



ČESKÁ REPUBLIKA
ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedy Mgr. Marka Bedřicha, soudce Mgr. Marka Zimy a soudkyně JUDr. Jitky Hroudové ve věci

žalobkyně: **Moravian Premium Care a. s.**, IČO 24228869
sídlem Plaská 622/3, 150 00 Praha 5
zastoupena advokátem Mgr. Richardem Kolibou
sídlem nám. Svobody 527, 739 61 Třinec

proti
žalovanému: **Ministerstvo zdravotnictví**
sídlem Palackého náměstí 375/4, 128 00 Praha 2

o žalobě proti rozhodnutí žalovaného z 2. 9. 2024, č. j. MZDR 7927/2024-3/OLZP

takto:

- I. Žaloba se zamítá.
- II. Žalovanému se nepřiznává náhrada nákladů řízení.

Odůvodnění:

1. Vymezení věci

1. Žalobkyně se na soud obrátila, neboť nesouhlasí s tím, že spáchala přestupek. Toho se měla dopustit tím, že jako zpracovatelka reklamy zveřejnila na svých webových stránkách dvojici článků, v nichž nepřímo propagovala humánní léčivý přípravek VITAMIN C INJEKTOPAS (*Injektopas*), jehož výdej je vázán na lékařský předpis. Taková reklama je dle žalovaného zakázaná.

2. Pro posouzení věci je podstatné, zda se v žalobkynině případě vůbec jedná o reklamu, když žádný konkrétní přípravek v článcích nezmínila a přípravek nevyrábí ani neprodává, a zda jí správní orgány uložily přiměřenou pokutu.

2. Obsah správního spisu

3. Státní ústav pro kontrolu léčiv (SÚKL) zahájil ve vztahu k žalobkyni šetření v souvislosti se dvěma sděleními nadepsanými jako „*Infuzní terapie vitamínem C nastartuje Vaši imunitu*“, která žalobkyně zveřejnila v říjnu 2015 a v lednu 2019 na svých webových stránkách.
4. V listopadu a v prosinci 2022 SÚKL žalobkyni vyzval, aby mu sdělila údaje o zadavateli, zpracovateli a šířiteli sdělení a další informace vztahující se k jeho šíření. Žalobkyně v reakci uvedla, že není zadavatelem, zpracovatelem ani šířitelem reklamy. Uvedla, že v článcích, které sepsala a zveřejnila, nebyl zmíněn konkrétní léčivý přípravek, a proto nejde o reklamu, ale o pouhou informaci o infuzní terapii vitamínem C. Žalobkyně tuto terapii přímo neposkytuje, a není jí tudíž znám ani konkrétní poskytovaný přípravek. Jejím úmyslem nebylo propagovat konkrétní přípravek, ale pouze informovat o aktualitě, která byla volně šířena v mnoha veřejně dostupných médiích.
5. Příkazem z května 2023 uložil SÚKL žalobkyni pokutu ve výši 390 000 Kč za spáchání přestupku podle § 8a odst. 3 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, kterého se měla dopustit tím, že v rozporu se zákonem zpracovala reklamu na humánní léčivý přípravek, jehož výdej je vázán na lékařský předpis. Žalobkyně podala proti příkazu odpor.
6. Rozhodnutím z 2. 2. 2024 SÚKL opět uznal žalobkyni vinnou ze spáchání stejného přestupku. Pokutu uloženou příkazem nicméně snížil na 250 000 Kč z důvodu zohlednění žalobkyniny majetkové situace.
7. Žalobkyně podala proti prvostupňovému rozhodnutí odvolání, o němž žalovaný rozhodl napadeným rozhodnutím tak, že drobně změnil výrok I. (doplnil římskou I.), obsahově se však se SÚKL ztotožnil, a proto odvolání ve zbytku zamítl a rozhodnutí potvrdil.

3. Obsah žaloby

8. Žalobkyně se domáhá zrušení napadeného i prvostupňového rozhodnutí. Považuje je za nezákonná z důvodů uplatněných již v odvolacím řízení.
9. Namítá, že předmětem šetření byly informativní články o teoretických výhodách infuze vitamínu C, nikoli reklama na konkrétní produkt. Cílem sdělení nebyla podpora spotřeby nebo prodeje žádného konkrétního humánního léčivého přípravku, jehož výdej je vázán na lékařský předpis. Žalovaného argumentace nepřímým odkazem podle ní nepřipustně rozšiřuje definici reklamy. Obdobně jako u nepřímých důkazů je i zde třeba doložit více nepřímých skutečností, které by svědčily o skryté propagaci konkrétního přípravku. V daném případě se však žalovaný opírá pouze o jedinou skutečnost – že na trhu existuje pouze jeden přípravek s vitamínem C určený pro infuzní podání. Tato skutečnost však není obecně známá ani odborné, natož laické veřejnosti. Tuto objektivní skutečnost proto nelze přičítat žalobkyni k tíži, ta o ní v zásadě vůbec vědět nemusela.
10. Žalovaný podle ní argumentuje v kruhu. Žalovaný tvrdí, že sdělení propagovalo přípravek *Injektapas*, protože jde o jediný takový přípravek na trhu – a zároveň z toho, že jde o jediný přípravek na trhu, dovozuje, že sdělení propagovalo právě tento přípravek. Nedostatek této argumentace by vynikl tehdy, pokud by na trhu existovalo více obdobných přípravků pro infuzi vitamínu C. V takovém případě by správní orgány nemohly argumentovat nepřímým

odkazem, neboť by nebylo jasné, o který konkrétní produkt se jedná. Žalovaného výklad pojmu reklama je proto zjevně extenzivní a doplňuje do skutkové podstaty podle § 5a odst. 2 písm. a) zákona o regulaci reklamy skutečnosti, které s jednáním žalobkyně nesouvisí.

11. Na těchto závěrech nemůže nic změnit ani odkaz na rozsudek Soudního dvora EU (SDEU) z 5. 5. 2011 ve věci C-316/09, *MSD Sharp & Dohme*. Ten není přílehlavý, neboť v žalobkynině případě součástí sdělení nebyl konkrétní léčebný přípravek.
12. Dále má za to, že není zadavatelem, zpracovatelem ani šířitelem reklamy. Není výrobcem ani prodejcem přípravku *Injektapas*, je pouze registrovaným poskytovatelem zdravotních služeb. Z tohoto postavení jí plyne legitimní zájem informovat veřejnost o možnostech infuzní terapie vitamínem C, a to v rámci výkonu svého práva na svobodu projevu. Má za to, že veřejný zájem na šíření osvěty v oblasti zdravotní péče převažuje nad rizikem, že by sdělení mohlo nepřímo upozornit na existenci léčivého přípravku na předpis, jehož reklama je zákonem zakázána. V této souvislosti navrhuje, aby soud vyložil zákon o regulaci reklamy ústavně konformním způsobem. K tomu odkazuje na rozsudek Nejvyššího správního soudu (NSS) z 24. 6. 2010, čj. 7 As 24/2010-51, č. 2319/2011 Sb. NSS. Dále namítá, že léčivé přípravky na předpis může předepsat výhradně lékař. Závěr žalovaného, že by veřejnost mohla být sdělením motivována domáhat se podání konkrétního přípravku, proto považuje za nepřesný.
13. Žalobkyně rovněž namítá, že uložená pokuta je nepřiměřená. Cituje k tomu z judikatury NSS a uvádí, že správní orgány se zabývaly především obecnou povahou a délkou trvání spáchaného deliktu. Při odůvodnění výše pokuty se však nevypořádaly dostatečně se všemi okolnostmi, které žalobkyně opakovaně uváděla. Má za to, že i pokud by její jednání bylo považováno za nedovolenou reklamu, jednalo by se toliko o reklamu nepřímou, která by stála na pomezí mezi plněním jejích obecně prospěšných úkolů jako zdravotnického zařízení a výkonem jejího práva na svobodu projevu. Tuto okolnost správní orgány při ukládání pokuty pominuly. Uložená pokuta je proto ve vztahu ke konkrétním okolnostem věci nepřiměřená.

4. Vyjádření žalovaného

14. Žalovaný odkázal na napadené i prvostupňové rozhodnutí, neboť žalobkyně podle něj neuvádí žádné nové skutečnosti.
15. K námitce, že zveřejněné sdělení je toliko informativní a nejedná se o reklamu, žalovaný odkázal na rozsudek *MSD Sharp & Dohme*, v němž SDEU konstatoval, že zakázanou reklamou není sdělení, které spočívá v přesném zobrazení obalu léčivého přípravku, v příbalové informaci nebo v souhrnu údajů o přípravku, pokud žádný další prvek nesvědčí pro závěr, že se jedná o reklamu. V dané věci však byl reklamní účel sdělení jednoznačný. Žalobkyně ve sdělení neuvedla informace z příbalového letáku či souhrn údajů o přípravku, ale prezentovala pouze pozitivní vlastnosti přípravku s cílem motivovat pacienty, aby se na žalobkyni obrátili, trpěli uvedenými zdravotními indikacemi.
16. Připomíná, že za nepřímý odkaz na léčivý přípravek lze považovat takový odkaz, na jehož základě se lze dobrat konkrétního léčivého přípravku. S ohledem na skutečnost, že *Injektapas* je jediným přípravkem tohoto druhu na trhu, je nepochybné, že žalobkyně nepřímo propagovala právě tento přípravek. Nemohlo dojít k záměně s žádným jiným přípravkem.
17. K námitce, že není notorií, že přípravek *Injektapas* je jediným vitamínem C podávaným formou infuze, žalovaný uvádí, že žalobkyně má povinnost ověřit si, zda nepropaguje

přípravek, jehož reklama je zakázána. Žalobkyně je navíc zdravotnickým odborníkem, proto lze očekávat, že jí je známo, že léčivé přípravky určené k parenterálnímu podání lze podle zákona o léčivech vydat pouze na lékařský předpis. Naopak není sporné, že veřejnosti tato skutečnost známa být nemusí. Postačí, že pacient, který trpí uvedenými indikacemi, je reklamním sdělením motivován, aby žalobkyni kontaktoval.

18. Není rozhodné, zda žalobkyně je či není výrobcem nebo prodejcem přípravku. Podstatné je, že sdělení sepsala a zveřejnila, je tedy zadavatelem i zpracovatelem reklamy. Žalobkyně není postihována za přestupek v postavení šířitele, byť na svých webových stránkách sdělení šířila. Přestože žalobkyně poskytuje zdravotní služby, sama uvádí, že k aplikaci infuze vitamínu C dochází u spolupracujících zdravotnických zařízení. Cílem reklamy proto nepochybně byla podpora spotřeby léčivého přípravku právě u těchto spolupracujících lékařských zařízení. Žalobkyně k nim vede pacienty „cestou“ přes svojí zákaznickou linku a uvádí, že v případě zájmu o infuzi vitamínu C pro pacienty vše zařídí.
19. Žalovaný souhlasí s žalobkyní, že jí čl. 17 Listiny základních práv a svobod garantuje právo na svobodu projevu. Toto právo však lze omezit zákonem, v daném případě zákonem o regulaci reklamy. Léčivé přípravky jsou specifickým druhem zboží, které může být člověku prospěšné, avšak při nevhodném používání mu může i nevratně ublížit. Rovněž je nutné dbát na hospodárné užívání léčiv, neboť ta jsou hrazena ze zdravotního pojištění. Proto není možné reklamou nabádat potenciální pacienty, aby léčiva na lékařský předpis nadužívali.
20. K námitce nepřiměřené výše pokuty žalovaný konstatuje, že odůvodněním výše pokuty se zabýval SÚKL na str. 14 až 16 prvostupňového rozhodnutí. Žalovaný v napadeném rozhodnutí toto odůvodnění shledal zcela dostačujícím. Určení výše pokuty je výsledkem správního uvážení, které je omezeno zákonnou sazbou. Stanovení pokuty zároveň není matematickou operací, při které by se jednotlivým okolnostem přisuzovala konkrétní částka. Žalovaný má za to, že je zřejmé, jakými úvahami se řídil a k jakým okolnostem přihlédl.

5. Posouzení věci soudem

21. Ve věci samé rozhodl soud bez nařízení jednání, s čímž účastníci řízení konkludentně souhlasili [§ 51 odst. 1 zákona č. 150/2002 Sb., soudního řádu správního (s. ř. s.)]. Napadené rozhodnutí soud přezkoumal v mezích žalobních bodů (§ 75 odst. 2 věta první s. ř. s.), jakož i z pohledu vad, k nimž je povinen přihlížet z úřední povinnosti. Vycházel přitom ze skutkového a právního stavu, jenž tu byl v době rozhodnutí správního orgánu (§ 75 odst. 1 s. ř. s.).
22. Žalobu podala včas osoba k tomu oprávněná.
23. Žaloba není důvodná.

5.1 Žalobkyně nezákonně zpracovala reklamu

24. Soud se nejprve zabýval otázkou, zda žalobkyně zpracovala a zveřejnila reklamu na humánní léčivý přípravek, jehož výdej je vázán na lékařský předpis. Pokud by žalobkyně měla pravdu již v tomto bodu, nebylo by třeba zabývat se námitkou nepřiměřenosti sankce.
25. Podle § 5a odst. 2 písm. a) zákona o regulaci reklamy *předmětem reklamy zaměřené na širokou veřejnost nesmí být humánní léčivé přípravky, jejichž výdej je vázán pouze na lékařský předpis*. Porušení tohoto zákazu v postavení zpracovatele reklamy se podle § 8a odst. 3 písm. d) téhož zákona trestá jako přestupek, za nějž lze uložit pokutu do 2 milionů Kč.

26. Reklamou se pro účely zákona o regulaci reklamy rozumí mj. *oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, či podporu poskytování služeb (§ 1 odst. 2). Podle § 5 odst. 1 téhož zákona za reklamu na humánní léčivé přípravky se považují také všechny informace, přesvědčování nebo pobídky určené k podpoře předepisování, dodávání, prodeje, výdeje nebo spotřeby humánních léčivých přípravků.*
27. Citovaná ustanovení transponují směrnici Evropského parlamentu a Rady 2001/83/ES z 6. 11. 2001 o kodexu Společenství týkajícím se humánních léčivých přípravků. *Reklamou na léčivé přípravky se podle čl. 86 odst. 1 směrnice rozumí všechny formy informování, průzkumu nebo pobídek, které mají za účel podpořit předepisování, výdej, prodej nebo spotřebu léčivých přípravků, a zahrnuje mj. reklamu na léčivé přípravky určenou široké veřejnosti.*
28. Výkladem pojmu *reklama na léčivé přípravky* se zabýval NSS v nedávném rozsudku z 5. 6. 2025, čj. 21 As 11/2025-47, který se rovněž týkal reklamy spočívající v nepřímém odkazu na přípravek *Injektopas*. NSS uvedl, že *„základním charakteristickým rysem pojmu reklama na léčivé přípravky a rozhodujícím kritériem pro odlišení reklamy od prosté informace je účel sdělení. Pokud má sdělení podpořit předepisování, výdej, prodej nebo spotřebu léčivých přípravků, jedná se o reklamu ve smyslu směrnice a výše zmiňovaných ustanovení zákona o regulaci reklamy. Naproti tomu na čistě informativní údaj bez úmyslu propagace se ustanovení směrnice a zákona o regulaci reklamy týkající se reklamy na léčivé přípravky nevztahují“ (bod 40).*
29. NSS tak navázal na již zmiňovaný rozsudek ve věci *MSD Sharp & Dohme*, v němž SDEU dospěl k závěru, že *„čl. 88 odst. 1 písm. a) směrnice 2001/83 (týkající se zákazu reklamy na léčivé přípravky vázané na lékařský předpis – pozn. soudu) musí být vykládán v tom smyslu, že nezakazuje farmaceutickému podniku šířit informace o léčivých přípravcích na lékařský předpis na internetové stránce, pokud jsou tyto informace přístupné na této stránce pouze tomu, kdo si je sám vyhledá, a pokud toto šíření spočívá pouze v přesném zobrazení obalu léčivého přípravku v souladu s článkem 62 této směrnice, jakož i v doslovném a úplném převzetí údajů obsažených v příbalové informaci nebo souhrnu údajů o přípravku, které byly schváleny příslušnými orgány v oblasti léčivých přípravků. Zakázáno je naopak šířit na takové stránce informace o léčivém přípravku, které u výrobce prošly výběrem či úpravami, jež lze vysvětlit pouze propagačními účely“ (bod 48).*
30. Soud proto v souladu s výše citovanou judikaturou zkoumal, zda měla sdělení reklamní účel. Dospěl k závěru, že propagační účel článků je zřejmý jednak z jejich grafické úpravy (zvýrazněné tučně jsou zejména informace o následcích nedostatku vitamínu C), ale především z jejich obsahu.

Reklamní účel sdělení

31. Články nazvané *„Infuzní terapie vitamínem C nastartuje Vaši imunitu!“* začínají otázkou *„Potřebujete více vitamínu C?“* a nabízejí krátký test skládající se z několika otázek (např. *„Stravujete se delší dobu nevyváženě? Kouříte? Zažíváte hodně stresu? Je Vám více než 65 let? Trpíte infekcemi?“*). Následuje sdělení *„Odpověděli jste vícekrát ano? Vyzkoušejte infuze vitamínu C“*. Články dále uvádějí, že lidské tělo si vitamín C neumí samo vytvořit, a jeho nedostatek může vést ke kurdějím, zvýšení LDL-cholesterolu a oxidativnímu stresu, který přispívá ke vzniku chronických zánětů, alergií, depresí, osteoporózy, infekcí, nádorů, syndromu vyhoření a chronickému únavovému syndromu. Vitamín C je podle článků klíčový pro normální průběh biochemických reakcí, podporuje imunitu a ve farmakologických dávkách má dokonce protinádorový účinek. Nestací jej podat ústy,

neboť k dosažení léčivého účinku je nutné vytvořit v krvi vysokou koncentraci vitamínu C, které lze dosáhnout pouze při nitrožilním podání. Infuzní terapie je podle článků určena k podpůrné léčbě řady onemocnění, např. infekcí a alergií, a přispívá i k cílené likvidaci rakovinných buněk a působí proti metastázování. Její aplikace se doporučuje každému, kdo trpí stresem, psychickou či fyzickou zátěží, alergií, nádorovým onemocněním apod. V závěru článku uvádí, že zájemci o aplikaci infuzí vitamínu C mají kontaktovat žalobkynino klientské centrum na uvedené bezplatné telefonické lince a že jim rádi vše zařídí.

32. Soud má za to, že články jednoznačně slouží jako pobídka pro pacienty, aby žalobkyni kontaktovali a požadovali aplikaci infuze vitamínu C. Články vytvářejí dojem, že infuze vitamínu C je účinnou léčbou řady vážných onemocnění včetně různých rakovinových nádorů. Přitom doporučují tuto terapii při výskytu celé řady zdravotních problémů, které jsou v populaci široce rozšířeny (např. stres či alergie), čímž jen zvyšují možný dopad reklamy. O tom, že články nejsou pouhou informací o teoretických výhodách infuzní terapie vitamínem C, svědčí i jejich závěr, kde je uvedeno, že žalobkyně pacientům podání infuze zajistí, jak vyplývá z formulace „rádi Vám vše zařídíme“.
33. Přitom není rozhodující, zda terapii poskytuje přímo žalobkyně, nebo zdravotnické zařízení, s nímž spolupracuje. Podstatné je, že žalobkyně v člancích uvádí, že v případě zájmu pacientů vše zařídí, a odkazuje je na své klientské centrum. Z uvedeného vyplývá, že žalobkyně vystupuje minimálně jako zprostředkovatel, který zpracoval a zveřejnil reklamu s cílem podpořit zájem o infuze vitamínu C nabízené spolupracujícími zdravotnickými zařízeními.
34. Aby šlo o zákonem dovolené šíření informací o infuzích vitamínu C (jak tvrdí žalobkyně), muselo by se jednat o objektivní informace o přípravku (přesné zobrazení obalu a doslovné a úplné převzetí údajů obsažených v příbalové informaci nebo souhrnu údajů o přípravku). Žalobkyniny články však neobsahují čistě objektivní informace. Údaje o infuzích vitamínu C prošly výběrem a úpravami; podstatná část informací v člancích nevyplyvá z příbalových informací nebo ze souhrnu údajů o dostupných léčivých přípravcích a není nijak blíže podložena. Informace o v člancích jsou velmi selektivní a stimulují čtenáře k tomu, aby léčbu požadovali. Důvod výběru informací je proto možné vysvětlit pouze propagačním účelem (srov. již zmiňovaný rozsudek SDEU ve věci *MSD Sharp & Dohme* a shodné úvahy NSS v bodu 43 rozsudku čj. 21 As 11/2025-47).
35. Články byly uveřejněny na webových stránkách žalobkyně zjevně s propagačním úmyslem. Reklama byla současně zaměřena na širokou veřejnost. SÚKL doložil, že články byly uveřejněny na webových stránkách žalobkyně po dobu několika let a tyto webové stránky byly přístupné široké veřejnosti. Žalobkyně sama uvedla, že články sepsala a zveřejnila, je tedy zpracovatelkou reklamy podle § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy.

Nepřímý odkaz na přípravek Injektapas

36. Soud se dále zabýval žalobkyninou argumentací, že v člancích nebyl výslovně zmíněn *Injektapas* ani žádný jiný léčebný přípravek, a že tedy články užití tohoto přípravku nepropagují.
37. Je nesporné, že žalobkyně v člancích neoznačila výslovně žádný léčivý přípravek, ani neuvedla, že infuze vitamínu C jsou vázány na lékařský předpis. Pouze na základě článků proto není možné zjistit, kterých léčivých přípravků se sdělení týká.

38. Žalobkyně však nemá pravdu, uvádí-li, že žalovaný argumentem nepřímým odkazem nepřipustně rozšiřuje definici reklamy podle § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy. Z § 5 odst. 2 písm. d) tohoto zákona totiž vyplývá, že za reklamu na humánní léčivé přípravky je třeba považovat i údaje o lidském zdraví nebo onemocněních, které obsahují i jen nepřímý odkaz na humánní léčivý přípravek. To znamená, že reklamou mohou být i taková sdělení, v nichž propagovaný léčivý přípravek není výslovně označen, ale vyplývá z obsahu a kontextu sdělení, tedy je na něj odkazováno toliko nepřímo. Nepřímým odkazem může být např. uvedení unikátní léčivé látky nebo jedinečné lékové formy (srov. Hadaš, J.: *Zákon o regulaci reklamy. Praktický komentář*. Praha: Wolters Kluwer, 2023, § 5a I.).
39. V již několikrát citovaném rozsudku čj. 21 As 11/2025-47 NSS uvedl, že zákaz reklamy na humánní léčivé přípravky, jejichž výdej je vázán na lékařský předpis, zaměřené na širokou veřejnost podle § 5a odst. 2 písm. a) zákona o regulaci reklamy, se vztahuje také na případy, v nichž není v reklamě zmíněn určitý léčivý přípravek, ale je nepochybné, že se týká přípravku vázaného na lékařský předpis (body 47 a násl. uvedeného rozsudku).
40. Rovněž z judikatury SDEU vyplývá, že působnost směrnice není omezena pouze na reklamu týkající se určitého léčivého přípravku. Hlavní cíl ochrany veřejného zdraví, který je důvodem regulace reklamy na léčivé přípravky, by totiž byl do značné míry ohrožen, i „kdyby byl čl. 86 odst. 1 směrnice 2001/83 (vymezující, co se rozumí reklamou na léčivé přípravky – pozn. soudu) vykládán v tom smyslu, že činnost informování, průzkumu nebo pobídek, které mají za účel podpořit předepisování, výdej, prodej nebo spotřebu léčivých přípravků, aniž je při nich zmíněn určitý léčivý přípravek, nespadá pod pojem ‚reklama na léčivé přípravky‘ ve smyslu tohoto ustanovení, takže se vymyká zákazům, podmínkám a omezením stanoveným touto směrnicí v oblasti reklamy (...) Z doslovného, systematického a teleologického výkladu čl. 86 odst. 1 směrnice 2001/83 tedy vyplývá, že pojem ‚reklama na léčivé přípravky‘ ve smyslu tohoto ustanovení zahrnuje všechny formy informování, průzkumu nebo pobídek, které mají za účel podpořit předepisování, výdej, prodej nebo spotřebu určitého léčivého přípravku nebo neurčitých léčivých přípravků“ (body 44 a 47 rozsudku SDEU 22. 12. 2022, ve věci C-530/20, „EUROAPTIEKA“ SLA).
41. Žalobkyně se tedy dopustí přestupku i tehdy, pokud vůbec není možné určit, jakého konkrétního přípravku se reklama týká, je-li zároveň zjevné že se reklama týká blíže neurčených přípravků vázaných na lékařský předpis (bod 48 rozsudku čj. 21 As 11/2025-47).
42. Zároveň platí, že humánní léčivé přípravky určené k parenterálnímu podání (injekčnímu/infuznímu podání) lze podle § 39 odst. 2 písm. d) zákona č. 378/2007 Sb., o léčivech, vydávat výhradně na lékařský předpis.
43. Soud souhlasí s úvahou žalovaného, že žalobkyně je jako poskytovatelka zdravotních služeb povinna ověřit si, zda nepropaguje léčivý přípravek, jehož výdej je vázán na lékařský předpis, a jehož reklama je tudíž zakázána. Proto nepřisvědčil žalobkynině argumentaci, že správní orgány dovodily své závěry o spáchání přestupku na základě objektivních skutečností, jejichž existence žalobkyni vůbec nemusela být známa. Žalobkyně si totiž jako profesionální poskytovatel zdravotních služeb měla být vědoma, že léčivé přípravky určené k infuznímu podání lze podle zákona o léčivech, vydávat výhradně na lékařský předpis. Pokud by pacient na základě informací uvedených v člancích požadoval léčbu vysokými dávkami vitamínu C ve formě infuzní aplikace (neboť jen tak je podle článků zajištěna dostatečná koncentrace vitamínu C v krvi), mohl by mu být podán takový léčivý přípravek pouze na základě lékařského předpisu. Reklama na léčivé přípravky vydávané na lékařský předpis je přitom

zakázána podle § 5a odst. 2 písm. a) zákona o regulaci reklamy, potažmo čl. 88 odst. 1 písm. a) směrnice, bez ohledu na to, zda je konkrétní přípravek ve sdělení výslovně uveden. Tedy není rozhodné, zda je v člancích odkazováno na přípravek *Injektapas* nebo jiný přípravek obsahující vitamín C k infuznímu podání, jehož výdej musí být tak či tak vázán na lékařský předpis. Argumentace žalobkyně, dle níž není jasné, kterého léčivého přípravku se články týkaly, proto nic nemění na tom, že šlo o zákonem zakázanou reklamu.

44. Není významné, zda laická veřejnost byla schopna na základě článku dovodit, jakým konkrétním přípravkem vázaným na lékařský předpis má být infuze podávána. Zákon o regulaci reklamy v § 5 odst. 2 písm. d) nevyžaduje, aby nedovolený nepřímý odkaz na humánní léčivo musel být zjevně srozumitelný laické veřejnosti. Zásadní je, že články mají veřejnost motivovat k tomu, aby žalobkyni kontaktovala za účelem podání infuzí vitamínu C, jejichž výdej je vázán na lékařský předpis.
45. Žalobkynina námitka proto není důvodná.

Zákaz reklamy jako zásah do žalobkyniny svobody projevu

46. Soud se následně věnoval žalobkynině námitce, že spornými články šířila osvětu o možnostech léčby. Tím realizovala své právo na svobodu projevu zaručené čl. 17 Listiny.
47. Soud nezpochybňuje, že žalobkyně má v rámci svobody projevu právo vyjadřovat své názory a šířit informace a osvětu o různých typech léčby. Svoboda projevu však není bezbřehá a může být podle čl. 17 odst. 4 Listiny omezena, je-li to nezbytné pro ochranu určitých taxativně vymezených ústavně chráněných hodnot. Každé omezení svobody projevu proto musí mít legitimní důvod a musí být přiměřené jak svým obsahem, tak rozsahem a intenzitou ve vztahu k hodnotě, kterou chrání.
48. Je nesporné, že zákaz určitých druhů reklamy představuje zásah do svobody projevu (viz žalobkyní odkazovaný rozsudek NSS čj. 7 As 24/2010-51). V projednávané věci však existuje legitimní důvod pro zákaz reklamy na humánní léčivé prostředky, jejichž výdej je vázán na lékařský předpis. Je jím především ochrana veřejného zdraví (srov. bod 45 recitálu směrnice). Jak totiž správně uvedl žalovaný, léčivé přípravky jsou specifickým druhem zboží. Mohou být lidskému zdraví prospěšné, ale při nesprávném užívání – zejména bez lékařského dohledu – mohou představovat zdravotní riziko, kterého si pacient při podání léku ani nemusí být vědom. Právě proto je řada těchto přípravků dostupná pouze na lékařský předpis. Nesprávné a nadměrné užívání léčiv může navíc ohrozit i finanční stabilitu systému veřejného zdravotního pojištění, z něhož jsou mnohé léčivé přípravky hrazeny (rozsudek z 19. 5. 2009, C-171/07 a C-172/07, *Apothekerkammer des Saarlandes a další*, body 32 a 33). Reklama na léčivé přípravky může tyto potenciálně závažné negativní důsledky posilovat (rozsudek SDEU z 5. 5. 2011, C-249/09, *Novo Nordisk*, bod 32). Smyslem zákazu takové reklamy proto je zamezit právě tomu, aby veřejnost nebyla nabádána léčivých přípravků nadužívat.
49. Za ústavně konformní výklad § 5a odst. 2 písm. a) zákona o regulaci reklamy je třeba považovat závěry vyplývající z výše citované judikatury NSS i SDEU.
50. Soud opakuje, že ne všechna sdělení obsahující informace o léčivých přípravcích, jejichž výdej je vázán na předpis, jsou zakázanou reklamou. Objektivní informace, které nejsou spojeny s úmyslem propagace, spadají pod ochranu svobody projevu. Na taková sdělení se ustanovení směrnice ani zákona o regulaci reklamy týkající se léčivých přípravků nevztahují. V posuzované věci však soud ve shodě se správními orgány dospěl k závěru, že sdělení, která

žalobkyně zveřejnila na svých webových stránkách, neobsahovala čistě objektivní informace, ale naopak jejich obsahem byly převážně selektivně vybrané údaje o pozitivních účincích infuzí vitamínu C. Taková sdělení měla zjevně reklamní charakter. Zákaz reklamy spojený s uloženou pokutou tak v posuzované věci představoval zásah do žalobkyniny svobody projevu, který však zákon o regulaci reklamy předvídá a jako takový je přiměřený ve vztahu ke chráněnému legitimnímu cíli – ochraně veřejného zdraví.

51. Soud proto ani této žalobní námitce nepřisvědčil.

5.2 Žalovaný přihlédl ke všem okolnostem

52. V závěru žaloby žalobkyně namítá, že uložená pokuta je nepřiměřená vzhledem k okolnostem věci. Má za to, že správní orgány se při ukládání sankce dostatečně nevypořádaly s intenzitou konkrétního porušení právem chráněných hodnot a že své závěry dostatečně neodůvodnily.

53. Není pochyb o tom, že žalovaný měl při posuzování žalobkynina přestupku přihlížet ke všem okolnostem. Zároveň však platí, že zohlednění jednotlivých kritérií spadá do rámce správního uvážení žalovaného, které podléhá pouze omezenému soudnímu přezkumu. Soud posuzuje pouze to, zda se žalovaný dostatečně vypořádal se zjištěným skutkovým stavem a zda nevybočil z mezí a hledisek stanovených zákonem (rozsudky NSS z 28. 12. 2016, čj. 3 As 149/2015-49, část III. C., a ze 14. 2. 2024, čj. 8 As 141/2022-65, bod 32). Polehčující okolností přitom může být pouze taková skutečnost, která snižuje společenskou škodlivost přestupku (rozsudek NSS z 30. 5. 2024, čj. 3 As 153/2022-45, bod 40 a násl.).

54. Soud ve shodě s žalovaným zdůrazňuje, že obdobnými námitkami se žalovaný zabýval v napadeném rozhodnutí, přičemž soud se s jeho posouzením ztotožňuje.

55. Z odůvodnění napadeného rozhodnutí je zřejmé, že žalovaný ve vztahu k posouzení přitěžujících i polehčujících okolností odkázal na odůvodnění prvostupňového rozhodnutí, s nímž se ztotožnil. V neprospěch žalobkyně svědčil především možný dosah reklamního sdělení. To bylo šířeno prostřednictvím internetu, tedy k němu měl přístup neomezený počet návštěvníků z řad široké veřejnosti. Reklamní sdělení navíc byla uveřejněna na webových stránkách od října 2015, respektive od ledna 2019 až do konce listopadu 2022, tedy v obou případech v řádu let. Jako k polehčující okolnosti pak SÚKL přihlédl zejména k tomu, že žalobkyně reklamní sdělení odstranila ihned po doručení výzvy a dále jej na svých webových stránkách neužívá. Současně přihlédl také k tomu, že žalobkyně nebyla v minulosti za porušení zákona o regulaci reklamy pravomocně potrestána, v rámci správního řízení nebyl prokázán negativní důsledek jednání žalobkyně na lidské zdraví a žalobkyně v rámci šetření spolupracovala a poskytla požadované informace (str. 15 prvostupňového rozhodnutí). SÚKL i žalovaný se zabývaly rovněž otázkou, zda výše pokuty není pro žalobkyni likvidační (str. 15 a 16 prvostupňového rozhodnutí a str. 13 a 14 napadeného rozhodnutí).

56. Soud neshledal odůvodnění výroku o uložení pokuty nezákonným ani nepřezkoumatelným. Z rozhodnutí je jasné patrné, z jakých důvodů byla pokuta uložena. Ani výši pokuty nehodnotí vzhledem k uvedeným okolnostem jako nepřiměřenou. Podle § 8a odst. 7 písm. a) zákona o regulaci reklamy lze uložit pokutu do výše 2 milionů Kč, pokuta tedy byla uložena v zákonem vymezeném rozsahu a její výše byla dostatečně srozumitelně odůvodněna. Smyslem soudního přezkumu zde není hledat ideální výši pokuty, ale pouze posoudit, zda nejde o pokutu zjevně nepřiměřenou. O takovou pokutu nejde.

6. Závěr a náklady řízení

57. Soud shrnuje, že žalobkyně jako zpracovatelka reklamy porušila podmínky zákona o regulaci reklamy pro obsah reklamy na humánní léčivé přípravky. Zpracovala totiž reklamu na léčivý přípravek (infuze vitamínu C), jehož výdej byl vázán na lékařský předpis, zaměřenou na širokou veřejnost s cílem vzbudit její zájem o tento léčivý přípravek. Oba články sloužily k přesvědčování a pobízení široké veřejnosti a byly určeny k podpoře předepisování infuzí vitamínu C. Správní orgány věc posoudily v souladu se zákonem a uložená pokuta nevybočila z mezí přiměřenosti.
58. Soud žalobu neshledal důvodnou, načež ji výrokem I. zamítl podle § 78 odst. 7 s. ř. s.
59. O nákladech řízení rozhodl soud výrokem II. podle § 60 odst. 1 s. ř. s. Žalovaný byl ve věci plně úspěšný, avšak nevznikly mu žádné náklady řízení nad rámec běžného výkonu úřední činnosti. Proto mu soud jejich náhradu nepřiznal.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí lze podat kasační stížnost ve lhůtě dvou týdnů ode dne jeho doručení. Kasační stížnost se podává ve dvou (více) vyhotoveních u Nejvyššího správního soudu, se sídlem Moravské náměstí 6, Brno. O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud.

Lhůta pro podání kasační stížnosti končí uplynutím dne, který se svým označením shoduje se dnem, který určil počátek lhůty (den doručení rozhodnutí). Připadne-li poslední den lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejbližze následující pracovní den. Zmeškání lhůty k podání kasační stížnosti nelze prominout.

Kasační stížnost lze podat pouze z důvodů uvedených v § 103 odst. 1 s. ř. s. a kromě obecných náležitostí podání musí obsahovat označení rozhodnutí, proti němuž směřuje, v jakém rozsahu a z jakých důvodů jej stěžovatel napadá, a údaj o tom, kdy mu bylo rozhodnutí doručeno.

V řízení o kasační stížnosti musí být stěžovatel zastoupen advokátem; to neplatí, má-li stěžovatel, jeho zaměstnanec nebo člen, který za něj jedná nebo jej zastupuje, vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie.

Soudní poplatek za kasační stížnost vybírá Nejvyšší správní soud. Variabilní symbol pro zaplacení soudního poplatku na účet Nejvyššího správního soudu lze získat na jeho internetových stránkách: www.nssoud.cz.

Praha 21. srpna 2025

Mgr. Marek Bedřich v. r.
předseda senátu