03° Nowe kosmetyki i urządzenia do Spa | www.spainspirations.pl | lipiec/sierpień 2011

spa inspirations

magazyn Polskiego Instytutu Spa i Wellness



Polski Instytut Spa i Wellness

WIEMY JAK PROFESJONALIZOWAĆ rynek SPA

szkolenia

publikacje



doradztwo

badania rynku

www.spainstytut.pl

„Szanowni Państwo”



Tradycyjnie już wakacyjne miesiące przynoszą małe zamieszanie w usługach Spa. Hotelowe Spa, zwłaszcza te położone nad morzem, w tgórach, bądź innych „pięknych okolicznościach przyrody” przeżywają prawdziwe oblężenie. Inaczej sytuacja ma się w miejskich gabinetach Spa. Te odnotowują znaczne spadki wizyt klientów, którzy w tym czasie najprawdopodobniej korzystają z uroków natury. Te zmiany to cykliczna tendencja, która zazwyczaj kończy się wraz z sezonem urlopowym.

Jedynym co w pewnym stopniu zaburza tę tendencję jest zalew „super promocji” miejskich gabinetów kosmetycznych i salonów Spa oferowanych poprzez portale typu Groupon. Codziennie na swojej poczcie znajduję oferty miejskich Spa i gabinetów kosmetycznych, w których na przykład zabieg falami RF na ciało oferowany jest za jedyne 99 złotych (zniżka 79 %). Inna „kusząca oferta” to zabieg antycelluitowy z drenażem limfatycznym za jedyne 69 zł zamiast 300 zł. Tego typu promocje polegające na 70-cio procentowych zniżkach rodzą wiele pytań i zastrzeżeń, o wzburzeniu i podzieleniu środowiska branżowego nie wspominając. Pierwsze i podstawowe pytanie jakie pojawia się przy dyskusjach na ten temat to, czy gabinety oferujące tak wielkie zniżki na zabiegi rzeczywiście są w stanie na tym zarobić? Nie trzeba się znać na prowadzeniu tego typu biznesu, żeby stwierdzić, że to nie może być opłacalne. Co więc powoduje salonami i gabinetami, że decydują się one na sprzedaż swoich usług wiedząc, że będą musiały do nich dołożyć. Najczęściej powodem jest chęć pozyskania klienta. Chętnych na skorzystanie z „super okazji” z pewnością nie brakuje. Jednak trudno się spodziewać, że zostaną oni stałymi klientami takiego salonu i będą skłonni płacić za zabieg według standardowego cennika, czyli o 70% więcej. To bardzo wątpliwe! Najprawdopodobniej będą szukali kolejnej super zniżki w innym salonie. Cóż więc pozostaje salonowi po takiej super promocji?

To tylko jeden z aspektów tego w jaki sposób „mega zniżki” wpływają na rynek usług kosmetycznych i Spa. Inne warte poruszenia aspekty będące wynikiem znacznego zaniżania cen zabiegów, to chociażby spadek jakości usług, niezdrowa konkurencja, oszukany stały klient (który dotychczas płacił 100 %), niezdrowa konkurencja i walka cenowa. Do dyskusji ten temat, z pewnością będziemy wracać na łamach Spa Inspirations. Póki co naprawdę warto poświęcić chwilę na refleksję nad pytaniem – dokąd prowadzi i jakie skutki może przynieść gra 70 –cio procentowyni rabatami?

Mariusz Nieścior

redaktor naczelny



nowości

04 Nowe produkty, urządzenia i kosmetyki do Spa

wiadomości

06 Informacje z branży, wydarzenia, inwestycje, szkolenia

11 **Targi Spa & Wellness w dobrym kierunku**
Relacja z piątej edycji targów Spa & Wellness w Krakowie .

felieton

14 Targi Spa w Polsce

Tekst: Bożena Społowicz

16 **Spa powinno służyć odnowie i zdrowiu**

Tekst: Marek Jankowski

18 **Co dalej z polskim Spa?**

Tekst: Alexey Moguchev

20 **Zgrany zespół Spa**

Tekst: Anita Bajdalska

wywiad

22 Dynamiczny rozwój sieci Yasumi
Wywiad z Zofią Bydałek, właścicielką marki Yasumi.

case study

24 Terma Bania - flirt tradycji z nowoczesnością
Prezentacja nowopowstałego obiektu Terma Bania w Białce Tatrzańskiej.





przewodnik managera

30 Medical Spa w Polsce
przegląd wybranych obiektów

35 Zarzadzanie czasem managera Spa

38 Jak wybrać szkolenia dla terapeutów Spa?
Analiza sytuacji na rynku szkoleń dla masażystów w Polsce.
Porady z zakresu wyboru odpowiedniego szkolenia i instruktora.

42 Jakość obsługi w gastronomii hotelowej

kosmetyka

48 Letnie wariacje Propozycje zabiegów kosmetycznych

50 Przegląd kosmetyków odżywczo-łagodzących

56 Przegląd urządzeń do modelowania sylwetki

62 Mikropigmentacja w Medical Spa

64 Bezpieczny makijaż permanentny

łaźnie i sauny

66 Tradycyjne łaźnie japońskie
Historia i charakterystyka funkcjonowania tradycyjnych łaźni japońskich i kultury kąpieli – Sento, Onsen, Ofuro.

terapie i rytuały

72 Masaż Amma - ukojenie dłońmi

74 Dieta według Ayurvedy

79 Akupresura a Shiatsu - podobieństwa i różnice

spa inspirations
nr 3/2011

Adres redakcji:
01-402 Warszawa,
ul. E. Ciołka 16/415
tel. 609 110 800
e-mail: biuro@spainstytut.pl
www.spainspirations.pl

Redaktor naczelny:
Mariusz Nieścior
m.niescior@spainstytut.pl

Redaguje zespół:
Alexey Moguchev, Anita Bajdalska

Współpracownicy:
Piotr Wojnarski, Marcin Zajączkowski, Bożena Społowicz, Irina Kaczorowska, Robert Węglarz, Renata Kostrakiewicz

Reklama:
Katarzyna Jankowska
k.jankowska@spainstytut.pl

Opracowanie graficzne i skład:
Artur Puszkarewicz, AZE design

Polski Instytut Spa i Wellness

Wydawca:
Polski Instytut Spa i Wellness
01-402 Warszawa,
ul. E. Ciołka 16/415
tel. 609 110 800
e-mail: biuro@spainstytut.pl
www.spainstytut.pl

Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.
www.spainspirations.pl

ZDJĘCIE NA OKŁADCE :
YTL Hotels

nowości RYNKOWE

BAMBUSOWY UNIFIORM KOSMETYCZNY

Ekologiczny, bambusowy uniform kosmetyczny z kolekcji Bambooo-line firmy Texpol. Tkanina z włókna bambusa posiada naturalne właściwości pro--zdrowotne, takie jak pochłanianie i neutralizowanie nieprzyjemnych zapachów, antyalergiczność i bakteriobójczość. Latem jest o 2-3 stopnie chłodniejsza od temperatury otoczenia, co przynosi poczucie świeżości osobom pracującym, aktywnym fizycznie. Rewelacyjnie sprawdza się w gabinetach kosmetycznych i salonach Spa. Zapewnia komfort użytkowania i odrobinę ekologicznego luksusu podczas ciężkiego dnia pracy.

Producent : Texpol

www.texpol.net.pl



HSR® DE LUXE ULTIMATE ANTI-AGING CREAM

Luksusowy krem anti-aging o kompleksowym działaniu zapobiegającym starzeniu się skóry. Dzięki doskonałemu połączeniu niezwykle skutecznych substancji aktywnych: HSR® Telovitin, HSR® Lifting Integral Complex oraz kosztownego wyciągu z rzadkiej odmiany czarnych pereł wydłuża cykl życiowy komórek, a tym samym znacząco spowalnia proces starzenia się. Redukuje zmarszczki i plamy pigmentacyjne, wyraźnie poprawia kontur twarzy, a skóra staje się wyraźnie gładsza, bardziej jędrna i zyskuje jednolity koloryt oraz promienny wygląd.

producent: Babor
dystrybutor: Bio-kosmetyka

www.bio-kosmetyka.pl



NOWIA JAKOŚĆ W PRZEKŁUWANIU CIAŁA

Firma Blomdahl Medical oferuje najwyższej jakości produkty i zabiegi przekłuwania ciała, bezpieczne, nawet dla najmłodszych. Zapewnia maksymalną higienę oraz oferuje bezpieczne dla skóry hipoalergiczne kolczyki, zapobiegające alergii na nikiel lub niwelujące jej skutki. Do ich wytwarzania wykorzystuje nowoczesne technologie i bezpieczne materiały, zgodnie z normami medycznymi i po konsultacjach z dermatologami. Całkowity proces produkcji, od koncepcji do produktu końcowego, odbywa się w Szwecji, co daje gwarancję całkowitej kontroli i najwyższej jakości. Blomdahl Medical zmienia zwykłą usługę przekłuwania uszu, nosa i pępka w profesjonalny zabieg medyczny.

www.blomdahl.pl



ZASTRZYK MŁODOŚCI

Zaawansowany zabieg anti-aging wykorzystujący osiągnięcia medycyny estetycznej zamknięty w formułach nowoczesnych preparatów kosmetycznych. Zastrzyk Młodości to rewitalizująca dawka kwasu hialuronowego, dzięki któremu skóra szybko odzyskuje naturalnie zdrowy i młody wygląd. Zapewnia intensywną pielęgnację cery suchej oraz jej głębokie odrodzenie. Poprawia gęstość i zapewniania wzmocnienie strukturom skóry, redukuje oznaki zmęczenia i stresu. Chroni ją przed wysuszeniem i wzmacnia naturalną odporność. Aktywizując procesy przeciwdziałające starzeniu wzmacnia i pobudza przemiany metaboliczne.



producent: Bielenda

www.bielendaprofessional.pl



LINIA LIFTINGUJĄCO – ROZŚWIETLAJĄCA LUMAFIRM

Linia lumafirm™ firmy Pevonia Botanica jest przeznaczona do skóry dojrzałej z widocznymi oznakami starzenia lub wymagającej natychmiastowej regeneracji. Produkty wchodzące w skład tej linii nadają blasku oraz przywracają właściwy kontur twarzy. Działanie linii zostało potwierdzone w różnych testach dermatologicznych. Dzięki produktom skóra staje się promienista, bardziej jędrna, elastyczniejsza i kilka lat młodsza. Wszystko to dzięki zastosowanym nośnikom składników aktywnych najnowszej generacji oraz naturalnym składnikom. Niektóre z nich pojawiają się w produktach kosmetycznych po raz pierwszy.

producent: Pevonia Botanica
dystrybutor: Supernova

www.supernova.com.pl

KREM KORYGUJĄCY ZMARSZCZKI I OPUCHLIZNĘ OKOLIC OCZU

Ultra-kompleksowy krem pielęgnujący okolicę oczu skutecznie korygujący oznaki zmarszczek i zmęczenia. Jego zaawansowane technologicznie składniki wygładzają zmarszczki, rozjaśniają cienie i redukują pojawienie się obrzęków wokół pięknie i młodo wyglądających oczu. Pojemność: 15 ml.

producent: Vie Collection
dystrybutor: Spa-Project

www.spa-project.pl



AQUATRAINER SWIM SPA!

Fitness, pływanie, masaż i trening w jednym! Urządzenie, które łączy kilka funkcji w jednym basenie - bieżnię pływacką, basen termalny z funkcją sauny, aquaaerobik wzbogacony hydromasażem! To basen i jacuzzi w jednym! To trening, zabawa, pływanie, masaż i relaks. Aquatrainer Swim Spa to jedyne samooczyszczające Swim Spa na rynku! Najnowocześniejsze rozwiązanie dla hoteli, ośrodków Spa czy klubów fitness

dystrybucja: Hydropool

www.hydropool.pl



ZMYSŁOWY OLEJEK DLA NIEJ

Olejek przeznaczony do aromaterapeutycznego masażu i pielęgnacji kobiecego ciała. Zawiera wosk jojoba, skwalan, ekologiczny wyciąg z kaparów, o działaniu kojącym, i ujędrniający ekstrakt z Centella asiatica. Kompleks wyszukanych, cennych dla skóry substancji uzupełnia zmysłowa kompozycja szlachetnych olejków eterycznych, znanych jako afrodyzjaki: z paczuli, ylang-ylang, jaśminu i wanilii. Jedwabisty masaż tym olejkiem nasyca ciało subtelnym zapachem kwiatów, dojrzałych owoców i przypraw, głęboko odpręża, pobudzając zmysłową wyobraźnię

Producent : Femi

www.femi.pl



Szkolenia dla managerów Spa

Trwa nabór do II edycji Akademii Managera Spa i Wellness organizowanej przez Polski Instytut Spa i Welness. Akademia to cykl szkoleń adresowanych do osób zainteresowanych zdobyciem i podniesieniem kwalifikacji w prowadzeniu biznesu Spa i odnowy biologicznej.

Polski Instytut Spa i Wellness

Program Akademii składa się z 9 szkoleń zgrupowanych w trzy bloki tematyczne: 1 Zarządzanie i organizacja Spa, 2. Sprzedaż i obsługa klienta w Spa, 3. Marketing i promocja Spa.

Zainteresowani uczestnictwem prócz pełnego programu Akademii mogą wybrać dowolny blok tematyczny (3 szkolenia) jak też dowolne szkolenia z całego programu Akademii. Program szkoleń przygotowany został w oparciu o badanie i analizę potrzeb rynkowych w zakresie inwestycji, prowadzenia i zarządzania ośrodkami Spa i odnowy biologicznej w Polsce. Tematyka poszczególnych szkoleń to główne zagadnienia niezbędne dla sprawnej organizacji i prowadzenia szeroko rozumianego biznesu odnowy biologicznej. W szkoleniach wykorzystywane są rzeczywiste przykłady jakie mają miejsce w organizacji Spa. Program nauczania ukierunkowany jest na kształcenie praktycznych umiejętności.

Absolwenci pełnego programu „Akademii Managera Spa i Wellness" otrzymają certyfikat i dyplom ukończenia Akademii Polskiego Instytutu Spa i Wellness. Chętni mogą też otrzymać wpis do bazy managerów Polskiego Instytutu Spa i Wellness udostępnianej i promowanej wśród inwestorów i zarządzających obiektami Spa w Polsce .

Szczegóły Akademii Managera Spa i Wellness na stronie organizatora: www.spainstytut.pl



HARMONOGRAM AKADEMII MANAGERA SPA I WELLNESS

Zarządzanie i organizacja Spa – (10.10. - 12.10.2011, Warszawa)

10.10.2011 - Efektywne zarządzanie finansami w ośrodku Spa i wellness.
11.10.2011 - Skuteczny manager, czyli jak zbudować prężny i efektywny zespół Spa.
12.10.2011 - Kreatywne zarządzanie polityką jakości w Spa - jak zwiększyć zyski.

Sprzedaż i obsługa klienta w Spa – (07.11. - 09.11.2011, Warszawa)

07.11.2011 - Techniki skutecznej sprzedaży dla ośrodków Spa, sprawdzone metody podnoszenia zyskowności.
08.11.2011 - Komunikacja z klientem Spa – techniki skutecznego przekonywania.
09.11.2011 - Psychologia obsługi klienta w Spa – od pierwszego kontaktu po reklamacje.

Marketing i promocja Spa – (05.12. – 07.12.2011, Warszawa)

05.12.2011 - Efektywne planowanie marketingowe, czyli jak zbudować przewagę konkurencyjną.
06.12.2011 - Kreatywne metody wykorzystania tradycyjnych i najnowszych narzędzi marketingowych w promocji Spa.
07.12.2011 - Programy lojalnościowe w Spa - jak pozyskać klienta i utrzymać z nim długotrwałe relacje.

Nowe Med Spa w Hotelu Gdańsk

Hotel Gdańsk, mieszczący się w centrum Gdańska nad Motławą w zabytkowym spichlerzu połączonym z nowoczesnym marynistycznym budynkiem, poszerzył swoją ofertę o usługi Spa. Od połowy kwietnia goście hotelowi jak też klienci z



miasta mogą korzystać z bogatych usług Med Spa.

Spa powstało z myślą o ludziach, którzy szukają relaksu i odprężenia w ekskluzywnym miejscu w centrum miasta. Med Spa znajduje się na najwyższej kondygnacji części Yachting Hotelu Gdańsk z przepięknym widokiem na marinę jachtową i zabytkową część miasta, zajmując powierzchnię 450 m^2. W 7 specjalistycznych gabinetach można skorzystać z szerokiej gamy zabiegów z dziedziny kosmetologii i medycyny estetycznej. Atutem tego miejsca są najwyższej jakości urządzenia, dzięki którym można odmłodzić, wyszczuplić i wymodelować sylwetkę. Aktualnym hitem jest rozbijanie tkanki tłuszczowej i cellulitu falą akustyczną urządzeniem RayLife. Dobre efekty przynosi również masaż podciśnieniowy zwany Endermologie LPG. Godnym uwagi jest również fakt, że Med Spa oferuje zabiegi z użyciem linii dermokosmetyków firmy Academie Derm Acte. Dopełnieniem całości jest Sauna Center, gdzie goście mogą skorzystać z groty solno-lodowej oraz sauny fińskiej i łaźni parowej.

Nowy hotel Spa w Kołobrzegu

Już 2 lipca kołobrzeska mapa hoteli Spa powiększy się o kolejny obiekt. Tego dnia swoje podwoje dla gości otworzy czterogwiazdkowy hotelu Baltic Plaza Medi Spa. Obiekt usytuowany jest w strefie uzdrowiskowej kurortu, wśród zieleni Parku Natura 2000, z dala od infrastruktury mieszkalnej i handlowej, z bezpośrednim dostępem do szerokiej plaży i otwartego morza.

Oferta hotelu skierowana jest przede wszystkim do rodzin z dziećmi ceniących sobie przestrzeń wygodę i bezpieczeństwo, par ceniących intymność, jak też wszystkich wymagających gości. Spokój pobytu zapewnia gościom kameralna struktura hotelu – 78 apartamentów. Pozostała oferta hotelu to kompleks basenowo-rekreacyjny, pełna gama usług odnowy biologicznej i zdrowotnej, rozbudowane zaplecze na szkolenia, wykwintna gastronomia i winoteka.

Oferta Medi Spa w Baltic Plaza łączy nowoczesną fizjoterapię i tradycje uzdrowiska Kołobrzeg. Filozofia segmentu odnowy biologicznej w znacznym stopniu bazuje na leczniczych zabiegach opartych na naturalnych regionalnych surowcach. W części medi Spa hotelu stosowane będą klasyczne zabiegi balneologiczne w oparciu o lecznicze dary ziemi kołobrzeskiej: wody solankowe i borowinę. Będą to między innymi: kąpiele w leczniczych wodach solankowych, kąpiele w zawiesinie borowinowej, kwasowęglowe, zawijania borowinowe, dopełnione przez zabiegi z zakresu kinezyterapii i fizykoterapii oraz zróżnicowana gama masaży leczniczych i relaksujących. W ofercie Spa będzie można też skorzystać z zabiegów kosmetycznych, upiększających, regeneracyjnych (kuracje przeciwbólowe, hydroterapia, fizykoterapia i kinezyterapia) oraz relaksacyjne (różnego rodzaju masaże, zajęcia Tai –Chi oraz jogi).

Dodatkowo prowadzone będą terapie dietetyczne wspomagające redukcję masy ciała, profilaktykę miażdżycy i nowotworów uzupełniają całość proponowanych usług w Baltic Plaza Hotel Medi Spa.



REKLAMA

YASUMI

Zainteresowanych współpracą prosimy o kontakt:
tel. 664 013 441, 606 399 544
biuro@yasumi.eu

PROGRAM PARTNERSKI YASUMI
SPA & Wellness






Yasumi to lider sieci salonów kosmetycznych w Polsce.
(już dziś otwartych jest blisko 60 salonów w Polsce).

Yasumi to także czołowy importer oraz dostawca sprzętu i aparatury kosmetycznej w Polsce.

Rytuały **Yasumi** to rozbudowana koncepcja zabiegowa i pielęgnacyjna.

Swoim parterom zapewniamy:

- Odpowiedni wybór i sprzedaż sprzętu, preparatów i kosmetyków
- Przekazanie know how opartego o doświadczenia Yasumi.
- Odpowiednią wizualizację, aranżację i wystrój obiektu.
- Bezpłatne szkolenie personelu
- Wspólny marketing

Realizacje SPA w hotelach:

Hotel Majewski – Malbork, **Hotel Bania** – Białka Tatrzańska, **Hotel Gołębiewski** – Karpacz, **Dwór Nałęczowski** – Vitaligs SPA, **Villa Park** – Wisełka, **Hotel Łysoń** – Inwałd, **Hotel Faltom** – Rumia, **Hotel Victoria** – Bolszewo, **Hotel Centuria** – Ogrodzieniec

Yasumi, 62-800 Kalisz, ul. Kopernika 13, tel./fax: (62) 501 92 54, www.yasumi.pl

Otwórz swoje SPA z Yasumi

Premiera lumafirm™ Pevonia Botanica

19 kwietnia odbyła się oficjalna premiera najnowszej linii lumafirm™ liftingująco-rozświetlającej Lift & Glow do pielęgnacji twarzy, marki Pevonia Botanica. Wydarzenie odbyło się w siedzibie Fashion Beauty Design w Warszawie.

Spotkanie prowadziła Monika Grudnik--Wroniszewska, ekspert w dziedzinie kosmetologii, która od lat współpracuje z marką Pevonia Botanica. W sposób obrazowy prezentowała linię i oryginalne składniki, które po raz pierwszy pojawiły się w produktach kosmetycznych. Uczestniczki mogły np. dowiedzieć się czym jest Kombucha, zobaczyć z bliska ten specyficzny napój stworzony poprzez fermentację czarnej herbaty, cukru i specjalnego grzyba oraz spróbować jej smaku. Kombucha ma właściwości uzdrawiające i odmładzające, a w nowych produktach daje efekt zwiększenia elastyczności i jędrności skóry, regeneruje i poprawia kontur twarzy, przywraca zdrowy wygląd skórze. Dużym zainteresowaniem cieszył się Liofilizowany wzmacniacz kremu, który jest pierwszym taki produktem na rynku. Żadna firma nie ma w swojej ofercie produktu liofilizowanego do pielęgnacji twarzy do użytku domowego. kosmetologów i masażystów.



W premierze najnowszej linii kosmetyków Pevonii uczestniczyły m.in. dziennikarze, a także popularne aktorki: Olga Bończyk, Katarzyna Żak, Katarzyna Zielińska. Swoją obecnością zaszczyciła premierę również Anna Ibisz, redaktor naczelna miesięcznika Joy.

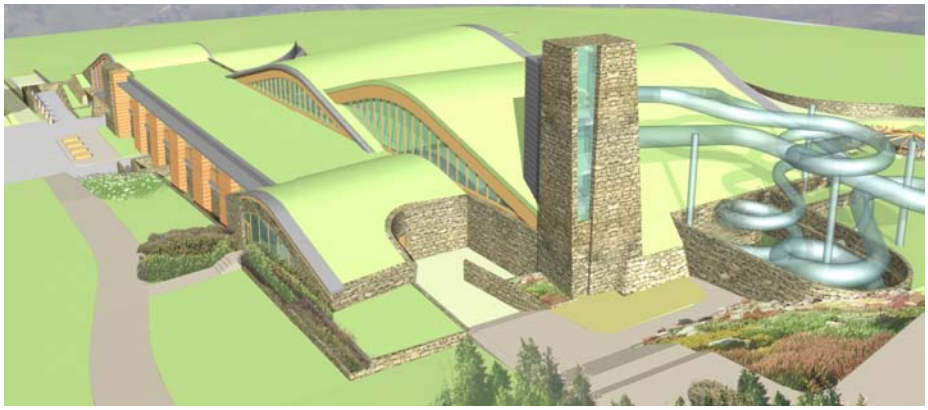
Ruszyła TERMA BANIA

16 czerwca otwarta została Terma Bania, nowoczesny kompleks basenów termalnych w Białce Tatrzańskiej. Budowa obiektu pochłonęła 80 milionów złotych.

Powierzchnia obiektu to ponad 8,5 tys. m^2. Niecki basenowe zajmują blisko 1,4 tys. m^2, z czego aż 562 m^2 stanowią te umieszczone na zewnątrz obiektu. Woda termalna wydobywana jest z głębokości 2500 m. Obiekt podzielony został na strefy: Cichą, Głośną (dla rodzin z dziećmi), Saunarium, Instytut Spa&Wellnes i zamkniętą Strefę VIP.

Strefa Głośna - składa się z pięciu basenów wypełnionych wodą o temperaturze 34 stopni Celsjusza, brodzika dla najmłodszych gości, a także szerokiej gamy atrakcji wodnych: strumyk, mini zjeżdżalnie, grzybek, karuzele wodne, pole do zabaw zespołowych, przeprawa linowa, ścianka alpinistyczna, armatki i kaskady, szeroka zjeżdżalnia oraz sztuczna fala.

Strefa Cicha – tutaj goście mogą korzystać z basenu rekreacyjnego wypełnionego wodą termalną o temperaturze 36 stopni Celsjusza, wyposażonego w gejzery denne, stacje masażu, armatki i kaskady, wodospady oraz leżanki wodno-powietrzne. Basen znajduje ujście w części zewnętrznej dając gościom możliwość obcowania z pięknem naturalnego krajobrazu. Basen termalny o temperaturze wody 40 stopni Celsjusza to propozycja dla tych, którzy wysoko cenią sobie wartości prozdrowotne.



Saunarium - strefa zajmuje powierzchnię 1000 m^2, obejmuje sześć saun o różnej specyfice, basen z wodą geotermalną o temperaturze 36 stopni Celsjusza, basen z wodą chłodzącą o temperaturze 24 stopni, specjalne natryski, ławki z kadziami do moczenia nóg oraz drink bar „Saunarium".

Instytut Wellness & Spa - to obietnica komfortu, luksusowego wypoczynku i dobrego samopoczucia.

Koncepcja obiektu Terma Bania swoim charakterem nawiązuje do regionalnej tradycji. Zarówno poprzez rozwiązania wizualne, jak i regionalną kuchnię proponowaną w punktach gastronomicznych. Góralski folklor został tu skonfrontowany z nowoczesnością – zastosowanymi technologiami, rozwiązaniami architektonicznymi.

Studia Spa & Wellness w Warszawie

Rozpoczął się nabór na jedyne w Warszawie studia podyplomowe z zakresu SPA-&Wellness. Studia prowadzone są przez Wyższą Szkołę Zawodową Kosmetyki i Pielęgnacji Zdrowia. Studenci tego kierunku w programie kształcenia będą mieli zapewnione zapoznanie z zagadnieniami związanymi z kompleksowymi zabiegami pielęgnacyjnymi na ciało, naukę klasycznych i alternatywnych technik masażu, poznanie znaczenia aromaterapii w zabiegach Spa oraz naukę komponowania zapachów. Dowiedzą się też jak skutecznie zaistnieć na rynku i zorganizować oraz prowadzić ekskluzywny gabinet bądź ośrodek SPA. Podczas studiów poznają także zalecane przez ISPA (International SPA Professional Association) działy Spa.



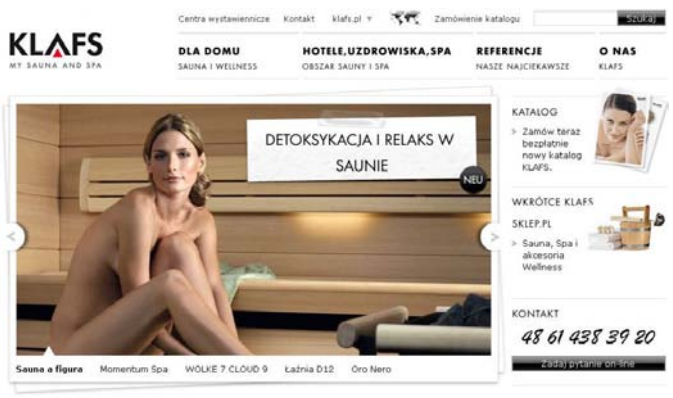
więcej na www.kosmetyka.edu.pl

Seminarium szkoleniowe firmy Babor

Firma Babor po raz kolejny zaprosiła przedstawicielki współpracujących gabinetów na seminarium teoretyczno-praktyczne do siedziby swojej firmy w Akwizgranie. Spotkanie odbyło w dniach 22-27 maja. Wiele czasu poświęcono na zajęcia praktyczne, zarówno z kosmetyki pielęgnacyjnej (HSR® LIFTING, SELLECTION, CELLULITE WRAPS), jak i upiększającej (technika makijażu FACE DESIGN CONCEPT). Ogromnym zainteresowaniem cieszyła się prezentacja nowej linii do pielęgnacji ciała z serii Spa dookoła świata - Beleza do brasil. Podczas ćwiczeń w parach uczestniczki szkolenia doświadczyły na własnej skórze dobroczynnego, orzeźwiającego i witalizującego działania kosmetyków, wykorzystujących siłę i energię substancji czynnych z Amazonii. W programie nie mogło zabraknąć również tematyki doskonalenia technik sprzedaży w salonie kosmetycznym oraz zapowiedzi kolejnych nowości w asortymencie. Mimo, że program był wypełniony przede wszystkim intensywną pracą, przewidziano także czas na integrację i relaks. Sprzyjały temu wspólne uroczyste kolacje w gronie przedstawicieli organizatorów – BIO-KOSMETYKI® i BABOR'a. Miłą niespodzianką było zwiedzanie Couven Museum, w którym pośród tegorocznych atrakcji można obejrzeć wystawę przedstawiającą historię kosmetyki od starożytności do współczesności. Wystawa powstała przy współpracy firmy Babor.

Nowa strona KLAFS

Firma Klafs uruchomiła nową stronę internetową. W nowej odsłonie www.klafs.pl ma więcej do zaoferowania. Strona zaprasza do świata wellness z szerokim pakietem informacji i tematów, takich jak zdrowie i dobre samopoczucie. Charakteryzuje się lekkim i przejrzystym wyglądem. Oprócz szczegółowych informacji na temat produktów firmy Klafs, dostarcza również odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania na temat Sauna & Spa. Na przykład: koncepcje planowania w zakresie indywidualnego domowego Spa, odnowy biologicznej. Wellness FAQ, gdzie można się dowiedzieć wszystkiego na temat korzyści zdrowotnych wynikających z sauny i Spa, na przykład, "Czy sauna pomaga w leczeniu astmy?". Szczególnie pomocny jest nowy wyszukiwarka sauna centrów Klafs, gdzie można bezpośrednio zobaczyć jak wygląda wystawa lub zaplanować trasę do sauna centrum. Ponadto, można zaplanować termin z doradcą branżowym i umówić się na spotkanie.



Supernova AKADEMIA SPA
INSPIRATION MANAGEMENT

Manager Sukcesu

WARSZTATY SZKOLENIOWE dla Managerów Zarządzających obiektami Spa&Wellness, Profesjonalnymi Gabinetami Kosmetycznymi oraz Klinikami Medycyny Estetycznej

7-9 listopada 2011,
Best Western Hotel Żubrówka****
w Białowieży

Prowadząca: Dori Soukup
– międzynarodowy konsultant, coach i trener ponownie w Polsce!

- DOSTĘP DO PRAKTYCZNEJ WIEDZY o najnowszych, światowych metodach zarządzania
- ZDOBYCIE NOWYCH NARZĘDZI potrzebnych do zarządzania placówką
- WARSZTATOWA FORMA sprzyjająca tworzeniu nowych pomysłów i ich oceny
- NAWIĄZANIE RELACJI BIZNESOWYCH ze swoim środowiskiem profesjonalistów

W trakcie pierwszego dnia uczestnicy będą pracować nad tworzeniem indywidualnego planu marketingowego. Efektem końcowym zajęć będzie stworzony przez siebie plan marketingowy gotowy do wdrożenia.



POSTAW NA WIEDZĘ, BĄDŹ ZAWSZE KROK PRZED KONKURENCJĄ!

Więcej informacji: www.akademiaspa.pl

REKLAMA

Wiosenny Kongres LNE & spa

W dniach 14-15 maja w Krakowie odbyła się kolejna, już 23-cia edycja Międzynarodowego Kongresu i Targów Kosmetycznych LNE & spa. Program majowej konferencji urozmaiciły wykłady, panele dyskusyjne i pokazy masaży przygotowane przez niemal 50 wykładowców i szkoleniowców z Polski, Francji, Rosji, Izraela i USA.



Blisko stu wystawców zaprezentowało odwiedzającym swoją ofertę w trzech sektorach targowych. Już po raz kolejny uczestnicy imprezy mogli wybierać najbardziej interesujące tematy z szerokiej oferty edukacyjnej Kongresu LNE. Na program imprezy składały się bowiem m.in. dwudniowa międzynarodowa konferencja, atelier kongresowe – spotkania z najciekawszymi wykładowcami, Forum Manicure Pedicure i Sympozjum Podologiczne oraz premierowe pokazy firmowe. Niedzielny program kongresu jak zwykle urozmaicił finał konkursu makijażu Art Visage oraz losowanie atrakcyjnych nagród – zestawów kosmetyków, weekendów w spa oraz wyjazdu na Kongres LNE & spa do Paryża.

24. Międzynarodowy Kongres i Targi Kosmetyczne LNE & spa odbędą się w dniach 5-6 listopada 2011.

Kongres w liczbach:
*- blisko **50** wykładowców*
`z Polski, Francji, Rosji, Izraela i USA.
*- blisko **100** wystawców*
*- **2700** uczestników Kongresu*
*- **5000** zwiedzających targi*

Profesjonalne szkolenia z mikropigmentacji

Dla osób pragnących zdobyć nową specjalizację i wprowadzić ją do oferty gabinetu czy Spa firma Mikropigmentacja.pl proponuje szkolenia z makijażu pemanentnego. Dostępne są kursy dla początkujących oraz warsztaty doszkalające dla zaawansowanych. Wszystkie zajęcia prowadzone są indywidualnie z kursantem, po wcześniejszym uzgodnieniu terminu. Gwarantowane fachowe przygotowanie i zdobycie wysokich umiejętności.Więcej informacji na stronie ***www.mikropigmentacja.pl***

REKLAMA





TARGI SPA & WELLNESS w dobrym kierunku

TO BYŁY TARGI, KTÓRE ODZWIERCIEDLAŁY AKTUALNĄ KONDYCJĘ POLSKIEGO RYNKU. TO CHYBA NAJCZĘŚCIEJ POJAWIAJĄCE SIĘ OKREŚLENIE TEGOROCZNEJ EDYCJI TARGÓW SPA & WELLNESSS W KRAKOWIE. ZDANIA WYSTAWCÓW NA TEMAT TARGÓW BYŁY PODZIELONE, PRZEWAŻAŁY JEDNAK TE ZDECYDOWANIE POZYTYWNE.

TEKST: MARIUSZ NIEŚCIOR

Tegoroczna, piąta już edycja targów, która odbywała się w dniach 27-28 maja zgromadziła łącznie 105 wystawców. To najwyższa liczba wystawców w dotychczasowej historii tragów. W tym roku pojawiło się też kilka zmian i nowości organizacyjnych. Po pierwsze targi zmieniły nieco formułę infrastruktury wystawienniczej. Wystawcy zostali podzieleni ze względu na rodzaj oferowanego asortymentu. W pierwszej hali wystawiały się głównie firmy oferujące przede wszystkim wyposażenie do Spa, gabinetów odnowy biologicznej i hoteli. W hali drugiej ulokowane zostały firmy oferujące kosmetykę, produkty z zakresu medycyny estetycznej, rozwiązania IT, wydawnictwa itp. Nowością były też pokazy technik masażu relaksacyjnego oraz leczniczego, zabiegów nieinwazyjnych wykorzystujących dermokosmetyki, kosmeceutyki i urządzenia kosmetyczne, które odbywały się na scenie głównej targów.

Seminaria jak zwykle popularne

Tradycyjne już mocnym atutem targów, cieszącym się znacznym zainteresowaniem wśród odwiedzających targi, były program towarzyszący. W dwóch salach seminaryjnych odbywały się wykłady, które w zdecydowanej większości dotyczyły prezentacji zjawisk i trendów rynkowych oraz prezentacji nowych rozwiązań dla Spa i odnowy biologicznej. Wiele miejsca poświęcono zwłaszcza zyskującemu coraz bardziej na popularności trendowi Medical Spa. O różnych aspektach

tego kierunku mówili przedstawiciele firm: Nova 2, Amariss Spa & Wellness Consulting, jak też Polskiego Instytutu Spa i Wellness. Tę powtarzającą się tematykę targów należy traktować przede wszystkim jako kolejny dowód na znaczną popularność tego kierunku w rozwoju branży Spa jak też potwierdzenie znacznych perspektyw jakie stwarza taka specjalizacja dla gabinetów odnowy biologicznej.



Silną stroną targów były wykłady, które spotkały się ze znacznym zainteresowaniem odwiedzających targi.

Ocena targów

Tegoroczna edycja targów prócz tego, że pokazała kilka dobrze przyjętych innowacji jakie przygotował organizator, to dla bacznych obserwatorów rynku była też swego rodzaju papierkiem lakmusowym sytuacji na rynku szeroko rozumianych usług Spa. Wielu wystawców narzekało, na zbyt małą ich zdaniem liczbę odwiedzających targi. Inni zaś wskazywali ten fakt jako atut, uzasadniając, iż osoby odwiedzające to w znaczącym procencie poważni inwestorzy, poważnie zainteresowani nawiązaniem współpracy. Tak więc może i liczba odwiedzających nie była zbyt imponująca ale w większości są to osoby o profilu biznesowym Są to przede wszystkim odbiorcy osoby pracujące w gabinetach kosmetycznych, inwestorzy, właściciele, menedżerowie ośrodków Spa i hoteli, a także specjaliści, masażyści, trenerzy, terapeuci i architekci. Na sytuację frekwencji z pewnością wpływ ma także znaczna ilości imprez targowych o profilu Spa w Polsce. Obecnie mamy kilkanaście tego imprez w mniejszym lub większym stopni dedykowanych do segmentu Spa. Dlatego też targi, które chcą być wiodącą imprezą branży Spa w Polsce powinny szczególny nacisk położyć na promocję. Tegoroczna edycja targów Spa & Wellness w Krakowie pokazała, że mają duże szanse aby stać się wiodącą imprezą dedykowaną do sektora usług Spa. Może warto było jedynie pomyśleć o rozszerzeniu formuły targów o asortyment dedykowany do tzw. mokrej strefy obiektów Spa, czyli producentów saun, łaźni i basenów.

Mariusz Nieścior
fot. Targi w Krakowie

KONKURS NA NAJLEPSZY PRODUKT SPA I WELLNESS.
Przedstawiciele firm nagrodzonych w konkursie na najlepszy produkt i kosmetyk od Spa)



Nowością tegorocznej edycji był też konkurs na najlepszy produkt Targów Spa i Wellness. Ideą przedsięwzięcia było promowanie w zakresie produktów i usług prezentowanych na targach. Najlepsze produkty wybierała komisja konkursowa złożona z branżowych specjalistów, dziennikarzy i przedstawicieli organizatora Targów. W dwóch kategoriach w jakich rozpatrywani produkty przyznano trzy Nagrody Główne Targów SPA&Wellness 2011 i trzy wyróżnienia.

KATEGORIA: WYPOSAŻENIE I URZĄDZENIA DO SPA
Nagroda główna:
- Soft Pack System Pure - urządzenie do wykonywania ceremonii Spa, prod. Haslauer, dystrybutor: Nova 2
- HialuroFrax - laser diodowy z systemem frakcyjnym do aplikacji kwasu hialuronowego, dystrybutor: Instytut Lesthe-Zone
Wyróżnienie:
- Kriopol R - urządzenie do krioterapii, producent: Kriomedpol

KATEGORIA: „KOSMETYKI DO SPA"
Nagroda główna:
- Czereśnioterapia - maska rozgrzewająca i balsam czereśniowy, producent: Duaner, dystrybutor: Alchemia Urody
Wyróżnienia
- Platin Men– linia kosmetyków dla mężczyzn, producent: Etre Belle Cosmetics, dystrybutor: Instytut Zdrowia i Urody by Iwona Wójcik
- Living Pearl, Liquid Gold, Bio-Serum, Eye SPA - seria kremów do odmładzania skóry, producent: Australian Naturel

Idea konkursu została dobrze przyjęta przez wystawców. Organizatorzy już dziś zapowiadają organizację konkursu, może w nieco zmienionej formule, na kolejnych edycjach targów.

- Konkurs na najlepszy produkt SPA&Wellness jest bardzo dobrym uzupełnieniem formuły targów. Możemy dobrze marketingowo wykorzystać sukces, który w nim odnieśliśmy. Z niecierpliwością czekamy na kolejną edycję - powiedział Andrzej Chmielewski, właściciel firmy Nova2.



RAFAŁ MARUT

właściciel firmy Intersun

Pomimo zdecydowanie cięższej sytuacji na rynku polskim w stosunku do tej z przed kilkunastu miesięcy targi oceniamy ogólnie pozytywnie. Oczywiście zauważalne jest zmniejszone zainteresowanie potencjalnych inwestorów, jakkolwiek na uwagę zasługuje fakt, iż prawie wszystkie kontakty miały bardzo profesjonalny charakter. Jak zawsze wysoko oceniamy możliwość bezpośredniego dotarcia do ostatecznego inwestora co nie zawsze jest możliwe przy okazji innych imprez targowych. Cieszy na pewno fakt, iż organizator zwraca uwagę na sugestie wystawców dotyczące chociażby skrócenia czasu trwania targów z 3 do 2 dni. Myślę, że już teraz mogę podjąć decyzję o udziale naszej firmy w przyszłorocznej edycji targów Spa&Wellness w Krakowie.



RAFAŁ BIELAWA

dyrektor marketingu i PR w firmie Nova 2

Targi Wyposażenia i Usług Spa & Wellness, odbywające się w Krakowie, dla firmy Nova 2 okazały się sukcesem. Wpływ na taki odbiór tego wydarzenia miał przede wszystkim fakt otrzymania przez Soft Pack ® Pure firmy Haslauer nagrody głównej w konkursie na najlepszy produkt do Spa.
To dla nas szczególne wyróżnienie, z jednej strony produkty Haslauera od lat stanowią podstawę wyposażenia i rozwiązania najnowocześniejszych ośrodków Spa i Wellness na świecie, a z drugiej to już kolejna tak znamienita nagroda dla urządzeń stanowiących podstawę naszej oferty sprzedażowej. Od lat budujemy nasze portfolio włączając do niego najbardziej pożądane rozwiązania. Kierujemy się skutecznością działania, niezawodnością pracy oraz odpowiednio skalkulowaną ceną. Soft -Pack® Pure został stworzony jako wyjątkowe urządzenie do wykonywania ceremonii Spa opartych na ciepłych okładach, a co za tym idzie stanowi podstawę każdego obiektu o charakterze Spa, salonu odnowy biologicznej czy sanatorium.
Jeśli chodzi o same targi, Spa i Wellness w Krakowie to wydarzenie szczególne, świetnie przygotowane, z przemiłą obsługą i organizowane w chyba najpiękniejszym polskim mieście. Od samego początku jesteśmy związani z tym wydarzeniem. Od lat wspieramy je naszą obecnością i zaangażowaniem w działania okołotargowe, jak w tym roku, gdy przygotowaliśmy referat na temat najnowszych trendów w światowym i polskim Spa. Na tych targach spotykają się profesjonaliści, nie doświadcza tu się tłumów, a czas spędza na konkretnych rozmowach dotyczących inwestycji w świat Spa i Wellness.
Tegoroczna impreza potwierdza stały trend zainteresowania tą dziedziną, trudno dziś wyobrazić sobie nowoczesny obiekt hotelowy, centrum konferencyjne bez części Spa. Szczególną uwagę poświęcamy oczekiwaniom Klienta, służymy radą, korzystając z naszego doświadczenia.



MARTYNA JAGUSIAK

szkoleniowiec, brand manager Hialuro-Frax - Time Machine Series w firmie Instytut Lesthe Zone

W targach Spa & Wellness nasza firma brała udział już czwarty raz. Z roku na rok organizatorzy pozytywnie nas zaskakują udogodnieniami a przede wszystkim rozwojem tego wydarzenia. Tegoroczne targi Spa & Wellness okazały się dla nas owocne pod względem biznesowym i promocyjnym. Cieszymy się, że mogliśmy zaprezentować nowości rynku kosmetycznego i medycznego. Bardzo podobała nam się forma informowania odwiedzających o wykładach i prezentacjach w internecie. Korzystając z okazji jeszcze raz dziękujemy komisji za przyznanie nagrody dla HialuroFraxa - rewolucyjnego urządzenia na światowym rynku kosmetycznym. Kolejny raz obdarzymy targi zaufaniem i będziemy wystawcami również w przyszłym roku. W przyszłości proponujemy większy nacisk położyć na zapowiedzi prezentacji i seminariów (np. częste zapowiedzi ze sceny lub radiowęzeł).



MAŁGORZATA JĘDRUSIAK

dyrektor ds. handlu i promocji kolekcji Bamboo-Line

Nasza firma po raz czwarty uczestniczyła w Targach Spa&Wellness. Była to dla nas wspaniała okazja do zaprezentowania naszej chluby, naszego najmłodszego dziecka - kolekcji Bamboo-Line (ręczniki, turbany, opaski kosmetyczne, pokrowce na łóżka do masażu itp.) przeznaczonej dla Spa. Miłym zaskoczeniem była dla mnie kompetencja osób zwiedzających targi, z którymi odbyliśmy wiele merytorycznych rozmów. Liczę, że w większości przypadków zaowocują one trwałą współpracą.
Pozytywnie oceniam organizację targów: układ stoisk, który całą imprezę uporządkował, regularne i dokładne dbanie o czystość hali oraz przyjazną atmosferę panującą wśród wystawców i zwiedzających. Jesteśmy zadowoleni z uczestnictwa w piątej edycji targów, które stały się najlepszym w Polsce miejscem spotkań przedstawicieli branży. W związku z tym, że nasza firma jest w trakcie wdrażania kolejnych, nowych technologii, z przyjemnością pojawimy się w przyszłym roku, aby je zaprezentować.

Targi kosmetyczne w Polsce



tekst: Bożena Społowicz

Kiedy ponownie odwiedziłam kolejne, wiosenne edycje targów Spa i kosmetyki, po raz kolejny zostałam przekonana o bezsensowności tego rodzaju imprez w naszym kraju. Cóż że oferta jest bogata i odwiedzających także nie brakuje, skoro ....

Już od pierwszej chwili po wejściu na targi, XXI wiek uderzył we mnie z niespożytą siłą – maszyn. Machiny do wszystkiego: liposukcje, fototerpie, analizy, dializy i fotodestrukcja martwego naskórka! Łoł – niestety bardzo dalekie od internetowego LoL – wizja a'la Stanley Kubrick, czy James Cameron. Dla tych co nie pamietają, pierwszy z reżyserów jest twórcą filmu o zbuntowanym superkomputerze, a drugi o niebieskich kosmitach.

Nigdy jeszcze nie spotkałam się z takim natłokiem Science-Fiction na metr kwadratowy, do dziś nie wiem, czy to był koszmar, czy może trend nowych czasów.

Generalnie spokojne niegdyś targi kosmetyczne, przerodziły się w technologiczną wojnę o kilowatogodziny prądu, które w procesie przemysłowym zostają przełożone na urodę naszego społeczeństwa. Może to trochę niesprawiedliwe ale trudno mnie przekonać, że maszyna najczęściej niestety pozbawiona inteligencji i wiedzy, jakie posaiada fachowy personel, jest w stanie zapewnić dobre wykonanie zabiegu.

Mam na swoim koncie liczne wizyty w ośrodkach Spa i gabinetach kosmetycznych, gdzie wszelkiego rodzaju urządzenia są obsługiwane przez personel rodem z solarium. Nie chcę tu obrażać oczywiście pań z salonów opalania przy pomocy UV, ale wiedza o budowie ciała i potrzebach skóry nie jest najczęściej ich główną pasją zawodową. Tak więc wracając do owych maszyn, postawionych za pieniądze z funduszy unijnych bądź leasingów – stoją one w pięknych pomieszczeniach i czekają na kolejnych klientów. Kiedy już takowi się pojawią połykają ich w swoje wnętrza i … co się nadal dzieje, to właściwie nie wiem bo pomimo wielu okazji nie udało mi się skusić na seans 30 minut relaksu w kapsule, czy tym podobne zabiegi. Szkoda bo może bym zmieniła zdanie i stała się wyznawczynią kultu „ElektroSpa" – czyli maszyn w służbie piękna!

Swoją drogą dziwi mnie fakt, że nikt z nagabywanych sprzedawców tak zaawansowanych technologii nie potrafił odpowiedzieć na kilka prostych pytań. Jak na przykład: jaki jest udział kosztów elektryczności w roboczogodzinie maszyny, czy też jaka jest stopa zwrotu inwestycji przy 65% obłożeniu urządzenia w dni powszednie, a w weekendy 75%? Oraz ile trzeba zabiegów i na którym „biegu" żeby wprowadzić swój umysł w stan zobojętnienia zwany także relaksem. Powiem więcej brakowało czasem nawet najprostszej odpowiedzi na pytanie czy do urządzenia potrzebny jest prąd dwu-, czy trzyfazowy. Klapa.

Cóż mi pozostało, postanowiłam skorzystać z bogatej oferty wykładów i prelekcji jakie obecnie towarzyszą każdym targom. I tu kolejne zdziwienie – nie usłyszałam nic ciekawego czy nowego. Czy naprawdę po dziesięciu latach w zawodzie nie mam szans na nowe odkrycia? A może moje wymagania są zbyt wygórowane. No może. W każdym razie jeżeli chodzi o targi Spa – to wybieram Dusseldorf.

Generalnie spokojne niegdyś targi kosmetyczne, przerodziły się w technologiczną wojnę o kilowatogodziny prądu, które w procesie przemysłowym zostają przełożone na urodę naszego społeczeństwa. Może to trochę niesprawiedliwe, ale trudno mnie przekonać, że maszyna najczęściej niestety pozbawiona inteligencji i wiedzy, jakie posiada fachowy personel, jest w stanie zapewnić dobre wykonanie zabiegu.

Bożena Społowicz

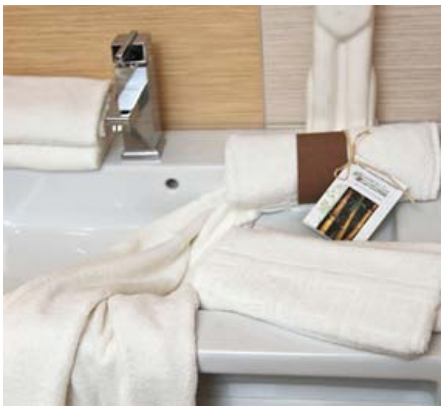
Bożena Społowicz - właścicielka ośrodka Golden Spa. W 2004 roku założyła Golden Spa w hotelu Belweder w Ustroniu. W 2006 roku otworzyła kolejny ośrodek Golden Spa w Bielsku – Białej o charakterze day Spa.

Bambusowe kolekcje tekstyliów do Spa



Bamboo-line to kolekcja wykonana z tkaniny bambusowej, wyprodukowana w Polsce przez firmę Texpol. Pro-ekologiczna oferta produktów z włókna bambusowego obejmuje przede wszystkim: ręczniki, łapcie do stóp po zabiegach (bamboo-sze), opaski, płatki kosmetyczne, pareo, szlafroki, pokrowce na łóżka do masażu, turbany.

Tkanina z włókna bambusa (płaska oraz frotowa) posiada naturalne właściwości pro-zdrowotne. Charakteryzuje się o 60 % większą absorpcją wody niż bawełna, co doskonale sprawdza się w przypadku ręczników czy turbanów. Nawet najmniejszy rozmiar ręcznika bambusowego (30X50) wystarczy, aby po kąpieli osuszyć całe ciało dorosłej osoby. Tkanina sama sterylizuje się, posiada właściwości bakteriobójcze, antyalergiczne, antygrzybiczne oraz chłonie i neutralizuje nieprzyjemne zapachy, co zapewnia klientom salonów Spa poczucie komfortu, świeżości i bezpieczeństwa. Latem tkanina bambusowa jest o 2-3 stopnie chłodniejsza od temperatury otoczenia, co osobom aktywnym fizycznie przynosi uczucie kojącego chłodu. Ciekawym rozwiązaniem są bambusowe płatki wielokrotnego użytku, które pozostawiają skórę twarzy bardziej nawilżoną, a makijaż oraz specyfiki nakładane na twarz podczas zabiegów zmywają dokładniej i szybciej niż tradycyjne, jednorazowe płatki. Charakterystyczną cechą tkaniny bambusowej jest również pochłanianie promieni ultrafioletowych, co zapobiega powstawaniu nowotworów skóry. Produkty bambusowe powstają z natury i do natury wracają, gdyż są biodegradowalne.





Środki barwiące stosowane przez firmę Texpol są przyjazne dla człowieka i środowiska, czego dowodem jest certyfikat OEKO-TEX Standard 100. Wyjątkowe zalety tkanin bambusowych potwierdziły badania przeprowadzone przez Passege Cosmetics Labolatory i laboratorium firmy Padmed. Za kolekcję Bamboo-line, firma Texpol, otrzymała między innymi: główną nagrodę w Konkursie o Statuetkę Międzynarodowych Targów Łódzkich na najlepszy Produkt Kosmetyczny, Złoty medal Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz wyróżnienie na Targach WORLDHOTEL za innowacyjne połączenie ekologii i użyteczności.

Kolekcja Bamboo-line to polski, innowacyjny wyrób na miarę XXI wieku, tkanina z wartością dodaną, której walory zostały zauważone przez medycynę i kosmetologię.

TEXPOL Sp. z o.o.
95-081 Dłutów
Borkowice 26
tel.: + 48 44 634 04 01
fax: + 48 44 634 05 18
e-mail: texpol@onet.pl
www.texpol.net.pl

BAMBOO-line by TEXPOL

Spa powinno służyć odnowie i zdrowiu



tekst: Marek Jankowski

Koniec XX w. w Polsce to myślenie o Spa jako konieczności posiadania w ośrodku lub hotelu miejsca designersko urządzonego z saunami, basenem, wannami, łóżkami do masażu i kosmetykami wielkich producentów, które najczęściej zawierały szkodliwe składniki chemiczne. To niestety podejście minimalistyczne, które nie pozwalało osiągnąć znaczących efektów prozdrowotnych. Tworząc w 2002 r. Jelenią Strugę w określiliśmy podstawowe, naszym zdaniem, kryteria profesjonalnego Spa.

Profesjonalne Spa, w naszym przekonaniu, to miejsce, w którym na najwyższym poziomie będą jednocześnie: czysta i strukturalna woda, powietrze bez smogu miejskiego i elektromagnetycznego, energia przyrody i otoczenia. To wreszcie miejsce, w którym znajduje się infrastruktura i rozwiązania służące edukacji naturalnych metod oczyszczania i wzmacniania organizmu

Kierując się takimi wytycznymi, wśród zielonego oceanu Karkonoskiego świerkowego lasu, w atmosferze ciszy i spokoju, udało nam się stworzyć Jelenią Strugę Spa Resort. Wybudowaliśmy ją w miejscu, które natura obdarowała wodą potencjałką AOx (woda antyoksydacyjna z ujemnym potencjałem mw obniżająca poziom wolnych rodników w organizmie), podziemnymi wyrobiskami z naturalnym areozolem radonowym w proporcji przyjaznej organizmowi i uroczymi górskimi ścieżkami i polankami. Jesteśmy tu w bezpośrednim kontakcie z przyrodą. Możemy podglądać zachowania dzikiej zwierzyny, a jednocześnie spalać zbędne kalorie i redukować zabójcze toksyny. W takim miejscu nie mogło powstać nic innego jak oparty o nowoczesną wiedzę ośrodek „Profesjonalnego Spa".

W XX w. uwierzyliśmy, że medycyna akademicka osiągnęła poziom pozwalający leczyć wszelkie zaburzenia zachodzące w naszym ciele. Niestety tak nie jest. Wzrastające natężenie chorób tzw. cywilizacyjnych wręcz zmusza nas abyśmy połączyli osiągnięcia nowoczesnej medycyny z tysiącletnią wiedzą pokoleń opierającą się na leczeniu metodami naturalnymi. Przynosi to zadziwiające efekty i jest już w pełni uznawane w wielu przodujących krajach. Dziś należy dążyć do tego, aby życie przedłużać w zdrowiu i wspaniałym samopoczuciu poza granicę 100 lat . Do nas nie bojących się wyzwań należy podejmować i propagować nowy sposób myślenia. Rozumiejąc coraz bardziej skomplikowane związki pomiędzy zdrowiem, pracą, relaksem, świadomością, wychowaniem podjęliśmy wraz z partnerami nowy projekt Polish Holistic Team (www.polishholisticteam.pl) uznając konieczność dalszego innowacyjnego rozwoju specjalizacji Jeleniej Strugi. W ramach tego projektu propagujemy unikalne rozwiązania i metody oczyszczania organizmu realizowane w oparciu o światowe badania, nowoczesną aparaturę i tradycję holistyczną.

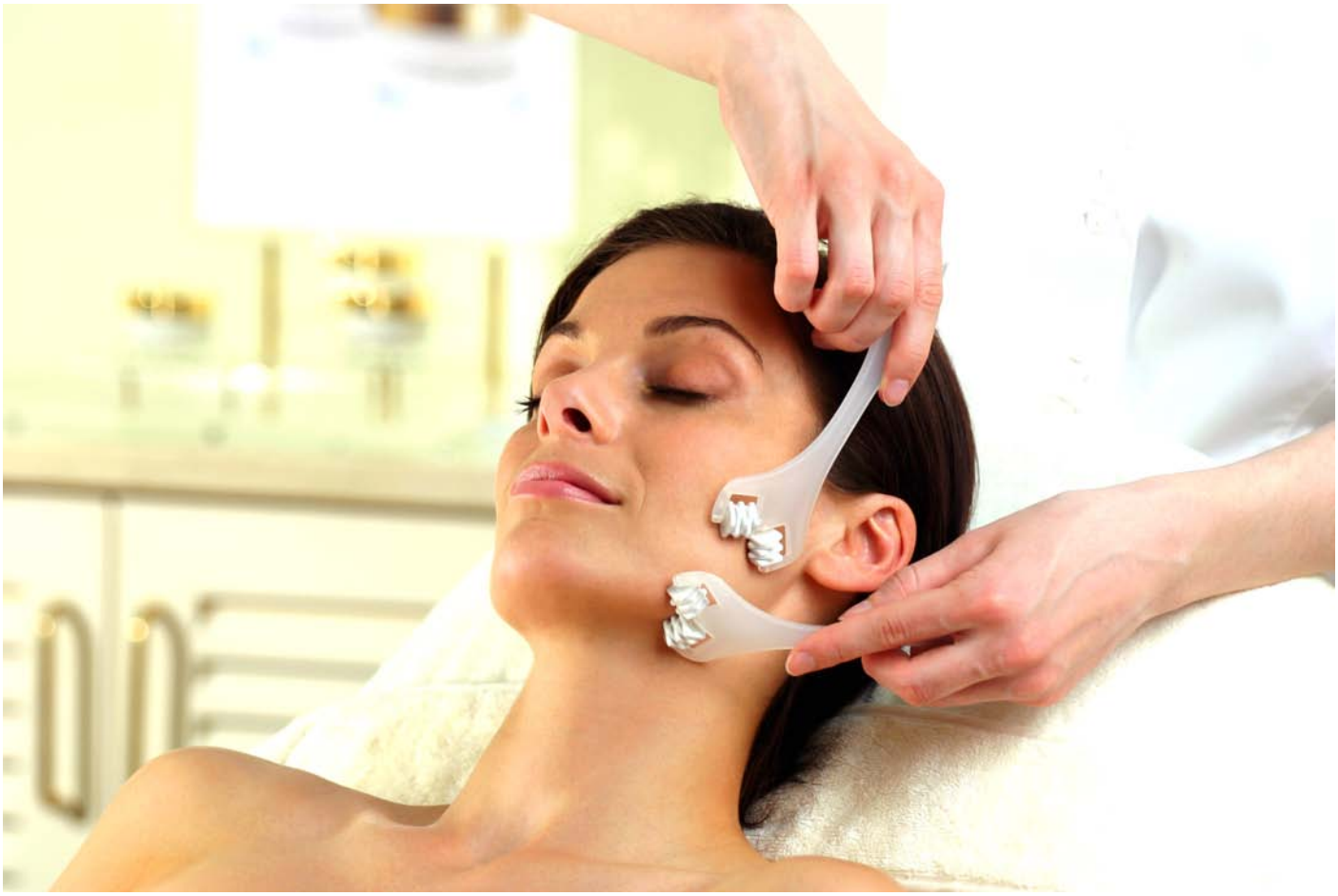
Tak jak w każdej branży, tak też w usługach Spa, po okresie rewolucyjnych przemian następuje uporządkowanie dynamiki oczekiwań klientów. Można więc rokować, że powstawać będą prawdziwie, profesjonalne Spa z ideologią specjalizującą się w wybranych zagadnieniach zdrowotnych, w oparciu o nowoczesne medyczne rozwiązania. Spa te będą stosowały najnowocześniejszą aparaturę diagnostyczną, metody nieinwazyjne, prawdziwie naturalne kosmetyki, pożywienie oparte na makrobiotyce, ruch fizyczny i promocję wiedzy, zwłaszcza holistycznej. Drugim kierunkiem oczekiwanym przez ogromną grupę mieszkańców zwłaszcza miast będą ośrodki wellness, do których dziś można zakwalifikować większość obiektów w Polsce. Zaś małe gabinety tzw. miejskie Spa wrócą do specjalistycznych zabiegów kosmetycznych.

Rozumiejąc coraz bardziej skomplikowane związki pomiędzy zdrowiem, pracą, relaksem, świadomością, wychowaniem podjęliśmy wraz z partnerami nowy projekt Polish Holistic Team. Propagujemy w nim unikalne rozwiązania i metody oczyszczania organizmu realizowane w oparciu o światowe badania, nowoczesną aparaturę i tradycję holistyczną.

Marek Jankowski

Marek Jankowski - właściciel Hotelu Jelenia Struga w Kowarach i Day Spa Jelenia Struga we Wrocławiu.

VIE COLLECTION - ekspert piękna



Vie COLLECTION

Luksus Doskonałości to ekskluzywny rytuał kosmetyczny na twarz, będący kwintesencją marki Vie Collection. Podczas zabiegu wykorzystywane są wszystkie techniki tej zaawansowanej technologicznie marki, aby osiągnąć spektakularne efekty już po pierwszym zabiegu.

Wybrane elementy zabiegu:
- relaksujące uciski inspirowane shiatsu,
- peeling Micro-D jako alternatywa dla mikrodermabrazji,
- masaż pędzelkowy okolic oczu,
- aktywne składniki - najnowocześniejsze osiągnięcia naukowców Vie Collection,
- liftingujący masaż "modelerami" firmowymi,

Vie Collection to luksusowa marka anti-aging z linią dermokosmetyczną (kosmetologicznych emulsji kwasowych) przeznaczona do SPA, Day SPA i Medi SPA.

Wyłączny dystrybutor: ***SPA-Project***
tel./fax: +48 34 313 03 18
tel.: +48 502 073 745
www.spa-project.pl

SPA PROJECT

Co dalej z polskim Spa?



tekst: Alexey Moguchev

Przygodę z polskim rynkiem Spa rozpocząłem siedem lat temu. Zanim tu przyjechałem byłem aktywnie zaangażowany w tematykę Spa i Wellness rynku rosyjskiego i światowego (od 2001 roku). Po przyjeździe do Warszawy w pierwszej kolejności postanowiłem sprawdzić tutejszy rynek Spa.

Bardzo się wówczas zdziwiłem, gdy okazało się, że ten segment biznesu praktycznie tu nie istnieje. Dostrzegłem duże możliwości rozwoju i zapragnąłem wykorzystać tą sytuację by uczestniczyć w rynku Spa w Polsce i wspierać jego tworzenie swoimi działaniami. Jednak natknąłem się przy tym na pewne bariery – językowe i proceduralne, których usunięcie i uporządkowanie zajęło mi blisko dwa lata. W międzyczasie zostałem mianowany dyrektorem wschodnioeuropejskiej filii International Spa School w Moskwie i szefem szkoleń do spraw Ajurweda Spa. Uczestniczyłem w wielu konferencjach i odczytach, prowadziłem szkolenia i wykłady w całym zakresie szeroko pojętej tematyki Spa i Wellness. Opracowałem od podstaw koncepcję orientalnego day Spa i wraz z polskim partnerem wcieliłem ją w życie w warszawskim Day Spa Zen, które w krótkim czasie uzyskało entuzjastyczne opinie i kilka istotnych nagród. Obecnie udzielam się aktywnie w działalności Polskiego Instytutu Spa i Wellness promując szeroko rozwój i profesjonalizację polskiego rynku Spa.

Na podstawie moich dotychczasowych doświadczeń, zestawionych z obserwacją polskiego biznesu Spa doszedłem do wniosków, którymi chciałbym się z Państwem podzielić. Oto kilka moim zdaniem najistotniejszych uwag:

Brak zrozumienia idei Spa

Pierwsza i bardzo istotna uwaga dotyczy braku dogłębnego zrozumienia (zarówno wśród inwestorów, profesjonalistów jak i klientów) znaczenia kultury i filozofii Spa & Wellness. Niepełne zrozumienie korzeni i znaczenia terminów „Spa" i „Wellness" owocuje tym, że powstają takie centra Spa oraz usługi, które rozmijają się z rozpowszechnionym na świecie rozumieniem tych terminów. Z powodu powstających w coraz większej ilości „pseudo – Spa" cierpi cały polski biznes Spa. Poważni inwestorzy wciąż, głównie z tego powodu, omijają go szerokim łukiem. Traci na tym również segment turystyczny, którego rozwój jest poważnie ograniczony w stosunku do potencjalnych możliwości. Dla przykładu – ostatnie badania prowadzone w Unii Europejskiej pokazują, że ok. 60% klientów wybierając hotel kieruje się obecnością w nim ciekawego ośrodka Spa.

Brak podmiejskich Spa

Kompletnie nie rozwinął się w polskich warunkach rodzaj Spa określany, jako „podmiejski", który jest bardzo ważnym ogniwem łańcucha, zajmującym pośrednie miejsce, pomiędzy day Spa a hotelowym Spa.

Z powodu powstających w coraz większej ilości „pseudo – Spa" cierpi cały polski biznes Spa. Poważni inwestorzy wciąż, głównie z tego powodu, omijają go szerokim łukiem. Traci na tym również segment turystyczny, którego rozwój jest poważnie ograniczony w stosunku do potencjalnych możliwości.

Brak oryginalnych koncepcji Spa

Z powodu aktywnej ekspansji firm kosmetycznych na rynku Spa wdrażane i upowszechniane są standardy, które „podmieniają" i spłycają oryginalną koncepcję Spa & Wellness. Spa miejskie i hotelowe praktycznie nie odróżniają się od siebie

pod względem koncepcji, programu i usług. Różnice miedzy nimi są raczej kosmetyczne i oczywiście mają również miejsce w skali przedsięwzięcia.

Niefrasobliwość inwestorów

Mnóstwo zamieszania na rynku wprowadza niefrasobliwość inwestorów zlecających całość projektu Spa wyłącznie architektom, którzy nie mając doświadczenia w branży Spa tworzą obiekty, które okazują się niefunkcjonalne (z punktu widzenia Spa & Wellness).

Brak specjalistów

Wciąż istnieje w Polsce bardzo poważny deficyt specjalistów w dziedzinie zarządzania i nadzoru nad Spa oraz wykwalifikowanego personelu (terapeutów, trenerów Wellness itp.).

Bolączki polskiego rynku Spa można by wymieniać jeszcze długo, ale ograniczyłem się tu do tych najważniejszych, które poważnie ograniczają ten biznes. Najgorsze jest to, że rozwój Spa w swoich niedoskonałościach zaszedł już tak daleko, że jedynym i sensownym posunięciem byłoby „zresetowanie" rynku i zaczęcie tworzenia go od podstaw w oparciu o przemyślane i odpowiedzialne posunięcia oparte na głębokim zrozumieniu specyfiki Spa & Wellness.

Rozwój Spa w swoich niedoskonałościach zaszedł już bardzo daleko. Obecnie jedynym i sensownym posunięciem byłoby „zresetowanie" rynku i zaczęcie tworzenia go od podstaw w oparciu o przemyślane i odpowiedzialne rozwiązania oparte na głębokim zrozumieniu specyfiki Spa & Wellness.

Alexey Moguchev

Alexey Moguchev - ekspert Polskiego Instytutu Spa i Wellness. Specjalista w zakresie Ajurwedy. Dyrektor wschodnioeuropejskiej filii International Spa School w Moskwie. Twórca koncepcji i były współwłaściciel Day Spa Zen w Warszawie. Współtwórca i dyrektor kreatywny Słowiańskiego Spa®.

REKLAMA

www.ManagerSpa.pl managerspa@managerspa.pl tel. 607 630 271

MANAGER Spa

Nasze doświadczenie i praktyka jest **gwarancją sukcesu Twojego SPA.** Posiadamy 15 letnie doświadczenie w branży, obiekty korzystające z naszych usług uznawane są za **najlepsze w Polsce.**



Świadczymy usługi w zakresie:

- przygotowania **projektu i koncepcji SPA**
- opracowania **misji i wizji SPA**
- **wyboru profesjonalnej marki** kosmetycznej
- **szkolenia pracowników** SPA
- **szkolenia managera** SPA
- **zarządzania** SPA
- **opracowania menu** SPA
- opracowania zabiegów autorskich SPA

Wszystkim osobom uczestniczącym w wykładach „Efektywne zarządzanie obiektami SPA" podczas V Targów Spa & Wellness w Krakowie osobiście dziękuję za przybycie...

Anita Bajdalska

Zgrany zespół Spa



tekst: Anita Bajdalska

W praktyce i działalności operacyjnej Spa największe znaczenie dla oceny standardów usług mają nie tylko wnętrza, dobre marki kosmetyczne ale pracownicy, którzy powinni pracować zespołowo. Osoby, które zdecydowały się pracować w takiej branży powinny mieć świadomość jak istotna jest współpraca i to na każdym szczeblu.

Przy obsłudze gościa w Spa istnieje potrzeba zorganizowania wielu elementów, a nie wszystko może załatwić manager. Bardzo często potrzebna jest informacja od terapeutów, którzy doskonale znają swój warsztat i wiedzą jakiego rodzaju wsparcia im potrzeba. Czasami podczas wykonywania zabiegów, zwłaszcza przy dużych grupach konferencyjnych, niezbędna jest wzajemna pomoc chociażby przy przygotowaniu produktów do zabiegów, czy nawet zapaleniu świec w pomieszczeniach Spa. Współdziałanie jest tu jak najbardziej wskazane, ale czy tak się dzieje w rzeczywistości?

Ubogi rynek wykwalifikowanych pracowników Spa stwarza dla niektórych osób okazję do „gwiazdorzenia ". Bywa tak , że niektórym już po 3 miesiącach pracy (o zgrozo) wydaje się, że są tak doskonali, że nie muszą już nic więcej robić aby udowodnić swoją przydatność do pracy w Spa. Często zdarza się, że zdobywszy wiedzę o atrakcyjnych technikach masażu (opłaconych zresztą przez pracodawcę, a nie pracownika) zaczynają grymasić i pokazywać swoje prawdziwe oblicze. Tu zdarzają się różne zachowania: pracownik, czasami niegrzecznie odezwie się do kosmetyczki lub recepcjonistki, a czasami milczy i buntuje innych.

Takie postawy wcale nie są rzadkością w codziennej pracy w Spa. Uważny manager natychmiast powinien zidentyfikować takie osoby w zespole i rozpocząć odpowiednie działania. Jak może pracownik działu Spa być niegrzeczny w stosunku do innych współpracowników? Można przypuszczać, że skoro prezentuje on taką postawę, to równie dobrze może zachować się podobnie w stosunku do klienta Spa! Czas na działania i to szybkie aby nie stracić renomy i … mimo wszystko innych współpracowników. Podstawową zasadą postępowania z taką osobą powinna być rozmowa w cztery oczy. Należy jasno przeciwstawić się takiej postawie i bardzo wyraźnie wyartykułować swoje stanowisko - NIE ZGADZAM SIĘ NA TO!!! Nie można pozwolić na chimerę jednej „gwiazdy" kosztem innych pracowników. Kłania się tu podstawowa zasada w zarządzaniu – SPRAWIEDLIWOŚĆ !!!

Na zgrany zespół składają się pojedyncze osoby, które poprzez swoją postawę oraz chęć pomagania innym pracownikom tworzą swoistą nić porozumienia, która może nie jest widoczna ale odczuwana nie tylko przez zespół, ale co najważniejsze przez gości Spa.

Praca w Spa to pewnego rodzaju misja, którą czuć powinien każdy pracownik. Nie polega ona na mechanicznym wykonaniu zabiegu, ale także na realizowaniu pewnego przesłania, bycia życzliwym w stosunku do drugiego człowieka, okazywania mu szacunku i pomocy, zawsze kiedy tego potrzebuje! Taką postawę prezentuje się przez całe życie, a nie tylko w wybranych obszarach. Nie potrzeba walczyć, gryźć i atakować innych, aby odnieść sukces. Jako przykład doskonałej współpracy przytoczę moje doświadczenia z Hotelu 5* Spa w Austrii, kiedy wraz z ,dzisiaj moją przyjaciółką, a wtedy managerem Spa, „rozprawiałyśmy się" z czterema gośćmi Spa w jednej godzinie! Będąc same bez niczyjej pomocy potrafiłyśmy doskonale współpracować po to, aby wszyscy goście Spa byli zadowoleni i mieli wykonane zabiegi.

Na zgrany zespół składają się pojedyncze osoby, które poprzez swoją postawę oraz chęć pomagania innym pracownikom tworzą swoistą nić porozumienia, która może nie jest widoczna ale odczuwana nie tylko przez zespół, ale co najważniejsze przez gości Spa.

Można. Naprawdę można , jeśli się tylko chce!!!

Anita Bajdalska

Ekspert Polskiego Instytutu Spa i Wellness. Certyfikowany przez ISPA (Międzynarodowe Stowarzyszenie Spa w Stanach Zjednoczonych) manager Spa - "Certyfied Manager ISPA". Dyrektor Odnowy Biologicznej Hotelu Aquarius Spa w Kołobrzegu.

Polski Instytut Spa i Wellness

Zainteresowanych podniesieniem kwalifikacji
w prowadzeniu biznesu Spa zapraszamy

Akademia Managera Spa i Wellness
II edycja (Warszawa)

Cykl profesjonalnych szkoleń z zakresu:
- Zarządzanie i organizacja Spa
- Sprzedaż i obsługa klienta
- Marketing i promocja w Spa

zobacz na
www.spainstytut.pl

DYNAMICZNY ROZWÓJ SIECI YASUMI

YASUMI TO PRZYKŁAD FIRMY, KTÓRA W BARDZO KRÓTKIM CZASIE ZDOBYŁA WYSOKĄ POZYCJĘ NA RYNKU STAJĄC SIĘ ROZPOZNAWALNĄ MARKĄ USŁUG KOSMETYCZNYCH. DZIŚ YASUMI POSIADA FRANCZYZOWĄ SIEĆ BLISKO 70 GABINETÓW I NADAL SIĘ ROZWIJA. O KULISACH POWSTAWANIA SIECI YASUMI, MODELACH WSPÓŁPRACY FRANCZYZOWEJ I ZASADACH JEJ AUKCJONOWANA ROZMAWIAMY Z ZOFIĄ BYDAŁEK, WŁAŚCICIELKĄ MARKI.



Zofia Bydałek
właścicielka marki Yasumi

- Zainteresowani odnową ciała mają już do wyboru blisko siedemdziesiąt gabinetów kosmetycznych sygnowanych marką Yasumi. Od kiedy istnieje Państwa model franczyzowy i w jaki sposób powstawał ?

- Pierwsze gabinety pod marką Yasumi powstały cztery lata temu. Na początku nie były to jednak typowe punkty franczyzowe. Gabinety pod marką Yasumi Instytut Zdrowia i Urody otwierane były na zasadach partnerskich, tzn. inwestor ponosił koszty zakupu urządzeń i kosmetyków, nie płacił jednak opłat z tytułu franczyzy. Model typowo franczyzowy został opracowany i wdrożony rok temu. Inspiracją do zbudowania systemu były potrzeby rynku. Klientom z poza branży łatwiej oprzeć się o doświadczenie Yasumi. Daje to im poczucie bezpieczeństwa i gwarancję sukcesu. Przynależność do grupy pomaga natomiast lepiej wypozycjonować ich gabinet.

- Proponujecie Państwo inwestorom trzy modele współpracy w zakresie franszyzy. Na czym one polegają?

- Klientom zainteresowanym współpracą proponujemy trzy, a właściwie cztery modele współpracy. Pierwsze dwa, czyli Instytut Zdrowia i Urody oraz Spa& Wellness, to systemy partnerskie. Taki model współpracy dotyczy dużych, kompleksowych inwestycji z zakresu medycyny estetycznej i szeroko zakrojonej pielęgnacji oraz sektora Spa. W tych modelach współpracy Inwestorzy nie płacą opłat franczyzowych, jednak sama inwestycja w sprzęt to kwota ok. 200 tys. zł netto. Yasumi epil oraz Yasumi slim to systemy franczyzowe. Pierwszy oferuje zabiegi fotoepilacji i fotoodmładzania, natomiast drugi - zabiegi wyszczuplania i modelowania sylwetki.

- Modele Yasumi slim i Yasumi epil, to sprofilowane i specjalistyczne koncepcje gabinetów. Dlaczego zdecydowaliście się Państwo na takie właśnie koncepcje?

- Te dwa modele są odpowiedzią na ciągle rosnące potrzeby specjalistycznych usług w zakresach objętych programami. Klienci korzystający z takich usług są ukierunkowani. Mając do

dyspozycji kilka gabinetów a wśród nich takie, gdzie wykonuje się usługi z naciskiem na specjalizację w danym obszarze, zdecydowanie częściej wybierają właśnie takie gabinety. Wiadomo, że z takich gabinetów korzystają osoby, które wiedzą czego oczekują. I taka była nasza idea, dać klientowi to, czego oczekuje. Do gabinetów Yasumi epil oraz Yasumi slim przychodzą klienci zainteresowani konkretnymi usługami i wiedzą , że ich poziom wykonania będzie najwyższy, ponieważ te gabinety specjalizują się w tych zabiegach.

- Które z tych trzech modeli współpracy cieszą się największym zainteresowaniem, których jest najwięcej ?

- Trudno to jednoznacznie określić. Instytuty Yasumi funkcjonują na rynku już czwarty rok. Jest ich prawie 30. Hotelowe Yasumi Spa& Wellness będą na ten moment dwa, w Malborku w Hotelu Majewski oraz w ośrodku Terma Bania w Białce Tatrzańskiej. Gabinetów Yasumi epil jest ponad 30, natomiast Yasumi slim otwartych jest 6. Cały czas jednak otwierają

Mając do dyspozycji kilka gabinetów a wśród nich takie, gdzie wykonuje się usługi z naciskiem na specjalizację w danym obszarze, klienci zdecydowanie częściej wybierają właśnie takie gabinety. Wiadomo, że z takich gabinetów korzystają osoby, które wiedzą czego oczekują. I taka była nasza idea, dać klientowi to, czego oczekuje.

się nowe. Mamy już podpisane umowy i określone terminy otwarcia. Z tytułu nakładów finansowych, ale też ze względu na termin wprowadzenia na rynek, na ten moment najwięcej mamy gabinetów Yasumi epil. Widzimy jednak, że program Yasumi slim cieszy się dużym zainteresowaniem, że po roku od wprowadzenia gabinetów będzie ich równie dużo co Yasumi epil.

- Jaki są warunki współpracy z Yasumi w zakresie franszyzy? Jakie warunki musi spełnić gabinet, aby przystąpić do Państwa programu franczyzowego ?

- Zakres franczyzy obejmuje określone warunki finansowe, posiadanie lub wynajem odpowiedniego lokalu, zatrudnienie wykształconego kierunkowo personelu oraz konieczność odbycia profesjonalnych szkoleń, które gwarantuje Yasumi.

- Jakie korzyści ma ośrodek, który decyduje się na współpracę z Państwem na zasadzie franszyzy?

- Korzyści dla franczyzobiorcy są przede wszystkim z przynależności do grupy oraz korzystania z doświadczenia franczyzodawcy. Yasumi buduje pozycję swojej marki kilka lat. Tego nie można zrobić z roku na rok. To działania czasochłonne i pochłaniające duże środki finansowe. Wypozycjonowanie marki to olbrzymi nakład pracy, którą myśmy już wykonali. Franczyzobiorca współpracujący z Yasumi dostaje znaną, polską markę, jasno określone warunki współpracy, skuteczne urządzenia oraz pakiet wiedzy opartej o nasze doświadczenia.

- Jak wygląda Pani strategia dalszego rozwoju firmy w tym względzie?

- Naszą strategią jest ciągły rozwój i budowanie relacji z klientami opartej na wzajemnym zaufaniu. Ci, którzy z nami współpracują są nie tylko franczyzobiorcami ale są naszymi partnerami w biznesie. Razem budujemy pozycję marki. Tak więc chcemy otwierać następne jednostki pod marką Yasumi w wybranych przez klientów programach. Udoskonalamy warunki obsługi, świadczymy niezawodny serwis. Bierzemy udział w targach branżowych oraz regionalnych np. ślubnych, gdzie pozycjonujemy markę. Stale zwiększamy nakłady na marketing, w tym internetowy oraz reklamę w pismach Life stylowych.

- W jakim kierunku Pani zdaniem będzie się rozwijał segment usług szeroko rozumianej odnowy biologicznej?

- Według mnie rynek jest jeszcze bardzo chłonny. Kobiety są wyedukowane, dbają o siebie, a do tego grona dołączyli też mężczyźni. Korzystanie z usług kosmetycznych czy odnowy biologicznej jest przyjemne, a efekty zabiegów podnoszą samoocenę. Dlaczego więc mielibyśmy z takich usług rezygnować? Uważam, że klienci oczekują skutecznych metod opartych o technologie, gdyż tylko te dają oczekiwane efekty. Zabiegi z wykorzystaniem urządzeń to kierunek rozwoju dla branży szeroko rozumianej odnowy biologicznej. Uważam jednak, że oprócz urządzeń należy zapewnić klientowi odpowiedni, najlepiej naturalny kosmetyk oraz dotyk rąk terapeuty na koniec zabiegu. Takie holistyczne podejście gwarantuje , że zadowolony klient ponownie skorzysta z zabiegów ofertowanych z naszym gabinecie.

Dziękuję za rozmowę

Rozmawiał: Mariusz Nieścior

Zofia Bydałek - właścicielka firmy Yasumi. *Z branżą kosmetyczną związana od 8 lat. W 2004 roku otworzyła pierwszy gabinet Yasumi. Już po roku powstał partnerski program Yasumi rozbudowany o nazwę Instytut Zdrowia i Urody, do 2010 powstało około 30 gabinetów. W 2010 powstała idea stworzenia sieci gabinetów oferujących węższy zakres konkretnych usług Yasumi epil i Yasumi slim. Przez rok powstało ponad 30 gabinetów. Od dwóch lat Yasumi oferuje też kosmetyki własnej marki.*

TERMA BANIA
FLIRT TRADYCJI Z NOWOCZESNOŚCIĄ



W NASZYM KRAJU PRZYBYWA MIEJSC, W KTÓRYCH MOŻEMY SKORZYSTAĆ Z KĄPIELI TERMALNYCH, JAK TEŻ CAŁEJ INFRASTRUKTURY ROZRYWKOWO RELAKSACYJNEJ, JAKA ZAZWYCZAJ TOWARZYSZY TEGO TYPU OBIEKTOM. KOLEJNĄ ATRAKCJĄ TEGO TYPU JEST OTWARTA W POŁOWIE CZERWCA W BIAŁCE TATRZAŃSKIEJ TERMA BANIA. TO MOCNY PUNKT NA MAPIE EUROPEJSKICH PARKÓW WODNEJ ROZRYWKI.

opracowanie: Mariusz Nieścior



Popularna nie tylko wśród amatorów narciarstwa Białka Tatrzańska, zyskała kolejną atrakcję turystyczną. W bezpośrednim sąsiedztwie Ośrodka Narciarskiego Kotelnia Białczańska, który obecnie stanowi jeden z największych w Polsce, powstała Terma Bania - całoroczna atrakcja rekreacyjna. O każdej porze roku i bez względu na aurę można tu korzystać z aktywnej rozrywki, wspaniałego relaksu i bezcennego kontaktu z naturą. Inwestycja ta z pewnością dodatkowo podniesie, i tak już znaczne, walory turystyczne Białki Tatrzańskiej.

Tradycja i nowoczesność

Pierwsze czym zwraca uwagę przyjeżdżających kompleks Terma Bania jest jego unikalna architektura. Oryginalna bryła obiektu doskonale wkomponowuje się w górski krajobraz. Dzieje się tak głównie za sprawą falistej struktury dachu obiektu, który dodatkowo pokryty jest specjalną roślinnością. Wszystko to w połączeniu z kamiennymi elewacjami budynków sprawia, że bryła Termy Bani niejako „wtapia się" w otaczający górski krajobraz. Nie trudno odgadnąć, że twórcy kierowali się zapewne zasadą minimalnej ingerencji w naturę i wpisania w lokalny krajobraz.

Nawiązania do otoczenia widoczne są nie tylko na zewnątrz, ale także w architekturze wewnętrznej. Można tu odnaleźć wiele odwołań do regionalnej tradycji góralskiej. Widoczne jest to w rozwiązaniach zastosowanych w aranżacji wnętrz i ornamentyce (np. charakterystyczne dla regionu zdobienia drewnianych elementów sklepień basenów). Filozofia nawiązań do regionu potraktowana jest tu holistycznie, stąd też punkty gastronomiczne oferujące specjały regionalnej kuchni.

Kompleksowa oferta Bani

Kompleksowość to kolejna cecha, obok nowoczesności i nawiązań do tradycji, która można dopisać do listy atrybutów Termy Banii. Obiekt oferuje swoim gościom szeroki wachlarz usług i atrakcji. Spragnieni rozrywki i odpoczynku mogą zażywać relaksu w bezpośrednim kontakcie z tatrzańską przyrodą, korzystać z prozdrowotnych właściwości wód termalnych, rozbudowanej bazy rozrywkowej, Spa oraz gastronomicznej. Dlatego wybierając się do Bani, zwłaszcza z rodziną, warto zarezerwować sobie kilka dobrych godzin.

Będąc już na miejscu nie powinniśmy mieć większego problemu ze znalezieniem odpowiedniej dla siebie formy rozrywki czy wypoczynku. Dla klarowności komunikacji i komfortu spędzania czasu obiekt podzielony został na strefy: Cichą, Głośną (dla rodzin z dziećmi), Saunarium, Instytut Spa&Wellnes i zamkniętą Strefę VIP.

Strefa Głośna

Jest to strefa wyposażona w baseny o największej powierzchni wody. Przeznaczona jest głównie dla użytkowników szukających energetycznej, wodnej rozrywki. Goście mają tu do dyspozycji pięć basenów z wodą o temperaturze 34 stopni Celsjusza. Z myślą o najmłodszych przygotowano specjalny brodzik, a także szeroką gamę bezpiecznych i atrakcyjnych niespodzianek: strumyk wodny, mini zjeżdżalnie, grzybek, interaktywne zabawki wodne oraz jeżyk wodny. Dla nieco starszych przeznaczone są atrakcje basenu głównego - karuzele wodne, pole do zabaw zespołowych, przeprawa linowa, ścianka alpinistyczna, armatki i kaskady, szeroka zjeżdżalnia oraz sztuczna fala. Strefa gwarantuje również możliwość spokojnego wypoczynku - grota z gejzerem, ławeczka do masażu, gejzery denne, wodospad oraz jaccuzi. Jak na park wodny z prawdziwego zdarzenia przystało są też oczywiście zjeżdżalnie: Anaconda (o długości 120 m), zjeżdżalni pontonowa (o długości 100 metrów) oraz Turbo



„Strefa Głośna" to jedna z czterech głównych stref Termy Bani. Przeznaczona jest głównie dla użytkowników szukających energetycznej, wodnej rozrywki, stąd wyposażona jest w wiele aquaparkowych atrakcji.



Wszystkie główne niecki wewnętrzne mają swoją kontynuację na zewnątrz budynku. Otwarte baseny usytuowane są od strony południowej, co daje osobom kąpiącym się możliwość podziwiania szerokiej panoramy Tatr Wysokich. Na zdjęciu zewnętrzna część strefy „Saunarium".

Slide, gwarantująca zjazd z dużą prędkością. Jak wiadomo wszelkie aktywności w wodzie wzmagają łaknienie. Tak więc ci, którzy zgłodnieją mogą skorzystać z „Baru mokrej stopy" i spróbować regionalnych potraw.

Strefa Cicha

To część obiektu o relaksacyjnym charakterze, przygotowana z myślą o gościach ceniących spokojny wypoczynek hydroterapeutyczny. Można tu korzystać z basenu rekreacyjnego wypełnionego wodą termalną o temperaturze 36 stopni Celsjusza, wyposażonego w gejzery denne, stacje masażu, armatki i kaskady, wodospady oraz leżanki wodno-powietrzne. Basen, podobnie jak wszystkie główne niecki w obiekcie ma swoją kontynuację na zewnątrz budynku. Daje to gościom możliwość pełni relaksu w bezpośrednim kontakcie z pięknem górskiego krajobrazu.

Kolejną atrakcją „Strefy Cichej" jest basen termalny o temperaturze wody 40 stopni Celsjusza. To propozycja dla tych, którzy wysoko cenią sobie wartości prozdrowotne. Kąpiel w termalnej wodzie, połączona z kontaktem z naturą to okazja do wspaniałego luksusowego wypoczynku. Dla gości strefy cichej przygotowano również jaccuzi oraz, podobnie jak w strefie głośnej, bar z regionalnym menu.

Saunarium

Oferta „Saunarium" to prawdziwa gratka dla miłośników

Właściwości prozdrowotne wód w TERMA BANIA

Badania przeprowadzone przez Instytut Fizyki krakowskiej Akademii Górniczo-Hutniczej, laboratorium wód Politechniki Krakowskiej oraz Powiatową Stację Sanitarno Epidemiologiczną dowiodły leczniczych właściwości dostępnych złoży wód wykorzystywanych w Terma Bania. Przede wszystkim ze względu na korzystny stopień mineralizacji, zróżnicowany skład fizyko-chemiczny, niską kwasowość, znikomą wartość składników organicznych oraz bakteriologiczną czystość. Parametry te mają bezpośrednie przełożenie na zdrowie i komfort każdego użytkownika.

„Strefa Cicha" została przygotowana z myślą o gościach ceniących sobie spokojny wypoczynek hydroterapeutyczny.





Gabinet przeznaczony do zabiegów pedicure

TERMA BANIA - LICZBY I TECHNOLOGIA

Budowa obiektu pochłonęła 80 milionów złotych. Powierzchnia obiektu to ponad 8,5 tys. m^2. Niecki basenowe zajmują blisko 1,4 tys. m^2, z czego aż 562 m^2 stanowią te umieszczone na zewnątrz obiektu. Woda termalna wydobywana jest z głębokości 2 500 m. W obiekcie zastosowano rozwiązania techniczne wykorzystujące energię geotermalną. Powoduje to zmniejszenie emisji szkodliwych substancji do środowiska i oszczędność wody. Te proekologiczne rozwiązania są wynikiem zastosowania innowacyjnej techniki. Po raz pierwszy na świecie, zostały tu zastosowane rury GRE oraz pompy ciepła o mocy 1300kW i 1380kW z czynnikiem roboczym CO2.



różnorodnych form kąpieli „saunowych". Strefa ta zajmuje powierzchnię 1000 m^2. Znajduje się w niej sześć saun o różnej specyfice, basen z wodą geotermalną o temperaturze 36 stopni Celsjusza, basen z wodą chłodzącą o temperaturze 24 stopni, specjalne natryski, ławki z kadziami do moczenia nóg oraz drink bar „Saunarium".

Wielbiciele kąpieli saunowej mogą dowolnie, lub według wskazania, konfigurować sobie swój program korzystania z saun. Do wyboru mają pięć kabin saunowych zgrupowanych w jeden blok:

- saunę parową o temperaturze 45-50°C i wilgotności 100%
- kabinę relaksacyjną z promieniami podczerwieni UVB i UVC
- saunę suchą o temperaturze 80-85°C
- saunarium, kabinę o temperaturze 60-65°C i wilgotności 40% z generatorem pary
- saunę sucha z piecem do naparów o temperaturze do 90°C

Atrakcyjną częścią saunarium jest hol wypoczynkowy, który prowadzi na zewnątrz do ogrodu z drewnianym i kamiennym tarasem, trawnikiem oraz zielenią ozdobną. Centralnym elementem ogrodu jest zewnętrzny, dostępny z holu, basen chłodzący do pływania, którego jedną z atrakcji jest wodospad o wysokości 4,5 m. W ogrodzie znajduje się też wolnostojąca, zewnętrzna sauna Bania o temperaturze do 90°C.

W saunarium jest też miejsce dla tzw. spotkań zamkniętych. Na antresoli zlokalizowano strefę VIP. Składają się na nią: niewielka szatnia z toaletą, sauna fińska z natryskami, jacuzzi oraz sala kominkowa z barem.

Instytut Wellness & Spa

Zmęczeni atrakcjami wodnymi goście mogą też oddać się zupełnie innym atrakcjom jakie niesie ze sobą Spa. Atrakcyjne zabiegi, pod okiem doświadczonych specjalistów, z użyciem preparatów wykorzystujących dobra natury oraz osiągnięcia nowoczesnej techniki to tylko część z oferty jaką proponuje kolejna strefa Termy Bani, czyli „Instytut Wellness & Spa". To miejsce, w którym nie tylko można zadbać o pielęgnacji urody, sylwetkę ale też odprężyć i pozbyć się nagromadzonego stresu na wybierając odpowiednia dla siebie masaż.

Terma Bania w przyszłości

Terma Bania w obecnym swoim kształcie to tylko pierwsza część z dwóch etapów inwestycji. W drugim etapie budowy powstanie zespół basenów zewnętrznych sezonowych, działający w przedłużonym sezonie letnim, wraz z pozostałymi elementami zagospodarowania terenu, tj. zespołem zjeżdżalni, boiskami sportowymi, terenami plażowo – rekreacyjnymi, itp. Ponadto, we wschodniej części działki przeznaczonej pod budowę zespołu termalnego i należącej do inwestora, planuje się realizację obiektu hotelowego z profesjonalną częścią usług Spa&Wellness, połączoną z budynkiem basenowym i będącą uzupełnieniem oferty obiektu basenów termalnych.

Opr. Mariusz Nieścior
fot. Terma Bania



fot. Kitzbuhel Royal Spa



MEDICAL SPA W POLSCE

przegląd wybranych obiektów

Według International Spa Association ośrodek Medical Spa to miejsce, którego głównym zadaniem jest dostarczenie kompleksowej opieki medycznej połączonej z ofertą Wellness i Spa. Co istotne zabiegi „sanus per aquam" traktuje się jako terapie uzupełniające. Ideą Medical Spa jest kompleksowe podejście do klienta, przed, w trakcie, jak i po przeprowadzeniu zabiegu. Jak ta definicja ma do rzeczywistości krajowego rynku obiektów, które w swojej nazwie mają Medical Spa? W jaki sposób realizowana jest filozofia medical w polskich Spa? Poniższe zestawienie wybranych hoteli Medical Spa z pewnością pozwoli na pewne wnioski. Zachęcamy także do odwiedzenia tych ośrodków i poznania ich oferty na „własnej skórze".

tekst: Marcin Zajączkowski



Arka Medical Spa**** *(Kołobrzeg)*

Ośrodek znajduje się ok. 100 m od piaszczystej plaży na skraju parku uzdrowiskowego. Oferuje 660 miejsc noclegowych w 318 pokojach i apartamentach, znajdujących się w części A i C nowoczesnego kompleksu hotelowego, w tym pokoje przystosowane dla gości niepełnosprawnych ruchowo.
Zakres usług w Arka Medical Spa to głównie bogata oferta zabiegowa znajdującego się tam Centrum Odnowy Biologicznej. Zabiegi z zakresu m.in.: fizykoterapii, elektroterapii, światłolecznictwa, galwanizacji, diatermii, magnetoterapii, balneoterapii, seanse w kriokomorze i grocie solnej to wyznaczniki kompleksowego podejścia do kwestii leczniczych. Szeroki wybór masaży, terapie borowinowe, inhalacje, gimnastyka lecznicza i oferta Arka Medical Spa powinna zaspokoić gusta nawet bardzo wymagających klientów. Uzupełnieniem usług rehabilitacyjnych i leczniczych jest Galeria Spa, która proponuje kompleksową pielęgnację twarzy i ciała, m.in. kąpiele w białej glince, kąpiele algowe, okłady, endermologię, akupresurę, masaże z użyciem profesjonalnych preparatów kosmetycznych i wiele innych.

www.arka-mega.pl

Malachit Medical Spa Hotel *** *(Karpacz)*

Hotel położony na Skalnym Osiedlu, najładniejszej części Karpacza. Z okien rozciąga się wspaniały widok na panoramę Karkonoszy. Hotel oddaje do dyspozycji 16 pokoi 2-osobowych, 4 apartamenty jednopokojowe i 4 apartamenty dwupokojowe. Obiekt przystosowany jest również do przyjęcia grup konferencyjnych i szkoleniowych.
Hotelowe Spa obejmuje basen z jacuzzi, saunę, grotę inhalacyjną (grota solna) oraz gabinety kosmetyczne z kompleksową ofertą dla kobiet i mężczyzn. Z listy zabiegów dostępne są również masaże oraz elektrostymulacja. W obiekcie nie rezyduje lekarz, nie są prowadzone ćwiczenie lecznicze, brak jest również pobytowych pakietów leczniczych. Możliwe są zapisy na korzystanie z komory kriogenicznej, jednak seanse w niej odbywają się poza hotelem. Wychodząc z założenia, że Medical Spa powinno dostarczać opieki medycznej i ćwiczeń leczniczych trudno uznać Malachit Hotel za obiekt, który powinien posługiwać się taką nazwą.

www.malachit-spa.pl





Jelenia Struga Spa Resort **** *(Kowary)*

Medical Spa w Jeleniej Strudze koncentruje się głównie na oczyszczaniu organizmu. Stworzono tu kilkanaście zróżnicowanych, autorskich terapii wspomagających leczenie. Specjaliści z Jeleniej Strugi stoją na stanowisku, że najważniejsze dla zdrowia jest głębokie oczyszczenie na poziomie komórkowym. Oczyszczenie jest kluczowym elementem programów leczniczych realizowanych przy wykorzystaniu m.in. wody antyoksydacyjnej SJ. Terapie realizowane w Medical Spa Jelenia Struga: antyalergiczna, antycellulitowa, antydepresyjna, antynikotynowa, antyoksydacyjna, antystresowa, dermatologiczna, gastryczna, kardiologiczna, po nowotworowa, pulmonologiczna, walki z otyłością, walońska, wzmacniająca.
Jelenia Struga może się pochwalić unikalną na skalę europejską Skojarzoną Terapią Radonową, która pozytywnie wpływa na m.in. łagodzenie dolegliwości kobiecych, poprawia potencję, wzmacnia siły witalne. Nową inicjatywą kadry obiektu jest Polish Holistic Team, którego zadaniem jest propagowanie unikalnych rozwiązań i dobroczynnych metod oczyszczania organizmu, realizowanych i wciąż rozwijanych w oparciu o światowe badania, nowoczesną aparaturę i tradycję holistyczną. Dopełnieniem oferty obiektu są zabiegi z zakresu Spa i Wellness oraz zabiegi pielęgnacyjne na twarz i ciało.



Hotel *** Medical Spa Sanatorium UNITRAL *(Mielno)*

Obiekt położony 180 m od plaży w uroczej miejscowości polskiego wybrzeża. Przeznaczony dla maksymalnie 190 osób. Posiada dużą bazę zabiegową, basen z łaźnią parową i jacuzzi oraz zaplecze konferencyjne.
W ofercie Medical Spa UNITRAL znajdują się:
- zabiegi z zakresu Spa i Wellness (m.in. masaże, okłady, kąpiele, elektrostymulacje i inne)
- zabiegi rehabilitacyjne (m.in. masaże lecznicze, elektroterapia, hydroterapia, kąpiele suche i parowe, gimnastyka indywidualna i grupowa)
- diagnostyka kardiologiczna - konsultacja lekarska u kardiologa, diagnostyka zaburzeń rytmu serca, próba wysiłkowa, badania laboratoryjne krwi, trening kardiologiczny na ergometrze, test wydolności fizycznej
- zabiegi kosmetyczne (np. upiększające, pielęgnacyjno-lecznicze, mikrodermabrazja, terapia przeciw zmarszczkom mimicznym z wykorzystaniem toksyny otulinowej)
Uzupełnieniem powyższej, bogatej oferty są liczne pobyty lecznicze i rehabilitacyjne koncentrujące się głównie na kwestiach związanych z problemami kardiologicznymi, schorzeniami kręgosłupa, schorzeniami układu oddechowego oraz walce z nadwagą. Niewątpliwym atutem obiektu są prowadzone na miejscu konsultacje lekarzy: kardiologa, neurologa ze wskazaniem na schorzenia kręgosłupa, psychoterapeuty oraz laryngologa ze specjalnością balneologii.

www.unitral.pl

Hotel****Medical Spa Malinowy Zdrój *(Solec Zdrój)*
Hotel****Medical Spa Malinowy Dwór *(Świeradów Zdrój)*



Hotel Malinowy Zdrój w Solcu dysponuje 102 pokojami, Centrum Rehabilitacji z kadrą specjalistów balneologii, fizjoterapii i rehabilitacji oraz Centrum Urody proponującym szeroką gamę zabiegów odmładzających skórę, poprawiających samopoczucie, upiększających i relaksujących. Goście znajdą relaks w krytym basenie wyposażonym w hydromasaże, jacuzzi, saunach (parowa, fińska i ziołowa) lub tepidarium. Odpowiednio podobne usługi oferuje drugi, nowopowstały Hotel Malinowy Dwór w Świeradowie.
Koncentrując się na ofercie z zakresu Medical Spa podkreślić należy szerokie spektrum schorzeń jakimi zajmuje się kadra lekarska oraz specjaliści rehabilitacji i fizjoterapii pracujący w obu hotelach. Są nimi: choroby zwyrodnieniowe stawów biodrowych, kolanowych, kręgosłupa; reumatoidalne zapalenie stawów; gościec łuszczycowy; zesztywniające zapalenie stawów kręgosłupa (ZZSK); dyskopatie; fibromyalgie; osteoporozę; chorobę niedokrwienną kończyn dolnych; choroby skóry (łuszczyca, zapalenia łojotokowe, zapalenia atopowe); choroby neurologiczne: rwy kulszowe i barkowe, niedowłady; powikłania cukrzycy; stany pourazowe narządów ruchu; schorzenia ginekologiczne (infekcje grzybicze, dolegliwości związane z klimakterium); dna moczanowa; miażdżyca; cukrzyca; nerwice wegetatywne.
Do leczenia wymienionych schorzeń stosowane są klasyczne zabiegi balneologiczne takie jak: kąpiele siarczkowe, kąpiele w zawiesinie borowinowej, kwasowęglowe, zawijania borowinowe. Wszystko to uzupełnione jest o zabiegi z zakresu hydroterapii, kinezyterapii i fizykoterapii, a także różne formy masażu. Kadra medyczna obu hoteli podkreśla indywidualne podejście do każdego gościa i każdego przypadku. Tylko takie nastawienie gwarantuje bowiem osiągnięcie zamierzonych skutków leczniczych. Dla poprawienia efektów istnieje możliwość łączenia programów leczniczych z kosmetyką ciała i twarzy, odnową biologiczną i wypoczynkiem. Niewątpliwym atutem wyróżniającym te dwa hotele spółki „Malinowy Zdrój" wśród innych hoteli Medical Spa, nie tylko w kraju, jest wykorzystanie najsilniejszej na świecie leczniczej wody siarczkowej ze źródła „Malina". Solanka ta zawiera aż 800 mg/l aktywnych związków siarki, czego efektem jest jej większa wchłanialność i skuteczność zabiegów.

www.malinowyzdroj.pl
www.malinowydwor.pl



Willa Piast *(Ciechocinek)*

„Willa Piast" oferuje 29 pokoi znajdujących się w XIX wiecznym pałacyku oraz w nowo wybudowanej części, restaurację z barem, a także nowoczesne Spa, Medical Spa oraz Salon Kosmetyczny. Niestety w ośrodku nie ma basenu. Zespół Medical Spa specjalizuje się w szeroko pojętej rehabilitacji medycznej i odnowie biologicznej.Wykonywane są tu zabiegi w zakresu: masażu leczniczego, terapii energotonowej, ultradźwięków, elektroterapii, laseroterapii, hydroterapii, krioterapii, magnetoterapii, kinezyterapii. W ramach oferowanych usług Spa znajdziemy również m. in. masaże tajskie, drenaż limfatyczny, endermologie, zabiegi w kapsułach, masaże podwodne i kąpiele perełkowe oraz zajęcia fitness. Uzupełnieniem oferty są usługi Salonu Metamorfozy z zakresu kosmetyki ciała i twarzy, mezoterapii bezigłowej, zabiegów fotoodmładzania skóry oraz zabiegów usuwania zbędnego owłosienia.

www.willapiast.pl

Hotel**** Med.&Spa Villa Park *(Ciechocinek)*

Czterogwiazdkowy hotel Spa usytuowany jest w jednym z najstarszych uzdrowisk w Polsce. Dysponuje 60 pokojami oraz 20 apartamentami wolnostojącymi. Oprócz szerokiej gamy zabiegowej oferuje również Aqua Salt Park – solankowy basen i jacuzzi, saunę, grotę solną, korty tenisowe, mini golf.

Ideą „Villa Park" jest leczniczo – holistyczne podejście do pacjenta poddawanego terapii. W obiekcie prowadzone są specjalistyczne rehabilitacje wielu schorzeń narządu ruchu, terapie chorób i urazów kręgosłupa, stawów obwodowych, leczenie cellulitu i otyłości, terapie urazów sportowych, gimnastyka korekcyjna i wyrównawcza dla dzieci. Niewątpliwą zaletą wg. kadry medycznej obiektu jest indywidualne traktowanie każdego pacjenta oraz ścisła współpraca na linii lekarz – terapeuta.

W ramach programów leczniczych, a także odnowy biologicznej wykonywane są zabiegi z zakresu: balneoterapii, elektroterapii, magnetoterapii, kinezyterapii, krioterapii, laseroterapii. Stosowane są z powodzeniem: masaże (klasyczny, limfatyczny, elektrostatyczny), drenaże limfatyczne, zabiegi w kapsułach, ultradźwięki i zajęcia ruchowe. Powyższe zabiegi w połączeniu z kosmetyką ciała i twarzy dają kompleksową ofertę Spa.



www.villapark.pl



Hotel Nefretete *** Medical Spa *(Libertów)*

Hotel Nefretete znajduje się w miejscowości Libertów, 10 km od centrum Krakowa. Jak podaje na własnej stronie internetowej jest jednym z pierwszych Medical Spa w Polsce. Hotel posiada 14 pokoi, 3 sale restauracyjne oraz salę konferencyjną przewidzianą do organizacji spotkań dla grup nie większych niż 40 osób.

Gabinety kosmetyczne oraz odnowy biologicznej oferują zabiegi upiększające, pielęgnujące oraz relaksacyjne. Hotel Nefretete proponuje swoim klientom również usługi z zakresu medycyny estetycznej, które obejmują: zabiegi redukcji zmarszczek przy zastosowaniu botoxu i wypełniaczy, leczenie nadpotliwości, mikrodermabrazję diamentową, mezoterapię oraz nieinwazyjne, miejscowe usuwanie tkanki tłuszczowej. Do dyspozycji gości jest basen i sauny (fińska i parowa).

www.nefretete.pl

ZARZĄDZANIE CZASEM MANAGERA SPA

KAŻDY DOSKONALE ZNA POWIEDZENIE „CZAS TO PIENIĄDZ". ALE CZY KAŻDY POTRAFI GOSPODAROWAĆ CZASEM JAK WARTOŚCIĄ MATERIALNĄ? PRZEWAŻNIE PLANUJEMY SOBIE ZADANIA DO WYKONANIA NA DANY DZIEŃ, ALE CZĘSTO JUŻ PO OŚMIU GODZINACH OKAZUJE SIĘ, ŻE ZREALIZOWALIŚMY ZALEDWIE KILKA Z CAŁEJ LISTY ZADAŃ I MAMY DUŻE ZALEGŁOŚCI DO NADROBIENIA.

TEKST: ANITA BAJDALSKA



fot. Fotolia.com

Kolejnego dnia rozpoczynamy pracę od uaktualnionej listy zadań i sytuacja się powtarza. Lista zadań rośnie i zamiast ośmiu godzin musimy po raz kolejny zostać dłużej aby odrobić zaległe zadania. Nikt nie jest idealny i wielu z nas takie sytuacje się zdarzają. Czasami tylko zastanawiamy się, czy aby na pewno potrafię dobrze zorganizować swój dzień i czy dobrze zarządzam swoim czasem?

Postaw sobie cel

Zacznijmy od podstawowej sprawy czyli przeprowadzenia rachunku sumienia, czy na pewno jestem zadowolony z gospodarowania swoim czasem pracy? Jeśli odpowiedź nie jest pozytywna, to najwyższy czas na zmiany.

Najważniejsze jest właściwe postawienie sobie celów do wykonania w danym dniu, czy tygodniu. Powinniśmy je spisać, tak aby miały one wizualną postać. Cele powinny być czytelne i osadzone w czasie, np. do godz. 15.00 zrobię analizę sprzedaży kosmetyków za pierwszą dekadę miesiąca. Stawianie sobie celów wcale nie jest takie proste jak się wydaje ponieważ trzeba pamiętać, ze cele muszą być SMART… czyli:

S - proste w definicji, proste w zrozumieniu, dobrze wyartykułowane
M - mierzalne w wykonaniu, to znaczy bardzo dobrze osadzone w czasie, konkretne
A - osiągalne do wykonania, nie mogą być to cele nierealne do osiągnięcia
R – istotne w kwestii ważności dla Spa, czyli czy to co mam zrobić stanowi ważny element w pracy
T – określone w czasie, czyli znamy początek i koniec ich realizacji.

Wypisanie sobie celów dla osób mocno niezorganizowanych często jest bardzo pomocnym narzędziem w realizacji zadań i dyscyplinuje do ich realizacji. Nawet osoby dobrze zorganizowane mogą tworzyć takie listy, aby sprawdzić czy realizują cele. Polecam tę metodę każdemu, kto czuje, że nie do końca radzi sobie ze swoim czasem.

Wiem, jak ciężko jest zarządzać czasem w pracy operacyjnej Spa. Niejednokrotnie manager odbiera po sto maili dziennie, do tego spotyka się z kontrahentami, przygotowuje strategie, organizuje pracę personelu. Te zajęcia potrafią wypełnić cały dzień. Jednak nie wolno zaniedbać „spotkań informacyjnych", a raczej zaznaczać je w swoim kalendarzu jako priorytet.

Określ zadania i priorytety

Kolejnym elementem w zarządzaniu czasem swoim, ale także pracowników Spa jest sporządzenie listy zadań i priorytetów. Należy zacząć od listy zadań jakie trzeba zrobić a następnie na tej liście odznaczy priorytetowe zadania, które muszą być wykonane jako pierwsze. Nie wszystkie zadania manager musi robić sam, wskazane jest aby pewne zadania delegował na swoich pracowników, ponieważ jego rola nie polega na samodzielnym wykonaniu wszystkich czynności. Zadania priorytetowe powinny być wykonane jako pierwsze i nie można pozwolić na ich odłożenie na później. Takim zadaniem jest na przykład: złożenie zamówienia na kosmetyki zabiegowe lub przygotowanie listy płac dla pracowników.

Podobnymi zasadami należy kierować się w planowaniu pracy terapeutów Spa. Oczywiście najważniejszym celem ich pracy jest wykonywanie zabiegów, ale czasami mogą zdarzyć się przestoje i wtedy należy przydzielić im zadania, które leżą w ich możliwościach. Nie należy obawiać się takiego delegowania zadań ponieważ nasi współpracownicy bardzo chętnie pomagają. Jest to swoisty kredyt zaufania jakim ich obdarzamy, a to zawsze jest bardzo motywujące i stanowi pewnego rodzaju wyróżnienie dla osób, którym takie zadania przydzielamy. Czasami poszukanie czegoś w Internecie lub zrobienie inwentaryzacji ręczników może być dla terapeuty Spa sprawą bardzo prostą, a manager Spa może w tym czasie zająć się innym zadaniem. Jedną z cech profesjonalnego zarządzania w Spa jest delegowanie zadań, jednak odpowiedzialność za ich jakość spoczywa już tylko na osobie kierującej Spa.

SPRAWNA ORGANIZACJA PRACY, DELEGOWANIE ZADAŃ TO PODSTAWA W DZIAŁALNOŚCI KAŻDEJ FIRMY, TAKŻE W OBSZARZE SPA. ZNANA JEST W LITERATURZE PRZEDMIOTU ZASADA PARETO, KTÓRA MÓWI O TYM, ŻE 80% EFEKTÓW OSIĄGA SIĘ PRZY REALIZACJI 20% ZADAŃ. ABY TO OSIĄGNĄĆ TRZEBA NAUCZYĆ SIĘ WYODRĘBNIĆ TE 20% ZADAŃ.

Sprawna organizacja pracy, delegowanie zadań to podstawa w działalności każdej firmy także w obszarze Spa. Znana jest w literaturze przedmiotu zasada PARETO , która mówi o tym, że 80% efektów osiąga się przy realizacji 20% zadań. Aby to osiągnąć trzeba nauczyć się wyodrębnić te 20% zadań.

Kalendarz to niezastąpiony przedmiot każdego managera. Zapisujemy w nim wszystko co ważne, terminy spotkań i zadań jakie mamy do wykonania. Nie wyobrażam sobie już aby pracować bez kalendarza, może być tradycyjny może być elektroniczny byleby był.

Pułapki zarządzania czasem

W efektywnym zarządzaniu czasem mogą pojawić się też pułapki. Pierwszą z nich jest pracoholizm. Początkowo pojawiają się drobne objawy polegające na usprawiedliwianiu siebie, że

muszę zostać po godzinach ponieważ im więcej czasu poświęcę na pracę, tym więcej i lepiej to zrobię. Wydaje się to logiczne, jednak nasz organizm prezentuje odmienny pogląd, ponieważ dwunasta godzina pracy nie jest równie efektywna jak pierwsze pięć. Możemy się oszukiwać, jednak nasza wydajność, czy nam się to podoba, nie jest już taka jak na początku dnia. Rytuał kilkunastogodzinnego dnia pracy powtarzany przez kilka dni może doprowadzić do wyczerpania organizmu, o efektywności pracy już nie wspominając. Każdy człowiek ma prawo do odpoczynku (Konwencja San Paulo), manager Spa także.

Rozumiem zasady jakie panują w dzisiejszym świecie, robienie wszystkiego lepiej, szybciej, sprawniej jednak nie możemy popadać w przesadę w dążeniu do perfekcjonizmu, który jest kolejnym zagrożeniem managera. Stawianie przed sobą wyzwań jest bardzo motywujące jednak nie można stawiać wyzwań niemożliwych do realizacji. Krytyczna ocena własnej pracy jest tylko do pewnego momentu motywatorem do pracy, ale z czasem można zapędzić się w tym i wtedy prosta droga do depresji i problemów ze zdrowiem…

Pracować bez rutyny i stresu

Stres jaki towarzyszy nam każdego dnia także stanowi wyzwalacz do efektywnych zadań ale jego nadmiar jest już destruktywny. Kadra takiego działu jakim jest Spa powinna świecić przykładem, a nie zaprzeczać filozofii dobrego samopoczucia. Bardzo nieprofesjonalne wrażenie robi obiekt Spa, w którym kierownik pokrzykuje na pracowników, czego świadkiem są goście. Nie umiejąc sobie radzić z własnymi emocjami daje wyraz nieprofesjonalności i wydaje świadectwo nie tylko sobie, ale także Spa, którym zarządza. Bardzo często przy nieumiejętnym zarządzaniu czasem manager niejako nakręca się, że nie wykonał ważnych zadań i tym samych potęguje spiralę stresu, co jest swoistym błędnym kołem.

Rutyna w pracy jest także powodem stresu w pracy. Przy planowaniu czasu pracy należy przygotować się do zadań ważnych, czasami wystarczy podzielić je na kilka mniejszych po to, aby nie wywoływać u siebie niekorzystnych emocji.

Świadomość tego, że możemy zarządzać swoim czasem a także, że korzyści w właściwego gospodarowania nim są bardzo ważne w pracy może każdemu przynieść wymierne korzyści w każdym aspekcie życia. Wyznaczanie sobie celów ponad nasze możliwości jest bardzo destruktywne i nieodpowiedzialne. Nasz organizm jest zdolny do wielkich poświęceń dla nas, jednak każdy człowiek powinien nauczyć się szanować siebie. Także osoby zarządzające Spa, a może tym bardziej one, powinny dawać przykład jak pracować właściwie, bez niepotrzebnego stresu, pośpiechu i niepotrzebnych negatywnych emocji.

Od kadry Spa należy oczekiwać, że szanować będą siebie a tym samych będą wzorem godnym naśladowania dla innych pracowników Spa a także gości Spa, którzy niejednokrotnie obserwują nas podczas pracy.

Nie jest łatwo zmienić swoje przyzwyczajenia z dnia na dzień. Nie jest tez łatwo wycofać się z danych obietnic realizacji zadań ponad siły, jakie daliśmy swoim pracodawcom. Jednak naprawdę warto zacząć zmieniać się samemu z szacunku dla siebie. Tylko wtedy wszystko zacznie się udawać, a praca będzie cieszyć i dawać satysfakcję, a nie frustrować.

Anita Bajdalska

Dyrektor Odnowy Biologicznej Hotelu Aquarius_ Spa w Kołobrzegu. Ekspert Polskiego Instytutu Spa i Wellness. Certyfikowany przez ISPA manager Spa - "Certyfied Manager ISPA".



fot. Fotolia.com

Nie należy obawiać się delegowania zadań. Nasi współpracownicy bardzo chętnie pomagają. Jest to swoisty kredyt zaufania jakim ich obdarzamy, a to zawsze jest bardzo motywujące i stanowi pewnego rodzaju wyróżnienie dla osób, którym takie zadania przydzielamy.

JAK WYBRAĆ SZKOLENIA
dla terapeutów Spa?

Rosnąca świadomość klientów oraz konkurencja na rynku wymuszają na masażystach stałe podnoszenie standardów i jakości oferowanych usług. Co prawda ofert firm oferujących szkolenia z zakresu masażu jest całe mnóstwo, jednak jakość wielu z nich pozostawia wiele do życzenia. Jak więc wybrać naprawdę wartościowe szkolenie dla masażysty? Szkolenie, które zapewni masażyście nie tylko zaświadczenie ukończenia kursu, ale pozwoli mu zdobyć prawdziwe umiejętności i podniesie jego konkurencyjność na rynku.

tekst: Tomasz Zagórski



fot. Madinat Jumeirah

Dynamiczny rozwój branży Spa spowodował znaczne zwiększenie popytu na usługi masażystów, a co za tym idzie zainteresowanie szkoleniami w dziedzinie masażu i wzrost liczby aktywnych zawodowo specjalistów. Jak wiadomo dobry masaż jest podstawą oferty Spa, a dobry masażysta jest magnesem przyciągającym klientów równie mocno jak najmodniejszy aparat do redukcji tkanki tłuszczowej. Nic dziwnego, gdyż masaż w Spa jest jednocześnie rzemiosłem i sztuką kreowania niezapomnianych odczuć i uniesień w sferze ciało-umysł-duch.

Rynek szkoleń dla masażystów

Zrozumienie roli masażysty w ośrodku Spa powinno wpływać na rozwój infrastruktury szkoleniowej w tym zakresie. Obecnie rynek szkoleń dla masażystów w naszym kraju wydaje się być pozbawiony klarownych reguł i systemowych rozwiązań. W czasach wolnego rynku jest to sytuacja naturalna, gdyż zawsze popyt kształtuje podaż i to rynek dokonuje samoregulacji. Jest jednak pewne niebezpieczeństwo wynikające z możliwości nadużyć swobody prowadzenia działalności gospodarczej i wprowadzenia na rynek usług szkoleniowych o wątpliwej jakości merytorycznej. W naszym kraju działa wiele firm szkolących z zakresu masażu, które nie posiadają odpowiedniego zaplecza merytorycznego, które pozwoliłoby na właściwe przygotowanie kandydatów do sprostania wysokim wymaganiom klientów Spa. To właśnie te firmy kuszą ewentualnych kandydatów niskimi cenami szkoleń, możliwością pracy w Spa, co może się wydawać atrakcyjną ofertą zwłaszcza dla studentów czy osób bezrobotnych. Dodatkową atrakcją są znaczne zniżki przy wykupieniu pakietów szkoleń (np. masaży orientalnych), znacznie zwiększających szansę na znalezienie zatrudnienia, przynajmniej w opinii organizatorów tych szkoleń. Wydawać by się mogło, że jest to również idealne rozwiązanie dla managerów Spa, gdyż zostają oni zwolnieni z obowiązku szkolenia swoich przyszłych pracowników, gdyż już na starcie otrzymują „wszechstronnie wykształconego" członka zespołu. Ale czy na pewno? Czy kilkanaście kursów w CV zrobionych w kilka weekendów czyni daną kandydaturę odpowiednią na stanowisko masażysty, który w dużym stopniu będzie wpływał na obraz Spa?

Kluczową sprawą przy wyborze firmy szkolącej masażystów jest potencjał merytoryczny osób szkolących, potencjał organizacyjny wynikający z długoletniej tradycji i obiektywnie wyrażone opinie absolwentów. Należy zwrócić uwagę na to, kto pracuje w danej szkole, czy osoba o znanym nazwisku figurująca na liście wykładowców faktycznie prowadzi szkolenia.

Czy taki masażysta podoła stawianym przed nim celom i oczekiwaniom klientów? To jest pytanie adresowane w równym stopniu do managerów Spa, jak i przyszłych pracowników. Odpowiedzią jest właściwa ocena ofert szkoleniowych pod kątem ich wartości merytorycznej, doświadczenia i potencjału organizatorów oraz potrzeb ośrodków Spa i potencjalnych pracowników. Wydaje sie, że interesy obydwu grup powinny być zbieżne, gdyż obie są wręcz skazane na współpracę, z której będą czerpać w przyszłości obopólne zyski. I to one mogą realnie zmienić sytuację na rynku, gdyż kształtują podaż usług szkoleniowych. Zwiększenie świadomości i wymagań odbiorców szkoleń w konsekwencji przyniesie poprawę ich poziomu, który nie jest w chwili obecnej powodem do dumy w naszym kraju. Obok kilku renomowanych firm szkoleniowych istnieje cała rzesza usługodawców posiadających nikłe lub niewielkie doświadczenie i możliwości merytoryczno-organizacyjne. Co więcej, istnieje spora grupa naciągaczy, oferująca szkolenia po coraz to niższych cenach i "gwarantujących" pracę po ukończeniu ich kursu.



fot. Tomasz Zagórski

Instruktor powinien być przede wszystkim dobrym masażystą, posiadającym bogate doświadczenie w swojej pracy, dzięki temu chociażby może łatwiej odpowiadać na praktyczne pytania i problemy nurtujące uczniów. Na zdjęciu Paulina Orzeł-Zagórska, instruktorka masażu.

Jak wybrać firmę szkoleniową?

Jak skutecznie ochronić siebie przed nadużyciami i wybrać wartościowe szkolenie? To pytanie stawia sobie wiele osób

indywidualnych planujących karierę masażysty oraz osób zarządzających ośrodkami Spa chcących stworzyć atrakcyjną ofertę masaży lub zbudować zgrany i dobrze funkcjonujący zespół masażystów.

Na pierwszym miejscu należy zwrócić szczególną uwagę na tradycję, doświadczenie i opinie absolwentów na temat danej placówki. Na czoło wysuwają się w tym miejscu szkoły masażu, posiadające wieloletnią tradycję w nauczaniu tej specjalności. Oczywiście i ten fakt wykorzystują naciągacze tworząc szkoły masażu. Kluczową sprawą jest tu potencjał merytoryczny osób szkolących oraz potencjał organizacyjny wynikający z długoletniej tradycji i obiektywnie wyrażone opinie absolwentów. Możemy zwrócić uwagę na to, kto pracuje w danej szkole, czy osoba o znanym nazwisku figurująca na liście wykładowców faktycznie prowadzi szkolenia. To właśnie prowadzący odgrywa kluczową rolę w jakości produktu finalnego jakim są wiedza i umiejętności. To on uczy trudnych technik masażu, przekazuje niezbędną wiedzę, kształtuje nawyki i postawy przyszłych masażystów. To od niego w głównej mierze zależy zaszczepienie pasji do zawodu w uczniach. Ocenę szkoleniowców można porównać do przedstawionej już sytuacji masażu w Spa. Są instruktorzy wybitni, artyści w swojej dziedzinie i są też przeciętni, rzemieślnicy tylko wykonujący powierzone im zadania. Są też osoby, które pomimo posiadanej olbrzymiej wiedzy nie potrafią jej przekazać swoim uczniom. Jest to kwestia obowiązkowego przygotowania pedagogicznego i talentu w tej dziedzinie. Przygotowanie można zdobyć na studiach pedagogicznych lub na specjalistycznych kursach, ale talent po prostu się posiada, albo nie. To skłania do głębszego zastanowienia się nad kompetencjami i cechami osobowości nauczyciela masażu.

W naszym kraju działa wiele firm szkolących z zakresu masażu, które nie posiadają odpowiedniego zaplecza merytorycznego, które pozwoliłoby na właściwe przygotowanie masażystów do sprostania wysokim wymaganiom klientów Spa. Firmy te kuszą niskimi cenami szkoleń, możliwością pracy w Spa, co może się wydawać atrakcyjną ofertą zwłaszcza dla studentów czy osób bezrobotnych.

Cechy i idealnego masażysty w Spa

Typowy klient oczekuje od masażu przede wszystkim bezpieczeństwa. Bezlitośnie karze wszelkie uchybienia w tym zakresie żądając wysokich odszkodowań, nawet w przypadku wystąpienia drobnych powikłań, jak np. krótkotrwała alergia na zastosowany kosmetyk do masażu. Równie ważne jest bezpieczeństwo emocjonalne, dyskrecja i zachowanie tajemnicy zawodowej dotyczącej stanu zdrowia, czy zachowania poufności informacji przekazanych podczas masażu. Takt, dyskrecja i kultura osobista zajmuje coraz wyższe miejsce na liście cech idealnego masażysty widzianego oczami klienta. Oczywiście jakość masażu, doświadczenie i umiejętności manualne odgrywają pierwszorzędną rolę w ogólnej ocenie zabiegu i podjęciu decyzji o kontynuacji korzystania z usług tego właśnie specjalisty. Niebagatelne znaczenie ma również wiedza z zakresu fizjologii, dietetyki, psychologii, czy kosmetologii oraz umiejętność przekazania jej klientowi w formie odpowiednio dobranych porad i zaleceń poprawiających jakość jego życia. Wszystkie te aspekty zmieniają rolę masażysty w Spa. Z pracownika fizycznego, staje się on ważnym, a często nawet decydującym ogniwem wiążącym klienta z danym miejscem. Szczególnie widoczne jest to w przypadku, gdy masażysta o odpowiednio ugruntowanej pozycji zawodowej zmienia miejsce pracy i pociąga za sobą większość klientów.

Instruktor powinien być przede wszystkim dobrym masażystą, posiadającym bogate doświadczenie w swojej pracy, dzięki temu może łatwiej odpowiadać na praktyczne pytania i problemy nurtujące uczniów. Ważne jest wykształcenie, im wyższe tym lepiej, gdyż mamy pewność jego przygotowania. Istotne też jest specjalistyczne wykształcenie – wszechstronność w swojej dziedzinie z jednej strony oraz wybitny poziom w wąskiej specjalizacji, jeżeli taką posiada. Ważna jest jakość odbytych kursów, czy dany szkoleniowiec kształcił się również zagranicą i to jakich miał instruktorów. I oczywiście doświadczenie dydaktyczne dające swobodę pracy i wpływające bezpośrednio na jakość nauczania. Kolejnym potwierdzeniem kompetencji oraz pasji zawodowej instruktora jest jego dorobek w postaci publikacji naukowych, artykułów, książek. Weryfikacja części merytorycznej kompetencji kadry szkoleniowej danej instytucji jest stosunkowo prosta. Brak ogólnie dostępnych danych na ten temat oraz uchylanie się od odpowiedzi na szczegółowe pytania jest najprawdopodobniej próbą ukrycia niskiego poziomu i powinno być ważnym sygnałem dla kandydatów. Gorzej sytuacja wygląda z weryfikacją optymalnych cech osobowości. Tu trzeba albo przekonać się samemu, albo oprzeć na rzetelnej i wiarygodnej opinii innych, nie dając się zmylić internetowym spamom. Cechy osobowości decydują o wirtuozerii instruktora, jego talencie i możliwościach przekazywania wiedzy i umiejętności najwyższej jakości. Extrawertyzm, empatia, chęć dzielenia się z innymi, poczucie humoru – tak jednogłośnie masażyści opisują swoich najlepszych nauczycieli. Każdy z nich ma również swój własny styl, nieodłącznie kojarzący się z nauczanym materiałem. Dla mnie osobiście niezwykle mocno inspirująca była na przykład pełna humoru i brawury chęć dzielenia się wiedzą z każdym uczestnikiem kursu u Peggy Schoedninger, nauczycielki aquaterapii z USA. Uśmiech towarzyszący odpowiedziom na proste nawet pytania, które przeradzały się prawie w odrębne wykłady, dodające znacznie więcej niż planowano w oryginalnej zawartości ma-

teriału. Kolejna osoba to Michalel Jansson, pokryty tatuażami szkoleniowiec Anatomy Trains z Norwegii, który przekazuje olbrzymią wiedzę w niezwykle obrazowy sposób, wykorzystuje specyficzne poczucie humoru i potrafi zarazić pasją.

Jedno jest pewne – instruktorzy oprócz częstego wpływu na indywidualne kariery swoich uczniów. Warunki w jakich odbywa się szkolenie oraz jego organizacja również świadczą o wartości oferty szkoleniowej, zwłaszcza jeżeli kurs jest intensywny. W sytuacji narastającego zmęczenia i spadającej koncentracji uwagi przyjazne otoczenie i właściwy układ programu szkolenia ma bezpośredni wpływ na jego efektywność. Oczywiście warunki higieniczne oraz spełnienie wymogów sanitarno-epidemioloogicznych są sprawą podstawową.

Nie wszystko złoto co się świeci

Szukając odpowiedniej dla siebie oferty najczęściej zaczynamy od przeszukania internetu. Zdecydowana większość firm szkoleniowych posiada ładne, przyciągające oko witryny, rozbudowane i na bieżąco aktualizowane. Jednak należy pamiętać, że "nie wszystko złoto co się świeci" i jeżeli chcemy właściwie wybrać nie możemy poprzestać na satysfakcji z obejrzenia strony internetowej. Należy sprawdzić i zadać ewentualnie dodatkowe pytania na temat tradycji firmy (bardzo często przemilczana kwestia lub informacja o 1 - 2 latach działalności firmy), doświadczenia instruktorów (główne grzechy to: brak informacji, opis fachowców, którzy faktycznie tylko podpisują dyplomy, czy rozbudowany opis instruktorów, którzy dopiero zaczynają zdobywać doświadczenie), bazy dydaktycznej i efektów kształcenia (ilość absolwentów, późniejsze ich zatrudnienie, instytucje współpracujące). Nie dajmy się zmylić częstymi informacjami o akredytacji Kuratorium Oświaty, wydawaniu certyfikatów na drukach MEN czy wpisie do Rejestru Instytucji Szkoleniowych. Większość aplikacji o przyznanie akredytacji Kuratorium Oświaty na dane szkolenie jest rozpatrywana pozytywnie, a wpis do Rejestru Instytucji Szkoleniowych jest skuteczny w 100 procentach i do tego bezpłatny. Żadne z wymienionych "korzyści" nie mają bezpośredniego wpływu na jakość szkolenia i są jedynie chwytem marketingowym mającym podnieść rangę oferty. Po sprawdzeniu informacji podstawowych należy zadać sobie trud sprawdzenia opinii absolwentów kursów. Często są publikowane na stronach firm szkoleniowych i forach branżowych, jednak wiarygodność ich nie jest zbyt wysoka, zwłaszcza anonimowych wpisów na forach. Opinia podpisana imieniem i nazwiskiem oraz wskazaniem miejsca pracy jest znacznie bardziej wiarygodna, gdyż łatwo ją zweryfikować.

Tomasz Zagórski

Terapeuta Watsu, przewodniczący zarządu stowarzyszenia Rozwoju Terapii Wodnych Watsu Polska.

REKLAMA





Jakość obsługi w gastronomii hotelowej

Kontynuujemy cykl poświęcony najważniejszym działom hoteli i ich wzajemnej integracji. Tym razem artykuł dotyczy niezmiernie ważnego obszaru działalności hotelu jakim jest gastronomia. Traktuje on głównie o często niedocenianym aspekcie funkcjonowania gastronomii, jakim jest jakość obsługi klienta.

tekst: Robert Węglarz



fot. Hotel Telegraaf

Świadczenie usług gastronomicznych jest nieodłączną składową tak produktu turystycznego, jak i usług hotelarskich. Wynika to nie tylko z przepisów o usługach turystycznych, kategoryzacji czy wreszcie z podstawowego rodzaju oferty obiektów hotelarskich, jakim jest chociażby pokój ze śniadaniem czyli B&B, lecz przede wszystkim z konieczności zaspokojenia podstawowych potrzeb człowieka jakimi są głód i pragnienie. Często spotyka się, że w hotelach i nie tylko hotelach, gastronomię wydzierżawia się zewnętrznym podmiotom czyniąc z niej tzw. zło konieczne, które najłatwiej i „najlepiej" oddać na zewnątrz jako typowy outsourcing. Zanim jednak podejmie się taką decyzję, bezwzględnie należy dogłębnie przeanalizować rachunek korzyści i strat. Należy bowiem pamiętać, że punkt gastronomiczny (restauracja, bar, kawiarnia, etc.) może samodzielnie istnieć i funkcjonować bez żadnego zaplecza noclegowego, natomiast hotel bez gastronomii nie ma żadnych szans. Ponadto zewnętrzny operator najczęściej ma inne priorytety i cele strategiczne niż hotel, który oddał gastronomię w dzierżawę. Można zatem postawić śmiałą tezę, iż usługi gastronomiczne są rentowne same z siebie, tylko umiejętność zarządzania tym obszarem działalności wymaga znacznie więcej fachowej wiedzy niż sam hotel. Nie mam tutaj na myśli personelu kuchennego, od szefa kuchni począwszy, a na pomocach kuchennych kończąc. Jest bowiem powiedzenie w gastronomii, że „dobra obsługa ocali zły posiłek, ale nawet najlepszy posiłek nie zrekompensuje złej obsługi". Kucharze, kelnerzy, barmani to synergia sztuki przyrządzania potraw, kultury ich serwowania do stołu oraz znajomości zasad i finezji miksologii.

Obsługa klienta w sektorze gastronomii

Wiele miejsca i czasu poświęca się tematom związanym z obsługą klienta w hotelu. Większość z nich dotyczy standardów pracy recepcji hotelowej, a rzadko kiedy pojawiają się tematy poświęcone problemom gastronomii hotelowej.

Wydawać by się mogło, iż taka branża jak hotelarstwo, u podstaw której leżą zasady gościnności, w szczególny sposób powinna zwracać uwagę na postawę swoich pracowników, zwłaszcza tych mający bezpośredni kontakt z gościem. Jednak czy właściciele hoteli są świadomi jak personel ich hotelu „zaprasza" i „wita" gości?

Któregoś wieczoru, przebywając w jednym z miast wojewódzkich udałem się na kolację do jednej z pobliskich hotelowych restauracji. Już na parkingu powitały mnie dobiegające z budynku dźwięki „białego misia", po chwili zastąpione przez „hej sokoły". Dotarłem do hotelowej recepcji, w bezpośrednim sąsiedztwie której znajdowała się sala weselna, na której to właśnie „krążyły" wspomniane sokoły. Ledwo zdążyłem zapytać recepcjonistkę, czy można tutaj zjeść kolację, gdy z sali weselnej wyszedł kelner pchając przed sobą wózek z brudną zastawą stołową zebraną właśnie ze stołów weselników. Stanął w odległości mniej więcej trzech metrów od recepcji i zaczął „resztkować" (zbierać resztki i pozostałości jedzenia z brudnych talerzy) zwiezione z sali talerze. Przyspieszony przegląd menu weselnego skutecznie zniechęcił mnie do kolacji w tym jakby nie było czterogwiazdkowym hotelu.

W innym przypadku, tym razem w hotelu trzygwiazdkowym, około 21:30, wszedłem do środka. W recepcji nie zastałem nikogo, więc udałem się wprost do restauracji. Sprawiała ona wrażenie lokalu z okresu lat siedemdziesiątych, ale przy stolikach siedziało kilka osób (w tym z dziećmi), pomyślałem „dobry znak". Podszedłem więc do jednego z dwóch kelnerów i zapytałem czy mogę coś tutaj zjeść. Dowiedziałem się jednak, że już nie, ponieważ czynne jest do 22:00. Jest dopiero 21:30, odparłem. I jakież było zdumienie gdy usłyszałem, iż to prawda, ale są już trzy zamówienia, a jest tylko jedna osoba w kuchni. Powiedziałem kelnerowi, że gratuluje gościnności i wyszedłem.

Jakaż refleksja przychodzi mi na myśl, kiedy przypominam sobie te wieczory, że tak naprawdę wielu z polskich hotelarzy czy restauratorów najzwyczajniej w świecie nie chce mieć gości. Skoro potrafią im wprost odmówić gościny, albo skutecznie zniechęcić do pozostania, albo serwując im na dzień dobry wózek z brudnymi talerzami i resztkami jedzenia.

To tylko dwa przykłady „zachęcania" gości do skorzystania z usług. Podobnych mógłbym przytoczyć jeszcze bardzo wiele, jednak to co najistotniejsze w tym wszystkim, to że pracownicy Ci zupełnie nie mieli świadomości pełnienia roli gospodarza. Nie zdawali sobie sprawy z tego, jak są postrzegani przez gościa, jak ich postawa i zachowanie wpływa na zadowolenie gościa, jakiej oceny całego obiektu dokonuje gość patrzący na nich i obserwujący ich pracę? W takich sytuacjach dokonuje się pierwsza ocena obiektu i powstaje pierwsze wrażenie. W tej sytuacji powinna bezwzględnie nastąpić tzw. faza przylgnięcia, czyli proces budowania więzi z hotelem. Pytanie, czy w opisywanych wyżej przypadkach nastąpił, pozostawiam bez odpowiedzi. Fakt, iż konieczność pożywienia jest elementarną potrzebą człowieka nie daje restauratorom żadnej gwarancji posiadania frekwencji klientów w restauracji i tym bardziej nie zwalnia z obowiązku dbania o gości.

Kuchnia w Spa

Panuje przekonanie, że do serca można trafić przez żołądek. Podobnie też jakość i kultura gastronomii są tymi elementami, dzięki, którym można przyciągać gości do hotelu. Jest jednak pewien warunek, gastronomia, podobnie jak deser po obiedzie, powinna pozostawić w pamięci smak i wspomnienia po zakończonej kulinarnej uczcie, a interpretując to szerzej, przywoływać wspomnienia z pobytu w hotelu. Dlatego właśnie uważa się, że śniadanie jest najważniejszym posiłkiem w hotelu, ponieważ stanowi ono najczęściej ostatni posiłek jaki gość spożywa przed wyjazdem.

Sprawa jest bardziej skomplikowana w przypadku hoteli Spa i Wellness, ponieważ śniadanie może jest ostatnim posiłkiem przed wyjazdem, jednakże do Spa jeździmy przede wszystkim po inne doznania niż te kulinarne. Kompleksowość i pakietyzacja (pakiety odchudzające, oczyszczające, pakiety Spa itp.) usług w hotelach Spa (a nie, ze Spa) niesie ze sobą konieczność odpowiedniego doboru menu, czasami wręcz specjalnie przygotowanego zestawu posiłków i dań np. diety. Umiejętność i gotowość przyrządzania posiłków specjalnie zbilansowanych oraz wykorzystywanie do tego celu zdrowych,

organicznych, naturalnego pochodzenia produktów jest zatem nieodzownym elementem kuchni w hotelach Wellness & Spa. Rodzaj i jakość oferowanych usług gastronomicznych to jednak nie tylko to, co mamy w karcie menu, chociaż i ta czasami wręcz odpycha. Niestety wielu restauratorów zapomina, że karta menu to wizytówka restauracji, zaproszenie do konsumpcji wręczone gościowi przez kelnera. Sposób ułożenia karty, dobór i ilość poszczególnych dań, wygląd, czystość, jakość wykonania, wszystko to ocenia gość i na tym buduje swoje zaufanie do restauracji.

Najbardziej irytującą gości rzeczą jest brak znajomości karty przez podającego do stołu. Często prowadzi to do kuriozalnych sytuacji, gdy przyjmujący zamówienie kilkakrotnie wraca na zaplecze i dopytuje kucharza.

Kreowanie atmosfery w restauracji

Restauracja hotelowa ma zazwyczaj charakter otwarty, co oznacza, iż hotel musi być przygotowany na zaspokojenie potrzeb zarówno gości hotelowych, jak i tych z zewnątrz. Zmusza to do przemyślanej organizacji pracy i co za tym idzie przyjęcia jednego z modeli obsługi - samoobsługa, obsługa kelnerska, samoobsługa połączona z obsługą kelnerską – ta ostatnia jest najczęściej spotykana przy okazji śniadań (bufet szwedzki) czy też bankietów (bufet szwedzki i amerykański). Kolejną znaczącą kwestią jest przestrzeganie przyjętych w zakładach gastronomicznych zasad dotyczących standardów pracy, między innymi: poprawnego nakrywania stołów, czasu oczekiwania na zamówienie, kolejności serwowania potraw, kolejności obsługi siedzących przy stole gości (dzieci, kobiety, mężczyźni itd.), znajomości serwisu francuskiego, angielskiego, rosyjskiego i niemieckiego oraz zasad obsługi gości indywidualnych i grupowych, w tym bankietów (tzw. zasiadanych i na stojąco) oraz imprez okolicznościowych. Niezależnie od przyjętej formy obsługi, norm i standardów pracy kelnera, zasadniczą kwestią dobrej obsługi jest postawa pracującego personelu. Brak znajomości karty, niewystarczające przygotowanie zawodowe (czasami wręcz jego brak), brak predyspozycji lub świadomości swojej roli jako kelnera, nieuprzejmość i brak jakiegokolwiek zainteresowania gościem powodują, że zamiast z kelnerem mamy do czynienia z „podającym do stołu". Należy go w sposób zdecydowany odróżnić od prawdziwego kelnera, który szanuje i rozumie zarówno swój fach, jak i swoich gości. Najbardziej irytu-

Nieodzowny element kuchni w hotelu Spa&Wellness to przyrządzanie posiłków specjalnie zbilansowanych oraz wykorzystywanie do tego celu zdrowych, organicznych, naturalnego pochodzenia produktów.


fot. Jumeirah Hotel

jącą gości rzeczą jest brak znajomości karty przez podającego do stołu, co często prowadzi do kuriozalnych sytuacji, gdy przyjmujący zamówienie kilkakrotnie wraca na zaplecze i dopytuje kucharzy. Karygodny jest też brak informacji o konieczności dłuższego oczekiwania na zamówione danie. Jak pokazuje rzeczywistość w niektórych restauracjach czas oczekiwania wynosi czterdzieści minut (w przypadku zupy) i godziny (w przypadku dania głównego), co potrafi doprowadzić do irytacji nawet najbardziej cierpliwego i wyrozumiałego gościa. A tak niewiele trzeba, żeby gościa poinformować o czasie oczekiwania, albo zaproponować mu jakiś przerywnik (np. sorbet). Pamiętajmy, iż zmienia się kultura chodzenia do restauracji, które przestały już być tylko miejscem konsumpcji, a stały się miejscem spotkań towarzyskich, kontaktów biznesowych, sposobem na spędzenie miłego wieczoru czy wreszcie miejscem zdobywania nowych doświadczeń kulinarnych. Personel gastronomii, w tym wypadku kelner czy barman staje się odpowiedzialny za kreowanie atmosfery, wrażeń i doznań jakie towarzyszą gościom w trakcie pobytu w restauracji. Goście stają się coraz bardziej wymagający i bardziej świadomi, dlatego sam uśmiech kelnera już nie wystarczy, aczkolwiek czasami brakuje nawet tego. Rodzi się potrzeba posiadania gruntownego przygotowania zawodowego (gastronomicznego) osób pracujących w restauracji, uzupełnionego wiedzą z zakresu psychologii, sprzedaży, etykiety, ale to co najważniejsze opartej o solidne podstawy kultury osobistej i etyki zawodowej.

Personel gastronomii, w tym wypadku kelner czy barman, jest odpowiedzialny za kreowanie atmosfery, wrażeń i doznań jakie towarzyszą gościom w trakcie pobytu w restauracji.

Artykuł z pewnością nie wyczerpuje tematyki zachowań organizacyjnych i obsługi klienta w gastronomii. Powyższe rozważania mają za zadanie jedynie pobudzić do refleksji nad istotnością roli personelu w zakładach gastronomicznych (zwłaszcza tych zlokalizowanych w hotelach Spa, gdzie poprzeczka wymagań jakościowych jest zdecydowanie wyżej zawieszona niż w pozostałych), pomimo, że nie ma dwóch jednakowych restauracji. Różnią się one od siebie kuchnią, wystrojem, charakterem, jednak to są materialne elementy, które klient bierze pod uwagę czyli co restauracja oferuje. Pozostaje jednak jeszcze drugi element podlegający krytycznej ocenie, czyli jakość obsługi. W związku z tym, każda restauracja powinna opracować dla siebie obowiązujące wszystkich w niej pracujących standardy pracy (i te stanowiskowe jak i te dotyczące obsługi) właściwe dla danego konceptu. Wówczas poprawi się jakość usług, co w zdecydowany sposób wpłynie na prestiż i reputację restauracji.

Robert Węglarz
Trener i konsultant dla hoteli Spa&Wellness



fot. Jumeirah Hotel



Restauracje przestały już być tylko miejscem konsumpcji. Stały się miejscem spotkań towarzyskich, kontaktów biznesowych, sposobem na spędzenie miłego wieczoru czy wreszcie miejscem zdobywania nowych doświadczeń kulinarnych.

Letnie wariacje kosmetyczne

Lato to jedna z tych pór roku, kiedy gabinety pękają w szwach. Warto zatem wykorzystać ten czas i zaproponować klientkom zabiegi, dzięki którym zyskamy ich zaufanie i lojalność przez cały rok.

tekst: Małgorzata Zdziebko-Zięba



fot. 123rf.com

W lecie często trafiają do naszych gabinetów klientki, które przez kilka miesięcy nieszczególnie troszczyły się o swoją skórę. Oczekują szybkich i trwałych efektów - najlepiej już po pierwszej wizycie. Warto zatem wcześniej przygotować ciekawą ofertę, w której pojawią się specjalne zabiegi dostosowane do letnich potrzeb skóry. Przygotowując letnie propozycje należy zwrócić szczególną uwagę na pielęgnację ciała, która w tym okresie cieszy się największym zainteresowaniem. Proponuję przygotować kilka ciekawych zabiegów, które pozwolą mile zaskoczyć klientki i zachęcić je do ponownych odwiedzin.

Czekolada latem – dlaczego nie

Zabiegi czekoladowe zmysłowo pachną i pozwalają przenieść się choćby w wyobraźni, nad piaszczysty brzeg lazurowego morza. To doskonały pomysł dla skóry zmęczonej zimą, przygotowującej się na spotkanie ze słońcem. Słodki smak i zapach czekolady w jednej chwili wprawia w dobry nastrój, wyzwala bowiem produkcję endorfin, zwanych hormonami szczęścia. Zabiegi takie odprężają i nastawiają pozytywnie do życia. Masło kakaowe ma szerokie działanie pielęgnacyjne, zawiera cynk, magnez, wapń oraz polifenole (głównie flawonoidy i kwasy fenolowe) charakteryzujące się silnym działaniem przeciwrodnikowym, opóźniającym procesy starzenia się skóry. Czekolada oprócz właściwości nawilżających i wygładzających, działa również antycellulitowo i wyszczuplająco, co zawdzięcza obecności teobrominy i kofeiny. Składniki te pobudzają krążenie krwi w skórze, co powoduje przyspieszenie spalania tkanki tłuszczowej, eliminację toksyn i zmniejszenie obrzęków. Ciekawą propozycją na upalne dni jest połączenie właściwości zabiegu czekoladowego z odświeżającym działaniem wyciagu z pomarańczy. Jej zapach harmonizuje zmysły, działa antydepresyjnie i poprawia nastrój. Bogata m.in. w witaminy, cukry, mikroelementy i odmładzajace flawonoidy. Jest niezwykle obfitym źródłem witaminy C, zawiera też witaminę A, P oraz witaminy z grupy B. Kosmetyki z wyciągiem z tego owocu można stosować niezależnie od rodzaju skóry, szczególnie polecane są dla osób z cerą dojrzałą, palaczy, zbyt często korzystających ze słońca. Poprawiają mikrokrążenie, pobudzają odnowę komórkową, hamują procesy starzenia. Zabiegi czekoladowe możemy również połączyć z kosmetykami malinowymi. Cenne witaminy i minerały zawarte w malinach znakomicie odżywiają skórę i regulują zachodzące w niej procesy. Maliny dostarczają skórze dużą dawkę witaminy C wspomagającej gojenie, regeneracje i chroniącej przed wolnymi rodnikami. Połączenie czekolady z wyciągami owocowymi na pewno zwiększy efektywność zabiegów i dostarczy klienkom niezapomnianych wrażeń.

Jak łagodzenie – to kozie mleko

Niestety lato, to okres silnych poparzeń słonecznych. Pomimo faktu, że na rynku jest dostępnych mnóstwo kosmetyków z filtrami, to jest rzesza klientek, która ich nie używa lub stosuje za słabe. Wracają potem do gabinetu z poparzoną, wysuszoną i zszarzałą skórą. Warto mieć dla nich przygotowany zabieg, który z jednej strony złagodzi negatywne skutki opalania, a z drugiej strony dobrze odżywi skórę. Szykując taką propozycje warto zwrócić uwagę na produkty na bazie koziego mleka. Mleko kozie posiada unikalne właściwości, znane i doceniane od tysięcy lat. Obfituje w witaminy z grupy B, kwasy tłuszczowe oraz trójglicerydy, które pomagają w utrzymaniu właściwego pH skóry oraz w usunięciu obumarłego naskórka. Zawarta w nim kazeina jest bardzo łatwo przyswajalna przez skórę i


fot. Organique

Mleko kozie posiada unikalne właściwości, znane i doceniane od tysięcy lat. Obfituje w witaminy z grupy B, kwasy tłuszczowe oraz trójglicerydy, które pomagają w utrzymaniu właściwego pH skóry oraz w usunięciu obumarłego naskórka.

zapewnia jej głębokie nawilżenie. Kwas mlekowy stymuluje proces odnowy komórek i zmiękcza naskórek. Proteiny mleka koziego stymulują produkcję kolagenu, zapewniając skórze jędrność i elastyczność. Ponadto peptydy mleczne tworzą na jej powierzchni film ochronny i niwelują podrażnienia, laktoferyna zaś neutralizuje wolne rodniki, działając przeciwstarzeniowo.

Owocowo i pachnąco

Kosmetyki z owocowymi dodatkami są doskonałą bazą zabiegową, szczególnie w upalne dni, kiedy chętniej sięgamy po lekkie orzeźwiające zapachy. Warto polecić produkty z dodatkami owoców egzotycznych, które przywodzą na myśl dalekie podróże.

KILKA PRZYKŁADÓW:

- Arbuz – Zawiera cenne kwasy foliowy i nikotynowy, sole żelaza i potasu oraz karotenoidy, aminokwasy i witaminę C. Wyciąg z arbuza ma działanie silnie odświeżające i odżywcze. Dzięki wyjątkowemu zapachowi jest często stosowany w produktach myjących i perfumeryjnych.
- Liczi - Jest naturalnym źródłem witamin (witaminy C zawiera jej więcej niż cytrusy), soli mineralnych oraz węglowodanów. Działa silnie rewitalizująco i antyoksydacyjnie, dlatego najczęściej stosuje się ją produktach odmładzających, regenerujących i odbudowujących strukturę skóry. Może pojawiać się również w kosmetykach przeznaczonych do pielęgnacji skór naczyniowych.
- Ananas – Ten ceniony owoc jest kopalnią cennych substancji aktywnych stosowanych w kosmetyce. Zawiera cukry, kwasy organiczne, prowitaminę A, witaminy B1, B2 i C oraz pierwiastki: wapń, potas, magnez, fosfor, cynk i selen. Ananas zawiera także, ceniony w kosmetyce enzym – bromelinę. Enzym rozpuszcza i usuwa martwe komórki naskórka bez podrażnienia skóry. Bromelina działa również silnie przeciwobrzękowo, przeciwzapalnie jednocześnie likwidując skrzepy krwi wewnątrz naczyń krwionośnych. Działa zarówno odświeżająco i delikatnie rozjaśniająco skórę jak nawilżająco i regeneracyjnie. Znajduje zastosowanie również w preparatach wyszczuplających i antycellulitowych.

Owocowe zabiegi odświeżą i odżywią skórę oraz wprawią klientkę w dobry nastrój. Do takich rytuałów możemy wcześniej przygotować poczęstunek złożony ze świeżych owoców, co pozwoli delektować się zabiegiem wszystkimi zmysłami.

Małgorzata Zdziebko – Zięba
PR Manger Organique
Autorka wielu tekstów na temat zdrowia, urody i marketingu

Kakao - proszek otrzymywany z odtłuszczonych ziaren kakaowca. Zawiera cenne dla skóry pierwiastki: potas, magnez, wapno i żelazo, a także pobudzającą kofeinę i teobrominę.
Na szczególną uwagę zasługuje magnez działający odprężająco. Kakao ma również działanie ujędrniające skórę, drenujące, antycellulitowe i wzmacniające. Stymuluje produkcję endorfin skórnych. Kosmetyki na bazie ekstraktów ziarna kakaowego znalazły zarówno zastosowanie do pielęgnacji skóry zmęczonej i zestresowanej, jak również w terapiach wyszczuplających i antycellulitowych.


fot. Organique

Przegląd kosmetyków odżywczo-łagodzących



fot. Oberstaufen

Lato nieodłącznie kojarzy nam się z wypoczynkiem i słońcem. Jednak wszystko co w nadmiarze, może szkodzić. O ile z tym pierwszym trudno jest przesadzić, to skutki nadużycia tego drugiego co roku wielu z nas odczuwa dosłownie „na własnej skórze”. Narażona na promieniowanie słoneczne skóra potrzebuje stosownego odżywienia i zadbania. Dlatego też kierując się trendem sezonowości przygotowaliśmy przegląd nowych linii i kosmetyków o charakterze odżywczo–łagodzącym. To najnowsze pozycje 24 marek kosmetycznych dostępnych na naszym rynku.



BALSAM KOJĄCY DO TWARZY I MLECZKO KOJĄCE DO CIAŁA

Kojące balsam i mleczko to dwa produkty z nagrodzonej linii Bronzécran marki Academie Scientifique de Beauté. Intensywnie łagodzą podrażnienia powstałe w wyniku nadmiernej ekspozycji na słońce, hamuja reakcje wolnorodnikowe zaiinicjowane przez promieniowanie UV i wzmacniaja naturalne systemy obronne skóry. Oprócz natychmiastowego działania kojącego, balsam i mleczko wspomagają utrzymanie pieknej i zdrowej opalenizny.

producent: Academie Scientifique de Beauté
dystrybutor: ForSpa
cena (sugerowana): balsam– 101 PLN, mleczko – 120 PLN

www.forspa.pl

CARROT OIL

Oleisty ekstrakt zgniecionego miąższu marchwi. W tym cennym olejku znajdują się witaminy A, B, C, D, E, P oraz źródło beta karotenu. Witaminy zapobiegają starzeniu się skóry, przyspieszają proces odbudowy komórek. Nadają skórze jedwabisty dotyk i elastyczność, neutralizują wolne rodniki i zapobiegają utracie wody w komórkach. Właściwości kosmetyczne olejku to tonizowanie i odmładzanie skóry, działanie przeciwzmarszczkowe, wspomaganie leczenia trądziku. Przy regularnym stosowaniu cera zyskuje oliwkową opaleniznę.



producent: Alqvimia
dystrybutor: Alqvimia Polska
cena (netto): 175 PLN/150 ml

www.alqvimia.pl



PERFECT BODY EMULSION

Lekka emulsja o aksamitnej konsystencji, delikatnym niebieskim zabarwieniu i przyjemnym zapachu. Dzięki synergii wysoko skoncentrowanego ekstraktu z alg laminarnych oraz specyficznych ekstraktów z Gingko Bilboa, zagęszczonego żelu Aloe Vera, witaminy E oraz kompleksu NNKT emulsja pobudza naturalne zdolności skóry do tworzenia własnych lipidów, intensywnie wspomaga regenerację komórek, szybko odbudowuje barierę hydro-lipidową. Łagodzi podrażnienia oraz nieprzyjemną szorstkość skóry na przedramionach.

producent: André Zagozda Laboratory
dystrybutor: Anpack

www.andrezagozda.com

COLLAGEN BOOSTER ULTIMATE FACE LIFTING

Intensywna pielęgnacja likwidująca oznaki starzenia się, silnie wygładzająca i przywracająca skórze jędrność. Skutecznie stymuluje wytwarzanie nowego kolagenu w skórze i wzmacnia sieć włókien kolagenowych, tworząc gęste rusztowanie, dzięki czemu wyczuwalnie i widocznie poprawia gęstość oraz jędrność skóry. Ponadto chroni włókna kolagenowe i elastynowe przed rozkładem enzymatycznym, intensywnie nawilża i wiąże wilgoć w skórze, pozostawiając ją doskonale wygładzoną i bardziej elastyczną.



producent: Babor
dystrybutor: Bio-kosmetyka

www.bio-kosmetyka.pl



Zabieg UCZTA DLA SKÓRY

Zabieg poprawia napięcie i nawilżenie skóry, wygładza zmarszczki mimiczne i te związane z wiekiem, uzupełnia niezbędne minerały. Ponadto wspomaga procesy regeneracji naskórka, wzmacnia naturalne funkcje ochronne skóry, odświeża i rozświetla cerę. Zabieg ten stosowany jest na twarz, szyję, dekolt. Proponuje się serię 6 zabiegów raz w tygodniu, a następnie dla podtrzymania efektów 1 zabieg w miesiącu.

producent: Bielenda Professional Kosmetyki Naturalne
dystrybutor: sieć partnerów handlowych w Polsce
cena (brutto): 143 PLN

www.bielenda.professional.pl

REPAIR VIT U CREAM

Dermonaprawczy krem z witaminą U. Krem o bogatej formule rekomendowany dla wrażliwej, alergicznej, zniszczonej, skłonnej do podrażnień cery. Witamina U i RonaCare® Tiliroside stymulują procesy naprawcze i regenerację skóry. Xeradin™ zapewnia natychmiastowy i długotrwały efekt nawilżenia. Kwasy omega 3,6,7,9 i masło Shea wzmacniają barierę hydrolipidową, delikatnie natłuszczają i tworzą komfortowy film ochronny. Krem polecany jest szczególnie po zabiegach dermokosmetycznych i po opalaniu.



producent / dystrybutor: Clarena
cena (netto): 95 PLN

www.clarena.pl



Energizujący balsam do ciała - BODY HARMONY

Jedwabisty balsam do ciała dzięki zawartości wyselekcjonowanych esencji Ayurveda i ekstraktowi z bambusa uelastycznia skórę i zapewnia cenne nawilżenie. Indyjski żeń-szeń (Ashwagandha) i woda z zielonych kokosów pobudzają zmęczoną skórę , neutralizują wolne rodniki, stymulują aktywność komórkową oraz pobudzają reakcje obronne skóry. Odświeżający zapach orzeźwiającej kompozycji z zielonej herbaty, piwonii, irysa i zielonych kasztanów oraz lekka konsystencja dostarczają nowej energii każdego dnia.

producent: Troll Cosmetics / Declare
dystrybutor: Kadefarm Sp. z o.o.

www.declare.pL

NAWILŻAJĄCY BALSAM DO CIAŁA - linia hydrocare

Lekki, delikatnie opalizujący balsam przeznaczony do pielęgnacji skóry normalnej i suchej. Doskonale nawilża skórę i szybko się wchłania, pozostawiając na skórze subtelny, świeży zapach. Dzięki zawartości złotych drobinek rozświetla skórę i dodaje jej blasku. Receptury preparatów z linii Hydro Care oparte zostały na: kwasie hialuronowym, mukopolisacharydach, fucogelu składnikach nawilżających i łagodzących.

producent: Bandi
dystrybutor: Bandi Cosmetics Spółka z o.o.
cena (netto): 28 PLNProducent: Bielenda

www.bandi.pl





Maseczka modelująca do ciała PIĘKNA WENUS

Maseczka przeznaczona jest do odnowy biologicznej ciała. Ekologiczne ekstrakty z ziaren kakaowca, kłącza kurkumy i jagód goi, zasobne w antyoksydanty, chronią przed wolnymi rodnikami. Wyciąg z kakaowca pobudza metabolizm tkanki tłuszczowej. Ekstrakt z jagód goji, dostarcza świeżej energii, nawilża i koi delikatną skórę. Olejek z kurkumy wygładza skórę i przywraca jej zdrowy, promienny koloryt. Proteiny i biooleje nadają skórze atłasową gładkość i jedwabisty połysk.

producent/dystrybutor: Laboratorium Farmaceutyczno- Kosmetyczne FEMI
cena (netto): 144 PLN

wwww.femi.pl

DIBI BODY STARTER

Złuszczająco-regenerujący zabieg pielęgnacyjny stworzony dla kompletnej reaktywacji skóry. Kwas glikolowy i salicylowy działa złuszczająco, pomaga usunąć martwe komórki i zanieczyszczenia z powierzchni skóry, kwas hialuronowy intensywnie nawilża i odżywia skórę, natomiast NMF czyli mieszanina rozpuszczalnych w wodzie higroskopijnych związków o małych cząsteczkach, odpowiada za nawilżenie i uelastycznienie skóry. Zabieg przygotowujący skórę przed opalaniem i regenerujący ją po kąpielach słonecznych.



producent: GTS Group / DIBI
dystrybutor: Amariss SPA & Wellness Consulting
cena (netto): 160 PLN

www.amariss.pl



Żel łagodzący po opalaniu linii słonecznej

Żel przeciw oparzeniom słonecznym, podrażnieniom i zaczerwienieniom. Zawiera rumianek, prolinę i białą lilię wodną połączone z ekstraktem z zielonej herbaty. Zmniejsza temperaturę skóry, redukuje uczucie dyskomfortu wywołane poparzeniami skóry wrażliwej oraz skutecznie zwalcza niepożądane działanie promieniu UV. Posiada właściwości nawilżające, regeneruje. Do stosowania na całej twarzy i ciele. Nawilża, łagodzi i wychładza skórę po opalaniu.

producent: Pevonia Botanica
dystrybutor: Supernova

www.pevonia.pl

Olejek nawilżający SEZAMOWA ROZKOSZ

Delikatny organiczny olejek łączy w sobie sezam i olej z krokosza barwierskiego ze słodkim ekstraktem z miodu, w celu intensywnego nawilżenia skóry. Jest bogaty w składniki odżywcze i zapewnia uczucie komfortu. To prawdziwa uczta dla skóry: jedwabisty, nietłusty, rozkoszny i o przyjemnym zapachu, pozostawia nawet bardzo suchą skórę miękką i piękną.

producent: Equavie
dystrybutor: SPA-Project
cena (detaliczna brutto): 103 PLN/100 ml

www.spa-project.pl





ALOE VERA - żel chłodzący

Żel zalecany po intensywnych kąpielach słonecznych, stosowany również przy poparzeniach słonecznych w formie schłodzonej maski lub jako okład. Dzięki składnikom aktywnym tj. aloes, elastyna, kolagen, mleczan sodu, liposomy, sprawia że skóra odzyskuje elastyczność, blask oraz jędrność, a niekorzystne następstwa kąpieli słonecznych mają znacznie łagodniejszy przebieg.

producent: Etre Belle GmbH
dystrybutor: Instytut Zdrowia i Urody by Iwona Wójcik
cena (netto): 65 zł (200 ml)

www.etrebelle.pl



FISIOSPHERE

Zabieg bogaty w olejek z bawełny, pierwiastki śladowe oraz witaminę A i E przywraca równowagę, działa antyoksydacyjnie i odżywczo, pozostawiając skórę wyjątkowo miękką i jedwabiście gładką. Idealny zabieg dla skóry zmęczonej i zniszczonej nadmierną ekspozycją na słońcu. Dodatkowo zawarty w preparatach wyciąg z Halichrysum stymuluje beta-endorfiny, hormon szczęścia, który przywraca równowagę i dobre samopoczucie.

producent: GTS GROUP
dystrybutor: Amariss Spa & Wellness Consultung
cena (netto): 316 PLN

www.spaamariss.pl

REMINESSENCE

Trzyfazowy zabieg modułowy z czystymi minerałami, stworzony dla poprawy regeneracji, przywrócenia nawilżenia i napięcia ciała. Reminessence regenerating scrub zawiera kombinację kryształków korundu, ekstraktu z rodochrozytu, alg czerwonych, aloesu i nagietka lekarskiego, działa wygładzająco i regenerująco na skórę. Reminessence hydrating cream jest oparty o malachit, bogaty w miedzian o właściwościach harmonizujących.



producent: Gerard's
dystrybutor: Gerard's w Polsce Hanna Kaczorowska - Jabłońska
cena (netto): scrub 93,50 PLN/500 ml, cream 141,46 PLN/1000 ml, elixir 76,42 PLN/50 ml

www.gerards.pl



LAIT APRES SOLAIRE

Delikatnie chłodzące mleczko polecane do każdego rodzaju skóry po opalaniu, również w solarium. Połączenie aloe vera, D-Panthenolu oraz specjalnego wyciągu z wierzbownicy drobnokwiatowej działa łagodząco. Mleczko zapewnia skórze optymalne nawilżenie przez wiele godzin. Dzięki zawartości masła cupuacu bogatego w sterole i kwasy tłuszczowe, rewelacyjnie odbudowuje elastyczność i jędrność skóry. Mleczko przeznaczone jest do pielęgnacji ciała oraz twarzy.

producent: Jean D'Arcel Cosmetique
dystrybutor: Jean D'Arcel Cosmetique
cena (brutto): 95 PLN

www.jda.com.pl



AROMOTERAPIA NOREL

Zabieg łagodząco – nawilżający na ciało. Niweluje skutki nadmiernego opalania oraz przywraca skórze jędrność i elastyczność. Zawiera ekstrakt aloesu, oleje roślinne, kwas hialuronowy, Centella Asiatica, kasztanowiec i lukrecję. W zabiegu wykorzystano - Cytrusowy peeling cukrowy, Maskę żelową ALOE VERA, Olejek aloesowy oraz Satynowy Mus Cytrusowy. Świeże, „zielone" nuty zapachowe preparatów relaksują, orzeźwiają i koją.

cena: 5 preparatów do zabiegu: 272 PLN
producent/dystrybutor: Laboratorium Kosmetyczne Norel Dr Wilsz,

www.norel.pl

Regenerujący balsam do ciała

Bogaty, gęsty balsam do całego ciała o silnym działaniu nawilżającym i stymulującym regenerację komórek. Zawiera trzy aktywne składniki z ula tj.: miód, prawdziwy skarb urody, źródło energii, odżywienia i łagodzenia. Galaretka królewska – ekstremalnie bogata w cukry, proteiny, aminokwasy, oligoelementy i wit. z grupy B. Propolis o działaniu dotleniającym, łagodzącym i przeciw podrażnieniom. Zawiera olejek ze słodkich migdałów aby chronić skórę przed utratą wody.



producent: Jean d'Estrées Paris
dystrybutor: Hubertus Group
cena (netto):164,22 PLN/ 400 ml

www.jean-destress.pl



TERAPIA MLECZNA Z LYCHEE

Seria kosmetyków, w których połączono odżywcze właściwości koziego mleka z bogactwem witamin i składników mineralnych jakie niesie ekstrakt z Lychee. Składniki te zapewniają skórze głębokie nawilżenie, przyspieszają regenerację, jak też wzmocnienie ściany naczyń krwionośnych. Wyciąg z perły przyspiesza procesy gojenia, zmiękcza blizny oraz przeciwdziała uszkodzeniom skóry wywołanym szkodliwym promieniowaniem. Natomiast kompleks IRICALMIN wykazuje działanie kojące i delikatnie chłodzi podrażnioną skórę.

producent/dystrybutor: Organique

www.organique.pl



SOOTHING AFTER-SUN LOTION
Lekka, łagodząca emulsja kompensująca oddziaływanie promieniowania słonecznego i morskiej soli. Chłodzi rozgrzane ciało, łagodzi powstałe podrażnienia i zaczerwienienia, przywraca prawidłowy bilans wodny, regeneruje i uelastycznia skórę. Dzięki preparatowi opalenizna zachowuje na dłużej piękny, złotawy koloryt.

producent: Thal'ion Thalasso Cosmetics
dystrybutor: Bionantech Cosmetics
cena (netto zakupu): 62 PLN

www.thalion.pl

HYDRA – SOOTHING LOTION - balsam po opalaniu
Łagodzące mleczko nawilżające do twarzy i ciała (After-sun tan enhancer). Utrwala i przedłuża opaleniznę. Świeży i gęsty mleczny żel o kwiatowo-morskim zapachu natychmiast koi skórę, nawilża ją intensywnie i wygładza. W efekcie skóra jest dogłębnie zregenerowana, a opalenizna pięknie podkreślona dzięki perłowemu połyskowi. Składniki aktywne: woda morska, sok z liści aloesu, chlorfenezyna (działanie bakteriobójcze), lilia wodna, ekstrakt z alg.
producent: Laboratoire Thalgo Cosmetic B.L.C
dystrybutor: Thalgo Poland Sp. z o.o.
cena (netto): 132 PLN/150 ml

www.thalgo.pl





OLOS ENERGIA BIANCA
Intensywnie odżywiający zabieg na ciało wraz z stopami oparty na jogurcie. Znany jest z właściwości odżywczych tonizujących i ujędrniających. Uzupełnienie składu stanowi ekstrakt z miodu, owsa i drożdży, które skutecznie odżywiają i regenerują skórę. Intensywnie nawilża i poprawia integralność warstw pomiędzy skórą właściwą a naskórkiem. Pobudza także produkcję kolagenu i integryn odpowiedzialnych za spójność i napięcie skóry.
producent: GTS GROUP
dystrybutor: Amariss Spa & Wellness Consulting
cena (netto): 240 PLN

wwww.spaamariss.pl

THALMER – zabieg detoksykujący z maską remineralizującą.
Niezwykła linia produktów kosmetycznych ze specjalną teksturą, o bogatym i nowatorskim składzie minerałów i mikroelementów z morskiego świata. Oparta jest na naturalnych składnikach aktywnych, takich jak: woda morska, plankton, czerwone algi, brązowe algi oraz sole mineralne. Zabieg oczyszcza skórę, przygotowując na lepszą absorpcję składników aktywnych, a następnie detoksykuje i odżywia skórę.

producent: GTS Group
dystrybutor: Amariss Spa & Wellness Consulting
cena (netto): 200 PLN

www.spaamariss.pl



KREM DE VIE ESENCJA MŁODOŚCI
Odmładzający krem do pielęgnacji ciała. Bogaty w wyjątkowy składnik - pentapeptyd wapnia, który wzmacnia komórki skóry i sprzyja ich odbudowie inicjując produkcję kolagenu i aktywując naturalne białko. Regularnie używany powoduje, że skóra jest gładka i odżywiona. Krem De Vie otula skórę, aby była nawilżona i piękna.

producent: Vie Collection
dystrybutor: SPA-Project
cena (detaliczna brutto): 353 PLN/150 ml

www.spa-project.pl



PRZEGLĄD URZĄDZEŃ DO MODELOWANIA SYLWETKI



fot. Fotolia.com

Masaż próżniowy, ultradźwięki, promieniowanie IR, laser, to najpopularniejsze metody stosowane we współczesnych urządzeniach kosmetycznych do modelowania sylwetki. Metody te występują jako pojedyncza funkcja bądź współdziałając ze sobą. Jednak i tak najważniejsza w tego typu urządzeniach, jest oczywiście skuteczność i szybki efekt. Prezentujemy zestawienie najnowszych i najbardziej innowacyjnych urządzeń do modelowania sylwetki dostępnych na polskim rynku.



CAVISTAR ADVANCE

Nowoczesne, kompleksowe urządzenie do zabiegów odmładzających, wyszczuplających i antycellulitowych. Łączy w sobie trzy skuteczne terapie: elektroporację, kawitację ultradźwiękową na ciało oraz masaż próżniowy.

Kawitacja ultradźwiękowa jest skuteczną metodą redukcji nadmiaru miejscowej tkanki tłuszczowej o udowodnionym działaniu. Masaż próżniowy wspomaga drenaż limfatyczny i ułatwia eliminację produktów przemiany materii, niwelując zwłóknienia, obrzęki i zastoje limfatyczne. Mezoterapia bezigłowa natomiast umożliwia bezinwazyjne wprowadzanie substancji leczniczych do skóry, poprawiając jej kondycję i uzupełniając pozostałe terapie. Dzięki zastosowaniu różnej wielkości głowic, umożliwia wykonywanie zabiegów zarówno na twarz, jak i ciało.

producent: Starbene
dystrybutor: Baylla
cena netto: 80 487 zł

www.baylla.eu

3 MAX

Zaawansowany sprzęt do modelowania sylwetki. Wykorzystuje on trzy najskuteczniejsze technologie: kawitację ultradźwiękową, falę radiową RF oraz masaż podciśnieniowy połączony z wibracją. Skuteczny w walce z cellulitem i miejscową otyłością. Fale ultradźwiękowe o niskiej częstotliwości selektywnie oddziałują na komórki tłuszczowe, trwale zmniejszając ich ilość na wybranym obszarze, nie powodując przy tym uszkodzenia tkanek otaczających. Połączenie fali radiowej RF multipolarne z masażem ssącym, wibracją i światłem LED w jednym zabiegu pobudza metabolizm tkankowy, wygładza i ujędrnia skórę. Pozwala uzyskać efekty już po pierwszym zabiegu.



producent: EunSung Glopal Corp.
dystrybutor: Yasumi s.c.
cena (netto): 77 250 zł
gwarancja: 12 miesięcy z możliwością przedłużenia do 24 miesięcy

www.yasumi.pl

URZĄDZENIE DO LIPOSUKCJI ULTRADŹWIĘKOWEJ

Urządzenie łączy w innowacyjny sposób promieniowanie IR oraz dwa zakresy fali ultradźwiękowej i jest alternatywą dla tradycyjnej liposukcji. Program zabiegowy podzielono na dwa etapy, możliwy jest dobór intensywności działania i modyfikacja czasu trwania zabiegu. Efektem liposukcji ultradźwiękowej jest nieinwazyjna redukcja tkanki tłuszczowej, a cały proces odbywa się bez żadnych skutków ubocznych. W wyniku zabiegów, w trakcie których wykorzystywane jest urządzenie, następuje wyszczuplenie oraz intensywne modelowanie sylwetki i redukcja cellulitu.

producent: Clarena
cena (netto): 10 900 zł
gwarancja: 24 miesiące

www.rubica.pl
www.clarena.pl





BHS 301 SCULPTOR

Urządzenie łączy Cavitation 2.7® (niszczenie tkanki tłuszczowej) z terapią próżniową Dermo Health® (usuwanie tkanki tłuszczowej poprzez drenaż limfatyczny). Połączenie tych dwóch metod gwarantuje długotrwałe efekty bez jakiegokolwiek ryzyka. Metoda Cavitation 2.7® polega na efekcie kawitacji wytworzonej poprzez falę ultradźwiękową o wysokiej częstotliwości (2.7 MHz). W trakcie zabiegu kawitacji, wykorzystując maksymalną moc 45 W, wytwarza się kontrolowaną implozję (nagłe zapadanie się materii w zamkniętym obszarze). W ten sposób następuje wzrost temperatury, a komórki tłuszczowe są niszczone bez uszkadzania sąsiednich tkanek. Głębokość działania fal osiągana przez Cavitation 2.7® wynosi od 20 do 27 mm. Emisja fal rozkłada się równomiernie na całej powierzchni elektrody.

producent: Body Health®
dystrybutor: Bek i Bek
cena netto: 97 560 zł
gwarancja: 12 miesięcy

www.bodyhealth.pl

Q-ENERGY

Q-ENERGY jest urządzeniem wykorzystującym fale ultradźwiękową o częstotliwości 23 kHz, wywołującą efekt kawitacji ultradźwiękowej. Jest przebadanym klinicznie urządzeniem kosmetologicznym, służącym do nieinwazyjnej liposukcji. Jest to bezpieczna metoda, umożliwiająca osiągnięcie zadowalających efektów bez powstania nierówności, często typowych dla zabiegów inwazyjnej liposukcji. Nowa generacja urządzeń kosmetologicznych wykorzystuje w czasie zabiegu ultradźwiękowe wiązki niskiej częstotliwości. Zabieg polega na likwidowaniu komórek tłuszczowych i cellulitu za pomocą fal ultradźwiękowych w celu wymodelowania sylwetki i zmniejszenia obwodów wybranych partii ciała.

producent: Cesare Quaranta
dystrybutor: Intersun
cena (netto): 43 960 Pln
gwarancja: 12 miesięcy

www.intersun.pl





I-LIPO

I-lipo to urządzenie produkcji brytyjskiej firmy Chromogenex Thechnologies LTD, która od 1985 roku jest liderem wśród producentów technologii laserowych i IPL przeznaczonych dla Medycyny Estetycznej. I-lipo to innowacyjna technologia lasera diodowego do frakcyjnej redukcji tkanki tłuszczowej. Wykorzystuje się ją do zabiegów: modelujących sylwetkę, redukujących tkankę tłuszczową, redukujących cellulit. Urządzenie i-lipo stosuje zakres widzialny światła czerwonego o długości fali 650 – 660nm. Jest to tzw. zimny laser, którym można wykonać bezbolesny i szybki zabieg dający natychmiastowe i mierzalne efekty redukcji obwodu miejsca poddawanego zabiegowi.

producent: Chromogenex Thechnologies LTD
dystrybutor: ITP Esthetique

www.itpesthetique.pl

EXILIS

Skuteczność zabiegów Exilis kryje się w połączeniu dwóch mechanizmów: terapii ultradźwiękami i pola wysokiej częstotliwości. Fale ultradźwiękowe rozbijają niechciane depozyty tłuszczowe, a pole o specjalnej częstotliwości rozpuszcza komórki tłuszczowe. Proces ten w skrócie nazywany jest RID – Rozpoznanie, Izolacja, Deaktywacja. System ten pozwala przyspieszyć metabolizm, tłuszcz zostaje rozbity, rozpuszczony i uwolniony z komórek tłuszczowych. Efekty zabiegu są trwałe, bo komórki tłuszczowe zostają zlikwidowane. Exilis jest skuteczny w likwidowaniu cellulitu, wysmukla i modeluje sylwetkę. EXILIS został wyposażony w najnowocześniejsze systemy kontroli bezpieczeństwa.

Producent: BTL Polska Sp. zo.o.
cena (netto): 177 800 zł
gwarancja: 24 miesiące

www.btlnet.pl



OXY SYSTEM

Zaawansowany, bezpieczny i efektywny system wykorzystujący właściwości tlenu, mikrodermabrazję diamentową oraz endomasaż do kompletnych zabiegów na ciało i twarz. Urządzenie stosowane jest do takich zabiegów jak: mikrodermabrazja diamentowa, endomasaż ciała i twarzy, uzyskanie maksymalnego poziomu nawilżenia, odmładzanie i redukcja zmarszczek, spłycenie blizn, redukcja cellulitu i rozstępów, złuszczanie martwego naskórka i oczyszczanie skóry, nasycenie skóry, skondensowanym tlenem, drenaż limfatyczny, regeneracja skóry, rozjaśnianie przebarwień i plam starczych, leczenie trądziku pospolitego i redukcja blizn potrądzikowych

producent: General Project
dystrybutor: Biosana

www.biosana.com.pl





EXIMIA

Eximia posiada zaprogramowane zabiegi na cellulit lipidowy i wodny, nadmiar tkanki tłuszczowej oraz do ujędrniania skóry twarzy, szyi i dekoltu, a także wygładzenia zmarszczek we wrażliwych obszarach wokół oczu i ust. Urządzenie to oparte jest na zaawansowanych technologiach: opatentowanej przez firmę Janus ultraporacji kawitacyjnej oraz endolift. Obydwie metody mają na celu zapewnienie pełnej pielęgnacji ciała i twarzy. Ultraporacja kawitacyjna działa niczym „zastrzyk w głąb skóry", który silnie stymuluje proces lipolizy i wzmacnia spalanie tłuszczu. System Endolift natomiast jest to czterofazowy masaż endodermalny stale powtarzany, wykorzystujący zmienną częstotliwość oraz kontrolowaną moc próżniową.

producent: Janus
dystrybutor: Supernova
gwarancja: 2 lata
cena (netto): 29 000 EUR + 8% VAT

www.supernova.com.pl

ROLL ACTION

Roll Action to system fizjoaktywnego mechanicznego masażu ciała, zainspirowany ruchami wykonywanymi przez masażystów. Roll Action daje siłę i energię w najczęściej wykonywanych zabiegach pielęgnacyjnych na ciało. Urządzenie sterujące ma ergonomiczny kształt i działa z najwyższą precyzją. Posiada cztery rozmiary głowic, które przystosowują się do wszystkich zabiegów i części ciała oraz promiennik podczerwieni. Dzięki temu działa na dwóch poziomach: mechanicznego masażu oraz poprzez efekt termiczny. Zastosowanie: ujędrnianie skóry, rzeźbienie sylwetki, tonizacja mięśni, poprawa ukrwienia, usuwanie toksyn, zwiększenie dopływu krwi do tkanek, stymulacja układu limfatycznego, zwiększenie metabolizmu, zmniejszenie cellulitu

producent: Rös's
dystrybutor: Elecpol
cena (netto): 20 700 + 23% VAT
gwarancja: 12 miesięcy
www.elecpol.pl





CELLU M6™ INTEGRAL - APARAT DO ENDERMOLOGIE™

Najnowszy, wielofunkcyjny aparat do Endermologie™ oferuje zabiegi estetyczne i terapeutyczne na ciało, twarz, szyję, dekolt i biust. Jest to jeden z kilku oryginalnych aparatów wykonujących zabiegi metodą Endermologie™ opatentowaną przez francuskiego producenta LPG™ Systems. Oprócz standardowej szerokości modułu 70mm głowica do ciała obsługuje nowy moduł 80mm co pogłębia efekt zabiegu i skraca jego czas. Ekran dotykowy oprócz parametrów zabiegu wyświetla również program „wirtualnego trenera" - pomocnego w przeprowadzaniu zabiegu. Cellu M6™ Integral to ekskluzywny, mobilny aparat.

producent: LPG™ Systems
dystrybutor: Polmax
cena (netto): 148.380 zł netto + 8% VAT
gwarancja: 12 miesięcy

www.polmax.eu

ICOONE

ICOONE® to technologia, pozwalająca na precyzyjną pracę na tkance łącznej. Likwiduje cellulit, zlokalizowany tłuszcz, luźną skórę, obrzęki limfatyczne, blizny, zaparcia, sztywność mięśni, zapalenia ścięgien oraz wszelkie objawy starzenia się skóry. Technologia stworzona przez Gianfranco Tudico – konstruktora najpopularniejszych urządzeń do masażu próżniowego na świecie, jest oparta na najnowszych badaniach na tkance łącznej i jako jedyna oferuje zabieg zarówno skuteczny, jak i w pełni bezpieczny dla skóry. Możliwość pracy na dwóch głowicach jednocześnie daje szybkie efekty.

producent: Overmed Innovation
dystrybutor: Mrotex PPH Dariusz Mroczek
gwarancja: 12 miesięcy
cena (netto): 29 700 euro (VAT 8%)

www.icoone.pl





GEMINI IV

Gemini IV to broń do zwalczania problemów sylwetki. Urządzenie łączy 4 niezawodne technologie do zabiegów antycellulitowych, wyszczuplających, ujędrniających i modelujących ciało. Połączenie w jednej głowicy masażu ssąco – próżniowego, fal radiowych, podczerwieni masażu oraz mechanicznego ruchomymi rolkami umożliwia wykonanie czterech zabiegów jednocześnie, co czterokrotnie zwiększa skuteczność! Gemini IV wyposażone jest w 2 ergonomiczne głowice przeznaczone do zabiegów na ciało. Są one łatwe w prowadzeniu podczas pracy nawet na trudno dostępnych obszarach. Kolejne 2 znajdują zastosowanie na mniejsze partie, takie jak ramiona, podbródek czy twarz.

dystrybutor: Instytut LestheZone
cena netto: 49 900 zł
gwarancja: 12 miesięcy

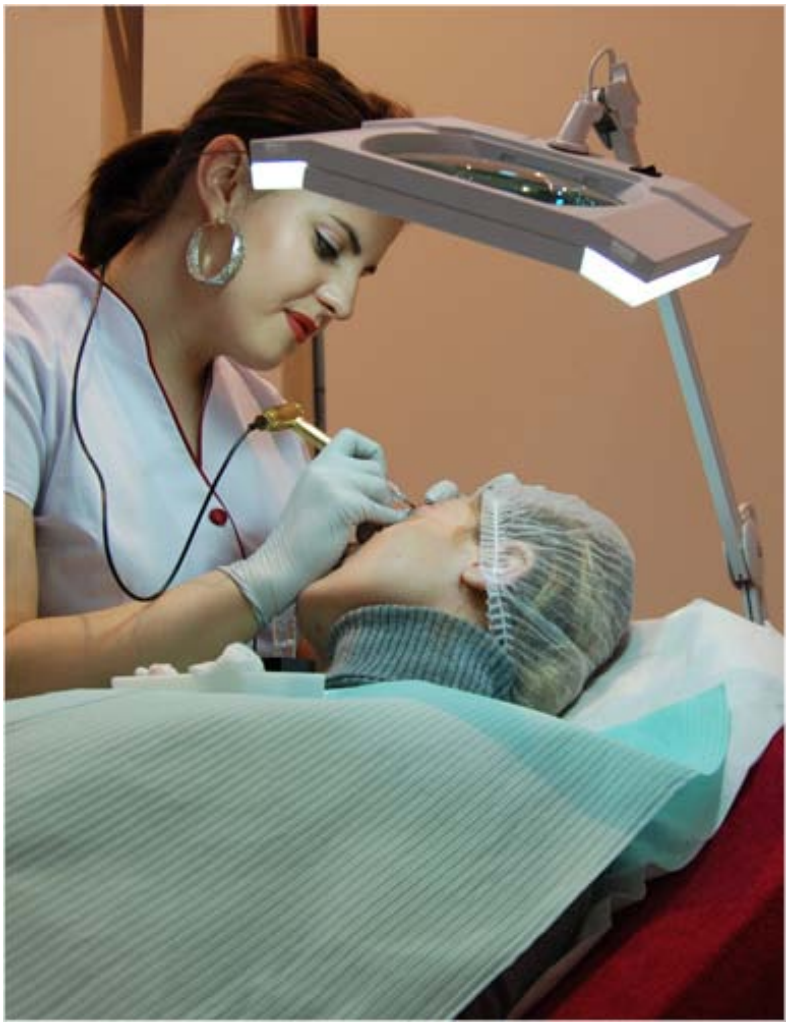
www.lesthezone.pl

NIE WIEMY JAK ROBIĆ KREMY

WIEMY CO ZROBIĆ BY SIĘ WYRÓŻNIAŁY

kreacja identyfikacji wizualnej / tworzenie CI, logotypów / książek marki
komplementarna kreacja serwisów www i kampani promocyjnych
opracowywanie haseł reklamowych / języka komunikacji
design opakowań / materiałów wspomagajacych sprzedaż

azedesign.pl



Mikro-pigmentacja
w medical Spa

Ośrodki Spa coraz częściej ewoluują w kierunku koncepcji medical. Ofertę kosmetyczną i Spa wzbogacają o zabiegi rehabilitacyjne (fizjoterapia, laseroterapia, elektrostymulacja), dermatologię, medycynę estetyczną oraz chirurgię plastyczną. Wśród pakietów gwarantujących szybką poprawę wyglądu, nie może zabraknąć usługi mikropigmentacji. Jest to dziedzina intensywnie rozwijająca się w Polsce, usytuowana między kosmetologią a medycyną estetyczną.

tekst: Agnieszka Prus

Mikropigmentacja (inaczej makijaż trwały lub permanentny) jest zabiegiem należącym do kosmetologii estetycznej. Wykonuje się go w celu podkreślenia naturalnej urody bądź skorygowania jej mankamentów. Dzięki nowoczesnym technikom, zabieg jest bezpieczny i prawie bezbolesny. Dobrze wykonany makijaż permanentny, daje w pełni naturalny i estetyczny wygląd. Jest doskonałym rozwiązaniem na poprawę wyrazistości i zmianę rysów twarzy. Pomaga skorygować asymetrię brwi i ust, jednocześnie nadając im upragniony kolor i formę. Poprawia wyrazistość oczu oraz optycznie zagęszcza rzęsy. Jednak mikropigmentacja to nie tylko upiększanie. Zabieg pomaga klientom w różnych trudnych sytuacjach życiowych. Pozwala zlikwidować wiele defektów urody, powstałych w wyniku przebycia ciężkich chorób lub wypadków. Należą do nich: blizny powypadkowe i pooperacyjne, blizna po zajęczej wardze, plamy bielacze, łysienie plackowate. Ważnym problemem wpływającym na dyskomfort psychiczny kobiety są ubytki zabarwienia otoczki piersi po operacjach. Bądź jej całkowity brak po zabiegu mastektomii. Mikropigmentacja umożliwia korektę w/w ubytków, co wpływa na poprawę wyglądu oraz samopoczucia klienta. Zabiegi wykonywane w obrębie ciała noszą nazwę mikropigmentacji medycznej.

Co daje klientom zabieg mikropigmentacji

Kompleksowość usług to główna strategia biznesowa medical Spa. Zabiegi mikropigmentacji doskonale uzupełniają inne zabiegi z oferty, czyniąc je jeszcze bardziej atrakcyjnymi. Przed wprowadzeniem tej usługi, ważnym aspektem jest zapoznanie się z tematem przez pracujących już specjalistów, terapeutów i lekarzy. Znajomość poszczególnych dziedzin, pozwoli przeprowadzić klienta w taki sposób, aby zapewnić mu jak najlepsze



Łuk brwiowy przed i po zabiegu mikropigmentacji.

efekty.

Przykład 1) Lekarz medycyny estetycznej, konsultując klientkę do zabiegu powiększania ust, może zaproponować wcześniejsze wykonanie mikropigmentacji. Usta często bywają asymetryczne i pozbawione równego koloru. Łącząc te dwa zabiegi uzyskamy optymalny efekt końcowy. Jednak tylko współpraca i wiedza obydwu specjalistów jest gwarancją zadowolenia klienta.

Przykład 2) Współpraca z terapeutą. Coraz częstszymi klientami medical Spa są kobiety po przebytej chorobie nowotworowej. Długotrwałe leczenie, chemioterapia a przede wszystkim operacje chirurgiczne, powodują zaburzenia czynności poszczególnych narządów. Fizjoterapeuta poprzez dobór odpowiedniej terapii jest w stanie zmniejszyć dolegliwości fizyczne. Jednak pozostają jeszcze defekty kosmetyczne, takie jak : blizny pooperacyjne, brak otoczki piersiowej po

Mikropigmentacja to nie tylko upiększanie. Zabieg pomaga klientom w różnych trudnych sytuacjach życiowych. Pozwala także zlikwidować wiele defektów urody, powstałych w wyniku przebycia ciężkich chorób lub wypadków.

mastektomii, utrata brwi i rzęs. Kontakt terapeuty z takim klientem, otoczony jest wzajemnym zaufaniem i wsparciem. Dzięki tej relacji, fizjoterapeuta może być tą pierwszą osobą, która przedstawi zalety mikropigmentacji. Wiele kobiet nie wie, że istnieje możliwość odtworzenia otoczki brodawki piersiowej. Zabieg jest bezbolesny, a proces regeneracji skóry szybki i nieuciążliwy. Dzięki tym zabiegom kobiety odzyskują pewność siebie oraz poczucie atrakcyjności. Niestety nie są to zabiegi refundowane przez NFZ, dlatego skorzystać z takiej usługi można tylko w prywatnych ośrodkach. Oprócz rekonstrukcji otoczki, klientka onkologiczna ma możliwość poprawy rysów twarzy. Mikropigmentacja brwi i oczu daje duże poczucie komfortu w codziennym życiu, a także wpływa na pozytywne spojrzenie na samą siebie.

Współpracując z terapeutą, szybciej i skuteczniej przedstawimy zalety mikropigmentacji, którą z pewnością doceni klient.

Jak wprowadzić usługę mikropigmentacji do Medical Spa ?

Jak każda nowa usługa, mikropigmentacja potrzebuje czasu i odpowiedniej promocji. W pierwszej kolejności, należy ustalić, z którymi zabiegami uzupełnia się najlepiej, tak aby specjalizujący się w nich personel mógł zachęcić do skorzystania. Aby ocenić zainteresowanie mikropigmentacją potencjalnych klientów, można zorganizować spotkanie z prezentacją usługi. Jest to dobra i mało kosztowna forma reklamy. Obecni klienci, mogą zaznajomić się z proponowaną usługą, uzyskać odpowiedzi na nurtujące pytania, a przede wszystkim poznać specjalistę mikropigmentacji. Takie spotkania, poza promocją nowych zabiegów, ukazują wysoki standard obsługi klienta oraz dbałość o jego zadowolenie. Najszybciej jednak, docieramy do klienta w kontakcie bezpośrednim. Poznając jego pragnienia i oczekiwania, jesteśmy wstanie fachowo go pokierować. Wprowadzenie nowej usługi łączy się ze wzrostem kosztów. Nie mając pewności czy mikropigmentacja przyjmie się jako usługa w medical Spa, placówki decydują się na współpracę z zewnętrznymi specjalistami. W tym momencie nie ponoszą kosztów związanych



Usta przed i po zabiegu mikropigmentacji.

ze szkoleniem pracownika, zakupem aparatury i akcesoriów. Zewnętrzny specjalista posiada własne wyposażenie, prowadzi działalność gospodarczą co ułatwia sposób rozliczenia oraz przyjeżdża na umówione wizyty. Taka metoda pozwala na ocenę sytuacji i podjęcie późniejszej decyzji co do wdrożenia usługi na stałe.

Przyszłość mikropigmentacji

Przyszłością branży będą terapie kompletne i dopasowane do potrzeb każdego odwiedzającego pacjenta. Dlatego ważne jest budowanie portfela produktów i usług, zgodnie z oczekiwaniami klienta. W czasach gdzie wygląd ma istotne znaczenie, a pośpiech i tempo życia nie pozwalają na wykluczenie z codzienności, sprawdzają się terapie przynoszące natychmiastowe efekty. Do nich możemy zaliczyć mikropigmentrację. Jest to przede wszystkim delikatne i naturalne podkreślenie urody. Zabieg jest mniej bolesny, a regeneracja naskórka i powrót do codziennych zajęć szybszy. Mikropigmentacja to idealne rozwiązanie dla osób, które cenią sobie wygodę, elegancję i zaoszczędzony czas. Od współczesnej kobiety wymaga się, nienagannego wyglądu w każdej sytuacji. Kobieca twarz, jest jej wizytówką. Nowoczesne panie, prowadzą aktywny tryb życia, zajmują ważne stanowiska oraz często występują publicznie. W tym pośpiechu, nie zawsze znajdują czas na wykonanie makijażu. Zawsze świeży i atrakcyjny wygląd, zapewni im odpowiednio dobrany i wykonany zabieg mikropigmentacji.

Agnieszka Prus
kosmetolog, specjalista ds. mikropigmentacji
www.mikropigmentacja.pl
Fot. Autorka

Bezpieczny makijaż permanentny

Makijaż permanentny wywodzi się bezpośrednio od tatuażu. Kraje azjatyckie, a szczególnie Japonia, posiadają bogatą historię tej sztuki. Tatuaż miał tam bowiem znaczenie rytualne i upiększające.

W dawnych czasach metody wykonywania tatuażu były proste i bez wątpienia bolesne. Służyły do tego zaostrzone patyczki, kości i zęby zwierząt. Wprowadzano nimi barwnik wcześniej naniesiony na skórę. Wzrost zainteresowania tatuażem nastąpił w latach sześćdziesiątych XX wieku. Europa powoli przekonywała się do tego rodzaju zdobienia skóry. Z biegiem czasu zaczęły zmieniać się techniki i powstawały coraz nowocześniejsze aparaty.

W Polsce tatuaż praktycznie do lat osiemdziesiątych XX wieku był negatywnie postrzegany. Kojarzył się bowiem jedynie z marginesem społecznym.



tekst: Grzegorz Bek

Nowa dziedzina kosmetyki

Pierwszy makijaż permanentny w Europie został pokazany w latach siedemdziesiątych ubiegłego stulecia. Miało to miejsce na Targach Kosmetycznych w Niemczech. Pierwsze aparaty do zabiegów były bardzo proste i mało precyzyjne. Stosowano barwniki takie jak do tatuażu, a więc makijaż był intensywny w swojej kolorystyce, często przerysowany i pozostawał na długie lata.

Do Polski makijaż permanentny dotarł w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia. Na początku był mało popularny, jednak z biegiem czasu i ta dziedzina kosmetyki zaczęła się u nas rozwijać. Powstawał nowy, precyzyjniejszy sprzęt, zmieniały się barwniki. Dzisiejszy makijaż permanentny bardzo odbiega od makijażu sprzed dwudziestu lat. Zmienił bowiem swoją formę, kolorystykę oraz sposób wykonywania.

Kobiety w końcu XX wieku zaczęły coraz większą uwagę przywiązywać do swojego wyglądu. Dbanie o siebie stało się regułą. Nie tylko ładna figura, ale również zadbana twarz stała się bardzo ważna. Współczesna aktywna kobieta nie zawsze jednak ma czas na zrobienie dokładnego, precyzyjnego, codziennego makijażu. Stojąc w korkach często maluje oczy i usta. A wszystko to w biegu. Zaradzić temu może profesjonalnie wykonany makijaż permanentny.

Dzisiejszy makijaż permanentny jest bardzo subtelny i naturalny. Delikatnie bowiem podkreśla usta, oczy i brwi. W razie potrzeby koryguje pewne niedoskonałości. Jest nieoceniony na basenie, siłowni lub gdy z jakiegoś powodu kobieta nie może się malować (alergie, słaby wzrok, etc…).



Istotną kwestią związaną z bezpieczeństwem makijażu permanentnego jest stosowanie bezpiecznych i hipoalergicznych barwników. Najwyższy poziom bezpieczeństwa zapewniają barwniki syntetyczne, produkowane ze składników używanych do produkcji medykamentów.

Technologia i bezpieczeństwo

Makijaż permanentny jest bezpieczny i prawie bezbolesny. Jednorazowe, sterylne i bardzo precyzyjne igły, a do tego skuteczne środki znieczulające zapewniają najwyższy standard wykonania zabiegu. Dzisiejsza igła, tzw. kartridż, jest modułem wkładanym w prosty sposób do rączki aparatu. Kartridż ma wmontowaną membranę, która zapobiega przedostawaniu się krwi i płynów ustrojowych do rękojeści. Rozwiązanie to sprawia, że sprzęt, na którym pracujemy jest sterylny i nie stwarza niebezpieczeństwa zarażenia np. wirusem żółtaczki. Połączenie igły z plastikową nasadką oraz membraną jest chronione patentem. Każda igła pakowana jest w pojedyncze, sterylne opakowanie.

Po wyłączeniu sprzętu igła chowa się automatycznie, przez co nie jesteśmy narażeni na przypadkowe ukłucie i możliwość zakażenia się podczas zabiegu.

Urządzenia, które stosują starsze rozwiązania technologiczne posiadają osobno igły i osobno utrzymujące je nasadki. Takie igły mają małą precyzję i rozszarpują skórę. Występuje wtedy duże krwawienie, co wiąże się ze słabym wprowadzeniem barwnika. Zabieg taki jest też bardziej bolesny. Istnieje również bardzo duże niebezpieczeństwo zarażenia się wirusami krwi lub bakteriami, ponieważ rękojeści, w której zamontowana jest elektronika i która ma kontakt z krwią oraz płynami ustrojowymi, nie można wysterylizować. Igła-kartridż zapewnia bardzo dużą precyzję – dzięki temu barwnik jest równomiernie rozprowadzany.



Igła, czyli tzw. kartridż, jest modułem wkładanym w prosty sposób do rączki aparatu. Ma on wmontowaną membranę, która zapobiega przedostawaniu się krwi i płynów ustrojowych do rękojeści.

Istotną kwestią związaną z bezpieczeństwem makijażu permanentnego jest stosowanie bezpiecznych i hipoalergicznych barwników. Barwniki syntetyczne, produkowane ze składników używanych do produkcji medykamentów, zapewniają najwyższy poziom bezpieczeństwa. Barwniki z mało wiarygodnych źródeł mogą zawierać np. rakotwórcze toksyny.

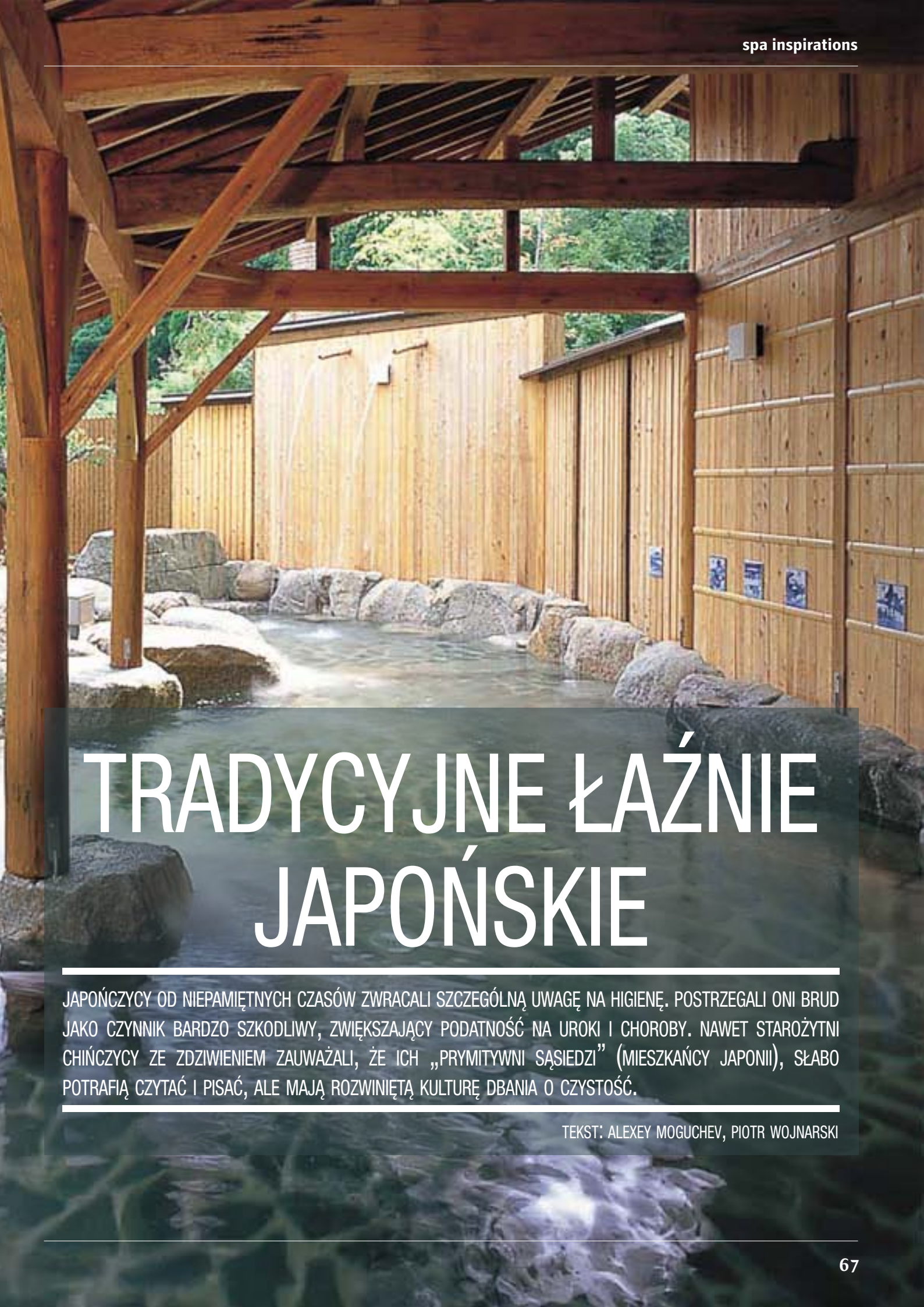
W kwestii bezpieczeństwa makijażu permanentnego ważny jest również sam sprzęt. W tradycyjnych urządzeniach częstotliwość pracy igły spada, gdy napotyka zgrubienia skóry, co skutkuje przerywanymi liniami i gorszym efektem kolorystycznym.

Urządzenia najnowszej technologii spełniają wszelkie oczekiwania i pozwalają na osiągnięcie najwyższej precyzji. Zastosowane w nich jednorazowe kartridże płynnie wprowadzają barwnik. Decydując się na taki zabieg możemy uzyskać ładny odcień czerwieni wargowej z podkreśleniem konturu ust, regularne i przyciemnione brwi, czy zagęszczone optycznie rzęsy i wyraźniejsze oczy. Wszystko to jest w zasięgu ręki. Wystarczy makijaż permanentny, rozwiązanie polecane wszystkim paniom.

Grzegorz Bek
Dyrektor Generalny BEK i BEK
fot. BEK i BEK



fot. Sakura Hotel Hatagaya



TRADYCYJNE ŁAŹNIE JAPOŃSKIE

JAPOŃCZYCY OD NIEPAMIĘTNYCH CZASÓW ZWRACALI SZCZEGÓLNĄ UWAGĘ NA HIGIENĘ. POSTRZEGALI ONI BRUD JAKO CZYNNIK BARDZO SZKODLIWY, ZWIĘKSZAJĄCY PODATNOŚĆ NA UROKI I CHOROBY. NAWET STAROŻYTNI CHIŃCZYCY ZE ZDZIWIENIEM ZAUWAŻALI, ŻE ICH „PRYMITYWNI SĄSIEDZI" (MIESZKAŃCY JAPONII), SŁABO POTRAFIĄ CZYTAĆ I PISAĆ, ALE MAJĄ ROZWINIĘTĄ KULTURĘ DBANIA O CZYSTOŚĆ.

TEKST: ALEXEY MOGUCHEV, PIOTR WOJNARSKI

Z wyczaj bardzo dokładnego, codziennego mycia się jest mocno zakorzeniony w kulturze japońskiej. Japońskie tradycyjne łaźnie, podobnie jak rosyjskie banie i fińskie sauny, istniały już w czasach prehistorycznych. Znaleziska archeologiczne dowodzą, że już w pierwszym wieku naszej ery ludzie zamieszkujący archipelag japoński myli się przy pomocy mieszanki łusek ryżowych z popiołem z węgla drzewnego, a następnie ogrzewali w gorącej kąpieli, w drewnianych beczkach. W klimacie subtropikalnym, jaki panuje na południu Japonii, ta procedura dawała uczucie odświeżenia i czystości. Natomiast podczas mroźnej zimy bardzo skutecznie rozgrzewała organizm i zapewniała ochronę przed przeziębieniem.

Historia Sento

Pierwsze łaźnie publiczne, zwane Sento, zostały wybudowane w Japonii przez mnichów buddyjskich w świątyniach dawnej stolicy Nara w VIII wieku naszej ery. Od tego czasu mnisi zapewniali wszystkim bezpłatny wstęp do łaźni. Po zakończeniu okresu ciągłych wojen pomiędzy wielkimi klanami arystokratów i zjednoczeniu kraju przez szogunów z rodu Tokugawa nastąpił długi okres stabilizacji w historii Japonii sprzyjający rozwoju rzemiosła, kultury i handlu oraz łaźni. W 1581 w rozwijającym się prężnie Edo (obecne Tokio) powstała pierwsza komercyjna łaźnia publiczna, wykonana w „nowoczesnym" stylu, stosująca zasady przestrzegane do dziś. Nowy typ łaźni odniósł ogromny sukces i w niedługim czasie w całym mieście działało już blisko 600 łaźni komercyjnych, które szybko stały się ważnym miejscem spotkań i aktywności towarzyskiej dla lokalnych społeczności. W rzeczywistości jednak sama idea dawnej łaźni japońskiej nie uległa zasadniczym zmianom, zarówno wtedy, jak i dziś.

po prawej
W Japonii nie wchodzi się do żadnej kąpieli (nawet w domu) bez obmycia się. Na zdjęciu strefa przygotowania do kąpieli w łaźni Sento – wydzielone przestrzenie z charakterystycznymi niskimi stołeczkami, ustawionymi na podłodze przed prysznicem i często również lustrem.

Tradycja Sento

Głównym wyróżnikiem dla tradycji wizyty w Sento jest, charakterystyczna dla niego, niemal rytualna dbałość o kolejność poszczególnych kroków. Każdy z kolejnych etapów powinien odbyć się w oddzielnych pomieszczeniach. Tuż po wejściu do budynku, jak wszędzie w Japonii, należy obowiązkowo zdjąć obuwie. Następnie goście udają się do szatni nazywanej datsuiba, która w większości łaźni ma powierzchnię około stu metrów kwadratowych, a jej podłogę pokrywają najczęściej maty tatami. Oprócz szaf na ubrania i rzeczy osobiste, szatnia jest wyposażona jeszcze w regały na przybory higieniczne i, ostatnio coraz częściej, w oddzielne szafki dla stałych klientów. Wysokość pomieszczeń w łaźni jest cał-

Najbardziej typową formą kąpieli Ofuro jest duża drewniana beczka (lub drewniany basen) wypełniona wodą z małą ławą lub taborecikiem na dnie. Woda jest podgrzewana do temperatury od 40 do 50 stopni Celsjusza.



fot. Woodstock Inn & Resort



fot. www.fourseasons.com



Onsen to tradycyjna łaźnia wywodząca się z kąpieli w naturalnych gorących źródłach. Nie wszystkie funkcjonujące dziś łaźnie tego typu wykorzystują naturalne źródła, ale wciąż większość z nich hołduje tradycji kąpieli w mineralnych wodach geotermalnych na świeżym powietrzu.

fot. Sakunami Onsen Hotels

kiem duża – w granicach trzech – czterech metrów.

Strefa kąpielowa łaźni (ściany i podłogi) wykładana jest terakotą lub kamieniem, a całość strefy podzielona jest na dwie części:

- w pierwszej odbywa się rytuał dokładnego obmywania całego ciała z brudu fizycznego i duchowego. W Japonii nie wchodzi się do żadnej kąpieli (nawet w domu) bez obmycia się. Cała ta strefa posiada przygotowane w tym celu niskie stołeczki ustawione na podłodze przed prysznicem i często również lustrem;
- w drugiej części znajduje się zazwyczaj kilka basenów z wodą o rożnej temperaturze, z których najgorętsze utrzymują temperaturę do 55 stopni Celsjusza. W tych najgorętszych basenach powinno siedzieć się zanurzonym do wysokości klatki piersiowej, tak by serce nie znajdowało się pod lustrem wody. W tym czasie ręcznik, który śluzy do owinięcia ciała, trzyma się zwinięty na głowie.

W dzisiejszych czasach Sento coraz bardziej przypominają zachodnie aquaparki i centra rozrywki wraz z ich restauracjami, salonami masażu, fryzjerami, kafejkami, sklepami z upominkami itp.

Tradycja Onsen

Znacznie bardziej prestiżową odmianą łaźni japońskiej jest Onsen. Nazwa ta oznaczała pierwotnie „gorące źródło". Dziś odnosi się również do całej, rozbudowanej struktury hotelowo – wypoczynkowej, którą połączono z zespołem łaźni i gorących źródeł. Obecnie w Japonii znajduje się ponad dwa tysiące działających łaźni Onsen.

Onsen tradycyjnie wywodzi się z kąpieli w naturalnych gorących źródłach. Co prawda nie wszystkie funkcjonujące dziś łaźnie tego typu wykorzystują naturalne źródła, ale wciąż większość z nich hołduje tradycji kąpieli w mineralnych wodach geotermalnych na świeżym powietrzu. To są te cechy, które odróżniają Onsen od innych łaźni. Te same cechy wskazują też, że jest to jednym z najstarszych typów łaźni.

W tradycjach i pochodzeniu Onsenów widać wyraźny wpływ szamańskiego kultu duchów natury – Shinto, z którego pochodzi przekonanie o zbawczej, regeneracyjnej sile przyrody. Stąd od bardzo dawnych czasów Japończycy przypisują Onsenom, oprócz wybitnie relaksujących, również cechy lecznicze i magiczne. Wielu z nich nadal uważa, że woda w Onsenach ma właściwości lecznicze. Polecana jest na reumatyzm, cukrzycę, choroby trawienia, choroby kobiece, astmę i wiele innych schorzeń. W kwestii przygotowania do pobytu w Onsenie i procedur zażywania w niej kąpieli, można powiedzieć, że nie różnią się one zbyt wiele od tych z Sento i dotyczą raczej szczegółów.

nie przy dekoracji wnętrz. Niestety, w odróżnieniu od tych, bardzo spopularyzowanych, aspektów japońskich tradycji, wciąż niewielu ludzi wie cokolwiek o prostych i niezwykle skutecznych japońskich metodach, które można by wykorzystać na polu Spa i wellness. W Japonii istnieją całe systemy dbania o zdrowie, kondycję i dobre samopoczucie oraz jedne z najstarszych na świecie obiekty typu Spa & wellnes, które można by tak nazwać nawet według dzisiejszych kryteriów. Ta tradycja jest tak dopracowana i elastyczna zarazem, że bez większych zmian i z dużą łatwością, można by przenieść wiele jej zabiegów, procedur oraz koncepcji na nasz zachodni grunt. Można je wdrożyć w salonach Spa, Day Spa,

W JAPONII ISTNIEJĄ CAŁE SYSTEMY DBANIA O ZDROWIE, KONDYCJĘ I DOBRE SAMOPOCZUCIE ORAZ JEDNE Z NAJSTARSZYCH NA ŚWIECIE OBIEKTY TYPU SPA & WELLNES, KTÓRE MOŻNA BY TAK NAZWAĆ NAWET WEDŁUG DZISIEJSZYCH KRYTERIÓW. TA TRADYCJA JEST TAK DOPRACOWANA I ELASTYCZNA ZARAZEM, ŻE BEZ WIĘKSZYCH ZMIAN I Z DUŻĄ ŁATWOŚCIĄ MOŻNA WDROŻYĆ JEJ ELEMENTY W SALONACH SPA, DAY SPA, HOTELOWYCH SPA ORAZ WIELKICH KURORTACH.

Tradycja Ofuro

Innym rozpowszechnionym w Japonii rodzajem łaźni, możliwym do zastosowania również w małej skali, np. w domu jest Ofuro. Słowo to oznacza po prostu beczkę do kąpieli, lub kąpiel. Tradycyjnie, najczęściej kąpiele te odbywały się w wielkich beczkach, baliach itp. Najbardziej typową formą Ofuro jest duża drewniana beczka (lub drewniany basen) wypełniona wodą z małą ławą lub taborecikiem na dnie dla wygody. Przed skorzystaniem z Ofuro, tak samo jak i z innych łaźni, obowiązkowo należy się obmyć i spłukać dokładnie całe ciało. Woda jest podgrzewana do temperatury od 40 do 50 stopni Celsjusza. Kąpiel taka przynosi szereg korzyści prozdrowotnych – stymuluje układ krążenia, reguluje metabolizm, działa przeciwreumatyczne, oczyszcza organizm i stymuluje procesy jego odmładzania, sprzyja utracie wagi, zwiększa odporność organizmu, łagodzi stres i depresje.

Nieco nietypową odmianą kąpieli wywodzącą się z tradycji japońskiej są kąpiele suche w podgrzewanych, drobnych wiórach cedrowych. Wióry podgrzewa się do temperatury około 50 stopni Celsjusza, tak aby zaczęły wydzielać dobroczynne olejki eteryczne zawarte w drewnie cedrowym. Czas trwania takie suchej kąpieli nie powinien przekraczać dwunastu minut. Wielką zaletą takich zabiegów jest to, że porowate wióry cedrowe ściągają i wchłaniają pot, podczas gdy cenne substancje z drewna przenikają przez pory skory do wnętrza ciała.

Japońskie tradycje a zachodnie Spa i wellness

Dla wielu współczesnych ludzi zachodu uważających się za miłośników kultury japońskiej, korzystanie z jej osiągnięć, w dziedzinie stylu życia, ogranicza się do konsumpcji sushi oraz powierzchownej znajomości filozofii zen, stosowanej głównie hotelowych Spa oraz wielkich kurortach i zaproponować, jako zabiegi i rytuały oparte o, żywą wciąż, tradycje łaźni japońskiej. W tym celu można by wykorzystać miedzy innymi następujące procedury i zbiegi: ryżowy peeling ciała na gorącym kamiennym stole, masaż pianowo – mydlany, masaż miotłami bambusowymi, rytuał kąpielowy Ofuro, rytuał kąpielowy Furako, tradycyjne masaże Shiatsu i Amma, relaks przy ceremonii herbacianej, metody kontemplacji i relaksu w profilaktyce antystresowej oparte na tradycjach Zen oraz innych japońskich szkól duchowych.

To tylko cześć, możliwych do wykorzystania, olbrzymich zasobów japońskiej kultury. Należy też pamiętać, że jest to kraj, w którym udaje się harmonijnie łączyć ogromny szacunek do tradycji z wielkim rozwojem technologicznym. Moglibyśmy się wiele z ej tradycji nauczyć. Wystarczy pamiętać, że japońska kultura jest przesiąknięta filozofią harmonijnego współdziałania z naturą. A przecież, a my mamy wciąż jeszcze wiele pięknych zakątków przyrody, które z powodzeniem można by wykorzystać do stworzenia centrów Spa i Wellness opartych na koncepcji współdziałania z naturą.

Alexey Moguchev, Piotr Wojnarski

Alexey Moguchev - ekspert Polskiego Instytutu Spa i Wellness, dyrektor wschodnioeuropejskiej filii International Spa School w Moskwie.

Piotr Wojnarski - terapeuta Spa & Wellness

Masaż AMMA – ukojenie dłońmi



fot. Day Spa Zen

Amma to masaż, którego technika oparta jest o tradycyjną sztukę japońskiej akupresury. Już sama nazwa „Amma", co oznacza – „ukojenie dłońmi" zdradza jego podstawowe zastosowanie jakim jest relaksacja i likwidacja stresu. Dzięki swojej charakterystyce masaż może być stosowany niemalże w każdych warunkach, np. podczas przerwy w pracy.

tekst: Irina Kaczurowska

Masaż Amma wykonuje się na specjalnym krześle, zapewniającym optymalną i bardzo wygodną pozycję osobie masowanej. Można go również wykonywać na zwykłym krześle, albo po prostu w pozycji siedzącej na podłodze. Technika ta polega na plastycznych ruchach (Kata), pozwalających na szybkie uwolnienie od napięć. Jest to szczególny masaż karku, ramion, pleców i głowy. Osoba w trakcie masażu jest ubrana w luźną i wygodną odzież. Nie ma też potrzeby stosowania oliwki czy kremów, co oznacza, że może on być wykonywany w biurach, np. w porze lunchu. Tak więc masaż ten można wykonywać o dowolnej porze dnia i w dowolnym miejscu. Z jego dobrodziejstwa mogą korzystać niemalże wszyscy. Nie ma żadnych ograniczeń dotyczących wieku, płci, czy problemów zdrowotnych.

Historia masażu Amma

Masaż punktowy po raz pierwszy był opisany trzy tysiące lat temu w Chinach, pod nazwą „anmo". Następnie około 1300 lat temu poprzez Koreę dotarł on do Japonii, gdzie szybko zyskał na popularności. Do dziś jest tam szeroko stosowany pod nazwą Amma. Z biegiem czasu, z niektórych technik masażu Amma wyewoluował, bardziej dziś znany wielu ludziom, masaż Shiatsu. To właśnie ta zależność powoduje, że masaże te mają wiele podobnych właściwości. Wszystkie ich techniki ukierunkowane są na zwiększenie subtelnej energii życiowej (Chi) płynącej w meridianach (kanałach energetycznych), które przenikają całe nasze ciało.

Zarówno mapa punktów energetycznych na ciele, jak i tradycyjne techniki masażu Amma, mają bardzo długą historię, a mimo to przetrwały do naszych czasów. Stało się tak ze względu na ich wysoką skuteczność oraz fakt, że cały system masażu jest dość elastyczny i można go przystosowywać do nowych czasów.

Wykorzystując metodę masażu Amma, w której osoba masowana znajduje się w pozycji siedzącej, masażysta w ciągu około zaledwie piętnastu minut jest w stanie znacznie zwiększyć jej wydajność fizyczną i psychiczną. W niektórych przypadkach może mu to pozwolić dalej aktywnie funkcjonować do końca dnia. Masaż ten, w zależności od doboru technik, siły nacisku oraz tempa może wywoływać pobudzenie w ciągu dnia, relaksować po wymagającym dniu, czy wręcz zapewnić spokojny sen, kiedy jest taka potrzeba.

Masażysta wykonując masaż Amma uciska różne punkty znajdujące się na plecach, rękach, głowie czy biodrach.

Głównym zadaniem masażu Amma jest zrównoważenie energii w ciele i emocjach, co kojąco działa na cały organizm. W trakcie masażu uciskane są nie tylko punkty na kanałach energetycznych (meridianach), ale również i inne strefy, w tym duże grupy mięśniowe, co czyni ten masaż przyjemnym i głęboko relaksującym.

Stymuluje określone punkty na meridianach lub w ich pobliżu, by zrównoważyć energie w ciele pacjenta. Jeżeli wzdłuż przebiegających w ciele kanałów energetycznych powstają blokady, powoduje to różnego powodu problemy zdrowotne i napięcia mięśniowe. Można to porównać z rzeką, która płynie swoim korytem, dopóki coś jej nie zablokuje, a wtedy woda opuszcza koryto rzeki sprawiając mnóstwo kłopotów. Głównym zadaniem masażu Amma jest zatem wyrównanie przepływu tej energii. W efekcie następuje zrównoważenie energii w ciele i emocjach, co kojąco działa na cały organizm. W trakcie masażu uciskane są nie tylko punkty na kanałach energetycznych (meridianach), ale również i inne strefy, w tym duże grupy mięśniowe, co czyni ten masaż przyjemnym i głęboko relaksującym. Ten szybki ale głęboko odprężający i likwidujący stres masaż pozwala zapomnieć o wielu troskach codziennego życia.

Irina Kaczurowska
Specjalistka masaży orientalnych Time Spa Zen.

PRZYKŁADOWY RYTUAŁ JAPOŃSKI

(TIME SPA ZEN Warszawa www.timespazen.pl)

HUO: Rytuał ognia: Rytuał rozpoczyna tradycyjny, japoński masaż mydlany. Wykonywany jest on na podgrzewanej płycie marmurowej. Stanowi połączenie zabiegów odmładzających, pielęgnacyjnych oraz masażu pianą. Efektem zabiegu jest wzrost sił obronnych organizmu i opóźnienie procesów starzenia się skóry.

Kolejnym etapem jest relaksacyjna kąpiel w beczce Ofuro , która przygotowuje ciało do następnego zabiegu czyli masażu bambusami. Masaż wykonywany jest na ciepłym oleju, bambusowymi kijami różnego kształtu, którymi wykonywane są ruchy wibracyjne, delikatnie kojące, ugniatające i uciskowe. Masaż poprawia krążenie, niweluje napięcia, wprowadza ciało w głęboki relaks, doskonale odpręża i poprawia samopoczucie.



fot. Day Spa Zen

Dieta według AYURVEDY

Tym razem w dziale Spa Inspirations poświęconym Ayurvedzie przedstawiamy jeden z jej istotniejszych systemów terapii, jakim jest dieta. To propozycja nie tylko dla wszystkich zainteresowanych zdrowym odżywianiem, ale także pomysł na specjalizację dla kuchni w ośrodkach Spa i Wellness. Tradycyjne i sprawdzone w praktyce metody odżywiania, z powodzeniem udaje się stosować w Spa na całym świecie.

tekst: Alexey Moguchev, Piotr Wojnarski



fot. 123rf.com

Według Ajurwedy, sprawą podstawową dla zachowania zdrowia jest przestrzeganie zdrowej diety i odpowiedniego trybu życia. Ważne również są takie tradycyjne praktyki jak joga i ćwiczenia oddechowe oraz zrozumienie dla duchowych praktyk, będących podstawą do tworzenia harmonii i szczęścia.

Odpowiednia dieta

Jeżeli rozumie się związek zachodzący między konstytucją człowieka według Ayurvedy , a właściwościami różnych pokarmów, wtedy można wybrać odpowiednią dla siebie dietę. Należy przy tym brać pod uwagę smak pokarmów (słodkie, kwaśne, słone, gorzkie, ostre i pikantne, a ponadto czy są one lekkie, czy ciężkie, wytwarzające ciepło czy zimno, soczyste czy suche, płynne czy stałe). Należy też uwzględnić porę roku.

Oto kilka zasad dotyczących żywienia według zasad Ayurvedy:

- zachować odpowiedni czas i umiar,
- żywność powinna być świeża, dobrze przygotowana, odpowiadająca sezonowi w jakim się ją pozyskuje,
- starajcie się jeść w tym samym czasie, o tej samej porze, w przyjaznej atmosferze oraz tylko w czasie pojawienia się uczucia głodu, nie wcześniej niż przetrawi się zjedzony wcześniej posiłek,
- nie róbcie sobie „przekąsek" miedzy posiłkami,
- postarajcie się w ciągu dwóch godzin przed jedzeniem nie pić zbyt dużo płynów, a także w ciągu dwóch godzin po jedzeniu – osłabia to trawienie,
- nie jedzcie zimnych, „nieświeżych" potraw i napojów. Częste picie zimnych napojów osłabia trawienie i odporność organizmu na choroby. Unikać także należy niezgodnych ze sobą produktów (np. mleko z solą, ryba i kwaśne produkty), które powodują powstawanie toksyn w organizmie.
- w ciągu dnia trzeba regularnie pić ciepłą wodę gotowaną – od kilku łyków do ½ szklanki (zależnie od pragnienia) co pół godziny, godzinę. Sposób przygotowania: 1litr wody gotować z imbirem około 20 min. na małym ogniu (bez pokrywki).

Przykładowa dieta całodzienna

Śniadanie: lekka dieta, zielona herbata (ciepła lub gorąca), mleko (zagotowane) z przyprawami, soki, ciepła przegotowana woda, kasze, chleb bez drożdży, owoce, suszone owoce.

Obiad: powinien być różnorodny i odżywczy, to najlepszy czas do przyjęcia przez organizm, ciężkich potraw; bobu, mięsa, kwaśno – mlecznych produktów itp. Jedzenie przyjmuje się według zasady ilości trzech garści i w kolejności według jakości (ciężka, średnia, lekka).

Kolacja: średnia, lekka dieta, twarde sałaty, ragout z jarzyn, zupy, kasze, puree, owoce, soki, zielona herbata, chleb bez drożdży.

„LASSI" – napój poprawiający trawienie, chroniący przed rożnymi chorobami systemu trawiennego. Zaleca się wypijać szklankę lassi w czasie obiadu i wedle uznania pomiędzy obiadem a kolacją. Sposób przygotowania: wieczorem do pół litra ciepłego gotowanego mleka dodać 1-2 łyżki stołowe śmietany, 2-3 łyżki kefiru dobrze wymieszać zostawić w ciepłym miejscu. Do obiadu baza napoju będzie gotowa. Zmieszać z wodą w proporcji ½ lub ¼ . Można dodać sól, imbir, kminek, kolendrę i inne przyprawy, albo miód (cukier), kardamon, imbir, owocowe soki.



fot. Como Hotels and Resort

„GHEE" – masło ghee – topione, klarowane. Zaleca się używać je zamiast tradycyjnego masła do przygotowania potraw. Roztopić masło w naczyniu żaroodpornym i gotować na małym ogniu stopniowo mieszając. Kiedy piana osiądzie na dnie i zabarwi się na jasnobrązowo, masło jest gotowe. Przefiltrować i przechowywać w szklanym naczyniu w temperaturze pokojowej.

Dieta zalecana dla typu KAFA



fot. Como Hotels and Resort

OGÓLNE ZALECENIA:

Korzystne jest lekkie, suche, gorące lub ciepłe jedzenie. Dieta typu Kafa powinna zawierać ostry, gorzki i cierpki smak dlatego trzeba używać przypraw i świeżych ziół, wskazane są sałatki i surowe warzywa. Wskazane są również posiłki mało przetworzone (nie gotowane długo) z niską zawartością tłuszczu. Bardzo korzystne są gorące napoje i produkty spożywcze stymulujące (przyprawy i używki). Należy unikać zimna, ciężkiego, tłustego, wysokokalorycznego jedzenia. Należy unikać słodkiego, kwaśnego i słonego smaku. Nie wolno się przejadać. Najzdrowsze pożywienie dla Kafy to sałatki i zupy (zupy nie powinny być zbyt zawiesiste i tłuste).

Warzywa: przydatne są niemal wszystkie odmiany warzyw – buraki, wszystkie rodzaje kapusty, marchew, seler, bakłażan, pieczarki, cebula, czosnek, chrzan, rzodkiewka, ziemniaki, zielone warzywa liściaste – szpinak, sałata, itp. Przy przygotowywaniu warzyw korzystajcie z bardzo małej ilości oleju i wody. Ograniczcie ilość kwaśnych i bardzo soczystych warzyw - pomidorów, cukiń i ogórków.

Owoce: korzystne są jabłka, morele, gruszki, persymony, granaty, brzoskwinie, jagody, suszone owoce (figi, daktyle, rodzynki, itp.). Należy ograniczyć spożycie zbyt kwaśnych, słodkich i soczystych owoców – bananów, melonów, grejpfrutów, świeżych fig, winogron, pomarańczy itp.

Zboża: dla Kafy najlepsze są – jęczmień, gryka, kukurydza, proso, żyto, ryż w małych ilościach. Unikaj jedzenia płatków owsianych i pszenicy.

Produkty mleczne: dobre są te o niskiej zawartości tłuszczu – mleko lub maślanka. Świeże mleko, masło i ghee – stosuj w ograniczonych ilościach. Unikaj produktów kwaśno-mlecznych – jogurtów, kefirów, śmietany i serów.

Mięso: najlepsze mięso drobiowe lub krewetki. Unikaj mięsa ssaków.

Rośliny strączkowe: można stosować wszystkie rodzaje soczewicy, grochu i fasoli oprócz soi i bobu .

Oleje: olej ma być stosowany w małych ilościach, najlepsze to: olej z kukurydzy, słonecznika i migdałów.

Orzechy i nasiona: bardzo korzystne są pestki słonecznika i dyni. Orzechy należy ograniczyć do minimum, kokos i orzeszki ziemne.

Słodycze: wskazany jest miód - jedna łyżka stołowa dziennie (nie wolno podgrzewać).

Pozostałych słodyczy unikać.

Dieta zalecana dla typu PITTA



fot. Como Hotels and Resort

OGÓLNE ZALECENIA:

Korzystne są posiłki ciepłe i chłodne, umiarkowanie ciężkie z niewielką ilością oleju i dodatkiem i dodatkiem tłuszczy. Unikaj potraw zbyt gorących, ostrych, kwaśnych i słonych.

NAJBARDZIEJ ZALECANE SMAKI:

Słodki (szczególnie korzystny jest naturalny słodki smak, który produkty żywieniowe zawdzięczają swemu składowi takiemu jak w warzywach, owocach i roślinach strączkowych), cierpki i gorzki (sałaty i zielenina).

Warzywa: wszystkie rodzaje kapusty (kalafior, kapusta czerwona, brokuły, itp.), szparagi, ogórki, fasolka szparagowa, ziemniaki, bakłażany, dynia, cukinie, buraki, zielone warzywa liściaste. Szczególnie polecane są świeże sałatki i dodawanie do jedzenia różnych świeżych ziół. Ogranicz spożywanie ostrych i kwaśnych warzyw – papryki, pomidorów, rzodkiewki, rzepy, świeżej cebuli i czosnku (najlepiej smażyć je w ghee). Marchew i buraki mogą być spożywane przez typ Pitta jedynie okazjonalnie.

Owoce: dozwolone są wszelkie słodkie i dojrzałe owoce zwłaszcza banany, jabłka, gruszki, słodkie winogrona i pomarańcze. Bardzo zalecane są również słodkie suszone owoce, które przed spożyciem należy zamoczyć w wodzie. Należy unikać owoców kwaśnych i niedojrzałych (oprócz cytryn, które można spożywać w małych ilościach).

Zboża: korzystny jest jęczmień, owies, pszenica i ryż. Inne mogą być również spożywane, ale rzadziej.

Produkty mleczne: mleko może być spożywane w nieograniczonych ilościach, bardzo korzystne są kaszki na mleku (bez soli) a także masła i ghee, świeże sery, twarogi i słodkie lassi. Unikaj jednak produktów kwaśno-mlecznych (jogurty, kefir, śmietana, itp.).

Mięso: używaj mięsa drobiowego, bulionu drobiowego lub zupy. Można jeść śmiało owoce morza. Należy za to unikać tłustych i ciężko strawnych mięs – wołowiny, wieprzowiny, baraniny itp.

Rośliny strączkowe: wszystkie rodzaje soczewicy są wskazane, zwłaszcza mung -dal. Również przydatny jest turecki groch(), groch, bób i fasola (przed spożyciem muszą się namaczać przez kilka godzin w wodzie, a następnie gotować z przyprawami).

Oleje: najlepszy tłuszcz, zwłaszcza do gotowania, to stopione masło (ghee). Można także korzystać z oliwy z oliwek, oleju sojowego i słonecznikowego, czy masła kokosowego. Wszystkie tłuszcze powinny być stosowane w małych ilościach. Należy unikać oleju gorczycznego, kukurydzianego i migdałowego.

Orzechy i nasiona: wskazany jest kokos, pestki dyni i słonecznika. Pozostałe orzechy należy spożywać w małych ilościach. Należy unikać orzeszków ziemnych.

Słodycze: najlepiej korzystać z cukru nierafinowanego. Miód należy spożywać w bardzo małych ilościach. Dobre są słodycze na bazie mleka i słodkie wypieki. Należy ograniczyć spożycie słodyczy z produkcji przemysłowej – czekolada, cukierki, itp.

Przyprawy: najbardziej odpowiednie dla typu Ptta przyprawy to kurkuma, kozieradka, kolendra, kminek, anyż, koper włoski, kardamon, lukrecja, mięta, koper i sok z cytryny. Powinno się ograniczyć spożycie soli. Używanie ostrych przypraw, w tym imbiru, powinno się odbywać w małych ilościach.

Dieta zalecana dla typu WATA



fot. Como Hotels and Resort

OGÓLNE ZALECENIA:

Korzystna jest żywność ciepła lub wręcz gorąca. Potrawy tłuste, średnio strawne. najbardziej zalecane smaki to słodki, kwaśny, słony, ostry zaś – w małych ilościach. Należy unikać potraw zimnych, suchych, gorzkich, cierpkich, bardzo ostrych oraz mało pożywnych, lekkich posiłków.

Warzywa: należy spożywać warzywa z wody i gotowane na parze. Korzystne są marchew, buraki, ogórki, fasola szparagowa, cebula i czosnek (ale nie surowe), młoda rzodkiewka, ziemniaki, rzepa, dynia, cukinia, pomidory, papryka bułgarska, kalafiory, bakłażany, szparagi, szpinak i szczaw. Należy ograniczyc spożycie surowych warzyw – zwłaszcza kapusty, papryki, zielonych warzyw liściastych, świeżej cebuli i czosnku. Ale nawet niezalecane na surowo warzywa (z ostrym, cierpkim lub gorzkim smakiem) stają się bardziej do przyjęcia, jeśli ugotować je z olejami i przyprawami.

Owoce: dobra są wszystkie dojrzałe, soczyste i słodkie owoce. Równie dobre są owoce suszone, które należy namoczyć w wodzie przed podaniem. Należy unikać niedojrzałych, cierpkich i kwaśnych owoców i jagód.

Zboża: najbardziej korzystne to ryż, pszenica, owies. Inne mogą być również stosowane, ale nie za często.

Produkty mleczne: wszystkie produkty mleczne są wskazane, szczególnie mleko i ghee. Bardzo korzystna jest owsianka i inne potrawy gotowane w mleku (bez soli). Należy ograniczyć do minimum spożycie produktów przemysłu mleczarskich (jogurtów, serów, śmietany, mleka UHT, kefirów, itp.). najlepiej używać twarogu domowej roboty i lassi.

Mięso: najlepiej jeść mięso, które się łatwo trawi i nie pozostawia dużo toksyn w organizmie. Wskazane jest mięso drobiowe, najlepiej gotowane – w postaci bulionu lub zupy. Można jeść owoce morza. Należy unikać tłustych i ciężkich mięs – wieprzowiny, wołowiny, baraniny itp.

Rośliny strączkowe: należy jeść najłatwiej strawne gatunków roślin strączkowych – groch, soczewica mung - dal, soczewica, soczewica urad-dal. Ciężej strawne takie jak fasola, groch i bób mogą być czasami spożywane, ale w takim przypadku, należy gotować je przez dłuższy czas i należy dodać przyprawy poprawiające trawienie.

Oleje: można używać dowolnego oleju roślinnego, masła i ghee.

Orzechy i nasiona: można jeść dowolne orzechy i nasiona jednak z umiarem. Szczególnie użyteczne są migdały i orzechy włoskie.

Słodycze: dobre są wszelkie domowe wypieki, zwłaszcza z mlekiem (inne jednak niż suche ciastka). Słodycze wytwarzane przemysłowo (czekolada, cukierki, itp.) powinny być poważnie ograniczone. Do słodzenia najlepiej jest używać miodu, ale nie wolno go podgrzewać.

Przyprawy: przydatne dla typu Wata są wszystkie przyprawy i dodatki (w umiarkowanych ilościach) – imbir, goździki, anyż, asafetyda, kminek, kardamon, kolendra, cynamon, czarny pieprz, seler, kozieradka, kurkuma, gałka muszkatołowa, szafran, liście laurowe, koperek , pietruszki i inne.


fot. Virgin Hotels

AKUPRESURA A SHIATSU – podobieństwa i różnice

Chociaż Wschód i Zachód różnią się pod względem rozumienia filozofii życia i zdrowia, to wierzą w istnienie energii zwanej Qi lub Chi przepływającej przez kanały energetyczne tzw. meridiany, rozmieszczone w ciele człowieka. W myśl obu filozofii nierównowaga w przepływie energii Chi w meridianach może doprowadzić do wybuchu gniewu lub depresji. Metodą przywracania równowagi są masaże terapeutyczne, takie, jak shiatsu czy współczesny jej odpowiednik - akupresura.

tekst: dr Patrycja Rąglewska

Akupresura od wieków stosowana była wśród ludów Dalekiego Wschodu. Jest ona rodzajem masażu polegającego na uciskaniu różnych punktów ciała. Wywodzi się z akupunktury. Pierwsze informacje o akupunkturze przywieźli z Pekinu zakonnicy francuscy w końcu XVII wieku. Dopiero wiele lat później konsul francuski Soulie de Morant studiując medycynę chińską przetłumaczył kilka dzieł na temat akupunktury i wydał w 1940 roku własną książkę, do dziś uważaną za podstawowe źródło wszelkich innych opracowań.

Najstarszym tekstem dotyczącym leczenia nakłuwaniem

igłami jest księga Nei Ching, przypisywana władcy Huang Di (zwanym Żółtym Casarzem, rok 2697 p.n.e.). Ważną postacią był również Fu Xi, wynalazca igieł do akupunktury. Pierwszą książkę poświęconą wyłącznie akupunkturze i moksie (metoda lecznicza, w której mieszanki ziołowe przyżega się nad odpowiednimi punktami akupunktury w celu złagodzenia objawów chorobowych) napisał Huangfu Mi w II wieku n.e.. Książka ta opisuje meridiany energetyczne, nazwy i lokalizację punktów akupunktury, techniki nakłuwania i przeciwwskazania do tej terapii, a także szczegółowy przewodnik leczenia akupunkturą wielu dolegliwości i chorób. Trzynaście wieków później, za panowania dynastii Ming (1368-1644), Yang Jizhou rozwinął teorię i praktykę akupunktury. Jego dzieło stało się jednym z najważniejszych podręczników do nauki akupunktury.

Warunki dla terapii

Początki akupresury sięgają podobno trzeciego tysiąclecia przed naszą erą. Stosowano ją w starożytnych Chinach, a później w Japonii i innych krajach Dalekiego Wschodu. Opisy najwcześniejszych technik masażu chińskiego zapisane zostały w Dziesięciu tomach masażu Huahg Di i Qui Bo (221p.n.e. – 220 n.e.). Z czasem Chińczycy zaczęli propagować metody leczenia uciskowego. W szkołach chińskich rozwieszane są plansze, obrazujące różne sposoby tego masażu. Szkoły te nauczają znajdowania odpowiednich akupunktów na ciele i wykonywania określonych ucisków, które oddziałują na system krążenia energii w ciele człowieka.

W akupresurze istnieją dwie możliwości równoważenia braku lub nadmiaru energii. Przy braku energii, typowym dla dolegliwości przewlekłych, objawiających się uczuciem osłabienia, tonizujące działanie ma masaż uciskowy okrężnymi ruchami w prawo. Przy schorzeniach o ostrym przebiegu wskazane jest tłumienie poprzez masaż punktu okrężnymi ruchami w lewo, aby usunąć nadmiar energii.

U podstaw tradycyjnej medycyny chińskiej leżą koncepcja yin – yang (symbol jedności) oraz teoria pięciu żywiołów Wu Xing. Obie koncepcje wyjaśniają zmiany we wszechświecie, zjawiska przyrodnicze, a także funkcjonowanie jednostek ludzkich. Wszystkie czynności fizjologiczne organizmu, jak i zmiany patologiczne można określić właśnie na podstawie cech charakterystycznych yin i yang, które współzależą od siebie, a równowaga między nimi zapewnia harmonię ciała.

Teoria pięciu żywiołów zakłada, że świat składa się z pięciu podstawowych pierwiastków: drewna, ognia, ziemi, metalu i wody. Teoria ta wyjaśnia relacje między ciałem człowieka i zewnętrznym jego środowiskiem, jak również patologiczne relacje między organami wewnętrznymi w ludzkim ciele.

Głównymi elementami systemu chińskiej medycyny tradycyjnej są: qi (energia życiowa), krew (matka qi), płyny ciała, organy wewnętrzne oraz systemy meridianów i kanałów energetycznych, którymi krążą qi i krew po całym ciele, aby utrzymać równowagę. Arterie przepływu energii biegną pionowo oraz w kierunku z wnętrza na zewnątrz po całym ciele, mając poziome i pionowe sieci odgałęzień. Według akupunktury istnieje 12 par meridianów i 2 meridiany specjalne, zwane naczyniami. Razem stanowią one pewien układ energetyczny, utrzymujący organizm w zdrowiu. Meridiany i odgałęzienia mają związek z organami wewnętrznymi, mając kontakt na zewnątrz z punktami akupunktury i kończynami. 361 punktów rozmieszczonych wzdłuż meridianów jest miejscem terapii akupunkturowej, a przez to również miejscem akupresury.


fot. Como Hotels & Resort

Zarówno akupresura, jaki i shiatsu to metody masażu względnie bezpieczne, przynoszące ulgę w wielu dolegliwościach

Techniki i zalety akupresury

Słowo „akupresura" złożone jest z dwóch łacińskich słów: acus znaczy szpic, czubek, igła, punkt; pressum oznacza „naciśnięty". W wolnym tłumaczeniu to nic innego jak „uciskanie punktów" lub inaczej masaż punktowy. Wyróżnia się kilka technik masażu punktowego:

- ucisk - to technika stosowana najczęściej do stymulacji jednego punktu; polega na przyłożeniu opuszka kciuka, palca wskazującego lub środkowego pośrodku punktu i masowaniu okrężnym ruchem zgodnie z kierunkiem ruchu wskazówek zegara,
- przesuwanie - polega na przesuwaniu palca wskazującego i środkowego wzdłuż określonej linii albo obszaru,
- ciągnięcie – technika bardzo podobna do przesuwania, jednakże w niej zamiast przesuwania wykonujemy ruch przypominający pociąganie,
- stukanie - polega na opukiwaniu opuszkiem palca wskazującego lub środkowego określony punkt na meridianie.

W akupresurze istnieją dwie możliwości równoważenia braku lub nadmiaru energii. Przy braku energii, typowym dla dolegliwości przewlekłych, objawiających się uczuciem osłabienia, tonizujące działanie ma masaż uciskowy okrężnymi ruchami w prawo. Przy schorzeniach o ostrym przebiegu wskazane jest tłumienie poprzez masaż punktu okrężnymi ruchami w lewo, aby usunąć nadmiar energii.

Mimo, iż akupresura niesie niezliczone możliwości pomocy, należy pamiętać, że nie da się jej stosować przy wszystkich dolegliwościach i u każdej osoby. Przeciwwskazaniami do stosowania akupresury są między innymi: ciężkie choroby serca i układu krążenia, bardzo wysokie ciśnienie krwi, miejscowe zmiany skórne w obrębie punktów ucisku (zaognienia, owrzodzenia, infekcje grzybicze, blizny), zakaźne choroby skóry, ciężkie choroby bakteryjne oraz choroby przenoszone drogą płciową. Ta łagodna i naturalna metoda lecznicza daję, więc możliwości zharmonizowania energii i usunięcia blokad w jej przepływie, aby w ten sposób zachować dobre samopoczucie. Służy też do odzyskania utraconej fizycznej i psychicznej równowagi, a tym samym i zdrowia.



fot. Como Hotels & Resort

Akupresura od wieków stosowana była wśród ludów Dalekiego Wschodu. Jest ona rodzajem masażu polegającego na uciskaniu różnych punktów ciała. Wywodzi się z akupunktury.

Leczniczy ucisk shiatsu

Inną metodą, często stosowaną w terapii antystresowej jest shiatsu. To japoński masaż terapeutyczny, który przynosi ulgę zmęczonemu ciału i łagodzi wiele dolegliwości. Słowo shiatsu tłumaczy się jako ucisk palca. Jest to forma manipulacji wykonywana za pomocą kciuków, palców i dłoni bez użycia jakichkolwiek narzędzi mechanicznych, w celu zastosowania nacisku na ludzką skórę. Założenia shiatsu pochodzą z medycyny i filozofii Wschodu, która, twierdzi iż, stan zdrowia człowieka zależy od równowagi między siłami Yin i Yang (składowe energii Qi). W shiatsu tak jak w akupunkturze/akupresurze każdemu z meridianów przyporządkowany jest określony organ lub któraś z funkcji psychofizycznych organizmu, a na przepływ energii w nim oddziałujemy poprzez ucisk określonych punktów, znanych pod japońską nazwą tsubo. Wizyta u praktyka shiatsu trwa do 1 godziny. Pierwsza jest przeznaczona na ocenę stanu zdrowia, gdzie terapeuta wykorzystuje informacje wzrokowe i słowne oraz dane uzyskane od pacjenta, dotyczące stanu zdrowia w przeszłości i obecnie, aby stworzyć sobie ogólny obraz osoby, która ma leczyć. Potem przeprowadza ocenę przedmiotową, podczas której terapeuta shiatsu dotykając różnych pól na tułowiu wyczuwa stan jakościowy Qi/Chi u danej osoby. Dotyk diagnostyczny wykonuje się przez warstwę ubrania w pozycji siedzącej. Leczenie natomiast wykonuje się u pacjenta na leżąco. Istnieją trzy techniki lecznicze:

- tonizacja – jest to stały ucisk pod kątem prostym do powierzchni ciała, którego celem jest zwiększenie przepływu zarówno krwi, jak i energii Qi w danej okolicy,
- rozpraszanie – to określenie obejmuje kilka technik, z których każda polega na ruchu czynnym, takim jak rozciąganie i ściskanie. Jak sugeruje nazwa celem zabiegu jest przełamania, zlikwidowanie zablokowania przepływu krwi lub energii,
- uspokajanie – w czasie tej techniki ucisk jest nieznaczny lub nie występuje, a zabieg polega na zwykłym podtrzymywaniu lub delikatnych ruchach kołyszących. Ma to przeciwdziałać nadmiernej energii.

Shiatsu odgrywa dużą rolę w usuwaniu stresu. Jest przeciwwskazana w ostrych stanach gorączkowych, oparzeniach, chorobach zakaźnych, w stanach grożących krwawieniem, w zakrzepach, stanach zapalnych i osteoporozie.

Istnieje kilka odmian shiatsu, przywiązujących wagę do różnych okolic ciała, jednak celem każdej z nich jest ożywienie ciała i umysłu, przez ucisk palców. Szkolenie w zakresie shiatsu trwa kilka lat, w ograniczonym wymiarze czasu. Praktyczne nauczanie prowadzą członkowie Towarzystwa Shiatsu, założonego w 1981r. Metoda ta jest względnie bezpieczna i daje ulgę w wielu dolegliwościach.

dr Patrycja Rąglewska

Specjalista w dziedzinie fizjoterapii, kierownik studiów podyplomowych „Masaż w odnowie biologicznej" w Wyższej Szkole Edukacji i Terapii w Poznaniu (www.wseit.edu.pl)

Literatura

1. Bockenheim W., Bednorek S., Jastrzębski J. Encyklopedia nowej ery NEW AGE. Wydawnictwo „Astrum"1996.

2. Dougans I. Refleksologia. Wydawnictwo Rebis Poznań 2006.

3. Domański O., Domański M. Zdrowie w twoich rękach. Leczenie akupresurą. KAW 1989.

4. Hess -Remuszko M. Alternatywne terapie. Firma Księgarska 2007.

5. Jonas W.B., Levin J.S. Podstawy medycyny komplementarnej i alternatywnej, Universitas Kraków 2000.

6. Ponikowska I., Ferson D. Nowoczesna medycyna uzdrowiskowa. Wydawnictwo Medi Press 2009.

7. Trevelyan J., Booth B. Medycyna Niekonwencjonalna. Prawda i mity. PZWL Warszawa 1994.

8. Weinmann M. Akupresura. Łagodzenie najczęstszych dolegliwości. Wydawnictwo H.Bauer Sp.zo.o. 2000.

www.spainspirations.pl