



Č. j.:



MZDRX01PYZ90

USNESENÍ

Pacientské rady ministra zdravotnictví

ze dne 5. 9. 2023

ve věci metodiky k zákonu č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů (dále jen "zákon o regulaci reklamy").

Pacientská rada ministra zdravotnictví (dále jen „Rada“) žádá ministra zdravotnictví o zadání zpracování metodiky k zákonu o regulaci reklamy zejména k § 1 odst. 2, § 5 odst. 1 a § 5b zákona o regulaci reklamy Státnímu ústavu pro kontrolu léčiv.

Základní a nezastupitelnou rolí pacientských organizací je pomáhat pacientům. Především naučit je s nemocí žít, přijmout ji, naučit se novému životnímu stylu a vzdělávat se o nemoci. Informují o prevenci, diagnostice, účinné léčbě nejen samotné nemoci, ale i jejích následcích a o sociálním zabezpečení a službách. Pacientské organizace spolupracují i s lékaři, resp. s příslušnou odbornou lékařskou společností, a dalšími zdravotníky. Cílem této spolupráce je vzájemná výměna zkušeností a poznatků o nemoci a životě s ní.

Současný nejasný výklad výše uvedených částí zákona o regulaci reklamy však ztěžuje pacientským organizacím jejich práci, konkrétně a) interakce se členy pacientských organizací např. ve formě poskytování informací pacientům o dostupné léčbě a b) spolupráce odborných společností s pacientskými organizacemi v rámci kongresů a jiných odborných vzdělávacích projektů.





V návaznosti na konferenci APO LETNÍ ŠKOLA VIII – kde jsou hranice reklamy na léky? Dá se rozlišit propagace a informace? Jak aktuální úprava dopadá na aktivity patientských organizací? Rada požaduje jasnou deklaraci toho, že poskytování informací o dostupné léčbě, léčivých přípravcích, jejich pozitivěch a negativěch bude posuzováno dle účelu informování.

V případě, že patientská organizace poskytuje pacientovi či jeho osobám blízkým informace o dostupné léčbě za účelem předání komplexních informací, nejedná se o reklamu ve smyslu § 5 odst. 1 zákona o regulaci reklamy, protože samotným informováním nesleduje cíl zvýšení prodeje konkrétního léčivého přípravku. Podobně vizte např. příklad z nekalosoutěžního práva – konkrétně nález Ústavního soudu ČR, sp. zn. I. ÚS 3819/14, který uvádí, že v případě existence soutěžního záměru na straně testujícího subjektu nelze úspěšně uplatnit nárok na ochranu proti nekalé soutěži. Analogicky patientská organizace nemá zájem na zvýšení prodeje konkrétních léčivých přípravků, má zájem o předání kvalitních informací svým členům.

Rada dále požaduje vysvětlení § 5b zákona o regulaci reklamy. Dle některých výkladů současné právní úpravy by patientským organizacím neměla být umožňována účast na kongresech, konferencích, kde jsou prezentovány informace o léčivých přípravcích, jejich účincích a podobně. Nemožnost této formy spolupráce s odbornými společnostmi omezuje patientským organizacím přístup k informacím o léčbě onemocnění, se kterým její členové žijí každodenní život.

S odkazem na výše uvedené Rada požaduje vznik metodiky, dle které patientské organizace budou moci bez hrozby postihu poskytovat svým členům informace o léčbě a budou se moci účastnit kongresů a konferencí, na nichž se jedná a informuje i o možnostech léčby na konkrétní onemocnění, kterému se patientská organizace věnuje.