

Deloitte.



Právní novinky
Deloitte Česká republika

říjen 2017



Právní novinky – říjen 2017

Regulace reklamy na léčivé přípravky: Kdo se skrývá pod pojmem odborník?

Reklama bezpochyby patří k nezanebatelným aspektům téměř každého podnikání. I ta však podléhá veřejnoprávní regulaci obsažené především v zákoně č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů („zákon“), přičemž její soukromoprávní rovina je upravena přímo v občanském zákoníku.

Zákon za reklamu obecně označuje jakékoliv oznámení, předvedení či jinou prezentaci šířenou zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje předmětného zboží nebo služeb. V úvodu zákon stanovuje obecné požadavky kladené na reklamu bez ohledu na její předmět - reklama nesmí být především v rozporu s právními předpisy a dob-

rými mravy. Dále zákon upravuje specifické požadavky kladené na reklamu zaměřenou na některé druhy komodit, od tabákových výrobků, přes alkoholické nápoje, pesticidy a hnojiva, dětskou výživu, zbraně, až po léčivé přípravky, kterým se věnujeme níže.

Právní úpravu reklamy na léčivé přípravky lze rozdělit podle toho, kdo má být v konečném důsledku adresátem reklamního sdělení, zda odborník anebo široká veřejnost. Reklama zaměřená výlučně na odborníky nesmí být šířena jinými komunikačními prostředky, než těmi, které jsou určeny převážně těmto odborníkům. Určení komunikačních prostředků, typicky odborných periodik apod., nečiní v praxi problémy, avšak panuje určitá nejasnost ohledně výkladu pojmu odborník.

Dle § 2a je odborníkem osoba oprávněná léčivé přípravky, které jsou předmětem

reklamy, předepisovat nebo vydávat. Zatímco v minulosti byli za odborníky považováni jen lékaři, farmaceuti, případně jejich asistenti, tedy výlučně fyzické osoby, rozhodovací praxe Státního ústavu pro kontrolu léčiv („Ústav“) podpořená judikaturou vyšších soudů naznačuje, že pod pojem odborník je nezbytně zahrnout i některé právnické osoby. Dle judikatury je tedy za odborníka možné za určitých okolností považovat lékárnu a je otázkou, kdy se Ústav pokusí analogicky argumentovat i v případě nemocnic. Taková situace by však měla signifikantní dopady do praxe, a to zejména s ohledem na skutečnost, že zákon zakazuje, aby odborníci přijímali dary nebo jiný prospěch nezanebatelné hodnoty nesouvisející s vykonávanou odbornou činností v souvislosti s reklamou na léčivé přípravky a zároveň zakazuje takové plnění odborníkům být jen nabízet anebo poskytovat.



V rámci distribuce léčivých přípravků se však často setkáváme s různými obchodními nástroji, většinou ve formě slevových a bonusových schémat mířících na různé články distribučního řetězce, lékárny a nemocnice nevyjímaje, jejichž obchodní logika cílí na zvýšení prodeje léčivých přípravků je nezpochybnitelná, avšak představují riziko z pohledu zákona. Některé druhy slev a bonusů by totiž mohly být považovány právě za prospěch poskytovaný odborníkovi v souvislosti s reklamou na léčivé přípravky. Nabízení anebo poskytnutí takového prospěchu představuje dle zákona správní delikt, za který může být Ústavem uložena pokuta, a to až do výše 1 000 000 Kč. V praxi má tato problematika dále implikace i z pohledu cenové regulace, oblasti zdanění a s ohledem na nedávné zprávy některých médií je diskutován i její trestněprávní přesah.

Deloitte Legal

V rámci naší praxe pomáháme klientům s revizí obchodních nástrojů v rámci distribučního řetězce léčivých přípravků, a to z pohledu jak regulace reklamy, tak i cenové a daňové regulace.



Tereza Davidová

tdavidova@deloittece.com



Filip Vrabel

fvrubel@deloittece.com



Regulace reklamy na léčivé
přípravky: Kdo se skrývá pod
pojmem odborník?

Právní novinky – říjen 2017

Kontakty

Máte-li zájem o další informace ohledně služeb poskytovaných společnostmi Deloitte v České republice, obraťte se prosím na odborníky z právního oddělení:

Ambruz & Dark Deloitte Legal s.r.o., advokátní kancelář
Nile House
Karolinská 654/2
186 00 Praha 8 - Karlín
Česká republika
Tel.: +420 246 042 100
Fax: +420 246 042 030

www.deloittelegal.cz

Přihlaste se k odběru dReportu a jiných newsletterů
a pozvánek zde: <http://www2.deloitte.com/cz/subscribe>

Deloitte.

Deloitte označuje jednu či více společností Deloitte Touche Tohmatsu Limited, britské privátní společnosti s ručením omezeným zárukou („DTTL“), síť jejich členských firem a jejich spřízněných subjektů. Společnost DTTL a každá z jejich členských firem představuje samostatný a nezávislý právní subjekt. Společnost DTTL (rovněž označovaná jako „Deloitte Global“) služby klientům neposkytuje. Více informací o naší globální síti členských firem je uvedeno na adrese www.deloitte.com/cz/onas.

Společnost Deloitte poskytuje služby v oblasti auditu, poradenství, právního a finančního poradenství, poradenství v oblasti rizik a daní a související služby klientům v celé řadě odvětví veřejného a soukromého sektoru. Díky globálně propojené síti členských firem ve více než 150 zemích a teritoriích má společnost Deloitte světové možnosti a poznatky a poskytuje svým klientům, mezi něž patří čtyři z pěti společností figurujících v žebříčku Fortune Global 500®, vysoce kvalitní služby v oblastech, ve kterých klienti řeší své nejkompexnější podnikatelské výzvy. Chcete-li se dozvědět více o způsobu, jakým zhruba 244 000 odborníků dělá to, co má pro klienty smysl, kontaktujte nás prostřednictvím sociálních sítí Facebook, LinkedIn či Twitter.

Tato publikace obsahuje pouze obecné informace a společnost Deloitte Touche Tohmatsu Limited ani žádná z jejich členských firem či jejich spřízněných podniků (souhrnně „síť společností Deloitte“) jejím prostřednictvím neposkytuje odborné rady a služby. Přijetí jakéhokoliv rozhodnutí či jednání, které může mít dopad na Vaše finance či podnik, byste měli konzultovat s kvalifikovaným odborným poradcem. Žádný subjekt v rámci sítě společností Deloitte nenese odpovědnost za ztráty vzniklé jakýmkoli osobám v důsledku použití této komunikace.