

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 (príspevky na FB, Instagrame): Uplatnite si benefity na zuby
zadávateľ'a: Baycreek s.r.o.**

nie je v rozpore

s ustanoveniami Kódexu.

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Nové Mesto nad Váhom, voči reklame, ktorá prezentovala o. i. aj možnosť finančného príspevku v podobe benefítov od jednotlivých zdravotných poisťovní na dentálnu hygienu, zadávateľ'a: Baycreek s.r.o. Sťažovateľ'ka uvádza, že spoločnosť „Dental Brothers vo svojich reklamných materiáloch, prostredníctvom newsletterov, príspevkov na Facebooku a Instagrame, na svojej webovej stránke, ako aj v e-mailovej komunikácii uvádzala, že je možné požiadať o finančný príspevok na dentálnu hygienu od Všeobecnej zdravotnej poisťovne (VŠZP). Na základe tejto informácie som sa objednala na dentálnu hygienu práve do Dental Brothers a službu som absolvovala v presvedčení, že budem môcť následne požiadať o príspevok od VŠZP. Až po absolvovaní ošetrenia mi bolo oznámené, že pred vykonaním dentálnej hygieny bolo potrebné vyplniť formulár a požiadať VŠZP o jeho schválenie. Pracovníčka recepcie mi zároveň prisľúbila, že mi potrebný formulár zašle e-mailom, čo sa však nestalo. Následne som kontaktovala VŠZP aj spoločnosť Dental Brothers. Zo strany Dental Brothers som odpoveď nedostala. VŠZP mi písomne oznámila, že Dental Brothers nie je zmluvným poskytovateľ'om zdravotnej starostlivosti, a preto nespĺňam podmienky na získanie príspevku.“ Sťažovateľ'ka považuje uvedenú reklamu za klamlivú, zavádzajúcu a spôsobilú viesť spotrebiteľ'ov do omylu, keďže prezentované informácie boli neúplné a spôsobilé ovplyvniť rozhodnutie o využití služieb.

Rada sa obrátila na zadávateľ'a so žiadosťou o stanovisko. Zadávateľ' sa nestotožňuje s tvrdením sťažovateľ'ky. Uvádza, že predmetom sťažnosti je grafický vizuál zverejnený na sociálnych sieťach obsahujúci text „Uplatnite si benefity na zuby u svojej poisťovne“ a informáciu o možnosti požiadať o príspevok na dentálnu hygienu, pričom účelom tejto komunikácie bolo upozorniť klientov na možnosť využiť benefity poskytované zdravotnými poisťovňami. Zadávateľ' pritom argumentuje nasledovne: „Predmetná komunikácia vychádza z verejne dostupných informácií zverejnených samotnými zdravotnými poisťovňami a jej obsah je s nimi v súlade. Predmetný vizuál zároveň neumožňuje objednanie na ošetrenie. Ide o informačný príspevok na sociálnych sieťach, pričom samotná rezervácia termínu prebieha výlučne prostredníctvom našej webovej stránky. Počas online rezervácie je klient vo viacerých krokoch informovaný o tom, s ktorými zdravotnými poisťovňami má spoločnosť Baycreek s.r.o. uzatvorené zmluvné vzťahy a s ktorými nie. Tieto informácie sú transparentne uvedené aj na ďalších miestach našej webovej stránky. Klient sa preto nemôže objednať bez toho, aby sa s nimi oboznámil.“ Zadávateľ' ďalej uvádza, že spoločnosť Baycreek s.r.o. nikdy netvrdila, že je zmluvným poskytovateľ'om Všeobecnej zdravotnej poisťovne, ani v predmetnom bannere, ani na ich webovej stránke, ani v žiadnej inej marketingovej alebo informačnej komunikácii.

Zadávatel' dopĺňa, že „pokial' ide o poistencov Všeobecnej zdravotnej poisťovne, samotná Všeobecná zdravotná poisťovňa na svojej oficiálnej webovej stránke zverejňuje informácie o poskytovaní príspevkov na zdravotnú starostlivosť u nezmluvného poskytovateľa. Súčasťou týchto informácií je postup podania žiadosti, príslušné tlačivo a ďalšie náležitosti potrebné na podanie žiadosti. Príspevok na odstránenie zubného kameňa patrí medzi zdravotné výkony, pri ktorých je možné týmto spôsobom podať žiadosť. Naša komunikácia vychádzala práve z týchto verejne dostupných informácií poskytovaných samotnou Všeobecnou zdravotnou poisťovňou.“ Zadávateľ je presvedčený, že predmetná komunikácia obsahuje pravdivé, overiteľné a transparentné informácie a nie je spôsobilá uviesť spotrebiteľa do omylu. Rovnako sa nestotožňuje s tvrdením sťažovateľky, že zo strany spoločnosti nedostala odpoveď na svoje otázky. Uvádza, že na „e-mailové otázky klientov pravidelne odpovedáme a zároveň poskytujeme telefonické konzultácie, počas ktorých vysvetľujeme všetky otázky súvisiace s našimi službami aj s možnosťami uplatnenia benefitov zdravotných poisťovní. Klientom zároveň zasielame informačné e-maily s podrobným postupom, ako podať žiadosť o príspevok vo svojej zdravotnej poisťovni. Naším cieľom je, aby mali všetky potrebné informácie k dispozícii ešte pred absolvovaním ošetrenia.“ Zadávateľ tiež uvádza, že je pripravený so sťažovateľkou komunikovať a celú situáciu riešiť individuálne tak, aby bola spokojná. Zadávateľ záverom uvádza, že je toho názoru, že predmetná komunikácia je v súlade s Kódexom a nie je spôsobilá uviesť spotrebiteľa do omylu.

Popis reklamy:

Reklama je spracovaná online formou v podobe príspevku zverejneného:

- na profile Dental Brothers na sociálnej sieti Facebook dňa 12. 05. 2026 a
- príspevku zverejneného na Instagram profile dentalbrotherssk dňa 16. 05. 2026.

Oba príspevky uvádzajú text: „Májové zľavy pre nových klientov sú tu! Doprajte si profesionálnu starostlivosť o úsmev za zvýhodnené ceny a využite benefity svojej poisťovne Union, VŠZP alebo Dôvera

Dentálna hygiena + bielenie

129 € → 90 €

S príspevkom poisťovne už za 60€

Dentálna hygiena Premium

89 € → 69 €

S príspevkom poisťovne už za 39€

Bielenie zubov Premium

69 € → 40 €

- ✓ Bez skrytých poplatkov
- ✓ Profesionálny a šetrný prístup
- ✓ Moderné vybavenie a príjemné prostredie

Objednajte sa ešte dnes a využite májové zľavy s kódom: MAj

akcia platí do konca mája

#dentalnahygiena #bieleniezubov #usmev #stomatologia #zdravyusmev akcia majovezlavy dentista“

Vizuál oboch príspevkov je koncipovaný ako propagačná reklama na stomatologické služby. V hornej časti sa nachádza výrazný nadpis: „MÁJOVÉ ZĽAVY PRE NOVÝCH KLIENTOV“. Pod nadpisom je tlačidlo s ikonou odkazu a textom: „Objednaj sa online tu“. V strednej časti je vyobrazený usmievajúci sa mladý muž sediaci v kresle a oboma ukazovákmi smeruje na svoj úsmev/na svoje zuby. Po oboch stranách muža sú zobrazené ruky v modrých jednorazových rukaviciach, ktoré držia rôzne stomatologické nástroje. Na pravej strane sa nachádza ružový

kruh, v ktorom je uvedený text: „ZĽAVA -30 %“. Nižšie sa nachádzajú logá troch zdravotných poisťovní: UNION, Všeobecná zdravotná poisťovňa a DÔVERA. Pod logami je uvedený text: „Uplatnite si benefity na zuby vo svojej poisťovni.“ V spodnej časti vizuálu sú vedľa seba umiestnené tri farebne odlíšené obdĺžnikové panely predstavujúce jednotlivé služby. Prvý panel je zelený, obsahuje text „Dentálna hygiena + bielenie (all inclusive balík)“, cenu „90€“, vedľa ktorej je menším písmom uvedená prečiarknutá pôvodná cena „129€“ a zľavový kód „MAJ“. Druhý panel je modrý, obsahuje text „Dentálna hygiena Premium Garantujeme 100 % vyčistenie“ cenu „69€“, vedľa ktorej je menším písmom uvedená prečiarknutá pôvodná cena „89€“ a zľavový kód „MAJ“. Tretí panel je ružový, obsahuje text „Bielenie zubov Premium Najnižšia cena na trhu“, cenu „40€“, vedľa ktorej je menším písmom uvedená prečiarknutá pôvodná cena „69€“ a zľavový kód „MAJ“.

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 nesmie obsahovať klamlivý údaj o vlastnom alebo o cudzom podniku a ani o jeho produktoch; za klamlivý údaj sa považuje aj údaj sám osebe pravdivý, ak môže vzhľadom na okolnosti a súvislosti, v akých sa používa, viesť priemerného spotrebiteľa do omylu (čl. 14 ods. 2 Kódexu).

Cieľom reklamy bola propagácia stomatologických služieb (dentálnej hygieny a bielenia zubov), v ktorej boli okrem cien jednotlivých služieb uvedené aj logá zdravotných poisťovní Union, Všeobecná zdravotná poisťovňa a Dôvera spolu s textom „Uplatnite si benefity na zuby vo svojej poisťovni“. V sprievodnom texte reklamy sa zároveň uvádzalo „S príspevkom poisťovne už za 60 €“ pri dentálnej hygiene s bielením a „S príspevkom poisťovne už za 39 €“ pri dentálnej hygiene Premium.

Komisia sa s námietskami sťažovateľky nestotožnila. Reklama podľa názoru Komisie informuje o možnosti využiť benefity poskytované zdravotnými poisťovňami pri úhrade predmetných služieb, pričom konkrétne podmienky ich poskytnutia neurčuje zadávateľ, ale príslušná zdravotná poisťovňa. Samotná skutočnosť, že zdravotná poisťovňa poskytuje za určitých podmienok príspevok na dentálnu hygienu, preto ešte neznamená, že tento príspevok bude poskytnutý každému poistencovi, pri každom výkone alebo u každého poskytovateľa zdravotnej starostlivosti.

V reklame zároveň nie sú uvedené tvrdenia ani vizuálne prezentácie, ktoré by u spotrebiteľa mohli vytvárať dojem, že poskytnutie príspevku je zadávateľom garantované alebo že na jeho poskytnutie vzniká nárok automaticky každému zákazníkovi. Rovnako tak sa Komisia nedomnieva, že by z reklamy vyplývalo, že zadávateľ je zmluvným poskytovateľom zdravotnej starostlivosti všetkých zdravotných poisťovní uvedených v reklame.

Za podstatné Komisia považovala aj to, že predmetná reklama neuvádza, že príspevok zdravotnej poisťovne je nárokovateľný bez splnenia ďalších podmienok. Formulácia „Uplatnite si benefity na zuby vo svojej poisťovni“ podľa názoru Komisie predstavuje všeobecnú informáciu o možnosti využitia benefitov zdravotnej poisťovne, nie bezpodmienečný príslub konkrétnej výšky príspevku každému zákazníkovi. Rovnako formulácia „S príspevkom poisťovne už za 60 €“, resp. „S príspevkom poisťovne už za 39 €“ odkazuje na cenu po zohľadnení príspevku poisťovne, pričom z reklamy nemožno bez ďalšieho vyvodit', že na takúto cenu má nárok každý spotrebiteľ bez ohľadu na podmienky svojej zdravotnej poisťovne.

Komisia pritom pri posudzovaní reklamy vychádzala z pohľadu priemerného spotrebiteľa, t. j. spotrebiteľa, ktorý je v rozumnej miere dobre informovaný, vnímavý a obozretný. Za priemerného spotrebiteľa podľa názoru Komisie tak nemožno považovať osobu, ktorá by pri informácii o benefite zdravotnej poisťovne automaticky predpokladala, že jeho poskytnutie je garantované priamo poskytovateľom služby. Podmienky poskytovania benefitov sú totiž vecou príslušnej zdravotnej poisťovne a môžu byť viazané na splnenie konkrétnych podmienok.

Komisia pri tomto posúdení vychádzala z obsahu reklamy a jej celkového vyznenia v čase jej zverejnenia, a nie zo skutočností, ktoré nastali až následne v individuálnom prípade sťažovateľky. Komisia zároveň nezistila, že by predmetná reklama obsahovala nepravdivé tvrdenie alebo tvrdenie, ktoré by vzhľadom na spôsob jeho prezentácie bolo spôsobilé uviesť priemerného spotrebiteľa do omylu, a reklamu preto vyhodnotila ako neporušujúcu Kódex.

Skutočnosť, že konkrétna sťažovateľka podľa informácie Všeobecnej zdravotnej poisťovne podmienky na poskytnutie príspevku v jej konkrétnom prípade nespĺňala, predstavuje individuálnu situáciu súvisiacu s podmienkami uplatnenia benefitu a sama osebe nepreukazuje klamlivosť predmetnej reklamnej komunikácie.

Komisia zároveň nepovažovala za rozhodujúce tvrdenie sťažovateľky, podľa ktorého jej po absolvovaní dentálnej hygieny nebol zo strany zadávateľa zaslaný požadovaný formulár. Ide o okolnosť súvisiacu s konkrétnym priebehom komunikácie medzi sťažovateľkou a zadávateľom, ktorá sama osebe nepreukazuje, že reklamné tvrdenia boli v čase ich zverejnenia klamlivé.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 18. 8. 2026, hlasovaním rozhodla, že on-line reklama (príspevky na FB, Instagrame): „Uplatnite si benefity na zuby“, zadávateľ: Baycreek s.r.o nie je v rozpore s ustanoveniami Kódexu a sťažnosť sťažovateľa 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 9. 9. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v. r.
predsedníčka Komisie