

TÜRKİYE İLAÇ VE TIBBİ CİHAZ KURUMU

KOZMETİK ÜRÜNLERİN TANITIM FAALİYETLERİNE İLİŞKİN KILAVUZ

Amaç

MADDE 1- 5324 Sayılı Kozmetik Kanunu'nun 4 üncü maddesinin (f) bendi "Kozmetik ürünlerin ambalaj ve etiket bilgilerinin Yönetmelikte belirlenen esaslara uygun olması zorunludur." hükmünde olup Kozmetik Yönetmeliğinin 10 uncu maddesi gereğince kozmetik ürünlerin etiketlerinde, ürünlerin satış için sergilenmesinde ve reklamlarında kullanılan metin, isimler, ticari marka, resim, figüratif desenler veya diğer şekiller, ürünlerin gerçekte sahip olmadıkları nitelikler varmış gibi kullanılamaz, bu tür imada bulunulamaz. Bu doğrultuda iş bu Kılavuz, piyasada bulunan kozmetik ürünlerin tanıtım faaliyetlerinde dikkat edilmesi gereken unsurlar konusunda ürün sahipleri, üreticiler, dağıtıcılar, tanıtım yapanlar ve mecra kuruluşları veya aracılara yol göstermek amacıyla hazırlanmıştır.

Kapsam

MADDE 2- Bu Kılavuz, Kozmetik Yönetmeliği'nin 4 üncü maddesinde yer alan üretici tanımı vasfıyla piyasaya kozmetik ürün arz eden üreticiler, ürün sahipleri, dağıtıcılar, tanıtım yapanlar ve mecra kuruluşları veya aracılara için hazırlanmıştır.

Dayanak

MADDE 3- Bu Kılavuz; 5324 Sayılı Kozmetik Kanunu'nun 4 üncü maddesinin (f) bendi ve Kozmetik Yönetmeliği'nin 10 uncu maddesinin ilgili bendine dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

MADDE 4- Bu kılavuzda geçen;

(a) **Ürün:** 5324 Sayılı Kanunun 2 nci maddesinde tanımlanan kozmetik ürünleri,

(b) **Ürün sahibi:** Kozmetik bir ürünü kendi adı ya da ticari markası altında tasarlayan/tasarlatan ya da imal ettiren ve pazarlayan herhangi bir gerçek veya tüzel kişi,

(c) **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/eğitsel faaliyetler ve benzeri etkinlikler ile yapılacak tüm diğer faaliyetleri,

(ç) **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,

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

(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 kullanılabilen her türlü yayın ve malzemeleri, bedelsiz numuneleri, ürüne yönelik eğitim programları ve materyallerini,

(g) **Mecra:** Kozmetik ürüne ilişkin tanıtım mesajını ileten ve o mesajı alma durumunda olan kişi, grup veya topluluğun bulunduğu yeri, ortamı ve her türlü yazılı, sözlü veya görüntülü basın ifadesi gibi iletişim kanalları ile açık hava, basılı işler gibi reklâm taşıyan malzemeleri,

(ğ) **Mecra kuruluşu:** Ticari tanıtımı hedef kitleye ulaştıran iletişim kanallarının veya her türlü aracın sahibi, işleticisi veya kiralayıcısı olan gerçek veya tüzel kişiyi,

(h) **Beşerî tıbbi ürün:** Biyolojik ürünler, enteral beslenme ürünleri, tıbbi mamalar, geleneksel bitkisel tıbbi ürünler ve immünolojik ürünler dâhil olmak üzere; 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, ifade eder.

Temel İlkeler

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 sayfalarında 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 yapılan 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. 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.

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

Tanıtımla İlgili İbareler

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. Ürünlerin bileşenlerinin veya bileşenleri oluşturan ham maddelerinin farmakope monografları vb. kaynaklarda yer alan kozmetik tanımına uygun olmayan ve/veya ürüne ait olmayan özelliklerinin tanıtımlarda kullanılması uygun değildir.

(2) Bakanlığın adı ve/veya logosu kullanılmamalıdır.

(3) 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.

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

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

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

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

(6) 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 çıkmayacağını iddia edilmesi,

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

e) Tanıtım içeriklerinin benzer ürünleri karalayıcı mesajlar içermesi,

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

(7) 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.

(8) 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- Ürün tanıtım elemanları tarafından yürütülen tanıtım faaliyetlerinin bu kılavuzun Temel İlkeler bölümünde verilen hususlarla uyumlu olması ve tanıtım esnasında ürün ile ilgili kendilerine rapor edilen istenmeyen etkilere ilişkin hususları 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) Bakanlıkça görevlendirilmiş kişiler gerektiğinde bu faaliyetlere katılabilirler.

Bedelsiz Kozmetik Ürün Numuneleri

MADDE 9- 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 ilişkin bilgiler de yer almalıdır.

Yürürlük

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

Yürütme

MADDE 11- Bu Kılavuz hükümlerini Kurum Başkanı yürütür.