

PRESSBOOK

LISTOPAD
2022

ESTETYCZNY
MAGAZYN

MEDYCINA ESTETYCZNA DLA PROFESJONALISTÓW

ESTETYCZNY

magazyn

WARUNKI
UZYSKIWANIA

CERTYFIKATÓW
MEDYCZYNYCH

*Jak zachować
„trójkąt młodości”?*

WPŁYW GENÓW
NA ODCHUDZANIE

*Nowe zastosowanie
laseroterapii*

IRENEUSZ
MATUSZCZAK
(R)ewolucja na rynku
medycyny estetycznej

WYSZCZUPLANIE
PODBRÓDKA

ISSN 0272-0043



9 770272 004353
CENA: 24,90 zł (cena brutto 31,17 zł)



(R) ewolucja na rynku medycyny estetycznej

Przez lata uprawiał sport, to ukształtowało jego charakter. Do dzisiaj ceni zdrowe współzawodnictwo, potrzebę ciągłego rozwoju oraz przełamywania własnych ograniczeń. Te cechy wykorzystuje w swojej pracy, rozwijając markę Neauvia na polskim rynku. O doświadczeniu, motywacji, planach zawodowych opowiedział nam Ireneusz Matuszczak, dyrektor generalny Neauvia Poland.

Magdalena Błaszczak: Kim chciał Pan zostać w dzieciństwie? Załóżę się, że nie dyrektorem generalnym.

Ireneusz Matuszczak: *(śmiech)* Jako mały chłopiec nie miałem sprecyzowanych marzeń odnośnie przyszłości, jednak całe moje dzieciństwo kręciło się wokół sportu. Przez wiele lat trenowałem m.in. piłkę nożną i chociaż nie zrobiłem kariery sportowej, to wieloletnie treningi ukształtowały mój charakter. Wartości, jakie przyświecają sportowcom, są mi wciąż bardzo bliskie. Najważniejsze z nich to zdrowe współzawodnictwo oraz potrzeba i chęć ciągłej pracy nad sobą i podnoszenia wyników. Doskonale pamiętam z dzie-

ciństwa wymagające warunki panujące podczas obozów sportowych, zwłaszcza zimą. Wstawaliśmy na poranny trening, jeszcze gdy było ciemno i zimno, choć najchętniej zostawilibyśmy w łóżku. To pozytywne samozaparcie, które wtedy pomagało mi przełamywać ograniczenia, towarzyszy mi do dzisiaj. Wciąż staram się pielęgnować w sobie determinację i pozytywną zaangażowość w dążeniu do celu. Są to wartości, które niesamowicie kształtują charakter.

M.B.: Jak wyglądały początki Pana życia zawodowego?

I.M.: Zawsze interesowało mnie zagadnienie komuni-

kacji społecznej, dlatego taki wybrałem kierunek studiów na Uniwersytecie Adama Mickiewicza w Poznaniu. W tamtym czasie zdecydowałem się uczyćszczać na studia w trybie zaocznym, ponieważ chciałem jednocześnie zdobywać doświadczenie zawodowe. Było ono wówczas bardzo ważne na rynku pracy. Równolegle do studiów podjąłem więc pierwszą pracę – jako przedstawiciel handlowy w branży telekomunikacyjnej. Studia i pierwsze doświadczenie zawodowe zaowocowały możliwością rozpoczęcia pracy w firmie farmaceutycznej produkującej leki dermatologiczne i produkty do pielęgnacji. Miałem tam być tylko na zastępstwie za koleżankę, która przebywała na urlopie macierzyńskim, ale życie potoczyło się tak, że zostałem w tej branży i jestem w niej do dziś. Po uzyskaniu tytułu magistra ukończyłem studia podyplomowe ze strategii marketingowej na rynku farmaceutycznym na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Dzięki temu wyspecjalizowałem się na rynku farmaceutycznym.

M.B.: Jest Pan dyrektorem Neauvia od 2020 roku. Dlaczego zdecydował się Pan związać z tą marką?

I.M.: Moja przygoda z Neauvia zaczęła się w 2016 roku i to była kwestia intuicji i ciekawości. Neauvia od samego początku mnie zaintrygowała. Była na przykład pierwszą marką farmaceutyczną na rynku medycyny estetycznej, która prowadziła z ogromnym powodzeniem fanpage na Facebooku. Wtedy było to naprawdę rewolucyjne. W Neauvii urzekła mnie właśnie innowacyjność i oryginalny pomysł biznesowy, ale również ludzie, którzy stali za tym projektem. Zaciekały mnie niestandardowy sposób komunikacji i wyjątkowość produktów. Gdy na rekrutację zaprosił mnie headhunter, już po pierwszej rozmowie poczułem, że możemy stworzyć wyjątkowy projekt, coś naprawdę dużego. I miałem dobre przeczucie, bo właśnie tak się stało. Wcześniej Neauvia była niewielką marką na rynku, a dzisiaj znajdujemy się w top 3 marek w Polsce. Przeszliśmy niesamowity rozwój – wspólnie, ponieważ podobnie jak marka rozwinąłem się i ja. Z pozycji key account managera, poprzez dyrekto-

ra sprzedaży, dostałem nominację na dyrektora generalnego Neauvia w Polsce.

M.B.: Jak udaje się Panu pogodzić tak wielką odpowiedzialność i ogrom obowiązków z życiem rodzinnym?

I.M.: Nie mogę powiedzieć, że jest łatwo, jednak jak życie pokazuje, jest to możliwe. Jestem szczęśliwym mężem i tatą. Mam dwójkę wspaniałych dzieci: sześciolletnią Zosię i dziewięcioletniego Jasia. Mieszkam w Poznaniu i od czasu pandemii pracuję w systemie hybrydowym. Najczęściej przez trzy dni w tygodniu jestem w Warszawie, znam więc doskonale trasę Warszawa–Poznań i trzygodzinną podróż wykorzystuję często na rozmowy z klientami lub z moim zespołem. Wieczorami, wracając do domu, słucham w aucie audiobooków. Staram się, aby nawet czas spędzony w samochodzie był produktywny.

M.B.: Ile osób liczy grupa Pana pracowników i jakie cechy ceni Pan w nich najbardziej?

I.M.: Obecnie w moim zespole jest prawie 40 osób. Jeśli chodzi o cechy pracowników, kluczowymi dla mnie są odpowiednie podejście do pracy i prawdziwa pasja do realizowanych zadań. Bardzo cenię ludzi pozytywnie nastawionych, którzy skupiają się na rozwiązaniach, a nie na problemach i przeszkodach. Takich, którzy uważają, że nie ma dla nich rzeczy niemożliwych, i wykazują ogromną pasję do tego, co robią. Moim zdaniem jest to kluczowy czynnik decydujący o zatrudnieniu, bo prawie wszystkich umiejętności można się nauczyć, a z odpowiednim nastawieniem bywa różnie. Oczywiście – umiejętności, wiedza oraz doświadczenie są bardzo istotne, jednak ja zawsze zwracam uwagę na nastawienie i na to, co dana osoba sobą reprezentuje.

M.B.: Co motywuje Pana do pracy?

I.M.: Dla mnie takim bodźcem jest budowanie zespołu, bycie częścią dużego, wspaniałego projektu. W ciągu ostatnich siedmiu lat przeszliśmy w Ne-





auvii bardzo dynamiczny rozwój. Dzięki wysiłkowi wielu osób stworzyliśmy globalną firmę, która jest jednym z liderów na rynku medycyny estetycznej. Wprowadziliśmy niesamowitą innowację, jaką są terapie łączone. To właśnie nas wyróżnia – bogaty portfel produktów oraz całkiem inne, kompleksowe podejście do rynku medycyny estetycznej. Cieszę się, że stanowią część firmy, która rozwija się od podstaw nie tylko w Polsce, lecz także na całym świecie. My, pracownicy, mówimy o Neauvii, że jest czerwoną falą zalewającą rynek medycyny estetycznej. Jest dla mnie powodem do dumy, że przyczyniam się do tego rozwoju i ekspansji. Trudno by było o takie wrażenia w firmie, która nie jest nastawiona na rozwój i inwestycje. Z perspektywy zawodowej te doświadczenia są niezwykle cenne. Bardzo się cieszę, że wkładam swoją pracę w projekt, który osiąga tak rewelacyjne wyniki.

M.B.: Czym wyróżnia się Neauvia na tle konkurencyjnych marek?

I.M.: Przede wszystkim bardzo spójną koncepcją, opartą na przelomowym, holistycznym podejściu do tworzenia protokołów zabiegowych. Składa się ono z trzech filarów: wysokiej jakości wypełniaczy, innowacyjnych urządzeń i doskonałych kosmeceutyków. Sercem naszego projektu są oczywiście wypełniacze posiadające innowacyjny czynnik sieciujący PEG, który jest od dawna z sukcesami stosowany na rynku farmaceutycznym, m.in. w lekach przyjmowanych doustnie. Dzięki zastosowaniu PEG ograniczyliśmy ryzyko wystąpienia działań niepożądanych oraz zwiększyliśmy bezpieczeństwo zabiegu, dając zarówno lekarzowi, jak i pacjentowi komfort, spokój i poczucie pewności. Wypełniacze Neauvia mają unikalne właściwości reologiczne – w rękach doświadczonego lekarza pozwalają osiągnąć naturalne efekty przy użyciu mniejszej ilości żelu, dzięki czemu unikamy efektu napompowanej twarzy. Na uwagę zasługuje również Neauvia Stimulate – innowacyjny produkt hybrydowy, który łączy działanie wypełniająca ze stymulacją produkcji nowego kolagenu przez wiele miesięcy po podaniu preparatu. Nasze produkty dają lekarzom nowe, wspaniałe możliwości terapii pacjentów w gabinetach medycyny estetycznej.

M.B.: To faktycznie zupełnie nowe rozwiązanie na rynku.

I. M.: W naszej firmie zawsze staramy się stosować nowatorskie rozwiązania. Sama nazwa marki to połączenie francuskiego „nouveau” (nowy) i włoskiego „via” (droga). I faktycznie – gdziekolwiek Neauvia się pojawia, wytycza nowe drogi. Kiedy zaistnieliśmy na rynku wypełniaczy, wprowadziliśmy innowację w postaci produktów o zwiększonej termostabilności i unikalnych właściwościach reologicznych. Opracowaliśmy protokoły łączone – dzięki nim jesteśmy w stanie połączyć całe portfolio, tworząc protokoły zabiegowe. To fascynujące, że już na etapie projektowania takich urządzeń jak Zaffiro, Sectum czy Plasma IQ, wiedzieliśmy, że będziemy chcieli tworzyć protokoły z ich udziałem. Od samego początku marce przyświecała idea połączenia tych dwóch dużych rynków: iniekcji i urządzeń. To dwa olbrzymie segmenty, które często w gabinetach funkcjonowały osobno, a Neauvia je łączy. Jesteśmy jedyną marką na rynku medycyny estetycznej, która stworzyła holistyczne protokoły stosowania produktów do iniekcji, kosmeceutyków oraz technologii, których skuteczność i bezpieczeństwo zostały udowodnione w badaniach klinicznych. Jako pierwsi stworzyliśmy protokół Nlift – poprzez połączenie wypełniaczy Neauvia z technologią Zaffiro, która dzięki zastosowaniu podczerwieni i systemu chłodzącego naskórek głęboko podgrzewa tkanki, uruchamiając w ten sposób procesy regeneracyjne. Skuteczność zabiegu jest większa, jeśli skóra jest odpowiednio uwodniona, dlatego do protokołu Nlift został włączony zabieg Neauvia Hydro Deluxe. Co bardzo ważne i pionierskie, badania kliniczne protokołów w Neauvia zostały oparte na analizie wycinków skóry. Badania te pokazały, że terapia łączona daje o wiele lepsze i trwalsze rezultaty niż suma efektów zabiegów wchodzących w skład protokołów, ale wykonanych osobno. W ten sposób udowodniliśmy, że nasze zabiegi są bezpieczne, a w odpowiednim zestawieniu działają jeszcze skuteczniej, dając efekt synergii. Nie jest to wyłącznie marketing – to nauka oparta na wynikach badań, więc znów udało nam się przelamać pewien schemat i wprowadzić nowy standard w medycynie estetycznej. Tylko działając w ten sposób mamy moż-

liwość budowania wiarygodności w oczach lekarzy i pacjentów.

M.B.: Jakie działanie mają protokoły zabiegowe Neauvia?

I.M.: W portfolio Neauvia mamy protokół do odbudowy i liftingu Nlift, przeznaczony dla pacjentów z ubytkami tkankowymi w obrębie środkowej części twarzy. Nlift daje spektakularne efekty, widoczne bezpośrednio po zabiegu, zaś w ciągu kolejnych tygodni zaobserwowano długotrwałe efekty: wzrost nawilżenia skóry o 45% oraz wzrost elastyczności skóry o 60%, ale przede wszystkim wzrost ilości fibroblastów które są odpowiedzialne za produkcję nowego kolagenu w skórze aż o 101%. Zabieg Nlift to dwie sesje zabiegowe w odstępie tygodnia. Na pierwszej wizycie lekarz przygotowuje skórę poprzez nawilżenie jej preparatem Neauvia Hydro Deluxe, aby podczas kolejnego spotkania kosmetolog mógł wykonać termolifting Zaffiro. Bezpośrednio po zastosowaniu Zaffiro lekarz wykonuje iniekcję wypełniacza tkankowego Neauvia Stimulate i Neauvia Intense w środkowej części twarzy pacjenta. Po zakończonej procedurze pacjent otrzymuje kosmeceutyki do domowej pielęgnacji. Innym protokołem jest Nboost – odbudowujący i regenerujący naskórek, idealny jako pierwszy zabieg z zakresu medycyny estetycznej dla młodszych pacjentów. Nboost zmniejsza przeznaskórkową utratę wody (TEWL) i zwiększa nawodnienie, niwelując suchość skóry. Ponadto wpływa na wzrost gęstości naskórka o prawie 60%, co ma ogromny wpływ na poprawę jakości skóry. Zabieg dedykowany jest osobom z pierwszymi oznakami starzenia. Nboost to protokół łączący synergiczne działanie radiofrekwencji Sectum i nawilżenia produktem Hydro Deluxe. Fala radiowa wykorzystywana w urządzeniu posiada częstotliwość 480 kHz, co w porównaniu do urządzeń dostępnych na rynku wydaje się niskim parametrem. Jest to jednak jedna z lepiej przebadanych częstotliwości, dodatkowo pozwala na bezpieczną, głębszą penetrację z jednoczesnym miłym i komfortowym odczuciem dla pacjenta. W efekcie doskonale wpływa na przebudowę skóry i udowodnione klinicznie zagęszczenie naskórka. Następnie, po Sectum, lekarz podaje Hydro Deluxe, aby

nawodnić obszar objęte zabiegiem. Tak jak mówiłem, Nboost to świetny zabieg dla osób, które chcą przeciwdziałać efektom starzenia skóry. W odpowiedzi na problemy kobiet powstał kolejny protokół, w którym również zostało zastosowane urządzenie Sectum – protokół Nrose przeznaczony do rewitalizacji miejsc intymnych. Protokół Nrose to 4 sesje zabiegowe, które wykonujemy w odstępie 3-4 dni, z czego pierwsza sesja to połączenie radiofrekwencji oraz iniekcji kwasu hialuronowego, a pozostałe sesje to zabieg z wykorzystaniem Sectum. Wykonanie zabiegu wspomnianą technologią Sectum ujędrnia i poprawia napięcie skóry sromu oraz kanału pochwowego. Iniekcja wykonywana jest wypełniaczem Neauvia Intense Rose, który zawiera najwyższe stężenie kwasu hialuronowego 28 mg/ml oraz dodatkowo Glicyną i L-Prolinę. Efektem podania wypełniacza Neauvia jest przywrócenie i poprawa objętości, jędrności oraz nawilżenia skóry sromu. Każdy zabieg kończy się specjalistyczną pielęgnacją pozabiegową kosmeceutykiem Rejuvenation Rose Gel, który wspiera równowagę i proces regeneracji skóry. Ponad 85% kobiet, które odczuwają zmiany i dyskomfort okolic intymnych związanych z menopauzą, nie mówi o swoich problemach, uznając, że to naturalne. Uważam, że kobiety nie powinny cierpieć w milczeniu. Dla mnie to uderzające, że wciąż nie mówimy wprost o ważnych problemach mających istotny wpływ na jakość naszego życia. Kobiety nie szukają pomocy, a pomoc jest na wyciągnięcie ręki. Mamy przecież skuteczne i bezpieczne rozwiązanie. Już udało nam się zmienić ten rynek i pokazać, że można poprawić komfort życia wielu pacjentkom. Uważam, że mamy do wykonania pracę nie tylko biznesową, lecz także społeczną – i to jest coś, co bardzo pozytywnie napędza mnie do pracy. Po zastosowaniu protokołu NRose 100% pacjentek zadeklarowało znaczącą poprawę w zakresie badanych objawów, wyglądu i zadowolenia z zabiegu. Są to znakomite efekty, które przekładają się na wzrost jakości życia kobiet.

M.B.: Jak będzie rozwijała się marka w ciągu najbliższych miesięcy i lat?

I.M.: Nasza filozofia jest bardzo przejrzysta: opieramy się i będziemy opierać się w przyszłości o tzw. *Holistic*





Approach, czyli protokoły holistyczne. Nadal będziemy oczywiście inwestować w badania kliniczne. Najbliższe plany dotyczą nowych badań oraz produktów, które chcemy rozwijać tak, aby mogły współtworzyć nowe protokoły. Podczas tegorocznego kongresu w Monte Carlo mieliśmy premierę dwóch innowacyjnych technologii laserowych: #EpiMe oraz #LaserMe. Laser #LaserMe to laser frakcyjny nieablacyjny, który jest niezwykle skuteczny w odmładzaniu i wygładzaniu zmarszczek. Technologia włącza głębokie procesy naprawcze bez uszkodzenia naskórka, więc komfort zabiegu jest wysoki, a efekty spektakularne. Po zabiegu zmienia się jakość skóry i – co ważne – możliwy jest szybki powrót do codzienności. Zabieg został stworzony w zgodzie z oczekiwaniami nie tylko dojrzałych pacjentów, odpowiada również na inne bardzo ważne problemy, na przykład związane z bliznami potrądzikowymi. Dość szybka i łatwa procedura nie tylko stanowi rozwiązanie problemu estetycznego, lecz także wpływa na komfort życia pacjenta, zwiększając jego pewność siebie. Dlatego zdecydowaliśmy się na stworzenie kampanii edukacyjnej skierowanej do młodych osób, które często nie są świadome, że medycyna estetyczna może im zaoferować skuteczne rozwiązania. Kolejną technologią, która w znaczący sposób poprawia jakość życia, jest laser #EpiMe, efektywnie usuwający niechciane owłosienie. Neuvia stworzyła urządzenie do depilacji całego ciała, które z pewnością okaże się rewolucyjne, ponieważ posiada najwyższą dostępną na rynku moc oraz silnie chłodzi, więc w zakresie depilacji jest idealnym technologicznym rozwiązaniem dla młodych klientów. Urządzenie jest skuteczne przy wszystkich fototypach skóry, co ma znaczenie w kontekście rosnącej multikulturowości. Jak już wspominałem, wyznaczamy nowe trendy zarówno w medycynie estetycznej, jak i w komunikacji marketingowej: nasze urządzenie będziemy promować w pierwszej kampanii skierowanej do pacjenta. Zachęcam do obserwowania social mediów i dołączenia do społeczności #epilovers. W przyszłości wprowadzimy też do sprzedaży toksynę botulinową, która jest już w fazie badań klinicznych i za parę lat pojawi się na rynku. Wiadomo, że w przypadku leków proces rejestracyjny jest wydłużony w stosunku do wyrobów

medycznych, więc musi to potrwać. Oprócz opracowywania nowych produktów staramy się też zapewnić naszej marce globalny zasięg. Obecnie Neuvia jest obecna w 76 krajach. Najbardziej zależy nam na tym, aby wejść z całym portfolio na największe rynki. Na przykład wszystkim nasze urządzenia uzyskały już certyfikację FDA i są dostępne w USA. Mamy swój oddział w Stanach Zjednoczonych i intensywnie rozwijamy zespół sprzedażowy i marketingowy. Oczywiście naszym celem jest uzyskanie certyfikatu FDA dla wypełniaczy i podbicie nimi rynku amerykańskiego, co wydarzy się już niebawem. Kolejne rynki, na które chcemy wejść z całym portfolio to Chiny oraz Brazylia, gdzie również rejestracje otrzymały już nasze urządzenia. Lekarze oraz pacjenci z Ameryki Południowej już zdążyli zakochać się w technologii Zaffiro a rynek z niecierpliwością czeka na premierę wypełniaczy Neuvia, która odbędzie się już w przyszłym roku. Na tym skupia się marka – na budowaniu globalnego zasięgu. W tym roku oddamy do użytku drugą fabrykę wypełniaczy, która będzie się mieściła pod Mediolanem. Szacujemy, że zwiększy ona pięciokrotnie nasze możliwości produkcyjne w obszarze wypełniaczy. Fabryka urządzeń, która znajduje się w Warszawie, okazuje się niewystarczająca, w tym roku otworzymy więc drugą, prawie sześciokrotnie większą pod względem powierzchni. Te działania pokazują, że zwiększamy nie tylko ekspansję na inne rynki, lecz także nasze moce produkcyjne – po to, aby obsłużyć zwiększające się zapotrzebowanie na produkty Neuvia. Tak intensywny rozwój nie byłby oczywiście możliwy bez wsparcia działu badań i rozwoju, którego liderem jest prof. Nicola Zerbinati. To on sprawił, że za marką Neuvia stoi czysta nauka i to sprawia, że nasze produkty są wyjątkowe.

M.B.: Jak Neuvia jest odbierana poza granicami kraju?

I.M.: W naszych zagranicznych oddziałach Neuvia jest marką premium ze względu na swoją innowacyjność. Na sposób, w jaki marka jest postrzegana, mają również wpływ jej nowoczesność i stworzone protokoły zabiegowe.

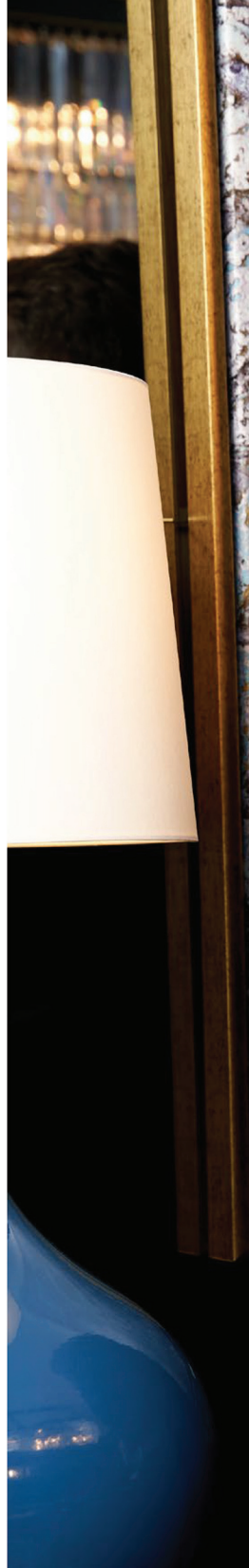
M.B.: Co jest bestsellerem marki?

I.M.: Jeśli chodzi o produkty do iniekcji na pewno są to Neauvia Hydro Deluxe, Intense i Stimulate. Intense posiada wyjątkowe właściwości liftingujące, a Stimulate łączy właściwości wypełniacza oraz produktu stymulującego, ponieważ zawiera zarówno kwas hialuronowy, jak i hydroksypapatyt wapnia, który intensywnie indukuje produkcję nowego kolagenu. Absolutnym hitem jest również Neauvia Hydro Deluxe, zawierająca 18 mg/ml nieusieciowanego kwasu hialuronowego, 0,01% hydroksypapatytu wapnia oraz glicynę i L-prolinę. Ten produkt pokochali lekarze i pacjenci z całego świata. Jeśli zaś chodzi o nasze urządzenia, to bestsellerem jest na ten moment oczywiście technologia Zaffiro, która podbija światowe rynki. Bardzo ważną w strategii naszej marki jest szeroka gama kosmeceutyków, będących nie tylko integralną częścią naszych protokołów holistycznych, lecz także dających możliwość stworzenia spersonalizowanego rytuału pielęgnacyjnego, który będzie odpowiadał na zróżnicowane potrzeby skóry, takie jak ukojenie, regeneracja, zmniejszenie widoczności drobnych linii i zmarszczek oraz bezpieczeństwo i skuteczność w połączeniu z zabiegami. Naszymi bestsellerami też są serum antyoksydacyjne C-shot, które zawiera stabilną formę witaminy C, oraz Advanced Cream ze skoncentrowanymi czynnikami wzrostu.

M.B.: Jakie nowe projekty przygotowuje Neauvia dla lekarzy?

I.M.: W zespole lekarzy, z którymi współpracujemy, jest specjalna grupa ambasadatorów medycznych funkcjonująca pod szyldem Neauvia Scientific Academy. To oni dbają o najwyższej klasy edukację szerokiego grona lekarzy, gdyż umiejętności

lekarzy dotyczące stosowania protokołów, wypełniaczy są dla nas absolutnie kluczowe. Nie tylko przekazujemy lekarzom wiedzę związaną z anatomią, fizjologią, techniką zabiegową i bezpieczeństwem, lecz także skupiamy się na kanonach piękna, zasadach pielęgnacji oraz sposobach osiągnięcia pożądanego efektu estetycznego. Z uwagi na fakt, że edukacja medyczna jest dla nas priorytetem, otworzyliśmy w tym roku nowe centrum szkoleniowe Neauvia w Dubaju. Miejsce to jest wyjątkowe, niezwykle łatwo dostępne z każdej części świata i bardzo nowoczesne. Lekarze z różnych krajów będą mieć tam możliwość otrzymania najwyższej klasy edukacji medycznej, wymiany doświadczeń oraz kontaktu z innymi kulturami i kanonami piękna. Tworzenie platformy wymiany poglądów i doświadczeń jest dla nas bardzo istotne. W zeszłym roku stworzyliśmy Neauvia Channel – portal edukacyjny, w którym zamieściliśmy serie warsztatów i wykładów. Dzięki niemu lekarze mogą poszerzać swoją wiedzę na temat technik iniekcji, badań klinicznych oraz holistycznych protokołów. Codziennie dodajemy tam nowe materiały edukacyjne, dlatego zachęcam wszystkich lekarzy do zarejestrowania się na stronie www.neauviachannel.com. Od zawsze łączymy naukę i innowacyjne podejście z unikalnym marketingiem i edukacją medyczną. Chcemy cały czas iść do przodu, wyprzedzać rynek i tworzyć unikalne doświadczenia dzięki naszym produktom. Skupiamy się na trendach podążania za naturalnością w medycynie estetycznej. Widzimy silną potrzebę zabiegów, które skutecznie zadziałają na kondycję skóry, odmładzając ją, ale bez sztucznego czy przerysowanego efektu, dlatego staramy się wychodzić do pacjentów, pokazywać im nowe rozwiązania i wspaniałe technologie. Już myślimy o kolejnych holistycznych protokołach na bazie naszych nowych produktów. Szczegóły już wkrótce.





PANI

PANI



CENA 9,99 ZŁ
(w tym 8% VAT)
NR 11 (386) ROK XXXIII
LISTOPAD 2022
Numer indeksu 368692
ISSN 1230-8293
www.pani.pl

MISTRZ
XAWERY
ŻUŁAWSKI
TAKIE GENY

AGATA
TUSZYŃSKA
ĆWICZENIA
Z UTRATY, LEKCJE
Z NADZIEI

Medycyna
ESTETYCZNA
NOWOŚCI
ZABIEGI
ADRESY

NIEZAPOMNIANY
GRZEGORZ
MIECUGOW

FILOZOF
O KRÓTKIM
LONCIE

PSYCHOLOGIA
PO CZYM
POZNAĆ
TOKSYCZNY
ZWIĄZEK?

Michelle
PFEIFFER

NIE TAŃCZE,
JAK MI ZAGRAJĄ

FOTOGRAFOWAŁA OLIVIA MALONE

ISSN 1230-8293



11

9 771230 829204



BEZ ZBĘDNYCH WŁOSKÓW

Zabiegi laserowe są bardzo skuteczną metodą depilacji. Wystarczy kilka zabiegów, żeby całkowicie pozbyć się problemu.

◆ EPILME LASER DIODOWY

EpilMe jest laserem diodowym emitującym wiązkę światła o długości 808 nm. Stosuje się go do usuwania niechcianego owłosienia, w terapii hirsutyzmu i wrastających włosów. Laser działa na zasadzie selektywnej fototermolizy, czyli uszkadzania mieszków włosowych za pomocą światła lasera. Przed rozpoczęciem zabiegu skóra jest oczyszczana i dezynfekowana, wszelkie znamiona barwnikowe zostają przykryte białą kredką. Następnie nakładany jest przezroczysty żel do USG i rozpoczyna się właściwa część zabiegu. Przy użyciu EpilMe można pracować stempłowo, czyli strzał po strzale, lub w trybie in-motion, który jest łagodniejszy, polecany na pierwsze sesje zabiegowe dla osób z gęstymi, grubymi i ciemnymi włosami. Dodatkowo istnieje możliwość wykorzystania specjalnego trybu Burst dla pacjentów o ciemniejszym fototypie. Dzięki

wbudowanemu, stałemu chłodzeniu na poziomie 1°C zabieg jest praktycznie bezbolesny. Chłodzenie nie tylko zmniejsza ewentualne odczucia, ale również chroni powierzchowne warstwy skóry. Po zabiegu może wystąpić zaczerwienienie i obrzęk okolicy zabiegowej, jest to normalna, wręcz pożądana reakcja. Efekty widoczne są już od razu. Zabieg jest ekspresowy, w zależności od okolicy może trwać

od 5 minut (w przypadku pach) do 30 minut na większych okolicach, jak łydki, klatka piersiowa. Zalecana seria to 4-6 zabiegów. W przypadku twarzy zabiegi mogą być powtarzane co 4 tygodnie, bikini i pach co 6-8 tygodni, natomiast w przypadku nóg, pleców i brzucha co 10-12 tygodni.

CENA: od 200 do 550 zł

GDZIE: klinika Miaperla, Białystok,

www.miaperla.pl



Twój **STYL**

Cena 9,99 ZŁ
W TYM 8% VAT
WWW.TWOJSTYL.PL

**TESTAMENT
ELŻBIETY II**
*Czy monarchia
przeżywa*

**Michał
SZPAK**
*Nie każdy Ikar traci
w słońcu skrzydła*

**ZA CO
KOCHAMY
Skandynawię?**

**Natalia
KUKULSKA**

**DLUGO NA TO
CZEKAŁAM.
DZIŚ PRZYJAŹNIĘ
SIĘ ZE SOBĄ**

Raport

**Co dają badania
genetyczne
SPRAWDŹ I ŻYJ
DŁUŻEJ**

Psychologia

**O jeden krok
za daleko
GRANICE FLIRTU**

**Uczucie
niedoceniane
POŻYTKI
Z SAMOTNOŚCI**

**EKSTRA
DOSSIER**

**NOWE ZABIEGI
MEDYCZYNY
ESTETYCZNEJ**

ISSN 0867-1826



9 770867 182201

11

INDERS 379255

ELLE

ELLE

ELLE.PL

DEBATA
PRZYJAŃ
DZIECIAKI
KŁOPOTY
I MY

MOJA MODA · MOJE ELLE

życie ADELE

LISTOPAD
11/2022
11,99 zł
w tym 8% VAT



**MODA JESIEŃ Z POLSKĄ METKĄ
URODA NA ZABIEGI, GOTOWE, START!
SZTUKA ELŻBIETA II POPKULTUROWA KRÓLOWA**

LISTOPAD 2022



2

USTA JAK MALINY

WYRAZIŚCIE ZARYSOWANE, PEŁNE I SYMETRYCZNE
– O TAKICH MARZYMY I TAKIE MOŻEMY MIEĆ.

W TYM SEZONIE NAJMODNIEJSZY JEST EFEKT: USTA
JAK TUŻ PO SMAKOWITYM POCAŁUNKU!

Zmysłowo pełne wargi pomaga uzyskać zabieg z użyciem preparatu Saypha Filler. – To sterylny, lepko-sprężysty, bezpieczny i elastyczny wypełniacz. Jest izotoniczny (czyli idealnie czysty) i co ważne dla nas, świadomych kobiet, w pełni biodegradowalny – mówi lekarka Justyna Bujnowicz-Szymczak z kliniki JustSkin w Tomaszowie Mazowieckim. – Żel bazuje na usieciowanym kwasie hialuronowym, który zapewnia naturalne i trwałe wypełnienie. Jego jednofazowa struktura sprawia, że powoli rozchodzi się pod skórą, stopniowo nadając jej gładki i atrakcyjny wygląd. Precyzyjne podanie preparatu igłą pozwala na stworzenie pełniejszych ust, korektę opadających kącików, podkreślenie łuku kupidyna czy nawet wypełnienie drobnych zmarszczek, które pojawiają się nie tylko u palczek. Poza efektem wizualnym – zmysłowe, pełne usta – żel pomaga utrzymać optymalne nawilżenie, poprawia kondycję i elastyczność skóry. Wystarczy jedna sesja i wargi są bardziej jędrne, sprężyste i ponętne. Co ważne, w naszej klinice zabieg przeprowadza się w miejscowym znieczuleniu, dzięki czemu jest bezbolesny – tłumaczy specjalistka. *Więcej: croma.pl*

NIE TYLKO SZMINKA

1. Balsam do ust Nutritive Lip Balm **SISLEY** 310 zł, sisley-paris.pl
2. Profesjonalna pielęgnacja ust Lip Bliss **NEAUVIA** 180 zł, neauvia.pl
3. Dwufazowy płyn micelarny do demakijażu oczu i ust Skin Ressource **GIVENCHY** 159 zł