

1. 10. 2002

VeźmĚte, prosĚme, na vĚdomĚ, Źe text ělĚnku odpovĚdĚ platnĚ prĚvnĚ ťpravĚ ke dni publikace.

Pravidla reklamy lĚkŮ - reklama zamĚřenĚ na ťirokou vĚřejnost

PředmĚtem reklamy zamĚřenĚ na ťirokou vĚřejnost smĚ podle novĚho zĚkona o regulaci reklamy bĚt humĚnnĚ lĚĉivĚ přĚpravky, kterĚ jsou podle svĚho sloŹenĚ a ťĹelu uzpťsobeny a koncipovĚny tak, Źe mohou bĚt pouŹity bez stanovenĚ diagnŹozy, přĚpisu nebo lĚĉenĚ praktickĚm lĚkařem, popřĚpadĚ na radu lĚkĚrnĚka.

PředmĚtem reklamy zamĚřenĚ na ťirokou vĚřejnost smĚ podle novĚho zĚkona o regulaci reklamy bĚt humĚnnĚ lĚĉivĚ přĚpravky, kterĚ jsou podle svĚho sloŹenĚ a ťĹelu uzpťsobeny a koncipovĚny tak, Źe mohou bĚt pouŹity bez stanovenĚ diagnŹozy, přĚpisu nebo lĚĉenĚ praktickĚm lĚkařem, popřĚpadĚ na radu lĚkĚrnĚka.

Naopak, předmĚtem reklamy zamĚřenĚ na ťirokou vĚřejnost přĚtoĚ nesmĚ bĚt:

§ humĚnnĚ lĚĉivĚ přĚpravky, jejichŹ vĚdej je vĚzĚn pouze na lĚkařskĚ přĚpis,

§ humĚnnĚ lĚĉivĚ přĚpravky obsahujĚcĚ omamnĚ nebo psychotropnĚ lĚtky,

§ humĚnnĚ lĚĉivĚ přĚpravky - homeopatickĚ přĚpravky, u nichŹ nebyla posuzovĚna v rĚmci registraĉnĚho řĚzenĚ ťĹinnost,

§ humĚnnĚ lĚĉivĚ přĚpravky, u nichŹ nebyla ťĹinnost v rĚmci registraĉnĚho řĚzenĚ posuzovĚna.

ZĚkon dĚle stanovĚ, Źe reklama zamĚřenĚ na ťirokou vĚřejnost nesmĚ obsahovat zmĚnky o indikacĚch zĚvaŹnĚch onemocnĚnĚ, přĚĹemŹ za takovĚ onemocnĚnĚ se povaŹujĚ tuberkulŹza, pohlavnĚ přĚnosnĚ choroby, jinĚ zĚvaŹnĚ infekĉnĚ onemocnĚnĚ, rakovina a jinĚ nĚdĚrovĚ onemocnĚnĚ, chronickĚ nespavost, cukrovka a jinĚ metabolickĚ onemocnĚnĚ (tato ustanovenĚ, stejnĚ jako zĚkaz reklamy na lĚky na přĚpis a lĚky omamnĚ nevztahuje na vakcinaĉnĚ akce schvĚlenĚ Ministerstvem zdravotnictvĚ). ZĚkon rovnĚŹ zakazuje poskytovĚnĚ vzorkŮ humĚnnĚch lĚĉivĚch přĚpravkŮ ťirokĚ vĚřejnosti, jako jednu z dosud oblĚbenĚch propagaĉnĚch metod.

Reklama zamĚřenĚ na ťirokou vĚřejnost musĚ:

§ bĚt formulovĚna tak, aby bylo zřĚjnĚ, Źe vĚrobek je humĚnnĚm lĚĉivĚm přĚpravkem,

§ obsahovat nĚzev humĚnnĚho lĚĉivĚho přĚpravku tak, jak je uveden v rozhodnutĚ o registraci (pokud humĚnnĚ lĚĉivĚ přĚpravek obsahuje jen jednu lĚĉivou lĚtku, musĚ reklama obsahovat i jejĚ obecnĚ nĚzev),

§ obsahovat informace nezbytnĚ pro sprĚvnĚ pouŹitĚ humĚnnĚho lĚĉivĚho přĚpravku,

§ obsahovat zřĚtelĚnou, v přĚpadĚ tiťtĚnĚ reklamy dobřĚ ĉitelnou, vĚzvu k peĉlivĚmu proĉtenĚ přĚbalovĚ informace.

A naopak, reklama zamĚřenĚ na ťirokou vĚřejnost nesmĚ:

§ vyvolĚvat dojem, Źe porada s lĚkařem, lĚkařskĚ zĚkrok nebo lĚĉba nejsou potřĚbnĚ, zvlĚťtĚ nabĚdkou stanovenĚ diagnŹozy nebo nabĚdkou lĚĉby na dĚlku,

§ naznaĉovat, Źe ťĹinky podĚvĚnĚ humĚnnĚho lĚĉivĚho přĚpravku jsou zaruĉenĚ, nejsou spojeny s neŹĚadoucĚmi ťĹinky nebo jsou lepťĚ ĉi rovnocennĚ ťĹinkŮm jinĚ lĚĉby nebo jinĚho humĚnnĚho lĚĉivĚho přĚpravku,

§ naznaĉovat, Źe pouŹĚvĚnĚm humĚnnĚho lĚĉivĚho přĚpravku se zlepťť zdravotĚ toho, kdo jej uŹĚvĚ,

§ naznaĉovat, Źe nepouŹitĚm humĚnnĚho lĚĉivĚho přĚpravku mŮŹe bĚt nepřĚznĚvĚ ovlivnĚn zdravotnĚ stav osob, s vĚjimkou vakcinaĉnĚch akĉĚ schvĚlenĚch Ministerstvem zdravotnictvĚ,

§ být zaměřena výhradně na osoby mladší 15 let,

§ doporučovat humánní léčivý přípravek s odvoláním na doporučení vědců, zdravotnických odborníků nebo osob, které jimi nejsou, ale za odborníky se vydávají nebo je představují (například herci) a které by díky svému skutečnému nebo předpokládanému společenskému postavení mohly podpořit spotřebu léků,

§ naznačovat, že humánní léčivý přípravek je potravinou nebo kosmetickým přípravkem nebo jiným spotřebním zbožím,

§ naznačovat, že bezpečnost či účinnost humánního léčivého přípravku je zaručena pouze tím, že je přírodního původu,

§ popisem nebo podrobným vylíčením konkrétního průběhu určitého případu vést k možnému chybnému stanovení vlastní diagnózy,

§ poukazovat nevhodným, přehnaným nebo zavádějícím způsobem na možnost uzdravení,

§ používat nevhodným, přehnaným nebo zavádějícím způsobem vyobrazení změn na lidském těle způsobených nemocí či úrazem nebo působení humánního léčivého přípravku na lidské tělo nebo jeho části,

§ uvádět, že humánní léčivý přípravek je registrován.

A konečně, v závěru této obsáhlé restriktivní kapitoly zákon stanoví, že reklama může obsahovat pouze název humánního léčivého přípravku v případě, že se jedná výhradně o připomínku takového přípravku.

Filip Winter
AK Winter & spol.

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

Další články:

- [Sdílení elektřiny v obecních projektech, změny po 1.8.2026 a zapojení bateriových úložišť](#)
- [Jak naložit s „oznámením“ přestupku soukromých osob? A je to vlastně oznámením ve smyslu zákona o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich?](#)
- [Systémová podjatost ve správním řízení aneb požadavek na překročení nadkritické míry rizika systémové podjatosti](#)
- [Bezpečnostní systémy vlastní konstrukce v kategorii Specific: regulační požadavky a praktické aspekty](#)
- [Pacht závodu a zákaz přenechání věci třetí osobě](#)
- [Digitální důkazy z webu v soudním řízení: jak doložit, co bylo online zveřejněno?](#)
- [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](#)