

* * *

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

Arbitrážny nález**k sťažnosti č. 78 (08-01)**

Arbitrážna komisia Rady pre reklamu (ďalej len „Komisia“) ako orgán Rady pre reklamu (ďalej len „Rada“) príslušný podľa článku 5 Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len „Kódex“) postupom podľa § 24 Opčného protokolu k Etickému kódexu reklamnej praxe o reklamnej praxi pri šírení mediálnej komerčnej komunikácie (ďalej len „Protokol“) a podľa Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Poriadok“) s poukazom na § 130 ods. 1 a 4 a § 131 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) (ďalej len „Zákon“) vydáva po predbežnom posúdení sťažnosti spravodajským senátom Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Senát“) v súlade s § 24 Protokolu a čl. V ods. 1 a 2 Poriadku tento

n á l e z :

Šírenie reklamného oznamu „superlove“, dňa 14. 8. 2026, v rozhlasovom vysielaní Rádia Expres, strana Protokolu – vysielateľ rozhlasovej programovej služby spoločnosť BAUER MEDIA Slovakia, k. s., Bratislava

neporušila pravidlá Protokolu
vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona.

Odôvodnenie**I. Sťažnosť**

1. Rade bola dňa 14. 8. 2026 doručená sťažnosť od fyzickej osoby, okres Zlaté Moravce, voči šíreniu reklamy na portál superlove.sk, zadávateľ a Czech Healthcare s.r.o., Česká republika., šírenému vo vysielaní rozhlasovej programovej služby Rádia Expres.

2. Sťažovateľ uvádza, že dňa 14. 8. 2026 v čase o 5:58 hod cestoval autom do práce a viezol aj svojho maloletého syna (11 rokov). V rádiu Expres zaznamenal reklamu na erotické pomôcky. Sťažovateľ považuje predmetnú reklamu za nevhodnú v takomto čase, nakoľko kopu malých detí sa v tomto čase už musí presúvať.

II. Popis reklamy

3. Predmetný Spot má podobu približne 20-sekundového rozhlasového reklamného oznamu propagujúceho internetovú stránku superlove.sk a prostredníctvom nej ponúkaný sortiment erotických pomôcok. Spot je tvorený hovoreným reklamným textom tematicky odkazujúcim na intímnu oblasť a sexualitu dospelých osôb. V spote sa priamo, ženským hlasom uvádza: „Všetky o tom snívame len nemáme odvahu Vám to povedať. Muži, neváhajte a potešte nás. Vaše nežné polovičky. Erotickým darčekom od superlove.sk, hračky, lubrikanty aj niečo ľahké na oblečenie. Všetko skladom a zasielané diskretné. Superlove.sk najerotické darčeky.“

4. Dňa 14. 8. 2026 bol spot nasadený do vysielania a odvysielaný v časoch: 05:59 hod., 22:32 hod. a 22:59 hod.

III. Pôsobnosť Protokolu

5. Šíriteľ je stranou Protokolu podľa § 2 ods. 3 písm. a) Protokolu, preto je daná personálna pôsobnosť Protokolu.
6. Protokol sa vzťahuje na komunikát, na ktorý sa vzťahuje Kódex, šírený v rozhlasovom vysielaní. Komunikát sa šíril prostredníctvom rozhlasovej programovej služby strany Protokolu.
7. Predmetný komunikát sa šíril prostredníctvom rozhlasového vysielania šíriteľa na území Slovenskej republiky, preto je daná teritoriálna pôsobnosť Protokolu.
8. K šíreniu predmetnej reklamy došlo po dni, v ktorom sa stal Protokol záväzný voči šíriteľovi, čím je daná aj časová pôsobnosť Protokolu.

IV. Východiská posudzovania reklamy

9. Protokol v súlade s jeho účelom nadväzuje predovšetkým na čl. 25 Kódexu (odsek 3 preambuly Protokolu), ktorého podstatou je zabrániť šíreniu reklamy, pokiaľ je potenciálne v rozpore so zákonom. Protokol preto vychádza zo zákonných ustanovení právneho poriadku Slovenskej republiky regulujúcich mediálnu komerčnú komunikáciu v televíznom vysielaní, rozhlasovom vysielaní a v audiovizuálnych mediálnych službách na požiadanie (odsek 6 preambuly Protokolu).
10. V nadväznosti na to aj Komisia priamo či prostredníctvom svojho Senátu posudzuje šírenie reklamy v rámci etických pravidiel Protokolu recipujúcich zákonné ustanovenia regulujúce šírenie reklamy tak, že pri posudzovaní súladu s pravidlami Protokolu vychádza z toho, či môže šírená reklama obstáť popri zákonných ustanoveniach, ktoré Protokol recipuje.
11. Na rozdiel od ustanovení vlastného Kódexu sú pravidlá Protokolu upravujúce šírenie reklamy (mediálnej komerčnej komunikácie) len také prísne, aké prísne sú zákonné ustanovenia, ktoré sa do pravidiel Protokolu recipovali.
12. Preto pokiaľ by reklama mohla obstáť popri norme ustanovenej všeobecne záväzným právnym predpisom, môže obstáť aj popri pravidle Protokolu, do ktorého sa predmetná norma recipovala.

V. Predmet sťažnosti z pohľadu pravidiel Protokolu

13. Podľa § 7 ods. 1 Protokolu, zakázané je vysielat' reklamu, ktorá môže narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých, najmä také, ktoré obsahujú pornografiu alebo hrubé, nedôvodné násilie. Vzhľadom na povahu produktu sa Senát v širšom kontexte zaoberal aj samotnou slušnosťou komunikátu.
14. S ohľadom na čas vysielania Senát posudzoval komunikát aj v kontexte § 16 ods. 1 Protokolu, podľa ktorého: „Zakázané je vysielat' reklamné oznámenia, sponzorské odkazy a telenákup na erotické služby, erotický tovar alebo erotické audiotextové služby v čase medzi 06.00 hod. a 22.00 hod.”

VI. Stanovisko šíriteľa k predmetu sťažnosti

15. Šíriteľ bol dňa 18. 8. 2026 vyzvaný, aby sa k šíreniu komunikátu, ktorý je predmetom sťažnosti, vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 25. 8. 2026.
16. Šíriteľ poskytol Komisii vyjadrenie dňa 25. 8. 2026, v ktorom o. i. uvádza, že pravidlá upravujúce vysielanie reklamy na erotický tovar stanovujú jednoznačnú časovú hranicu, počas ktorej sa zakazuje vysielanie reklamných oznámení na erotické služby, erotický tovar alebo erotické audiotextové služby, a to v čase medzi 06.00 hod. a 22.00 hod. Rovnakú časovú hranicu

stanovuje aj § 80 písm. b) Zákona o mediálnych službách pre širiteľov, ktorí nepodliehajú príslušnému samoregulačnému mechanizmu. Z časového prehľadu nasadenia Spotu vyplýva, že Spot bol dňa 14.08.2026 zaradený do vysielania o 05.59 hod., pričom samotný sťažovateľ jeho odvysielanie časovo lokalizuje dokonca približne na 05.58 hod. Spot bol teda zaradený do vysielania v časovom pásme, v ktorom § 16 ods. 1 Opčného protokolu vysielanie reklamy na erotický tovar nezakazuje. S ohľadom na časovú dĺžku namietaného Spotu (20 sekúnd) je prakticky vylúčené, že by daný spot mohol byť odvysielaný po 06.00 hod.

17. Širiteľ ďalej uvádza, že z predloženého prehľadu nasadenia vyplýva, že v sledovanom období za mesiac august bol predmetný Spot zaradovaný do vysielania výlučne v časoch pred 06.00 hod. alebo po 22.00 hod., najmä v časoch 05.32 hod., 22.32 hod., 22.59 hod., 23.32 hod. a 23.59 hod. Uvedené podľa názoru Širiteľa preukazuje, že pri zaradovaní Spotu do vysielania bolo časové obmedzenie podľa § 16 ods. 1 Opčného protokolu systematicky rešpektované a Spot bol vysielaný výlučne v zákonom povolených časových rozhraniach. Skutočnosť, že konkrétny maloletý mohol Spot v tomto čase reálne počuť, nemôže sama osebe viesť k záveru o porušení pravidiel Opčného protokolu. Opačný výklad by v podstate znamenal, že jednoznačne určená časová hranica podľa § 16 ods. 1 Opčného protokolu by stratila svoj normatívny význam a prípustnosť vysielania reklamy by bola závislá od individuálnych okolností každého jednotlivého poslucháča, ktoré Širiteľ nemôže poznať ani ovplyvniť. Stotožniac sa s týmto argumentom sťažovateľa by sa maloletí mohli prakticky kedykoľvek oboznámiť s daným Spotom aj v rámci zákonom povoleného času jeho vysielania, čomu však Vysielateľ objektívne nie je schopný zabrániť. Uvedený záver podporuje aj samotná právna úprava ochrany maloletých. § 7 ods. 1 Opčného protokolu pri reklame, ktorá môže narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých, výslovne uvádza ako príklad spôsobu jej sprístupnenia, pri ktorom ju maloletí za bežných okolností nemôžu počuť alebo vidieť, práve zaradenie do vysielania v čase od 22.00 hod. do 6.00 hod. Rovnaký koncept používa § 62 ods. 1 Zákona o mediálnych službách.

18. Širiteľ zároveň zastáva názor, že ani samotný obsah Spotu nie je takého charakteru, aby bol v rozpore s požiadavkou čestnosti a slušnosti podľa § 6 ods. 5 Opčného protokolu. Skutočnosť, že predmetom propagácie je erotický tovar a Spot preto prirodzene pracuje s témou sexualitý a intimitý, sama osebe neznamena, že jeho obsah je neslušný. Samotný Opčný protokol existenciu reklamy na erotický tovar predpokladá a jej vysielanie nezakazuje absolútne, ale upravuje podmienky, za ktorých ju možno vyselať.

19. Formulácia, na ktorú poukazuje sťažovateľ, a to „všetky o tom snívame, len sa vám to hanbíme povedať“, pracuje s témou sexualitý iba v náznaku. Neobsahuje vulgárne označenie pohlavných orgánov, explicitný alebo oplzlý opis sexuálneho styku ani konkrétnych sexuálnych praktík, či iného sexuálneho správania.

20. Na základe uvedeného má Širiteľ za to, že Spot bol do vysielania zaradený v súlade s jednoznačným časovým obmedzením stanoveným v § 16 ods. 1 Opčného protokolu, pričom neporušuje ani žiadne iné ustanovenie Zákona o mediálnych službách, Etického Kódexu či Opčného protokolu.

VII. Predbežné posúdenie

21. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo 10. 9. 2026 Senátom v súlade s § 24 Protokolu, ktorému predchádzalo ústne vypočutie zástupkyne širiteľa.

22. Po predbežnom posúdení dospel Senát k záveru, ktorý je vyjadrený vo výroku tohto nálezu.

23. Záver predbežného posúdenia bol dňa 21. 9. 2026 oznámený šíritel'ovi, ktorý v lehote na námietky vyjadril so závermi posúdenia súhlas.

VIII. Názor Komisie

24. Z obsahu Spotu je zrejmé, že jeho účelom je propagácia internetovej stránky superlove.sk, ktorá predstavuje internetový obchod ponúkajúci spotrebiteľom erotický tovar. Spot na túto stránku priamo odkazuje a zároveň stručne predstavuje sortiment, ktorý je prostredníctvom nej ponúkaný, keď uvádza „hračky, lubrikanty aj niečo ľahké na oblečenie“.

25. Vzhľadom na predmet propagácie preto Senát považoval za rozhodujúce posúdiť súlad vysielania Spotu s § 16 ods. 1 Protokolu, ktorý osobitne upravuje časové podmienky vysielania reklamných oznámení na erotické služby, erotický tovar alebo erotické audiotextové služby. Podľa uvedeného ustanovenia je zakázané vyselať takéto reklamné oznámenia v čase medzi 06.00 hod. a 22.00 hod.

26. Z podkladov predložených Šíritel'om vyplýva, že predmetný Spot bol dňa 14. 8. 2026 zaradený do vysielania v čase o 05.59 hod. Sťažovateľ uvádza čas jeho odvysielania približne o 05.58 hod. V oboch prípadoch ide o čas pred 06.00 hod., teda pred začiatkom časového obdobia, počas ktorého § 16 ods. 1 Protokolu vysielanie reklamy na erotický tovar zakazuje. Senát preto konštatuje, že z hľadiska časového obmedzenia stanoveného v § 16 ods. 1 Protokolu bol predmetný Spot odvysielaný v povolenom časovom pásme. Túto skutočnosť podporuje aj prehľad nasadenia Spotu predložený Šíritel'om, z ktorého vyplýva, že Spot bol v sledovanom období zaradovaný do vysielania pred 06.00 hod. alebo po 22.00 hod., teda mimo časového intervalu, v ktorom Protokol jeho vysielanie zakazuje.

27. Senát sa zaoberal aj argumentom sťažovateľa, podľa ktorého mohol byť Spot v skorých ranných hodinách vypočutý maloletým poslucháčom. Táto skutočnosť však sama osebe nemôže založiť rozpor s § 16 ods. 1 Protokolu. Uvedené ustanovenie stanovuje objektívnu časovú hranicu pre vysielanie reklamných oznámení na erotický tovar. Rozhodujúcou skutočnosťou je preto čas, v ktorom bol reklamný komunikát odvysielaný, a nie individuálna okolnosť, kto sa v danom čase nachádzal v dosahu rozhlasového vysielania.

28. Senát zároveň nepovažoval za potrebné vyvodzovať rozpor s § 7 ods. 1 Protokolu len zo skutočnosti, že predmetom reklamy je erotický tovar. Ustanovenie § 16 ods. 1 Protokolu totiž výslovne počíta s možnosťou vysielania reklamných oznámení na erotický tovar a upravuje podmienky, za ktorých je takéto vysielanie prípustné. Samotná skutočnosť, že Spot propaguje erotický tovar, preto bez ďalšieho neznamená, že ide o reklamu, ktorá môže narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých podľa § 7 ods. 1 Protokolu. Senát pri posúdení obsahu Spotu nezistil ani ďalšie skutočnosti, ktoré by odôvodňovali záver o jeho rozpore s Protokolom. Spot síce využíva tematiku intimity a sexualitu, čo je vzhľadom na charakter propagovaného sortimentu prirodzené, avšak neobsahuje vulgárne výrazy, explicitný opis sexuálnych praktík ani iné obsahové prvky, ktoré by samostatne zakladali rozpor s uvedeným ustanovením, prípadne ani s ustanoveniami o slušnosti v reklame definovanými v Kódexe.

29. Senát preto pri celkovom posúdení predmetného komunikátu dospel k záveru, že jeho šírenie nebolo v rozpore s pravidlami Protokolu. Spot propagujúci internetový obchod s erotickým tovarom bol odvysielaný mimo časového intervalu, v ktorom § 16 ods. 1 Protokolu takéto vysielanie zakazuje, pričom Senát zároveň nezistil iné okolnosti, ktoré by zakladali porušenie ďalších relevantných ustanovení Protokolu či Kódexu.

IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti

30. Na základe vyššie uvedeného Senát na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 10. 9. 2026 rozhodol, že odvysielaním reklamného oznamu „superlove“ (dňa 14. 8. 2026) v rozhlasovom vysielaní programovej služby Rádia Expres strana Protokolu – vysielateľ rozhlasovej služby, spoločnosť BAUER MEDIA Slovakia, k. s. neporušila pravidlá Protokolu vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona a sťažnosť nie je opodstatnená.

31. V súlade s § 130 ods. 1 Zákona je platný arbitrážny nález rozhodnutím vo veci.

Poučenie:

Šíriteľ alebo sťažovateľ môžu požiadať Radu o preskúmanie nálezu v lehote do troch pracovných dní od odoslania nálezu, len ak zaplatia poplatok a zároveň

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, pravidlo štvrtej časti Protokolu alebo iné pravidlo Kódexu (resp. Protokolu), ktorého porušenie predpokladá preskúmanie nálezu,

c) namieta sa neoznámenie konfliktu záujmov niektorého člena Komisie, resp. senátu.

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. 9. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie

* * *