

Veźměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Pravidla reklamy léků - reklama léků dostupných výhradně na předpis

Od 1. června 2002 platí úprava víceméně totožná, když novelizovaný zákon stanoví, že předmětem reklamy zaměřené na širokou veřejnost nesmějí být humánní léčivé přípravky, jejichž výdej je vázán pouze na lékařský předpis a pokud jde o reklamu pro odborníky, určuje, že reklama na humánní léčivé přípravky zaměřená na odborníky může být šířena pouze prostřednictvím komunikačních prostředků určených převážně pro tyto odborníky.

Reklama léků dostupných výhradně na předpis byla a i po novele zákona o regulaci reklamy (účinného od 1. června 2002) je možná jen vůči odborníkům. Dosavadní text zákona stanovil, že předmětem reklamy nesmějí být léčivé přípravky a vybrané prostředky zdravotnické techniky, jejichž výdej je vázán na lékařský předpis, s tím, že tento zákaz reklamy se nevztahuje na reklamu uvedenou v odborných audiovizuálních pořadech, odborném periodickém tisku a v odborných neperiodických publikacích, určených pro zdravotnické pracovníky a veterinární lékaře. Zákon dále stanovil, že tuto reklamu mohou výhradně rozšiřovat výrobci a distributoři léčivých přípravků a prostředků zdravotnické techniky a jejich zástupci.

Od 1. června 2002 platí úprava víceméně totožná, když novelizovaný zákon stanoví, že předmětem reklamy zaměřené na širokou veřejnost nesmějí být humánní léčivé přípravky, jejichž výdej je vázán pouze na lékařský předpis a pokud jde o reklamu pro odborníky, určuje, že reklama na humánní léčivé přípravky zaměřená na odborníky může být šířena pouze prostřednictvím komunikačních prostředků určených převážně pro tyto odborníky (například odborných neperiodických publikací, odborného periodického tisku, odborných audiovizuálních pořadů).

V této zákazové části se tedy mnoho nezměnilo. Významnou změnu ovšem přinesla další ustanovení novely reklamního zákona, která nově umožňují nejméně dva legální způsoby komunikace léků na předpis pro širokou veřejnost.

Zákon předně stanoví, že jeho ustanovení se nevztahují na údaje o lidském zdraví nebo onemocněních, pokud neobsahují žádný odkaz, a to ani nepřímý, na humánní léčivý přípravek. Tyto „informace o zdraví“ jsou již dnes hojně šířeny, avšak farmaceutické firmy se zhusta obávají k nim přiznat - a není divu, když v mnohém případě by je bylo možné označit spíše za skrytou reklamu. Nově lze tedy bez obav a přímo na základě zákona vytvářet a šířit informace, které se týkají zdraví a nemocí, a hlásit se k jejich firemnímu autorství. Tyto informace o zdraví ovšem nesmějí obsahovat ani nepřímý odkaz na produkty. Nepřímým odkazem přitom může být i metoda či účinná látka, kterou právě vyniká výlučně určitý preparát. Informace o zdraví mohou být šířeny bez omezení četnosti či média, takže se jimi otevírá mnoho možností či spíše legalizuje mnoho dnes pololegální aktivity.

Vedle informací o zdraví přináší zákon i další možnost, která dokonce umožňuje komunikovat přímo produkty - léky na předpis vůči široké veřejnosti. Zákon o regulaci reklamy totiž současně změnil zákon o lécích, a ten tak nyní nařizuje (ano, nikoliv umožňuje, ale nařizuje !) každé farmaceutické firmě (přesně držitelé rozhodnutí o registraci) zřídít a provozovat veřejně přístupnou odbornou informační službu. Povšimněte si prosím, že jde o službu veřejně přístupnou a současně odbornou, tedy o spojení dosud nemožného. Tato informační služba může obsahovat konkrétní informace o

konkrétních produktech, které by měla podávat v informačním a odborném (nikoliv prvoplánově propagačním) duchu a – jak vyplývá z jednotného čísla – měla by být jen jedna, byť médium není omezeno. A samozřejmě i zde platí, že držitel rozhodnutí o registraci se k takové službě musí hlásit a provozovat jí svým jménem. Přitom si lze představit spoustu forem, které takovou službu učiní pro veřejnost zajímavou („showroom“, Internet, zelený telefon a podobně).

K oběma druhům komunikace je vhodné dodat, že by pro předejití pochybám měly svou vlastní právní kvalifikací označeny – „Toto je veřejně přístupná odborná informační služba“. Myslím, že otevření těchto dvou možností komunikace léků na předpis je jednoznačně třeba přivítat: určitému racionálnímu druhu komunikace stejně nebyl žádný zákon schopen zabránit a s naznačenými mantinely lze alespoň takové komunikaci dát určitý legální rámec.

Filip Winter
AK Winter & spol.

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Nepravomocné povolení stavby a změna územního plánu](#)
- [Letiště a letecké stavby](#)
- [Nejvyšší správní soud vymezuje nové hranice zneužití práva u běžných nákladů na reklamu](#)
- [Limity dohledu nad výkonem znalecké činnosti](#)
- [Stavebníci získávají od roku 2026 silnější pozici v soudních sporech o povolení stavby](#)
- [Novela zákona o spotřebitelském úvěru: zásadní regulatorní přelom, který změní finanční trh i praxi poskytovatelů spotřebitelských úvěrů](#)
- [Regulace cen taxislužby v roce 2026: co se mění a jaké mají obce možnosti?](#)
- [Jaké klíčové změny přináší návrh novely stavebního zákona?](#)
- [Nový zákon o zbraních a střelivu](#)
- [Novela zákona o pyrotechnice: likvidace profesionálů namísto zmírnění negativních vlivů](#)
- [Nový zákon o zbraních – hlavní a vedlejší držitelé a změny v posuzování zdravotní způsobilosti](#)