

La parola d'ordine al congresso degli specialisti: valorizzare l'immagine corporea senza stravolgerla

La "manutenzione" intelligente

Medicina estetica, alle italiane piace saggia e realistica

Roma - MARIA RITA MONTEBELLI

Sono disposte a spendere fino a duemila euro l'anno e, pur non volendo darlo a vedere, sono molto attratte da un modello di bellezza fresca e trasgressiva come quello incarnato da Belen Rodriguez che si limitano però ad ammirare, senza pretendere di diventare un suo clone.

E' quanto emerge da un recente sondaggio condotto presso gli studi dei medici della Società italiana di Medicina estetica (Sime) e presentato in occasione del congresso annuale, che quest'anno ha superato i duemila iscritti.

In barba alla crisi, le donne in particolare, non hanno nessuna voglia di rinunciare alla bellezza ma esigono che il "ritocchino" sia naturale, mirato ad una buona e saggia "manutenzione" e non a diventare l'immagine caricaturale della bella di turno.

«Quello che noi offriamo alle nostre clienti - afferma Emanuele Bartoletti, segretario generale Sime e presidente del congresso - è una buona manutenzione che le aiuti a portare bene la loro età, senza avere la

pretesa di "ringiovanirle", cosa che, il più delle volte, significherebbe stravolgerle».

Un percorso di "manutenzione" di ottimo livello può arrivare a costare circa duemila euro l'anno e richiede in media trattamenti una volta al mese».

Le fonti di informazione

In questo campo funziona ancora molto bene il passaparola, visto che il 62,2 per cento delle intervistate ha dichiarato di essersi rivolta ad un dato medico su consiglio di un'amica, mentre il 30 per cento circa ha fatto affidamento sulle informazioni raccolte sulla stampa (giornali il doppio di radio o TV: si veda anche a pagina 4).

E mentre due pazienti su tre hanno dichiarato di essersi affidate per la prima volta al medico estetico tra i 30 e i 50 anni, ben 1 su 5 precorre i segni del tempo, approdando dal medico estetico ben prima dei trent'anni.

La richiesta principale resta il desiderio di ritardare l'invecchiamento cutaneo, seguito dalla scarsa accettazione delle disarmonie della figura.

Ne consegue che a farla da padrone sono filler, tossina botulinica, biostimolazione

e peeling, mentre quasi una paziente su 5 effettua trattamenti mesoterapici.

L'avvento degli "skin booster"

Valorizzare la propria immagine, senza modificarla troppo, è dunque la parola d'ordine negli studi di medicina estetica al top.

E le aziende si adeguano proponendo i cosiddetti "skin-booster", formulazioni iniettive contenenti meno dell'uno per cento di acido ialuronico che non sono né dei filler, né delle biorivitalizzazioni ma una sorta di cura idratante "dall'interno", che, iniettata negli strati profondi del derma, crea una riserva naturale di idratazione.

Ce ne sono anche di specifici per le labbra che permettono di mantenerle giovani, fresche e turgide, conservando il loro volume naturale.

Disidratazione e cellulite

«La disidratazione - spiega la dermatologa **Magda Belmontesi**, docente della Scuola internazionale di Medicina estetica - è il problema cutaneo più comune. Per combattere la pelle spenta, opaca, disidratata, con poco turgore si spendono nel mondo oltre 100 milioni di dollari per fare la dermoabrasione, che però non idrata».

Tra le novità proposte quest'anno anche la ricomparsa del collagene usato come biorivitalizzante e i trattamenti con luce LED. Prima di affrontare qualunque trattamento anticellulite (problema che affligge una ventina di milioni di donne italiane), invece,

Pierantonio Bacci, docente di Medicina estetica presso l'Università di Siena, propone un periodo di depurazione alimentare basato su una dieta "alcalinizzante", iperproteica e ipoglicidica: 2-3 giorni a frullati di frutta e centrifughe di verdura, seguiti da 5-6 giorni di alimenti gluten-free; poi 15-20 giorni di dieta alcalinizzante (60 per cento di alimenti alcalini come frutta, verdura, legumi e 40 di acidificanti come carne e carboidrati).

La via degli integratori

Si agli integratori ma senza esagerare; semaforo verde per bioflavonoidi e anti-infiammatori naturali (betulla, ananas); sulla base dell'esame delle urine, si può ricorrere due-tre volte alla settimana a degli alcalinizzanti (bicarbonato di sodio, potassio e magnesio). Per stimolare la funzionalità del mitocondrio infine può essere utile assumere qualche goccia di deuterio solfato.

UNA SPECIALIZZAZIONE IN ATTESA DEL GIUSTO RICONOSCIMENTO

SUL FRONTE "POLITICO" va registrata la nascita della nuova associazione tra le società di medicina estetica italiane – Società italiana di Medicina estetica (Sime), Società di Medicina estetica (Agorà) e Società italiana di Medicina e chirurgia estetica (Sies) – che punta al riconoscimento e all'approvazione di un percorso formativo quadriennale in Medicina estetica. «Obiettivo prioritario di questa associazione – spiega Emanuele Bartoletti, segretario Sime – è quello di difendere la medicina estetica e la figura del medico estetico, cercando di portarla ad ottenere i giusti riconoscimenti da parte delle autorità preposte (dai ministeri ai collegi scientifici)

equiparandola alle altre specialità scientifiche.

Non per nulla si tratta di una disciplina medica nata da quasi quarant'anni, di cui si occupano ormai dai 5 ai 10 mila medici in tutta Italia.

Per questo, siamo andati a Bruxelles al fine di ottenere un riconoscimento da parte delle società scientifiche, con le quali abbiamo studiato un "Syllabus della Medicina estetica" che per la prima volta descrive le caratteristiche di questa disciplina e i contorni del medico estetico e della sua preparazione professionale e specialistica».

Infine, educare i pazienti e aiutarli a scegliere bene il proprio medico e i trattamenti è i leitmotiv di

due campagne educative internazionali.

Sulla scia del recente scandalo delle protesi PIP, Allergan ha promosso in otto Paesi europei la campagna "E' questione di qualità" (www.qualityiskey.com), sostenuta ufficialmente dalla Sime (si veda *Corriere Medico* n° 15, 2012), per informare correttamente le pazienti e guidarle alla scelta di medici e prodotti col bollino blu.

Galderma dalla sua sta per lanciare anche in Italia la campagna informativa – educativa mondiale "Invest in you", rivolta a medici e pazienti. Anche in questo caso l'obiettivo è informare per una bellezza sicura e di qualità.