

TÜRKİYE İLAÇ VE TIBBİ CİHAZ KURUMU
KOZMETİK ÜRÜNLERİN TANITIM FAALİYETLERİNE
İLİŞKİN KILAVUZ SÜRÜM 1.0

Amaç

MADDE 1- (1) Bu Kılavuz, piyasada bulunan kozmetik ürünlerin tanıtım faaliyetlerinde dikkat edilmesi gereken unsurlar konusunda üreticiler, dağıtıcılar, tanıtım yapanlar ve mecra kuruluşları veya aracılara yol göstermek amacıyla hazırlanmıştır.

Kapsam

MADDE 2- (1) Bu Kılavuz, Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü maddesinde yer alan üretici tanımı vasfıyla piyasaya kozmetik ürün arz eden üreticiler, dağıtıcılar, tanıtım yapanlar ve mecra kuruluşları veya araçları için hazırlanmıştır.

Dayanak

MADDE 3- (1) Bu Kılavuz; 24/03/2005 tarihli, 5324 sayılı Kozmetik Kanununun 4 üncü maddesinin (f) bendi ve 23/05/2005 tarihli, 25823 sayılı Kozmetik Yönetmeliğinin 10 uncu maddesinin 12 nci fıkrasına dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

MADDE 4- (1) Bu Kılavuzda geçen;

a) Beşerî tıbbi ürün: Hastalığı tedavi etmek ve/veya önlemek, bir teşhis yapmak veya bir fizyolojik fonksiyonu düzeltmek, düzenlemek veya değiştirmek amacıyla, insana uygulanan doğal ve/veya sentetik kaynaklı etkin madde veya maddeler kombinasyonunu,

b) Kurum: Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumunu,

c) Mecra: Reklam ve tanıtım mesajını ileten ve o mesajı alma durumunda olan kişi, grup ya da topluluğun bulunduğu yeri ve ortamı; televizyon, her türlü yazılı basın, internet, telefon, radyo, sinema gibi iletişim kanalları ile açık hava, basılı materyal gibi iletişim araçlarını,

ç) Mecra kuruluşu: Reklamın yayınlandığı ve hedef kitleye ulaştırıldığı her türlü mecranın sahibi olan veya bunları işleten ya da kiraya veren gerçek veya tüzel kişiyi,

d) Tanıtım: Ürünlerin özelliklerine ilişkin; ürün ambalajı üzerinde yer alan bilgiler, tanıtım elemanlarının aktiviteleri, kitap ve dergilere verilecek ilanlar, doğrudan postalama, elektronik ve diğer tüm medya veya diğer iletişim araçları yoluyla yapılacak duyurular, reklamlar, ilanlar, bilimsel/egitsel faaliyetler ve benzeri etkinlikler ile yapılacak tüm diğer faaliyetleri,

e) Tanıtımcı: Ticari tanıtımları, tanıtım yapanın duyduğu ihtiyaç doğrultusunda hazırlayan ve tanıtım yapan adına yayımlanmasına aracılık eden ticari iletişim uzmanı gerçek veya tüzel kişiyi,

f) Tanıtım malzemeleri: Ürün hakkında bilgi içeren kitap, kitapçık, broşür gibi yazılı, basılı materyaller ile film, slayt, elektronik medya gibi görsel/işitsel malzeme ve araçları, ilgili çevrelerde bilgi/veri/başvuru kaynağı olarak kullanılabilecek her türlü yayın ve malzemeleri, bedelsiz numuneleri, ürüne yönelik eğitim programları ve materyallerini,

g) Tanıtım yapan: Ürünlerin tanıtımını yaptırmak, satışını artırmak veya imajını yaratıp güçlendirmek amacıyla hazırlattığı/hazırladığı, içinde firmasının, ürünlerin adının veya markasının yer aldığı reklamları yayımlatan/yayımlayan, dağıtan veya başka yollarla sergileyen gerçek veya tüzel kişiyi veya bunların yetkili kıldığı kişiyi,

ğ) Ürün: Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü maddesinde tanımlanan kozmetik ürünleri,

h) Üretici: Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü maddesinde tanımlanan üreticiyi,

ı) Ürün tanıtım elemanı: Alışveriş merkezi, mağaza, kuaför, güzellik merkezi, eczane, market gibi kozmetik ürünlerin satıldığı yerlerde ve mecralarda tanıtım ve satış faaliyetlerinde görev alan kişiyi, ifade eder.

Temel ilkeler

MADDE 5- (1) Ürün tanıtımı aşağıdaki bilgileri içermelidir:

- a) Tanıtımın açık bir şekilde ürüne ait olduğuna dair bilgiyi,
- b) Ürünün adı, markası, fonksiyonunu,
- c) Ürünün iç ve dış ambalaj bilgilerinde yer alan kullanım amacı ve kullanım şekli ile uyumlu bilgileri.

(2) Ürünlerin internet tanıtımlarına dair bu maddenin 1 inci fıkrasında yer alan hususların dışında;

a) Ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı internet sayfaları tanıtım yapanın unvanı, posta adresi ve iletişim bilgilerini içermelidir.

b) Birden fazla üreticiye ait ürünlerin tanıtım ve satışının yapıldığı internet sitelerinde üreticilerin unvanı ve iletişim bilgilerinin, ürün bilgileri ile birlikte aynı sayfada yer almaları gerekmektedir.

(3) Kozmetik ürün tanıtımında kullanılan iddialar gerçek, kanıtlanabilir olmalı, ürünün özelliklerini doğru olarak ifade etmelidir.

(4) Genel olarak kozmetik bilimi ve ürünler hakkında toplumu bilgilendirmek amacıyla çeşitli mecralarda uzman sıfatıyla tanıtılarak bilimsel bilgisine başvuru alan kişilerin, bilgilendirmelerini kozmetik mevzuatında yer alan hususlar doğrultusunda yapmaya özen göstermeleri gerekmektedir.

(5) Tanıtımlarda, bilimsel çalışmalardan yapılacak alıntılar, tablolar veya diğer görsel malzemeler kullanılacaksa, bilimsel çalışmanın aslına sadık kalınmalı ve kaynaklar tam olarak belirtilmelidir.

(6) Tanıtımlarda yer alan test sonuçları aşağıdaki hususlar dikkate alınarak kullanılmalıdır:

a) Memnuniyete dayalı testlerde, katılımcı sayısı ve yalnızca memnun kullanıcı sayısı ve/veya yüzdesi belirtilmelidir.

b) Etkinlik çalışmalarının sunumunda *in-vitro* ve *in-vivo* çalışma sonuçları açıkça

birbirinden ayırt edilebilmelidir.

c) Aynı tanıtımda yer alan istatistiksel olarak geçerli bilimsel testler ile memnuniyete dayalı testler birbirinden açıkça ayırt edilebilir olmalıdır.

ç) Tanıtım içeriğinde yer alan grafiklerde, katılımcı sayısının ortalama sonuçlarına atıfta bulunulmalıdır.

(7) Tanıtımda görsel sunumlara atıfta bulunuluyorsa (örn. önce/sonra görüntüleri) bunlar orantılı ve tutarlı olarak ürünün etkinliğini yansıtmalıdır.

Tanıtımla ilgili ibareler

MADDE 6- (1) Ürün ambalaj bilgilerinde, tanıtım malzemelerinde ve ürün tanıtım elemanı tarafından yapılan tanıtımlarda, ürünlerin gerçekte sahip olmadıkları nitelikler varmış gibi kullanılmamalıdır. Ayrıca, bu yönde imada bulunulmamalıdır.

(2) Ürünlerin bileşenlerinin veya bileşenleri oluşturan ham maddelerin farmakope monografı vb. kaynaklarda yer alan, kozmetik tanımına uygun olmayan ve/veya ürüne ait olmayan özelliklerinin tanıtımlarda kullanılması uygun değildir.

(3) Sağlık Bakanlığının ve Kurumun adı ve/veya logosu kullanılmamalıdır.

(4) Kurum/kuruluş, kişi adı veya amblem, logo ve diğer özgün kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin aldanmasına yol açacak şekilde kullanılmamalıdır. Ürün araştırmasına katılan kurum, kuruluş veya kişilerin adları ve belgeleri izinsiz kullanılmamalıdır.

(5) Kozmetik Yönetmeliğine göre yapılması zorunlu olan, başta ürün bildirim işlemleri olmak üzere, diğer tüm işlemler tanıtım amaçlı kullanılmamalıdır.

(6) İnsan ve çevre sağlığına zarar veren ve güvenliğini tehdit eden tanıtım faaliyetleri yapılmamalıdır.

(7) Tanıtımlarda ürünün, ekolojik çıkar sağladığını iddia eden ve çevre güvenliği ile ilgili garanti veren beyanlar, konuya ilişkin belge olmadan kullanılmamalıdır.

(8) Tanıtım malzemeleri ürünün sahip olmadığı ekolojik üstünlüğü ima eden reklam işaretleri içermemelidir.

(9) Haksız rekabete yol açabilecek nitelikte ve/veya tüketiciyi yanıltıcı tanıtım yapılmamalıdır. Aşağıda belirtilen hususların oluşması sonucunda yanıltıcı tanıtım meydana gelir:

a) Ürünün olmayan özelliklerinin var gibi gösterilmesi veya doğru olmayan bilgi verilmesi,

b) İddia edilen etkinin bilimsel olarak kanıtlanmamış olmasına rağmen tüketicide,

etkinin kesin olarak sağlanacağı beklentisinin oluşturulması,

c) Bilimsel çalışmaların sonuçları ile ürünün etkinliği hakkındaki iddiaların uyumlu olmaması,

ç) Uygun ve/veya uzun süreli kullanımda herhangi bir istenmeyen etkinin ortaya çıkmayacağına iddia edilmesi,

d) Üreticinin, ürünü tasarlayan veya kendileri için çalışan kişilerin eğitimi, yeterlilikleri ve başarıları hakkında yanlış ve/veya yanıltıcı bilgi vermesi,

e) Tanıtım içeriklerinin benzer ürünleri karalayıcı mesajlar içermesi,

f) Tanıtımda kullanılan ifadelerin tüketiciyi kozmetik ürün ile beşeri tıbbi ürün arasında yanılgıya düşürmesi.

(10) Ürüne ilişkin tanıtım; haber, yorum, bilgilendirme, tavsiye ve benzeri öğeleri içeren bir mecrada yayımlandığında, "tanıtım" olduğu kolaylıkla algılanacak biçimde belirtilmelidir. Ürünler için örtülü tanıtım yapılmamalıdır.

(11) Ürün tanıtımlarında:

a) Herhangi bir hastalığı tedavi etmek ve/veya önlemek, teşhis etmek veya bir fizyolojik fonksiyonu düzeltmek, düzenlemek ve/veya değiştirmeye ilişkin ibareler,

b) Farmakolojik, immünolojik ve/veya metabolik etkilerin sonucunda, fizyolojik fonksiyonları yenilediğini, düzelttiğini ve/veya değiştirdiğini iddia eden beyanlar,

c) Beşeri tıbbi ürün etkisine atıfta bulunan beyanlar,
kullanılmamalıdır.

Ürün tanıtım elemanları

MADDE 7- (1) Ürün tanıtım elemanları tarafından yürütülen tanıtım faaliyetlerinin bu Kılavuzun "Temel İlkeler" bölümünde yer alan hususlarla uyumlu olması gerekmektedir. Ayrıca ürün tanıtım elemanlarının, tanıtım esnasında ürün ile ilgili kendilerine rapor edilen istenmeyen etkileri firma yetkililerine bildirmeye özen göstermeleri gerekmektedir.

Bilimsel ve eğitsel faaliyetler

MADDE 8- (1) Ürünlerle ilgili bilimsel ve eğitsel faaliyetler, var olan bilgileri aktarmak ve/veya yeni bilgileri sunmak amacı dışında kullanılmamalıdır.

(2) Kurumca görevlendirilmiş kişiler gerektiğinde bu faaliyetlere katılabilirler.

Bedelsiz kozmetik ürün numuneleri

MADDE 9- (1) Mal veya hizmet tanıtımlarında veya hizmet sunumu esnasında kullanılan bedelsiz kozmetik ürün numuneleri, kozmetik üretim yerlerinde üretilmeli ve Kozmetik Yönetmeliği hükümlerine uygun olmalıdır. Söz konusu numunelerin iç ve dış ambalajlarında, aynı Yönetmeliğin 10 uncu maddesinde yer alan bilgiler ile birlikte tanıtımı yapan firmaya ait bilgiler de yer almalıdır.

Yürürlük

MADDE 10- (1) Bu Kılavuz Kurum Başkanı Onayı ile yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 11- (1) Bu Kılavuz hükümlerini Kurum Başkanı yürütür.