

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 (Instagram): "LolaJack - Sensational"
šírená šíriteľom: Ráchel Karnižová

je v rozpore

s ustanoveniami čl. 22 ods. 1 a čl. 25 ods. 2 Kódexu.

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Poprad, voči on-line reklame (Instagram) komunikujúcej hazardnú hru: "LolaJack - Sensational" neznámeho zadávateľa. Sťažovateľ namietal, že príspevok v podobe Instagram stories zverejnený dňa 18.6.2026 na instagramovom profile @rachellkka, influencerky Ráchel Karnižovej (ďalej aj „šíriteľka“), ktorého súčasťou bol aj link smerujúci na prevádzkovateľa hazardnej hry, môže byť v rozpore s princípmi zodpovednej reklamy hazardných hier a Etickým kódexom reklamnej praxe. Sťažnosť uvádza nasledovné dôvody porušenia Kódexu:

„1. Zdôrazňovanie finančného prínosu hazardu: príspevok prezentuje vysokú výhru 553 € dosiahnutú za krátky čas (20 minút), čím môže vytvárať dojem jednoduchého a rýchleho zisku z hazardnej hry.

2. Možné podnecovanie k neuváženej účasti na hazardných hrách: komunikácia je postavená na emóciách, nadšení z výhry a finančnom úspechu bez uvedenia rizík spojených s hazardom. Rada pre reklamu už v minulosti konštatovala, že reklama na hazard nesmie podnecovať k neuváženej účasti ani zľahčovať riziká hazardu.

3. Absencia upozornenia na riziká hazardných hier: na zverejnenom obsahu nie je zrejme žiadne upozornenie na riziko vzniku závislosti alebo iné riziká spojené s hazardnými hrami.

4. Neoznačená komerčná spolupráca: pokiaľ ide o platenú alebo inak komerčne motivovanú propagáciu hazardnej služby, v príspevku nie je zrejme označenie reklamnej spolupráce, čo môže byť pre spotrebiteľov zavádzajúce.

5. Dosah na mladé publikum: vzhľadom na vysoký počet sledovateľov influencerky a charakter sociálnej siete Instagram existuje riziko, že sa predmetný obsah dostáva aj k mladším používateľom, ktorí môžu byť voči takémuto typu komunikácie zraniteľnejší.“

Rada sa obrátila so žiadosťou o stanovisko na šíriteľku. Tá vo svojom vyjadrení uvádza, „že predmetný príspevok nebol vytvorený v rámci platenej spolupráce ani na základe zmluvného vzťahu s propagovanou značkou alebo spoločnosťou. V čase zverejnenia príspevku som nebola zo strany danej značky odmeňovaná za jeho vytvorenie ani zverejnenie. Nešlo o reklamnú kampaň ani komerčnú spoluprácu v bežnom zmysle slova. V súvislosti s príspevkom bol použitý affiliate odkaz/kód, prostredníctvom ktorého môže autor obsahu v prípade nákupu zo strany používateľa získať províziu. Príspevok však nevznikol na objednávku zadávateľa reklamy a nebol predmetom platenej spolupráce.“

Popis reklamy:

Reklama je spracovaná formou Instagram stories a bola zverejnená dňa 18.6.2026 na instagramovom profile @rachellkka, influencerky Ráchel Karnižovej. Príspevok obsahuje:

- fotografiu influencerky v interiéri auta,
- snímku obrazovky online hazardnej hry s popisom SENSATIONAL! zobrazujúcej výhru vo výške 553,00 €,
- sprievodný text „Potom som 20 minút sedela v aute lebo sa mi triasli nohy a bála som sa že to nedám domov Ale dobre využitých 20 minút“ doplnený o emotikony,

Súčasťou príspevku bol aj link, po kliknutí na ktorý bol užívateľ presmerovaný na samostatnú webovú stránku. Táto stránka propaguje online hazardnú hru LolaJack prostredníctvom influencer marketingu s využitím affiliate odkazu. V hornej časti sa nachádza logo LolaJack, interaktívne navigačné menu (Ponuka, Ako získať, Sociálne siete), tlačidlo „Získať bonus“ a prepínač jazyka (SK). Ústredným motívom je digitálna ilustrácia influencerky Rachellkka, pripomínajúca hernú alebo fantasy postavu, označená ako „RACHELLKKA TVORKYŇA“. Farebne aj veľkostne výrazný sprievodný text obsahuje: „400 %“, „AŽ DO 15 000 €“, „+400 FS“, menším písmom „Rachel ťa pozýva do sveta, kde je každé otočenie plné emócií. Získaj špeciálnu ponuku iba pre jej komunitu.“ Nasleduje označenie „HOT 400 % AŽ DO 15 000 € +400 FS“, interaktívne tlačidlo „Získať bonus“ a graficky nevýrazné upozornenie „18+ Hraj zodpovedne Iba pre nových hráčov“. Ďalej nasleduje sekcia „Čo získaš na štart“ s prehľadom benefitov, tlačidlo „Prejsť do kasína“, trojkrokový návod „Ako získať bonus?“ a sekcia „Sleduj Rachel“ s odkazmi na jej profily na sociálnych sieťach Instagram a TikTok. V spodnej časti webovej stránky sa nachádza záverečná výzva „POSLEDNÁ ŠANCA?“, „PRIPRAVENÝ HRAŤ?“, veľké oranžové tlačidlo „Získať bonus teraz“, logo LolaJack a graficky nevýrazné upozornenie „Táto stránka predstavuje informácie o exkluzívnych kasínach a obsahuje affiliate odkazy určené výhradne pre osoby v regiónoch, kde je online hazard legálny. Ponuka je určená pre dospelých (18+). Hazard môže byť návykový. Hraj zodpovedne.“

Názor Komisie:

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

Komisia sa v prvom rade zaoberala otázkou, či predmetný komunikát predstavuje reklamu v zmysle Kódexu. Širitelka vo svojom stanovisku uviedla, že príspevok nebol vytvorený v rámci platenej spolupráce, ani na základe zmluvného vzťahu s propagovanou značkou, nebola za jeho vytvorenie alebo zverejnenie odmeňovaná a nešlo o reklamnú kampaň ani komerčnú spoluprácu v bežnom zmysle slova. Zároveň však v príspevku bol použitý affiliate odkaz/kód.

Komisia pri posudzovaní tejto skutočnosti vychádzala z podstaty affiliate marketingu, pri ktorom je propagácia konkrétneho produktu alebo služby spojená s ekonomickým záujmom osoby, ktorá túto propagáciu vykonáva. Pre posúdenie reklamného charakteru komunikácie preto nie je rozhodujúce výlučne to, či bola širitelke za vytvorenie konkrétneho príspevku vyplatená pevne stanovená odmena alebo či medzi ňou ako influencerkou a propagovaným subjektom existovala napríklad písomná zmluva o reklamnej spolupráci. Rozhodujúca je objektívna povaha komunikácie a existencia komerčného záujmu (motívu). V prípade affiliate spolupráce je ekonomický prospech osoby propagujúcej produkt alebo službu naviazaný na konanie používateľa, ktorý prostredníctvom konkrétneho odkazu alebo kódu vykoná požadovanú aktivitu (napr. registráciu alebo nákup). Skutočnosť, že odmena je podmienená výsledkom alebo výkonom - a nevzniká vo forme napríklad vopred dohodnutej platby - preto sama osebe nemeňte komerčný charakter komunikácie.

V predmetnom prípade navyše nešlo iba o všeobecné uvedenie značky LolaJack. Prostredníctvom affiliate odkazu bol používateľ z Instagram stories priamo smerovaný na osobitne vytvorenú webovú stránku propagujúcu konkrétnu hazardnú ponuku, ktorá obsahovala bonus vo výške 400 %, možnosť získať ďalšie herné bonusy, výzvy na získanie bonusu a následný prechod do kasína. Komisia preto považuje za preukázané, že účelom predmetnej komunikácie

bolo podporiť záujem používateľa o propagovanú (hazardnú) službu a jeho následné konanie, pričom šíriteľka mohla byť v závislosti od konania používateľov ekonomicky odmenená, resp. mať z takéhoto konania určitú výhodu alebo benefit.

Komisia preto dospela k záveru, že predmetný komunikát má charakter reklamy (bez ohľadu na to, či podľa vyjadrenia šíriteľky nešlo o „klasickú platenú spoluprácu“), na ktorú sa vzťahujú aj ustanovenia Kódexu.

Šíriteľka je tak zodpovedná za šírenie komunikátu, ktorý je reklamou, v súlade s čl. 4 ods. 2 Kódexu.

V zmysle čl. 22 ods. 1 Kódexu musí byť reklama jasne ako taká identifikovateľná bez ohľadu na to, akú má formu alebo aké komunikačné médium využíva; pri posudzovaní sa zohľadňuje forma reklamy, komunikačné médium a použitá reklamná technika.

V predmetnom prípade však reklamný charakter komunikátu nebol používateľovi jasne a zrozumiteľne oznámený, resp. reklama podľa názoru Komisie nebola jasne ako taká identifikovateľná. Komisia pritom zohľadnila aj špecifickú formu influencer marketingu, pri ktorej môže obsah pôsobiť ako osobné odporúčanie alebo autentické zdieľanie vlastnej skúsenosti influencerky. Práve preto je v prípade existencie komerčného motívu potrebné, aby používateľ mohol bez pochybností rozpoznať, že nejde iba o osobný obsah, ale o reklamnú komunikáciu. Keďže však reklama nebola dostatočne ako reklama označená, pričom samotné médium, ako aj forma reklamy tieto možnosti poskytovali, Komisia konštatovala porušenie čl. 22 ods. 1 Kódexu.

Komisia sa následne zaoberala súladom reklamy s čl. 25 ods. 2 Kódexu, podľa ktorého „osobitnú pozornosť musia zadávateľ reklamy a ním poverená osoba venovať produktom, ktorých reklamu všeobecne záväzné právne predpisy výrazne obmedzujú“. Ide o požiadavku zvýšenej obozretnosti pri produktoch, pri ktorých vzhľadom na ich povahu existujú osobitné zákonné pravidlá upravujúce ich reklamu alebo propagáciu.

V danom prípade bola predmetom reklamy online hazardná hra, teda produkt podliehajúci osobitne prísnej právnej regulácii. Komisia preto pri posudzovaní uvedenej reklamy prihliadla nielen na samotnú skutočnosť, že išlo o reklamu hazardnej hry, ale aj na konkrétne okolnosti súvisiace s propagovanou online ponukou.

Z dostupných podkladov vyplynulo, že vo vzťahu k webovej stránke súvisiacej s danou hazardnou ponukou vykonával Úrad pre reguláciu hazardných hier dozor podľa zákona č. 30/2019 Z. z. o hazardných hrách, a to v súvislosti s možným poskytovaním zakázanej ponuky. Webová stránka bola zároveň predmetom oznámenia o zámere zaradiť ju do zoznamu zakázaných ponúk.

Komisia si je vedomá toho, že v čase jej rozhodovania výsledok tohto dozoru ešte nebol známy. Z uvedeného dôvodu Komisia nekonštatuje, že predmetná hazardná hra bola v čase zverejnenia reklamy poskytovaná v rozpore so zákonom alebo že išlo o zakázanú ponuku. O tejto otázke rozhodne príslušný orgán v rámci svojho dozoru. Komisia však túto skutočnosť považuje za dôležitú pri posudzovaní čl. 25 ods. 2 Kódexu. V tomto prípade totiž nešlo len o všeobecnú pochybnosť týkajúcu sa zákonnosti online hazardných hier. Išlo o konkrétnu hazardnú ponuku, vo vzťahu ku ktorej už Úrad pre reguláciu hazardných hier vykonával dozor pre možné poskytovanie zakázanej ponuky. Práve preto podľa názoru Komisie bolo potrebné pred jej propagáciou venovať zvýšenú pozornosť overeniu, či ide o ponuku, ktorú je možné na území Slovenskej republiky propagovať. Osobitne, ak ide o produkt, ktorého reklama podlieha osobitným pravidlám, a zároveň existujú konkrétne dôvody na pochybnosti o tom, či je jeho

poskytovanie alebo propagácia v súlade s týmito pravidlami. Komisia pritom nepovažuje za podstatné, či šíriteľka o prebiehajúcom dozore vedela. Dôležité je, že pri propagácii hazardnej hry je vzhľadom na jej osobitnú právnu reguláciu potrebné venovať zvýšenú pozornosť tomu, či je takáto reklama prípustná.

Od influencera, ktorý tvorí (a šíri) obsahy v rámci influencer marketingu, podľa názoru Komisie preto možno spravodlivo očakávať, že ku komerčnej komunikácii osobitne regulovaných služieb, akými hazardné hry v Slovenskej republike bezpochyby sú, pristupuje s náležitou (odbornou) starostlivosťou.

V danom prípade pritom predmetný affiliate odkaz neodkazoval iba na všeobecné informácie o hazardných hrách, ale priamo smeroval používateľa na konkrétnu online ponuku a ďalej ho prostredníctvom výziev typu „Získať bonus“, „Prejsť do kasína“ a „Získať bonus teraz“ motivoval k účasti na hazardnej hre. Komisia preto dospela k záveru, že v tomto prípade nebola splnená požiadavka osobitnej pozornosti podľa čl. 25 ods. 2 Kódexu. Komisia tým nehovorí, že predmetná hazardná ponuka bola nezákonná. Pri rozhodovaní však zohľadnila, že v čase jej propagácie existovali konkrétne pochybnosti o tom, či je možné túto ponuku poskytovať, a vzhľadom na to jej bolo potrebné venovať pri reklame zvýšenú pozornosť.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 18. 8. 2026, hlasovaním rozhodla, že on-line reklama (stories na instagramovom profile @rachellkka zo dňa 18.6.2026) propagujúca hazardnú hru: "LolaJack - Sensational" šírená šíriteľom: Ráchel Karnižová je v rozpore s ustanovením čl. 22 ods. 1 a čl. 25 ods. 2 Kódexu a sťažnosť sťažovateľa je opodstatnená.

Komisia preto v súlade s čl. V ods. 2 písm. a) Poriadku vyzýva šíriteľku na úpravu, resp. zamedzenie ďalšieho šírenia uvedenej reklamy v predmetnej podobe. Komisia zároveň apeluje na šíriteľku, aby v budúcnosti venovala zvýšenú pozornosť transparentnému označovaniu reklamných výstupov a spoluprác.

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 9. 9. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v. r.
predsedníčka Komisie