Regulace reklamy u doplňků stravy a zdravotnických prostředků

Doplňky stravy a zdravotnické prostředky řadíme mezi prvky péče o zdraví a pohodu jedince. Pro tyto produkty existuje rozsáhlý právní rámec a přísná pravidla týkající se jejich výroby, prodeje a reklamy. Z pohledu zákonodárce jsou nezbytné pro zajištění bezpečnosti a informovanosti spotřebitelů.

PRÁVNÍ REGULACE

Doplňky stravy spadají mezi potraviny a jsou definovány jako koncentrované zdroje vitaminů, minerálních a dalších látek, které mají nutriční či fyziologický účinek a jsou určeny k doplňování běžné stravy. Základní právní předpisy týkající se doplňků stravy zahrnují občanský zákoník, zákon o potravinách, a vyhlášku o doplňcích stravy. Jejich reklama je podrobena regulacím stanoveným v zákoně o regulaci reklamy.

Reklama na doplňky stravy musí být pravdivá a musí respektovat stanovené limity týkající se tvrzení o jejich účincích na zdraví. Tvrzení o léčivých či prospěšných vlastnostech doplňků jsou přísně regulována (například seznamem dovolených tvrzení v příloze směrnice EU 2002/46/ES). Stejně tak se reklamní tvrzení nemůže odvolávat na doporučení vědců, zdravotnických odborníků či jiných osob, jejichž postavení by mohlo užívání produktu podpořit (influencerů).

Zdravotnickými prostředky pak rozumíme nástroje, přístroje, zařízení, software nebo materiály, které se používají při diagnostice, léčbě nebo prevenci nemocí u lidí. Jsou regulovány nařízením EU 2017/745 o zdravotnických prostředcích (MDR) a zákonem ČR o zdravotnických prostředcích. Reklama na tyto prostředky také podléhá specifické regulaci v rámci zákona o reklamě, jenž rozlišuje mezi reklamou zaměřenou na širokou veřejnost a na odborníky, přičemž za reklamu považuje velmi široké spektrum činností včetně rozdávání upomínkových předmětů či účast na vzdělávacích akcích.

Reklama zaměřená na širokou veřejnost nesmí například působit strach, vyvolávat dojem, že porada s lékařem není nutná nebo slibovat zaručený účinek. Naopak vždy musí obsahovat celý název produktu a výzvu k pročtení návodu. Ani v tomto případě není možné využívat zdravotnických odborníků či jiných podobných osob (influencerů). Reklama zaměřená na širokou veřejnost se pak nikdy nemůže týkat zdravotnických prostředků určených k použití pouze zdravotníkům.

Reklama zaměřená na odborníky pak může být šířena pouze prostřednictvím komunikačních prostředků určených pro tyto osoby, např. v odborných publikacích. Při poskytování vzorků rovněž nelze zapomínat na pravidla správné distribuční praxe.

DOZOR A POKUTY

Dozor nad reklamou na zdravotnické prostředky vykonává Státní ústav pro kontrolu léčiv, u doplňků stravy dozor vykonává Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Podle intenzity porušení mohou udělit pokuty až do výše dvou milionů korun u právnických osob a také mohou nařídit odstranění nezákonné reklamy.

PRAKTICKÉ ZKUŠENOSTI S REGULACÍ

V Testuj.to pomáháme značkám propagovat produkty pomocí kvalitních recenzí. Mezi naše klienty patří většina značek z oboru farmacie a společnosti specializované na doplňky stravy a zdravotnické prostředky. Díky kombinaci technologie doplněné o odborné know-how jsme tak schopni zajistit, že recenze vytvářené našimi testery jsou plně v souladu s aktuálními právními předpisy. Část našeho týmu proto prošla i farmakovigilančním školením.

Nejčastěji řešíme vyjádření v recenzích, které obsahuje nepovolená tvrzení např. o léčebných účincích doplňků stravy. Takový obsah je testerům vrácen k přepsání s vysvětlením a návrhem nejpodobnější alternativy.

Protože často realizujeme kampaně i pro nově vznikající značky, často odhalíme i potenciálně riziková tvrzení v dalších kampaních klientů. V takovém případě zprostředkujeme konzultaci s odborníky.

DOPORUČENÍ NA ZÁVĚR

Dodržování právních předpisů u reklamy je klíčové pro zajištění důvěryhodnosti a bezpečnosti doplňků stravy a zdravotnických prostředků. Společnosti i jednotlivci, kteří se podílejí na jejich propagaci, by měli být obeznámeni s těmito pravidly a postupy, jelikož dodržování předpisů je klíčové pro zabránění vzniku možných pokut a udržení dobré pověsti značky na trhu.

Michal Slavev,
COO,
Testuj.to /
Brandtestingclub.com

Vladislava Křivová,
advokát,
ADVOCADO legal

Jiří Nezdařil,
právník,
ADVOCADO legal

Testuj.to