

Regulace reklamy je v České republice upravena zákonem 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 (dále jen "zákon"), který nabyl účinnosti dne 1. dubna 1995. Dne 26.1.2006 nabyl účinnosti zákon č. 25/2006 Sb., který v oblasti veterinárních léčivých přípravků doplnil zákon i o zákaz reklamy zaměřené na širokou veřejnost, jde-li o veterinární léčivé přípravky, jejichž výdej je vázán na lékařský předpis nebo které obsahují omamné a psychotropní látky. Jako orgán dozoru pro tuto oblast byl zákonem stanoven Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv.

Nová právní úprava vychází ze směrnice 2004/28/ES, kterou se mění směrnice 2001/82/ES o kodexu Společenství týkajícím se veterinárních léčivých přípravků, která na úrovni Společenství zavádí poprvé regulaci reklamy pro veterinární léčivé přípravky. Členské státy byly povinny sladit vnitrostátní úpravu do 30. října 2005. Směrnicí 2004/28/ES bylo členským státům uloženo, aby zakázaly reklamu která je určena pro širokou veřejnost, jde-li o veterinární léčivé přípravky, jejichž výdej je vázán na lékařský předpis, a veterinární léčivé přípravky, které obsahují omamné a psychotropní látky. Nová právní úprava tak odpovídá v oblasti veterinárních přípravků v plném rozsahu požadavkům práva ES, a to zejména uvedené směrnici 2004/28/ES. Bližší pravidla pro posuzování reklamy na veterinární léčivé přípravky jsou stanovena v Pokynu ÚSKVBL/REG-01/2018 a dále doporučený postup pro zadávání reklamy na veterinární léčivé přípravky v odborných časopisech v pokynu USKVBL/UST-1/2011 Rev.1, které naleznete v záložce [Pokyny](#) .