

Z HISTORIE FARMACIE

Příspěvek k vývoji reklamy ve farmacii II* Historický vývoj regulace reklamy léčivých přípravků

A contribution to the development of advertising in pharmacy II Historical development of regulation of advertising of medicinal products

Vilma Vranová

Došlo 12. července 2012 / Přijato 2. srpna 2012

Souhrn

Článek se věnuje popisu vývoje regulace reklamy léčivých přípravků v českých zemích Habsburské monarchie a Československé republiky v letech 1775–1938. Reklama léčiv měla a má svá specifika a její regulaci se věnovaly zvláštní normy svázané s ostatními zdravotnickými zákony a nařízeními. Regulace reklamy léčivých přípravků prošla dlouhým procesem od počátečního úplného zákazu reklamy až po stanovení jasných pravidel, z nichž některá, např. omezení reklamy přípravků vázaných na lékařský předpis pouze na odborný tisk, jsou platná dodnes.

Klíčová slova: reklama • léčivo • právní regulace

Summary

The article deals with the development of regulation of advertising of medicinal products in the Czech Lands of the Habsburg Monarchy and Czechoslovakia in the years 1775–1938. Advertising medicines had and has its specifics and its regulation had been addressed by specific standards and linked to other health laws and regulations. Regulation of advertising of medicinal products has undergone a long process from the initial total ban on advertising to the establishment of clear rules, some of which, such as restrictions on advertising prescription-only medicines only to the professional healthcare press, are still valid.

Keywords: advertisement • medicines • development

Úvod

Reklama je součástí našeho života od dob vzniku obchodu. Trhovci vždy vyvolávali lákavá hesla, už v Egyptě a Mezopotámii se objevovaly první náznaky zavedení jakýchsi ochranných známek – symboly jednotlivých výrobců odlišovaly zboží na trhu, byly ukazatelem kvality a zárukou pro spotřebitele. V lékárenství, od jeho počátků ve 13. století do poloviny 19. století, se reklama výrazněji neuplatňovala. Lékárny městské, zámecké i klášterní byly pod dozorem vrchností – panovníka, šlechty, městských rad, státu, zdravotních rad, úředních lékařů a platil pro ně numerus clausus, tj., nesměly vznikat nad potřebu, jejich počet byl striktně regulován. Lékárny tak byly chráněny před vzájemnou konkurencí a nemusely se zviditelňovat reklamou. Jedinou jejich veřejnou vizitkou byly štíty odvozené od domovních znamení nebo související se symbolikou profese. Koncem 19. a začátkem 20. století se i v Rakousko-Uherské monarchii začal rozvíjet farmaceutický průmysl. Během několika desítek let vzniklo v českých zemích několik center farmaceutické výroby a bylo vybudováno více jak 150 farmaceutických firem. Chemický a farmaceutický průmysl dokázal koncem 19. století a během 20. století značně omezit lékárenskou malovýrobu. Lékárny a průmysl se dostaly do postavení vzájemných konkurentů, do vyostřenějších konkurenčních vztahů se dostaly i lékárny mezi sebou, hlavně ve větších městech. Konkurenční boj probíhal jak v oblasti cenové, tak i rozvojem reklamy. Výrobní podniky propagovaly svoje speciality pomocí inzerátů v lékařských a farmaceutických časopisech, nebo samostatně vydávaných propagačních materiálech, byl položen základ farmaceutického marketingu. Všechny reklamní aktivity výrobců léčivých přípravků byly vždy přísně sledovány a kontrolovány příslušnými institucemi.

Živnostenský řád¹⁾ i zákon proti nekalé soutěži a lživé reklamě²⁾ regulovaly především praktiky velkých firem. Způsob prodeje drobných živnostníků, včetně jejich reklamních praktik, kontrolovaly a regulovaly místně příslušné živnostenské úřady, později – začátkem 20. století – je regulovaly místní nebo ministerské vyhlášky. Reklama léčiv měla a má svá specifika a její regulaci se věnovaly zvláštní normy. Jenom samotné vyjmenování všech zákonů, výnosů, patentů a jiných

*Část I. Čes. slov. Farm. 2009; 58, 230–236.

regulačních nařízení je nad rámec rozsahu tohoto článku. V tomto příspěvku se omezím na pouhou zmínku o nejdůležitějších známých předpisech. Mnoho těchto předpisů, výnosů apod. pochází z 18. a 19. století a jejich originální znění jsou těžko dohledatelná. Ve své práci vycházím zejména ze Sbírky zákonů a nařízení předepsané nařízením Ministerstva vnitra ze dne 27. května 1911 ř. z. č. 103, kterou vlastním nákladem vydala Organizace českého lékárnictva pro Čechy, Moravu a Slezsko v roce 1911, knihu vytiskla tiskárna Zdeněk Binko v Praze, Sbírky zákonů a nařízení o zdravotnictví se zvláštním zřetelem ku zemím Koruny České, kterou sestavil MUDr. Vladimír Preininger, knihu vytiskli Buršík & Kohout v roce 1900 v Praze a dále z dobového odborného tisku.

Reklama

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy ve znění pozdějších předpisů, za reklamu považuje oznámení, předvedení či jinou prezentaci šířenou zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti. 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. Jedná se zejména o návštěvy obchodních zástupců, dodávání vzorků léčivých přípravků, podporu předepisování, výdeje a prodeje léčivých přípravků pomocí daru, spotřebitelské soutěže. Mezi reklamní aktivity se zahrnuje i sponzorování setkání nebo vědeckých kongresů.

Habsburská monarchie, Rakouské císařství, Rakousko-Uherská monarchie

Postoj k otázce reklamy léčivých přípravků a její regulace byl dán dvěma základními právními předpisy: dvorním patentem ze dne 25. listopadu 1775, který zakazuje prodej a veřejné oznamování léčiv tajného složení, tzv. arkan a Lékárnickou instrukcí z roku 1808, zejména § 27, v němž je řečeno: „*Lékařníkovi není dovoleno za žádných podmínek vnitřní nebo zevní choroby léčit.*“ Souvislosti budou vysvětleny.

Za vlády Marie Terezie a jejího syna Josefa II. se zdravotnictví, včetně farmacie, dostalo do novodobé etapy svého vývoje. Zákonodárné úpravy zdravotnictví zahájil *Všeobecný medicínský řád*, vyhlášený na Moravě 1752, v Čechách a ve Slezsku 1753, následovaný *Generálním zdravotním normativem*, zákonem vydaným 2. ledna 1770, a uplatňovaným pak v zemích celé monarchie³⁾. Součástí reformy zdravotnictví bylo i vydání císařského patentu zakazujícího prodávat arkana, tedy léčiva tajného, neznámého složení. Zároveň s prodejem arkan bylo zakázáno i jejich „dryjácké vychvalování“⁴⁾. Prodej léčiv s jiným názvem, než označujícím složení, byl zakázán už dříve – Dvorním dekretem ze dne 31. října 1772, „...zákaz beztak platný, dle něhož není dovoleno lékařům a lékárníkům nedovoleně a tajně se dorozumívati, tím méně předepisovati lékařem ordinovaná léčiva pod zastíraným a vybájeným jménem...“⁵⁾.

S reklamou, např. i na lékárně samotnou, se v lékárnické praxi nepočítalo vůbec. Činnost lékařů

byla řízena Lékárnickou instrukcí⁶⁾, která jasně říká: „§ 28 *Vzorný stav lékárny i přesné a svědomité obslužení stran budtež jedinými prostředky, jimiž má lékárník svému závodu pověsti a přízeň zjednávat.*“⁷⁾

Co se týče propagace léčivých preparátů, i její regulace vychází z Instrukce lékárnické, kde již zmíněný § 27 zakazuje lékárníkům léčit pacienty. Veřejné oznamování účinku léčiva a jeho doporučování bylo chápáno jako léčení a proto nebylo povoleno. Doporučování léčiva k všeobecnému užívání, nikoliv pro konkrétního pacienta a na konkrétní chorobu, bylo chápáno jako výroba a prodej arkan, což bylo zakázáno už výše zmíněným císařským patentem.

Rozvoj propagace hromadně vyráběných léčivých přípravků, tzv. specialit, nastal až s větším rozšířením jejich tovární výroby. Většímu rozvoji této výroby bránilo nařízení c. k. ministerstva vnitra a obchodu⁸⁾, které zákonně vymezilo monopol lékárny na přípravu léčivých přípravků vázaných na lékařský předpis: „*Příprava a prodej léků každého druhu a každé formy dle lékařského předepsání vyhrazeny jsou výlučně lékárnám.*“⁹⁾

Toto nařízení také jasně stanovilo povinnost lékárny doložit předpis, podle něhož byl léčivý přípravek připraven. Zajímavostí je, že toto nařízení de jure platilo až do roku 1948.

Zákazy propagace léčivých přípravků zřejmě příliš respektovány nebyly, byly opakovány, zpřesňovány, z průvodních komentářů se dozvídáme i to, jakým způsobem se tyto zákazy porušovaly: „*Výnosem ze dne 18. srpna 1889 č. 33093 vyzvalo c. k. místodržitelství, ježto seznalo, že předpisy k zamezení dryjáckého anoncování léčebných artiklů nejsou vždy zachovávány, politické podřízené úřady s poukazem na zdejší výnos ze dne 13. října 1888 č. 12.965, aby proti oněm lékárníkům, kteří přes předchozí výstrahy buď sami léčivé přípravky dryjáckým vychvalováním a uváděním nemocí, k jich vyléčení sloužit mají, ve veřejných listech, kalendářích neb pomocí letáků a pod. ohlašují ... bez shovívavosti a se vši přísností zakročily.*“¹⁰⁾

Stejný výnos i definuje, co je ještě povolený způsob propagace: „*Vzhledem k tomu nemůže být povoleno oznamování léčivého prostředku s odporučováním k všeobecnému, tedy nerozumnému používání proti různým chorobám, čímž lékárník vůbec zaměstnávati se nemá, poněvadž léčivému prostředku přikládá se tímto způsobem klamně působivost arcana. Naproti tomu není žádné překážky proti věcnému ohlašování dovoleného léčivého prostředku s pouhým uvedením bezprostředního jeho účinkování, na př. jako prostředek projímací, hleny vyčišťující, proti pocení atd. ...*“⁸⁾ (Výnos není členěn do odstavců nebo paragrafů, ukázky obsahují části souvislého textu.)

Reklama léčivých přípravků se více rozvinula až po oficiálním schválení přípravy, prodeje a propagace tzv. farmaceutických specialit¹¹⁾, tedy až po roce 1894. Jak nařízení „*jímž vydávají se předpisy o ručním prodeji v lékárnách i o přípravě a prodeji lékárnických výrobků, které jsou farmaceutickými specialitami*“ ukládá, lékárník musel vždy být schopen doložit předpis, podle kterého byla vyrobena v jiné lékárně nebo farmaceutické laboratoři, stejně jako všechny dokumenty a prostředky užívané k propagaci:

„Odstavec 5. O všech neoficiálních domácích i cizozemských farmaceutických přípravkách a specialitách pro ruční prodej chovaných, pro něž autentické předpisy o jejich přípravě pokaždé mají být chovány v lékárně podle ustanovení § 1. ministerského nařízení ze dne 17. září 1883. (ř.z.č. 152), lékárník jest povinnen vésti úplné, spořádané seznamy, a to odděleně pro věci od něho samého vyrobené a pro věci odjinad odebrané; seznamy tyto budte předloženy při prohlídce lékárny i k úřednímu požádání.

Rovněž exempláře vinětek, užívacích návodů apod., kterých potřebuje se při prodeji těchto farmaceutických výrobků, všelikých oznámení a vyhlášek lékárnou učiněných, které slouží ku prodeji řečených věcí, mají být pohromadě v lékárně, aby k úřednímu vyzvání kdykoliv v ně mohlo být nahlédnuto.“¹²⁾

Užívání obchodního názvu léčiva, bylo povoleno od roku 1901¹³⁾. Regulativ, který je součástí Nařízení č. 40/1901 to uvádí takto: „Jmen smyšlených, jež v Rakousku jsou chráněna jako slovní známka, smí se užívatí toliko vedle předepsaného označení a s výslovným poukazem k jejich významu jako slovné známky.“¹⁴⁾

Užívání ochranných známek bylo v Rakousko-Uhersku uzákoněno od roku 1890¹⁵⁾.

Koncem 19. a počátkem 20. století nastal velký rozmach farmaceutického průmyslu, značně se zvýšila konkurence. Především růst chemického průmyslu a s ním i průmyslové výroby chemických léčiv, v menší míře i zavádění nových technologií a nových lékových forem, během několika desetiletí téměř zlikvidoval lékárenskou malovýrobu. Lékárny a průmysl se dostaly do postavení vzájemných konkurentů, do ostrých konkurenčních vztahů se dostaly i lékárny mezi sebou, hlavně ve velkých městech. Konkurenční boj probíhal jak v oblasti cenové, tak i rozvojem reklamy. Léčiva byla propagována veškerými dostupnými metodami, nejrozšířenější byla reklama tisková, s využitím denního i odborného tisku, pomocí plakátů, letáků, firmy zaměstnávaly propagátory nebo medicínské reprezentanty, navazovaly dobré obchodní vztahy s lékaři a lékárníky pomocí dáreků, např. kalendářů, diářů, organizování výletů, exkurzí¹⁶⁾. Možnými nosiči reklamy byly recepturní obálky nebo např. i obaly léčivých přípravků, tato možnost využití obalu jako nosiče reklamy však byla od roku 1903 značně omezena a to Ministerským nařízením z 8. června 1903 č. 24.560/1903, jímž se zakazuje obal, mající podobu reklamy¹⁷⁾ a Výnosem c.k. místodržitelství ze dne 16. června 1903 č. 115.167/1903, jímž se zakazuje, aby lékárníci balili léky do tištěných prospektů s dryádnickým obsahem¹⁸⁾.

Trestná činnost a snaha se obohatit není vymožeností naší doby, první pokusy o ovlivnění lékařů i zneužívání pravomocí lékařů jsou zřejmě dávného data. Už Dvorní dekret ze 29. prosince 1771¹⁹⁾ zakazuje lékárníkům dávat jakékoli dary lékařům, Lékárnická instrukce dohody mezi lékaři a lékárníky přímo zakazuje: „§ 20 Lékárníkovi je přísně zakázáno, míti s lékaři nebo ranlékaři tajné úmluvy, jež by v neprospěch nemocných a kupujících vůbec byly.“²⁰⁾

Placenou preskripci zmiňuje a také zakazuje a postihuje předchůdce trestního zákona z roku 1852²¹⁾.

„§ 510 Lékaři, kteří přijímají dary od lékárníků za ordinování léků, potrestáni budtež pokutou do 200 zl.“²²⁾

Československá republika

Dne 28. října 1918 vyhlásil Národní výbor v Praze samostatný československý stát, Československou republiku. Prvním zákonem nového státu se stal narychlo připravený zákon, zvaný „recepční norma“, schválený dne 28. října 1918 na schůzi pléna Národního výboru v Praze, později publikovaný ve Sbírce zákonů a nařízení pod číslem 11. Podle tohoto zákona „veškeré dosavadní zemské a říšské zákony a nařízení zůstávají prozatím v platnosti“. Recepčním zákonem došlo k převzetí rakouského a uherského právního řádu a rakouské a uherské veřejné správy²³⁾, zákony a nařízení regulující reklamu léčivých přípravků tak platily i nadále. Léky se v dvacátých a třicátých letech 20. století staly hojně propagovaným zbožím. Obchodnické praktiky měl omezit zákon o zákazu prémiových obchodů předměty denní potřeby²⁴⁾. Prémiovými obchody ve smyslu tohoto zákona se rozuměly obchody, při kterých se nabízely nebo prodávaly předměty s poukazem na odměnu, která byla připojena při jejich koupi, např. peníze, jiná věc nebo známka opravňující k odběru premie. Provedení tohoto zákona bylo uloženo ministrům zásobování, obchodu, zdravotnictví a vnitra.

Další právní normou, která omezovala obchodní a propagační aktivity, byl tzv. přídavekový zákon²⁵⁾. Přídavekem podle tohoto zákona se rozumí jakákoliv věc nebo jakýkoliv výkon (služba, práce, dílo), které lze zpravidla v hospodářském styku získat jen za úplatu.

Přídavekem bylo míněno vše, co má pro zákazníka nějakou hodnotu a co působilo jako lákadlo, aby zboží koupil nebo zadal výkon, např. rabat ve zboží, poskytnutí nějaké služby, např. bezplatná doprava zboží k zákazníkovi, poskytování neobvyklého příslušenství – např. hrneček k zakoupenému čaji, popř. obal, který má ráz lákadla a dá se používat i k jiným účelům – sklenice, košík.

První větší normou, která se týkala přímo léčivých přípravků, bylo vládní nařízení o výrobě léčivých specialit a obchodu s nimi²⁶⁾. Tato norma přesně stanovuje meze reklamy, dokonce zařazuje reklamní přílohy mezi položky schvalované při registraci léčivé speciality. K ohlášce (dnes registraci) bylo nutné přiložit i vzorky případných reklamních příloh, pokud bylo obchodní jméno přípravku (známka) předmětem zápisu do rejstříku ochranných známek, tak i průkaz o ochraně tohoto jména. Léčivé speciality se směly uvádět do obchodu pouze ve složení, pod jménem, se štítkem a reklamními přílohami, jak to bylo úřadem – tj. Ministerstvem veřejného zdravotnictví a tělesné výchovy povoleno, každá změna označení, ceny nebo reklamy speciality byla možná pouze se zvláštním svolením úřadu. Reklama léčivých přípravků byla povolena bez většího omezení do roku 1938, kdy byla výnosem Ministerstva veřejného zdravotnictví a tělesné výchovy reklama na léčivé přípravky vázaná na lékařský předpis povolena pouze v odborném tisku: „Výnos Ministerstva veřejného zdravotnictví a tělesné výchovy č. 8892/1938 ze dne 5. dubna 1938 zakazuje nabízet v denním a periodickém tisku, vyjímaje tisk

odborný, léčiva a léčivé přípravky, jichž prodej je vázán na lékařský předpis, rovněž zakazuje jakoukoliv reklamu takových léčiv a léčivých přípravků ve výkladních skříních nebo uvnitř veřejných lékáren.“²⁷⁾

Nekalé praktiky, např. klamavá reklama, nesprávné označování zboží, zneužívání podnikových značek (např. již v předchozím článku¹⁶⁾ zmiňované uvedení preparátu Sibromin, napodobující preparát fy B. Fragner Sibromin), podplácení apod., postihoval zákon o ochraně proti nekalé soutěži²⁸⁾.

Právní normy uvedené pod odkazy 4, 6–10 jsou publikované ve Sbírce zákonů a nařízení předepsané nařízením Ministerstva vnitra ze dne 27. května 1911 ř. z. č. 103, kterou vlastním nákladem vydala Organizace českého lékárnictva pro Čechy, Moravu a Slezsko v roce 1911, knihu vytiskla tiskárna Zdeněk Binko v Praze, kniha je součástí sbírek ČFS v Kuksu.

Závěr

Regulace reklamy léčivých přípravků prošla dlouhým procesem od počátečního úplného zákazu reklamy až po stanovení jasných pravidel, z nichž některá, např. omezení reklamy přípravků vázaných na lékařský předpis pouze na odborný tisk, jsou platná dodnes. Farmacie prošla ve sledovaných letech významným procesem rozvoje, rozvinul se farmaceutický průmysl, došlo k významnému nárůstu počtu lékáren, vznikly profesní společnosti i odborný tisk, založením nemocenských pokladen a posléze vznikem nemocenského pojištění se značně zvýšila dostupnost zdravotní péče pro obyvatelstvo. Výrobci léčiv museli reagovat a těmto změnám se přizpůsobit, stejně tak museli reagovat i zákonodárci a upravit podmínky nově vzniklého trhu léčiv a konkurenčního boje.

Střet zájmů: žádný.

Literatura a poznámky

1. Císařský patent č. 227/1859 ř.z., jímž se vydává a od 1. května 1860 počínajíc v působnost uvádí řád živnostenský pro celý rozsah říše (kromě správního obvodu benátského a Vojenské hranice (zrušen 65/1965 Sb., zákoník práce).
2. Zákon ze dne 15. července 1927 č. 111/1927 Sb. z. a n., o ochraně proti nekalé soutěži, zrušen 1. ledna 1951 zákonem 141/1950 Sb., Občanský zákoník.
3. **Rusek V, a kol.** Kapitoly z dějin Československé farmacie. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladatelství 1970.
4. Patent ze dne 25. listopadu 1775, republikován dekrety dvorní kanceláře ze dne 7. července 1788 a 27. února 1781, 14. října 1819, dále ministerskými výnosy 24. prosince 1850, 16. února 1870, č. 16185, výnosem státního ministra ze 29. srpna 1861 č. 15 359.
5. Sbírka zákonů a nařízení předepsaná nařízením Ministerstva vnitra ze dne 27. května 1911 ř.z. č. 103, s. 7. Praha: Vydala Organizace českého lékárnictva pro Čechy, Moravu a Slezsko vlastním nákladem 1911.
6. Instrukce lékárnická Vydaná dekretem dvorní kanceláře ze dne 3. listopadu 1808 č. 16.135, (Vyhlášena v Čechách guberniálním nařízením dne 16. června 1834 č. 13945).
7. viz 5, s. 9
8. Nařízení c.k. ministerstva vnitra a obchodu č. 152/1883 ř.z., jímž upravují se práva lékáren vzhledem k obchodům se zbožím materiálním a jiným živnostem sem patřících.
9. viz 5, s. 90
10. Výnos c.k. ministerstva vnitra ze dne 22. června 1890 č. 5954, týkající se dryáckého vychvalování léčivých prostředků.
11. Nařízení ministeria věcí vnitřních č.239/1894 ř.z. ze dne 17. prosince 1894, jímž vydávají se předpisy o ručním prodeji v lékárnách i o přípravě a prodeji lékárnických výrobků, které jsou farmaceutickými specialitami.
12. viz 5, s. 215
13. Nařízení ministerstva vnitra č. 40/1901 ř.z. ze dne 16. dubna 1901, kterým se mění Nařízení ministeria věcí vnitřních ze dne 17. prosince 1894 (z.ř.č.239.). jímž vydávají se předpisy o ručním prodeji v lékárnách i o přípravě a prodeji lékárnických výrobků, které jsou farmaceutickými specialitami.
14. viz 5, s. 292
15. Zákon č. 19/1890 ř.z. o ochraně známek.
16. **Vranová V., Rusek V.** Příspěvek k vývoji reklamy ve farmácii I. Čes. slov. Farm., 2009; 58, 230–236.
17. **Valášková L.** „Farmacie v Českých zemích v letech 1928–1938/9“, dizertační práce. Hradec Králové: Farmaceutická fakulta UK 2008.
18. viz 5, s. 303
19. viz 5, s.7
20. viz 5, s. 11
21. Zákon ze dne 27. května 1852 117/1852 ř.z., o zločinech, přečinech a přestupcích, ve znění předpisů jej měnících a doplňujících ke dni 1. ledna 1927(zrušen 86/1950 Sb.).
22. **Preininger V.** Sbírka zákonů a nařízení o zdravotnictví se zvláštním zřetelem ku zemím Koruny České. Praha: Bursík & Kohout 1900.
23. **Schell K, a kol.** Dějiny české veřejné správy. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk s.r.o. 2009; s. 91.
24. Zákon č. 3/1924 Sb. ze dne 12. prosince 1923, o zákazu prémiových obchodů předměty denní potřeby.
25. Zákon čís. 75/1935 Sb. z. a n., ze dne 12. dubna 1935, o zákazu přídatku při prodeji zboží neb provádění výkonů, účinný do 31. prosince 1949, zrušen Občanským zákoníkem – zákonem č. 141/1950 Sb.
26. Vládní nařízení č. 26/1926 Sb. z. a n. ze dne 19. února 1926, o výrobě léčivých specialit a obchodu s nimi v lékárnách.
27. Věstník Svazu čsl. Lékárnictva, číslo 12, ročník XXXI/XIX, 12. května 1938, s. 209.
28. Zákon č. 111/1927 Sb. ze dne 15. července 1927 o ochraně proti nekalé soutěži, zrušen 1. ledna 1951 zákonem 141/1950 Sb., Občanský zákoník.