

# OTC NEWS

vitamin • anne&bebek • dermokozmetik • kişisel bakım • fitoterapi • longevity • ilaç Yıl : 12 • Sayı: 67 • Mayıs-Haziran 2026

ISSN:2149-200X.

## Neutrogena®

BEAUTY TO A SCIENCE



Amerikalı Dermatologların Önerdiği  
**1 Numaralı Güneş Koruyucu Markası**

**ŞİMDİ TÜRKİYE'DE!**

## 7'den 70'e Herkes için Destek



- Şurup (Portakal, Frambuaz)
- Kapsül
- Gummy

- Şurup
- Gummy

- Dil altı Sprey

- Oral Sprey

- Şurup (Portakal)
- Kapsül
- Gummy

### Patentli İçerikler

CogniZin® sitikolin	250 mg
Affron® Safran	30 mg
MecobalActive® B12	1000 mcg

CogniZin® KYOWA HAKKO BIO CO tescilli markasıdır.

Affron® Pharmactive Biotech Products S.L.U.'nun tescilli markasıdır.

\*İlaç değildir.  
Takviye edici gıdalar normal beslenmenin yerine geçmez.

DANIŞMA VE SİPARİŞ HATTI

0545 344 01 33

AXELON PHARMA

www.axelon.com.tr



# BABE

LABORATORIOS

## YENİ SERİ ÜRÜNLERLE GÜNEŞ SİZE İYİ GELECEK

GÜNDEN GÜNE KORUMA  
365  
DAY BY DAY PROTECTION





**Ecz. Yusuf KÜRKÇÜOĞLU**

yusuf@otcnews.com.tr

@yusufkurcuoglu

yusufkurcuoglu

## REKLAM VE PR'İN FAYDALARI...

**R**eklam ve PR çalışmaları her sektör için önemlidir. Reklam, bir ürün ya da hizmetin tanıtımını yaparak daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayan önemli bir pazarlama aracıdır. PR çalışması yaparak faaliyetlerinizi ilgili kitleye ulaştırabilirsiniz. İşletmelerin başarıya ulaşabilmesi için reklamlar, potansiyel müşterilerin dikkatini çekmek ve onları satın almaya teşvik etmek açısından kritik bir rol oynar. Reklamın önemi şu noktalarda özetlenebilir:

**Marka Bilinirliği:** Reklam, bir markanın tanınmasına yardımcı olur. İnsanlar bir markayı ne kadar çok görürse, o kadar fazla hatırlarlar ve bu da markanın tercih edilmesini sağlar.

**Hedef Kitleye Ulaşma:** Reklamlar, doğru hedef kitleye ulaşmanın en etkili yollarından biridir. Eczacılar, doktorlara, sağlık profesyonellerine yönelik reklamlarla, ürün veya hizmetinizin ilgili kişilere ulaşmasını sağlayabilirsiniz.

**Satışları Artırma:** Ürün veya hizmetin faydalarını ve avantajlarını vurgulayarak, potansiyel müşterilerin satın alma kararlarını etkilemek mümkündür.

**Rekabet Avantajı Sağlama:** Reklam, rakiplerinizin önünde olmanıza yardımcı olabilir. Hedef kitleye ne kadar çok ulaşır ve onları ne kadar iyi etkilerseniz, rekabette o kadar avantajlı olursunuz. Alanınız ile ilgili bir mecrada bir sayfa reklam size yeni müşteriler kazandırabilir. Tabii burada reklamın sürekliliği de önemlidir.

**Yeni Ürün veya Hizmet Tanıtımı:** Yeni bir ürün veya hizmet piyasaya sunulduğunda,

reklamlar bu yenilikleri duyurmanın en hızlı yoludur. Eczacılar, Sağlık profesyonelleri, reklamlar sayesinde yeni şeyleri görür ve ilgilerini çekebilir.

**Sadakat Oluşturma:** Etkili reklam kampanyaları, marka sadakati oluşturabilir. Müşteriler, düzenli ve etkili reklamlara maruz kaldıklarında, markaya bağ kurar ve tekrar sipariş verme ihtimalleri artar.

**İmaj ve İtibar Yönetimi:** Reklamlar, markanın imajını ve itibarını geliştirmek için de kullanılır. Özenle tasarlanmış bir reklam kampanyası, markanın prestijini artırabilir. Kısacası, reklam yapmanın önemi, yalnızca ürün veya hizmet satmakla sınırlı değildir; aynı zamanda bir marka inşa etmek, müşteri ilişkileri kurmak ve pazar payı artırmak için de kritik bir araçtır.

### TEİS 20 YAŞINDA

Tüm Eczacı İşverenler Sendikası (TEİS) 20. yılını kutluyor. 27 Nisan 2006 tarihinde kurulan Tüm Eczacı İşverenler Sendikası, kurulduğu günden bu yana halk sağlığını önceleyen, eczacılık mesleğinin saygınlığını korumayı ilke edinen bir Sendika olma özelliğini koruyor. Sağlık sisteminin en önemli yapı taşlarından biri olan eczanelerin sürdürülebilirliği için kararlılıkla çalışan TEİS, Ecz. Nurten Saydan başkanlığında eczacılarımızın emeğinin karşılığını alabildiği, vatandaşlarımızın ilaca kesintisiz ve güvenli erişebildiği bir sistem için mücadelesini sürdürüyor. Daha güçlü ve daha sürdürülebilir bir eczacılık sistemi için çalışmalarına kararlılıkla devam eden TEİS'in 20. yaşını kutlar, başarılar dileriz.

### RÖPORTAJLARIMIZ...

Bu sayımızda birbirinden değerli firmalarımızın yöneticileriyle yaptığımız röportajlar yer alıyor. Voonka Genel Müdürü Volkan Şahin Demirkaya ile Voonka'nın ürün geliştirme yaklaşımını konuştuk. Tüketici Sağlığı Ürünleri Derneği (TÜKSA) Yönetim Kurulu Başkanı Av. Süleyman Kara ile bir söyleşi gerçekleştirdik. Sayın Kara, TÜKSA'nın hedeflerini dergimize anlattı. İLKO İlaç Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Cem Öncel ile de Wellcare'in 10. Yılı'nı konuştuk. Tüketici sağlığı alanına yeni, yüksek teknoloji ile geliştirilen ve üretilen inovatif ürünler sunma hedefiyle çalışan Wellcare, eczane kanalını, tüketici sağlığı alanında güvenin ve doğru bilginin merkezi olarak görüyor. Pharvest İlaç Sanayi Pazarlama Direktörü Aslıhan Kaşıkçıoğlu Nayır da Türkiye'de ilk defa pazara giren strip formundaki gıda takviyelerini anlattı. Nayır, Türkiye'de strip form teknolojisinin gerçek anlamda anlaşılması ve hayatın bir parçası haline gelmesi için çalışacaklarını vurguluyor.

14 Mayıs 1839 Türkiye'de eczacılık sınıflarının müstakil teşekkül ettiği ve ilk dersin verildiği gündür. Bu vesile ile tüm eczacılarımızın 14 Mayıs Türk Eczacılık Günü kutlu olsun.

Yeni bir sayıda buluşmak dileğiyle,  
Esen Kalın...

*Yusuf Kırkcüoğlu*



# NAD<sup>+</sup> Biliminde GÜVEN STANDARTLARLA BAŞLAR!

**Tru Niagen USP** (Amerika Birleşik Devletleri Farmakopesi) Tarafından  
Monografi Yayınlanan **İlk NAD<sup>+</sup> Öncüsü** Oldu!

**USP** monografi yayınlanan ilk bileşen olan **NRCI** kalite ve saflık kriterlerinde küresel bir referans noktası haline geldi. Bilimsel otorite tarafından tescillenen bu üstünlük sayesinde sağlığınız için en güvenilir ve en etkili standardı sunuyoruz.



Detaylı bilgi için:  
[info@cronospharma.com](mailto:info@cronospharma.com)



© cronos.pharma  
#cronospharma



**02 BAŞYAZI**  
**Ecz. Yusuf KÜRÇÜOĞLU**  
REKLAM VE PR'İN FAYDALARI...

**12 LANSMAN**  
WELLCARE, 'YAŞAMAYI SEVİCEN'  
YAKLAŞIMINI ÜÇ YENİ İNOVATİF ÜRÜNÜYLE  
BİR ADIM DAHA İLERİ TAŞIDI

**22 GÜNDEM**  
NOBEL'İN GRİ BERE İYİLİK HAREKETİ'NE  
DOKTORCLUB AWARDS'TAN ÖDÜL

**24 GÜNDEM**  
HATİCE ÖNCEL: SAĞLIK SİSTEMİ  
KORUYUCU VE ÖNLEYİCİ YAKLAŞIMA  
EVİRİLİYOR

**26 MAKALE**  
**Tuncay TAŞKIN**  
VÜCUDUNUZLA KONUŞAN KAPSÜLLER  
Mİ GELİYOR: ARTIK SENSÖRLERİ DE Mİ  
YUTACAĞIZ?

**28 GÜNDEM**  
TAB İLAÇ, 15'İNCİ YILINDA YENİ NESİL  
VİTAMİN MARKASI TABVİTAMİN'Sİ TANITTI

**30 GÜNDEM**  
TÜRKİYE AĞIZ SAĞLIĞI HARİTASI  
ARAŞTIRMASI AÇIKLANDI

**32 GÜNDEM**  
MENARİNİ TÜRKİYE İNSAN KAYNAKLARI  
DİREKTÖRÜ AYSU AVCI ÖZCAN, "EN  
YENİLİKÇİ 50 İK LİDERİ" ARASINDA

**32 GÜNDEM**  
ETKİLİ AĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI İÇİN ORAL-B İO

**34 MAKALE**  
**Uzm. Ecz. Sema UYSAL ZEYBEK**  
SERAMİDLER

**36 MAKALE**  
**Mehmet Can VARLIK**  
SOSYAL MEDYADA GIDA TAKVİYESİ  
REKLAMCILIĞI: İNCE AYAR DÖNEMİ

**37 GÜNDEM**  
OBEZİTEYLE MÜCADELEDE HEKİM -  
ECZACI İŞ BİRLİĞİ: HOBİSAD'DAN KRİTİK  
UYARI!

**40 HOMEOPATI**  
**Homeopat Ecz. Gülay GÜLEŞCE VAROL**  
BACH ÇİÇEKLERİ  
Walnut  
Etki altına alınabilirlikten, metanetli  
olmaya

**42 GÜNDEM**  
BAHAR YORGUNLUĞUNA KARŞI ENERJİYİ  
KORUMANIN YOLLARI

**44 MAKALE**  
**Mahmut BOZYİĞİT**  
BANKA KREDİLERİYLE BÜYÜME SAĞLIKLI  
MI?  
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, FİNANSAL RİSKLER  
VE YAPISAL SAKINCALARI!

**46 KISA**  
BAYER TÜKETİCİ SAĞLIĞI'NDA ÖNEMLİ  
ATAMALAR



**28**  
İLAÇ TEMİN  
PROTOKOLÜ REVİZYONU  
İMZALANDI

**06**

"TÜKSA'YI SEKTÖRÜN  
REFERANS NOKTASI HALİNE  
GETİRMİYİ AMAÇLIYORUZ"

Tüketici Sağlığı Ürünleri Derneği Başkanı  
Av. Süleyman Kara: "Bizden beklenen;  
yalnızca temsil eden bir yapı olmak değil,  
sağlık okuryazarlığını geliştirmek, bilinçli  
kullanımı yaygınlaştırmak ve mevzuata  
uygun bir iletişim anlayışı sergilemektir."

**08**

"VOONKA OLARAK GÜVEN  
İNŞA ETMEYİ, ÜRÜN  
GELİŞTİRMEK KADAR ÖNEMLİ  
GÖRÜYORUZ"

Voonka Genel Müdürü Volkan Şahin  
Demirkaya: "Voonka olarak ürün geliştirme  
süreçlerimizi, bilimsel gelişmeleri yakından  
takip eden ve tüketici ihtiyaçlarını merkeze  
alan bir anlayışla yürütüyoruz" dedi.

**10**

"WELLCARE; 10 YILDIR, BİLİMİN  
GÜCÜYLE KORUYUCU SAĞLIKTA  
BÜTÜNSEL BİR YAKLAŞIM VE GÜVEN  
SUNUYOR"

İLKO İlaç Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Cem Öncel:  
Hedefimiz, tüketici sağlığı alanında yalnızca ürün  
sunan bir marka olmak değil; doğru içerik, doğru  
form ve güvenilir üretim anlayışıyla yaşam kalitesini  
destekleyen bir yapı kurmak. Önümüzdeki dönemde  
de hem ürün çeşitliliğimizi hem de bu alandaki etki  
gücümüzü artırmayı sürdüreceğiz.



**38**  
BAYER'DEN KADIN SAĞLIĞINA  
DİKKAT ÇEKEN KAMPANYA:  
#NORMALDEĞİL

# 16

## MAVİ İZ PROJESİYLE DENİZ KİRLİLİĞİNE SANAT DOKUNUŞU

Orzax CEO'su Yunus Emre Alimoğlu; denizlerin temizliğinin Omega-3 kaynaklarının sürdürülebilirliği ve kalitesi için hayati önem taşıdığını vurgulayarak, çevresel sürdürülebilirlik ile insan sağlığı arasındaki bağlantıya dikkat çekti.



# 20

## STRİP FORMDAKİ BESİN TAKVİYELERİ ECZANELERDE

Pharvest İlaç Sanayi Pazarlama Direktörü Aslıhan Kaşıkçıoğlu Nayır: Türkiye'de strip formun öncüsü olarak en büyük hedefimiz; bu teknolojiyi daha geniş kitlelerle buluşturmak, sağlık profesyonelleri tarafından benimsenmesini sağlamak ve kullanıcıların günlük yaşamına doğal bir şekilde entegre etmek.



# 24

## KOŞ, YÜRÜ, DEVAM ET: COMPEED ARTIK TÜRKİYE'DE

Avrupa'nın en çok tercih edilen cilt onarım uzmanı Compeed artık Türkiye'de. Perrigo Türkiye'nin Pazarlama Direktörü Gözde Gündüz Shavky: Compeed ürünleri uzun süreli kullanım performansı ile gün boyu kesintisiz konfor sunarak kullanıcı deneyimini bir üst seviyeye taşıyor.



# 41

## VIMEX'İN AVANTAJLARI BAHAR KAMPANYALARI İLE DEVAM EDİYOR



# 46

## BABE'NİN 3 YENİ RENK LİP&CHEEK'İ DAHA TÜRKİYE'DE!



### İmtiyaz Sahibi

Yasemin KÜRKÇÜOĞLU

### Genel Yayın Yönetmeni

Ecz. Yusuf KÜRKÇÜOĞLU  
yusuf@otcnews.com.tr

### Sorumlu Yazışleri Müdürü ve

### Reklam Koordinatörü

Yasemin KÜRKÇÜOĞLU

### Görsel Tasarım

Biriz Ajans

### DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Ahmet ARAMAN

Ecz. Kamber ÇAL

Ecz. Veysel DEMİRCİ

Ecz. Emin OLGUN

Ecz. Faruk HABERVEREN

Ecz. Gülay Güleşçe VAROL

Ecz. Murat AKBIYIK

Ecz. Ali ERDEM

Fikret KÜÇÜKKOYUNCU

Dr. Ecz. Metin UYAR

### Mali Müşavir

Ali Haydar BALCI

### OTC News Yönetim Yeri

Barbaros Hayrettin Paşa Mah.

1993 Sk.Papatya Residence 2.

No: 35 A Blok, Ofis No: 109

Esenyurt / İstanbul

Tel: 0212- 853 63 05

**Baskı:** Akademi Basım Yayın Ltd.Şti.

Davutpaşa Cad. Güven İş Merkezi. D Blok. No: 114.

Topkapı. Fatih /İSTANBUL Tel: 0212- 493 24 67

Matbaa Sertifika No: 47610

**Dağıtım:** Mojistik Medya

Yayın Türü: Yaygın Süreli 2 Aylık

Baskı Tarihi: 02 Mayıs 2026

[www.otcnews.com.tr](http://www.otcnews.com.tr)

Dergide yer alan makalelerdeki fikirler yazarlarına aittir.

Yayınlanan ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir.

Yazılar kaynak gösterilerek yayınlanabilir.

**OTCNEWS**

Tüketici Sağlığı Ürünleri Derneği Başkanı Av. Süleyman Kara:

# “TÜKSA’yı sektörün referans noktası haline getirmeyi amaçlıyoruz”

Süleyman Kara: “Bizden beklenen; yalnızca temsil eden bir yapı olmak değil, sağlık okuryazarlığını geliştirmek, bilinçli kullanımı yaygınlaştırmak ve mevzuata uygun bir iletişim anlayışı sergilemektir.”



## TÜKSA

TÜKETİCİ SAĞLIĞI ÜRÜNLERİ DERNEĞİ

sına destek olacaktır. Sonuç olarak bilinçli tüketici, makro düzeyde maliyet verimliliği anlamına gelmektedir.

**Öz bakım yaklaşımı tüketiciler açısından nasıl bir değişim yaratıyor? Sektör bu dönüşüme nasıl yanıt veriyor?**

Öz bakım; bireyi pasif hasta konumundan kendi sağlığını aktif olarak yöneten bir role taşımaktadır. Bugünün tüketicisi yalnızca tedavi sürecine dahil olmakla yetinmeyip sağlık risklerini erken fark eden, önleyici adımlar atan ve düzenli takip alışkanlığı geliştiren bir profil sergilemektedir. Sektör bu değişime; Ar-Ge yatırımlarını artırarak, kanıta dayalı ürün portföyleri oluşturarak, içerik şeffaflığına önem vererek ve eczacı danışmanlığını merkeze alan iletişim stratejileri benimseyerek yanıt vermektedir. Dijital platformlar aracılığıyla bilgiye erişimin kolaylaşması bu süreci hızlandırmaktadır. Bununla birlikte temel ilke değişmemektedir: Tüketici sağlığı ürünleri tedavinin yerini alamaz; yalnızca bilinçli kullanım çerçevesinde tamamlayıcı bir işlev üstlenebilir.

**Sizi bu görevde kalmaya en çok motive eden sorumluluk ne oldu?**

Bu görevde beni en çok güçlendiren şey, tüketici sağlığının insanların günlük yaşamıyla bu denli iç içe geçmiş olmasıdır. Doğru kurgulandığında öz bakım hem bireylerin yaşam kalitesini yükseltir hem de sağlık sistemindeki yoğunluğu azaltır. Hekimlerin daha fazla zamanı gerçekten kritik vakalara ayırabilmesine zemin hazırlayan bir yapının güçlenmesine katkıda bulunmak, benim için önemli bir motivasyon kaynağı. Bu sorumluluk elbette paydaşlar arasındaki dengeyi gözetme becerisi ve mevzuata hâkimiyeti gerektiriyor. Ancak kamu yararı ile sektörün uzun vadeli çıkarlarını tek bir zeminde buluşturma çabası, bu zorlukları anlamlı ve karşılanmaya değer kılyor.

**T**üketici Sağlığı Ürünleri Derneği (TÜKSA) Yönetim Kurulu Başkanı Av. Süleyman Kara ile bir söyleşi gerçekleştirdik:

### Tüketici Sağlığı Ürünleri

**Derneği’ni kurarken öncelikli amacınız ve vizyonunuz neydi?**

Kuruluş çalışmaları 2024’te başlayıp 2025’te tamamlanan TÜKSA, reçetesiz sağlık ürünleri alanındaki tüm paydaşları ortak bir çatı altında bir araya getirmek amacıyla hayata geçirildi. Temel hedef; sektörde şeffaf, etik ve kalıcı bir yapı oluşturmak, aynı zamanda tüketicilerin sağlık konusundaki farkındalığını artırmak. Derneği yalnızca bir temsil organı olarak konumlandırmak değil; kamu kurumlarıyla yapıcı, somut verilere dayalı bir diyalog zemini kurmak önceliğimiz oldu. Toplumsal faydayı gözeten sürdürülebilir bir model ortaya koyarak TÜKSA’yı sektörün referans noktası haline getirmeyi amaçlıyoruz.

**Tüketici sağlığı sektörünün sağlık sistemi içindeki rolü sizce nasıl değişiyor ve bu dönüşüm sektöre ne tür sorumluluklar yüklüyor?**

Tüketici sağlığı artık salt ürün kategorileri bağlamında değil, sağlık sisteminin bütünsel sürdürülebilirliği ve hekimlerin üzerindeki yükün dengelenmesi açısından da ele alınıyor. İyi yönlendirilmiş öz

bakım pratikleri, basit şikâyetlerin evde çözülmesine katkı sunarak sağlık kurumlarına gereksiz başvuruları azaltabiliyor ve hekimlerin daha kritik vakalara yoğunlaşmasına olanak sağlıyor. Bu nedenle bizden beklenen; yalnızca temsil eden bir yapı olmak değil, sağlık okuryazarlığını geliştirmek, bilinçli kullanımı yaygınlaştırmak ve mevzuata uygun bir iletişim anlayışı sergilemektir. Dijital dönüşümün hız kazanması ve reklam duyarlılıklarının artması bu sorumluluğu daha da stratejik bir boyuta taşımaktadır.

**Sağlık okuryazarlığının güçlenmesi, tüketici sağlığı pazarı ve sağlık harcamalarını açısından nasıl bir ekonomik etki yaratır?**

Sağlık okuryazarlığındaki ilerleme yalnızca bireysel bir kazanım olmakla kalmaz; sistemin tamamına verimlilik olarak yansır. Bilinçli ürün seçimi; sağlık kuruluşlarına gereksiz ziyaretlerini azaltır, erken müdahaleyi teşvik eder ve koruyucu sağlık anlayışını güçlendirir. Küresel araştırmalar, öz bakım uygulamalarının sağlık sistemleri üzerindeki mali yükü önemli ölçüde hafifletebildiğini ortaya koymaktadır. Türkiye’de bu alanda sağlanacak somut bir ilerleme, kamu kaynaklarının daha akılcı biçimde kullanılmasına ve sağlık harcamalarının uzun vadeli bir dengeye kavuşma-

**Yemek Fazla Kaçtıysa**

**Karıştır, Köpürt,  
Rahatla!**

**Şimdi  
Eczanelerde!**



Kısa Ürün Bilgisi için  
karekodu okutunuz.



Voonka Genel Müdürü Volkan Şahin Demirkaya:

# “Voonka olarak güven inşa etmeyi, ürün geliştirmek kadar önemli görüyoruz”

Volkan Şahin Demirkaya, “Voonka olarak ürün geliştirme süreçlerimizi, bilimsel gelişmeleri yakından takip eden ve tüketici ihtiyaçlarını merkeze alan bir anlayışla yürütüyoruz” dedi.



**G**ıda takviyeleri sektörü, son yıllarda yalnızca büyüyen bir pazar değil; aynı zamanda güven, kalite ve bilimsel yaklaşımın en çok sorgulandığı alanlardan biri haline geldi. Bu dinamik dönüşümün merkezinde yer alan markalardan biri olan Voonka, yenilikçi ürün geliştirme anlayışı ve güçlü üretim altyapısıyla dikkat çekiyor. Kampotu ilaç güvenesiyle şekillenen bu yolculuğun arkasındaki vizyonu ve markanın geleceğe dair hedeflerini, Voonka Genel Müdürü Volkan Şahin Demirkaya ile konuştuk.

**Voonka'nın ürün geliştirme yaklaşımını nasıl tanımlarsınız?**

Voonka olarak ürün geliştirme süreçleri-

mizi, bilimsel gelişmeleri yakından takip eden ve tüketici ihtiyaçlarını merkeze alan bir anlayışla yürütüyoruz. Kampotu ilaç'ın 12 yılı aşkın üretim tecrübesi ve kalite odaklı yaklaşımı, bu süreçte en güçlü referansımızı oluşturuyor. Gıda takviyeleri alanında güvenilir ve uzun vadeli çözümler sunmayı hedeflerken, kalite standartlarımızı büyüme anlayışımızın ayrılmaz bir unsuru olarak konumlandırıyoruz.

**Voonka'yı sektörde ayırtıran temel değerler ve marka misyonu nedir?**

Voonka'yı sektörde ayırtıran en temel unsurların başında, 12 yılı aşkın üretim tecrübesi ve yüksek kalite standartlarından ödün vermeyen yaklaşımımız geliyor. Kampotu ilaç bünyesinde faaliyet göster-

ren markamız, güçlü üretim altyapısı ve geniş üretim hacmiyle gıda takviyeleri alanında sürdürülebilir ve güvenilir çözümler sunmayı hedeflemektedir. Ürün geliştirme süreçlerimizde kaliteyi yalnızca bir standart olarak değil, tüm operasyonlarımızın merkezinde konumlandırıyor; bilimsel gelişmeleri yakından takip ederek tüketici ihtiyaçlarına yanıt veren yenilikçi ürünler geliştiriyoruz. Bu yaklaşım, Voonka'nın sektörde güvenilir ve güçlü bir marka olarak konumlanmasının temelini oluşturmaktadır.

**Voonka olarak tüketiciyle kurduğunuz güven ilişkisini nasıl tanımlarsınız?**

Voonka olarak tüketiciyle kurduğumuz güven ilişkisini, tüm süreçlerimizin merkezine yerleştirdiğimiz en temel değer olarak görüyoruz. Ürün geliştirmeden üretime, kalite kontrol süreçlerinden son kullanıcıya ulaşan deneyime kadar her aşamada şeffaf, sürdürülebilir ve yüksek standartlara dayalı bir yaklaşım benimsiyoruz. Amacımız yalnızca ürün sunmak değil; tüketicilerin gönül rahatlığıyla tercih edebileceği, uzun vadeli bir güven bağı oluşturmak. Bu nedenle attığımız her adımda kaliteyi ve güveni birlikte ele alıyor, tüketicilerimizle güçlü ve kalıcı bir ilişki kurmayı hedefliyoruz.

**Son dönemde mikrobiyota odaklı ürünlere yönelmenizin arkasındaki motivasyon nedir?**

Mikrobiyota konusu, son yıllarda hem bilimsel çalışmaların hem de tüketici farkındalığının arttığı önemli bir alan haline geldi. Biz de bu gelişimi yakından takip ederek, ürün portföyümüzü bu doğrultuda genişletmeyi stratejik bir adım olarak değerlendiriyoruz. Bu yaklaşım, markamızın yenilikçi ve gelişime açık yapısının doğal bir yansımasıdır.

Voonka olarak, kolajen, vitamin ve bitkisel destek ürünleri kategorilerinde uzun yıllara dayanan deneyimimizle kalite ve güven odağındaki marka duruşumuzu kararlılıkla sürdürüyoruz. Yeni dönemde ise ürün portföyümüzü çeşitlendirerek büyüme yolculuğumuzu daha ileri taşımayı hedefliyoruz.



**Bionorica<sup>®</sup>**



İLKO İlaç Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Cem Öncel:

## “Wellcare; 10 yıldır, bilimin gücüyle koruyucu sağlıkta bütünsel bir yaklaşım ve güven sunuyor”

İLKO İlaç Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Cem Öncel ile bir söyleşi gerçekleştirdik:

### İlko İlaç ve 10. Yılı kutlayan Wellcare'den biraz bahsedebilir misiniz?

İlko İlaç olarak 50 yılı aşkın bir birikim ve tecrübeyi temsil ediyoruz. Kurucumuz Türkiye'nin ikinci nesil eczacılarından Mustafa Öncel. Temellerimiz, Eczacı Mustafa Öncel'in 1960'lı yıllarda majistral ilaç üretimi ile başlayan eczane eczacılığına ve sonrasında ilaç sektöründeki yatırımlarına dayanıyor. Ecz. Mustafa Öncel'in 1973 yılından itibaren ilaç sanayinde yaptığı yatırımlar, uluslararası ortaklıklara satış başarısı ile sonuçlandı. Elli yılı aşkın bu bilgi ve birikim; günümüzde, 2012 yılında faaliyete geçen İLKO İlaç ile devam ediyor. Ecz. Mustafa Öncel, özellikle ilaçta yerli ve milli sanayinin var olması gerekliliğine inanmış ve milli ilaç firmalarının güçlü ve yüksek standartlarda üretim tesislerine sahip olması, global arenada yer alması gerektiğini savunmuştur. İLKO İlaç, bu ilkeler üzerine kuruldu. İlko İlaç olarak katma değerli ve yenilikçi ürünlere odaklanıyoruz. RX, biyoteknoloji, high potent non steril ürünler ile tüketici sağlığı alanlarında faaliyet gösteriyoruz. Biyoteknolojik ilaç geliştirme çalışmalarını İLKOGEN firması, high potent ürünlerin üretim faaliyetlerini İLKO POL firması ve tüketici sağlığı alanındaki faaliyetlerimizi ise WELLCARE markası ile yürütmekteyiz.

Anadolu'da yapılan en büyük ilaç üretim yatırımı olan Üretim Tesislerimiz, yılda 120 milyon kutu üretim kapasitesiyle yerli üretimin güçlü temsilcisi konumunda. İki ayrı Ar-Ge Merkezimiz var. Bir yandan ileri teknolojiye dayalı katma değerli küçük moleküllü jenerik-

ler ürünlerden gıda takviyelerine kadar geniş bir portföy geliştiriyor, diğer yandan biyoteknolojik ürünler üzerinde çalışıyoruz. Ar-Ge'ye en çok yatırım yapan Türk ilaç firmalarından biriyiz. Bugüne kadar yaptığımız Ar-Ge yatırımları 54 milyon Euro'yu aşmış durumda. Ar-Ge'ye altyapı ve teknoloji yatırımı yapmanın yanı sıra insan kaynağına da uzun vadeli ve stratejik bir bakış açısıyla yaklaşıyoruz.

İLKO İlaç; kardiyoloji, merkezi sinir sistemi, onkoloji, enfeksiyon ve nadir hastalıklar gibi farklı tedavi alanlarında ürün geliştiren; aynı zamanda biyoteknoloji ve tüketici sağlığı alanlarında da yatırımlarını sürdüren entegre bir sağlık şirketi konumunda. Güçlü üretim altyapımız, Türkiye'de çok az sayıda olan inovatif üretim tekniklerimiz, ileri teknolojiye dayalı Ar-Ge merkezlerimiz ve uluslararası stratejik iş birliklerimizle sektörde sürdürülebilir bir büyüme modeli benimsiyoruz. Çalışmalarımızı, sürekli gelişen bir üretim ve inovasyon yaklaşımıyla ileriye taşımaya odaklanıyoruz. Wellcare ise bu yapının tüketici sağlığı alanındaki yansımaları olarak ortaya çıktı. Markayı hayata geçirirken amacımız; ilaç disiplini geliştirilmiş, güvenilir ve gerçekten ihtiyaçlara karşılık veren ürünlerle tüketici sağlığı alanında kalıcı bir değer oluşturmak. Bugün Wellcare'in 10. yılına baktığımda, bu hedefin önemli ölçüde karşılık bulunduğunu görüyorum. Wellcare; 60'ın üzerinde ürünü barındıran geniş portföyü, Ar-Ge yetkinliği, güçlü saha ve merkez yapılanması ve eczacı-hekim iş birlikleriyle kısa sürede bilinen ve tercih edilen bir marka haline geldi. Bizim için önemli olan nokta, bu başarıyı sürdürülebilir kılmak ve markayı daha geniş bir etki alanına

taşımak. Özetle Wellcare; 10 yıldır, bilimin gücüyle koruyucu sağlıkta bütünsel bir yaklaşım ve güven sunuyor.

### Özellikle pandemi ile başlayan süreçte koruyucu sağlık yaklaşımı ve hayat kalitesinin sürdürülebilir şekilde desteklenmesi önem kazanıyor. Wellcare bu alanda neler yapıyor? Hedefleri nelerdir?

Sağlık anlayışı son yıllarda önemli bir dönüşüm geçirmekte. Artık yalnızca tedaviye odaklanan bir yapıdan, sağlıklı kalmayı sürdürülebilir bir yaşam biçimi olarak ele alan daha bütüncül bir yaklaşıma geçiyoruz. Bu noktada koruyucu sağlık yaklaşımı ve yaşam kalitesinin desteklenmesi çok daha merkezi bir hale geldi. Wellcare'i de tam bu dönüşümün içinde konumlandırıyoruz. Ürün geliştirme yaklaşımımızı, bireylerin günlük yaşamına entegre olabilecek, düzenli kullanımda fayda sağlayan ve bilimsel temele dayanan çözümler üretmek üzerine kurduk. Vitamin ve minerallerden probiyotiklere, sindirim sağlığından omega 3'e kadar uzanan portföyümüzle farklı ihtiyaçlara yanıt veriyoruz. Hedefimiz, tüketici sağlığı alanında yalnızca ürün sunan bir marka olmak değil; doğru içerik, doğru form ve güvenilir üretim anlayışıyla yaşam kalitesini destekleyen bir yapı kurmak. Önümüzdeki dönemde de hem ürün çeşitliliğimizi hem de bu alandaki etki gücümüzü artırmayı sürdüreceğiz.

### Wellcare ürün grubunda neler var?

Wellcare'in ürün portföyü oldukça geniş ve farklı ihtiyaç alanlarını kapsayacak şekilde yapılandırılmış durumda. Temel amacımız tüketicilere; ilaç hassasiyeti ve ilaç bakış açısıyla



geliştirilmiş, inovatif sağlık ürünleri sunmak. Şu anda Vitamin ve Mineraller, Omega 3, Saç, cilt ve tırnak sağlığı, Burun sağlığı (Sinomarin), Özel Takviyeler, Sindirim sağlığı, Probiyotikler (Provim), Bitkisel ekstrale içeren takviye edici gıdalar ve kadın doğum olmak üzere farklı kategorilerde tamamlayıcı tedavi ve reçeteli kategorilerden oluşan 60'ın üzerinde formda geniş ürün gamımızı hem Türkiye'de hem de uluslararası pazarlarda sağlık profesyonelleri ve tüketiciler ile buluşturuyoruz. Her bir ürünümüz; bilimsel çalışmalara dayalı, etkin dozu doğru belirlenmiş, yenilikçi formülasyonlarla tüketicilere sunuluyor.

Vitamin ve Mineraller çatısı altında kategori yaratıcısı da olduğumuz sprey formda ve koruyucu, katkı maddesi, şeker, tatlandırıcı içermeyen, Vitamin D3 (400 IU-600 IU-1000 IU) Vitamin D3 Intense ile Vitamin D3+K2 ürünlerimiz yer alıyor. Magnezyum+Vitamin B6, Vitamin B12 (500 mcg-1000 mcg), Vitamin C+Selenyum efervesan tablet, Lipozomal Vitamin C, Vitamin C + Çinko çigname tableti ile Mikroenkapsüle Demir içeren Kidsfer ürünlerimiz de yine Vitamin ve Mineraller kategorisi altında bulunuyor. Sindirim sağlığı portföyümüzdeki Gaspas Plus; gaz birikimine bağlı şişkinlik, kramp, ağrı gibi sindirim sistemi sorunlarına 15 dakikada etki başlangıcı olan Türkiye'deki ilk ve tek formülasyona sahip ürünümüz. Kronik ve akut kabızlık problemlerine ise Constipass ile çözüm sunmaktayız.

Probiyotik kategorisinde üç ürünümüz yer alıyor: Provim Shape, etkinliği kanıtlanmış B420 suşu içeriyor. Provim Daily tek kapsülde 5 milyar probiyotik mikroorganizma, B kompleks vitaminler, C vitamini ve Çinko kombinasyonu ile güçlü bir içeriğe sahip. Provim Kids damla ise 2-10 yaş grubu çocuklara yönelik ürünümüz. Provim Kids damla içeriğindeki probiyotik mikroorganizmalar Probiotal S.p.A'nın patentli mikroenkapsülasyon teknolojisi ile üretilmekte. Bitkisel takviyeler kategorimizde Wellcare Immune Şurup, Wellcare Immune Efervesan Tablet ile Wellcare Expera Şurup ürünleri bulunuyor.

Burun Sağlığı kategorimiz ise Sinomarin ürünlerinden oluşuyor. Yüzde 100 Hipertonik Deniz suyu çözeltisi içerikli, etkinliği klinik olarak kanıtlanmış, burun temizliği yanı sıra tıkalı burnu açma özelliğine sahip Sinomarin, benzersiz formülü ile yenidoğandan itibaren her yaş grubuna hitap ediyor.

Çocuklar için likit, yetişkinler içinse kapsül formlarda sunduğumuz Wellcare Omega 3 ürünlerimiz; trigliserid formda ve yüksek Omega 3 içeriyor. Farklı doğal aromalarla formüle edilen Wellcare Omega 3 Şuruplar üstün

lezzet ödülüne sahip iken kapsül formların içerisinde doğal antioksidan özelliği ile bilinen Biberiye ekstresi bulunuyor. Özel Takviyeler kategorimizde ise Wellcare Flexible, Wellcare Coenzyme Q10, Wellcare Quercetin, Wellcare Çinko Pikolinat ürünlerimiz yer alıyor. Türkiye'de ilk ve tek Silisyum içeren Kolajen takviyeleri markamız Wellcare Collagen Beauty Boost serisi ise Toz Kavanoz, Saşe, Likit ve Tablet formlardan oluşuyor. Yeni ürünlerimizden Wellcare Bromelain Trio; bromelain, kuersetin ve krom içeren formüle sahip. Her tabletinde yer alan 750 mg bromelain, benzer ürünlerden ayrıran bir içerik yoğunluğu sunarken, kuersetin ve krom ile birlikte geliştirilen bu özel kombinasyonumuz Wellcare'in fonksiyonel içerik yaklaşımını yansıtıyor. Wellcare Seramid Kompleks ise; seramid, silisyum, resveratrol, biotin, çinko, bakır ve selenyum içeriğiyle cilt, saç ve tırnak ihtiyaçlarını birlikte ele alan bütünsel bir destek sunuyor.

Lansmanını yeni yaptığımız ürünlerimizden Wellcare NeuroGo; sinir sisteminin normal işleyişini desteklemeye yönelik geliştirilen ve Sitikolin, Fosfatidilserin, Magnezyum L- Treonat, Gingko Biloba Ekstresi, Vitamin B6, Vitamin B12 bulunan içeriğiyle ve tablet formuyla dikkat çekiyor. Bu ürünlerimizin yanı sıra yine Wellcare ekiplerimizle çalıştığımız reçeteli ürünlerin yer aldığı farklı endikasyonlarda ürün portföyümüz de bulunmaktadır.

#### **Yeni ürün geliştirirken nelere dikkat ediyorsunuz? Bu yıl piyasaya sunacağınız yeni ürünleriniz olacak mı?**

Yeni ürün geliştirme sürecini bizim için belirleyici kılan en önemli unsur, gerçek ihtiyacı doğru analiz etmek. Her ürünün kendi alanında fark yaratmasına odaklanıyoruz. Farklı form seçenekleri, kullanıcı ihtiyaçlarına uygun içerik yapıları ve yüksek kalite standardı, ürün geliştirme yaklaşımımızın temelini oluşturuyor. Ürün geliştirme sürecinde içerik kalitesi, bilimsel dayanak, biyoyararlanım, doğru doz, form seçimi ve kullanıcı deneyimi gibi başlıkları birlikte değerlendiriyoruz. Tüm bu süreci de ilaç üretim disiplini de yaklaşım ve hassasiyetle yönetiyoruz. Bu yıl da portföyümüzü güçlendirecek yeni ürünler üzerinde çalışıyoruz. Hem mevcut kategorilerde derinleşmeyi hem de yeni ihtiyaç alanlarına cevap verecek ürünlerle portföyümüzü genişletmeyi hedefliyoruz. Ancak burada önceliğimiz hız değil, doğru ürünle doğru ihtiyaca karşılık vermek.

#### **Wellcare ihracatta ne durumda?**

Wellcare markasıyla ihracat faaliyetlerimiz istikrarlı şekilde sürdürüyoruz. Başta komşu ülkeler olmak üzere Balkanlar, Afrika ve Uzak

doğu pazarlarında ürünlerimizle yer alıyoruz. Son yıllarda bu alanda belirgin bir ivme yakaladığımızı söyleyebilirim. İhracatı bizim için yalnızca satış hacmi olarak değil, markamızın uluslararası alanda temsil edilmesi ve Türkiye'nin üretim gücünün görünür kılınması açısından değerlendiriyoruz. İLKO İlaç Üretim Tesislerimizin gıda takviyeleri özelinde FDA kaydını tamamlamasıyla sertifikasyon sürecimizi başarıyla sonuçlandırdık. Bu gelişme, ABD ve küresel pazarlarda ihracat faaliyetlerimizin önünü açan stratejik bir adım oldu. Bu yıl itibarıyla ihracat alanında çok daha hızlı bir ivme yakalayacağımızı öngörüyorum. Önümüzdeki dönemde hedefimiz, Wellcare'i daha fazla pazarda konumlandırmak ve bu alandaki büyümeyi sürdürülebilir bir şekilde devam ettirmek. Burada da yine aynı prensiple ilerliyoruz: Güvenilir ürün, güçlü içerik ve doğru konumlandırma.

#### **Wellcare ürünlerinin hem sağlık profesyonelleri hem de tüketiciler tarafından sıkça tercih edildiğini görüyoruz. Sizce bunun sebepleri nelerdir?**

Wellcare olarak daima tüketici sağlığı alanına yeni, yüksek teknoloji ile geliştirilen ve üretilen inovatif ürünler sunma hedefi ve bakış açısıyla çalışıyoruz. İlaçtaki kalite güvence süreçlerini Wellcare ürünlerimizde birebir uyguluyoruz. Wellcare ürünleri; klinik çalışmaları olan hammaddeler ile üretilen, özellikle doğru etkin doz ve doğru bileşime sahip şekilde geliştirilmiş ürünlerdir. Tüketici ihtiyaçlarını dikkate alarak, kullanıcı uyuncunu gözeten, tat, koku, kullanım kolaylığı gibi özelliklerin de üzerinde titiz ve uzun çalışmalar yaparak ürünlerimizi geliştiriyoruz. Böylece hem sağlık profesyonellerinin güvenle önerebileceği hem de tüketicilerin düzenli kullanabileceği ürünler ortaya koyuyoruz.

#### **Bu yılın başında yeni bir iletişim kampanyasına başladınız. Kampanyadan kısaca bahsedebilir misiniz?**

2026 yılına yani 10. yılımıza 'Wellcare ile Yaşamayı Sevicen' temalı 360 derece kurguladığımız yeni iletişim kampanyamızla başladık. Tv, radyo, outdoor ve dijital mecraları kullandığımız kampanyamız tüm yıl devam edecek. Türkiye'de tüketici sağlığı alanı hızla büyürken, bu büyümeye birlikte güven, bilimsel dayanak ve doğru bilgilendirme ihtiyacı da artıyor. Wellcare ile koruyucu sağlığı insanların gündelik yaşam pratikleriyle uyumlu hale getirmeyi hedefliyoruz. Bu kampanyamızda da bu yaklaşımın altını çiziyor; sağlığı bir hedef ya da ideal olarak değil, hayatın doğal ritminin ayrılmaz bir parçası olarak ele alıyoruz.

#### **Gıda takviyelerinin eczanelerden satın alınmasının öneminden de bahsedebilir misiniz?**

Tüketici sağlığı ürünlerinde doğru ürün seçimi ve doğru kullanım en az ürünün kendisi kadar önemli. Bu noktada eczaneler, güvenilirlik ve doğru yönlendirme açısından çok kritik bir rol üstleniyor. Eczacılar; ürünlerin içeriğini, kullanım alanlarını ve olası etkileşimlerini değerlendirebilen sağlık profesyonelleri. Bu nedenle tüketicinin ihtiyacına en uygun ürünün belirlenmesinde önemli bir danışmanlık sağlıyorlar. Ayrıca ürünlerin uygun koşullarda saklanması ve doğru şekilde sunulması da eczane kanalının güçlü yönlerinden biri. Bu nedenle biz eczane kanalını, tüketici sağlığı alanında güvenin ve doğru bilginin merkezi olarak görüyoruz.

# Wellcare, 'yaşamayı sevicen' yaklaşımını üç yeni inovatif ürünle bir adım daha ileri taşıdı



**S**ağlık anlayışının hızla dönüşüm geçirdiği bir dönemde, iyi yaşam kavramı da yeniden tanımlanıyor. Artık yalnızca hastalık anında devreye giren çözümler değil; yaşam kalitesini sürekli destekleyen, günlük rutine uyum sağlayan ve bireyin kendini iyi hissetmesine katkı sunan yaklaşımlar öne çıkıyor. Bu dönüşümün merkezinde yer alan Wellcare, yeni bakış açısını üç farklı ve inovatif ürünü olan Wellcare Seramid Kompleks, Wellcare Bromelain Trio ve Wellcare NeuroGo üzerinden somutlaştırdı.

Swissotel The Bosphorus İstanbul'da gerçekleştirilen lansmanda Wellcare'in üç yeni inovatif ürünü olan Wellcare Seramid Kompleks, Wellcare Bromelain Trio ve Wellcare NeuroGo tanıtılırken yapılan değerlendirmelerde, sağlık sistemlerinin giderek daha proaktif bir yapıya evrildiği vurgulandı. Koruyucu sağlık yaklaşımı, erken müdahale ve yaşam kalitesinin sürdürülebilir şekilde desteklenmesi, sektörün temel başlıkları arasında yer alıyor.

İlko İlaç Genel Müdürü Hatice Öncel, bu dönüşümün yalnızca bir trend değil, sağlık ekosisteminin yeni normal olduğunu belirterek, şirketin faaliyetlerini konvansiyonel ilaç, biyoteknoloji ve tüketici sağlığı olmak üzere üç ana ekseninde yapılandırıldığını ifade etti. Lansmanın açılış konuşmasını yapan Öncel, sözlerini şöyle sürdürdü: "Wellcare markamız altındaki çalışmalarımızı farklı kılan en önemli unsur arkasındaki güçlü ilaç kültürü ve farmasötik bilgi birikimidir. Biz ürünlerimizi yalnızca bir tüketici ürünü yaklaşımıyla değil, farmasötik

teknoloji, bilimsel veri ve ilaç Ar-Ge perspektifiyle geliştiriyoruz. Bugün lansmanını gerçekleştirdiğimiz üç yeni ürünümüz tam olarak bu yaklaşımın bir sonucu olarak ortaya çıktı. Bilimsel temele dayanan, sağlıklı yaşamı destekleyen ve gerçekten fark yaratmayı hedefleyen ürünler. Önümüzdeki dönemde de sağlıklı yaşam ve longevity alanındaki çalışmalarımızı daha ileri taşıyarak katma değerli ve yenilikçi ürünleri kullanıma sunmaya devam edeceğiz. Bu alanda çok daha iddialı olacağımızı özellikle ifade etmek isterim."

## İyi yaşam artık gündelik hayatın bir parçası

Lansmanın moderatörlüğünü üstlenen Oylum Talu ise konuşmasında, sağlığını artık "ihtiyaç anına" sıkışan bir kavram olmadığını, günlük hayatın akışı içinde sürekli desteklenmesi gereken bir denge haline geldiğini vurguladı. Tüketici davranışlarının da bu yönde değiştiğini belirten Talu, "Kullanıcılar artık yalnızca ürünün ne işe yaradığını değil, yaşamlarına nasıl dokunduğunu ve kendilerinde nasıl bir karşılık bulduğunu sorguluyor" dedi.

## Güzellik anlayışı içeriden destekleniyor

Etkinliğin ilk bölümünde tanıtılan Wellcare Seramid Kompleks; saç, cilt ve tırnak sağlığını tek bir yapı altında ele alan formülüyle öne çıktı. Seramid, silisyum, resveratrol, çinko, bakır, biyotin gibi çeşitli vitamin-mineral bileşenlerini bir araya getiren ürün, normal saç, tırnak ve cilt fonksiyonlarını destekleyen yaklaşımıyla dikkat çekti. Ecz. Ece Bayram Çayırılı, son dönemde kombine ve bilimsel olarak desteklenmiş formüllere sahip ürünlerin daha fazla tercih edildiğini belirtti.



## Metabolizma ve yaşam temposu arasındaki denge

Günümüz yaşam tarzının getirdiği yoğunluk, beslenme alışkanlıkları ve stres faktörleri, metabolizma üzerinde doğrudan etkili oluyor. Bu noktada tanıtılan Wellcare Bromelain Trio, fonksiyonel içerik yaklaşımıyla öne çıkan ürünlerden biri olarak konumlandı. Metabolizma ve hücresel dengeye yönelik değerlendirmelerde bulunan Dr. Dyt. Çağatay Demir, bu tür içeriklerin günlük yaşam temposuna uyum sağlayan destekler sunduğunu ifade etti. Bromelain, kuersetin ve krom içeriğiyle dikkat çeken ürünün, pratik bir kullanım avantajı sağladığı aktarıldı.

## Dikkate değer yeni ürün: NeuroGo

Etkinliğin son bölümünde tanıtılan Wellcare NeuroGo ise sinir sisteminin normal işleyişine destek olmayı hedefliyor. Sitalin, Fosfatidilserin, Magnezyum L-Treonat, Gingko Biloba Ekstresi, Vitamin B6, Vitamin B12 içeren ve tablet form olarak sunulan ürünün farklı kullanım alışkanlıklarına hitap ettiği aktarıldı. Dr. Melek Vuslat Özdoğan, günümüzde dikkat süresinin kısalması ve zihinsel yükün artmasının, bu alandaki destekleri daha görünür hale getirdiğini ifade etti.



Wellcare ile  
"Yaşamayı  
Sevdiğim"

İHTİYACIN OLAN  
**WELLCARE™**

**SERAMİD KOMPLEKS!**

Çinko, biotin ve selenyum ile saç, cilt ve tırnak sağlığına destek\*



\*TİTCK Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik

- ✓ Şekersiz.
- ✓ Gluten içermez.
- ✓ Koruyucu içermez.
- ✓ Tatlandırıcı içermez.
- ✓ Veganlar için uygundur.

**Wellcare™**

Sağlıkla yaşama sanatı

🌐 📱 📺 📺 | wellcaretr

# Vita Bear

## M A G B E A R

Şelatlı  
Magnezyum

Vegan  
Kapsül

Vitamin B6  
(P5P)



\*Enerji,  
\*Sinir Sistemi,  
\*Yorgunluk,  
\*Kas Sistemi  
İçin Güçlü Bir Destek

Magnezyum Kompleks +  
Vitamin B6, D3, K2  
Vücudunuzun  
ihtiyaç duyduğu  
dört farklı magnezyum formu  
ve üç güçlü vitamin  
tek bir vegan kapsülde !



Tüm Eczanelerde



 vita.bear

# Zihniniz İçin Geliştirildi



## VİTA BEAR COGNİZİN® GUMMY FARKI

Lezzetli ve kolay tüketilebilir gummy formumuz, güçlü içeriğiyle fark yaratır:

- Patentli Cognizin® Sitikolin
- Ayçiçek kaynaklı Fosfatidilserin (bitkisel kaynaklı, beyin fonksiyonlarını destekler)
- B vitamin kompleksi (B1, B2, B6, B12) ile enerji metabolizmasına katkı sağlar.

Bu özel kombinasyon; yoğun iş temposunda çalışanlar, öğrenciler ve zihinsel performansını desteklemek isteyen herkes için ideal bir günlük destek sunar.



vita.bear



Tüm Eczanelerde

# Mavi İz Projesiyle deniz kirliliğine sanat dokunuşu



Orzax CEO'su Yunus Emre Alimoğlu

Orzax'ın sağlık vizyonunu çevresel sürdürülebilirlikle birleştiren yolculuğu, her geçen yıl güçlenerek devam ediyor. Geçtiğimiz yıl "Mavi Gelecek" projesiyle deniz temizliği konusunda toplumda farkındalık yaratan bu hareket; bu yıl kapsamını genişleterek Adalar Belediyesi, DenizTemiz Derneği/TURMEPA ve Su Altı Fotoğrafçıları ve Filmcileri Derneği (SUFOD) iş birliğiyle yürütülen "Mavi İz" projesine dönüştü. 3 Mart Dünya Omega-3 Günü vesilesiyle hayata geçirilen projede, deniz ekosistemi için sessiz bir tehdit oluşturan "hayalet ağların" temizlenmesine odaklanılarak somut bir değişim yaratılması hedefleniyor.

Orzax'ın öncülüğünde Adalar Belediyesi, TURMEPA ve SUFOD iş birliğiyle denizlerin sürdürülebilirliği ve çevre bilincinin artırılması amacıyla yürütülen Mavi İz Projesi, bu yıl hayalet ağların deniz yaşamı üzerindeki yıkıcı etkilerine odaklandı. Deniz yaşamı için ciddi tehdit oluşturan terk edilmiş balıkçı ağları ve çeşitli atıklar, uzman dalgıçlar tarafından deniz tabanından titizlikle çıkarıldı. Yürütülen bu çalışma, denizlerdeki mevcut kirliliğin azaltılmasına somut katkı sunarken, deniz ekosisteminin karşı karşıya olduğu görünmez risklere de dikkat çekti.

Proje kapsamında denizden toplanan atıklar, heykel sanatçısı Büşra Kölmük tarafından özgün bir sanat eserine dönüştürüldü. Böylece, deniz dibinde fark edilmeden varlığını sürdüren ve ekosisteme zarar veren unsurlar, sanatın dönüştürücü gücüyle görünür kılındı.

Orzax, Omega-3 alanındaki uzmanlığını

uluslararası kalite standartlarıyla pekiştirerek küresel ölçekte güven inşa etmektedir. IFOS sertifikasyonuna sahip ürünleri ve sürdürülebilir üretim yaklaşımıyla öne çıkan iş ortağı Golden Omega ile gerçekleştirdiği iş birlikleri sayesinde hem kalite hem de çevresel sorumluluk alanında global farkındalık yaratmayı amaçlarken; her yıl 3 Mart Dünya Omega-3 Gününde hayata geçirdiği Sosyal Sorumluluk Projesi ile deniz temizliğinin ekolojik denge, temiz çevre ve sağlıklı yaşam döngüsüne olan güçlü ilişkisine dikkat çekmeyi hedefliyor. Toplumsal farkındalık yaratmayı amaçlayan bu proje, Orzax'ın özündeki sağlıklı yaşam misyonu ile doğrudan ilişkilidir. Bu vizyonun bir gereği olarak doğanın sunduğu şifa kaynaklarını en saf halleriyle korumaya büyük önem veriyoruz. Sağlıklı bir yaşamın temel taşlarından olan Omega-3'ün ana kaynağı denizlerimiz, bu kaynağın taşıyıcısı ise balıklardır. Balıklar, hem sağlıklı beslenme zincirinin korunması hem de ekolojik sürdürülebilirliğin devamı

için hayati bir öneme sahiptir. Bu nedenle deniz kirliliğiyle mücadele etmek, sadece çevresel bir hareket değil; Orzax'ın "sağlıklı yaşama destek sunma" misyonu doğrultusunda üstlendiği bir sorumluluktur. Bu yılki etkinlikte, deniz yaşamı için ciddi tehdit oluşturan terk edilmiş balıkçı ağları uzman dalgıçlar tarafından titizlikle çıkarıldı.

## Üç Yıldır Süren Bir Farkındalık Yolculuğu

Orzax CEO'su Yunus Emre Alimoğlu; denizlerin temizliğinin Omega-3 kaynaklarının sürdürülebilirliği ve kalitesi için hayati önem taşıdığını vurgulayarak, çevresel sürdürülebilirlik ile insan sağlığı arasındaki bağlantıya dikkat çekti: "Orzax olarak 21 yıl önce Omega-3 ile çıktığımız bu yolculukta, sağlığın kaynağının doğa ve özellikle denizler olduğuna inanıyoruz. Deniz korunmadan beslenme zinciri, beslenme zinciri korunmadan insan sağlığı korunamaz. Sağlık bir kapsülde değil, ekosistemde başlar; bu nedenle denizleri korumak toplum sağlığına yapılan en temel yatırımdır. Üç yıldır kararlılıkla sürdürdüğümüz global olarak kutlanan ve bu alanda çalışan şirketlerin de sahiplendiği 3 Mart Dünya Omega-3 Günü kapsamında bu yıl hayalet ağlarla mücadeleyi ve deniz biyokütlesinin korunmasını uzun soluklu bir sürdürülebilirlik yaklaşımı olarak ele alıyoruz. Bu yolculuğu aynı inanç ve sorumlulukla önümüzdeki yıllarda da kesintisiz şekilde sürdürmeye devam edeceğiz."

Adalar Belediyesi Başkanı Ali Ercan Akpolat proje hakkında, "Deniz ekosisteminin sürdürülebilirliği için hayalet ağlarla mücadele, ertelenemez bir sorumluluktur. Denizlerimizin geleceği için birlikte mücadele etmeye devam edeceğiz" dedi. DenizTemiz Derneği/TURMEPA Genel Müdür Yardımcısı Mine Gökna, denizlerin hayalet ağlardan temizlenmesinin ekosistemin yanı sıra insan sağlığı ve sürdürülebilir beslenme açısından da kritik olduğuna dikkat çekti. Büşra Kölmük ise projenin kendisi için ayrı bir anlam taşıdığını vurgulayarak üretim sürecinde duygusal olarak da etkilendiğini ifade etti.



Ocean

Daily One  
Energy

Günün enerjisi  
sana hazır mı?

Sen zaten hazırsın!



13 Vitamin

10 Mineral

CoQ10

Panax Ginseng



ORZAX

<sup>1</sup>Akademetre Research, Aralık 2025, 12 il, 1200 kişi ile yapılan araştırmaya göre.  
<sup>2</sup>Akademetre Research, Eczacı Testimonial Araştırması, Türkiye Geneli, Ekim 2025 raporuna göre.  
<sup>3</sup>B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>6</sub>, B<sub>12</sub> vitaminleri, C vitamini, kalsiyum, magnezyum, demir, bakır, iyot ve biotin normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur. Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği

YILIN  
EN İTİBARLI  
MARKASI<sup>1</sup>

Gıda Takviyesi Kategorisi

ECZACILARIN  
EN ÇOK ÖNERDİĞİ  
GIDA TAKVİYESİ  
MARKASI<sup>2</sup>

# GÜZELLİĞİN Yeni Kodları



**ELIT PHARMA**  
Kozmetik ve İlaç Sanayi

# validus

# İÇTEN DIŞA PARLAYAN Bir Sen



ECZANELERDE

+90 212 477 00 11

[www.elitpharma.com](http://www.elitpharma.com)

[info@elitpharma.com](mailto:info@elitpharma.com)

Validus'u keşfetmek için taratın.



Tüm ürünlerimizde farmazon'dayız.

# Strip formdaki besin takviyeleri eczanelerde



## Pharvest'in 'longevity' vizyonu tam olarak nedir ve bu alanda ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

Pharvest olarak longevity'yi sadece uzun yaşamak olarak değil; daha sade, daha dengeli ve sürdürülebilir bir şekilde, sağlıklı yaş almak olarak tanımlıyoruz. Bugün insanların en büyük problemi aslında karmaşa. Çok fazla ürün, çok fazla içerik, çok fazla rutin var. Biz burada sektöre farklı bir bakış açısı getiriyoruz: Ünlü Alman mimar Ludwig Mies van der Rohe tarafından popülerleştirilen modernist bir akım olan 'Less is More' yani 'az çoktur / az ama öz' kavramı gibi. Gereksiz yük oluşturmadan, hayatı zorlaştırmadan, tam aksine kolaylaştırarak destek sağlamak. Amacımız, insanların sağlık rutinlerini bir yük olmaktan çıkarıp, hayatın doğal bir parçası haline getirmek. Çünkü bize göre gerçek longevity; karmaşık protokollerle değil, sürdürülebilir ve sade çözümlerle mümkün. Türkiye'de şu anda ilk ve tek olan strip (ODF-Ağızda çözünen filmler) formdaki besin takviyelerini Amerika'dan ithal ediyor olmamızın temel nedeni; hem kullanıcıya üst düzey kullanım kolaylığı sunması hem de patentli, kaliteli etken maddeler içermesidir.

## Ürün gruplarından ve markalarından da biraz bahsedebilir misiniz?

Geçtiğimiz yıl içerisinde ruhsat süreçlerini tamamladığımız, takviye edici gıda onay numarasına sahip toplam 9 farklı ürünümüz bulunuyor. Bu ürünlerin 6'sı, Amerika'dan ithal ettiğimiz ve Türkiye'de ilk kez bizim tarafımızdan sunulan strip formdaki besin takviyelerinden oluşuyor. Bu grupta; Joint Strips başta olmak üzere ihtiyaca yönelik ürünlerimiz yer alıyor. Bunun yanında, Türkiye'de ürettirdiğimiz ürün grubumuzda ise; kadim bir ağaç olan zeytinin yaprağından elde edilen, oleuropein içeriğiyle öne çıkan ve kapsül formda olan Pharvoleo markamız bulunuyor. Önümüzdeki çok kısa dönemde ise geri kalan 7 ürün ile portföyümüzü genişleterek, farklı ihtiyaçlara yönelik yeni ürünlerimizi de pazara sunmayı planlıyoruz.

## Strip form teknolojisini anlatır mısınız? Ürünlerin üretimi ülkemizde mi olmaktadır?

Strip/Oral Dissolving Film (ODF-Ağızda çözünen filmler), ağız içine (dil üzerine) yerleştirildiğinde saniyeler içinde tükürkle temas ederek hızla çözünen, ince ve esnek bir film formudur. Bu teknoloji, pratik ve kullanıcı dostu bir alternatif sunar. En önemli avantajlarından biri hızlı çözünmesidir. Strip, dil üzerine yerleştirildiğinde genellikle bir dakikada çözünür ve içerdiği aktif bileşenleri serbest bırakır. Kullanım açısından baktığımızda; su gerektirmemesi, çiğneme veya yutma zorluğu

oluşturmaması ve her bir stripin ayrı ambalajda sunulması, özellikle yoğun yaşam temposunda büyük kolaylık sağlar. Üretim tarafında ise, bu ürünleri şu an Türkiye'de üretmiyoruz. Amerika'da, gerekli kalite ve sertifikasyon süreçlerinden geçmiş, patentli etken maddelerle üretim yapan iş ortaklarımız aracılığıyla ithal ediyoruz. Bu sayede hem yüksek kalite standardını hem de yenilikçi formülasyonları kullanıcıya ulaştırabiliyoruz.

## İç piyasada eczanelerde mi konumlanıyorsunuz?

Eczaneler bizim için ana kanal olmakla birlikte, sadece eczane odaklı bir yapıdan ziyade tüm sağlık profesyonellerine ulaşmayı hedefliyoruz. Bu kapsamda eczacılarla birlikte doktorlar ve diyetisyenlerle de aktif olarak çalışıyoruz. İstanbul Avrupa, İstanbul Anadolu, Bursa, İzmir ve Ankara'da konumlanan 5 kişilik saha kadrosu olan bir yapımız var. Bu ekip, birebir iletişim ve düzenli ziyaretlerle sağlık profesyonellerine ulaşarak ürünlerimizin doğru şekilde konumlandırılmasını sağlıyor/sağlayacak. Bizim yaklaşımımızda en önemli konu, önerinin bilimsel temele dayanması. Bu nedenle tüm sağlık profesyonelleriyle iletişimizde klinik çalışmalar ve bilimsel veriler odağında ilerliyoruz. Aynı zamanda saha eğitimleriyle hem bilgi paylaşımını güçlendiriyor hem de doğru kullanım ve hasta uyumunu destekliyoruz. Bununla birlikte eczanelerde sadece eczacılarla değil, eczane teknisyenleriyle de yakın çalışıyoruz. Onlara yönelik hem ürün eğitimleri, hem tedavi alanı bilgisi hem de kişisel gelişim eğitimleri düzenleyerek sahadaki etkiyi bütüncül şekilde güçlendirmeyi hedefliyoruz. Bunun yanında eczacılık fakültesi öğrencilerini de unutmuyoruz. Geleceğin eczacıları olarak onların her zaman yanında olmaya, bilgi ve deneyim paylaşımıyla gelişimlerine katkı sağlamaya önem veriyoruz.

## 2026 yılı hedefleriniz neler?

2026 bizim için sadece büyüme yılı değil; aslında Türkiye'de strip form teknolojisinin gerçek anlamda anlaşılması ve hayatın bir parçası haline gelmesi yılı. Pharvest olarak bu yolculukta sadece bir ürün sunmuyoruz, bir alışkanlığı dönüştürüyoruz. İnsanların sağlıklı olan ilişkisini daha sade, daha pratik ve daha sürdürülebilir hale getirmek istiyoruz. Türkiye'de strip formun öncüsü olarak en büyük hedefimiz; bu teknolojiyi daha geniş kitlelerle buluşturmak, sağlık profesyonelleri tarafından benimsenmesini sağlamak ve kullanıcıların günlük yaşamına doğal bir şekilde entegre etmek. Pharvest olarak uluslararası iş birliklerine, lisans anlaşmalarına, sınır ötesi ortaklıklara ve ortak geliştirme projelerine açık bir yapıya sahibiz. İhracat stratejimiz doğrultusunda Pharvest'i Avrupa, MENA ve gelişmekte olan pazarlarda güçlü bir oyuncu olarak konumlandırmayı amaçlıyoruz.

**P**harvest İlaç Sanayi Pazarlama Direktörü (CMO) Aslıhan Kaşıkçıoğlu Nayır ile bir söyleşi gerçekleştirdik:

## Pharvest İlaç Sanayi ne zaman kuruldu? Faaliyet alanından bahsedebilir misiniz?

Pharvest 2021 yılında temelleri atılan fiili olarak saha kadrosuyla beraber 2026 yılı başında Türk Sağlık Sektörüne giriş yapan bir firmadır. Aslında bunu sadece bir şirket kurma kararı değil; yıllar içinde biriken güçlü bir sektör deneyiminin doğal bir sonucu olarak da düşünebilirsiniz. Benim ilaç sektöründe yaklaşık 20 yıllık bir tecrübem var. Kurucumuz Hulusi İdem; 40 yılı aşkın deneyimiyle sektörün çok kıymetli isimlerinden biri. Bu iki farklı kuşağın bilgi birikimini ve bakış açısını bir araya getirerek Pharvest'i oluşturduk. Pharvest bugün; besin takviyeleri alanında faaliyet göstermenin yanında ilerleyen dönemde de OTC ürünlerle faaliyet göstererek bilimsel altyapıyı merkeze alan bir marka olacaktır. Bizim odağımız sadece ürün ve formül geliştirmek değil; insanların günlük hayatına kolay entegre edilebilen, gerçekten fayda sağlayan ve fark yaratan çözümler sunmak. Bugün Türkiye'ye strip, yani ODF/Ağızda çözünen filmler teknolojisini ilk getiren firma olarak; Pharvest'i deneyimle inovasyonu buluşturan, bilimi kullanıcı dostu yaklaşım ve yenilikçi ürün formlarıyla bir araya getiren bir sağlık markası olarak konumlandırıyoruz.

# 2'si 1 arada şampuan & duş jeli ile banyo vakti artık çok daha eğlenceli!

Vegan formül

Tamamen geri dönüştürülebilir

Katkısız ve ultra duyarlı:  
Hassas ciltler için  
saf dokunuş.

Mikroplast içermeyen,  
biyoçözünür formül.

Sevimli fok eşliğinde,  
çocuklar için banyo zamanı  
çok daha eğlenceli

Hayvanlar üzerinde  
test edilmemiştir.

Doğa dostu üretim;  
%100 yeşil enerji.

Dermatolojik olarak  
test edilmiştir.



# Orzax, "Gücünü Demirden Alan Kadınlar" projesiyle ödüle layık görüldü



odaklı projeleriyle öne çıkan markalara 8 ayrı kategoride toplam 30 farklı ödül verildi. Eşitlik, kapsayıcılık ve sürdürülebilirlik odağında geliştirilen projeler ödüle layık görüldü. Bu kapsamda Orzax'ın kadın sağlığı ve toplumsal farkındalığı odağına alan "Gücünü Demirden Alan Kadınlar" projesi; Kadın Odaklı Sağlık ve Esenlik Temalı Farkındalık Projeleri kategorisinde ödüle layık görüldü.



teşekkür ederiz" diye konuştu.

Turan, ödüle layık görülen projenin yarattığı farkı ve değerini şu sözlerle anlattı: "Toplum sağlığını yakından ilgilendiren bu önemli konuyu gündemde tutmak ve kadın sağlığında demir eksikliğine dikkat çekmek amacıyla 'Gücünü Demirden Alan Kadınlar' projesini hayata geçirdik. Paralimpik sporcu kadınlarımız ve farklı branş-

Orzax'ın toplumsal fayda vizyonunun karşılığı olan yeni bir başarıyı paylaşmaktan dolayı gurur duyduğunu belirten Orzax Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü Müge Turan; "Kadın Odaklı Sağlık ve Esenlik Temalı Farkındalık Projeleri" kategorisinde değerlendirilen projemizin yarattığı sosyal etki ve kadın sporcuların başarısını görünür kılan anlatım dilimiz, Uluslararası Kadın Dostu Markalar Farkındalık Ödülleri'nin değerli jürisi tarafından takdirle karşılandı ve ödüle layık görüldük. Bu anlamlı başarıda emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarımıza

larda mücadele eden kadın sporcularımız Halime Yıldız, Nurten Mermer, Aysel Özgan ve Kader Güvenç ile çıktığımız bu yolculukta, kadın sağlığı konusunda farkındalığı artırmayı hedefledik. 'Gücünü Demirden Alan Kadınlar' ile yalnızca bir farkındalık kampanyası yürütmekle kalmadık, aynı zamanda uzun soluklu bir sosyal harekete de öncülük ettik. Kadın sağlığını iyileştirmenin toplum sağlığını güçlendirmek anlamına geldiğine inanıyor; projelerimizle gelecek nesiller için daha sağlıklı ve güçlü bir toplum temellerini atmayı amaçlıyoruz."

**K**adın Dostu Markalar Platformu tarafından bu yıl altıncısı düzenlenen Uluslararası Kadın Dostu Markalar Farkındalık Ödülleri Töreni & Zirvesi, İş Sanat Kültür Merkezi'nde gerçekleştirildi. "İnsana, Gezegene ve Geleceğe Değer" temasıyla düzenlenen zirvede; toplumsal cinsiyet eşitliği

## Nobel'in Gri Bere İyilik Hareketi'ne Doktorclub Awards'tan ödül



**D**oktorclub Awards, bu yıl 9'uncu kez düzenlenen görkemli bir törenle sahiplerini buldu. 115 bini aşkın hekimin oylarıyla belirlenen ödüller, sağlık sektöründe fark yaratan kişi ve kurumlara takdim edildi. Bu önemli gecede Nobel İlaç, Acil İhtiyaç Projesi Vakfı iş birliğiyle hayata geçirdiği "Gri Bere İyilik Hareketi" ile "Yılın Sosyal Sorumluluk Projesi" ödülünün sahibi oldu. Türkiye'nin en büyük dijital hekim platformu Doktorclub tarafından yenilikçilik, bilimsellik ve topluma

sağlanan katma değer kriterleri doğrultusunda verilen bu ödül, projenin geniş etki alanını ve sahadaki karşılığını bir kez daha ortaya koydu.

"Gri Bere İyilik Hareketi", iyiliği yalnızca görünür kılmakla kalmayıp onu ölçülebilir, çoğaltılabilir ve yönlendirilebilir bir toplumsal etki modeline dönüştürüyor. Proje kapsamında hekimlerin izlediği her video, bir çocuğun başını ısıtan bereye dönüşürken, artan izlenme sayıları iyiliğin çarpan etkisini büyüttü. Acil İhtiyaç Projesi Vakfı iş birliğiyle gerçek-

leştirilen proje kapsamında saha ekiplerinin de katkısıyla binlerce gri bere, Adıyaman'dan Kars'a, Van'dan Ağrı'ya uzanan geniş bir coğrafyada, Türkiye'nin dört bir yanındaki binlerce çocuğa ulaştırıldı. Böylece bu proje, iyiliğin erişim alanını genişleten ve her temas noktasında somut bir karşılık üreterek toplumsal dayanışmayı kalıcı bir değere dönüştüren güçlü bir yapıyı ortaya koydu.

**"Ödül, şifa tasarlayan bakış açımızın gerçek hayattaki bir yansıması"**

Nobel'in sağlığı odağına alan çalışmalarının toplumda karşılık bulmasının attıkları her adımı daha da değerli hale getirdiğinin altını çizen Nobel İlaç Temel Ürünler İş Birimi Direktörü Karın Soydan, 115 binden fazla hekimin oylarıyla layık görüldükleri ödüle ilişkin de şu değerlendirmelerde bulundu: "Nobel ilaç olarak varlık nedenimizi tek bir cümlede ifade ediyoruz: "Sağlık için değer." İnsan sağlığını odağına alan bu yaklaşım, yalnızca tedavi süreçlerine katkı sunmakla kalmıyor; yaşam kalitesini bütünsel bir perspektifle dönüştürmeyi de hedefliyor. Doktorclub tarafından layık görüldüğümüz bu ödül de söz konusu vizyonun sahadaki somut bir karşılığı olarak görüyoruz. "Gri Bere İyilik Hareketi", bizim için yalnızca bir sosyal sorumluluk projesi değil; Nobel İlaç'ın şifa tasarlayan bakış açısının gerçek hayattaki bir yansıması."



## NBL VE GLİMO MARKALARI NOBEL LONGEVITY ÇATISI ALTINDA BİRLEŞTİ

*Sağlık Ağızda Başlar, Bağırsakta Devam Eder*

**GLİMO** AĞZINIZA SAĞLIK

- Türkiye'nin en geniş ağız ve diş sağlığı portföyü

**NBL** ilk gün gibi

- Çocuk Probiyotik Ürünleri
- Yetişkin Probiyotik Ürünleri
- Balık Yağı
- Glukozamin ve Kolajen Ürünleri
- Fonksiyonel Ürünler



İlaç değildir, gıda takviyesidir. Takviye edici gıdalar sağlıklı, dengeli ve çeşitli beslenmenin yerine geçmez.

# Hatice Öncel: Sağlık sistemi koruyucu ve önleyici yaklaşıma evriliyor

**İlko İlaç Genel Müdürü ve Selçuklu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hatice Öncel, sağlık sisteminin hastalık odaklı yaklaşımdan koruyucu ve önleyici sağlık anlayışına doğru dönüştüğünü söyledi.**

İlko İlaç Genel Müdürü ve Selçuklu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hatice Öncel, sağlık sektöründe yaşanan dönüşüme ve sağlıklı yaşam yaklaşımının geleceğine ilişkin değerlendirmelerde bulundu. İş dünyasının farklı alanlarından liderleri bir araya getiren CEO Council 2026 kapsamında düzenlenen "Sağlıklı Yaşama Sanatı" oturumunda konuşan Öncel, "Sağlık sektörü yalnızca ekonomik büyüklüğüyle değil, insan yaşamına doğrudan dokunan yapısıyla stratejik bir öneme sahip. Dünya ilaç pazarı bugün yaklaşık 1,7 trilyon dolarlık büyüklüğe ulaşmış durumda. Ancak sektörü asıl önemli kılan, toplum sağlığıyla doğrudan ilişkili olması" dedi. Sektörün yüksek Ar-Ge yatırımları ve ileri teknoloji odaklı yapısıyla geleceğin en önemli büyüme alanları arasında yer aldığını belirten Öncel, pandemi sonrası dönemde sağlıklı yaşam bilincinin belirgin şekilde güçlendiğine dikkat çekti.

Sağlık sisteminde önemli bir dönüşüm yaşandığını ifade eden Öncel şöyle devam etti: "Yakın zamana kadar hastalık sonrası tedaviye odaklanan bir yapıdan söz ediyorduk. Bugün ise koruyucu ve önleyici

sağlık anlayışının öne çıktığı yeni bir döneme giriyoruz. Bu dönüşümle birlikte bireyler sağlıklarını daha bilinçli ve proaktif şekilde yönetecek. Erken tanı, doğru yaşam alışkanlıkları ve destekleyici çözümler yeni dönemin temel unsurları olacak. Spor, beslenme, düzenli takip, giyilebilir teknolojiler ve destekleyici ürünler bu yeni yaklaşımın parçaları olacak. Türkiye'de bu bilinç henüz yeni yerleşmeye başladı ve bu nedenle ilgili kategorilerde büyüme daha hızlı hissedildi."

## İlko İlaç ve Wellcare'dan bütüncül sağlık yaklaşımı

İlko İlaç, konvansiyonel ilaç, biyoteknoloji ve Wellcare markası altında destek ürünleri olmak üzere üç ana alanda faaliyet yürütüyor. Hatice Öncel konuşmasında, şirketin tüm bu alanlarda ortak bir bakış açısıyla hareket ettiğini, ileri teknoloji ve Ar-Ge odağını koruduğunu söyledi. Bu yaklaşım, tüketici sağlığı alanında Wellcare'in "Sağlıkla Yaşama Sanatı" vizyonu da örtüşüyor. Koruyucu sağlık anlayışının güçlendiği yeni dönemde İlko İlaç ve Wellcare, sağlığa daha bütüncül bir perspektiften yaklaşan platformlarda bilgi paylaşımını sürdürmeyi hedefliyor.



## Koş, Yürü, Devam Et: COMPEED Artık Türkiye'de

**Küçük ama etkili çözümleriyle adımların durmaması için çözümler sunan Avrupa'nın en çok tercih edilen cilt onarım uzmanı Compeed artık Türkiye'de.**

Türkiye, ayak rahatsızlıklarında Avrupa'nın en yüksek oranlarına sahip ülkeler arasında yer alıyor. Gün boyu ayakta kalmak, tempo şehir hayatı, spor aktiviteleri ya da yanlış ayakkabı seçimi... Tüm bu etkenler sürtünme ye bağlı kabarcık oluşumunu tetikleyerek pek çok kişinin günlük yaşamını zorlaştırabiliyor. Compeed ise tam bu noktada, küçük ama etkili çözümleriyle adımların durmaması için devreye giriyor. Compeed markasını Türkiye'ye getiren Perrigo Türkiye'nin Pazarlama Direktörü Gözde Gündüz Shavky konuya ilişkin şu değerlendirmede bulundu: "Gün içinde attığımız adımların hayat kalitemiz üzerindeki etkisini çoğu zaman fark etmiyoruz. Oysa ayaklarda oluşan kabarcıklar ve sürtünme kaynaklı problemler, özellikle aktif yaşamın en yaygın ama en yanlış çözülen konularından biri. Biz de tam bu noktada, Avrupa'nın 1 numaralı cilt onarım uzmanı Compeed'i Perrigo çatısı altında Türkiye'ye getirerek,

tüketicilere bilimsel temele dayanan ve gerçek konfor sağlayan doğru çözümü sunuyoruz. Compeed ürün ailesi, tüketici ihtiyaçlarına özel geliştirilmiş çözümleriyle gün içinde fark ettirmeden hayatın bir parçası haline geliyor. Uzun süreli kullanım performansıyla gün boyu kesintisiz konfor sunarak kullanıcı deneyimini bir üst seviyeye taşıyor."

### Kabarcık Oluşmadan Önce Önlem Alın

Compeed Sürtünme Önleyici Stick, hidrojene bitkisel yağ içeren formülü sayesinde gün içinde maruz kalınan sürtünmeyi azaltarak kabarcık oluşumunu önlemeye yardımcı oluyor. İz bırakmayan ve görünmez formüle sahip balsam formunda olan Compeed, yalnızca ayak bölgesine değil, sürtünmeye maruz kalan vücudun tüm bölgelerine stick şeklindeki yapısı sayesinde kolayca uygulanabiliyor. Compeed, Türkiye'de eczaneler ve e-ticaret kanalında tüketicilerle buluşuyor.



# Compeed®

İLE GÜN SENİN!

ŞİMDİ TÜRKİYE'DE!

AVRUPA'NIN

No1

1 NUMARASI\*

SÜRTÜNME VE KABARCIK OLUŞUMUNUN  
ÖNLENMESİNE YARDIMCI OLUR

Compeed®

SÜRTÜNME ÖNLEYİCİ  
ANTI-BLISTER

STICK

Sürtünmeye ve kabarcık oluşumuna karşı görünmez bir koruyucu bariyer oluşturmaya yardımcı olur.  
It gently protects skin against chafing and helps prevent the formation of blisters.

2. Tüm sürtünme noktalarında uygulanabilir.  
Suitable for all body parts.

3. Kuruca kuruduktan sonra kullanılır.  
Use on smooth, dry skin.

4. 12 saat için uygundur.  
Lasts for 12 hours.

8

804-025-007

\*Compeed Sürtünme Önleyici Stick, IOVIA Kasım 2024-2025 verilerine göre Avrupa'da stick kategorisinde 1 numaradır.



Tuncay TAŞKIN

## Vücutunuzla Konuşan Kapsüller mi Geliyor: Artık Sensörleri de mi Yutacağız?

**B**ugün kullandığınız bir kapsülün içinde gerçekten ne var? Sadece vitamin mi, yoksa sizi anlayabilecek bir sistemin ilk adımı mı? Bu soru birkaç yıl önce gereksiz görünebilirdi. Bugün ise sektörün geleceğini belirleyen en kritik sorulardan biri haline geliyor. Teknoloji ilerliyor, dönüşüm hızlanıyor, akıllı sistemler hayatımızın içine her geçen gün biraz daha giriyor. Yutulabilir sensörler ilk ortaya atıldığında bana yabancı bir fikir değildi aslında. Uzun yıllardır fütürizmle ilgilenen biri olarak, bu tür teknolojileri yaklaşık 10 yıl önce okumaya, takip etmeye başlamıştım. O zamanlar daha çok "ileride bir gün" kategorisindeydi.

Biraz uzak, biraz teorik, biraz da fazla iddialı... Ama bugün geldiğimiz noktada şunu çok net hissediyorum: O gelecek dediğimiz şey, artık uzak değil. Hatta sessizce geldi ve en kritik yerden, ilaç sektörünün içinden hayatımıza girmeye başladı. 2017'de ilginç bir şey oldu.

Proteus Digital Health'in geliştirdiği teknoloji,

Otsuka Pharmaceutical ile birleşti ve ortaya sensör içeren bir ilaç çıktı: **Abilify MyCite**.

Mantığı aslında çok basit:

Bir hap düşünün...

Ama içinde sadece etken madde yok. Küçük bir sensör de var. Sen o hapi yutuyorsun, sensör mideye ulaştığında aktif hale geliyor, vücudundaki bir patch'e sinyal gönderiyor, oradan da telefona veri düşüyor. Ve en kritik kısmı: Bu sistem FDA onayı aldı. Yani bu artık "fikirmiş, olur muymuş" konusu değil. Gerçek. Kullanılıyor.

### İlaç Sektörü Neden Bunu Yaptı?

Çünkü onların yıllardır çözemediği çok basit ama büyük bir problem var:

İnsanlar ilaçlarını gerçekten kullanıyor mu?

Özellikle:

- Psikiyatrik hastalarda
- Kronik hastalıklarda
- Uzun süreli tedavilerde

Bu konu tahmin ettiğimizden çok daha kritik.

Bu alanda çalışan başka yapılar da var.

- EctetRx, ilaçların alınıp alınmadığını dijital olarak takip etmeye odaklanıyor
- Medtronic, uzun süredir vücuttan veri alma teknolojilerine yatırım yapıyor
- Abbott Laboratories ise glikoz ölçüm sistemleriyle zaten şunu kanıtladı:

İnsan vücudu sürekli izlenebilir

Yani aslında büyük resim şu:

Sağlık artık sadece "hastalanınca müdahale edilen" bir alan değil.

Sürekli takip edilen bir sisteme dönüşüyor.

### Şimdi Gelelim Asıl Konuya

Peki bu iş takviyelere ne zaman gelir? Bence bu sorunun cevabı çok basit: Gelecek. Çünkü gelmemesi için hiçbir sebep yok. Hatta daha da ileri gideyim takviye sektörü bu teknolojiye ilaçtan bile daha hızlı adapte olabilir.

Çünkü burada problem daha büyük:

- Herkes aynı ürünü kullanıyor
  - Ama herkes aynı sonucu almıyor
  - Ve kimse nedenini tam bilmiyor
- Şimdi düşün...

Bir gün kullandığın bir probiyotik sana şunu söyleyebilecek: "Senin bağırsaklarında işe yaradı" ya da "Hiçbir etkisi olmadı" İşte oyun burada değişiyor.

Bence önümüzdeki birkaç yıl içinde şunları görmeye başlayacağız:

- İçine sensör yerleştirilmiş probiyotikler
- Emilimi gerçekten ölçen vitaminler
- Vücuttan verdiği tepkiye göre doz değiştiren sistemler

Yani artık mesele "ürün almak" değil,

**kendini anlamak** olacak.



Bence bu konunun en çarpıcı tarafı şu: Takviyeler bugüne kadar hep tek yönlüydü.

Sen alıyordun, onlar bir şey yapıyordu (ya da yapmıyordu). Ama şimdi ilk defa bir geri dönüş olacak. Yani kullandığın şey sana cevap verecek. "İşe yaradı" ya da "Yaramadı" ve açıkçası, bence takviye sektörünün asıl dönüşümü tam olarak burada başlayacak. Bugün hâlâ birçok kişi takviyeleri "al ve bekle" mantığıyla kullanıyor. Ama bu yaklaşımın sonuna geliyoruz.

Önümüzdeki dönemde kazananlar; **insanı daha iyi anlayanlar** olacak. Çünkü artık mesele şu değil: "Ne kullanıyorsun?" Asıl soru şu olacak: "**Vücutun sana ne söylüyor?**" Tam bu noktada işin bir diğer önemli boyutu devreye giriyor: kişiselleştirilmiş takviyeler.

Bugün artık şunu daha net biliyoruz: Aynı takviye, herkeste aynı etkiyi yaratmıyor. Metabolizma farklı, yaşam tarzı farklı, hatta bağırsak yapısı bile kişiden kişiye değişiyor. Yutulabilir sensörler gibi teknolojiler işte tam burada devreye giriyor.

Çünkü ilk defa "ne kullandığın" değil, **sende nasıl çalıştığı** ölçülebilir hale geliyor. Bu da bizi kaçınılmaz olarak şu noktaya götürüyor: Standart ürünlerden, kişiye özel çözümlere.

# BIOXCIN

LABORATORIES OF DERMOCOSMETIC

**SUNCARE**  
HIGH PROTECTION

DERMATOLOGLARIN  
ÖNERDİĞİ MARKA\*

GÜNEŞE  
KARŞI  
MAKSİMUM  
KORUMA

UVB

UVA



KOLAJEN, HYALURONİK ASİT,  
YEŞİL ÇAY, E VİTAMİNİ

Foto Yaşlanmaya Karşı  
Yoğun Nemlendirme  
Antioksidan Etki

**%100** BOTANİK AKTİFLER  
TERMAL SU İÇERİR

DERMATOLOJİK OLARAK TEST EDİLMİŞTİR. / SUYA DAYANIKLI / KOMEDOJENİK DEĞİLDİR.

\* Akademik ve tıbbi 2020'deki araştırmada, görülebilen toplam 100 dermatologun Bioxcin'i önerdiklerine dair beyanlarına göre.

www.bioxcin.com.tr



bioxcinturkiye



bioxcinofficial



bioxcin



# TAB İlaç, 15'inci yılında yeni nesil vitamin markası TABVITAMINS'i tanıttı

TAB İlaç, yeni nesil vitamin grubu TABVITAMINS'i Esmâ Sultan Yalısı'nda düzenlediği 15'inci yıl etkinliğinde tanıttı.



**1** 3 bin metrekaresel üretim tesisi ve yaklaşık 350 çalışanıyla faaliyetlerini sürdüren TAB İlaç, 15 yıllık üretim deneyimini yeni ürün grubuna taşıyor. Patentli ve yüksek kaliteli ham maddelerle geliştirilen TABVITAMINS ürünleri, şirketin ileri teknolojiyle donatılmış üretim altyapısında, el değmeden üretim ve paketleme süreçlerinden geçerek tüketiciyle buluşuyor. Etkinlikte konuşan TAB İlaç Genel Müdürü

Aytekin Pahsa, iyi yaşamı destekleyen çözümler geliştirirken insanı yalnızca fiziksel değil, bütünsel olarak ele aldıklarını belirterek şunları söyledi: "Sağlık Bakanlığı ve uluslararası otoritelerin standartlarına göre tasarlanmış, son teknolojiyle donatılmış üretim altyapımız ile 15'inci yılımıza ulaştık. Patentli ve yüksek kaliteli ham maddelerle geliştirilen güvenli ürünlere yatırım yapmayı sürdüreceğiz. Bu yolda yürüyecek çok yolumuz, hevesimiz ve azmimiz var."

TABVITAMINS ile modern yaşamın temposuna uyum sağlayan ve farklı ihtiyaçlara yönelik çözümler sunmayı hedeflediklerini belirten TAB İlaç Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Elif Pahsa, "200'den fazla üründen oluşan portföyümüzü 15. yılımızda daha da genişletiyoruz. Yakın zamanda portföyümüze katılacak yeni ürünlerle takviye edici gıda sektöründeki konumumuzu güçlendirmeyi sürdüreceğiz." dedi.

## İyi yaşamın farklı boyutları ele alındı

Etkinlik kapsamında gerçekleştirilen "Az Ye Çok Yaşa" oturumunda konuşan Türk İç Hastalıkları Uzmanlık Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Kerim Güler, uzun yaşamın temel belirleyicisinin damarsal sağlık olduğunu söyledi. Lansman kapsamında düzenlenen oturumlarda sağlıklı ve dengeli yaşamın temel dinamikleri konuşuldu. Alanında uzman isimlerin katıldığı panellerde, sağlıklı yaşam alışkanlıkları, uzun ve kaliteli yaşamın temel unsurları ile ruhsal ve fiziksel denge arasındaki ilişki değerlendirildi. Bilimsel veriler ışığında gerçekleştirilen paylaşımlar, katılımcılara günlük yaşama kolayca adapte edilebilecek öneriler sunarken iyi yaşamın sürdürülebilirliği konusunda da ilham verdi. Etkinlik, söyleşi ve sahne performanslarıyla tamamlandı.

## İlaç Temin Protokolü Revizyonu İmzalandı



**S**osyal Güvenlik Kurumu ile Türk Eczacıları Birliği arasındaki ilaç temin protokolü revizyonu, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Prof. Dr. Vedat Işıkhan'ın katıldığı törende SGK Başkanı Yunus Elitaş ile Türk Eczacıları Birliği Başkanı Ecz. M.İrfan Demirci tarafından imzalandı.

Sosyal Güvenlik Kurumu ile TEB arasında imzalanan protokol revizyonu ile sağlanan kazanımlar şöyle oldu: Sıralı dağıtım sistemine tabi reçete grupları genişletilerek aşağıdaki etken maddeler kapsam dahiline alındı: l- Deferipron, Deferasiroks, deferoksamin metansulfonat, o- Enzim ihtiva eden müstahzarlar, Agalsidaz Alfa, Agalsidaz

Beta, İdursulfaz, İmigluseraz, Laronidaz, Taligluseraz Alfa, Velagluseraz Alfa, ö- İka-tibant.

Sözleşmeli eczanelerin Kuruma uygulamakta olduğu iskonto oranlarına esas baremlerde SGK'nın yıllık büyümesi oranında artış sağlandı. 01.10.2025 tarihinden geçerli olmak üzere yeni baremler ile yeni reçete başı hizmet bedeli tutarları belirlendi. Majistral ilaçlarda uygulanan tavan fiyatın yükseltilmesi ile, Tarifenin Kurum tarafından Sağlık Bakanlığının onayladığı güncel tutarlarla uygulanması için Sağlık Hizmetleri Fiyatlandırma Komisyonu gündeminde konu hızla ele alınacak.

## İlaçlarda uygulanacak kamu kurum iskontosu baremlerinin değiştirilmesi

12/03/2026 tarih ve 33194 sayılı Resmi Gazete'de "Beşeri Tıbbi Ürünlerin Fiyatlandırılmasına Dair Karar" ile Beşeri Tıbbi Ürünlerin fiyatlandırılmasında kullanılacak Türk Lirası cinsinden 1 (bir) Avro değeri 13.03.2026 tarihi itibarıyla 26,8767 TL, 01.04.2026 tarihi itibarıyla ise 29,1164 TL olarak belirlendi.

# TEMELİMİZDE DE GELECEĞİMİZDE DE ONLARIN ADI VAR

Abdi İbrahim'in temelleri, Eczacı Abdi İbrahim Bey tarafından  
1912'de İstanbul'da küçük bir eczanede atıldı.

Tam 114 yıldır iyileştirme yolculuğumuzda  
eczacı meslektaşlarımızla birlikte yürümekten gurur duyuyoruz.

**14 MAYIS ECZACILIK GÜNÜ KUTLU OLSUN**



**ABDİİBRAHİM**

# Türkiye Ağız Sağlığı Haritası Araştırması Açıklandı

SENSODYNE

## Türkiye Ağız Sağlığı Araştırması Raporu



**A**ğız sağlığına yönelik alışkanlıkları kapsamlı bir şekilde ortaya koymak üzere Ipsos Türkiye tarafından Sensodyne iş birliği ile gerçekleştirilen "Türkiye Ağız Sağlığı Haritası" araştırması, ülkenin ağız sağlığına dair güncel bir tablo sunuyor. Araştırma, tüketicilerin bildikleri ile uyguladıkları arasındaki farkı sayısal verilerle gözler önüne seriyor.

### İdeal fırçalama süresine uyanların oranı yalnızca yüzde 12

Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) önerdiği ideal diş fırçalama süresi 2 dakika olmasına rağmen, katılımcıların yalnızca yüzde 12'si bu süreye uyuyor. Bunun yanında toplumun yarısı diş hekimlerinin önerdiği günde iki kez fırçalama rutini uyguluyor. Yüzde 30'u dişlerini günde yalnızca bir kez, yüzde 13'ü ise haftada 3-4 kez fırçalıyor. Nüfusun yüzde 6'sı ise dişlerini yalnızca sosyalleşeceği zaman fırçaladığını ifade ediyor. Bu tablo, ağız bakımının düzenli bir sağlık rutini olmaktan ziyade dönemsel bir "sosyal vitrin" davranışına dönüştüğünü gösteriyor.

### Çürük dişler "acil ağrı" seviyesine gelene kadar erteleniyor

Araştırmaya göre toplumun yüzde 25'i, yani her 4 kişiden 1'i, ağızda aktif ve tedavi edilmemiş bir çürükle yaşamını sürdürüyor. Aktif çürüğü bulunan kişilerin yüzde 76'sı son 3 aydır diş hekimine gitmediğini belirtirken, her 5 kişiden 1'i son 2 yıldır diş hekimi koltuğuna hiç oturmadığını ifade ediyor. Veriler, çürüğün çoğu zaman "acil ağrı" seviyesine gelene kadar ertelendiğini gösteriyor.

### İlk diş hekimi ziyareti ortalama 16 yaşında gerçekleşiyor

Türkiye'de yetişkinlerin diş hekimiyle ilk tanışma yaşı ortalama 16 olarak öne çıkıyor. Ancak ebeveynler, ağız sağlığı konu-

sunda kendi yaşadıkları gecikmeyi yeni nesilde olumlu yönde kırıyor. Kendileri diş hekimiyle ortalama 16 yaşında tanışırken, bugün çocuklarını ortalama 7 yaşında diş hekimiyle tanıştırtıyorlar. Ortalama 7 yaş büyük bir gelişme gibi görünse de bunun 1-2 yaşlara çekilmesi gerekiyor. Süt dişlerinin çıkmasıyla birlikte çocukların diş hekimiyle tanışması ve doğru bakım ritüeli kazanması büyük önem taşıyor. Öte yandan çocukların ağız bakımında florür farkındalığı da kritik bir rol oynuyor. Aile-

ler çocukları için hala florürsüz diş macunlarına yönelme eğiliminde olsa da uzmanlar, çürük oluşumunu önlemede doğru dozlarda florür kullanımının başlıca faktör olduğunu altını çiziyor. İş çocuklara diş fırçalama sevdirmeye geldiğinde ise aromalar devreye giriyor: Satın alınan çocuk diş macunlarında ebeveynlerin yüzde 49'u açık ara "çilek" aromasını tercih ederken, onu yüzde 26 ile nane ve yüzde 21 ile karpuz takip ediyor. Bugüne kadar diş hekimine bir kez gitmiş olanlara baktığımızda ise yaklaşık yüzde 40'lık kesimin bir yıldan uzun süredir hiç diş hekimine uğramadığını görüyoruz. Diş hekimine gitmeme nedenleri arasında en çok ihtiyaç duyulmaması ve maliyet öne

çıkarken, bu faktörleri diş hekimi korkusu ve zaman bulamamak izliyor. Bu tablo, yetişkinlerde koruyucu hekimlik refleksinin hâlâ zayıf olduğunu ve diş hekiminin çoğunlukla kriz anında başvuru bir çözüm noktası olarak konumlandığını gösteriyor.

### Diş hassasiyetini tedavi etmek yerine göz ardı ediyoruz

Toplumda yaygın görülen ağız sağlığı sorunlarından biri olan diş hassasiyeti, günlük yaşam kalitesini doğrudan etkiliyor. Hassasiyet en çok soğuk yiyecek ve içeceklerde hissedilirken; sıcak gıdalar ve tatlılar da başlıca tetikleyiciler arasında yer alıyor. Araştırma, bu sorunla başa çıkarken tedavi yöntemleri kadar, problemi göz ardı etme eğiliminin de yaygın olduğunu gösteriyor. Katılımcıların yüzde 41'i hassasiyet giderici macun kullanıp yüzde 36'sı diş hekimine başvururken; yüzde 35'lik kesim kalıcı bir önlem almak yerine, yalnızca sevdiği yiyecek ve içecekleri tüketmekten kaçınarak problemi hasıraltı etmeyi tercih ediyor. Araştırma, toplumun ağız sağlığı konusunda kime güvendiğini net bir şekilde ortaya koyuyor. Yüzde 64'le diş hekimleri ezici bir üstünlüğe sahipken, toplumun yüzde 39'u bilgi almak için internet üzerinden araştırma yapmaya yöneliyor.



**BERKO İLAÇ**  
"sağlıklı yarınlara"

**BB BERAT BERAN İLAÇ**  
"Duayen bir imza"

Sağlık yolculuğunun  
en güvenilir rehberleri olan  
tüm eczacılarımızın

**14 Mayıs Eczacılık Günü  
kutlu olsun.**

**"Duayen bir imzayla,  
nice sağlıklı yarınlara"**

# Menarini Türkiye İnsan Kaynakları Direktörü Aysu Avcı Özcan, "En yenilikçi 50 İK Lideri" arasında

Menarini Türkiye İnsan Kaynakları Direktörü Aysu Avcı Özcan, Fast Company Türkiye tarafından düzenlenen "En Yenilikçi 50 İK Lideri" listesinde yer aldı.

İtalya'nın en köklü ilaç şirketlerinden biri olan Menarini, Türkiye'deki insan odaklı dönüşüm ve dijitalleşme stratejileriyle İK alanındaki başarılarını tescil etmeye devam ediyor. İş dünyasının prestijli yayınlarından Fast Company Türkiye tarafından oluşturulan jüri; stratejik bakış açısı, yenilikçi projeler ve çalışan deneyimine katkıları neticesinde Menarini Türkiye İnsan Kaynakları Direktörü Aysu Avcı Özcan'ı Türkiye'nin en yenilikçi 50 İK liderinden biri olarak belirledi.

## Sürdürülebilir Gelişim ve Yenilikçi Yaklaşım

Menarini Türkiye'nin bu başarısı, şirketin köklü insan odaklı modern iş dünyasının dinamikleriyle buluşturan sürdürülebilir gelişim vizyonunun bir parçası olarak öne çıkıyor. Aysu Avcı Özcan liderliğinde yürütülen çalışmalarla, kurumun güçlü temelleri üzerinde yükselen çalışan deneyimi,

dijitalleşme ve yenilikçi projelerle zenginleşmeye devam ediyor.

## Çalışan Bağlılığında Kişiselleştirilmiş Dönem: Esnek Yan Haklar

Şirketin stratejik öncelikleri arasında yer alan ve Aysu Avcı Özcan yönetiminde başarıyla hayata geçirilen "Esnek Yan Haklar Programı", Menarini Türkiye'nin dinamik ve çalışan odaklı yapısının en güncel örneklerinden biri oldu. Çalışanların değişen ihtiyaçlarına göre kendi yan hak süreçlerini yönetebildiği bu model, İK süreçlerinin daha esnek ve kişiselleştirilmiş bir yapıya evrilmesine katkı sağlıyor.

## Teknoloji ve İnsan Odağı Bir Arada

Menarini Türkiye'nin İK stratejisi, teknolojiyi çalışan deneyimini zenginleştiren bir kaldıraç olarak konumlandırmaya devam ediyor. Şirketin odağındaki bu vizyoner bakış açısı doğrultusunda; eğitim ve gelişim süreçlerinin dijital platformlara taşınmasıyla öğren-



me kültürü uçtan uca modernize edilirken, şeffaf iletişim modelleri ve katılımcı yönetim anlayışıyla her yeteneğin potansiyelini en üst seviyede sergileyebileceği bir ekosistem yaratılıyor.

## Etkili ağız ve diş sağlığı için Oral-B iO



Nesli Kılıçal - Yağmur Tanrısevsin - Dr. Ayşegül Demirağ

İstanbul'da düzenlenen White&Clean İnovasyon Günü'nde Oral-B'nin ağızda etkin temizlik sağlayan inovatif ürün portföyü kapsamlı bir şekilde tanıtıldı. Düzenlenen panelde Procter & Gamble Türkiye Kafkasya & Orta Asya Kurumsal İletişim Direktörü Nesli Kılıçal, Oyuncu ve Seramik Sanatçısı Yağmur Tanrısevsin ve Dr. Diş Hekimi Ayşegül Demirağ, Oral-B inovasyonları ile ağız ve diş sağlığını değerlendirdi. Toplantıda, Oral-B'nin iO teknolojisinin hem yetişkinlerde hem çocuklarda ağız sağlığını iyileştirdiği ve diş beyazlığına önemli katkı sağladığı

vurgulandı. Toplantıda soruları yanıtlayan P&G Türkiye Kafkasya & Orta Asya Kurumsal İletişim Direktörü Nesli Kılıçal, inovasyon ve üstün teknolojilerin Oral-B'yi öne çıkaran unsurlar olduğunu belirterek şunları söyledi: "P&G olarak inovasyon anlayışımızın temelinde, tüketicilerin her gün karşılaştığı gerçek sorunları çözmek yer alıyor. Bu doğrultuda, önce tüketicinin ihtiyaçlarını anlamaya odaklanıyoruz. Ardından üstün nitelikli ürünleri sürdürülebilir bir şekilde sunmaya odaklanıyoruz. Tüketici sağlığı alanında önde gelen markamız Oral-B de aynı kültürü ve yaklaşımı

benimsiyor. Oral-B, yarım yüzyılı aşkın bir süredir ağız bakımında devrim yaratan inovasyonlarla önde olmayı başarıyor."

## iO teknolojisi ağız ve diş temizliğinde çok etkili!

Kılıçal, Oral-B'nin üstün iO teknolojisi ve bu teknolojiyi kullanan iO serisi şarjlı diş fırçalarının yaptığı etkili temizlik hakkında şu bilgileri verdi: "Baştan sona inovatif bir teknoloji olan Oral-B iO, 6 yılı aşkın Ar-Ge çalışmaları ve 1.800'den fazla tüketicinin sunduğu içgörülerle geliştirildi. Yapay zekâyı etkin bir şekilde kullandığımız iO teknolojisiyle inovasyon yaklaşımımızı daha ileriye taşıdık. Bu seride yer alan şarjlı diş fırçalarındaki yuvarlak fırça başlığı, kullanıldığı her özgün diş yapısıyla mükemmel uyum sağlıyor, dişleri çevreliyor. Fırça başlığında 4.000'den fazla yumuşak kıl var ve bunlar çok etkili bir temizlik yapıyor."

Sağlık ağızda başlar

Toplantıda söz alan Dr. Ayşegül Demirağ ise sağlığın ağızda başladığını belirterek, "Ağız bakımındaki aksaklıklar sadece diş çürüklerine neden olmaz, aynı zamanda diş eti enfeksiyonuna, ağız kokusuna, diş eti kanamalarına yol açar. Ağızdaki iltihaplar veya enfeksiyonlar, çeşitli sistemik hastalıkların ortaya çıkma riskini artırabilir. Yapılan araştırmalar, kalp hastalığı, diyabet ve bazı romatizmal hastalıkların, hatta Alzheimer ve düşük doğum riski gibi sağlık sorunlarının bile ağız sağlığıyla arasında bir bağlantı kurmuştur. Günde iki kere en az 2'er dakika ağız temizliği yapılmasını ve 6 ayda bir diş hekimi kontrolüne gidilmesini tavsiye ediyorum" dedi.

# 14 Mayıs Eczacılık Günü kutlu olsun!

Sağlık hizmetinden üretime,  
araştırmadan yönetime kadar  
birçok alanda hayatımıza  
değer katan  
tüm eczacılara  
teşekkür ederiz.

Daha fazla sağlık,  
daha fazla mutluluk,  
daha fazla hayat...



[www.menarini.com.tr](http://www.menarini.com.tr)



**MENARINI**  
Türkiye



► Uzm. Ecz. Sema Uysal ZEYBEK

## SERAMİDLER

**S**eramidler, epiderminin stratum korneumunda bulunan ve cilt bariyerini sağlam ve sağlıklı tutan başlıca lipitlerdir. Nemin ciltte hapsedilmesine yardımcı olarak cildin kurumasını, tahriş olmasını ve atopik dermatit, sedef hastalığı, balık pulu derisi gibi çeşitli cilt hastalıklarını önler. Böylece Seramidlerin sağlıklı bir ciltten sorumlu önemli bir bileşen olduğu kanıtlanmıştır. Hastalıklı derinin lipit kompozisyonu üzerine yapılan çalışmalar, seramid seviyesinin azaldığını ve seramid profillerinin değiştiğini göstermiştir; bu sayede araştırmalar, seramid içeren topikal formülasyonların üretilmesine doğru yolu açmıştır. Son yıllarda Seramid içerikli cilt bakımı ve saç bakım ürünleri kozmetik alanında son trendler haline geldi. Seramidler, cildin bariyer fonksiyonunu onarmak için seramidlerin topikal olarak verilmesi amacıyla çeşitli topikal formülasyonlara dahil edilmiştir. Akneden etkilenen ciltte bariyer işlevi bozulur ve cilt neminde bir azalmaya ve cilt

yüzeyindeki lipitlerde (seramidler) bir azalmaya yol açar. Bu tip ciltlerde topikal tedaviler için ürün seçilirken cilt tipi ve hastalığın evresi dikkate alınmalıdır. Akneye yatkın ciltlerde kullanılan seramid içeren temizleyiciler ve nemlendiriciler non-komedojenik, tahriş edici olmayan ve kokusuz olmalıdır. Klinik çalışma: Kronik kseroz için özel olarak formüle edilmiş, duş jeli ve nemlendiriciden oluşan reçetesiz bir cilt bakım rejiminin, cildin nemlenmesini, cilt bariyer fonksiyonunu iyileştirdiği, Atopik Dermatite yatkın cildi olan hastalarda yaşam kalitesine etkisi üzerine bir çalışma yapılmış. Burada sunulan veriler, bu rejimin yaşlı yetişkin bireylerde bir hafta kadar kısa bir sürede görsel kuruluğu, cilt hidrasyonunu ve kaşıntıyı önemli ölçüde iyileştirdiğini göstermektedir. Ayrıca bir hafta içinde yaşam kalitesini (QoL) önemli ölçüde iyileştirmiş ve tüm çalışma katılımcıları tarafından çok beğenilmiştir.

### Kaynakça:

- Uchida, Y., Park, K. Ceramides in Skin Health and Disease: An Update. Am J Clin Dermatol 22, 853–866 (2021). <https://doi.org/10.1007/s40257-021-00619-2>
- Bhatia, R., Tilak, P., Patil, S., Deshmukh, M., & Jain, D. (2022). Role of ceramides in skin disease and skin care formulations-A Review.
- Lynde, C. W., Andriessen, A., Barankin, B., Gannes, G. D., Gulliver, W., Haber, R., McCuaig, C., Rajan, P., Skotnicki, S. P., Thomas, R., Toole, J., & Vender, R. (2014). Moisturizers and Ceramide-containing Moisturizers May Offer Concomitant Therapy with Benefits. The Journal of clinical and aesthetic dermatology, 7(3), 18–26.

*Sema Uysal Zeybek*

# NUTRAXIN®

# KIRMIZI ENERJİ\*

**B12**  
Vitamini

**B6**  
Vitamini

**C**  
Vitamini

**Folik Asit**



\*Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği

TAKVİYE EDİCİ GİDADIR. İLAÇ DEĞİLDİR.

Eczanelerde

www.nutraxin.com.tr

/NutraxinOfficial

/nutraxin\_turkiye



**Mehmet Can VARLIK**

## Sosyal Medyada Gıda Takviyesi Reklamcılığı: İnce Ayar Dönemi

**S**osyal medya, gıda takviyesi sektörünün en cazip ama aynı zamanda en kırılabilir iletişim alanıdır. Bunun temel nedeni, bu mecraların hem çok hızlı hem de çok kontrolsüz görünmesidir. Bir içerik saniyeler içinde binlerce kişiye ulaşabilir; aynı hızla yanlış anlaşılabilir, şikâyet edilebilir ve denetim sürecine girebilir. Bu nedenle sosyal medya, gıda takviyesi markaları için “yüksek potansiyelli ama yüksek riskli” bir sahadır.

Geçmiş yıllarda sosyal medya reklamcılığı, özellikle takviye edici gıdalar açısından daha serbest bir alan gibi algılanıyordu. Markalar reels’lar, story’ler ve influencer paylaşımlarıyla; tıbbi çağrışımı olan söylemleri rahatlıkla kullanabiliyor, “öncesi-sonrası” benzeri görsellerle hızlı satış hedefliyordu. Ancak bu dönem, hem tüketici farkındalığının artması hem de denetim mekanizmalarının güçlenmesiyle sona erdi.

Bugün sosyal medya reklamcılığı, gıda takviyesi sektörü için bir “ince ayar” dönemine girmiştir. Artık mesele yalnızca görünür olmak değil; doğru, güvenli ve sürdürülebilir bir dil kurabilmektir.

### 4.1 Sosyal Medya Neden Bu Kadar Riskli?

Sosyal medyayı riskli kılan birkaç temel unsur vardır:

#### 1. Hız:

İçerik üretimi hızlıdır, tüketimi daha da hızlıdır. Bu hız, çoğu zaman kontrol mekanizmalarının devre dışı kalmasına neden olur. Bir metin yazılır, paylaşılır ve yayılır; ancak hukuki ya da etik değerlendirme çoğu zaman sonradan yapılır.

#### 2. Kişisel anlatım dili:

Sosyal medya samimiyet üzerine kuruludur. Influencer’lar ve markalar, “arkadaş gibi konuşma” dilini tercih eder. Ancak gıda takviyesi

si gibi sağlıklı ilişkili bir alanda bu samimiyet, kolayca sağlık iddiasına dönüşebilir.

#### 3. Görsel gücü:

Görseller, metinden çok daha güçlü algı yaratır. Bir ürünün “iyi hissettirdiğini” ima eden bir yüz ifadesi, bir hareket ya da bir metafor; metin yasal sınırlar içinde olsa bile, görsel üzerinden yanıltıcı algı yaratabilir.

#### 4. Arşivlenebilirlik:

Sosyal medya içerikleri geçici gibi görünür; ancak gerçekte kalıcıdır. Story’ler silinse bile ekran görüntüleri, platform kayıtları ve kullanıcı şikâyetleri üzerinden izlenebilir.

Bu nedenlerle sosyal medya, gıda takviyesi reklamcılığında “en çok denetlenen” alanlardan biri haline gelmiştir.

### 4.2 “Satış Odaklı” Dilden “Bilgi Odaklı” Dile Geçiş

İnce ayar döneminin en belirgin özelliği, iletişim dilindeki dönüşümdür. Eskiden içerikler şu soruya odaklanırdı:

**“Bu ürünü nasıl daha hızlı satarım?”**

Bugün ise soru değişmiştir:

**“Bu ürünü nasıl doğru anlatırım?”**

Bu değişim, pazarlama refleksini kökten etkiler. Satış odaklı dil; iddia, vaat ve sonuç anlatımı ister. Bilgi odaklı dil ise süreç, içerik ve kullanım çerçevesi anlatır. Gıda takviyesi sektöründe regülasyonlarla uyumlu olan da ikinci yaklaşımdır.

Örneğin:

- “Bağışıklığı güçlendirir” yerine
- “Bağışıklık sistemini desteklemeye yönelik içerikler içerir”

gibi ifadeler yalnızca hukuki açıdan değil, algısal açıdan da daha güvenli bir zemin oluşturur.

Bu dil, tüketiciyi küçümsemez; aksine onu bilinçli bir karar verici olarak konumlandırır. Uzun vadede bu yaklaşım, markaya duyulan

güveni artırır.

### 4.3 İçerik Türleri Değişiyor: Yeni Sosyal Medya Formatları

Gıda takviyesi markaları için sosyal medyada öne çıkan içerik türleri de değişmiştir. Artık en çok çalışan formatlar şunlardır:

#### 1. İçerik Odaklı Paylaşımlar

Ürünün içeriğinde hangi vitamin, mineral ya da bitkisel bileşenlerin bulunduğunu anlatan sade ve eğitici içerikler. Bu tür paylaşımlar, doğrudan sağlık vaadi içermeyen ürünün “ne olduğu”nu anlatır.

#### 2. Kullanım Rutini Anlatımları

Ürünün bir günün hangi bölümünde, hangi rutin içinde yer alabileceğini anlatan içerikler. “Sabah rutini”, “yoğun gün temposu”, “spor sonrası” gibi çerçeveler, tedavi iddiası oluşturmadan bağlam sunar.

#### 3. Soru-Cevap Formatları

“Kimler kullanabilir?”, “Kimler kullanmamalı?”, “Ne değildir?” gibi sorular üzerinden ilerleyen içerikler. Özellikle “kimler için uygun değildir” vurgusu, markanın sorumluluk bilincini gösterir.

#### 4. Üretim ve Kalite Süreci Anlatımı

Hammadde seçimi, kalite kontrol süreçleri, üretim standartları gibi konulara odaklanan içerikler. Bu tür paylaşımlar, ürünü değil markayı güçlendirir.

Bu formatlar, satış çağrısı içermese bile dönüşüm yaratır. Çünkü güven, satın alma davranışının en güçlü tetikleyicisidir.

### 4.4 Influencer İçeriklerinde İnce Ayar

Sosyal medyada gıda takviyesi reklamcılığının en hassas alanı influencer içerikleridir. Çünkü influencer’lar, takipçileri tarafından “benim gibi biri” olarak algılanır. Bu algı, anlatılan her deneyimi güçlü bir referansa dönüştürür.

Yeni dönemde influencer içeriklerinde şu ku-

rallar öne çıkmaktadır:

- Deneyim anlatımı genelleştirilmemelidir.
- Hastalık adı, tedavi çağrışımları ve tıbbi jargon kullanılmamalıdır.
- Reklam olduğu açıkça belirtilmelidir.
- Ürün, bir "destekleyici" olarak konumlandırılmalıdır.

Bu sınırlar, influencer'ı kısıtlamaz; aksine onu profesyonelleştirir. Markalar açısından ise influencer iş birliği artık "kontrolsüz viral etki" değil, kontrollü marka temsili anlamına gelir.

#### 4.5 Metin Kadar Görsel de Denetlenir

Gıda takviyesi reklamcılığında sık yapılan hatalardan biri, yalnızca metne odaklanmaktır. Oysa görseller de en az metin kadar güçlü mesajlar taşır.

Riskli görsel örnekleri:

- Öncesi-sonrası karşılaştırmaları
- Hastalık çağrışımı yapan ikonlar
- Aşırı mutlu, "anında etki" hissi veren mimikler
- Medikal ortam izlenimi yaratan sahneler

Yeni dönemde markalar, görsel dilde de "sakinlik" ve "gerçekçilik" yaklaşımını benimsemektedir. Bu da markayı daha premium ve güvenilir gösterir.

#### 4.6 Sosyal Medyada Denetim Gerçeği ve Algı Yanılgısı

Birçok marka hâlâ "küçük hesap, az takipçi, kimse görmez" yanılgısına sahiptir. Oysa denetim mekanizmaları artık yalnızca şikâyeteye dayalı değil; algoritmik taramalar, anahtar kelime analizleri ve platform iş birlikleri üzerinden de çalışmaktadır.

Bu gerçek, sosyal medyada gıda takviyesi reklamcılığını şu noktaya taşımıştır:

**Her içerik, yarın incelenenmiş gibi hazırlanmalıdır.**

Bu yaklaşım, markayı yavaşlatmaz; aksine stratejik düşünmeye zorlar.

#### 4.7 İnce Ayar Ne Anlama Geliyor?

"İnce ayar", sosyal medyada sessiz kalmak demek değildir. Doğru ayar şudur:

- Daha az iddia

- Daha net sınırlar
- Daha bilinçli anlatım
- Daha tutarlı marka dili

Bu ayar, markanın sesini kısma; aksine onu berraklaştırır.

#### 4.8 Sonuç: Sosyal Medyada Kazananlar Kimler Olacak?

Gıda takviyesi sektöründe sosyal medyada kazanan markalar:

- En çok bağırılanlar değil,
- En net anlatılanlar,
- En güven verenler,
- En tutarlı olanlar olacaktır.

Sosyal medya artık yalnızca bir satış kanalı değil; markanın karakterini sergilediği bir sahnedir. Bu sahnede regülasyonlara uyumlu, bilinçli ve sakin duran markalar; kısa vadeli değil, kalıcı başarı elde edecektir.

*Mehmet Can Varlık*

## Obeziteyle Mücadelede Hekim - Eczacı İş Birliği: HOBİSAD'dan Kritik Uyarı!



**H**ormon Bilim ve Sağlık Derneği (HOBİSAD) tarafından düzenlenen "Bilim Köprüleri - Dengenin Dinamiği" çalıştayının sonuç raporu, obezite tedavisinde giderek büyüyen bir riske dikkat çekti. Rapora göre, sosyal medyada yayılan "hızlı zayıflama" vaatleri ve özellikle yeni nesil obezite ilaçlarının hekim kontrolü dışında kullanımı, bireyleri ciddi sağlık sorunlarıyla karşı karşıya bırakıyor. Uzmanlar, bu eğilimin tedavi güvenliğini tehdit ettiğini ve acil önlem gerektirdiğini vurguluyor. Obezitenin yalnızca kilo fazlalığı değil; metabolik, psikolojik ve sosyal boyutları olan kronik bir hastalık olduğunun altı çizilen raporda, tedavinin tek başına ilaç kullanımına indirgenemeyeceği ifade edildi. Kalıcı ve güvenli sonuçlar için hasta merkezli yaklaşımın benimsenmesi, yaşam tarzı değişikliklerinin tedavinin temelini oluştur-

ması ve en önemlisi hekim ile eczacının koordineli çalıştığı multidisipliner bir yapının güçlendirilmesi gerektiği belirtildi.

#### "Kilo Yönetiminde Başarı Bilim ve Ekip Çalışmasıyla Gelir"

Çalıştay sonuçlarını değerlendiren HOBİSAD Başkanı Prof. Dr. Okan Bülent Yıldız, obezite yönetiminde tek başına ilaç kullanımının yeterli olmadığını vurgulayarak şu açıklamalarda bulundu: "Obezite, biyopsikososyal boyutları olan ciddi ve kronik bir hastalıktır. Başarılı bir yönetim için farmakolojik tedavilerin doğru hasta seçimiyle ve mutlaka hekim kontrolünde uygulanması gerekir. Özellikle son yıllarda kullanılan inkretin temelli ilaçlar, uygun hastalarda etkili sonuçlar sağlayabilmektedir. Ancak bu ilaçların kontrolsüz kullanımını ciddi sağlık riskleri doğurabilir. Biz bu çalıştayla, hastanın ruh halinden sosyal koşullarına kadar tüm süreci kapsayan hasta merkezli bir yaklaşımı savunuyoruz. Eczacılar, hastaların eğitimi ve ilaçların yan etkilerinin takibinde kritik bir köprü görevi üstlenmektedir. Kalıcı başarı ise ancak he-

kim ve eczacı arasındaki güçlü iş birliğiyle mümkün olur."

#### Obezite Alanında Yeni Gerçek:

#### "Multidisipliner İşbirliği Şart"

Çalıştayda öne çıkan bu yaklaşım, obezite yönetiminde disiplinler arası iş birliğinin merkezi rolünü bir kez daha ortaya koydu.

#### 5 Kritik Başlıkta Obezite Yönetimi Yol Haritası

Çalıştay raporunda obezite yönetiminde başarının 5 temel sütun üzerine inşa edilmesi gerektiği bildirildi:

- 1. Empati ve İletişim:** Hastanın beklentileri ve psikolojik durumu merkeze alınmalı.
- 2. Multidisipliner Ekip:** Hekim, eczacı, diyetisyen ve psikolog sürece entegre olmalı.
- 3. Yaşam Tarzı ve Destek:** Sağlıklı beslenme ve egzersiz tedavinin temeli sayılmalı.
- 4. Danışmanlık ve Denetim:** İlaçlar hekim gözetiminde, eczacı danışmanlığında kullanılmalı.
- 5. Bilimsel Farkındalık:** Sosyal medyadaki bilgi kirliliğine karşı bilimsel iletişim güçlendirilmeli.



# Bayer'den Kadın Sağlığına Dikkat Çeken Kampanya: #NormalDeğil

Bayer Türkiye Kadın Sağlığı, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü öncesinde hayata geçirdiği #NormalDeğil kampanyasıyla kadınların yaşam kalitesini etkileyebilen ancak çoğu zaman konuşulmayan durumlar hakkında farkındalık yaratmayı hedefliyor.



**K**adın sağlığına ilişkin bazı konular toplumda o kadar yaygın yaşıyor ki zamanla "kadın olmak böyle bir şey" düşüncesiyle sıradanlaştırılabilir. Bu durum, birçok kadının yaşadığı sorunları adlandırmasını, sorgulamasını ve gerektiğinde destek aramasını zorlaştırabiliyor. Kadın sağlığı alanında farkındalığın artırılmasının önemine dikkat çeken Bayer Türkiye Kadın Sağlığı Lideri Beste Doğar, kampanyanın çıkış noktasını şöyle anlatıyor: "Kadınların hayatında tekrar eden bazı deneyimler zamanla 'normal' olarak kabul edilebiliyor. Oysa yaygın olması, bu durumların normal olduğu anlamına gelmiyor. #NormalDeğil kampanyamızla kadınların yaşam kalitelerini etkileyen du-

rumların daha fazla konuşulmasını ve fark edilmesini desteklemeyi amaçlıyoruz."

**Dünya Geneline 1,5 Milyardan Fazla Kadın, Kadın Sağlığıyla İlgili Bir Sorun Yaşıyor**

Aşırı adet kanaması ve şiddetli adet sancısı gibi durumlar, kadınların iş hayatından sosyal yaşamlarına kadar birçok alanı etkileyebiliyor. Adet dönemine göre yapılan planlar, ağrı nedeniyle iptal edilen aktiviteler veya günlük hayatı sürdürebilmek için gösterilen ekstra çaba, pek çok kadın için sıradan bir rutine dönüşebiliyor. Araştırmalar, dünya genelinde 1,5 milyardan fazla kadının kadın sağlığıyla ilgili bir sorun yaşadığını gösteriyor.<sup>1</sup> Buna rağmen pek çok kadın yaşadıklarının bir sağlık sorununun işareti olabileceğini düşünmeden bu

belirtileri "normal" kabul edebiliyor.

**Türkiye'de Kadınların Yaklaşık %38'i Şiddetli Adet Kanaması, %85'inden Fazlası ise Adet Ağrısı Yaşıyor**

Araştırmalar, Türkiye'de kadınların yaklaşık %38'inin hayatlarının bir döneminde şiddetli adet kanaması<sup>2</sup>, %85'inden fazlasının ise adet döneminde ağrı yaşadığını gösteriyor. Buna rağmen birçok kadın yaşadığı bu belirtileri çoğu zaman "normal" kabul ederek günlük hayatının bir parçası haline getirebiliyor. Planlarını adet dönemine göre yapmak, ağrıya rağmen iş veya okul hayatını sürdürmeye çalışmak ya da sosyal aktivitelerini buna göre düzenlemek pek çok kadın için sıradan bir deneyime dönüşebiliyor.<sup>3</sup>

**Kadınların Sağlık Deneyimlerini Konuşabilmeleri Önemli**

Kadın sağlığı alanında farkındalık yaratmanın yalnızca yaşanan sorunları konuşmakla sınırlı olmadığını belirten Bayer Türkiye Kadın Sağlığı Lideri Beste Doğar, #NormalDeğil kampanyasının aynı zamanda Bayer'in global yaklaşımının da bir parçası olduğunu ifade ediyor: "#NormalDeğil, Bayer Kadın Sağlığı ekibi tarafından global olarak başlatılan WOMEN | Bayer yaklaşımının sahadaki güçlü bir yansıması. WOMEN | Bayer, kadınlara ulaşma ve onları destekleme konusundaki kararlılığımızı ortaya koyuyor. Bu yaklaşım, kadınları anlamaya ve güçlendirmeye; kadın sağlığıyla ilgili mitler, yanlış anlamalar ve bilgi eksikliğiyle mücadele etmeye odaklanıyor."

Doğar, kampanya kapsamında kadınları [www.women.bayer.tr](http://www.women.bayer.tr) üzerinden kendi deneyimlerini paylaşmaya da davet ettiklerini belirterek sözlerini şöyle tamamlıyor: "Kadın sağlığında 'normal'in ne olduğunu ancak kadınlar kendi bedenlerini tanıdıkça ve deneyimleri görünür oldukça birlikte fark edebiliriz. Bu nedenle kadınların yaşadıkları deneyimleri paylaşabilecekleri ve doğru bilgiye erişebilecekleri bir alan oluşturmayı önemsiyoruz."

<sup>1</sup> <https://www.healthdata.org/research-analysis/diseases-injuries-risks/factsheets/2021-gynecological-diseases-level-3-disease>

<sup>2</sup> <https://www.imrpress.com/journal/CEOG/52/2/10.31083/CEOG26747>

<sup>3</sup> <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC2853792/>

BİR ECZANE  
DÜŞLEYİN  
PROFESYONELLERİN  
ELLERİNDE  
GERÇEĞE  
DÖNÜŞSÜN

ezas.com.tr



YARIM ASIRA YAKLAŞAN  
DENEYİMİYLE SEKTÖRÜN LİDERİ

#45 YIL

**EZAS**<sup>®</sup>

MİMARİ ÇÖZÜM ORTAĞINIZ ●



Homeopat Ecz. Gülay GÜLEŞCE VAROL

## BACH ÇİÇEKLERİ

### Walnut

*Etki altına alınabilirlikten, metanetli olmaya*

**M**erhabalar,  
Bu sayımızda, yönetmekten yönetilmeye izin vermeye götüren bach çiçeğimizi Vine çiçeğini tanımaya çalışacağız.



- **LATİNCE ADI** : Juglans regia
- **TÜRKÇE ADLARI** : Ceviz
- **HAZIRLAMA TEKNİĞİ** : Kaynatma
- **GRUBU** : İkinci on dokuz
- **DUYGUSAL GRUP** : Dış etki ve fikir-  
lere karşı aşırı duyarlı

- Ilımlı iklimlerde yetişir.
- Yaklaşık 15 türü vardır.
- Kışın yaprağını döken odunsu bitkidir.
- Gövdeleri genç yaşlarda açık kül renginde, ince ve düzgün; yaşlılarda kalın ve çatlak kabukludur.
- 30 metreye kadar büyür.
- Yaklaşık 150-200 yıl yaşar.
- Erkek ve dişi çiçekler aynı anda büyür.
- Yuvarlak tepesi, sık dal ve yapraklarıyla

toprağı örten, altında diğer bitkilerin gelişmesini engelleyen hatta insan sağlığı için zararlı sayılabilecek kadar koyu gölge veren bir ağaçtır.

Walnut'ın Bach çiçeklerindeki adı yola devam çiçeği'dir.

- Ne istediklerini ve hangi yöne gideceklerini bilen fakat dış faktörlerden çok etkilenen kişilerdir.
- Verdikleri kararların arkasında durmakta ve hayata geçirmekte zorlanırlar.
- İrade güçlüğünde problem yaşarlar.
- Çok fazla etki altında kalırlar.
- Yeni bir çevreye, yeni bir işe, yeni bir düzene uyum sağlamakta zorlanırlar.
- Alışkanlıklarından kolay vazgeçemezler.
- Hayatlarıyla ilgili kararlarda kendileri için idol olan insanlardan çok etkilenirler.

Walnut'ın fiziksel semptomları:

- Biyolojik değişim dönemleri sorunları
- Menopoz problemleri
- Diş çıkarma problemleri
- Lohusalık problemleri
- Ergenlik problemleri

Bu remedi alındığında, Walnut'ın olumlu potansiyeliyle birleştiğinde;

- Yeni bir işe başlama ve devam etme cesareti artar.
- Verdiğimiz kararların arkasında durma, hayata geçirme potansiyelimiz artar
- İrade güçlüğü verir
- Sebatsızlığımıza yardımcı olur
- Dışardan gelen uyarıları dikkate alabileceğimizi, ama sonuca asıl iç sesimizle adım atarak gitmemizin doğru olduğunu anlatır.
- Grup çalışmalarında herkese alan açan, bayrağı taşıyan kişi oluruz
- Neşe, keyif, sevgiyle kılavuzluk yapmanın tadını yaşarız



#### Dr Bach'ın açıklaması;

"Yaşamda belirli idealleri veya tutkuları olup, bunları gerçekleştiren fakat nadir durumlarda başkalarının heyecanları, inançları veya güçlü görüşleri nedeniyle baştan çıkarak kendi düşüncelerinden, amaçlarından ve işlerinden sapan kişiler içindir. Bu remedi, dış etkilere karşı koruma ve metanet sağlar."

--On İki Şifacı ve Diğer Remediler

Walnut'ın Kuvvet Cümleleri;

- Dik durabiliyorum
- Kararıma saygı duyuyorum
- Verdiğim kararların arkasındayım Bütüne hizmet ediyorum

Sevgi ve muhabbetle,

*Gülay Güleşce Varol*

# Vimex'in avantajları Bahar Kampanyaları ile devam ediyor

PRP ilaç, "Vimex'in Avantajlı Dünyasına Sen de Katıl!" sloganıyla eczacılara yönelik desteklerini artırarak sürdürüyor.



zacılara destek olmak firmamızın temel misyonları arasında yer alıyor. Eczanelerimizi güçlendirmek ve sundukları sağlık hizmetine katkıda bulunmak amacıyla firma gücümüzü en üst düzeyde eczacılarımızın yararına kullanma niyetindeyiz. 2026 yılında gerçekleştirdiğimiz eğitim çalışmalarını ve kampanyalarla bu desteği sürdürüyoruz. Bir eczacı olarak eczanelerimizin ihtiyaç ve beklentilerini yakından biliyor, onlara cevap vermeye çalışıyoruz." Eğitim kursuna katılmak ve kampanyalardan faydalanmak isteyen eczacılar, Vimexglobal.com web sitesi üzerinden başvuru yapabiliyor.



PRP ilaç, "Vimex'in Avantajlı Dünyasına Sen de Katıl!" sloganıyla eczacılara yönelik desteklerini artırarak sürdürüyor. Şirket, 2026 yılı boyunca hem eğitim hem de kampanya odaklı çalışmalarını eczanelerin güçlenmesine katkı sunmayı hedefliyor. Bu kapsamda Vimex, Beta Eczane Danışmanlığı iş birliğiyle "OTC & Eczane Yönetim Kursu" nu hayata geçirdi. 10 hafta sürecek programda eczacılara; ürün formülasyonları ve etken maddeler, OTC ürünlerde pratik düzeyde doğru ürün önerme yön-

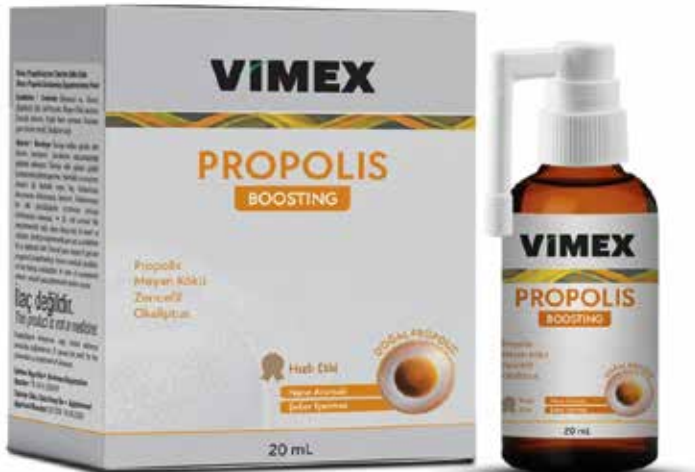
temleri, satış artırıcı sistemler ve düzenler, eczane çalışanlarının motivasyonu ve OTC ürünlere yaklaşım konularında kapsamlı bir eğitim veriliyor. Eğitim faaliyetlerinin yanı sıra Vimex, kampanyalarıyla da dikkat çekiyor. Geçtiğimiz dönemde düzenlenen Citroen Ami çekilişinin ardından led ekran kampanyası ve bahar kampanyaları ile eczanelere yeni avantajlar sunulmaya başlandı. Konuya ilişkin değerlendirmede bulunan firma kurucusu Ec. Salih Beşir, şunları söyledi: "Sektöre yenilikler katmak ve ec-

## Vimex Propolis Sprey

Arı ürünleri arasında yer alan propolis; flavonoidler ve fenolik bileşikler açısından zengin yapısıyla dikkat çekiyor. Vimex doğal mucize olan propolisi meyan kökü ekstresi, zencefil ve ökaliptus yağı ile bir araya getirerek size sunuyor. Antimikrobiyal ve antioksidan özellikleri sayesinde ağız ve boğaz mukozasında koruyucu bir bariyer oluşturduğu belirtiliyor. İşte tam da bu yüzden Vimex Propolis Sprey 4 mevsim öneriliyor. Yaz aylarında artan seyahatler, kalabalık ortamlarda geçirilen zamanların yaygınlaşması aslında bulaş riskini daha da artırıyor. Bu sebeple solunum yolu ile bulaşan rahatsızlıklara karşı korunma da Vimex Propolis Sprey size yardımcı olmak için her zaman yanınızda.

## Vimex B Complex

Tüm B grubu vitaminlerini bir araya toplayan Vimex B Complex sizlerle. Özellikle yoğun yaşam temposu, yetersiz beslenme ve stres gibi faktörlere bağlı olarak artan ihtiyaç, bu takviyelere olan talebi artırıyor. B1, B6 ve B12 vitaminleri başta olmak üzere farklı B vitaminlerini içeren kompleks formüller, yorgunluk ve halsizlik şikayetlerinin azaltılmasına destek olabiliyor. B9 ve B12 vitaminlerinin emilimi sırasında etken madde kaybını en aza indirmek için Vimex Quatrefolic ve Mecobalactive ile gücünü koruyor.



# Bahar yorgunluğuna karşı enerjiyi korumanın yolları



alıyor. Kış aylarında yavaşlayan metabolizmanın bahar dönemine hızlı adapte olamaması, yorgunluk hissini daha belirgin hale getiriyor. Bununla birlikte, kış boyunca azalan vitamin ve mineral depoları da bahar yorgunluğunun önemli nedenleri arasında bulunuyor. Özellikle güneş ışığından yeterince faydalanılamayan kış aylarının ardından ortaya çıkan D vitamini eksikliği, bağışıklık sistemi ve kas fonksiyonları üzerinde olumsuz etki yaratarak yorgunluğu artırabiliyor. Orzax'tan Uzman Diyetisyen Görkem Gökmen'in aktardığına göre bahar yorgunluğunun temelinde, biyolojik saatin meydana getirdiği uyku bozukluğu yer alıyor. Gün ışığının artmasıyla birlikte melatonin salınımı azalırken, kortizol ritmindeki değişimler uyku-uyanıklık döngüsünü etkileyebiliyor. Bu durum, uyku kalitesinde bozulmaya ve gün içinde enerji seviyelerinde düşüşe neden olabiliyor. Gökmen konuya ilişkin şu şekilde konuştu: "Hücrel enerji üretimi (ATP sentezi), birçok vitamin ve mineralin birlikte çalıştığı kompleks bir süreç

olarak öne çıkıyor. Bu süreçte magnezyum, enerji üretiminde görev alan 300'den fazla enzimin kofaktörü olarak merkezi bir rol üstleniyor. Aynı zamanda kas kasılması ve gevşemesi, sinir iletimi ve stres yanıtının düzenlenmesinde de görev alan magnezyum, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına katkı sağlıyor.

Doğru beslenme ile bahar yorgunluğunu yönetmek mümkün. Gökmen'e göre bahar yorgunluğunu önlemenin ilk adımlarından biri beslenme düzeninin gözden geçirilmesi. Konuya ilişkin değerlendirmelerde bulunan Gökmen, şunları söyledi:

"Mevsim sebze ve meyveleri, özellikle C vitamini ve antioksidan içerikleri sayesinde bağışıklık sistemini desteklerken hücreleri hasara karşı koruyor. Rafine şeker ve işlenmiş gıdaların aşırı tüketimi ise kısa süreli enerji artışı sağlasa da sonrasında kan şekeri dalgalanmalarına yol açarak yorgunluğu artırabiliyor. Bunun yanı sıra yeterli su tüketimi, hücrel fonksiyonların sağlıklı şekilde sürdürülebilmesi açısından kritik önem taşıyor; hafif düzeyde sıvı kaybı dahi yorgunluk ve dikkat kaybına neden olabiliyor."

**B**ahar aylarının gelmesiyle birlikte birçok kişide yorgunluk, halsizlik ve motivasyon düşüklüğü gibi şikayetler artış gösterebiliyor. Uykusuzluk hali, gün boyu süren düşük enerji ve dikkat dağınıklığı, mevsim geçişlerinin en yaygın etkileri arasında yer

## Abdi İbrahim'den Uluslararası Pazarlar Organizasyonuna iki üst düzey atama

**T**ürkiye dışında 19 ülkede kendi organizasyonel yapılanmasıyla faaliyet gösteren Abdi İbrahim, Avrupa Birliği ülkelerinden Kanada'ya, Kuzey Afrika'dan Asya ve Orta Doğu'ya uzanan geniş bir coğrafyada 70'ten fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Bu doğrultuda şirket, uluslararası pazarlardaki büyümesini destekleyecek iki üst düzey atama gerçekleştirdi.



### Natasha Poposka

Eczacılık lisans eğitimini Ss. Cyril ve Methodius Üniversitesi'nde tamamlayan Poposka, işletme alanında yüksek lisans derecesine sahip. Kariyerine GlaxoSmithKline'da başlayan Poposka, burada Satış Müdürü ve Terapötik Alan Lideri olarak görev aldı. Ardından Sandoz'da Reçeteli Ürünler İş Birimi Başkanı, Pazarlama & Portföy Müdürü ve İş Geliştirme Müdürü olarak; Makedonya, Arnavutluk ve Kosova'dan sorumlu rollerde yer aldı. Daha sonra Jaka Nova'da Makedonya Pazarlama ve Satış Direktörü olarak görev yapan Poposka, son olarak Septima Skopje'de Ticaret Direktörü olarak çalışıyordu. Natasha Poposka, Nisan itibarıyla Abdi İbrahim Kuzey Makedonya organizasyonunda Ülke Müdürü olarak göreve başladı. Bu atamayla Abdi İbrahim, yeni operasyonel yapılanmasını hayata geçirdiği Kuzey Makedonya pazarında faaliyetlerine başlarken, Balkanlar'daki varlığını ve etkinliğini daha da güçlendirmeyi hedefliyor.

### Wael Okasha

Helwan Üniversitesi Ticaret Bilimleri Bölümü mezunu olan Okasha, kariyerine iş geliştirme ve finans alanlarında başladı. Route, Acuman ve General Motors'taki deneyimlerinin ardından Sandoz'a geçti. Sandoz bünyesinde sırasıyla Mısır İş Planlama ve Analiz Müdürü,



MENA Bölgesi İş Planlama ve Analiz Müdürü, Orta Doğu Mali İşler Direktörü (CFO) ve BAE & Kuveyt İş Birimi Başkanı olarak çalıştı. Son olarak PromoPharma'da Dubai & BAE Genel Müdürü olarak çalışan Okasha, Abdi İbrahim BAE organizasyonunda Ülke Müdürü olarak görevine başladı. Her iki ülke müdürü de sorumlu oldukları pazarlarda Abdi İbrahim'in büyüme hedefleri doğrultusunda ticari faaliyetlerin geliştirilmesi ve organizasyonun güçlendirilmesinden sorumlu olacak.

# Skylab Kolajen, Omega 3 ve Vitamin destekli yeni nesil formülüyle dikkat çekiyor

Skylab'ın bileşimindeki Omega 3 yağ asitleri (EPA-DHA) kalp ve beyin sağlığı için oldukça önemli rol oynarken, inülin prebiyotiği, sindirim sistemi dengesi ve metabolizma için ek destek sağlıyor.

**Tek bir kutuda Tablet, Soft Jel ve Kapsül**

Beyin fonksiyonlarının desteklenmesine yardımcı olur.

Saçların daha güçlü ve sağlıklı uzamasına yardımcı olur.

Hasar görmüş saç telerinin onanmasına yardımcı olur.

Cildin elastikiyetini ve gençliğini korumasına yardımcı olur.

Güzellik rutininize güçlü bir destek sağlar.

Kirazleğden azaltmaya ve cildi sıkılaştırmaya yardımcı olur.

Ekleme sağlığını destekler.

Cildin nem seviyesini artırmaya yardımcı olur.

Kalp sağlığının desteklenmesine yardımcı olur.

Tırnakları güçlendirir ve cilt sağlığını destekler.

**Günün her saatinde YANINIZDA!**

Sabah Morning +21 tablets

Öğlen Afternoon +21 softgels

Akşam Evening +21 capsules

**C**ilt elastikiyetinden eklem sağlığına kadar pek çok alanda önemli rol oynayan kolajen ile kalp ve beyin fonksiyonlarını destekleyen Omega 3, modern insanın sağlık rutininde vazgeçilmez bileşenler haline geldi. Bu iki güçlü içeriğin sinerjisi, hem içsel dengeyi hem de günlük yaşam performansını destekleyen etkili çözümler sunuyor.

İşte tam da bu noktada Skylab, geliştirdiği Kolajen + Omega 3 + Vitamin Kompleksi

ile takviye edici gıda pazarında dikkatleri üzerine çekiyor. Skylab, güzellik ve sağlık alanında çok yönlü destek sunmak amacıyla modern formülasyon teknikleriyle geliştirilmiş bir içerik profiline sahip.

### Güçlü İçerik Profili: Kolajen, Omega 3, Keratin ve Bitkisel Ekstraktlar

Skylab Kolajen + Omega 3 + Vitamin Kompleksi; güzelliği, eklem fonksiyonlarını ve genel vücut sağlığını desteklemek amacıyla özel olarak formüle edildi. Üründe Tip 1, Tip 2 ve Tip 3 hidrolize kolajen, yumurta

kabuğu ve zarı, hyaluronik asit, zencefil ve zerdeçal ekstraktları, hindiba ve rezene özleri gibi güçlü bileşenler bulunuyor. Bu formül, Cilt elastikiyetini artırmaya, Saç ve tırnak yapısını güçlendirmeye, Eklem fonksiyonlarını desteklemeye yönelik etki mekanizmalarıyla öne çıkıyor.

### Kalp, Beyin ve Sindirim Sistemine Çoklu Destek

Skylab'ın bileşimindeki Omega 3 yağ asitleri (EPA-DHA) kalp ve beyin sağlığı için oldukça önemli rol oynarken, inülin prebiyotiği, sindirim sistemi dengesi ve metabolizma için ek destek sağlıyor. Ayrıca ürün; Biotin (D-Biotin), Vitamin B1, Vitamin B5, maya, L-sistin ve hidrolize keratin ile zenginleştirilerek vücudun temel ihtiyaçlarına çok yönlü katkı sunuyor. Organik içeriklerden üretilen Skylab Kolajen + Omega 3 + Vitamin Kompleksi, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı'nın gerekli onay ve izinlerine sahip bir takviye edici gıda olarak piyasaya sunuluyor.

### Arap Dünyasında Yüksek Talep, Online Satışlarda Geniş Erişim

Skylab, özellikle Arap ülkelerinde yoğun ilgi görüyor ve bölgedeki satış rakamları her geçen gün artıyor. Türkiye'de ise ürün çeşitli online satış platformlarında ve markanın kendi sitesi [www.skylab.com.tr](http://www.skylab.com.tr) üzerinden halihazırda tüketiciyle buluşuyor. Yetkililer yakın zamanda ecza depolarıyla da anlaşma sağlanacağını ve ürüne erişimin daha kolay hale geleceğini ifade etti.

Gökyüzü Ambalaj Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkanı Osman Yiğit, yaptığı açıklamada Skylab markasına ilişkin şunları söyledi: "Kurulduğumuz günden bu yana hedefimiz, modern yaşamın getirdiği stres ve dengesizliklere karşı vücudu içeriden destekleyerek, herkesin kendini daha enerjik, sağlıklı ve özgüvenli hissetmesini sağlamak. Skylab 3'lü Formül serimiz; kolajen, Omega-3 ve Biotin başta olmak üzere cilt, saç, bağışıklık ve sindirim sağlığını hedef alan güçlü içeriklerle formüle edilmiştir. "Skylab ile tanışın, doğallığı her an yanınızda hissedin". Yiğit, Skylab ürünlerinin doğal bileşenler, yüksek kalite standartları ve "etkili sonuç" odaklı üretim anlayışıyla geliştirildiğini belirterek, ürünlerin günlük yaşamda pratik ve sürdürülebilir bir sağlık rutini sunduğunu ifade etti.





**Mahmut BOZYİĞİT**

Index Ekonomi Bağımsız Denetim A.Ş. Genel Müdürü

## DOĞRU BORÇLANMA VE DOĞRU YATIRIM İPUÇLARI

**Firmaların doğru borçlanma ve doğru yatırım yapabilmesi, uzun vadeli başarıları için kritik öneme sahiptir.**

**G**ünümüz iş dünyasında, firmaların sürdürülebilir bir büyüme sağlamak için doğru finansal stratejileri benimsemeleri büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, doğru borçlanma ve doğru yatırım kararları almak, bir firmanın başarısını doğrudan etkileyen kritik unsurlardandır.

### DOĞRU BORÇLANMA STRATEJİLERİ

Borçlanma, firmaların büyüme hedeflerine ulaşmaları için önemli bir araçtır. Ancak, borçlanmanın doğru yönetilmesi gerekmektedir. Aşağıda, firmaların dikkat etmesi gereken bazı ipuçları bulunmaktadır:

**Borç Türlerini Anlamak:** Firmalar, ihtiyaçlarına göre farklı borç türleri arasında seçim yapmalıdır. Kısa vadeli ve uzun vadeli borçlar, farklı maliyetler ve riskler taşımaktadır. Uygun borç türünü seçmek, finansal esneklik sağlamak açısından kritik öneme sahiptir.

**Faiz Oranlarını Değerlendirmek:** Borçlanma kararında faiz oranları büyük rol oynamaktadır. Düşük faiz oranları, firmaların daha az maliyetle borçlanmasını sağlar. Firmalar, piyasa koşullarını ve ekonomik durumu göz önünde bulundurarak doğru zamanda borç almalıdır.

**Borç Servis Oranlarını Hesaplamak:** Borç servis oranı, firmanın borçlarını ödeme kapasitesini gösterir. Bu oran, firmanın nakit akışını ve karlılığını değerlendirerek, ne kadar

borçlanabileceğine dair bir göstere sunar. Firmalar, borçlanma kararlarını verirken bu oranın sağlıklı bir seviyede olmasına dikkat etmelidir.

### DOĞRU YATIRIM STRATEJİLERİ

Yatırım yapmak, bir firmanın büyümesi ve rekabet gücünü artırması açısından kritik bir unsurdur. Doğru yatırım kararları almak için aşağıdaki noktalara dikkat edilmelidir:

**Pazar Araştırması Yapmak:** Yatırım yapmadan önce, hedef pazarın detaylı bir analizi yapılmalıdır. Hangi sektörlerin büyüme potansiyeli taşıdığı, tüketici ihtiyaçları ve rakip analizleri, sağlıklı yatırım kararları alabilmek için gereklidir.

**Uzun Vadeli Hedefleri Belirlemek:** Yatırım kararları, firmaların uzun vadeli hedefleri doğrultusunda alınmalıdır. Kısa vadeli kazançlar için yapılan yatırımlar, uzun vadeli sürdürülebilir büyümeyi tehlikeye atabilir. Bu nedenle, stratejik yatırım planları oluşturulmalıdır.

**Risk Yönetimi:** Yatırım yaparken riskleri göz önünde bulundurmak, başarının anahtarıdır. Risklerin analiz edilmesi ve uygun risk yönetimi stratejilerinin geliştirilmesi, yatırımın getirisini artırmak için önemlidir.

### Sonuç:

Firmaların doğru borçlanma ve doğru yatırım yapabilmesi, uzun vadeli başarıları için kritik öneme sahiptir. Burada paylaşılan ipuçları, firmaların finansal yönetim stratejilerini geli-

tirmelerine yardımcı olacaktır. Unutulmamalıdır ki, her firma kendi özel koşullarına göre bu stratejileri uygulamalı ve sürekli olarak güncellemeler yapmalıdır.

*Mahmut Bozyiğit*

## Kuru Ciltler İçin Koruma ve Nem Bir Arada: Bioxcin Kuru & Normal Güneş Kremi



**B**ioxcin Sun Care SPF 50 Kuru & Normal güneş kremi, kuru ve normal ciltler için özel olarak geliştirilmiştir. Yüksek güneş koruması ile güneş kaynaklı kırışıklıkların ve foto yaşlanma belirtilerinin oluşumunu önlemeye yardımcı olur. İçeriğindeki hyalüronik asit cildi nemlendirirken, kolajen kırışıklık karşıtı etki sağlar. Termal su içeriği ile cildi rahatlatır ve cildin nem dengesinin korunmasına destek olur. Suya dayanıklı formülü ve dry touch özelliği sayesinde hızlı emilir, ciltte parlama ve yağlı his bırakmaz. Renkli seçeneği cilt tonunu eşitleyerek daha pürüzsüz

ve doğal bir görünüm sağlar. Günlük kullanım için ideal bir güneş koruması sunar. Fiyat: Renkli & Renksiz 649,99 TL / 50 ml.

## Leke Karşıtı Yüksek Güneş Koruması: Bioxcin Melatone Güneş Kremi



**B**ioxcin Sun Care SPF 50 Melatone güneş kremi, lekeye eğilimli ciltler için geliştirilmiştir. Yüksek güneş koruması ile güneş kaynaklı leke oluşumunu ve foto yaşlanma belirtilerini önlemeye yardımcı olur. İçeriğindeki Alfa Arbutin ve Anti Spot Bitkisel Kompleks, melanin üretimini dengeleyerek cilt tonunun daha eşit ve aydınlık görünmesini destekler. İçeriğindeki hyalüronik asit ve kolajen cildi nemlendirir, dolgun ve sağlıklı bir görünüm kazandırır. Renkli seçeneği cilt tonunu eşitleyerek daha pürüzsüz ve doğal bir görünüm sağlar. Suya dayanıklı formülü ve dry touch özelliği ile hızlı emilir, ciltte yağlı his ve parlama bırakmaz. Günlük kullanım için ideal bir güneş koruması sunar. Fiyat: Renkli & Renksiz 699,99 TL / 50 ml. 999,99 TL / 150 ml.

## Akne Karşıtı Yüksek Güneş Koruması: Bioxcin Acnium Güneş Kremi

**B**ioxcin Sun Care SPF 50 Acnium güneş kremi, akneye eğilimli ciltler için geliştirilmiştir. Yüksek güneş koruması ile güneş kaynaklı kırışıklıkların ve foto yaşlanma belirtilerinin oluşumunu önlemeye yardımcı olur. İçeriğindeki hyalüronik asit cildi nemlendirirken, kolajen kırışıklık karşıtı etki sağlar. Çay ağacı ve anti-akne bitkisel kompleks sayesinde aşırı sebum salınımını dengeleyerek akne oluşumuna karşı etki göstermeye yardımcı olur. Termal su içeriği ile cildi rahatlatır ve cildin nem dengesinin korunmasına destek olur. Suya dayanıklı formülü ve dry touch özelliği sayesinde hızlı emilir, ciltte parlama ve yağlı his bırakmaz. Renkli seçeneği cilt tonunu eşitleyerek daha pürüzsüz ve doğal bir görünüm sağlar. Günlük kullanım için ideal bir güneş koruması sunar. Fiyat: Renkli & Renksiz 699,99 TL / 50 ml. 999,99 TL / 150 ml.



## Easy Sleep

**N**utraxin Easy Sleep, Sarı Kantaron Ekstresi, Vişne Meyve Ekstresi, Kediotu Kök Ekstresi, Çarkıfelek Ekstresi ve Şerbetçiotu Ekstresi içerir. Fiyatı: 60 Tablet 599,99 TL.



## Citicoline ile hedefine kilitlen başarıya ulaş!

**N**utraxin Citicoline, Sitikolin (Cognizin®), Omega-3, Fosfolipitler, Koenzim Q10, NADH, B6 ve B12 vitamini içerir. Fiyatı: 30 Softgels 1.399,99 TL.



## BABE'nin 3 yeni renk Lip&cheek'i daha Türkiye'de!



**B**ABE Laboratorios Türkiye çok sevilen 3 ayrı renkteki Lip&Cheek ürün serisine 3 yeni rengi daha ekledi. Dudaklar ve yanaklar için; 50 SPF ile güneşten korumanın yanısıra, cilt bakımı da yapmaya yardımcı olan etken madde formülasyona sahip 6 ayrı renkte balsam çok yakında eczanelerde yerini alacak. Pink, red ve nude renk alternatifleri serisine eklenen yeni cherry, mocha ve velvet renkleri ile bu görünüş güneş geçirmez.

## Bayer Tüketici Sağlığı'nda Önemli Atamalar

**B**ayer Tüketici Sağlığı, global ve Türkiye'deki atamalarıyla yönetim kadrosunu güçlendirerek sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşma kararlılığına devam ediyor. Bayer Tüketici Sağlığı Orta Asya ve Kafkaslar Ülkeler Müdürü olarak atanan Sercan Yayla, yeni görevinde Kazakistan, Özbekistan, Gürcistan, Belarus, Azerbaycan, Kırgızistan, Moğolistan, Ermenistan, Tacikistan ve Türkmenistan'ın oluşturduğu ülkeler topluluğunun liderliğini üstlendi. Bayer Türkiye Tüketici Sağlığı Satış Direktörlüğü bayrağını devralan Güneş Özgür Kuru ise Bayer Tüketici Sağlığı'nın Türkiye'deki satış hedeflerini gerçekleştirmek ve büyüme stratejilerini uygulamak üzere liderlik edecek.

**Sercan Yayla**  
Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu olan Sercan Yayla, profesyonel kariyerine 2006'da başladı. Yurtdışı çalışma deneyimlerinin yanı sıra L'Oréal, Henkel, GlaxoSmithKline ve SC Johnson gibi önde gelen şirketlerde kariyerini başarıyla sürdüren ve 2019'da Bayer ailesine katılan Yayla, 2021'den bu yana Bayer Türkiye Tüketici Sağlığı Satış Direktörlüğü görevini yürütüyor. Sercan Yayla, evli ve bir çocuk babasıdır.

**Güneş Özgür Kuru**  
Bayer Türkiye Tüketici Sağlığı Satış Direktörü görevini üstlenen Güneş Özgür Kuru, Ortadoğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu ve yüksek lisansını Koç Üniversitesi ile Instituto de Empresa'da tamamladı. 11 yıl boyunca Procter&Gamble'da önemli yerel ve uluslararası sorumluluklar üstlenen Kuru, 2017'de Bayer'e katıldı ve 2020'den bu yana Ticari Pazarlama Müdürlüğü görevini yürütüyor. Güneş Özgür Kuru, evli ve bir çocuk annesidir.

Sercan Yayla ve Güneş Özgür Kuru yeni görevlerinde, Bayer Tüketici Sağlığı Türkiye, Orta Asya ve Kafkaslar Ülke Grubu Başkanı Dr. Onur Yaprak'a karşı sorumlu olacak.



## Haleon Türkiye İnsan Kaynakları Direktörü Özlem İnce Oldu

**D**ünya çapında tüketici sağlığı alanında öncü konumda bulunan ve Sensodyne, Parodontax, Otrivin, Voltaren ve Centrum gibi güçlü markaları bünyesinde barındıran Haleon, Türkiye'deki organizasyon yapısını güçlendirmeye devam ediyor. Bu kapsamda Özlem İnce, Haleon Türkiye İnsan Kaynakları Direktörü olarak atandı.



Boğaziçi Üniversitesi Matematik Öğretmenliği bölümünden mezun olan ve yüksek lisans eğitimini Marmara Üniversitesi İnsan Kaynakları alanında tamamlayan Özlem İnce, çok uluslu ve endüstriyel organizasyonlarda stratejik İnsan Kaynakları İş Ortağı olarak 20 yılı aşkın deneyime sahiptir. Kariyeri boyunca yurt içi ve yurt dışında, global ve bölgesel rollerde organizasyonel dönüşüm, liderlik gelişimi ve insan stratejilerinin iş hedefleriyle uyumlandırılması alanlarında önemli çalışmalarına imza attı.

## Sektör, akademi ve medya TÜKSA iftarında bir araya geldi



**T**üketici Sağlığı Ürünleri Derneği (TÜKSA) tarafından düzenlenen iftar programı, sektör, akademi ve medyayı buluşturdu. TÜKSA Başkanı Süleyman Kara'nın ev sahipliğinde Grill Prime Palladium Tower'da gerçekleşen iftara; Üsküdar Üniversitesi Tıp Fakültesi Dekanı, Halk Sağlığı Anabilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Haydar Sur, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölüm Başkanı Prof. Dr. Haluk Özsan, OTC News Genel Yayın Yönetmeni Ecz. Yusuf Kürkçüoğlu, Sağlık Profesyonelleri Akademisi Kurucusu Uzm. Ecz. Sema Uysal Zeybek, Pharmetic Girişimci Eczacılar Derneği (PGED) Başkanı Ecz. Şule Dilek Yağcı, Etkin Eczacılık Derneği Başkanı Ecz. Erdal Akköse, TÜKSA üyeleri Bayfar Medikal, Bayer, Haleon, Opella ve Reckitt yetkilileri ile davetliler katıldı. Başkan Kara yaptığı açıklamada; "Ramazan ayının paylaşma ve dayanışma ruhuyla paydaşlarımızla bir araya gelmekten, aynı sofrayı paylaşmaktan ve tüketici sağlığını güçlendirecek ortak hedefler etrafında buluşmaktan büyük memnuniyet duyduk. Birlikte daha güçlü bir sağlık ekosistemi için çalışmaya devam ediyoruz" dedi.

## Sebamed'den "Bedenini Dinle" çağrısı



**S**ebamed, "Bedenini Dinle, Cildin İçin Aradığın Denge Sebamed'de" söylemiyle yeni iletişim kampanyasını başlattı. Kampanya, cilt bakımının yalnızca bir alışkanlık değil; bedenin ihtiyaçlarını fark ederek kurulan bütünsel bir denge süreci olduğuna dikkat çekiyor. Kampanyanın dijital filminde içerik üreticileri Eda Zamanpur, Nil Aylin ve Selin Dereli; kendi cilt bakım rutinlerinden yola çıkarak bedenlerini dinlemenin ve ciltlerinin gerçek ihtiyaçlarını anlamının

önemini paylaşıyor. Film, her cildin ve her bedenin kendine özgü bir ritmi olduğu fikrinden hareketle, dengeyi bulmanın ilk adımının bu ritmi gerçekten dinlemek olduğunu vurguluyor.

## Gündüz enerjisi, gece huzuru destekleyen ailece magnezyum çözümü



**T**alya, günlük hayatın farklı zaman dilimlerine uyum sağlayan Magnezyum Morning & Night Destek Seti ile magnezyum kullanımını sabah ve akşam olmak üzere iki ayrı ürün yaklaşımıyla ele alıyor. Gün içindeki yoğun tempoya eşlik ederken akşam saatlerinde günlük rutinin devamlılığını desteklemeyi amaçlayan bu set, pratik bir kullanım alternatifi sunuyor. Yoğun iş ve okul düzeni, düzensiz yaşam temposu ve günlük fiziksel yorgunluk, magnezyum ihtiyacını farklı yaş gruplarında daha görünür hâle getiriyor. Talya Magnezyum Morning & Night Destek Seti, bu ihtiyacı günün farklı zamanlarına özel iki ayrı formülle ele alarak, 11 yaş ve üzeri bireylerin günlük rutinlerine kolayca uyum sağlayabilecek tamamlayıcı bir destek yaklaşımı sunuyor.

özellikle 11 yaş ve üzeri bireylerin günlük rutinlerine kolayca uyum sağlayabilecek tamamlayıcı bir destek yaklaşımı sunuyor.

## Ocean Daily One Energy

**U**zayan günlerde enerjini desteklemek için Ocean Daily One Energy her zaman yanında. İçeriğindeki 13 vitamin ve 10 mineral ile günlük enerji metabolizmasına destek sağlayan bu takviyenin içeriğinde bulunan B1, B2, B6, B12 ve C vitamini yanı sıra kalsiyum, magnezyum, demir, bakır, iyot ve biotin normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur. Unutulmamalıdır ki dengeli ve çeşitli beslenme, sağlıklı bir yaşamın en önemli parçasıdır.



## Orzax, Kocaelispor'un resmi gıda takviyesi sponsoru oldu



**A**lyors Grup bünyesinde faaliyetlerini sürdüren Orzax, spora verdiği desteği Kocaelispor ile gerçekleştirdiği resmi gıda takviyesi sponsorluğu ile bir adım ileri taşıyor. Alyors Grup bünyesinde faaliyet gösteren Orzax, spora ve sağlıklı yaşama verdiği desteği Kocaelispor ile gerçekleştirdiği yeni iş birliğiyle genişletiyor. Şirket, yeşil-siyahlı kulübün "Resmi Gıda Takviyesi Sponsoru" olarak sezon boyunca takımın yanında yer alacak. Takviye gıda sektöründe 20 yılı aşkın deneyimiyle öne çıkan Orzax, ürün geliştirme ile beraber toplumsal fayda yaratan projelerde de aktif rol üstlenmeye devam ediyor. Bu kapsamda Kocaelispor ile hayata geçirilen sponsorluk anlaşması, sporcuların yoğun maç temposunda ihtiyaç duyduğu destekleyici çözümleri kapsarken, aynı zamanda sağlıklı yaşam bilincinin yaygınlaşmasına da katkı sunmayı hedefliyor. Orzax CEO'su Yunus Emre Alimoğlu, iş birliğinin yalnızca bir sponsorluk anlaşması olmanın ötesinde, ortak bir vizyonun ürünü olduğunu vurguladı.

## Doğal bal, propolis ve turpu buluşturan Apitera Pastil, inovasyon ödülüne layık görüldü!

**B**alparmak'ın iyi yaşam markası Apitera'nın yenilikçi ürünlerinden biri olan pastili, Marketing Türkiye ve YouGov işbirliği ile gerçekleştirilen "Yılın İnovatif Ürünleri" araştırmasında gıda takviyeleri kategorisinde "Yılın İnovatif Pastili" seçildi. Apitera'nın doğal bal, propolis ve turp içeren pastili, 12 ilde yürütülen araştırmada, geleneksel bir yöntemi

modern yaşamın ihtiyaçlarına uygun, erişilebilir ve yenilikçi bir forma taşınmasıyla öne çıktı. Pastil, Anadolu'da geleneksel olarak kullanılan turp ve bal karışımından ilham alınarak Balparmak Ar-Ge Merkezi'nde geliştirildi. Bu yıl 9'un-cusu gerçekleştirilen araştırma kapsamında, 16 farklı kategoride 71 marka değerlendirildi. Gıda takviyeleri kategorisinde yılın en inovatif ürünleri arasında gösterilen, doğal bal, propolis ve turp içeriğiyle Apitera Pastil, tüketici beklentilerine uygun yenilikçi yapısıyla öne çıktı.





Yaşamdaki en değerli varlık için.

**E**

**14 Mayıs**

**Dünya Eczacılık Günü**

*Katla Olsun!*



/hipp\_turkiye



/HiPP Türkiye

www.hipp.com.tr



# İÇERİDE NELER OLUYOR?

İçsel dengenin yolculuğunu keşfet.

YENİ  
ÜRÜN



- \* Probiyotik mikroorganizmalar sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.
- \* Prebiyotik bileşenler, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olan probiyotik mikroorganizmaların bağırsakta gelişimini ve yaşamını destekler.
- \* C,B3, B6 vitaminleri ve Biotin sinir sisteminin normal işleyişine katkıda bulunur.
- \* *Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği.*

**VOONKA®** İş Birliği ile Üretilmiştir.