

## Oznámenie o transparentnosti

v zmysle článku 12 NARIADENIA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2024/900 z 13.marca 2024 o transparentnosti a cieleň politickej reklamy (ďalej len „nariadenie“):

- Zadávateľom reklamy „Do psej matere“ je politická strana Demokrati, so sídlom Miletičova 21, 821 08 Bratislava, číslo registrácie SVS-OVR1-2018/004572 zo dňa 25. januára 2018, emailová adresa [kancelaria@smedemokrati.sk](mailto:kancelaria@smedemokrati.sk)
- Reklama je zverejnená v termíne 1. – 30. júna 2026.
- Súhrnne vynaložená suma na politickú reklamnú kampaň predstavuje 17 tisíc EUR. Jedná sa o sumu za tlač plagátov a prenájom billboardových plôch a ich výlep.
- Prostriedky na politickú reklamnú kampaň pochádzajú z darov súkromných a fyzických osôb a členských príspevkov strany Demokrati, s trvalým pobytom/sídlom v Slovenskej republike.
- Politická reklamná kampaň je spojená s referendum, ktoré prezident Slovenskej republiky rozhodnutím č. 60/2026 Z. z., na základe petície občanov prijatej 23. marca 2026 vyhlásil referendum a určil deň jeho konania na sobotu 4. júla 2026, od 07.00 h do 22.00 h. Online: <https://www.minv.sk/?referendum>
- Právo hlasovať v referende má občan Slovenskej republiky, ktorý má právo voliť do Národnej rady Slovenskej republiky, t. j. ktorý najneskôr v deň konania referenda dovŕši 18 rokov veku. Prekážkou práva voliť je zákonom ustanovené obmedzenie osobnej slobody z dôvodu ochrany verejného zdravia, ak osobitný zákon v čase pandémie neustanoví inak.
- Odkazy na európsky archív online politických reklamných oznámení uvedený v článku 13 sa neuplatňuje.
- Toto politické reklamné oznámenie je prvé, neuplatňuje sa preto prehlásenie, či predchádzajúce uverejnenie politického reklamného oznámenia alebo jeho predchádzajúcej verzie nebolo pozastavené alebo ukončené z dôvodu porušenia tohto nariadenia.
- Nepoužívajú sa techniky cielenia podľa čl. 18 a 19.
- Dosah politického reklamného oznámenie v zmysle počtu jeho zobrazení a súvisiacich interakcií nie je možné technicky spoľahlivo určiť, uvádza sa len odhad mediálneho zásahu – 300 tisíc ľudí.