalej argumentuje, že „v nadväznosti na metodické usmernenia Úradu pre reguláciu hazardných hier (ďalej len „Úrad“) sú tieto TV spoty plne v súlade s metodikou Úradu. Obsah TV spotov je taktiež v súlade so Všeobecnými zásadami reklamnej praxe v zmysle čl. 10 až 14 Etického kódexu reklamnej praxe, vydaného Radou pre reklamu (ďalej len „Etický kódex“). TV spoty nie sú v zmysle čl. 46 Etického kódexu zamerané na maloletých a nie sú im určené. TV spoty taktiež nijako nepovzbudzujú vytvorenie alebo posilnenie závislosti na hazardných hrách.“ K predmetnej sťažnosti zadávateľ ďalej uvádza, že v arbitrážnom náleze č. 14 (03-03) zo dňa 07. apríla 2026 pri obdobnom TV spote Spoločnosti dospela Komisia k nasledovnému záveru: „V predmetnom prípade je Komisia toho názoru, že daná reklama je súladná s Kódexom. Reklamný spot nie je zameraný na maloletých. Jeho vizuálne aj obsahové spracovanie je orientované na dospelého diváka; v reklame nie sú prvky, ktoré by mohli byť pre maloletých atraktívne a reklama žiadnym spôsobom maloletých nenavádza na hranie hazardných hier. Zároveň reklama obsahuje jasné označenie „18+“

a zákonom požadované upozornenie na riziká hazardných hier.“ Na základe vyššie uvedených skutočností má zadávateľ za to, že sťažnosť predstavuje iba subjektívne posúdenie predmetnej reklamy, je nedôvodná a nepreukazuje porušenie žiadneho právneho predpisu ani Kódexu zodpovednej reklamy.

Podľa čl. IV ods. 7 Memoranda o spolupráci uzatvoreného dňa 13. 7. 2023 medzi Radou a Úradom postupovala Komisia v prípade posudzovania predmetnej sťažnosti a reklamy v zmysle čl. IV ods. 4 Poriadku a pri posúdení brala do úvahy aj odborný posudok Úradu. Úrad v odbornom stanovisku vo vzťahu k porušeniu Kódexu zodpovednej reklamy uvádza nasledovné: „Sťažnosť fyzickej osoby smeruje k obsahu reklamných spotov zadávateľa, o ktorých sťažovateľ tvrdí, že nabádajú maloletých k účasti na stávkových hazardných hrách. Úrad konštatuje, že fyzická osoba v podanej sťažnosti priamo nenamieta porušenie Kódexu, pričom Úrad vo vzťahu k obsahu predmetných reklamných spotov neidentifikoval porušenie ustanovení Kódexu týkajúce sa maloletých. Sťažovateľ v sťažnosti uvádza svoj subjektívny názor k obsahu dotknutých reklamných spotov. Úrad vo vzťahu k predmetu sťažnosti neidentifikoval porušenie Kódexu v súvislosti s maloletými osobami a považuje sťažnosť fyzickej osoby za neopodstatnenú. Z vyššie uvedených dôvodov má Úrad za to, že reklamné spoty „Streamy“, „Súťaže“, „Bonus“, „Kurzy“/sponzorský odkaz: „TipSport MS v hokeji 2026“ zadávateľa TIPSPORT SK, a.s. neporušujú pravidlá zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier v súvislosti s maloletými osobami uvedené v Kódexe.“

Popis reklamy:

Sponzorský odkaz: „TipSport – oficiálny sponzor Majstrovstiev sveta IIHF“ (10 sek. verzia)
Sponzorský odkaz pozostáva z viacerých scén a záberov: záber na ľadovú plochu s hráčmi, záber na fandiach fanúšikov, záber na muža, ktorý sa akoby prihovára divákovi z fiktívnych priestorov „komunity tipérov“. Voice-over znie: „Strhujúce zážitky v komunite tipérov vám prináša TipSport. Oficiálny sponzor Majstrovstiev sveta IIHF v ľadovom hokeji.“ V obraze je umiestnené logo spoločnosti s doplnením „oficiálny sponzor“, logo IIHF. V spodnej časti obrazu je informácia v znení: „Sponzor programu TipSport SK, a.s.“; piktogram 18+ a text v znení: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“

Reklamný oznam: „Streamy“ (30 sek. verzia)

Reklamný oznam sa odohráva vo fiktívnych priestoroch „komunity tipérov“. Miestom sprevádza sprievodca – muž, ktorý sa prihovára divákovi „Fandite svetovému hokeju v najväčšej komunite tipérov, kde každý...“. K sprievodcovi prichádza hokejový fanúšik, ktorý sa ho pýta: „Majstrovstvá v hokeji?“, sprievodca odpovedá: „na poschodí vpravo“ a pokračuje „Kde si každý nájde priamo...“. Zastaví sa pri ňom žena, ktorá sa pýta: „My sme prišli na NHL“, sprievodca odpovedá „Na poschodí vľavo“ a pokračuje slovami „Priamo vo svojom mobile...“. Pred sprievodcom stojí zápasník MMA Ronald Paradeiser. Sprievodca sa ho pýta: „Oktagon, že?“ a ten mu odpovedá „Nie, dnes tenis“, sprievodca odpovedá: „Hneď tu za barom“ a pokračuje smerom k divákovi so slovami: „kde si každý nájde vo svojom mobile všetky streamy zápasov.“ Nasleduje záber, kde v obraze je text „Jediná stávková so streamami“, potom je v obraze logo spoločnosti „oficiálny sponzor“ a logo IIHF. Obraz je doplnený voice-overom v znení: „Majstrovstvá sveta IIHF v ľadovom hokeji. V jedinej stávkovej so streamami. TipSport. V spodnej časti obrazu je počas celej dĺžky spotu piktogram 18+ a text v znení: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“

Reklamný oznam: „Bonus“ (30 sek. verzia)

Reklamný oznam sa odohráva vo fiktívnych priestoroch „komunity tipérov“. Miestom sprevádza sprievodca – muž, ktorý sa prihovára divákovi „Fandite svetovému hokeju v najväčšej komunite tipérov.“ Nasledujú rýchle zábery na aktivity fanúšikov v komunite a sprievodca hovorí: „U nás máte vždy na čo pozeráť, z čoho vyberať a tiež komu fandiť. Každý kto vstúpi...“. Nasleduje

záber na zápasníka MMA RONALDA PARADEISER, ktorý sa prihovára skupine ľudí slovami: „Prvýkrát?“ a sprievodca pokračuje slovami: „Má jednu vec istú. Získava bonus“. Voice-over hovorí: „Príďte si počas Majstrovstiev sveta IIHF v ľadovom hokeji po 30 € len za registráciu. Tipsport, najväčšia komunikačná tipérka.“ V obraze je text „30 € za registráciu (bonus je vyplácaný v netoch“, potom je v obraze logo spoločnosti „oficiálny sponzor“ a logo IIHF.

V spodnej časti obrazu je počas celej dĺžky spotu piktogram 18+ a text v znení: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“

Reklamný oznam: „Súťaže“ (30 sek. verzia)

Reklamný oznam sa odohráva vo fiktívnych priestoroch „komunity tipérov“. Miestom sprevádza sprievodca – muž, ktorý sa prihovára divákovi „Fandite svetovému hokeju v najväčšej komunite tipérov.“ Nasledujú rýchle zábery na aktivity fanúšikov v komunite a sprievodca hovorí: „Počítajte s tým, že u nás sa vždy niečo deje. Aj keď nie všetko tu dokáže bežať non-stop (záber na muža, ktorý padá z bežiaceho pásu) Naše súťaže však bežať non-stop našťastie dokážu. Napríklad Tipovačka a Fantasy k Majstrovstvám IIHF v ľadovom hokeji. Tipsport.“ V obraze je text „Tipovačka a Fantasy až o 400 000 € za registráciu (bonus je vyplácaný v netoch“, potom je v obraze logo spoločnosti „oficiálny sponzor“ a logo IIHF.

V spodnej časti obrazu je počas celej dĺžky spotu piktogram 18+ a text v znení: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“

Reklamný oznam: „Kurzy“ (30 sek. verzia)

Reklamný oznam sa odohráva vo fiktívnych priestoroch „komunity tipérov“. Miestom sprevádza sprievodca – muž, ktorý sa prihovára divákovi „Fandite svetovému hokeju v najväčšej komunite tipérov.“ Sprievodca prechádza priestormi a komentuje dianie v komunite: „Niektorí tu majú rýchlokurz geniality“ – záber na ženu, ktorá niečo kreslí na tabuľu; „Tu Johnny zase profi barmanský kurz“ – záber na muža, ktorý žongľuje s fľašami; „Rony kurz sebaovládania“ – záber na muža, ktorý levituje, „Ale tie najlepšie kurzy na tipovanie máte u nás jedine vy! Tipnite si na majstrovstvá sveta IIHF v ľadovom hokeji v navýšených akčných kurzoch.“ V obraze sa objaví text „Akčné kurzy“, nasleduje logo spoločnosti „oficiálny sponzor“ a logo IIHF.

V spodnej časti obrazu je počas celej dĺžky spotu piktogram 18+ a text v znení: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“

Názor Komisie:

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

Cieľom danej reklamy je komunikácia hazardnej hry – stávkovania. Kódex kladie na tento druh reklamy špecifické požiadavky, v zmysle ktorých 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 Kódexu).

V zmysle Kódexu zodpovednej reklamy hazardných hier zodpovedná reklama na hazardné hry nabáda na zodpovedné hranie, to znamená, že nepoškodzuje maloletých a ani ich nepodnecuje k tomu, aby vnímali hazardné hry ako prirodzenú súčasť svojich voľnočasových aktivít; nevyužíva v rámci obsahu reklamného oznámenia o hazardnej hre fotografie, videá, ilustrácie a iné grafické zobrazenia ľudí mladších ako 18 rokov; nevyužíva pri propagácii postavy, ktoré sa podľa všeobecnej známosti viažu k detskému divákovi a maloletým osobám, napr. postavičky z detských rozprávok, animovaných filmov a počítačových hier vrátane mobilných hier určených pre tablety a smartfóny (čl. 3 ods. 3.2 body 5 až 7 Kódexu zodpovednej reklamy).

Predmetom sťažnosti bolo tvrdenie, že reklamné spoty spoločnosti TIPSPORT SK, a. s., vysielané počas Majstrovstiev sveta IIHF v ľadovom hokeji, údajne nabádajú maloletých k účasti na

hazardných hrách. Komisia preto posudzovala predovšetkým, či reklama napĺňa znaky reklamy zameranej na maloletých alebo im určenej, prípadne či svojím obsahom môže maloletých podnecovať k účasti na hazardných hrách alebo vytvárať dojem, že hazardné hry predstavujú prirodzenú súčasť ich voľnočasových aktivít.

Po preskúmaní všetkých reklamných spotov Komisia dospela k záveru, že predmetná reklama je svojím obsahovým aj vizuálnym spracovaním jednoznačne orientovaná na dospelého spotrebiteľa. Reklamné oznamy komunikujú služby licencovaného prevádzkovateľa kurzových stávok, pričom ich dej sa odohráva vo fiktívnej „komunitě tipérov“, zobrazujú výlučne dospelé osoby a tematicky sa viažu na športové stávkovanie a športové podujatia určené širokej verejnosti. Dej reklamy je založený na prostredí dospelých fanúšikov športu a športového stávkovania, pričom komunikácia je zameraná na osoby oprávnené zúčastňovať sa hazardných hier.

Komisia sa v tomto smere osobitne zaoberala aj možným dopadom a vplyvom reklamy na maloletých s ohľadom na skutočnosť, že reklama bola odvysielaná počas Majstrovstiev sveta v hokeji, ktoré sú sledované aj maloletými osobami. V tomto smere však Komisia zastáva názor, že samotná skutočnosť, že reklama bola odvysielaná počas prenosov z Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji, sama osebe neznamena, že je určená maloletým alebo na nich zacielená. Reklamné spoty, ani sponzorský odkaz neobsahujú obsahové ani vizuálne prvky typicky atraktívne pre detského diváka, nevyužívajú detských hrdinov, rozprávkové alebo animované postavy, motívy známe z detských filmov či počítačových hier, ani iné prvky, ktoré by boli spôsobilé osobitne osloviť maloleté osoby. Rovnako v reklamách nevystupujú osoby mladšie ako 18 rokov ani osoby pôsobiace dojmom maloletých. Komisia prihliadla aj na skutočnosť, že všetky posudzované reklamné spoty počas celej doby vysielania obsahujú viditeľné označenie „18+“ spolu so zákonom vyžadovaným upozornením na riziká hazardných hier v znení upozorňujúcim na možnosť vysokých finančných strát a riziko vzniku závislosti. Hoci samotné splnenie tejto zákonnej povinnosti automaticky nevylučuje možnosť porušenia Kódexu, predstavuje významný prvok zodpovednej reklamnej komunikácie, ktorý jasne signalizuje, že propagované služby sú určené výlučne plnoletým osobám.

Komisia sa taktiež nedomnieva, že by reklama podnecovala k neuváženej účasti na hazardných hrách alebo podporovala vznik či posilňovanie závislosti na hazardných hrách. Reklamné oznamy komunikujú jednotlivé služby prevádzkovateľa (streamy športových prenosov, bonus za registráciu, súťaže alebo zvýhodnené kurzy), avšak neobsahujú tvrdenia, ktoré by prezentovali hazardné hry ako spôsob riešenia finančných problémov, ako prostriedok spoločenského uznania alebo osobného úspechu, ani nenaznačujú, že účasť na hazardných hrách predstavuje bezrizikovú alebo garantovanú cestu k finančnému prospechu.

Komisia si je vedomá citlivosti verejnosti na reklamu hazardných hier, najmä vo vzťahu k zraniteľným skupinám obyvateľstva. V predmetnom prípade však neidentifikovala také obsahové ani formálne prvky reklamy, ktoré by prekračovali hranice zodpovednej reklamnej praxe alebo boli spôsobilé podporovať rizikové správanie v zmysle Kódexu. Komisia zároveň nekonštatovala ani porušenie pravidiel Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 25. 06. 2026, hlasovaním rozhodla, že TV reklama (reklamné oznamy, sponzorský odkaz): „Streamy“; „Súťaže“; „Bonus“; „Kurzy“ / sponzorský odkaz: „Tipsport MS v hokeji 2026“, zadávateľ: TIPSPORT SK, a.s. nie je v rozpore s ustanoveniami Kódexu a Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier v Slovenskej republike a sťažnosť sťažovateľ a nie je opodstatnená.

Poučenie:

Zadávatel' 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 10. 07. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie