Koz Bülten

ISSN 1307-7325 İTRİYAT ve KOZMETİK DEPOCULARI DERNEĞİ Yıl: 12 Sayı : 34 Ağustos 2015

Schwarzkopf

Profesyonel Saç Bakımı sizin için.

YENİ: GLISS MILLION GLOSS

SAÇLARINIZDA MİLYONLARCA IŞIK YANSIMASI*



*Şampuan, saç kremi ve bakım maskesiyle kullanıldığında, Gliss'ten. facebook.com/GlissTurkiye

13.000 ECZANE 600 MEDİKAL 33 ÜLKE

TEŞEKKÜRLER TÜRKİYE



MINION®
SAĞLIK ÜRÜNLERİ

www.gozdemed.com

BAŞKANDAN

Merhabalar Değerli Meslektaşlarım;

Yaz sıcaklarının iyice kendini gösterdiği bu günlerde, 2015 yılının ilk yarısında genel olarak bütün sektörlerde yaşanan durgunluk kozmetik sektöründe de etkili olmuştur. Birtakım olumsuzlukları geride bırakarak 2015 yılının ikinci yarısına iyi bir başlangıç yaptık diyebiliriz. İç piyasanın artan talebi doğrultusunda ürün gamını geliştiren üretici firmalar ülkemizde kozmetik sektörü açısından iyi bir pazar payı sahibi olmaktadır. Üretici firmaların, dünya kozmetik pazarında ihracat yaparak dış piyasada yer almaları ve hedefleri doğrultusunda uluslararası fuarlara katılım sağlamaları sektörümüz açısından büyük bir gelişmedir.

Olumlu gelişmeler yanında her sayımızda dem vurduğum içerdikleri ucuz katkı maddeleri ve kimyasallar dolayısıyla sahte ürünler, bir yandan tüketici sağlığını ciddi bir şekilde tehdit ederken bir yandan da orijinal ürün imal eden ve/veya satan firmalar açısından haksız rekabete neden olmaktadır. Bu konuda bütün sektör temsilcilerinin gereken tedbirleri alması, ileriye doğru sağlam adımlar atmamız adına büyük önem taşımaktadır.



En büyük sıkıntımızı dile getirerek dergimiz aracılığıyla sektörü yakından takip edebileceğiniz konulara yer vermeye çalıştık. Dernek olarak birçok üretici firmayla bilgi alışverişinde bulunma imkanı yakaladığımız her sene düzenlenen kıtaların buluşma noktası olan BeautyEurasia fuarında katılım gösterdik. Derneğimizin çıkarmış olduğu KOZBÜLTEN dergimizin tanıtımını yaparak, yabancı üretici firmalarla ülkemiz kozmetik sektörünü değerlendirip, bilgilerimizi aktardık. Türkiye genelinde derneğimizin üyesi olan Itriyat, Kozmetik ve Ecza depoları temsilcileri standımızı ziyaret ederek bizlere destek verdikleri için Itriyat ve Kozmetik Depocuları derneği adına teşekkür ederim.

Ayrıca bu sayımızda sektör gelişmelerini yakından takip etmenizi sağlayacak olan Kozmetik ve Temizlik Ürünleri Sanayicileri Derneği Başkanı Sayın Ahmet PURA'nın sektör hakkında değerlendirmelerini, Ankara Eczacı Odası Başkanı Ecz. Süleyman GÜNEŞ'in Ankara Eczacıları'nın sorunlarına ve çözüm önerilerine dair görüşlerini, Türk Henkel firmasından Satış Direktörü Sayın Emre ÜSTÜN'ün Henkel firmasının Türkiye pazarına girişi ve kozmetik sektörünü değerlendirerek, iç piyasada Henkel ürünlerinin pazar payı hakkında görüşlerini okuyabilirsiniz. Yine dergimiz sayfalarında, B'IOTA firmasının Ar-Ge Grup Direktörü Prof. Dr. Murat TÜRKOĞLU yapmış oldukları araştırma ve geliştirme faaliyetleri hakkında bilgilerine, Lansinoh Türkiye Satış Müdürü Sayın Onur DEMİRER'in Lansinoh markası ve kendi segmentinde ki diğer markalar hakkında görüşlerine, Eyüp Başar Eczanesinden Ecz. Kadir SOFUGİL'in dünden bugüne Türkiye Eczacılık sektörü ve son yıllarda en çok tercih edilen dermokozmetik ürünler ile ilgili yazılarada yer verdik. Bunun yanı sıra yine sektörümüzde bitkisel ürünler ile en iyiler arasında yer alan OTACI A.Ş. Satış Müdürü Sayın Ayvaz RENÇBERLER'in bitkisel ürün gamları ile ilgili yeniliklerine, Atılım Sağlık firması Yönetim Kurulu Başkanı Sayın A.Bari HALICI, Seda Itriyat Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Şevki BAĞDATLI ve Dual Kimya Genel Müdürü Sayın Ayhan MÜRSELOĞLU ile gerçekleştirdiğimiz röportajlarımız firmalarının dünden bugüne gelişini ve ileriye dönük projelerini okumanızı tavsiye ederim.

Sektörümüz hakkında yeni çıkan ürünler ve gelişmelerin yer aldığı bu sayımızda da bizlere destek veren siz değerli sektör temsilcilerine teşekkür ederim. Diğer bir sayımızda görüşmek dileğiyle, tüm sektör temsilcilerimize 2015 yılını ikinci yarısında hayırlı kazançlar ve sağlıklı günler dilerim.

Ali GÜNDOĞAN
Itriyat ve Kozmetik Depocuları Derneği Başkanı



>> İçindekiler

4 Sektörden / Bakış - Ahmet Pura
KTSD Yönetim Kurulu Başkanı

8 Sektörden / Tanıtım - Emre Üstün
Türk Henkel Satış Direktörü

10 Sektörden / Röportaj -Ayvaz Rençberler
Otacı Satış ve Pazarlama Müdürü

14 Sektörden / Röportaj- Ayhan Mürseloğlu
Dual Kimya - Genel Müdür

16 Sektörden / Röportaj - Prof. Dr. Murat Türkoğlu
B'IOTA Ar-Ge Grup Direktörü

20 Sektörden / Röportaj -Ecz. Süleyman Güneş
Ankara Eczacı Odası Yönetim Kurulu Başkanı

26 Sektörden / Röportaj - Onur Demirer
Lansinoh Türkiye - Türkiye Satış Müdürü

32 Sektörden / Röportaj - Ecz. Kadir Sofugil
Başar Eczanesi - Eyüp

40 Sektörden / Röportaj - A. Bari Halıcı
Atılım Sağlık A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı

44 Üyelerimizden / Tanıtım - Seda Itriyat San. ve Tic. Koll. Şti.
Şevki Bağdatlı

48 Gezi / Kuşadası

54 Etkinlik / Fuar Tanıtım - BeautyEurasia

60 Ürün Dünyası



KOZ BÜLTEN

Yıl: 13 Sayı: 34

ITRİYAT VE KOZMETİK DEPOCULARI DERNEĞİ ADINA İMTİYAZ SAHİBİ
Ali GÜNDOĞAN

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Mücahit YILDIZ

YAYIN KURULU
Celal TURHAN
Celal PARLAK
Erhan TETİK
Faruk DURU
Fuat BİÇİCİ
Mümin BOYACIOĞLU
Naif AKBAL
Ufuk TEKİN

REKLAM & İDARİ İŞLER
Sait DUMAN
Yönetim Kurulu Asistanı
sait@kozder.com
GSM: 0532 365 20 85
Adres: Düğmeciler Mah. Düğmeciler Cad.
No: 22 Eyüp/ İSTANBUL

EDİTÖR & GÖRSEL TASARIM
Melek KOÇKAR
melek@melekkockar.com

YÖNETİM ADRESİ
Düğmeciler Mah. Düğmeciler Cad.
No: 22 Eyüp/ İSTANBUL

BASKI
Görsel Dizayn
(0212)671 91 00

Yerel - Süreli yayındır.
Yazılar, yazarların görüşlerini yansıtır.


NIVEA
ANINDA
KURUYAN
YENİ NIVEA
POWDER TOUCH
DEODORANT
1
SALLA VE SIK
2
ANINDA KURUSUN
3
BEKLEMEDEN GİY
YENİ
NIVEA
anti-perspirant
powder touch
Hızlı Kuruma
Yumuşacık Koltuk Altı Hissi
48h

Sektörlerimizin Türkiye ekonomisinin gelişiminde önemli bir aktör olduğunu vurgulamak gerekmektedir

Kozmetik ve Temizlik Ürünleri Sanayicileri Derneği (KTSD) olarak 2014 yılı itibarıyla iç pazar büyüklüğü yaklaşık olarak 18,8 milyar TL olan kozmetik, temizlik, kişisel bakım ve hijyenik kağıt ürünleri sektörlerindeki üretici ve ithalatçı firmaları temsil etmekteyiz. Ayrıca reklam yatırımlarında her dönem ilk iki sırada bulunan sektörümüz Türkiye reklam sektörünün gelişimi açısından da önemli katkılar sunmaktadır. KTSD olarak temel hedefimiz kozmetik, temizlik ve hijyenik kağıt ürünlerinin kamuoyu tarafından güvenli kullanımı konusunda farkındalık yaratmak ve sektörümüzün gelişimine katkı sunacak çalışmaları sürdürmektir. Diğer bir ifade ile toplum ve paydaşlarımız için değer yaratmak Derneğimizin ana amacıdır…



Ahmet Pura
KTSD Yönetim Kurulu Başkanı

Kozmetik, temizlik ve hijyenik kağıt ürünleri bugün herkes için hayatın önemli ve vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Günlük olarak kullanılan bu ürünler insanların gerek kendisi gerek çevresi için bakım sağlayarak toplumun refahına katkı sunmaktadır. Ürünlerimizin her gün yaklaşık olarak 77 milyondan fazla insana ulaşıyor olması da bunun en açık göstergesidir diyebiliriz. Bu noktada toplumun refahını artırmak vizyonuyla çalışmalarını sürdüren sektörümüz, günün artan ihtiyaçları dolayısıyla hızla gelişmeye devam etmektedir. Nitekim 2014 yılsonu itibarıyla yaklaşık olarak %11 civarında büyüme göstererek 18,8 milyar TL'lik bir iç pazar hacmine ulaşmıştır. Kategorilerimizin toplam iç pazar büyüklüğü içindeki dağılımları kozmetik ve kişisel bakım ürünleri %39, deterjan ve temizlik ürünleri %35 ve son olarak hijyenik kağıt ürünleri %26 şeklindedir. En fazla tüketici talebi alan ürünlerse kozmetik ürünler içinde saç bakım ve kişisel bakım ürünleri, deterjan ve temizlik ürünlerinde çamaşır deterjanları, çamaşır yumuşatıcıları gibi yıkama katkı ürünleri ve çamaşır suları olurken hijyenik kağıt ürünlerinde bebek bezleri olmuştur. Sektörümüzün bu gelişiminde, söz konusu artan ihtiyaçlara yenilikçi ve sürdürülebilir cevaplar bulabiliyor olmak yatmaktadır. Önümüzdeki yıllarda da bu gelişimin ivmesinin artarak süreceğini düşünmekteyiz.

Yumuşacık her dokunuş, bebeğinizi sevgiyle büyütür.



Yaprak sayısı avantajı

3x72 = 216 adet



baby moments Islak Mendilleri

Yumuşak dokusu sayesinde, hem bebeğinizin altını değiştirirken kullanmak hem de yüzünü ve ellerini su olmadan temizlemek için idealdir. Bebeğinizin cildini yumuşatır ve fizyolojik dengesini korur. Günlük cilt bakımı için uygun olan ıslak mendiller, derinlemesine temizliği, ferahlatıcı ve yumuşatıcı etkiyi bir arada sunar.

WITH ALOE – Aloe Vera içerir

WITH CHAMOMILE – Papatya içerir

hipoalerjenik
KLİNİK OLARAK TEST EDİLMİŞTİR

- Alkol İçermez
- Sabun İçermez
- Paraben İçermez

OSSERVATORIO CHICCO
BEBEK ARAŞTIRMA MERKEZİ

Mutluluk kalpten kalbe gider projesiyle, Chicco *"aiutare i bambini"* vakfını destekler.

www.chicco.com.tr
facebook.com/chiccocompanyturkiye

Mutluluk, bebekken başlayan bir yolculuktur.

chicco®

bebeğin olduğu her yerde



Sektörlerimizin Türkiye ekonomisinin gelişiminde gerek yarattığı istihdam gerek ihracat hareketleri ile önemli bir aktör olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Kozmetik, temizlik ve hijyenik kağıt sektörlerinde faaliyet gösteren 5.000 civarında firma ile doğrudan ve dolaylı olarak 120.000 kişiye istihdam sağlamaktayız. Yaratılan bu istihdam gücü de sektörün gelişimi ile ilişkili olarak artmaya devam etmektedir. Ürünlerimiz bugün dünya genelinde Irak, Rusya ve Azerbaycan başta olmak üzere Almanya, Fransa, İngiltere, İran, Ukrayna, Bulgaristan, Cezayir ve Libya'nın da dâhil olduğu 180 farklı ülkeye ihracat edilmektedir. Ülkemizin 2023 vizyonuna paralel olarak bu ihracat hareketinin artacağını ve 6 milyar USD'lık ihracat hedefinin gerçekleşeceğini öngördüğümüzü belirtmek isteriz.

Sektörümüzün Türkiye reklam sektörü açısından önemine de ayrıca dikkat çekmek gerekmektedir. Üyelerimizin reklam yatırımlarına bakıldığında Türkiye reklam sektöründe yaklaşık olarak %18'ini temsil ettiği ve sektörümüzün reklam yatırımlarında her dönem ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir. Sektörümüzün reklam yatırımlarındaki bu konumunu Türkiye reklam sektörünün sürdürülebilirliğine büyük katkı sunduğunun en açık göstergesi olarak yorumlayabiliriz.

KTSD olarak 2014 yılını ve 2015 yılının ilk çeyreğini kozmetik, temizlik ve hijyenik kağıt sektörleri açısından oldukça yoğun geçen bir dönem olarak değerlendirmek mümkün. Sektörde yaşanan hızlı gelişmeler ve mevzuat hazırlıklarındaki hareketlilikler ve 2014 yılının KTSD'nin 25. yılı olması nedenleriyle 2014 yerel ve global paydaşlarımızla daha da çok bir araya geldiğimiz bir yıl olmuştur… Bu noktada Derneğimizin oluşturmuş olduğu bilgi paylaşım ağı sebebiyle sektörün en önemli referans noktası olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Özellikle ülkemizin Avrupa Birliği entegrasyonu sürecinde Avrupa Birliği'ne uyumlu bir regülasyon çerçevesinin hazırlanmasında Derneğimiz ve karar vericiler arasındaki diyalog ve bilgi paylaşımı, sektörümüzün gelişimine büyük katkı sunmaktadır. Sektörlerimizin Avrupa'daki temsilcileri Avrupa Sabun ve Deterjan Derneği olan A.I.S.E. ve Avrupa Kozmetik Derneği olan Cosmetics Europe'un bir parçası olmamız da bu sürecin hızlanmasında oldukça faydalı ve etkili olmaktadır. Aynı şekilde KTSD'nin Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kozmetik ve Temizlik Ürünleri Sanayii Sektör Meclisi'ndeki mevcudiyeti sektörün sorun ve çözüm önerilerinin karar vericiler ile paylaşılmasında büyük öneme sahiptir. Nitekim geçtiğimiz Nisan ayında yapılan TOBB 8. Sektörel Ekonomi Şûrası'nda sektörün öncelikli sorunları ve çözüm önerileri karar vericiler ile paylaşılmıştır. Şûra'da da belirtildiği üzere AB ile uyumlaşma sürecinde AB mevzuatına benzemeyen yaklaşım ve uygulamaların sektörümüzün gelişimi açısından olumsuzluklar yaratabildiği düşünülmektedir. Bu uyumsuz yaklaşım ve uygulamaların bildirimlerle piyasaya verilen kozmetik ürünler ve Piyasa Gözetim ve Denetimi gibi işlemler hakkında olduğunu ifade edebiliriz. Bu noktada söz konusunu düzenlemelerin yeniden gözden geçirilerek yaşanabilecek olumsuzlukların giderebileceği düşüncesindeyiz.

AB mevzuatına uyumlaşma sürecinde AB yaklaşımından farklılaşan uygulamaların sektörümüzde yaratabilecek olumsuzlukların yanı sıra sektörümüz açısından kronikleşmiş diyebileceğimiz diğer bir sorun olan sahte ve kaçak ürünler konusuna da ayrıca dikkat çekmek gerekmektedir. İçerdikleri ucuz katkı maddeleri ve kimyasallar sebebiyle sahte ve kaçak ürünler hem tüketici sağlığını ciddi bir şekilde tehdit etmekte hem de haksız rekabete yol açmasının yanı sıra markaların itibarına da zarar vermektedir. Bu noktada sahte ve kaçak ürünler ile mücadelenin daha koordine ve etkili bir şekilde yürütülmesi gerektiğini önemle ve ısrarla dile getirmekteyiz…

Ayrıca kozmetik sektörüne yönelik bir son dönem gelişmesi olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu (TİTCK) tarafından ülkemizde üretilen veya ithal edilen tüm tıbbi cihazların ve kozmetik ürünlerin üretim bandından, satılıp kullanıldığı yere kadar takip edilebilmesi için altyapı sağlayacak bir Ürün Takip Sistemi (ÜTS) oluşturulmasına yönelik çalışmalar olduğundan da bahsetmek gerekmektedir. KTSD olarak bu konuyu da çok yakından takip etmekteyiz.

Son olarak 2015 yılının sektörümüz açısından hem yerel hem küresel ölçekte yoğun bir gündemle devam edeceğini ifade edebiliriz. İlk başta da belirttiğimiz gibi gelişen dünyadaki artan ihtiyaçlar doğrultusunda oluşan talepler, sektörümüzün araştırma ve geliştirme çalışmalarını hızlandırmakta ve sektörümüzü dinamik kılmaktadır. KTSD olarak bizler de sektörde yaşanan tüm gelişmeleri takip ediyor ve kamu ve paydaşlarımızın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi misyonumuzu yerine getirmekte kararlı olmaya devam ediyor olacağız…

Yılın en iyi ilaç dışı ürünü*

İyiliğin Özü



SADECE ECZANELERDE

hünnap®

hunnap.com.tr

*İlaç ve Eczacılık Sektörü En İyi İlaç Dışı Ürün Kategorisi Altın Havan Ödülü

TÜRK HENKEL
Emre ÜSTÜN
Satış Direktörü

Gelecek 5 yılda kozmetik sektöründe Henkel çok güçlü konumda olacak



Sayın Emre ÜSTÜN bize kendinizden ve profesyonel iş hayatınızdan bahseder misiniz?

1980 yılında Tekirdağ'da doğdum, kökleri Balkanların dört bir köşesine uzanan biriyim. İstanbul'daki hayatım Kadıköy Anadolu Lisesi'ni kazanmamla başladı. Yatılı olarak okuduğum bu yıllar bana bambaşka bir kişilik kattı. Marmara İngilizce İşletme ve İTÜ MBA'yi bitirdim. Okul sonrası profesyonel iş hayatım Gillette'in Finans Departmanında başladı. Satış aşkı ağır basınca, Unilever'e geçip, elimde çanta satış yapmaya başladım. Çeşitli pozisyonlarda 3,5 yıl görev aldıktan sonra Zincir Mağazalar Müdürü olarak Henkel'e geçtim. Ulusal Zincirler Satış Müdürlüğü, Ticari Pazarlama Müdürlüğü gibi çeşitli görevlerde 7 yıl başarılı sonuçlar aldıktan sonra, satış ekibinin başına geçtim ve son 2 yılımda da Satış Direktörü olarak görev alıyorum. Bir diğer görevim çok sevgili bir eş ve baba olmam; 3 yaşında kendini Monaco Prensesi zanneden bir kızım var.



Henkel firmasının Türkiye pazarındaki tarihçesinden kısaca bahseder misiniz?

Henkel yaklaşık 140 yıllık tarihiyle, Çamaşır ve Ev Bakımı, Beauty Care ve Yapıştırıcı alanlarında faaliyet gösteren; bünyesinde 120 ülkede 50.000 çalışanı olan çok köklü bir Alman firmasıdır. Henkel'in Persil, Schwarzkopf ve Loctite gibi tanınmış markaları ile hem tüketici hem de endüstriyel alanda global olarak, lider pazar pozisyonları bulunmaktadır.

Henkel'in Türkiye serüveni 1963'e dayanmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ilkler hep Henkel'den geliyor: ilk sıvı bulaşık deterjan, yumuşatıcı, yüzey temizleyici, hassas çamaşırlar için deterjan, sıvı saç kremi, dispenser diş macunu, erkek saç boyası, profesyonel saç bakım markası, saç bakım köpüğü bunların sadece bazıları.

Henkel Beauty Care yani Kozmetik kısmı ayrı bir organizasyon olarak 2002 yılında kuruldu. Rakiplerimizden yaklaşık 30 yıl sonra pazara girmemize rağmen şu an birçok kategoride pazar liderliklerimizle daha çok tüketiciye ulaşıyoruz.

Dünden bugüne Henkel firmasında ne gibi değişikler yaşandı?



Pazara rakiplerimizden geç girdiğimiz için önümüzde tek seçeneğimiz vardı: Pazardan daha hızlı büyümek. Bu konuda çok başarılı 12 yıl geçirdik ve saç boyası, şekillendiriciler, sıvı saç kremleri, bakım ürünleri gibi kategorilerde liderlikler kazandık. Başarı başarıyı tetikledi ; 2014 yılına yeni hedefler ve "Sıkı Tutun Hızlanıyoruz" mottosu ile girdik. Şirket olarak vites arttırdık. Türkiye'de bölgesel üretim merkezini, çok iyi planlanmış yoğun pazarlama aktivitelerini ve yepyeni satış stratejisini ana yönlendirici güçler olarak belirledik. Sonuç olarak da geçen yılın rakamları bizi çok mutlu etti, pazarın 2 katı büyüdük. Şu an pazara bizden on yıllar önce giren firmaları yakalamış durumdayız.

Henkel firması hangi sektörlerde tüketiciye hizmet sunmaktadır? Kozmetik piyasasında yeri ve ürün gamı nedir?

Saç boyasında Palette, Vital, Men Perfect ve Syoss markası; şampuan ve saç bakımında Gliss ve Syoss markası; şekillendiricide Taft, Got-2Be ve yine Syoss markası ile faaliyet gösteriyoruz. Vücut bakımında yılların güçlü markası Fa ile, cilt bakımında ise Diadermine ile faaliyet gösteriyoruz.

Birçok kategoride pazar lideri veya ilk 3 konumunda bulunuyoruz.

Henkel firması olarak Türkiye genelinde pazarlama ağınız nedir? Sizce hangi bölgelerde yüksek bir pazar payına sahipsiniz? Eczanelere özel çalışmalar yapıyor musunuz ? Itriyat ve Kozmetik depoları, perakende satış noktaları ve eczaneler sizin pazarlama ağınızda nasıl bir yere sahiptir?

Çok güçlü iş ortaklıkları kurmak istiyoruz, dolayısıyla müşterilerimizle ilişkilerimizin birebir yürütüldüğü yaklaşık 110 kişilik bir ekibimiz var. 320 kişilik bir ekip de sahada tüketici ile iletişim halinde.

Saç bakımı kategorisinde, Gliss ve Syoss ile parfümeri kanalında, ortalama pazara göre 3 katı pazar payımız var. Cilt bakımda ise Diadermine ile market kanalında ortalama pazara göre 2 katı pazar payımız var.

Eczane kanalında daha çok dağılım için çeşitli projeler yaptık, hala gidecek yolumuz var. Diadermine, Palette, Fa markaları ile yeni projeler deneyeceğiz. Sadece eczane kanalında satılacak ve halihazırda yurtdışı portföyümüzde olan ürünler için görüşmeler yapıyoruz.



İşimizin yarısından fazlasını güçlü iş ortaklarımız olan 15 distribütör ile yapıyoruz. Yurtdışından gelen bilgi desteği ile ciddi yatırımlar yaptığımız paydaşlarımızla; özellikle daha çok tüketiciye ulaşmak için, çok farklı cesur dağılım projeleri deniyoruz. Önümüzdeki dönemde, bizi çok farklı yaratıcı ve de sektörü geliştirici projelerde öncü olarak göreceksiniz.

Ülkemizdeki Kozmetik Sektörü hakkında görüşleriniz nelerdir ?

Kişi başı kozmetik harcamalarına bakıldığında hala birçok dünya ülkesinin çok gerisindeyiz; rakamlar zamanla normalleştiği için de tüketim sürekli artıyor; böylece kozmetik pazarı her yıl Türkiye büyümesinin 4 katı büyüyor. Tüketiciye ürünleri ulaştırabildiğiniz her noktada satışlarınızı katlayabiliyorsunuz; dolayısıyla Itriyat ve Kozmetik depoları aslında çok anahtar bir konumdalar. Önemli olan doğru ortaklar seçmek. Henkel'in bu konuda ürünlerinin büyüme potansiyeli ve ekibin satışa olan tutkusuyla piyasadaki en doğru seçenek olduğunu düşünüyorum. Gelecek 5 yılda kozmetik sektörünün çok farklı bir tabloda, Henkel'in de çok güçlü konumda olacağını düşünüyorum.

Ayvaz Rençberler
Otacı Satış Pazarlama Müdürü

olarak farkımızı ortaya koymaya çalışıyoruz



Sayın Ayvaz Rençberler sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

1969 yılında İstanbul da doğdum . İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesini 1990 yılında bitirdikten sonra 2 yıl Boğaziçi Üniversitesinde bilgisayar programcılığı okudum. Tekstil ve İlaç sektör deneyimlerim var, Otacı firmasında Satış Pazarlama Müdürü olarak görev yapıyorum .

Otacı markasının sektöre giriş hikayesinden bahseder misiniz?

1955 yılında temelleri atılan Kurtsan Holding bünyesindeki Otacı markasının ilk ürünleri 1980 yılında piyasaya çıktı. Bitkilerin yüzyıllardır bilinen iyileştirme gücünden ilham alınarak Otacı markalı ürünler geliştirilmeye başlandı . Otacı, eski Türkçe de HEKİM anlamına gelir . Türkiye nin ilk bitkisel şampuanlarının sahaya çıkmasından sonra doğal sabunlar, gülsuyu, aromaterapi masaj yağları, bitkisel saç şekillendiriciler, natural gülsuyu, makyaj temizleme suyu ile ürün gamı genişledi. OTACI ARGAN ve OTACI KERATİN serileri ile de geniş bir bitkisel - doğal ürün yelpazesine ulaşılarak tüketicilerimize hizmet vermeye başladık. Ben de bu süreçin içinde yer almaktan mutluluk ve onur duyuyorum.

Dünden bugüne Otacı'da ne gibi değişikler yaşandı? Sizce Otacı için en olumlu gelişme nedir?

Henüz doğal yaşam ve alternatif tıp gibi kavramların yaygın olmadığı 1950 li yıllarda bitkisel ve doğal ürünler üretmeyi ve insanların sağlıklarını kaybetmeden kaliteli yaşamları için destek olmaya çalışan Otacı markalı ürünlerin önemi ve kıymeti günümüzde daha iyi anlaşılmaktadır. Otacı, geleneksel tedavi yöntemlerini modern teknoloji ile birleştirerek konusunda Türkiye nin ilk özgün markası haline geldi . Otacı markalı bitkisel pastillerimiz ile yerli ilaç sanayinde ilk patenti OTACI aldı. İftiharla ve güvenle sunduğumuz ürünlerimize her geçen gün yenilerini ekleyemeye devam ediyor, Otacıyı dünya markaları arasına taşıyoruz. Tüketicilerimizin de bitkisel ve doğal ürünlerin önemini anlaması ve bu ürünlere yönelmesi bizce çok önemlidir.



OTACI

Doğa ile arandaki doğal bağ

www.otaci.com





Otacı ürün gamınız nelerdir? Nihai tüketici açısından talep edilmesi için Otacı markasının en belirgin özelliği olan bitkisel ürün olması dışında hangi yönü vurgulanabilir?

Otacı ürün gamımız: bitkisel şampuanlar, doğal sabunlar, gülsuyu, otal kükürtlü ve çam katranlı sabun, argan serisi, keratin serisi, bitkisel cilt bakım ürünleri, saç bakım ürünleri olarak genel başlıklar altında toplanabilir. Naturway markası altında da Sarımsaklı şampuan, Ihlamur ballı şampuan, Papatyalı şampuan ile Sarımsaklı Sabunumuz da sahada tüketici ile buluşmaktadır. Bitkisel ürün günümüzde çok yaygın kullanılmaya ve bu isimle çok ürün piyasaya çıkıp kaybolmaya başladı. Otacı markası ile sahada olan ürünlerimiz



Kurtsan Holding güvencesi altındadır. Bandırmada İSO standartlarına ve GMP kurallarına uygun fabrikamızda ilaç hassasiyetinde ve sürekli kontroller altında üretilmektedir. AR-GE miz ve kalite kontrol ekiplerimiz sürekli daha iyi kalite için çalışmaktadır. İçeriği belli, üretim yeri ve standardı belli kaliteli ürünlerimiz ile gurur duyuyoruz .

Son yıllara Türkiye pazarına bir çok yabancı sermayeli kozmetik ürünler girdi, bu ürünler sizce Otacı'nın pazar payını nasıl etkiledi?

Türkiye pazarının yabancı sermayeli kozmetik ürünlerin girmesi rekabeti arttırırken pazarın da genişlemesi ve büyümesini sağlıyor. Siz kendi farkınızı iyi anlatabilirseniz ve geliştirebilirseniz büyüyen pazardan pay alabilirsiniz yoksa kaybolup gidersiniz. Biz Otacı olarak kendimizi tüketicilerimize anlatmaya farkımızı ortaya koymaya çalışıyoruz. Özellikle nokta çalışmaları ile sahada tüketicilerimiz ile buluşarak onlara ulaşmaya çalışıyoruz.

Sayın Rençberler Türkiye pazarında ARGAN ismiyle satılan birçok ürün çıktı Şimdi de Keratin li ürünler sahada çoğalıyor. Bu konuda görüşleriniz nelerdir ?

Evet ARGAN son iki yıldır dünya kozmetik pazarında gündemde olan, özellikle saç ve cilt bakım ürünlerinde kullanım alanı geniş bir bitkisel hammadde. Fas ta yetişen bir ağacın meyvesidir ARGAN ve fiyatı yüksektir, pahalıdır. Maalesef ülkemizde argan adı altında satılan bazı ürünlerin içinde gerçek argan yağı olmadığı görülmekte ve tüketiciler kandırılmaktadır. Biz argan yağını saf olarak değil de saç ve cilt bakım ürün serisi oluşturarak tüketicilerimizin kullanımına sunduk ve çok olumlu tepkiler aldık. Hem tüketiciler hem de satış noktaları argan adı altında ne aldıklarını, ne sattıklarını çok iyi bilmeli, iyi araştırmalıdırlar.

Keratin de ise Otacı Keratin serisini (şampuan – bakım komplexi – bakım serumu) oluştururken bitkisel keratin kullandık, arginine ve apigenine ilave ederek daha güçlü bir formul oluşturduk. Saçların kökten uca kadar sağlıklı görünüm kazanmasını, yıpranmış cansızlaşmış kırılmış ve elastikiyetini kaybetmiş dökülme eğilimli saçların bakımı için ideal bir ürün serisi oluşturduk.

Kozmetik sektörü hakkında görüşleriniz nelerdir?

Türkiye kozmetik sektörünün gelişmeye açık ve büyümeye müsait olduğunu düşünüyoruz. Yeni ürünler ile pazarın gelişmesi sağlanabilir. Özellikle bitkisel ve doğal ürünleri tüketiciler ile daha çok ve yaygın olarak buluşturabilirsek pazarın büyümesine katkı sağlayacağımızı düşünüyoruz .

Amerika ve Avrupa'da yaşanan ekonomik krizler, Türkiye'de yaşanan krizler, krizlerle beraber artan rekabet, E ticaretin yaygınlaşması,

tüketici eğilimlerindeki değişmeler, uluslararası firmaların Türkiye pazarında artan etkisi bunların hepsi kozmetik sektörünün geleceğini belirleyecek unsurlardır.



NIVEA
sun



YENİ

2si 1 ARADA!

HEM **BRONZLUK**
HEM **KORUMA**



Ayhan Mürseloğlu
Dual Kimya
Genel Müdür

Güvenli Yaşam alanları için, Haşereler sizden uzak olsun



Sayın Ayhan Mürseloğlu sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

1967 Giresun doğumluyum, İlk orta ve lise tahsilimi İstanbulda tamamladım. Sivas Cumhuriyet üniversitesi işletme ve EAÜ işletme bölümünde okuyup mezun oldum.. 1980 lı yıllardan itibaren sektörümle alakalı şirketlerde çalıştım ve yöneticilik yaptım. 1998 yılında Aile şirketimizi kardeşim Taner Mürseloğlu ile birlikte kurduk. Halen şirketin Genel Müdürü olarak görev yapmaktayım..

Dual Kimya'nın kuruluşu hakkında bilgi verir misiniz?

Dual Kimya, 1998 yılında kurulmuş ve haşere kontrol ürünleri üretimi ve pazarlaması konusunda faliyet göstermektedir. Şirketimiz sektöründe dünya pazarlarını yakından takip etmek suretiyle teknolojik gelişmeleri izlemekte ve buna bağlı olarak yeni ürünler geliştirmektedir. Bu gayretimizle Türkiye de rakipleri arasında en fazla ürün çeşidine sahip şirket olmanın gururunu da yaşamaktayız. Çevre ve insan sağlığına duyarlı güvenilir ürünleri ile gerek Türkiye gerekse dünya pazarlarında etkinliğimizi her geçen yıl biraz daha artırmaktayız. *'Güvenli Yaşam alanları için, Haşereler sizden uzak olsun.'* sloganımızla her türlü ev haşeresine karşı güvenli ve kaliteli ürünler geliştirmeye bundan sonrada devam edeceğiz. Geliştirdiğimiz ürünlerin tamamı T.C. Sağlık bakanlığından ruhsatlı olup, Hacettepe Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi ve Ege Üniversitesi (Argefar) laboratuarlarında tüm testleri yapılarak etkinlikleri belgelenmişti.

Firmanızın ürünleri nelerdir?

Filit, Shock Out, Filtrap, Filitox markalarıyla yaklaşık olarak 30 çeşit ürünü pazara sunmaktayız. Bu ürünler Haşere öldürücü aerosoller, Kullanıma hazır pamp sprayler, Karınca ve pire tozları, Hamambceği ve karınca yemleri, Jeller, Consantre ürünler, Fare öldürücü pastalar peletler, mum blok ve buğday zehirler ile yapışkan tuzaklar dan oluşmaktadır.

Güvenli yaşam alanları için



Haşereler Sizden Uzak Olsun!



Prof. Dr. Murat Türkoğlu
B'IOTA Ar-Ge Grup Direktörü

AR-GE Devi B'IOTA, Dünyanın 40 Ülkesinde

Çatısı altında Bioxcin, Bioder, Biobaby, Biolady ve Nutraxin gibi önemli markaları bulunduran B'IOTA Laboratuvarları tüketicilerin taleplerine bitkisel ve bilimsel çözümler üreten, sağlık ve güzelliği bir arada sunan ve sürekli yeni ürünler geliştiren ve bunu yaparken de en son teknolojiyi titizlikle bir araya getirerek dünya markaları yaratma hedefine doğru hızla ilerleyen bir firma. B'IOTA Ar-Ge Grup Direktörü Prof. Dr. Murat Türkoğlu ve İşletme Müdürü Taner Tulunay ile hem sektörü hem de firmalarını konuştuk.



Ar-Ge yatırımlarınız hakkında neler söylemek istersiniz? Bu yatırımlar, B'IOTA'ya gelecek için neler kazandırıyor?

Modern teknolojide "Ar-Ge" olmadan gerçek bir ilerleme olamaz. Şirketlerin hayatta kalmaları, değişen rekabet koşullarına uyum sağlamaları yapacakları araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile mümkündür. Yeni ürünler tasarlamak, eski ürünleri modifiye etmek, maliyet düşürücü çalışmalar yapmak, değişik dünya pazarlarının ihtiyaçları temelinde ürün yapmak, inovasyon ve bilimsel çalışmalar hep "Ar-Ge" faaliyetleri içinde yer alır. Araştırma ve geliştirme çalışmaları ülkemiz sanayiinin en zayıf yanını oluşturmaktadır. Türkiye'de şirketler sadece bir ürünü taklit olarak yapabildikleri zaman mutlu olmaktalar. Oysa yüzlerce farklı ürünü tasarlamak ve kullanıma sunmak gerekmektedir. B'IOTA güçlü Ar-Ge merkezi ile kozmetikler dünyasında başkalarının yaptığı her ürünü başarı ile ve daha iyisi ile yapabileceği güvenine sahiptir.

Biota Bitkisel ilaç ve Kozmetik Laboratuvarları 2002 yılında kurulmuştur. Bugün itibarı ile Türkiye ve dünya pazarlarında yüzlerce çeşit kozmetik ürün, gıda takviyeleri, ilaçlar ve kişisel hijyen ürünleri ile tanınmaktadır. İstanbul Sancaktepe'de yer alan yeni tesisindeki Ar-Ge merkezimiz 800 m^2 alanda hizmet vermektedir.



Ar-Ge Merkezimiz, Sanayi Bakanlığı tarafından onaylı Türkiye'nin kozmetikler konusunda ilk merkezidir.

Merkezimizde yedi bağımsız araştırma birimi bulunmaktadır. Ayrıca Medikal ve Ruhsat bölümleri de Ar-Ge bünyesinde hizmet vermektedir.

- Bitki Araştırma Merkezi
- Kozmetik Formül Geliştirme Laboratuvarı
- Gıda takviyeleri laboratuvarı
- Enstrümental Analiz Laboratuvarı
- Hücre Kültürü ve Moleküler Biyoloji Laboratuvarı
- Ürün Performans Test Laboratuvarı
- Ambalaj Geliştirme ve Test Laboratuvarı

Kozmetik formüllerin geliştirilmesi üç şeflik altında yürütülmektedir. Bunlar:

- Saç ve saça uygulanan ürünler şefliği
- Cilt ve cilde uygulanan ürünler şefliği
- Ağız bakım ve hijyen şefliği

Şu anda Ar-Ge merkezimizde 20 mühendis, biyolog ve kimyager çalışmaktadır. Bir o kadar da teknisyen desteğine sahibiz. Bitki araştırma merkezinde 300'den fazla bitkiden oluşan bir tıbbi ve aromatik bitki koleksiyonu mevcuttur. Bu bitkiler Biota'nın ürünlerine katılan bitki ekstrelerinin de temelini oluşturmaktadır. Biota Laboratuvarları aktif olarak her yıl tonlarca bitki ekstresi üretmekte ve ürünlerinde kullanmaktadır.

Kozmetik ürün geliştirme laboratuvarında her türlü şampuan, saç kremi, dermokozmetikler, diş macunları ve sabun formüllerinin prototipleri üretilmekte alternatif formüller ve stabiliteler çalışılmaktadır. Enstrümental analiz laboratuvarımız HPLC-MS-MS, GC-MS, IR, UV gibi tüm modern analiz imkanlarına sahiptir. Bu laboratuvarda depomuza giren hammaddelerin analizleri, bitmiş ürünler, koruyucu miktarları, gıda takviyesi kantitatif analizleri yapılabilmektedir. Gıda takviyesi geliştirme laboratuvarımız bütün formülleri tasarlamakta, prototipleri ve pilot üretimlerini yapmakta ve ruhsat süreçlerini de tamamlamaktadır. Hazırlanan bütün kozmetik ürünler performans test laboratuvarında uygulanmakta ve ürün başarısı test edilmektedir. Ayrıca hücre kültürü laboratuvarında kozmetiklerin sitotoksisite çalışmaları da yapılmaktadır.



Ar-Ge faaliyetleri Biota'nın en güçlü yönlerinden birini oluşturmaktadır. Medikal ve ruhsatlandırma bölümleri de Ar-Ge bünyesindedir ve gerek Türkiye gerek yurtdışı ürün bildirimleri ve ruhsatları klinik ve dermatolojik çalışmalar bu bölümlerce yürütülmektedir. Biota Laboratuvarlarının Almanya, ABD, Polonya ve Brezilya'da şubeleri bulunmaktadır. Bu şirketlerin de ruhsat ve medikal hizmetleri tarafımızdan sağlanmaktadır. Her yıl değişik üniversitelerden onlarca öğrenci laboratuvarlarımızda staj yapmaktadır.

Ar-Ge merkezimizde ürün geliştirme faaliyeti yanında bilimsel çalışmalar da yapılmaktadır. Her yıl uluslararası dergilerde yayınlarımız çıkmakta, dermatoloji ve kozmetoloji alanında uluslararası toplantılarda mutlaka poster sunumlarımız yer almaktadır. Bundan sonraki hedefimiz Biota Ar-Ge merkezini kendi bağımsız binasında ayrı bir birim olarak işletmek ve bir araştırma enstitüsü şeklinde organize etmektir.

Ülkemizin dünyada uluslararası rekabette başarılı olması için en önemli şart Ar-Ge yatırımlarını arttırması ve şirketlerin bu alana ciddiyetle ve dikkatle eğilmesidir. Ar-Ge olmadan inovasyon olmaz ve yeni ve daha iyi ürünler ortaya çıkmaz.

Ar-Ge yatırımları için TÜBİTAK'la ne gibi işbirlikleri yapıyorsunuz?

Ar-Ge projelerimizin bir kısmını TÜBİTAK destekleri ile yürütüyoruz. Örneğin; hücre kültürü ve moleküler biyoloji laboratuvarında kullandığımız bitkisel ekstrelerin saç ve deri hücreleri üzerindeki etkileri gen seviyesinde araştırılmaktadır. Bu konuda yürütülen bir TÜBİTAK projesi kapsamında saç dökülmesini önleyen ve deri yaşlanmasına karşı yirmi bitki test edilmektedir.

B'IOTA Ar-Ge Merkezi 2014 sonu itibarı ile Sanayi Bakanlığı onaylı bir Ar-Ge merkezidir. Türkiye'de Ar-Ge konusunda zengin ve çeşitli devlet destekleri mevcuttur ancak şirketler bu desteklerden tam hakkıyla faydalanmamaktadır. Çünkü



Dr. Berrin Akyıldırım

şirketlerimizde gelişmiş bir Ar-Ge kültürü bulunmamaktadır. Ar-Ge faaliyetleri halen bir lüks olarak görülmektedir.

Ar-Ge çalışmalarınız sayesinde yeni ürünler geliştiriyorsunuz. Pazara sunacağınız yeni ürünler hakkında bilgi verebilir misiniz?

AR-GE çalışmaları ve tüketici araştırmalarıyla her zaman daha iyi, daha farklı, daha yeniyi hedefliyoruz. Laboratuvarlarımızda ayda yaklaşık 3000'e yakın deney yapılmakta ve bu deneyler kişisel bakım ürünlerinin neredeyse tümünü içermektedir. Önümüzdeki dönemlerde de pazara sunacağımız yeni ürünlerimizin de mevcut ürünlerimiz gibi bitkisel olması ortak özelliği diyebiliriz. Biz gücünü Anadolu'da yetişen bitkilerden alan bir firmayız.

İnovatif ürünleri pazara sunan ve fark yaratan ürünlere imza atan B'IOTA, kaç ülkeye ihracat yapıyor? Dünya raflarında Türk markasıyla mı yer alıyor?

Bugün B'IOTA ürünleri Güney Amerika'dan Rusya'ya; Suudi Arabistan'dan Avusturalya'ya kadar dünyanın birçok bölgesinde toplam 40'a yakın ülkede satışa sunulmaktadır. Bunların bazıları birden fazla ülkeye dağıtım yapabilmektedir, örneğin Guatemala'da yerleşik müşterimiz Panama ve Honduras'daki alt müşterilerine de ürünlerimizi pazarlamaktadır. Bu şekilde toplamda yaklaşık 50 ülkeye ulaştığımızı söyleyebiliriz.

Türkiye'deki Pazar payınız nedir? Hem market hem de eczane pazarı için ayrı ayrı segmente ürünler çıkarıyorsunuz? Bu konuda neler söylemek istersiniz?

Türkiye'de şampuan kategorisinde %7'lik Pazar payına sahibiz. Farklı kanallarda faaliyet göstermemizin sebebi aslında tüm tüketici taleplerine cevap verebilmek. Türkiye'nin ilk, Avrupa'nın ise 3. Büyük farmasötik fabrikasına sahibiz, yüksek arge yatırımımız ve kullandığımız ileri teknolojiler sayesinde de bunu başarabiliyoruz.

Üretim kapasiteniz ne kadar? Private Label ürünler yapıyor musunuz?

Geçtiğimiz sene toplamda 50 milyon kutu üretim gerçekleştirdik. Private Label ürünler de üretiyoruz



Avrupa Dermatoloji Akademisi 2015 Bahar Toplantısı

Avrupa Dermatoloji Akademisi 2015 Bahar Toplantısı İspanya'nın Valencia şehrinde 5-8 Mart 2015 tarihinde gerçekleşti. Avrupa ülkelerinden ve Türkiye'den yüzlerce dermatolog hekim ve araştırmacının katıldığı kongrede konular kırkdokuz alt başlık altında sunuldu. BİOTA Laboratuvarları "Saç Sorunları" konulu bölüme Prof. Dr. Murat Türkoğlu ve Dr. Berrin Akyıldırım'dan oluşan bir ekip ile aşağıdaki bilimsel çalışma ile katılmıştır: Bu çalışmada Biota tarafından geliştirilen bitki ekstrelerinin keratin hücre kültürü ortamında saç foliküllerinin uyarılmasını teşvik ettiği ve erkek tipi saç dökülmesini önlemede etkili olduğu şeklinde bir sonuç rapor edilmiştir.

BIOXCIN

Biocomplex B11 içeriğiyle

günde 225* saçı dökülmekten kurtarıyor



www.bioxcin.com.tr E Sadece Eczanelerde

*İtalya Pavia Üniversitesi tarafından 2011 yılında toplam 120 katılımcıyla yapılan, plasebo kontrollü klinik çalışmanın 2. ayının sonunda bitkisel içerikli şampuan ve serumu düzenli kullananların saç sayılarına göre anajen faza geçen ortalama saç sayısına göre yapılan hesaplamadır. Taralımızdan kafa derisi yüzeyi ortalama 750 cm2 ve saç sayısı 120.000 adet şeklinde dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Ecz. Süleyman GÜNEŞ
Ankara Eczacı Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

Eczacılık, sağlık hizmetinin bir lokomotifi olmanın yanı sıra aynı zamanda bir istihdam alanıdır



Sayın Ecz. Süleyman GÜNEŞ sizi tanıyabilir miyiz?

25.04.1957 Yılında Kars'ın Selim İlçesi'nde doğdum. İlköğrenimimi Susuz İlçesinde bitirdim. Yine Susuz İlçesinde başladığım ortaöğrenimimi ise Ankara Cebeci Ortaokulu'nda tamamladım. Lise dönemimi ise Ankara Atatürk Lisesi'nde tamamladım. Hacettepe Üniversitesi Eczacılık Fakültesi'nden mezun olduktan sonra Sarıkamış Askeri Hastanesi'nde Ecz. Asteğmen olarak vatani görevimi yerine getirdim. 1984 yılında eczanemi açtıktan sonraki süreçte Ankara Eczacı Odası'nın Bölge Temsilciliği, Denetçi Eczacılık, Haysiyet Kurulu ve Yönetim Kurulu Üyeliklerinde görev aldım. 2007 yılında ise AEO Genel Sekreterlik görevini Yönetim Kurulu arkadaşlarımın teklifi ile üstlendim. 2013 Eylül ayında gerçekleştirilen Ankara Eczacı Odası Seçimli Olağan Genel Kurul sonucu Yönetim Kurulu Başkanı olarak göreve geldim. Aynı zamanda Hacettepe Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Mezunlar Derneği Yönetim Kurulu üyeliği yapmaktayım. Evli ve bir çocuk babasıyım.

Ankara Eczacı Odası'nın kuruluşundan ve Odanızın çalışmalarından bahseder misiniz?

Ankara Eczacı Odası TEB yasasına bağlı olarak, Temmuz 1956 yılında 6643 sayılı yasa ile kurulmuş bir meslek örgütüdür. Önce Türk Eczacıları Birliği kurulmuştur. Türkiye'de kurulan 2. eczacı odasıdır. Kurulduğu günden bugüne 25 Yönetim Kurulu görev almıştır. Şu anki Yönetim Kurulu 26. Yönetim Kurulu'dur.

6643 sayılı yasayla Eczacı Odalarının görevleri aşağıdaki gibidir:

Eczacı odasına yeni kaydolan, başka odalardan na-

Şimdi Türkiye'de

ziaja med

dermo + cosmetics

Farklı cilt tiplerinin ihtiyaçlarına göre hazırlanmış kapsamlı **Dermokozmetik** ürünleri **ZIAJA MED** şimdi **Türkiye**'de.

- Antibacteriyel tedavi
- C vitamini ile dermatolojik tedavi
- Saç dökülme karşıtı, güçlendirici tedavi
- Kaşıntı önleyici, yatıştırıcı tedavi
- Kepek karşıtı tedavi
- SPF 50+ tedavisi
- Lipid tedavisi
- Leke tedavisi

· ŞİMDİ TÜRKİYE'DE ·

YENİ

SADECE ECZANELERDE



www.ziaja.com.tr

ONM
TÜRKİYE YETKİLİ DİSTRİBÜTÖRÜ

info@onm.com.tr
0 850 226 34 56

kil olan veya başka odalara nakil olan, kaydı silinen üyelerine ait gerekli tüm evrak ve prosedürleri yerine getirmek,

Resmi makamlar nezdinde kendi protokol düzeyinde yazılı ve sözlü temaslarda bulunmak,

Muvazaa ile mücadele ederek gizli anlaşmaların ve muvazaanın önüne geçmek,

Eczacılık ile ilgili kanunlar ve yönetmelikler ile deontoloji kurallarına göre eczacıların çalışmalarını ve işyerlerini denetlemek,

Nöbet tutan/tutmayan eczaneler ile ilgili düzenlemeleri yapmak, nöbet listesi hazırlamak v.b. görevlerin yanı sıra üstüne görev edindiği çalışmaları da mevcuttur. Eczacı odaları üyelerine yönelik mesleki sorunları dillendirip bu sorunlarla ilgili çalışmaları da yapmak zorundadır.

Eczacı Odası olarak üyeleriniz içi projeleriniz var mı? Var ise bu projelerden kısaca bahseder misiniz?

Ankara Eczacı Odası olarak üyemiz olan eczacılar için projelerimiz her zaman olmuştur ve bundan sonra da olacaktır. 2015 Eylül ayında bizde olacağı gibi mevcut diğer 53 eczacı odasının da yönetimsel yapısı ile ilgili oda seçimleri yapılacaktır. Seçimlere yönelik çalışmalarımızda mevcuttur; fakat tasarladığımız projelerin açıklamasını şimdi yapmayacağım. Bu projeler öncelikle kitapçık haline getirilerek üyelerimize dağıtılacak akabinde de açıklanacaktır. Bunu da önümüzdeki süreçte sizlerle paylaşabilirim. 2013 yılı seçimleri öncesi oluşturduğumuz projeleri de seçim öncesi meslektaşlarımız ile paylaştık ve süreçte hepsini hayata geçirdik.

Eczacılarımızın yaşadığı sorunlardan bahseder misiniz? Yaşanan sorunların çözümlenmesi için sektör paydaşları olarak ne gibi çalışmalar yapılması gerekmektedir?

Eczacılarımızın sorunlarını farklı başlıklarda aktarmalıyız. Genelde toplumumuzda eczacı tanımlaması ile sadece eczane eczacısı anlaşılmaktadır. Oysa eczacı ifadesinin altında akademik alanda, kamusal alanda, özel sektör alanlarında, sanayi alanında ve eczanede çalışan eczacılardan söz edilmesi gerekir.

Akademik alanda çalışan eczacılarımızın kadroları ile ilgili olarak YÖK himayesinde kadro ve kontenjan açılmasından kaynaklı sıkıntılar mevcut olup, eczacılık mesleği dışındaki meslek sahiplerinin de bu kadrolara atanması sebebiyle şiddetlenmektedir. Buna ek olarak ekonomik sıkıntılarımız da akademisyen meslektaşlarımızı zorlamaktadır.

Kamuda çalışan eczacılarımız; TİTCK, SGK, Hastaneler v.b. yerlerde çalışanlardan oluşmaktadır. 2 ayrı aynı kıdem ve derecede çalışan 2 eczacının ekonomik göstergelerinin farklı tablo göstermesi önemli bir sıkıntıdır.

Görev yaptıkları yerlerde kadrolaşmalar nedeniyle eczacı istihdamının yeterince yapılmaması ve/veya eczacı dışındaki bireylerin üstten atamalarla yapıya yerleştirilmesi, siyasi baskılar, ekonomik sıkıntılar ve özellikle hastanelerde çalışan eczacılarımızın eczane yerleri uygun olmamasından dolayı sağlıksız koşullarda çalışıyor olmaları kamu eczacılarımızın önemli sorunlarındandır.

Özel sektörde ve sanayide çalışan eczacılar için yine bu konuya benzer olarak; eczacının çalışma yerinin çalışma şartları ve ekonomik sorunların yanı sıra, zaman zaman psikolojik baskılardan da bahsedilmektedir.

Eczane eczacıları için durum daha da vahimdir. Eczane; satış profilinin ana unsuru olan SGK kapsamındaki hastalar, dolayısı ile buna bağlı reçeteler ile yaşantısını idame etmektedir. Neredeyse tek alıcının SGK olması nedeniyle; eczacılar bu kurumun uygulamalarından dolayı sıkıntılar yaşamaktadırlar.

Kurum-sanayi ile anlaşması nedeniyle KKİ'nin eczaneler üzerinden hayata geçirilmesi nedeniyle, sanayinin SGK'ya verdiği iskontonun sanayiden çıkış fiyatı ile uygulanması gerekirken; SGK, eczanede ilaç satış fiyatları üzerinden uygulaması ile bizlere taşıma cezası yükü bindirerek yaklaşık 3,7 lik fazla oranda tahsilat yapmaktadır.



- Hastalar; hastaneye veya ASM'lere gittiklerinde Sağlık Bakanlığı'na ait hekimlerde tedavi olmalarına karşılık "muayene hasta katılım payı" adı altında SGK'ya muayene ücreti ödemektedirler. Bu ödemeler üniversitelerde, eğitim araştırma hastanelerinde 15 , devlet hastaneleri ve 2. basamak hastanelerde 8, 1. Basamak ve ASM'lerde 3 TL üzerinden yapılmaktadır. Bu ücretlerin tahsilatları eczanelerce yapılmakta ve kurum tarafından eczane faturalarından kesilmektedir. Bu tahsilatlar nedeniyle hasta-eczacı arasında da tartışmalar yaşanmaktadır. (Beni sen mi muayene ettin, vermiyorum gibi.)

- İlaç fiyatlarındaki düşüşlere karşılık rafta bekleyen ilaçların da fiyatları düşmektedir. Dolayısı ile eldeki mevcut ilaçlar da fiyat düşüşüne bağlı olarak stok zararları oluşmaktadır. Stok zararlarının karşılanmaması nedeniyle sermayelerimizin erimesi sıkıntısı vardır.

- Enflasyonun var olduğu kesindir. Eczanelerimizde evlerimizde elektrik, telefon, su, personel maaşı, sigorta primlerindeki (SGK, Bağ-kur) artışlar, günlük gıda ihtiyaçları v.b. diğer giderlerin fiyat artışlarına rağmen ilaç fiyatlarının aşağı çekilmesi ile oluşan makas açıklığı nedeniyle gelirlerin giderleri karşılayamaz hale gelmesi oldukça can sıkıcıdır.

- Danışman eczacı kimliğimiz ile eczacıların üstlenmiş oldukları görev karşılığında ilaç firmalarından kutu başına

Dün olduğu gibi
bugün de bebekler,
bizimle güvenle
büyüyor...





BPA içermeyen, rengarenk desenli biberonlar ile
bebeğinizin vazgeçilmezi olmaktan mutluluk duyuyoruz.

bébédor®

www.bebedor.com

eczacılara verilmesi gereken meslek hakkının verilmemiş olması,

■ Eczacılar yapmış oldukları görev itibariyle her ne kadar bireysel hesaplarına karşılık çakışsa da aslında kamusal görev yaparak toplum sağlığı adına görev yaparlar, bu görevi yaparken de nöbet tutmaktadırlar. Bu yüzden de nöbet hakkının verilmemiş olması,

■ SUT'un uygulaması; SGK' nın tasarruf politikasından başka bir şey değildir. Bazıları dışında çoğu ilaç için özel prosedürler uygulanmaktadır. Kolestrol ilacı için LDL değeri ailesel risk faktörü ve bazı hastalık kriterleri ve/veya bir hafta arayla yapılması istenen LDL tetkik değerinin 190'un üzerinde olması; bazı antibiyotiklerde kültür sonucu veya Pneumoni tanısı ile ödeniyor (veriliyor) olması şartı, bir prostat ilacı için rapor süresinin 6 aydan uzun süreli olamaması, bazı ilaçlarda KMY değerinin uygun olup olmaması gibi, bunu sıraladıkça sıralayabiliriz. Dolayısı ile bu tasarruf politikasına bir başka açıdan bakınca bu değerlere bakmak hekimin görevi olup, eczacının bilmesini gerektiren hususlar olmayıp aynı zamanda hastanın ilaca kolay erişiminin engellenmesi ile yapılan tasarruf politikası olması,

■ Sanayi bir yandan ilacını satmak için reklam, promosyon v.b. yöntemlerle savurganlaşırken eczacı karının ortadan kaldırılması,

■ Eczacı şartlarını zorlayacak bazı yönetmelik ve yönergelerle ısı-nem ölçerlerin devreye sokulması ile eczane ısılarının sabitleştirilmeye çalışılması ile oluşacak çok ciddi ekonomik zorlamalara gidilmesi,

■ İnternet gibi sanal ortamda endikasyon bildirerek satışı yapılan eczane ürünlerinin satışlarının engellenemediği gibi bazı beşeri ilaçlarında market, büfe, aktar v.b. yerlerde satışlarının engellenememesi,

■ Bazı medikal malzemelerin Medula Eczane Provizyon Sistemine dahil edilmeyerek, fatura karşılığı ödeniyor olmasının önü kesilmelidir. Bu yolla yapılan harcamaların ciddi anlamda SGK'ya



tasarruf sağlayacağının bilinmiyor olmasına karşılık hayata geçirilmeyişi,

■ Kanser ilaçlarının eczaneler üzerinden tedarikinin kaldırılarak sadece yatan hasta reçetelerinin hastanelerce karşılanacak olmasının hekimin ilaç tercihinde seçim yapama olanağını kaldıracağı gibi hem hasta hem de eczacı mağduriyetine neden olması,

■ Devlet bir sosyal devlet olarak ticaretten elini çekerek hem toplum sağlığına hem de vatandaşa hizmet etmeli, eczacının da toplumun bir parçası olduğunu düşünerek onun da yaşaması ve yaşatılması için çareler aramalıdır. Eczacılık, sağlık hizmetinin bir lokomotifi olmanın yanı sıra aynı zamanda bir istihdam alanıdır. Böyle bir alanın yok sayılması, yok edilmeye çalışılması da önemli sorundur.

Sorunları saymakla bitmez ama bir kısmını aktarmaya çalıştım.

Dermokozmetik, kozmetik ve medikal ürünlerin eczanelerdeki önemi nedir?

Dermokozmetik, kozmetik ve medikal ürünlerin asıl satış noktaları aslında eczanelerdir. Ancak zaman içerisinde ve günün ticari sektör pompalamaları ile bu grup ürünler de eczane dışı kanallarda satılması sağlanan ürünler haline gelmiştir ve yetmiyormuş gibi internet üzerinden satılmaya ve sattırılmaya gayret gösterilmektedir. Oysa bunlar ilaç dışı ürünler olsalar bile hazırlanış yöntemler, içerikleri v.b. hususlara dikkat edildiğinde nihai olarak kimyasal maddelerdir. Her bir kimyasal ürünün de alerji ve yan etki yapması söz konusudur. Ve bu risk her zaman mevcuttur. Dolayısı ile bunlara da ilaç gözü ile bakılmalıdır. İnternetteki satışlarda da çoğu ürün merdiven altı üründür. Ve bunların içerikleri belirsizdir. Satışlarının mutlaka güvenilir ve uzman eller ile yapılması gerektiği önemlidir ki buda eczacı gözetim ve denetiminde olan eczanelerdir.

Eczacılık eğitimini ve Eczacılık Fakültelerinin durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Eczacılık fakülteleri sayısı her geçen gün artmaktadır. Şu anda sayısının kaç tane olduğunu takip bile edemez hale geldik. Fakülte açılmasına karşılık eczacı olmayan eğiticiler ve taşımalı eğitim sistemi ile eğitim yapılmaya çalışılıyor. Normal eğitim yapısına sahip fakültelerde 6 aylık sürede eğitimler yapılarak, düzenli eğitici, öğretici bilgilerle öğrenciler yetiştirilirken yapısal olarak normal fakülte gibi görünüyor olsa bile bazı fakültelerde durum vahimleşmiş. Sırf üniversite mezunu kimliği verilmesi için eczacılık fakülteleri açılıyor ve 1 haftada dersler anlatılarak eğitim yapılıyor görülmesi ise vahimdir. Bu bir oyundur. Eczacılık Fakültesini tercih edecek genç arkadaşlara tavsiyem ve önerim ise akreditasyonu yapılmış, akredite olmuş fakülteleri tercih etmeleridir.

Son olarak eklemek istedikleriniz nelerdir?

Bütün bu zor şartlara rağmen eczacılık mesleğinin sağlık sektörün de çok önemli bir yeri vardır. Doktorlar, diş hekimleri, hemşireler, eczacılar bu sektörün çok önemli unsurlarıdır, olmazsa olmazlarındandır. Eczacısız bir sağlık hizmetinden söz edilmesi yanlış olur.

Eğer devlet ana, devlet baba ise ana ve babalar çocuklarına eşit davranmak onların sorunlarının farkında olmak ve bu sorunlara çözüm bulmak zorundadır.

Şu anda eczacıların ekonomik sıkıntıları mevcuttur ve bu sorunun çözümü de devletin elindedir. Erki çözüme davet ediyor, dertlere derman olmasını diliyorum.

biobaby

INSTITUTE OF PEDIATRICS

Hassas Bebek Ciltlerine Özel

Saf Zeytinyağı'ndan Gelen Temizlik...



-Organik zeytinyağı içerir.
-Cildi rahatlatır ve tahrişi azaltır.
-Cildi nemlendirme ve besleme özelliğine sahiptir.
-Paraben, ftalat ve fenoksietanol içermez.
-Boya ve parfüm alerjenleri içermez.

Onur DEMİRER
LANSİNOH TÜRKİYE
TÜRKİYE SATIŞ MÜDÜRÜ



Annelerin işini kolaylaştırarak, bebekleriyle aralarındaki bağı kuvvetlendirir

Kendini anne ve bebeklere adayan Lansinoh markası olarak bizler, bu kutsal bağın daha da güçlenmesi adına annelerimizi emzirmeye yönlendirmeye çalışmak adına çalışmalar yapmaktayız, bir nevi ulaklar gibi diyar diyar dolaşarak emzirmenin kutsallığını bıkmadan usanmadan anlatmaktayız. Ve başarılı sonuçlar almaktayız.



Sayın Onur Demirer sizi kısaca tanıyabilir miyiz ?

1983 Kocaeli doğumluyum, Sakarya üniversitesi Turizm işletmeciliği bölümünden mezun olduktan sonra, Yüksek lisansımı Nişantaşı üniversitesinde İşletme üzerine yaptım, yaklaşık 6 yıl FMCG sektöründe çalıştıktan sonra 2 yıldır Lansinoh'da görev yapmaktayım. Evliyim.

Firmanızın kuruluşundan bahseder misiniz ?

Lansinoh Türkiye 2009 yılında Mart ayında Türkiye'de faaliyetlere başlamıştır, daha önceleri distribütör sistemi ile ülkemiz de olan markamız 2009 yılından beri direk hizmet vermektedir.

Ürün gamınızda neler bulunmakta ve bu ürünler nerelerde satışa sunulmaktadır?

Tam 31 yıl önce sadece Lanolin ile başladığımız yoluculuğa, 2007 yılında dünya devi Pigeon'un Lansinoh'u satın almasıyla beraber ürün çeşitliliğimiz oldukça artmıştır, bu ürünler;

Lanolin kremler (10 ml,40 ml),elektrikli göğüs pompaları (çiftli ve tekli),manuel pompa, göğüs pedleri (24'lü ve 60'lı), süt saklama poşetleri (25'li ve 50'li), Latchasisst göğüs ucu çıkartıcı, Therrapealr göğüs terapisi, temizleme bakım mendilli, ve son olarak 2015 in hemen başında piyasaya sürdüğümüz biberon ve emzik çeşitlerimizle hizmet vermekteyiz. hemen hemen her yıl global ürün geliştirme ekibimiz, ailemize yeni bir ürün daha katmak için yoğun bir çaba sarf etmektedir.

Lansinoh eczane kanalı, bebek mağazaları kanalı, medikal kanallar ve bu yıl yeni açtığımız perakende mağaza kanalında satışlarına devam etmektedir.

Önümüzdeki yıl ise satış stratejimiz de bir değişikliğe giderek, tam anlamıyla distribütörlük sistemine geçiş yapmış olacağız.

Satış stratejinizden bahsettiniz, tam anlamıyla distribütörlük sistemi nedir ve ne gibi beklentileriniz bulunmakta?

Lansinoh Türkiye yedi coğrafi bölgede ki müşterilerine direk ve endirek hizmetler sunmaktadır. Özellikle son yıllarda markamıza olan rağbetin artmasından ötürü operasyonları kolaylaştırmak ve daha kolay ulaşılabilir olabilmek adına 2016 yılı itibariyle Distribütörlük sistemine geçeceğiz



Lansinoh®
mOmma®





Emzirmenin Değerini Biliyoruz!

Bu yüzden, emzirme düzeni oluşmuş bebekler annelerinden ayrı kalmak zorunda kalırsa, sağılmış anne sütünün bebeğe verilmesi ve tekrar emmeye devam edilebilmesi için özel olarak geliştirdik:

Lansinoh® NaturalWave™ Biberon

10 anneden 9'u onayladı

Bebeklerin anne memesinde uyguladıkları peristaltik emme hareketinin uygulanmasına olanak tanır. Böylece emzirmeden biberona, biberondan emzirmeye kolay geçişe destek olur.

AVS™ Hava Giriş Sistemi ile kolik oluşumunun potansiyel nedeni hava yutmayı engeller.

%0 BPA BPS

BPA ve BPS içermeyen gıda saklamaya uygun polipropilenden üretilmiştir.

Lansinoh NaturalWave™ biberon emziğinin yavaş, orta ve hızlı seçenekleri mevcuttur.



Tüm ürünlerimiz ile ilgili detaylı bilgi için; www.lansinoh.com.tr /lansinohTR /lansinoh /lansinohturkiye

*Woolridge et al, Key findings: "How Breast-fed Babies bottle-feed" Leeds Ultrasound Imaging Study 2 (LUIS-2) May 2011

Bu sistem gerek distribütörlerimiz, gerek alt bayilerimiz gerekse tüketicilerimiz adına çok daha verimli bir sistem olacaktır. böylece biz de asli vazifemiz olan annelerimiz ve bebeklerimize daha fazla hizmet verme fırsatı bulacağız.

Annelerin bebeklerini daha uzun süre emzirebilmesi ve anne sütü ile besleyebilmesi için ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz ?

Bu konu da pazarlama departmanımız oldukça verimli çalışmalar yapmaktadır. Pazarlama müdürümüz Derya hanım önderliğindeki ekibimiz, Türkiye'nin dört bir yanında yaptıkları seminerler, söyleşiler ve annelerle buluşma günleri vb. çalışmalar ile emzirmenin önemini anlatmaktalar, ayrıca online ve offline medya da emzirme ile ilgili bir çok bilgi paylaşılmaktadır.

Birçok uzman ve doktorlar ile birlikte çeşitli aktiviteler yapılarak anne adaylarını emzirme konusunda bilinçlendirmeye devam etmekteyiz.

Ülkemizdeki tüketicilerimizin anne bebek ürünlerinin kullanımıyla diğer ülkelerdeki anne bebek ürünlerinin kullanımını kıyalarsak bu konudaki görüşleriniz nelerdir ?

Türkiye'de her yıl yaklaşık olarak 1.4 milyon bebek dünyaya gelmektedir. Bu rakam dünyada bir çok ülkenin üzerindedir. Özellikle son yıllarda anne-bebek markalarının yapmış oldukları çalışmalar ve sosyal medyanın aktif bir şekilde kullanılmasından kaynaklı annelerimiz bu konuda oldukça bilinçli hareket etmeye başlamışlardır. Avrupa'nın birçok ülkesine nazaran özellikle krem ve süt sağım pompaları Türkiye'de çok daha fazla kullanılmaktadır, fakat kişisel fikrimi sorarsanız Türkiye halen bu büyük doğum oranlarına rağmen, anne bebek ürünlerinin kullanılmasında tam anlamıyla olması gerektiği yerde değildir.

Kendini anne ve bebeklere adayan Lansinoh markası olarak bizler, bu kutsal bağın daha da güçlenmesi adına annelerimizi emzirmeye yönlendirmeye çalışmak adına çalışmalar yapmaktayız, bir nevi ulaklar gibi diyar diyar dolaşarak emzirmenin kutsallığını bıkmadan usanmadan anlatmaktayız. Ve başarılı sonuçlar almaktayız.

Öne çıkan ürünlerinizin özelliklerinden bahseder misiniz ?

Lansinoh bilindiği üzere çıkartmış olduğu her üründe ilk önceliği annelerin işini kolaylaştırmak ve bebekleriyle aralarındaki bağı kuvvetlendirmektir. Bu açıdan tüm ürünlerimizle oldukça övünmekteyiz.

Fakat özellikle son dönemde meme ucu çatlak kremlerimiz, süt sağım pompalarımız, süt saklama poşetlerimiz ve göğüspedlerimiz çok daha fazla öne çıkmaktadır.

- Göğüs ucu çatlak kremlerimizin iki emzirme arasındaki mucizevi iyileştirme özelliği,
- Süt sağım pompalarımızın oldukça verimli süt sağımı gerçekleştirmesi,
- Süt saklama poşetlerimizin saklama koşullarındaki sağlıklı saklama kalitesi ve
- Göğüs pedlerimizin ıslaklık geçirmeme özellikleri öne çıkan özelliklerdir.

Fakat asıl önemli özelliğimizi sorarsanız, başta da söylediğim gibi anne bebek sağlığını birincil öncelik haline getiren markamızın hiçbir ürününde BPA ve BPS içeriği bulunmamaktadır.

Ayrıca son dönemde ülkemiz de piyasaya sürmüş olduğumuz biberonlarımızla çok hızlı bir başlangıç yapmış bulunmaktayız.





Biberonlarımızın bebeklerin peristaltik dil hareketini destekleyen yapısı, bebeğin emerken anne memesinden vazgeçmesine engel olmaktadır.

Sektördeki diğer rakip markalarda ayrılan yönleriniz nelerdir?

Sektör de birçok değerli rakibimiz yer almaktadır ve rakiplerimizin bir çoğu son derece kaliteli işler yapmaktadır, Fakat Lansinoh'u asıl ayıran özellik daha önce de bahsettiğim gibi kendini anne ve bebeklere adamış bir marka olması, bu bilinçle ürünlerini geliştirmesi ve pazara sunmasıdır. Bunun da kanıtı yıllardır yüzbinlerce anneden almış olduğumuz olumlu ve güzel geri dönüşlerdir.

Son olarak sektörünüzün değerlendirmesini yapar mısınız ?

Yıllarca FMCG sektöründe çalıştıktan sonra açıkçası bu sektöre girerken bazı çekincelerim vardı. Belki de dünyanın en hassas konusu olan anne-bebek üzerine çalışmalar yapmak manevi açıdan büyük bir sorumluluk yüklerken diğer açıdan da müthiş bir duygu. Bunun bilinciyle bayrağı ekibimle beraber devraldığımızdan beri markamızın misyonunu daha ilerilere taşımaya çalışmaktayız.

Fakat sektör de birçok kaliteli marka ile beraber, bazı ticari kaygılarını ön planda tutan firmaların olduğunu gözetlemek oldukça üzücü, bilinçli ebeveynlerimizin zamanla bunun ayrımını yaparak bu markaları sektör dışı bırakacağından da eminim.

Günden güne artan bu bilinçle sektörün daha da kaliteli büyüyeceğinden şüphem yok.



İçinde hayat var

hünnap®

www.hunnap.com.tr

AKDENİZ DOĞASINDAN GELEN DUŞ JELİ

Yumuşacık bir cilt ve eşsiz bir koku için!

Şimdi Türkiye'de



LE PETIT MARSEILLAIS


LE PETIT
MARSEILLAIS
Ekstra
YUMUŞAK
Lavanta Balı
Banyo ve Duş Jeli
6312
Nemlendirir ve Besler

Ecz. Kadir SOFUGİL
BAŞAR ECZANESİ EYÜP

Eczanelerimizi ilacın yanında kozmetik, dermokozmetik ve medikal ürünler de satılan yerler haline getirdik



Sayın Ecz. Kadir Bey sizi kısaca tanıyabilirmiyiz.Eczanenizin kuruluş hikayesinden bahsedermisiniz ?

Balkan muhaciri bir ailenin oğluyum. İlk, orta ve lise tahsilimi Eyüp'te tamamladım. İlk tercihim olarak girdiğimi İstanbul Üniversitesi Eczacılık Fakültesinden 1992 yılında mezun oldum. Mezun olduğum tarihten itibaren mesleki sorunların çözümü için çalışan meslektaşlarımın teşviki ve önerisi ile İdealist Eczacı Derneği ve Tüm Eczacı İşverenler Sendikası'nda kurucu üyelik ve Başkan Yardımcılığı görevlerinde bulundum. Mesleki alanda yaşanan hukuki sorunların çözümüne katkıda bulunabilmek ve kendimi geliştirmek adına İktisat Fakültesi Kamu Yönetimi bölümünü, İşletme Fakültesini ve Sağlık Kurumları İşletmeciliği bölümlerini bitirdim. Okumayı, öğrenmeyi ve bu bilgilerle insanlara faydalı olmayı sevdiğim için Uluslarası İlişkiler 4. Sınıf öğrencisi olarak okumaya devam ediyorum. Halen ; TEİS Yüksek Danışma Kurulu üyesi ve Basın Sözcüsüyüm.

Eczanemin kuruluş hikayesine gelirsek. ; 1950 'li yıllarda Ecz. Arif Beşer tarafından "Beşer Eczanesi" olarak Eyüp Oyuncakçılar çarsısında kurulmuş eski bir eczanedir. Arif Beşer 'in vefatı sonrası süreç içinde çeşitli isimler altında devir olarak faaliyet göstermiş olup, 70'lı yılların başından itibaren Başar Eczanesi olarak yine aynı adreste faaliyete devam etmiştir. Faaliyete devam ettiği bu uzun süre içinde eczanemiz; havan eczacılığı tabir edilen dönemden bugüne kadar olan değişim

HUNCA CARE

ŞAMPUANINIZ HUNCA CARE



Kırılmayan, dökülmeyen, kepeklenmeyen saçlarınıza Hunca Care etkisi.
Sizde Hunca Care ürünlerinden ihtiyacınız olanı tercih edin, farkı hissedin.

HUNCA

www.huncacare.com
Huncatr



Beşer Eczanesi ilk kurulduğu yıllar

süreçlerinin tamamına tanıklık etmiştir. 1997 yılından beri sahibi ve mesul müdürü olduğum eczanem son olarak 2010 yılında sağlık ocağı sisteminin kalkması, aile hekimliğine geçilmesi nedeniyle yine aynı mahallede Fahri Korutürk caddesine taşınarak ve faaliyetini de kurum eczanesi konseptinden kişisel bakım ürünlerinin de bulunduğu yeni konsepte taşıyarak faaliyetini sürdürmektedir.

Eczanemin tarihi sürecine baktığımızda yaşanan değişimler yakın geçmişin bir özeti gibidir. Havan eczacılığı döneminden sonra başlayan müstahzar ilaç dönemi ve sonrasında zaman içinde Emekli Sandığı ile genişleyen sosyal güvenlik kurumu şemsiyesine bağlı kurum eczacılığı dönemlerinden sonra gelişen ve değişen koşullara göre eczane eczacılığının da yeniden şekillenen çalışma şekli ve konseptine ayak uydurmak zorunluluğu doğmuştur.

Son yıllarda eczanelerde kozmetik,dermokozmetik ve medikal ürünlerin çeşitleri çoğalmakta bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz ?

Yaşanan sürece uygun bir değişim olarak görüyorum. Ayrıca eczacıların ilaç dışındaki yetkin oldukları alanlarda olması güzel bir gelişme. Ancak eczacılar olarak bizler bu değişim sürecinde bilinçli bir geçiş yapamadık, süreci yönetemedik. Koşullar bizi zorladı, nasıl yapılacağı konusunda hiçbir hazırlık yapmadan deneme yanılma gibi el yordamı yöntemlerle eczanelerimizi ilacın yanında kozmetik, dermokozmetik ve medikal ürünler de satılan yerler haline getirdik. Eczacıların ilaç fiyat indirimi sonrası yaşadıkları ciro kaybı ve zararı karşılamak için kurtarıcı gibi girilen bayilik sistemleri bir çok eczacının kurtarıcısı değil adeta kabusu oldu. Diğer taraftan da itriyat, kozmetik ve bebek ürünlerine karşı ise eczacılar olarak hala üvey evlat muamelesi yapılmakta. Süper marketlerin fiyat avantajı olması , tüketicilerin oraları tercih etmesi de bunda etken ama itriyat depocularının kimsenin sahip olmadığı 24 bin sıcak satış noktasını cazibe merkezi haline getirecek açılımlar yapması, eczanelerle ortak projeler üretmesi gerekiyor. Zira eczanelerden geçen itriyatın oranının tüm Türkiye' deki itriyat pazarının %8'i olması sektör olarak üzerinde oturup düşünülmesi gereken bir konu.

Mesleğinizin size kattığı şeyler nelerdir ?

Bu sorunuza SSK'dan önce ve sonra olarak cevap vermek istiyorum. SSK'dan önce mesleğimiz insani ilişkilerin gelişmesini, insanları tanımayı ve onlara faydalı olmanın verdiği tarifi mümkün olmayan hazzı yaşatırken, mesleki bilgi ve görgünün artışına imkan tanıyacak zaman bulmamız da mümkün oluyordu. Ancak bu süre SSK açılımı ile birlikte ortadan kayboldu. Daha az hastalarla ilişki kuran, bilgisayar ekranına daha çok bakan, daha mekanik bir hal aldık. SSK sonrası hepimiz bilgi işlem konusunda, internet konusunda bayağı uzmanlaştık ama özellikle sistem arızaları ve sürekli değişen mevzuat yüzünden ruhen ve bedenen bayağı yıprandık.



Ecz. Esin Evin Koçak

UNCULAR

Lux Güzelliği



Lux Pamuk Zigzag 200 gr



Lux Pamuk Zigzag 100 gr



Lux Pamuk Zigzag 50 gr



Lux Disk Makyaj Pamuğu 70'li



Lux Disk Makyaj Pamuğu 50'li



Lux Maxi Bebe Temizleme Pamuğu 60'lı



Lux Kulak Çubuğu 200'lü



Lux Kulak Çubuğu 100'lü



Lux Bebe Kulak Çubuğu 60'lı

1980'den beri

www.luxpamuk.com.tr - info@luxpamuk.com.tr - info@asyaluks.com



Beşer Eczanesi 70'lı yılların başından itibaren Başar Eczanesi olarak faaliyete devam etmektedir.

Özetle söylemek gerekirse iş yükümüzün ve çalışma koşullarımızın ağırlaşması ve bizi yıpratması haricinde maddi olarak olmasa da manevi anlamda kazandırdıkları tarif edilemez boyuttadır.

Sizce mesleğin öncelikli sorunları nelerdir ?Sizce yaşanan sorunlar nasıl çözüme kavuşturulmalı ?

Mesleğin sorunlarını önemli başlıklar altında sıralayacak olursak; Eczacı karlılığının azlığı, deontolojik bozulma, eczane dışı ilaç satışı, eczane sayısının orantısız artması gibi sorunları sıralayabiliriz. Bu sorunlar 1879 yılında İstanbul'da kurulan ilk eczacı derneğinin tespit ettiği sorunlar. Aradan geçen 136 yıl boyunca önemli sorunların aynı kalmış olması üzerinde düşünülmesi gereken bir konu olup, çözüm için teşhis kadar doğru yöntemin belirlenmesi ve kararlılıkla uygulanması gerekmektedir. Bence sorun doğru yöntem seçilmeyişi ve kararlılık gösterilememesi. Bu sorunu aşmaya odaklanırsak sorunun çoğunu çözmüş olacağımıza inanıyorum.

Eczacılık mesleğinin geleceği hakkında neler söyleyebilirsiniz ? Eczacıların verdiği hizmetlerin karşılığını aldığını düşünüyormusunuz ?

Gelecek için çok karamsar değilim, umutluyum. Nedenine gelince; eczacılık hizmeti gelecekte de var olacak bir hizmet. Bu hizmetin sahibi olduğumuz eczaneler aracılığıyla devam etmemesi için yapılan bütün girişimlerin serbest eczane eczacılığını yok edemeyeceğini düşünüyorum. Çünkü biz serbest eczaneler aracılığıyla sadece ilaç ve eczacılık hizmeti sunmuyoruz. Eczanelerimiz aynı zamanda vatandaşlarımızın her zaman her koşulda sığınabildiği sosyal bir liman. Bu yüzden de bu özelliğimizin getirdiği avantaj bizim sermaye odaklı yapılar karşısında ayakta kalmamızı sağlayacak. Ayakta kalmak için ise eczacıların hastalarıyla mutlaka iletişimde olmaları, mümkün olduğunca da birebir ilgilenmeleri gerektiğini düşünüyorum. Farkımız verdiğimiz butik hizmet olacak.

Sizce eczacılarımız eczanelerini nasıl dizayn etmeli ?

• Eczanelerin bir çoğuSSK açılımı sonrasında ister istemez eczanelerini yeniden dizayn ettiler. Bir kısmı SSK'lı hasta sayısındaki artış nedeniyle bankosuna yeni bilgisayarlar koymak zorunda kaldığı için kimi eczaneler ise dermokozmetik ve kişisel bakım ürünleri gibi yeni ürün gruplarını daha iyi tanzim ve teşhir edebilmek için yeniden dizayn yaptılar. Ama gördüğüm bir çok eczanede yapılan bunca masrafa rağmen ürün gruplandırma, kategori yönetimi gibi konulara dikkat edilmediğini, etiketleme ve bilgilendirmelerin doğru yapılmadığını görüyorum. Bunun da nedeni konuşmamızın başında bahsettiğim gibi eczacıların bu konuda deneme yanılma yöntemi ile yol almaya çalışmaları. Oysa merchandising , yani ilaç dışı ürünlerde ürünün satılabilirliğini arttıracak faaliyetler doğru yapılmadığı zaman bir başka deyişle; ürün doğru konumlandırılmadığı, doğru fiyatlandırılmadığı ya da yanlış ürün seçildiği zaman, eczane ekonomisine istenen ve beklenen artış sağlanamıyor. Sonuçta da eczacılar "yaptım ama olmadı" düşüncesiyle umutsuzluğa ve yılgınlığa kapılıp bu ürünlerden uzaklaşıyorlar. İşte burada özellikle ıtriyat depocularının eczacılara bu konuda bilgi vermesi ve bu işin doğru yapıldığı zaman olacağını gösteren satış köşeleri oluşturmavb. gibi projeler geliştirmesi gerektiğini düşünüyorum.

Geçmişten bugüne eczacı-hasta ilişkisi değişti mi?

Tüketim çağının en büyük özelliği her şeyi tüketmek , alabildiğince hızlı tüketmek olduğu için eczacı hasta ilişkileri de maalesef artık eskisi gibi sadakat ve memnuniyet çerçevesinde olmaktan uzaklaştı. İnsani ilişkilerimiz de artık azaldı. Bizler de eczanelerimizde hastalardan çok sistemler doğru dürüst çalışmadığı için bilgisayar başında ekranın karşısında vakit geçiriyoruz. Dolayısıy-

Bebeğinizle geçirdiğiniz her yeni gün birbirinden güzel ve eşsiz anlarla doludur.





Chicco'dan yeni bir seri:

baby moments

Bebeklerin hassas ciltlerinin günlük bakımı için eksiksiz bir ürün yelpazesi...

Baby Moments ürünlerini, bebeğinizin cildini, banyo esnasında temizlemek, nemlendirmek ve alt değişiminden sonra koruyarak nazikçe masaj yapmak için kullanabilirsiniz. Yeni **Baby Moments** serisindeki her üründe, bebeğinizin hassas cildinin günlük bakımı için farklı bileşenler var. Banyo köpüğünden kolonyaya, vücut losyonundan talk pudrasına kadar; bu eksiksiz ürün yelpazesi **hipoalerjeniktir, klinik açıdan test edilmiştir ve paraben, SLS, SLES içermez.**

Bebeğinizin cildinin ihtiyacı olan tüm bakımı sunan yumuşak bir dokunuş... Hayatının ilk günlerinden itibaren onun hep yanında...

PARABEN İÇERMEZ
hipoalerjenik
KLİNİK OLARAK TEST EDİLMİŞTİR

OSSERVATORIO CHICCO
BABY RESEARCH CENTER
www.chicco.com.tr

Mutluluk, bebekken başlayan bir yolculuktur.

chicco
bebeğin olduğu her yerde



la ilişkiler de mekanikleşmeye başladı. Ama bu durum kalıcı olmayacaktır, bu bir dönemdir, geçecektir. Teknolojinin adeta esiri haline gelmiş insanlar bir başkasının hayatına, ruhuna, duygusuna dokunmadan yani sosyal hayat olmadan yaşamın anlamı olmadığını fark edecek ve teknolojiyle ilişkisini sınırlayacaktır. İşte bu yüzden de gelecekte hastalarının hayatlarına dokunmayı başarmış eczacıların kendi eczanelerinde eczacılık hizmeti verebileceğini düşünüyorum.

Eczanenize gelen müşteri aradığı her ilacı bulabiliyor mu?

Bazı ülkelerde olduğu gibi devlet 2004 yılında ilaçta referans fiyat uygulamasına geçti. İlaç fiyatlandırması Avrupa Birliği ülkelerine ve Euro 'ya endekslendi. Başlangıçta düşüş sağlandı ama 2009 yılından itibaren Euro kuru artmaya başladı. Bu artışı engellemek için ilaçta Euro kuru sabitlendi. İlaç fiyatlarının artmaması için yapılan bu baskı sonucu Avrupa ve Dünya ölçeğinde ilaç fiyatları ülkemizde ucuzladı. Çok ciddi anlamda ilaç fiyatları düşmüş oldu. İlaç fiyatlarının düşmesiyle birlikte özellikle yurtdışından ithal edilen ilaçların piyasada bulunurluğu azalmaya başladı. Tüm dünyada olduğu gibi biz de ilacın ülkemizde ucuz olmasını istiyoruz. Ancak bu ucuzluk ilacın bulunabilirliğini engelleyecek şekilde olmamalıdır. İlaç; ihtiyaç duyulduğu anda bulunması ve hastaya ulaştırılması gereken bir üründür. Bulunamayan ve zamanında hastaya ulaştırılamayan ilaç en pahalı ilaçtır. Zira ; kalıcı olarak yitirilen sağlığın veya kaybedilen canın telafisi mümkün değildir. Bu yüzden de bir kutu sakızdan ucuz, yarımlık pet şişe sudan biraz pahalı hale gelen 10 TL ve altındaki ilaçlar için hem eczaneler için hem de sektör için ekonomik açıdan değerliliğini koruyacak iyileştirmeler yapılmalı, bunun için de öncelikle kutu başı eczacı meslek hakkı verilmelidir.

Eczacı hasta ilişkisi nasıl olmalı?Sizce müşteri memnuniyeti nedir ?

Eczacılar hastalarıyla doğrudan iletişimde olmalı, özellikle ilaç dışı ürünlerde doğru bilgilendirme yapılmalı, hastanın sağlığını olumsuz etkileyen eczane dışı kaynakların yanlış ve bilinçsiz reklamlarına karşı ikaz edilmelidir. Kronik rahatsızlığı olan, sürekli ilaç kullanan ve ilaç etkileşmesi riski bulunan hastalarda bu bilgilendirmeler daha özenle yapılmalıdır. Zira özellikle kronik rahatsızlığı olan hastalar, ekranlarda gördükleri "mucize" tedavilere çok kolay kanmakta, kalıcı sağlık sorunları yaşamaktadırlar. Bizim görevimiz hastalarımızı yaşatmak olduğu için ve bu güne kadar bu görevi layıkıyla yerine getirdiğimiz için mesleğimiz en güvenilir mesleklerin başında gelmektedir. Bu güveni sarsmamak için her ürünü değil, ecza deposu ya da ıtriyat deposu üzerinden gelen ıtriyat vb. ürünleri eczanelerine almaları gerekmektedir. Bu hem ürününün güvenilirliğinin sağlanmasını hem de bir sorun yaşandığında muhatap bulunabilir olmasını sağlayacaktır. Bu sayede , yanigüvenin sağlandığı ortamda biz; bize gelen insanları müşteri olarak değil, hasta olarak gördüğümüz müddetçe de hasta memnuniyetinden bahsedebiliriz. Yoksa, bir sefer gelen ve verdiğimiz hizmetten, üründen memnun kalmayan hasta ancak bizim tek seferlik müşterimiz olur ki orada da "memnuniyet"ten zaten bahsedemeyiz.

Meslektaşlarınıza önerileriniz olacak mı ?

Meslektaşlarımız sadece SGK reçetesi yaparak eczanelerinin ekonomik açıdan devamını sağlayamayacağını görmüş durumdalar. Ancak bu görüşten hareketle de macera sayılacak atılımlara kalkışmamalıdırlar. Satılıp satılmayacağı belli olmayan kozmetik bayilikleri, bitkisel ürün bayilikleri vb. gibi eczane içi atıl yatırımlara girmemeliler. Zira; ciddi paralar bağlayarak eczane ekonomisine katkı sağlamak bir yana farkında olmadan ekonomik yapılarına bir darbe daha vurmuş oluyorlar. Oysaıtriyat ve kozmetiklere yaptıkları üvey evlat muamelesinden vaz geçerek eczanede satılabilir hale gelmesi için uğraşmaları çok daha kolay bir yoldur. Sadece doğru fiyatlandırma ve eczane için doğru konumlandırma yapmaları yeterli olacaktır. En başta da belirtmiştim. Itrıyat depocularıyla bu konuda fikir alışverişinde bulunmaları iki taraf için de yararlı olacaktır. Bu pazarın %92'sinin hala eczane dışında olduğunu göz önünde bulundurursak ecane içine gelecek çok ürün var demektir. Bunun için de meslektaşlarımız bizim yetkinliğimizde olan ürünlere üvey evlat muamelesi yapmaktan vaz geçmeleri ilk adım olacak, gerisi de mutlaka gelecektir.

Ben teşekkür ederim.

JAUNE VASTE

BEAUTY CARE PRODUCTS



Kaliteli ürün yelpazesi ile
Jaune Vaste Kişisel Bakım Ürünleri

Sadece eczanelerde

www.jaunevaste.com

A.Bari Halıcı
Atılım Sağlık A.Ş.
Yönetim Kurulu Başkanı

ATILIM SAĞLIK A.Ş.

Medikal sektörü eskiye nazaran her geçen gün daha kurumsal bir kimliğe bürünmektedir





Sayın A.Bari Halıcı sizi kısaca tanıyabilir miyiz ?

1968 Siirt doğumlu evli ve üç çocuk babasıyım.

Endüsri Meslek Lisesi Makine Bölümü mezunuyum.

Atılım Sağlık A.Ş. nin kuruluş hikayesinden bahseder misiniz ?

2006 yılında kurulan Atılım Sağlık A.Ş. kısa sürede Türkiye'nin aranan ve tercih edilen medikal malzeme üretici ve dağıtıcısı olamayı başarmıştır.

Atılım Sağlık A.Ş. 2008 yılında Puffix markası adı altında hasta bezi, ortopedi ve rehabilitasyon ürünlerinin üretimi ve satışına başlamış, daha sonra Freely markasıyla yurtdışından cihaz ve hastane sarf malzemeleriyle bu alanda söz sahibi olmuştur.

Başlıca markalarımız Puffix- Freely- Onlyone- Air neb- Pro soft- Puffy – Blue star patentli markalarıyla ürün gamımızı genişletmeyi ve hizmet etmeyi başardık.

Bugün Atılım Sağlık A.Ş. İstanbul Yenibosna'da 3.700 m^2 kapalı alanı ile ve elliden fazla çalışa-



nı ile Türkiye genelinde 1800 den fazla ürün çeşitliliği ile satış ve dağıtım sorumluluğunu üstlenmiş ve Türkiye'nin en büyük medikal ürün dağıtıcısı haline gelmiştir.

Atılım Sağlık A.Ş. ailesi üretimini ve satışını yapmış olduğu ürünlerde müşteri memnuniyetini ön planda tutarak en üst kaliteyi sunmak amacı ile İSO 13485 ve ISO 9001 kalite standartlarında hizmet vermektedir.

Dünden bugüne medikal sektörde ne gibi değişiklikler yaşandı? Sizce sektörde en olumlu gelişme nedir?

Medikal sektöründe eskiye nazaran her geçen gün daha kurumsal bir kimliğe bürünmektedir.Daha önce kaliteye önem vermeksizin ürünün bulunurluğunda yaşanan olumsuzluktan dolayı yüksek fiyatlarla temin edilirken sektör gün geçtikçe disipline edilip güçlü ve kaliteye önem veren oyuncuların girmesi ile fiyat standartları yakalanmaya başlandı. Sektördeki en önemli gelişme Sağlık Bakanlığından onaylı mesul müdür sertifikası ve perakende noktalarının belli bir standartlara tabi tutulması ve gelecekte sadece üniversite mezunlarının yapabileceği bir iş konumuna gelmesi en önemli gelişme olacaktır.



Firma olarak ürün gamınız nelerdir? Sektörde en önemli markanız hangi ürününüzdür?

Atılım Sağlık olarak ürün gamımız hasta bezi , ortopedi rehabilitasyon ürünleri, solunum cihazları, hastane sarf malzemeleri, eczane perakende ürünleri ve aile sağlığı adı altında toplayabiliriz

Sektörde hiç şüphesiz en önemli markalarımız Puffix ve Freelydir.

Atılım Sağlık olarak ileriye dönük projeleriniz ve yenilikleriniz nerlerdir?

Atılım Sağlık olarak ileriye dönük projelerimiz öncelikle sektörün gidişatına ayak uydurmak ve yasalaşacak yönetmeliğe göre eczane sektörünü göz ardı etmeden bu konuda hazırlıklarımızı sürdürmekteyiz. Bir üretici olarak perakende sektöründe olduğu gibi hastane ihale sektöründe de söz sahibi olmayı hedeflemekteyiz.

Sizce ülkemizde bilinçli bir tüketici kitlesine sahipmiyiz?

Özellikle medikal sektöründe her geçen gün tüketici bilinci artmaktadır. Bunun en büyük nedeni oyuncuların çoğalması ve ürün çeşitliliğinin artması ile tüketicilerimiz belli bir bilince ulaşmasıdır.

Eczanelerde yaptığınız ve sizce fark yaratan uygulamalar nelerdir?

Eczane sektöründe daha çok yeniyiz. Fark yaratan uygulamalarımız Atılım Sağlık olarak ikili ilişkilerde ve müşteri memnuniyetinde elde etmiş olduğumuz başarı ve beraberinde getirdiği müşteri sadakatinin artmasıdır. Bununla beraber ürün kalitemiz ve pazardaki talebi yaratmak için satış ve pazarlama ekibini eğitip profesyonel hale getirmektir.

Son olarak itriyat ve kozmetik sektörü için görüşlerinizi alabilir miyiz?

Son derece olumlu düşüncelerimiz olup gelecekte pazarın buraya doğru kayacağından dolayı tüm hazırlıklarımızı buna göre yapmaktayız. Bunun en büyük gelişmesi T.C. Sağlık Bakanlığı'nın bu konudaki kanun düzenlemeleridir. Böyle bi uygulamada daha sağlıklı ve daha kaliteli bir tüketici bilincine sahip ola-











SOLUNUM VE CİHAZ GRUBU - HASTA BEZİ - YATAN HASTA - TANSİYON ALETLERİ VE DERECELER - AİLE SAĞLIĞI - SARF - KUMAŞ ORTOPEDİ - METAL ORTOPEDİ - AYAK SAĞLIĞI - VARİS ÇORABI - VİSKO ORTOPEDİ - FİZİK TEDAVİ VE REHABİLİTASYON



















Sağlığınız için ihtiyacınız olan **1800 ürün** burada!..



Türkiye'nin en büyük medikal ürün dağıtımcısı

ISO 9001 ISO 13485

Atılım Sağlık

Adres : Değirmenbahçe Cad.
Kavak Sok. No:9
Yenibosna/ISTANBUL
Telefon : +90 212 667 77 87
Faks : +90 212 667 77 07
E-posta : info@atilimsaglik.net

Seda Itriyat San. Ve Tic. Koll. Şti.
Şevki Bağdatlı

50.yıl

SEDA ITRİYAT
San. Ve Tic. Koll. Şti.

Üretimimizde herzaman kaliteyi ucuza satma prensibiyle hareket ediyoruz



1988 yılına kadar bir Avrupa ülkesi ve markasının Türkiye temsilciği ile başlayan fakat çok kısa sürede pazarda yer edinen ürünleri ve çeşidi ile markanın ülkemizdeki pazara gerek ürün gerek fiyatları ile desteği sağlayamamasından VELLO markası doğmuştur.

İlk önce W' li WELLO olarak müracaatlar yapılmış ama o dönemde Türkçe ve rakamsız marka koşulu nedeniyle VELLO olarak marka tescili alınmıştır. Artık dışa bağımlılıktan kurtulmuş üretimini ve dağıtımını, satışını kendi yapan pazarda pay sahibi olarak aranan ve istenen marka olmuştur.

Aroset
HİZMET GIDA VE KOZ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ

Hayat
HAYAT LAB.KOZ. SAN. LTD.ŞTİ.

NECİPBEY

vello®

Anne Sütü Saklama Poşeti

BPA içermez



- SIZDIRMAZ KİLİTLİ
- STERİLİZE EDİLMİŞTİR.
- 25 ADET

DİK DURABİLEN POŞET

VELLO ISLAK MENDİL

HEDİYELİ



Daha sonra marka 2004 yılında sektörde 50. yılını kutlayan Şevki BAĞDATLI ve ortaklarıyla pazarda yoluna devam etmiştir. Artık kaliteli yeni ürünler üretilmekte olup marka değeri her gün yükseliş trendine geçmiştir.

Üretiminde herzaman kaliteyi ucuza satma prensibiyle hareket eden firma kısa sürede pazarda çok hızlı bir yükseliş trendi yakalamış üretim kalitesinden ve titizliğinden ödünvermeden piyasanın aranır markası olmuştur. 2014 yılında satın aldığı 2000 m2 kapalı alana sahip kendi yerine geçen firma Mevcut üretim portföyüne sürekli yeni ürünler katararak daha da büyümüş bunun la aynı paralelde mevcut makina parkınıda son teknoloji makinalarla desteklemiş ve otomasyonu daha verimli kullanır hale gelmiştir.





Mustafa Bağdatlı - Hakan Gür

Üretim kalitesi için gerekli olan tüm belgelere haiz olan firma steril ürünler için de gerekli hassasiyeti göstererek Gama steril kullanmayı tercih etmiştir. Bugün üretiminin bir kısmını ihraç eden firma iç piyasada da Türkiye' nin seçkin depoları ile çalışarak mevcut eczanelerin %90 ında da raflarda yerini almıştır. Ayrıca yaptığı standart üretimlerin yanı sıra özel hastanelerinde her türlü ihtiyaçlarına cevap verecek durumdadır.





ŞEVKİ BAĞDATLI

1950 yilinda Rize' nin Merkez Dağsu Mahallesi' nde dünyaya gelmiştir. Mayıs 1964 te İstanbul' gelmiştir. 1990 yılına kadar bir firmada çalışmıştır. Emekli olduktan sonra 1990 senesinde Seda Itriyat San. Ve Tic. Koll. Şti. Şevki Bağdatlı ve Erol Bağdatlı tarafından kurulmuştur. İlk önceleri ıtriyat – eczane mallarını depo üstü dağıtımı yapmaya başlamış, daha sonraları imalat konularına yönelmiştir. Seda Itriyat Anadolu ağırlıklı ıtriyat pazarlamasında zaman zaman bölge müdürlükleri açarak kurulduğundan itibaten piyasa tarafından sevilen, hizmetiyle ses getiren bir firma olarak günümüze kadar gelmiştir. 1994 senesinde Hayat laboratuarı; Seda Itriyat bünyesine girerek dağıtım alanı genişlemiştir. Böylece Seda Itriyat imalat destei alarak, Hayat laboratuarı da dağıtım desteği alarak daha da kuvvetlenmiştir. 1996 senesinde Seda Itriyatın ilk kurulduğu bina yetmemiş, daha ilerisi görülerek 1996 senesinde Dudulu Organize Sanayi Bölgesiyle Gişeler arasında bir arsa alınmış ve inşaatına başlanmıştır. 1998 senesinde inşaatın ıtriyat kısmı tamamlanıp Sedas Itriyat yerine geçmiştir.

1998 yılında Seda Itriyatın imalat çeşitlerinin artmasından dolayı Hizmet Gıda ve Kozmetik Limited Şirketi Kurularak imalat kısmı bu firmaya devredilmiştir. Firmalar Dudullu' da bulunan tesislerde imalat ve dağıtım konusunda koordineli olarak çalışmaya devam etmektedir. Firmalar ortak çatı altında imalat, pazarlama, ithalat, ihracatla faaliyetlerini sürdürmektedir. Firmalar And, Hayat, Meftun, Camera, Camera trap, Dağsu, Tıpış, İzona, Seda, Medistan markalarıyla 60 civarında ürün imalatı, ithalatı yapılmaktadır.



ÜRÜNLERİMİZDEN BAZILARI

- HİDROFİL GAZLI BEZ
- HİDROFİL GAZLI BEZ X – RAYLI
- HİDROFİL SPANÇ (CERRAHİ KATLAMA)
- HİDROFİL SPANÇ X – RAYLI (CERRAHİ KATLAMA)
- PAMUKLU PED (MUHTELİF EBATLARDA)
- BATIN KOMPRES (MUHTELİF EBATLARDA)
- FINDIK TAMPON X – RAYLI
- STERİL GAZLI BEZ
- STERİL GAZ KOMPRES
- STERİL GÖZ PEDİ (YAPIŞKANLI)
- STERİL GÖZ PEDİ (PAMUKLU)
- HİDROFİL SARGI BEZİ (MUHTELİF EBAT VE BOYUTTA)



- ELASTİK SARGI BEZİ (MUHTELİF EBAT VE BOYUTTA)
- ELASTİK BANDAJ (MUHTELİF EBAT VE BOYUTTA)
- KENDİNE YAPIŞAN BANDAJ (MUHTELİF EBAT VE BOYUTTA)
- ALÇILI SARGI BEZİ (MUHTELİF EBAT VE BOYUTTA)
- ALÇI ALTI PAMUĞU (MUHTELİF EBAT VE BOYUTTA)
- ALÇI ALTI ÇORABI(STOKİNETTE) (MUHTELİF EBAT VE BOYUTTA)
- TIBBİ BEZ FLASTER (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- TIBBİ İPEK FLASTER (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- TIBBİ KAĞIT PORE FLASTER (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- TIBBİ TRANS ŞEFFAF FLASTER (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- TIBBİ ESNEK FİX FLASTER (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- YARA BANDI
- ENJEKSİYON (AŞI) BANDI
- HEMOSTATİK BASI (DİYALİZ) BANDI
- YARA PEDİ NON –WOMEN (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- YARA PEDİ ŞEFFAF FİLM (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- ELASTİK FİLE BANDAJ (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- BEL KORSESİ (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- TIBBİ DİZLİK (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- OTOMATİK TURNİKE
- SICAK – SOĞUK JEL KOMPRES (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)
- KASIK BAĞI TEKLİ – ÇİFTLİ
- SUSPANSUVAR (MUHTELİF EBAT VE BOYUTLARDA)









Ruhu genç kuşların sevdası: KUŞADASI



Dünden bugüne dolu dolu Kuşadası Tarihi

Kuşadası Türkiye'nin Aydın iline bağlı bir ilçe. İlin kuzey batısında bulunan ilçe, Aydın il merkezine 71 km., İzmir il merkezine 95 km. uzaklıktadır. Ege Denizi kıyısında kurulu ilçe, Türkiye'nin önemli turizm merkezlerindendir.

İlçenin alanı 264 Km2 olup, 2009 Yılı Adrese Dayalı Nüfus Sayımı sonuçlarına göre 81 295 kişi yaşamaktadır

Kuşadası yakınında Yılancı Burnu denilen yerde, Efes'e bağlı Neopolis ismi ile İonlar tarafından kurulduğu sanılmaktadır.

Şehir daha önce, Pilavtepe eteklerinde, Andızkulesi denilen yerde kurulmuştur. Bir müddet sonra Bizanslılara ait olan bu kıyılara Venedik ve Cenevizliler, ekonomik bakımdan egemen olmuşlardır. Ulaşım güçlükleri nedeni ile Kuşadası; Andızkulesi mevkiinden alınarak bugünkü yerinde Yeni İskele (Scala Nuova) adı ile kurulmuştur.

Kuşadası'nın adını verdiği Kuşadası Körfezi ve yakın çevresi, sanat ve kültür merkezleri olarak bilinmektedir ve ilk çağlardan beri birçok farklı medeniyeti barındırmışrır.

M.Ö. 3000 yıllarında Lelegler, M.Ö. 11.yy'da Aioller, M.Ö. 9.yy'da İonlar bölgede hakim ol-

Clemy®





Pürüzsüzlügün keyfini çıkarın!





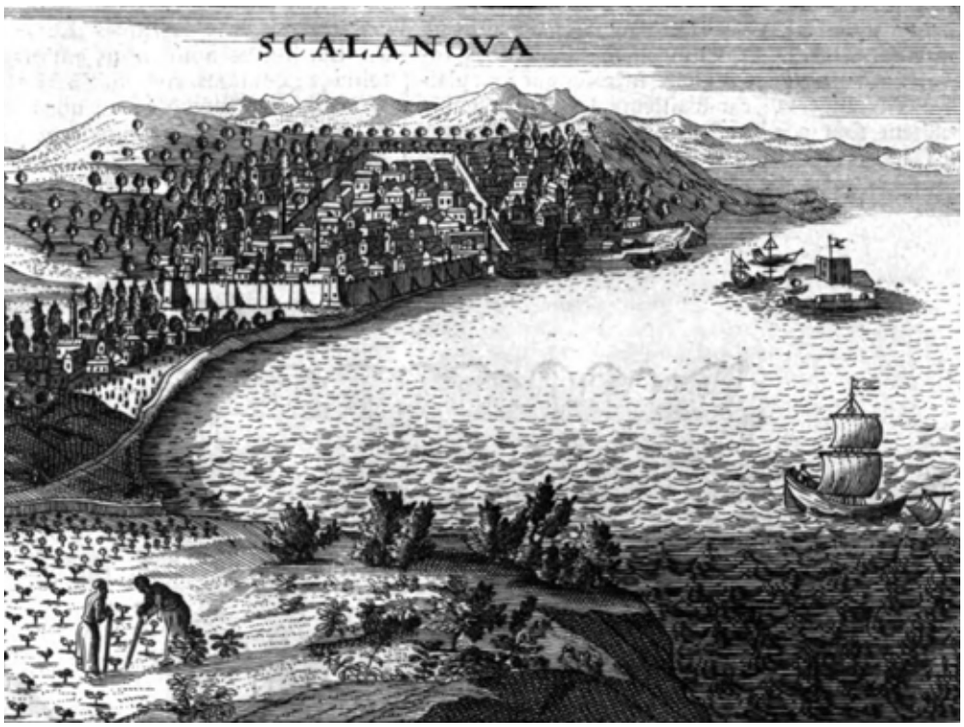






www.clemy.com.tr

facebook.com/ClemyTuyDokucu



muşlardır. Büyük Menderes ve Gediz Irmakları arasında kalan alan, antik çağlarda İonia adını alır. Tüccar ve denizci olan İonlar denizaşırı ticaret sayesinde kısa zamanda zengişleşmişler ve üstün bir politik güce sahip olmuşlardır. Tarihte "İon Kolonileri" adını alan 12 şehir kurmuşlardır.

Kuşadası, antik çağlarda Anadolu'nun Akdeniz'e açılan başlıca limanlarından biri idi. O devirde Neopolis adı ile anılıyordu. M.Ö. 7.yy.da başkentleri Sardes olan Lydialılar yöreye hakim olmuşlardır.

M.Ö. 546′da başlayan Pers hakimiyeti, M.Ö. 334′de Büyük İskender'in tüm Anadolu'yu ele geçirmesine kadar devam eder. Bundan sonra Anadolu'da Yunan medeniyeti ile yerli Anadolu medeniyetinin sentezi olarak yepyeni bir çağ, yepyenibir sanat ve kültür anlayışı hakim olur ve bu çağ "Helenistik Çağ" adı ile anılır. Efes, Milet, Priene ve Didim bu devrin en ünlü şehirleridir.

M.Ö. 2. yy.da Romalılar yöreye egemen oldular. Hristiyanlığın ilk yıllarında, Meryem Ana'nın ve havarilerinden St. Jean'ın Efes'e gelip yerleşmesiyle burası bir dini merkez haline gelir. Miletus da Hristyanlık çağında Piskoposluk merkezidir. Bizans Çağında "Ania" adı ile anılır. Kuşadası, ortaçağda korsanlar tarafından kullanılan bir liman olmuştur. 15.yy.da, Venedikliler ve Cenevizliler zamanında şehir "Scala Nuova" adını alır.

1086′da I. Süleymanşah'ın bölgeyi Selçuk Devleti'ne katmasıyla Türk egemenliği başlar. Bölge, bu devirde kervan yollarının Ege'ye açılan bir ihraç kapısı olmuştur. Ancak Selçuk Devleti'nin egemenliği 1. Haçlı Seferleri nedeniyle kısa sürdü ve yeniden Bizans'ın eline geçti. 1280′lerin sonunda Menteşeoğulları,1397-1402 arasında Osmanlıların egemenliğine girdi. 1402-1425 arası yeniden Aydınoğulları'nın eline geçtiyse de 1425′te Osmanlılar bölgeyi kesinlikle ele geçirir.

Kuşadası, 1413 yılında 1.Mehmet (Çelebi) tarafından Osmanlı egemenliğine katılmıştır. Bu tarihten sonra, şehir tamamen Türklerin elinde kalmış ve Türklerin yaptığı eserlerle dolmaya başlamıştır. Bunlardan bugünkü Kervansaray ve Kuşadası'nı çeviren surlar, Mehmet Paşa tarafından yaptırılmıştır.

Surlarla çevrili şehre o zaman ancak üç kapıdan girilebilmekteydi. Bu kapılardan bir tanesi, Barbaros Hayrettin Paşa Caddesi ile Kahramanlar Caddesini birbirinden ayırmakta ve üst kısmı bugün Şehiriçi Trafik Bölge Amirliği olarak kullanılmaktadır. Diğer kapılar bugün mevcut değildir.

Küçükada, Bizanslılar için önemli bir askeri üs görevini yapan Güvercinada, 1834 yılında büyük bir yenilenme görmüş ve ünlü kalesi yapılmıştır. "Kuşadası" adı bu kaleden gelmektedir.

Kuşadası, Kurtuluş Savaşı'nda 1919-1921 yılları arasında İtalya'nın, onların çekilmesiyle Yunanistan'ın işgaline girdi ve 7 Eylül 1922′de düşman işgalinden kurtuldu.

Kuşadası Körfezindeki Gezilecek Bazı Antik Yerleşim Yerleri

ANAİA - ANEA (SOĞUCAK) - KADI KALESİ

Sisam Adasının karşısına düşen Carta bölgesindeki bu sahil kasabası bir ticaret merkezi olduğu kadar sığınmaya elverişli limanı nedeniyle de korsan gemileri için bir barınak görevi de görüyordu. Anaia Atina-Sparta savaşları (M.9 431-404) sırasında Atina'nın yandaşı olan Samos'tan sürgün edilenlerin, kaçanların, oradaki yönetime düşman olanların elinde bulunuyordu. Buradakiler, gerek Samos yöneticilerine gerek Atinalılara karşı, Spartalılara hizmet ediyordu. Kentin adı Thukydides'de bu dönemin olayları nedeniyle anılıyor. 1304'de, Anea ve onun bugünkü Kadı kalesi yakınlarındaki Nekropolis'i o tarihte bir Ceneviz kolonisini barındırmakla beraber Bizanslıların yönetiminde idi. Anea şehrinde yaşayan Cenevizliler, Kemalpaşa (Nif) anlaşmasından sonra yerli Rumlarla birlikte, Venedik tüccar gemilerine karşı korsanca saldırılar düzenliyorlardı. Ania, Efes ve İzmir'den sonra 1317'de Türk egemenliğine geçmiştir.

ILICA TEPE

Aka'ların, Batı Anadolu'ya ilk göç ettikleri yıllarda yerleştikleri yer olan Ilıca, 11 Tepe'deki kalıntılar, Kuşadası'nın bundan 3000 yıl öncesinde bile yaşanılan bir kent olduğunun kanıtıdır. Büyük taştan yapılmış olan duvarlar bugüne kadar ayakta kalmıştır.

canbebe

Comfort Dry



Sıvıyı hızla emiyor, hapsediyor!



Deneyimli annelerin akıllı seçimi

facebook.com/canbebe @canbebeailesi

canped

hayatın her anı daha kolay.



facebook.com/canidanbakim

GÜVERCİNADA

Kuşadası kıyısında yer alan küçük bir adadır. Bir mendirek ile karaya bağlanmıştır, üzerinde Bizans döneminde inşa edilen bir kale bulunmaktadır. Osmanlı imparatorluğu zamanında ve özellikle Mora isyanı sırasında diğer adalardan gelecek saldırılara karşı bir ileri karakol görevi görmüştür. Ayrıca, korsanlara karşı kullandığı için halk arasında "Korsan Kalesi" adı ile anılmaktadır. Kale restore edilerek, aydınlatması yapılmış ve turizmin hizmetine sunulmuştur.

ÖKÜZ MEHMED PAŞA KERVANSARAYI

Kervansaray, Öküz Mehmed Paşa tarafından 1618 yılında, deniz ticareti için yaptırılmış, iki katlı, avlulu bir yapıdır. (Bazı rivayetlere göre Aydın Valisi Öküz Mehmed Paşa'nın kaleyi yaptırmadığı, 1607 yılında Suriye fethinden dönüşünde tamir ettirdiği söylenmektedir. Kurşunlu Han'daki burç ve mazgal delikleri, Kale'nin şiddetli muharebelere maruz kaldığını göstermektedir. Ortalama 28.50 Metre x 21.60 Metre ölçüsündeki avlunun çevresini her iki katta da revak ve odalarla sarar. Bu Kervansaray'ın varlığı, Osmanlılar zamanında Kuşadası'nın kervan yollarından birinin sonunda ülkenin iç bölümlerinden gönderilen ticari malların ihraç limanı olduğunu gösterir. Yapı, Evliya Çelebi'nin "Seyahatname" sinde ayrıntılı olarak anlatılmaktadır. Yapı, 1966 yılında "Clup Mediterranee" tarafından kiralanıp restore edilerek "Turistik" Konaklama İşletmesi" olarak hizmete açılmıştır. Bugün, bu işlevini sürdürmektedir.

KALE KAPISI

Kuşadası'nda Hıristiyanlar döneminde, kare formunda yapılan surların üç ana giriş kapışı vardı. Bu kale kapıları, çok kalın kalaslar üzerine geçirilerek perçinlenmiş. 5 milimetre kalınlığındaki saçlarla kaplı idi. Şu anda mevcut olan kale kapısı, üç kale kapısından ayakta kalan sonuncusudur. İnanışa göre bu kapının altından geçenler bir daha Kuşadası'nı terk edemez ve Kuşadalı olurlar. Nüfusun son yıllardaki aşırı artışı bu inanışı kuvvetlendirmektedir.



ROMA HAMAMI

İlk çağlardan beri insanlar, doğa ile içice yaşamayı ilke edinmiş ve pek çok hastalığın çaresini büyük bir gözlemle araştırarak doğada bulmayı başarmışlardır. İşte lon ve Roma dönemlerinde, Kuşadası ve çevresi insanlara Pygela ve Roma hamamları ile şifa dağıtmıştır. Efes'in parlak döneminde, cilt hastalıklarının her çeşidine iyi gelen şifalı su kaynağının üzerine inşaa edilen Roma Hamamı, Ilıca Tepe'nin eteklerinde harap vaziyettedir.

ANDIZ KULESİ

Andız Kulesi Mevkii Kuşadası'nda Aydın'a giden Atatürk yolu üzerinde Pilav dağı eteklerindedir. M.Ö. 2000 yıllarında, İç Anadolu'dan göç eden Karya'lı Legel ve Lidyalılar'dan oluşan küçük bir gurup bu bölgeye yerleşmişti. Uzun yıllar tarımla uğraşarak yaşamlarını sürdüren bu topluluktan, günümüze ulaşmış bir buluntu yoktur. Andız Kulesi'nin, Helenistik devirden kalma bir gözetleme kulesi olduğu sanılmaktadır. Yöreye gelen ilk Türkler de önceleri güvenlik nedeni ile bu bölgede yaşamışlar daha sonra 1423 yılı yılın da Osmanlılar'ın Kuşadası'nı ele geçirmelerinden sonra sahile inmişlerdir. Bu bölgenin yakınlarında bulunan Ece Köy'de Kuşadası'ndaki yine ilk Türkmen yerleşimlerinden biridir.

KUŞADASI MİLLİ PARKI

Milli parkın özellikle kuzey kesimi, Akdeniz Bölgesi'nde ender görülen potansiyelde bitki örtüsüne sahiptir. Özellikle defne ve kestane bitki kuşakları ile Akdeniz maki florasının hemen bütün bitki türleri yarımadada en canlı ve sağlıklı örnekleriyle yer almaktadır. Milli park, Kuzey Anadolu ormanlık yörelerine has kestanenin en güneye indiği, ülkemizde birkaç yerde bulunan kartopunun ve Finike ardıcının küçük bir topluluk meydana getirdiği, pırnal meşesi ve dallı servilerin yetiştiği tek yerdir.

Milli park, nesli tükenmeye yüz tutmuş bitki ve hayvan türlerinin yaşadığı son noktadır. Ayrıca Akdeniz ülkelerinde korunan türler arasında bulunan Akdeniz Foku ve deniz kaplumbağaları milli parkın kıyılarında yaşama ve üreme olanağı bulmuştur.

Milli parkın hemen kuzeydoğu sınırında Dilek Tepesi eteğinde Güzelçamlı köyü yöresinde M.Ö. 9-8. yüzyıllarda İyonya'nın politik amaçlı birliği olan Panionion, konfederasyonun toplantı yeri olarak kullanılmıştır.

Kaynak: http://www.kusadasi.bel.tr/



Vi-Vet



www.vivet.com.tr

0212 671 22 27

BeautyEurasia

2015 yılında bir kez daha başarısını kanıtladı

Kozmetik ve güzellik endüstrisi "ITE Beauty Events" çatısı altında düzenlenen BeautyEurasia 2015'te buluştu. Kıtaların buluştuğu İstanbul'da 30 Nisan – 02 Mayıs tarihleri arasında gerçekleşen dünyanın sayılı Kozmetik, Güzellik, Kuaför Fuarı BeautyEurasia 2015, 3 gün süresince dünyanın her bölgesinden gelen katılımcı ve ziyaretçiyi ağırladı, yeni işbirlikleri ve anlaşmalara ev sahipliği yaptı. Binlerce katılımcı ve ziyaretçiyi aynı platformda buluşturan BeautyEurasia 2015'te sergilenen kozmetik, kişisel bakım, kuaför, güzellik salonu ürün ve ekipmanları, wellness & spa, doğal kozmetik, ambalaj ve özel markalı ürünler alıcıları memnun etti.





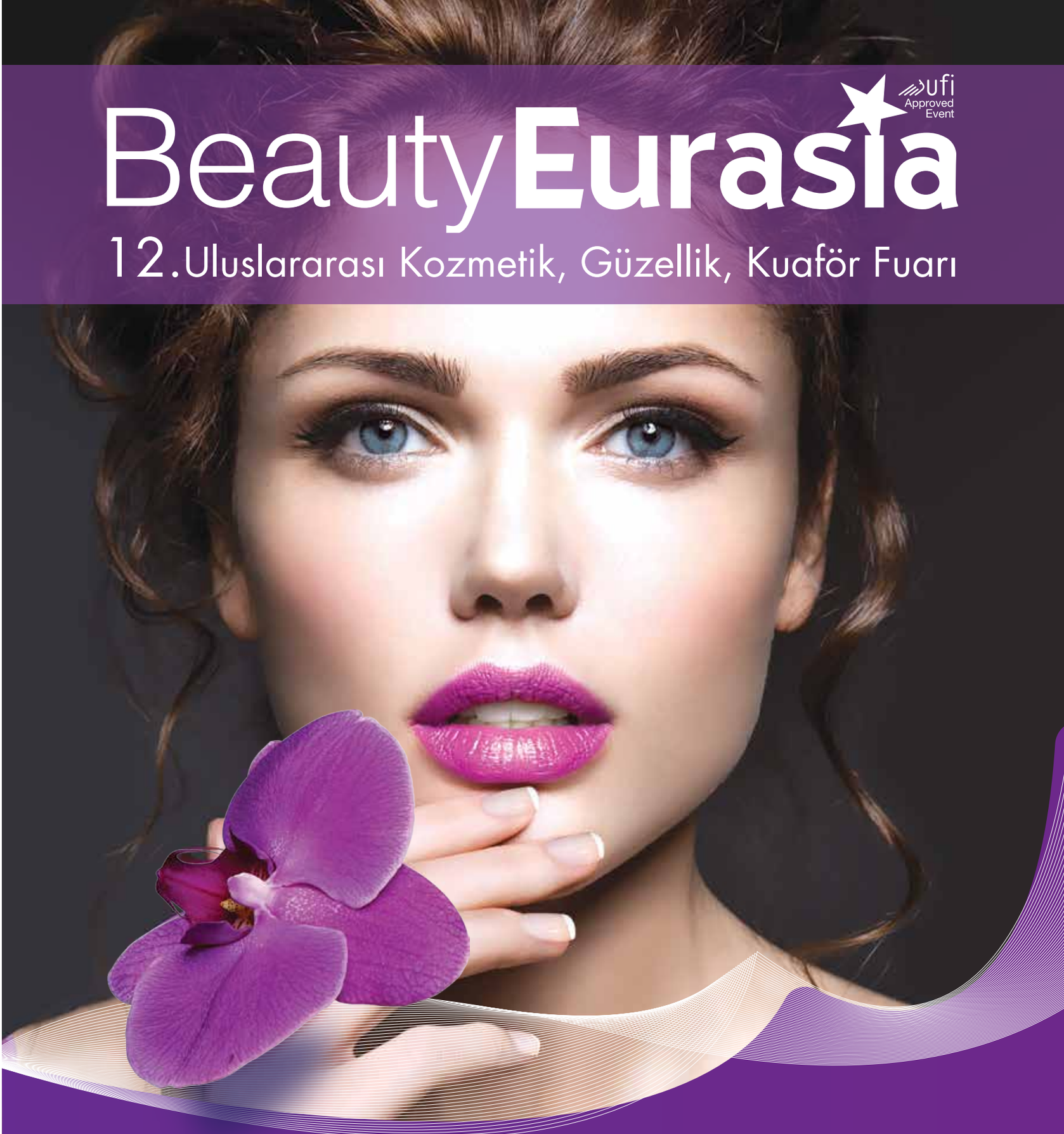
Milli ve grup katılımlar göz doldurdu

Her geçen yıl kendini geliştiren BeautyEurasia, 11. yılında Türkiye'den ve aralarında İtalya, Almanya, Fransa, İspanya, Bulgaristan, Kore, Tayland, Fas, Malezya, Tayvan, Çin ve Amerika grup ve milli katılımlarının da bulunduğu 42 farklı ülkeden 450 katılımcıyı buluşturdu. İtalyan Dış Ticaret Ajansı - İTA'nın katkıları ile İtalya'dan, Fransız Devleti Dış Ticaret Ajansı – Businessfrance organizasyonuyla Fransa'dan, Alman Devleti ve Almanya IKW Kozmetik ve Deterjan Derneği'nin katkılarıyla Almanya'dan, İspanyol Dış Ticaret Enstitüsü – ICEX'in desteği ile İspanya'dan, Bulgaristan Uluslararası Parfümeri ve Kozmetik Derneği'nin desteği ile Bulgaristan'dan, Kore Ticaret Yatırım Promosyon Ajansı - Kotra ve Kore Uluslararası Güzellik Sanayi Ticaret Derneği – IBITA'nın organizasyonu ile Kore'den, Fas Krallığı İstanbul Başkonsolosluğu'nun ve Maison de l'Artisan derneğinin yürüttüğü başarılı çalışmaların sonucunda Fas'tan çok sayıda seçkin firma BeautyEurasia'da alıcılar ile buluştu. Grup katılımlarının yanı sıra Türkiye, Brezilya, Yunanistan, Hollanda, Sırbistan, İsviçre, İngiltere ve Kanada gibi pek çok ülkeden gelen katılımcılar çok sayıda anlaşmaya imza attı.

BeautyEurasia

ufi Approved Event

12. Uluslararası Kozmetik, Güzellik, Kuaför Fuarı



21-23 NİSAN 2016

İFM-İstanbul Fuar Merkezi - Yeşilköy

www.**BeautyEurasia**.com

Kıtaların Buluştuğu Yerde
GÜZELLİK ile BULUŞALIM!

Organizatörler

ITE TURKEY | EUF | PLATFORM ULUSLARARASI FUARCILIK A.Ş. INTERNATIONAL EXHIBITIONS INC.

T: +90 212 603 33 33 | info@beautyeurasia.com

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR







3 günde 9.127 profesyonel ziyaretçi fuarı gezdi

Türkiye, Balkanlar, Orta Asya, Kafkaslar, Orta Doğu ve Afrika'yı kapsayan Avrasya bölgesinin her köşesinden ve 100'ü aşkın ülkeden gelen toplam 9.127 profesyonel ziyaretçi BeautyEurasia 2015 fuarını ziyaret etti. Her yıl olduğu gibi yüzlerce bölgeden ziyaretçileri ağırlayan BeautyEurasia 2015 Orta Asya ve Kafkaslar'dan, Balkanlardan, Orta Doğu, Körfez ve Afrika ülkelerinde yürütülen çalışmalar sonucunda çok sayıda kozmetik ithalatçıları fuara ilgi gösterdi. Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı 'Alım Heyeti' programı kapsamında 38 ülkeden gelen alıcılar BeautyEurasia 2015'i ziyaret etti.

BeautyEurasia'ya münferit ziyaretçilerin yanı sıra seyahat acentaları ve dernekler vasıtasıyla Bulgaristan, Nijerya, Irak, Fas ve Tunus gibi birçok ülkeden gelen ziyaretçi grupları katılımcı firmalar ile buluştu ve sektöre yeni pazarlara açılma olanakları sundu. BeautyEurasia 2015 üç gün boyunca Türkiye'den gelen ziyaretçi akınına uğradı. Başta İzmir ve Antalya olmak üzere Türkiye'nin çeşitli il ve ilçelerinden fuara toplu ziyaretler gerçekleşti. Akyazı Berberler Odası, Bayramiç Berberler Odası, İzmir Kuaförler Odası, Karacabey Berberler ve Kuaförler Odası, Kütahya Berberler ve Kuaförler Odası, Afyonkarahisar Bolvadin Berberler ve Kuaförler Odası, Antalya Berberler Odası, Antalya Kuaförler ve Manikürcüler Odası, Biga Esnaf ve Sanatkarlar Odası ve Gönen Berberler Odaları dan gelen kuaförler fuara renk kattı.

Seneye, 21 – 23 Nisan 2016 tarihlerinde, Atatürk Havaalanı karşısındaki İstanbul Fuar Merkezi'nde (IFM, 9-10-11 salonlar) 12. BeautyEurasia Fuarı'nda, görüşmek dileklerimizle.







sweet® baby

Turkey



1965'den beri...
Since 1965

Bebek ve Anne ürünleri

Sağlıklı Ürünler... Sağlıklı Bebekler...



Intertek

ARIKAN
İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.

BUREAU VERITAS

Göztepe Mah. Orhangazi Cad.
No: 25/D Bağcılar - İSTANBUL / TURKEY
Tel: 0090 212 446 23 23 - 0090 212 447 22 48
Fax: 0090 212 446 26 23
www.sweetbaby.com.tr info@sweetbaby.com.tr

Fuardan Kareler

















AYNI ŞEY'DEN 2 *tane olsa* FENA MI OLUR?



ŞEY®

PREZERVATİF

JAUNE VASTE TOPUK ÇATLAKLARINA KARŞI AYAK BAKIM KREMİ



Çatlamışya da çatlamaya meyilli topuklar başta olmak üzere ayaklara ihtiyacı olan nemlendirici veonarıcı bakımı sağlayan Jaune Vaste Healty Feet ayak bakım kremi eczanelerde tüketicisi ile buluştu.

Hafif ve hızlı emilen formülü ile ayaklarda yağlı ve yapışkan hissi bırakmadan ilk andan itibaren keyifli kullanım sağlıyor. Çatlamış topuklarda onarıcı etki göstererek, sertleşmiş deriyi yumuşatarak, ayaklardaki ölü hücreleri uzaklaştırarak, pürüzsüz ve ipeksi bir görünüm kazandırmaktadır. Düzenli kullanıldığında yoğun ve uzun süreli nemlendirme etkisiyle topuk çatlaklarını onarmaya ve topuk çatlaklarının oluşumunu önlemeye de yardımcı olur. Etkili formülü ile aynı zamanda sertleşmiş ve rengi koyulaşmış yıpranmış görünümlü diz, bilek ve dirseklerde de kullanılabilir.

OKULA DÖNÜŞ ZAMANI EĞLENCELİ OLSUN...

Bebe D'or; Zoo Serisi'nde yer alan askılı ve pipetli bardakla okula dönüş keyfi yaşatacak...



Okulda tüm çocukların en büyük ihtiyaçlarından biri de bardaklardır. Bardakların hem hijyen sağladığı için kapaklı olması hem de askılı oluşuyla kolay kullanımı anneler tarafından çok tercih edilir. Bebe D'or da tüm bu ihtiyaçlardan yola çıkarak ürettiği Bebe D'or Zoo serisi askılı ve pipetli bardak ile okul çağındaki tüm çocukları sevimli hayvanların renkli ve büyülü dünyasında bir serüvene çıkarıyor…

ÖNCE SAĞLIK...

Kadın sağlığı ve konforu için özel olarak geliştirilmiş olan Biolady Pamuklu Seri, %100 saf ve doğal pamuktan oluşan üst yüzeyi ve klor kullanılmadan ağartılmış sağlıklı yapısıyla kadınlara hassas ve sağlıklı bir alternatif oluşturuyor.



Biota Laboratuvarları tarafından piyasaya sunulan "Biolady Pamuklu Seri" özellikle hassas cilt yapısına sahip kadınların imdadına yetişiyor. Hipoalerjenik, nefes alabilir ve dermatolojik olarak test edilmiş Biolady ürünleri hijyenik pedlerin neden olduğu irritasyonlara sebebiyet vermeyerek kadınları bir kabustan kurtarıyor ve hijyenik pedlerin de en az kendileri kadar hassas olabileceğini gösteriyor. Bunun yanı sıra klorsuz yapılan ağartması sayesinde en sağlıklıseçimi sunuyor. Biolady Pamuklu Seri, "pamuksu" değil saf, doğal pamukluüst yüzeyi ile piyasa ürünlerine fark atıyor. Saf ve doğal pamuktan oluşan üst yüzeye sahip menstruasyon pedleri ve organik pamuktan oluşan üst yüzeye sahip günlük pedi ile Biolady Pamuklu Seri 9,90 TL tüketici satış fiyatıyla sadece eczanelerde tüketiciler ile buluşuyor.

JAUNE VASTE

BEAUTY CARE PRODUCTS



Yaşlanma Karşıtı Yenileyici El Bakım Kremi ve
Topuk Çatlaklarına Karşı Ayak Bakım Kremi ile
Jaune Vaste ürünleri

Sadece eczanelerde

www.jaunevaste.com

Doğal Emme Hareketini Destekleyen Biberon;

YENİ Lansinoh NaturalWave™ Biberon



Lansinoh NaturalWave™ Biberon her koşulda bebeklerin anne sütü ile beslenmesi düşünülerek, bebeklerinde uzak kalmak durumunda olan annelerin bebekleriyle buluştuklarında emzirmeye devam edebilmeleri için özel olarak geliştirildi.Gıda saklamak için güvenli BPA ve BPS içermeyen polipropilenden üretilen biberon, kolay kavrama ve etkin emişi destekleyen tabanı ve %100 silikondan üretilen NaturalWave™ Biberon Emziği, yavaş, orta, hızlı akış seçenekleri ile fark yaratıyor. Benzersiz, kademeli ve eğimli tasarımı ile bebeklerin anne memesini emerken uyguladıkları "dalgaya benzer" peristaltik dil hareketini uygulamayı kolaylaştıran NaturalWave™ Biberon Emziği, AVS™ (Hava Giriş Sistemi) teknolojisiyle, kolik sancısının potansiyel nedeni olan hava yutmayı da azaltıyor.

ESEN EAR PLUG
orjinal silikon kulak koruyucu

Daha rahat bir uyku için,kitap okurken,duş yaparken sağlıklı ve hijyenik olmayan ortamlarda yüzerken,dinlenirken,seyahat ederken,gürültülü işlerde,yüksek sesli ortamlarda esen EAR PLUG orjinal 2'li, 4'lü ve ipli silikon kulak koruyucuları saklama kabı ile birlikte



HİDROFUGAL YOĞUN TERLEMEYE KARŞI BİLİMSEL KORUMA...



Hidrofugal, 1926 yılında Almanya'da üretilmiş ilk medikal deodoranttır. Aynı zamanda, Almanyanın 1 numaralı yüksek koruma deodorantıdır.

- Mineraller içerir . Hafif bir kokuya sahiptir.
- Aşırı bölgesel terlemeye (hiperhidroz) ve terden kaynaklı kötü koku oluşumuna karşı bilimsel olarak kanıtlanmış güvenilir koruma sağlayam medikal bir üründür.
- Koltuk altınızın ekstra kuru kalmasını sağlar.
- Ürün alkol ve koruyucu madde içermez.
- Ciltle uyumları dermotolojik olarak test edilmiştir

Jellia Skin Jellia Skin Jellia Skin Jellia Skin Jellia Skin

Jellia Skin



YENİ!



KLASİK

YENİ!



TIRTIKLI



SÜPER İNCE



RENKLİ & KOKULU

Natural Kozmetik Ltd.
www.jellia.com.tr

Ürün Dünyası

StopEver

ADET AĞRILARI İÇİN ISITICI PED

Adet ağrıları için ısıtıcı ped ultra ince ergonomik tasarım. Doğal ıdıl terapi ile adet ağrılarının giderilmesine, menstrual krampların azalmasına ve regl döneminde rahatlamanıza yardımcı olur. Kolay kullanımı ve doğal ısıl terapi etkisi ile adet ağrılarını gidermeye, soğuk havalarda ısınmanıza yardımcı olur



Akdeniz doğasının cildinize dokunuşu

Le Petit Marseillais'nin hikâyesi...

Le Petit Marseillais; samimiyetin, gülümseyen insanların, canlı renklerin, güzel kokuların anavatanı Akdeniz'de doğdu ve büyüdü. 1986'da markalaşmasından sonra Akdeniz'den gelen doğallığı ve içtenliği dünyanın bambaşka yerlerine taşıdı. Nereye giderse gitsin, kalbi hep Akdeniz için atmaya devam etti. Tıpkı logosundaki Marsilya Limanı'ndan denizi izleyen çocuk gibi. Bu küçük çocuk, markanın sadeliğini ve samimiyetini simgeliyor.
Le Petit Marseillais, Akdeniz'den gelen doğallığıyla artık Türkiye'de.



Yeni Üyeler

CEVELAN
DANIŞMANLIK & PAZARLAMA

CEVELAN DANIŞMANLIK PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş
DİLEK TALAY
Şerif Ali Mah.Şehit Sok.No:22/2 Y.Dudullu-Ümraniye/İSTANBUL
Tel: 216 706 60 60
Web Adres : www.cevelan.com.tr
E Posta : dilektalay@cevelan.com.tr

İDİL
TOPTAN İTRİYAT & KOZMETİK

İDİL TOPTAN İTRİYAT & KOZMETİK
DİLEK BULAK
Muratpaşa Mah.Çatal Köprü Cad.No:21/A
MURATPAŞA/ANTALYA
Tel: 242 243 03 46 Fax : 242 247 45 78
Web Adres : www.idilkozmetik.com
E Mail : dilekbulak1@hotmail.com


Wee baby be happy
BPA free
Bebeğinizi beslemenin
en doğal hali...
Wee Baby Isıya Dayanıklı Geniş Ağızlı Cam Biberon'lar
özel olarak saf borosilikat camdan üretilmiştir.
Hafif tasarımı sayesinde, tüm annelere doğal ve
pratik bir beslenme yöntemi sunar.
Yüksek ısıya ve ani ısı değişiminden kaynaklanan
şok durumuna dayanıklıdır.
Güvenle ısıtılabilir ve buzdolabında saklanabilir.
Isıya Dayanıklı
1 ve 2 No'lu yedek biberon emziği mevcuttur.
Gaz Önleyici
Antikolik Sistem
Ortodontik Silikon Uç
Air System
250 ml
180 ml
120 ml
Wee baby
be happy
www.babywee.com
facebook.com/burdabebek

gsk

SENSODYNE®



Yeni

10 kat

Birçok günlük beyazlatıcı diş macununa göre

daha az aşındırıcı.