

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 a v zmysle Memoranda o spolupráci (ďalej aj „Memorandum“), uzavretého dňa 13.07.2023 medzi Radou a Úradom pre reguláciu hazardných hier (ďalej aj „Úrad“) postupom podľa čl. 6 ods. 6.2 Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier v Slovenskej republike (ďalej len „Kódex zodpovednej reklamy“) tento

### **n á l e z :**

**TV spot: „Stačí len začať“  
zadávateľ: TIPSPORT SK, a.s.**

### **je v rozpore**

**s ustanoveniami čl. 14 ods. 1 písm. b) a čl. 46 ods. 2 písm. a) Kódexu a  
čl. 3 ods. 3.2 bodu 14 Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier  
v Slovenskej republike**

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Bratislava, voči TV spotu „Stačí len začať“, zadávateľ TIPSPORT SK, a.s. Sťažovateľ vyjadruje názor, že tisíce rodín gamblers by vedeli potvrdiť, že „stačí len začať“ a človek privedie sám seba a celú rodinu na mizinu. Podľa sťažovateľa je nemorálne propagovať stávky týmto spôsobom v hlavnom vysielacom čase, keď reklamu môžu vidieť aj deti a dospelujúci, ktorí sú motivovaní k stávkovaniu. Sťažovateľ záverom uvádza, že stávkovanie je návykové ako drogy a z jeho pohľadu je to to isté, ako propagovať cigarety so sloganom „Stačí len začať“.

Zadávateľ reklamy v rámci svojho stanoviska o.i. uvádza, že „reklama svojím obsahom neporušuje žiadne z ustanovení zákona č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov a zákona č. 30/2019 Z. z. o hazardných hrách a o zmene a doplnení niektorých zákonov. V nadväznosti na metodické usmernenie Úradu pre reguláciu hazardných hier je táto reklama plne v súlade s jeho metodikou.

Reklama spĺňa požiadavky aj samoregulačných mechanizmov, konkrétne:

Reklama spĺňa požiadavky Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier v Slovenskej republike. V súlade s pravidlami zodpovednej reklamy podľa bodu 3 Kódexu je reklama označená logom zadávateľa reklamy a zároveň nabáda na zodpovedné hranie uvedením jasnej informácie zákazku hrania hazardných hier osobám mladším ako 18 rokov, a to prostredníctvom ustálenej podoby piktogramu tvoreného kruhom, v ktorom sa nachádza arabská číslica 18+ a uvedením upozornenia: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“

Reklama spĺňa požiadavky Etického kódexu reklamnej praxe vydaného Radou pre reklamu (ďalej „Etický kódex“). Reklama je v súlade so všeobecnými zásadami reklamnej praxe čl. 10 až 14 pripravovaná s pocitom zodpovednosti voči spotrebiteľovi a nenavádza na porušovanie všeobecne záväzných predpisov. Predmetná reklama spĺňa náležitosti slušnej reklamy, jej cieľom nie je vyvolanie strachu, nezobrazuje nič, čo by mohlo evokovať násilie, diskrimináciu, naopak reklama je zameraná na pozitívnu motiváciu skúšať nové veci, radosť z hry, športového zážitku a prezentácie súťaže o 2024 lístkov na majstrovstvá sveta IIHF v ľadovom hokeji 2024 organizovanú spoločnosťami TIPSPORT.

V zmysle čl. 46 Etického kódexu, ktorý upravuje hazardné hry, táto reklama:

- nie je zameraná na maloletých alebo im určená. Reklama je cieleňá na plnoletých divákov, to znamená, že je umiestňovaná pred, počas alebo po programoch, ktoré nie sú cieleňé na detského diváka. V súlade so zákonom č. 30/2019 Z. z. o hazardných hrách a o zmene a doplnení niektorých zákonov sú kurzové športové stávky oprávnení podávať len plnoletí hráči. V reklame nevystupujú žiadne deti.
- nijako nepodnecuje k neuváženej účasti na hazardných hrách; Cieľom reklamy nie je prezentácia kasínových hazardných hier, prípadne hracích automatov. Táto reklama propaguje kurzové stávkovanie na športové podujatia, ktoré je spojením tradičnej zábavy spojenej so športom a s využitím znalostí stávkujúcich.
- nepovzbudzuje vytvorenie alebo posilnenie závislosti na hazardných hrách. Reklama propaguje kurzové športové stávky, teda najmenej rizikovú formu hazardu, pri ktorej výhry mimo iného závisia aj od schopností jednotlivých športovcov a od znalostí stávkujúcich. Preto túto formu hazardu nie je možné prirovnávať ku kasínovým hrám založeným iba na náhode, a teda ani k fyzickým závislostiam ako sú závislosti od návykových látok.

Spoločnosť TIPSPORT SK, a.s. si je, ako prevádzkovateľ hazardných hier, vedomá svojej spoločenskej zodpovednosti, a preto prijíma opatrenia v súlade so zodpovedným hraním, stanovuje hráčom sebaobmedzujúce opatrenia a aktívne sa venuje prevencii rizík spojených so vznikom závislosti v oblasti hazardu. Príkladom čoho je aj skutočnosť, že spoločnosť TIPSPORT SK, a. s. je spoluzakladateľom projektu „Zodpovedné hranie“ (hrajzodpovedne.sk), ktorého cieľom je vytvoriť bezpečné prostredie pre hranie hazardných hier a trvalo prispievať k osвете v oblasti zodpovedného prístupu k hraniu. Spoločnosť prevádzkuje hazardné hry v súlade s účelom zákona o hazardných hrách, ktorým je vo verejnom záujme vytvoriť podmienky na ochranu verejného poriadku pri prevádzkovaní hazardných hier a zabezpečenie spoločenskej kompenzácie rizík vyplývajúcich z prevádzkovania hazardných hier a účasti na nich.“

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: „Podľa ustanovenia čl. 3 ods. 3.2 bod 5 Kódexu zodpovednej reklamy: zodpovedná reklama na hazardné hry nepoškodzuje maloletých a ani ich nepodnecuje k tomu, aby vnímali hazardné hry ako prirodzenú súčasť svojich voľnočasových aktivít.“

Podľa ustanovenia čl. 3 ods. 3.2 bod 13 Kódexu zodpovednej reklamy: zodpovedná reklama na hazardné hry pri propagácii hazardných hier nevyužíva vyjadrenia známych a populárnych osobností (celebrít) z kultúrneho, spoločenského a športového života, z ktorých vyplýva, že hazardné hry prispievajú ku kultúrnemu, spoločenskému alebo športovému úspechu.

Podľa ustanovenia čl. 3 ods. 3.2 bod 14 Kódexu zodpovednej reklamy: „zodpovedná reklama na hazardné hry nepropaguje možnosť získať registračný, objemový alebo akýkoľvek iný herný bonus, prémie alebo herný benefit v konkrétnej alebo škálovateľnej hodnote bez uvedenia základných podmienok a kritérií pre jeho získanie; ak je v reklame uvádzaný len názov bonusu, prémie alebo herného benefitu bez hodnotového vyjadrenia, základné podmienky a kritériá pre jeho získanie nie je potrebné ako súčasť reklamného oznámenia uvádzať. Základné podmienky a kritériá pre získanie bonusu, prémie alebo herného benefitu v konkrétnej alebo škálovateľnej hodnote je prevádzkovateľ povinný uviesť v každom reklamnom oznámení zreteľným a čitateľným písmom formou textu v nasledovnom alebo obdobnom znení „Získanie vstupného bonusu vo výške XXX EUR\* je podmienené vykonaním stávok v úhrnej sume XXX EUR\*“.“

Obsahom reklamného oznámenia prevádzkovateľ hazardnej hry TIPSPORT SK, a. s. (reklama: „Stačí len začať“) je informácia o ním poskytovanej hazardnej hre s cieľom uplatniť túto hazardnú hru na trhu, pričom reklamné oznámenia svojim obsahom a hlavným claimom: „Stačí len začať“ priamo navádza a podnecuje k účasti na konkrétnom druhu hazardnej hry (kurzové stávky) aj recipientov, ktorí sa doteraz stávkových hier (tipovania) nezúčastňovali. Obsah reklamného oznámenia je vysielaný ako reklama šírená prostredníctvom televíznej programovej služby bez časového obmedzenia, a teda je dostupná a intenzívne vnímaná aj maloletým publikom, ktoré sleduje priebeh Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji v Českej republike. Hlavnou postavou reklamného oznámenia je populárna osobnosť športového života (hokejista Tomáš Tatar), ktorý v závere reklamného spotu sám vyslovuje claim: „Stačí len začať“, pričom prevádzkovateľ hazardnej hry využíva toto vyjadrenie za účelom povzbudzovania potenciálnych klientov k rozhodnutiam zúčastniť sa na hazardnej hre, a tým navodzuje dojem, že rozhodnutie zúčastniť sa hazardnej hry môže prispieť k spoločenskému alebo športovému úspechu tak, ako je to v prípade športového úspechu Tomáša Tatara, resp. že ide o formu voľnočasovej (hobby) aktivity prinášajúcej zábavu s prísľubom intenzívneho zážitku (sprievodný hlas v spote hovorí: „jedno Ti môžem zaručiť, že si to užiješ!“). S ohľadom na popularitu hokejistu Tomáša Tatara osobitne v okruhu mladej generácie vrátane maloletých osôb, môže komunikácia claimu: „Stačí len začať“ priamo v spojení s propagovanou hazardnou hrou významným spôsobom ovplyvňovať súčasné alebo budúce rozhodnutie tejto skupiny osôb zúčastniť sa hazardnej hry. V závere reklamného oznámenia navyše prevádzkovateľ hazardnej hry propaguje peňažný benefit (+30 EUR len za registráciu), pričom ide o propagáciu herného benefitu v konkrétnej hodnote (30 EUR) bez uvedenia základných podmienok a kritérií pre jeho získanie. Základné podmienky a kritériá pre získanie herného benefitu v konkrétnej hodnote je prevádzkovateľ pritom povinný uviesť v každom reklamnom oznámení zreteľným a čitateľným písmom formou textu v nasledovnom alebo obdobnom znení „Získanie vstupného bonusu vo výške XXX EUR\* je podmienené vykonaním stávok v úhrnej sume XXX EUR\*“.

Z vyššie uvedených dôvodov má Úrad za to, že reklama „Stačí len začať“ zadávateľ a TIPSPORT SK, a. s. porušuje pravidlá zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier uvedené v ustanoveniach čl. 3 ods. 3.2. body 5, 13 a 14 Kódexu.“

### Popis reklamy:

Televízny spot pozostáva z viacerých scén:

Scéna 1: Záber na mladého muža, ktorý spolu s inštruktorom sedí v aute označenom „AUTOŠKOLA“ a učí sa šoférovať.

Scéna 2: Záber na mladú ženu, ktorá si obúva korčule na ľad. Následne je zobrazená na ľadovej ploche, pri mantineloch, kde spadne. Voice-over: „Hovorí sa...“

Scéna 3: Záber na muža, ktorý sa učí hrať na klavíri. Voice-over: „...že najťažšie je začať.“

Scéna 4: Záber na golfistu, ktorý odpaľuje loptičku na golfovom ihrisku. Loptička spadne na stôl, okolo ktorého sedia muži a baví sa. Rozbije flášu. Nasleduje opätovný záber na golfistu, ktorý hovorí „Sorry“. Voice-over hovorí: „Pravdou, ale je, že to nikdy nebolo jednoduchšie.“

Scéna 5: Opätovný záber na korčuliarku, ktorá v sprievode muža plynule korčuľuje po ľadovej ploche. Voice-over: „A ako to dopadne?“

Scéna 6: Opätovný záber na muža, ktorý tentokrát hrá na klavíri pred ľuďmi. Voice-over: „To nikto nevie. Ale jedno...“

Scéna 7: Opätovný záber na golfistu, ktorý tentokrát jazdí na golfovom vozíku po golfovom ihrisku. Z vozíka vypadávajú veci. Voice-over: „...Ti môžem zaručiť. Že si to užiješ!“

Scéna 8: Záber na skupinku ľudí, ktorá fandí zápasu, v ktorom padne gól. Záber sa presúva na obrazovku telefónu, na ktorom je aplikácia Tipsport – Slovensko Gól. Výhra 24€. Voice-over: „Vitaj v najväčšej komunite tipérov.“

Scéna 9: Záber na hokejistu Tomáša Tatara, ktorý sedí v šatni a prihovára sa divákovi: „Stačí len začať.“

Scéna 10: V zábere je v pozadí zachytená športová hala. V obraze sa zjaví „2024 Lístkov a následne „+30€“. Voice over: „A my pre teba máme 2024 lístkov na majstrovstvá sveta IIHF v ľadovom hokeji a 30€ za registráciu. Tipsport“.

V spodnej časti obrazu je počas celej dĺžky spotu umiestnený piktogram tvorený kruhom, v ktorom sa nachádza arabská číslica 18+ a uvedený text v znení: „Hazardné hry predstavujú riziko vysokých finančných strát a ich nadmerné hranie riziko vzniku závislosti.“

V zmysle čl. IV ods. 5 Poriadku a v súlade s Memorandom sa zúčastníci zástupcovia Úradu, p. Ladislav Labuda a p. Marián Karkuš, ktorí podrobne prezentovali stanovisko Úradu k predmetnej reklame. Zástupcovia uviedli, že ako problematické vo vzťahu k pravidlám zakotveným v Kódexe zodpovednej reklamy vnímajú viacero skutočností. Podľa názoru Úradu reklama, spôsobom ako je spracovaná, v rámci obrazovej aj zvukovej zložky, v kontexte tvrdení ako „jedno Ti môžem zaručiť, že si to užiješ“ a „Stačí len začať“ a prezentácii stávkových hier na pozadí činností, ktoré sú bežné (napr. učenie sa šoférovať, korčuľovať a pod.) vytvára dojem, že stávkovanie je prirodzená súčasť života. Reklama podľa zástupcov Úradu navádza a podnecuje k účasti na hazardných hrách aj recipientov, ktorí sa doteraz stávkových hier nezúčastňovali. Nakoľko bola reklama šírená prostredníctvom televíznej programovej služby, počas Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji, a teda bola intenzívne vnímaná aj maloletým publikom a taktiež využívala populárnu osobnosť športového života, konkrétne hokejistu Tomáša Tatara, ktorý je populárny aj v okruhu mladej generácie vrátane maloletých osôb, môže táto reklama významným spôsobom ovplyvniť súčasné alebo budúce rozhodnutie tejto skupiny osôb zúčastniť sa hazardnej hry. Reklama podľa zástupcov Úradu môže navodiť dojem, že zúčastniť sa hazardnej hry môže prispievať k spoločenskému alebo športovému úspechu tak, ako je to v prípade športového úspechu osoby Tomáša Tatara, resp. že ide o voľnočasovú aktivitu s príslubom intenzívneho zážitku.

Zástupcovia Úradu taktiež uviedli, že ako problematickú vnímajú aj časť reklamy, ktorá propaguje finančný benefit +30 EUR len za registráciu, pričom ide o propagáciu herného benefitu v konkrétnej hodnote (možno 30 EUR) bez uvedenia základných podmienok a kritérií pre jeho získanie, ako aj následné využitie. Zároveň uviedli, že osoba, ktorá sa zaregistruje v skutočnosti nezíska 30 €, tak ako by sa mohlo z reklamy zdať, avšak uvedený bonus je poskytnutý vo forme „netov“, ako určitej formy hrateľného bonusu.

Na základe vyššie uvedeného má Úrad za to, že predmetná reklama porušuje pravidlá zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier uvedené v ustanoveniach čl. 3 ods. 3.2 body 5, 13 a 14 Kódexu pre zodpovednú reklamu hazardných hier.

### **Názor Komisie:**

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

V zmysle Kódexu neprípustnou je aj reklama, ktorá podnecuje k neuváženej účasti na hazardných hrách (čl. 46 ods. 2 písm. a) Kódexu). Cieľom predmetnej reklamy je propagácia hazardnej hry v podobe kurzového stávkovania na športové podujatie. Nakoľko reklama bola uvedená počas Majstrovstiev sveta v hokeji, v rámci svojho deja pracuje čiastočne aj s týmto motívom; v reklame vystupuje hokejista Tomáš Tatar a je v nej prezentovaná aj súťaž o 2024 lístkov na majstrovstvá sveta IIHF v ľadovom hokeji ako aj bonus, ktorý môže nový účastník stávkovania získať za registráciu.

Dej reklamy je postavený na viacerých scénach, ktoré o.i. zachytávajú bežné činnosti/volnočasové aktivity, ktoré sú súčasťou prirodzeného života človeka. Tie sú zobrazené spôsobom, že ak človek chce tieto aktivity robiť, takpovediac dobre a naplno, musí s nimi začať a musí sa ich naučiť. Uvedený motív vo všeobecnosti, sám o sebe, nie je problematický, prípadne neetický. V predmetnej reklame je však táto paralela využitá priamo v kontexte propagácie stávkovania, a teda konkrétneho druhu hazardnej hry, ktorá so sebou nesie potenciálne riziko vzniku závislosti a finančných strát. Reklama tak priamo prirovnáva stávkovanie k bežnej

činnosti, resp. voľnočasovej aktivite, čím zľahčuje vyššie uvedené riziká vyplývajúce z podstaty služby samotnej. Predmetnú interpretáciu významne podporuje aj claim v znení: „Stačí len začať“, a navyše v kombinácii s tvrdením „jedno Ti môžeme zaručiť, že si to užiješ“. Tieto tvrdenia v spojení s celkovým motívom reklamy vytvárajú jednoznačný dojem, že stávkovanie je forma voľnočasovej aktivity, ktorá prináša zábavu, navyše s prísľubom intenzívneho pozitívneho zážitku, stačí len so stávkovaním začať. Komisia plne rešpektuje skutočnosť, že je prirodzené cieľiť reklamu na nových zákazníkov. Avšak v tomto smere nemožno opomenúť ani skutočnosť, že reklama sa prihovára prevažne recipientom, ktorí nemali doposiaľ skúsenosti s účasťou na kurzových stávkach, t.j. nepoznajú vplyv hazardnej hry na ich život a cielene ich nabáda k tomu, aby s touto aktivitou začali. Komisia je preto toho názoru, že reklama, spôsobom ako je spracovaná, zľahčuje negatívne dopady a riziká hazardu a podnecuje k neuváženej účasti na hazardných hrách (čl. 46 ods. 2 písm. a) Kódexu) a to bez ohľadu na to, že reklama správne obsahuje aj text upozorňujúci na tieto riziká, ktorý je ale vzhľadom na celkové komunikačné posolstvo a dej reklamy minoritný a jeho uvedenie samé o sebe nezabezpečuje, že je reklama etická.

Komisia sa v tomto smere osobitne zaoberala aj možným dopadom a vplyvom reklamy na maloletých. Je pravdou, že reklama bola odvysielaná počas Majstrovstiev sveta v hokeji, ktoré sú sledované aj maloletými osobami. Komisia sa však, aj s ohľadom na svoju doterajšiu rozhodovaciu prax vo vzťahu k vplyvu na maloletých nedomnieva, že reklama obsahuje prvky alebo výrazové prostriedky, ktoré by mohli byť cielene plošne a osobitne pre maloletých atraktívne, resp. také, ktoré by u maloletých v tomto kontexte vzbudili zvýšenú pozornosť a mohli by ich poškodiť, či podnecovať k tomu, aby vnímali hazardnú hru ako prirodzenú súčasť svojich voľnočasových aktivít, a preto ani nekonštatovala porušenie čl. 3 ods. 3.2 bod 5 Kódexu zodpovednej reklamy. Vo vzťahu k použitiu claimu „Stačí len začať“, a ešte v kombinácii s tvrdením „jedno Ti môžeme zaručiť, že si to užiješ“, má pritom Komisia za to, že tieto sú použité v rozpore s princípom „uváženej účasti na hazardných hrách“ bez ohľadu nato, či je skutočným recipientom reklamy maloletá alebo dospelá osoba.

Rovnako tak Komisia nekonštatovala porušenie čl. 3 ods. 3.2 bod 13 Kódexu zodpovednej reklamy, v zmysle ktorého zodpovedná reklama na hazardné hry pri propagácii hazardných hier nevyužíva vyjadrenia známych a populárnych osobností (celebrít) z kultúrneho, spoločenského a športového života, z ktorých vyplýva, že hazardné hry prispievajú ku kultúrnemu, spoločenskému alebo športovému úspechu. Aj napriek tomu, že v reklame vystupuje známa osobnosť – hokejista Tomáš Tatar, ktorý aj v závere povedal claim reklamnej kampane „Stačí len začať“, z jeho účinkovania a vyjadrenia v rámci reklamy to smerovalo skôr k účasti na športe a nevyplýva, že hazardné hry prispievajú ku kultúrnemu, spoločenskému alebo k jeho športovému úspechu.

Súčasťou predmetnej reklamy je taktiež komunikácia peňažného benefitu, v konkrétnej hodnote 30 EUR, pričom v tomto smere Kódex zodpovednej reklamy kladie na túto požiadavku, že reklama na hazardné hry nepropaguje možnosť získať registračný, objemový alebo akýkoľvek iný herný bonus, prémie alebo herný benefit v konkrétnej alebo škálovateľnej hodnote bez uvedenia základných podmienok a kritérií pre jeho získanie. Základné podmienky a kritériá pre získanie herného benefitu v konkrétnej hodnote je prevádzkovateľ pritom povinný uviesť v každom reklamnom oznámení zreteľným a čitateľným písmom formou textu v nasledovnom alebo obdobnom znení: „Získanie vstupného bonusu vo výške XXX EUR\* je podmienené vykonaním stávk v úhrnnej sume XXX EUR.“ Je pravdou, že v rámci reklamy je uvedené, že uvedený benefit získa zákazník za registráciu. V reklame však nie sú uvedené podmienky, ktoré súvisia s vykonaním stávk, či skutočnosťou, že tento benefit je pripísaný na účet stávkujúceho nie vo forme EUR, ale vo forme tzv. netov. Zo spôsobu ako je benefit v reklame prezentovaný vyplýva, že jedinou podmienkou jeho získania je registrácia, po uskutočnení ktorej účastník získa sumu 30 EUR, čo však vzhľadom na vyššie uvedené nie je pravda. Komisia je preto toho názoru,

že reklama sprostredkúva podstatné informácie o bonuse nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým a nevhodným spôsobom (čl. 14 ods. 1 písm. b) Kódexu) a rovnako tak porušuje aj čl. 3 ods. 3.2 bod 14 Kódexu zodpovednej reklamy, ktorý kladie podmienky na zvýšenú ochranu spotrebiteľov pri uvádzaní konkrétnej hodnoty ponuky, v danom prípade získanie 30 EUR navyše.

**Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 27.06.2024 hlasovaním rozhodla, že TV spot: „Stačí len začať“, zadávateľ a: TIPSPORT SK, a.s., je v rozpore s ustanoveniami čl. 14 ods. 1 písm. b) a čl. 46 ods. 2 písm. a) Kódexu a čl. 3 ods. 3.2 bodu 14 Kódexu zodpovednej reklamy v oblasti hazardných hier v Slovenskej republike a sťažnosť sťažovateľ a je v časti opodstatnená.**

**Komisia preto v súlade s čl. V ods. 2 písm. a) Poriadku apeluje na zadávateľ a reklamy, ktorý sa vyzýva k zmene alebo úprave posúdenej reklamy a k zamedzeniu jej ďalšieho šírenia v predmetnej podobe.**

**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 02.07.2024



Mária Tóthová Šimčáková  
predsedníčka Komisie