



Puls medycyny estetycznej

Dążenie do bardziej intensywnego niż tradycyjne zabiegi kosmetyczne, poprawiania urody staje się coraz powszechniejsze. To trend światowy, trafiający do Polski z najbardziej rozwiniętych, amerykańskich, azjatyckich i europejskich rynków.

Mnogość ofert zabiegowych, nowości i okazjonalnych promocji może przyprawić o zawrót głowy. Sprawcami tej „klęski urodzaju” są producenci i dystrybutorzy preparatów i sprzętu technicznego, którzy walczą o swój kawałek estetycznego tortu. Wspierają ich wykonawcy usług – lekarze i kosmetyczki, którzy także coraz bardziej agresywnie starają się przyciągnąć uwagę i pieniądze klientów. A ci ostatni, w marketingowym chaosie, mają ogromny problem z dokonywaniem świadomych wyborów i podejmowaniem mądrych decyzji, które mają wpływ nie tylko na ich wygląd, ale i zdrowie.

U progu nowego roku poprosiliśmy przedstawicieli największych firm na rynku medycyny estetycznej o refleksję na temat poziomu jego rozwoju, szans i zagrożeń stojących przed profesjonalistami i pacjentami. Wszystkim zadaliśmy te same pytania:

- 1. Jaki był mijający rok dla rynku medycyny estetycznej i waszej firmy?**
- 2. Co uznajecie za szansę, a co za zagrożenie?**
- 3. Jakie zjawiska i technologie zafascynowały Panią/Pana ostatnio?**
- 4. Nowości i plany rozwojowe waszej firmy?**

Wśród wielu ciekawych opinii powszechnie przewija się kwestia bezpieczeństwa wykonywanych zabiegów i konieczności porządkowania rynku w duchu standardów medycznych. To wyzwanie na nadchodzące lata.





Ewa Kozak

Dyrektor Działu Medycyny Estetycznej Urgo Aesthetic

1 Rok 2018 był kolejnym rokiem dynamicznego rozwoju rynku kosmetycznego i medycyny estetycznej (2015-20 CAGR – 7%; źródło PMR Research Institute). Ten trend to efekt pozytywnego nastawienia do zabiegów kosmetycznych i ich popularyzacji – od zainteresowania coraz wyższą jakością życia, co przekłada się na zainteresowanie rynkiem estetycznym, po otwarte mówienie o zabiegach na blogach celebrytów, w telewizji, a nawet w kinie. W efekcie popularny „botoks” coraz rzadziej mylony jest z wypełniaczami.

Wiele firm postawiło na reklamę bezpośrednią do pacjenta. Promowane są wszystkie dozwolone kategorie zabiegów, głównie wypełniacze i sprzęty medyczne. To rozwija rynek, ale też stwarza zagrożenie w postaci zmniejszenia medycznego wizerunku zabiegów estetycznych. Zabieg HIFU, czy wypełnienie bruzd nosowo-wargowych, to procedury medyczne, które powinny być wykonywane certyfikowanym sprzętem oraz przebadanym preparatem, przez wykwalifikowanego specjalistę.

Urgo Aesthetics jest czołowym dystrybutorem marek estetycznych od prawie 20 lat. Mamy w swoim portfolio marki skierowane do lekarzy oraz do kosmologów, stąd nasza dobra znajomość specyfiki pracy z oboma tymi grupami zawodowymi. Pod względem dystrybucyjnym mijający rok był dla nas bardzo dobry. Wśród lekarzy od ponad dwóch lat z sukcesem promujemy preparaty i rozwiązania zabiegowe Merz Aesthetics. Tworzymy też silną markę własną, opartą na zabiegu Retix C oraz marki dystrybucyjne Neostrata i Exuviance, wśród kosmologów. Rok 2018 przyniósł nam także dwie Perły Medycyny Estetycznej – dla AOX Feruli (produkt z kwasem ferulowym i Vit C) oraz innowacyjnego produktu pozabiegowego z ochroną przed UVA, UVB, IR oraz HEV – Melan 130. To kolejne Perły Medycyny dla naszych preparatów, świadczące o stałym uznaniu ze strony dermatologów estetycznych.

2 Na polskim rynku estetycznym konkuruje 400 firm. To 6. co do wielkości rynek w Europie. Jego szansą jest niewątpliwie popularyzacja zabiegów wśród pacjentów, także mężczyzn. Podejście interdyscyplinarne do anti-aging i tworzenie trendu healthy aging, czyli dbałość nie tylko o wygląd, ale także o zdrowie i jakość życia. Połączy to działania lekarzy medycyny estetycznej i kosmologów oraz dietetyków, fizjoterapeutów i psychologów. Będziemy mówić o spowolnieniu procesu starzenia, a nie „odmłodzeniu”. Ten naturalny trend w medycynie estetycznej obserwujemy już w Polsce – zaczyna dominować pacjentka „ja, tylko lepsza”, bez hiperkorekcji i zamrożonej twarzy.

Szansą dla rynku będzie też obniżanie się wieku pacjentów – więcej prewencji zabiegowej, regularnego dbania o skórę. Myślę, że pojawi się więcej innowacyjnych zabiegów na skórę głowy. Utrata włosów to wg badań drugi, największy problem kobiet w wieku 35-55 lat.

Zagrożeniem, według mnie, jest to, o czym teraz głośno mówi się na rynku estetycznym – postrzeganie zabiegów jako coraz bardziej niemedycznych, co jest spowodowane brakiem regulacji, zarówno w dystrybucji, jak i w podawaniu preparatów. Nie możemy stawiać zabiegu HIFU, czy zabiegu iniekcyjnego, na równi z hybrydą na paznokcie. I o to musimy walczyć, w trosce o bezpieczeństwo pacjenta. Ważnym elementem jest tu uczciwość komercyjna firm, wykorzystywanie w promocji tylko oryginalnych badań na określonych produktach i sprzętach medycznych, opieranie się na merytorycznych argumentach w ramach prawa farmaceutycznego i nie wprowadzanie w błąd środowiska medycznego. To są standardy na rynku farmaceutycznym, które muszą obowiązywać na rynku medycyny estetycznej, gdy mówimy o produktach Rx i wyrobach medycznych: produktach i sprzętach. Do takich standardów jestem przyzwyczajona pracując od lat w koncernach farmaceutycznych. Na pewno pomoże w tym nowa dyrektywa unijna.

3 Moje fascynacje niezmiennie krążą wokół dwóch głównych trendów: medycyny regeneracyjnej i korekcyjnej. W tej pierwszej terapię autologiczną – osocze, czynniki wzrostu – ale też nowości w mezoterapii i kondycjonowaniu skóry. To właśnie kwintesencja trendu „ja, tylko lepsza”. W medycynie korekcyjnej hitem dla mnie są nieinwazyjne liftingi: nici i HIFU z wizualizacją USG Ulthera (super efekt i mniejszy downtime) oraz nadal bezkonkurencyjna toksyna – zabieg numer 1 w gabinetach.

Myślę, że hitem jest koncepcja personalizowanych kosmetyków, która będzie ewoluować, by pokonać ograniczenia, m.in. wysoką cenę.

Wiem, że rynek jest bardzo dynamiczny i pełen „hitów roku”, lecz według mnie medycyna estetyczna powinna być przede wszystkim długofalowo bezpieczna. Dlatego też najbardziej doceniam sprawdzone technologie oraz adaptacje rozwiązań z innych dziedzin medycyny. Tak jak toksyna, wywodząca się z neurologii i okulistyki, czy nici chirurgiczne, nazywane liftingującymi. A teraz czekamy na popularyzację hormonów wzrostu, które pomogą spowolnić procesy starzenia!

4 Nasze plany rozwojowe to głównie nowe protokoły dla lekarzy, kosmologów i ich pacjentów. Przedstawimy nowe rozwiązania dla skór z problemami, a także nowości w zakresie pielęgnacji skóry głowy i ochrony przeciwstłonecznej. Zajmiemy się też ciałem – przede wszystkim walką z cellulitem.

Rok 2019 to także szkolenia dla lekarzy, które będziemy organizować wspólnie z laboratorium Merz Aesthetics oraz szkolenia on-line w ramach Merz Institute. O tym wszystkim będziemy mówić na kongresach SLDE i PTMEiAA oraz na konferencjach kosmologicznych, ale także na szkoleniach w wielu miastach w Polsce. ■

