

# רוצה שפתיים של סלב

הביקור אצל הקוסמטיקאית או הרופא הפלסטי כבר הפך לחלק מתחזוקת הטיפוח השוטפת (תודה לך משפחת קרדשיאן), וכולם מחפשים את המהפכה הבאה בתחום. חברי הצוות הבכיר של חברת "נובה מדיקל" מדברים על טיפולים טרנדיים (מילוי שפתיים וחיטוב לחיים), ומגלים מי מעדיפה הכל מוגזם ובגדול ומי רוצה להיראות אותו דבר, רק יותר טוב



הילה רגב

נכ"ל חברת "נובה מדיקל", עופר ג'רסי, מתהלך בעולם נטול גיל. או קמטים. ככה זה כשאתה המנכ"ל של אחת החברות המובילות בישראל לשיווק טכנולוגיות רפואיות ואסתטיות. "אני מקפיד לנסות עלי כל מכשיר שמגיע וכל חומר חדש", הוא מסביר. "ממכשירים להסרת שיער ועד מילויים עם חומצה היאלורונית. לא מספיק רק להביא את החומרים הכי טובים, אני צריך לבדוק שהם טובים. בגלל זה אשתי רוצה להרוג אותי עכשיו".

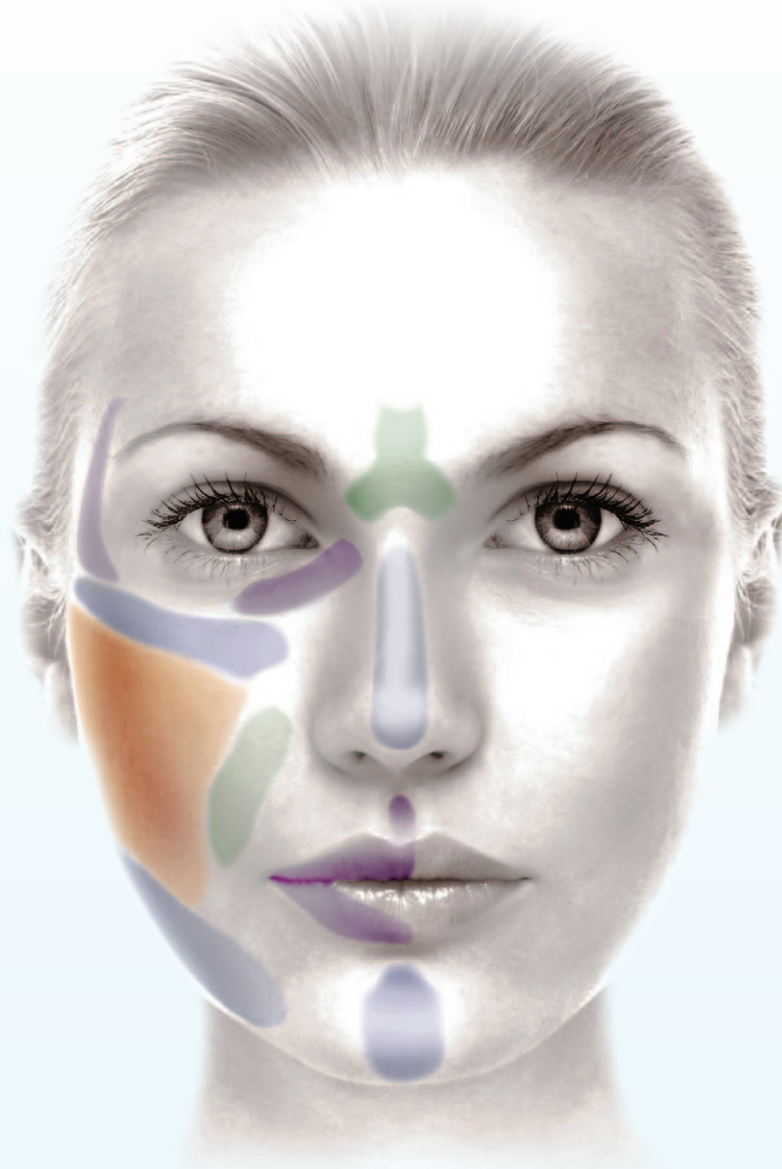
● **למה, מה עשית?**  
 "קיבלנו מכשיר חדש להסרת שיער והורדתי את כל השערות מהרגליים כדי לבדוק אותו. בואי נגיד שהיא ממש לא אהבה את זה".

## שינוי התפיסה האסתטית

ג'רסי, שהקים את החברה לפני 14 שנה כעסק משפחתי קטן שהתרכז בעיקר בהסרת שיער ובניתוחי חזה, מעיד שהשוק השתנה משמעותית בשנים האחרונות עם חדירת מגמות טיפוח חדשות וירידה דרסטית בגיל המטופלות: "היום ילדות בנות שמונה מגיעות אלינו להסרת שיער כי יש לחץ חברתי והן מרגישות לא נוח בכיתה. ההבדל הוא שבגיל צעיר אנחנו לא מכוונים לתוצאה אלא לאיכות חיים. עוד מגמה מדהימה שהבחנה בה היא העלייה בביקוש של בנות 17-20 למילוי שפתיים ולחיטוב לחיים. ההשפעה הגדולה של המדיה ושל תרבות הסלבס מורגשת מאוד בתחום הזה".  
 "העידן הטכנולוגי והרשתות החברתיות שינו לגמרי את התפיסה האסתטית", מסבירה קורין בן שבת, סמנכ"לית השיווק של נובה מדיקל. "אנחנו

## חלק משגרת הטיפוח הקבועה

את השינוי הדרסטי שעבר שוק האסתטיקה הבינלאומי אפשר כנראה לרשום על שמה של קים קרדשיאן, שהשיקה כמו גופה (ומשפחתה) את טרנד המילויים וההזרקות כחלק משגרת הטיפוח. נשים שנרתעו מהמחויבות ומהעלות הכספית שדורש ניתוח פלסטי, התמסרו בחרוה למזרקים שהשיגו תוצאה מיידית בפעולות לא פולשניות. העובדה שעמידות הטיפולים מחייבת תחזוקה מתמדת, הזניקה את התעשייה והפכה את הביקור אצל



הקוסמטיקאית או הרופא לחלק מהשגרה הקוסמטית. "היום נשים עושות הזרקות כמו שהן מתחזקות ציפורניים או מבקרות אצל מעצב השיער", קובעת טל פרידמן, מנהלת החטיבה המסחרית בנובה מדיקל. "ואגב, זה לא קשור ליכולת כלכלית. את תפרסי לתשלומים, תיקחי הלוואה ותשימי כסף בצד כדי שיהיה לך לטיפול הבא. זה להשקיע בעצמך".

● **הן לא מפתחות ממראה מלאכותי מדי?**  
 "להפך. בזכות איכות החומרים והרמה הטכנולוגית, מתחזקת המגמה של המראה הטבעי, הרך והלא עשוי. 'עשיתי משהו בפנים, אבל את לא רואה את זה'. אצל הצעירות הכל מוגזם ובגרדול, אבל נשים בוגרות, בנות 40 פלוס, מקפידות לא לשנות את צורת הפנים. הן רוצות שהכל ייראה אותו דבר, רק יותר טוב".

ג'רסי מעיד שהאיכות הגבוהה של החומרים והמטפלים יוצרת פתרונות פורטניים לכל איבר, תוך כדי תפיסה הוליסטית כוללת של מראה הפנים והגוף. "כמעט לכל בעיה אסתטית היום יש פתרון, מצמיג בטנן ועד לקמט הבעה שמפריע. אנחנו מקפידים לעבוד עם החברות הטובות בעולם לקבלת התוצאות הטובות ביותר. אנחנו בוחרים לעבוד עם חברות שיש להן אופק טכנולוגי, כדי לא להציע ללקוחות שלנו רק מה שיש היום, אלא גם מה שיהיה מחר".

בנובה מדיקל משווקים את מכשיריה של חברת "עלמה לייזר" הישראלית הפועלת ביותר מ-40 מדינות, ועובדים בלעדית עם חברת התרופות IBSA שמייצרת חומרי מילוי מהמתקדמים בעולם. "פרופילו למשל", מסביר ג'רסי, "זה חומר מילוי שהוא מהפכה בתחום. ככל שאנחנו מתבגרים העור הופך להיות דק, דהוי, רפוי ומקומט. חומרי המילוי הרגילים מטפלים בעיקר בסימפטומים של העור ומעניקים לו מראה מלא אך זמני. הפרופילו מטפל באיכות של רקמת העור ומחדש את האלסטין והקולגן באופן טבעי. הוא בעצם מעודד ייצור של תהליכים טבעיים בגוף ועורך אינטגרציה עם העור מבחינתנו זה ממש העתיד".

● **אז נסיים בשאלת מיליון הדולר - באיזה גיל כדאי להתחיל?**  
 ג'רסי: "מתי שאת רוצה. אבל הביאי בחשבון שברגע שאת מתחילה קשה להפסיק. כשאת רואה איך את יכולה להיראות ומתחילה לקבל מחמאות, את רק תרצי עוד. אל תגירי שלא הזהרתי אותך!"

"אנחנו רואות איך הליכים קוסמטיים שפעם נעשו בשיא הסודיות, במחשכים, הופכים להיות משהו שמתגאים בו"



קורין בן שבת, סמנכ"לית השיווק של נובה מדיקל

"אני מקפיד לנסות עליי כל מכשיר שמגיע וכל חומר חדש"



עופר ג'רסי, סמנכ"ל חברת נובה מדיקל

"היום נשים עושות הזרקות כמו שהן מתחזקות ציפורניים או מבקרות אצל מעצב השיער"



טל פרידמן, מנהלת החטיבה המסחרית בנובה מדיקל