



## List miesiąca Co się liczy naprawdę?

● Dziękuję za „Claudię” dla niewidomych. Dzięki wam mogę sama przeczytać moje ulubione pismo. Do napisania listu skłonił mnie artykuł o szczęśliwym związku Keely Shaye Smith i Pierce’a Brosnana. Wnioski? Smukła sylwetka, ogniste spojrzenie, wymodelowana rzeźba ciała... Tak, to walory preferowane w obecnych czasach. Walory uprawniające do miłości i szczęścia. W takim razie – na zdrowy rozum biorąc – więcej niż połowa ludzkości zostaje skazana na uczuciową banicję. Zakładam, że fanki Brosnana to same młode, urodziwe łanie, które tylko z troski o wizualną dysproporcję między małżonkami, złośliwością podszytują Keely. A jak jest, gdy się nie widzi? Gdy w inny sposób patrzy się na drugiego człowieka? Osoba niewidoma kieruje się właśnie przymiotami, które w obronie żony przytacza Pierce. Bo piękno jest pojęciem subiektywnym, a bawienie na opinii innych, to trochę jak powierzchowne oglądanie dorodnych jabłek. Wzrokowiec patrzy na kształt, uwodzieński kolor owocu i nie trudzi się, aby odkryć jakiegokolwiek inne walory. Natomiast osoba niewidoma patrzy zupełnie inaczej: wsłuchuje się w słowa, brzmienie głosu, wyłapuje szmer gestów, który przecież tak wiele mówi o rozmówcy. Tym sposobem dostrzega to, co ukryte dla wzrokowca. Tak naprawdę piękno drugiego człowieka to nie tylko i wyłącznie jego uroda, ale przede wszystkim bogate wnętrze, dobroć, łagodność oraz wrażliwość. Banał? Dla mnie nie. **Alicja**

Alicja otrzymuje wodę toaletową PERCIVE marki Avon (nagrodę wysłamy pocztą).

## Nowy kawałek świata

● Pracuję w kiosku i na brak prasy do poczytania nie narzekam. A mimo to czekam cały miesiąc, aż przyjdzie. Kiedy wreszcie mam ją w rękę, kradnę chwilę – między jednym a drugim klientem – które mogę spędzić tylko sam na sam z moją CLAUDIĄ. Zawsze się spieszę, bo egzemplarzy przychodzi ograniczona ilość, w telewizji reklama, mnie zależy na sprzedaży, ludzie pytają, potem kupują. Bywało tak, że nie zdążyłam nawet jej powąchać, bo już się sprzedała. Zła wtedy jestem i proszę stałą klientkę: »Podrzuci mi Pani „Claudię” na godzinkę chociaż, bo wykupili, a ja znowu nie zdążyłam?«. W tym numerze rozbroili mnie Rozmowy o nas: „Czy wiesz, do kogo mówisz i kto ci odpowiada?”, który czytając, zaśmiewałam się, bo jakbym czytała o sobie i swojej pracy sprzedawcy. Rzeczywiście, przedsta-



wiając produkt klientowi i prowadząc rozmowę jak dorosły z dorosłym, często ulegałam wrażeniu, że o kupnie nie decyduje np. starsza pani z kilkudziesięcioma latami praktyki w księgowości, ale jakaś mała dziewczynka, która po prostu musi to mieć. Uwielbiam „Claudię” – dzięki niej poznaję nowy kawałek świata. **Monika**

## Warto wam zaufać

● Zawsze byłam wyczulona na zapachy. Sama lubię ładnie pachnieć do brymi perfumami i zostawiać za sobą wonną mgiełkę. Ale nigdy nie wiedziałam, dlaczego w obecności orientalnych, kwiatowych zapachów swędzą mnie oczy i dostaję ataku kataru. Winowajcę znalazłam właśnie dzięki „Kolorowi zapachu”. To balsam peruwiański, główny składnik fioletowej grupy perfum, na który jestem uczulona. I jeszcze artykuł o bieleźnie doskonałej – zgadzam się w stu procentach. Fachowo dobrany stanik początkowo po prostu mnie denerwował, byłam jak w pancerzu. Minęło. Dziś po całym dniu noszenia czuję się nadal komfortowo. Dobrze jednak czasami zaufać specjalistom. **Kinga**

## Marzenia się spełniają

● Dowodzi tego artykuł z czerwca „Lawendowe pole”. Jego bohaterka – wspaniała, dzielna i romantyczna kobieta, postawiła wszystko na jedną kartę. Zaryzykowała, żeby móc realizować się w życiu. Odrzuciła wszechobecna komercję, pęd do kariery, wygody wielkiego miasta, żeby zaszczyć się w wiejskiej guszy. Dzięki realizacji własnych planów i pasji, odnalazła siebie oraz miłość. Zyskała życiowego partnera o tych samych zamiłowaniach i wrażliwości. Jej przykład napawa mnie nadzieją na realizację własnych planów i takich zmian w życiu, które pozwolą mi na osiągnięcie pełnej satysfakcji. Daje wiarę, odwagę, radość. Dziękuję za mądrą lekcję! **Ewa**

# Claudia

ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa  
tel. 22 360 36 91 faks 22 360 38 55  
e-mail: claudia@guj.pl

REDAKTOR NACZELNA: Justyna Szawdyn  
ZASTĘPCY REDAKTOR NACZELNEJ:  
Anna Dmowska, Anna Gajos  
DYREKTOR ARTYSTYCZNY: Marcin Górski  
SEKRETARZE REDAKCJI: Iwona Starzyńska,  
Agnieszka Bałszan, Mirosława Kopoczek  
ZESPÓŁ: Anna Augustyn-Protas, Ewelina  
Dybcik, Agnieszka Leleniewska, Agnieszka

Rakowska-Barciuk, Małgorzata  
Świączkowska, Elżbieta Wichrowska,  
Joanna Zagdańska  
STUDIO GRAFICZNE: Agnieszka Dryzek, Katarzyna  
Freliszko, Lilianna Kaleta, Dorota Sieradzka  
FOTODYDZIA: Monika Górską, Iwona Sokół  
SEKRETARKA: Katarzyna Borowska  
WWW.CLAUDIA.KOBIETA.PL: Magdalena Mission  
PRODUKCJA: Marek Szpunar (dyr.)  
DRUK: RR Donnelley Europe Sp. z o.o.



G+J Gruner + Jahr Polska  
Sp. z o.o. & Co. Spółka  
Komandytowa, ul. Marynarska 15,  
02-674 Warszawa,  
tel. 22 360 38 00; członek IWP. [www.guj.pl](http://www.guj.pl)

PREZES: Magdalena Malicka  
WYDAWCA: Agnieszka Doleżych  
DYREKTOR PROMOCJI I WYDAWNIWY:  
Edyta Pudłowska  
MARKETING: Justyna Chlechowicz, Monika  
Summer-Brason, Małgorzata Gawryszczak  
REKLAMA: Elżbieta Hołubka (dyr. biura  
reklam G+J), Beata Pawłowska-Bartczak  
(dyr. reklamy „Claudii”), Marta Andrzejczak,  
Katarzyna Młyńska, Anna Szaluś  
URODA: Magda Groszewska (dyr.)  
MULTIMEDIA: Marcin Kozioł (dyr.)  
SPRZEDAŻ I ROZWOJ BIZNESU:  
Agnieszka Wierzbicka-Baxter (dyr.)  
DYSTRYBUCJA I OBSŁUGA KLIENTA:  
Jerzy Janczak (dyr.)

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych,  
zastrzega sobie prawo redagowania  
nadesłanych tekstów i nie odpowiada za treść  
zamieszczonych reklam.

PRENUMERATA KRAJOWA  
1. Ruch S.A.: [www.ruch.com.pl](http://www.ruch.com.pl)  
2. W urzędach pocztowych, u listonoszy i na stronie  
internetowej: [www.poczta-polska.pl/prenumerata](http://www.poczta-polska.pl/prenumerata)  
WPLATY NA PRENUMERATĘ  
NA ROK (nr 1–12) oraz I PÓŁROCZE (nr 1–6)  
I NA I KWARTAŁ (nr 1–3); 1–25 listopada  
WPLATY NA PRENUMERATĘ NA II KWARTAŁ  
(nr 4–6); 1–25 lutego  
WPLATY NA PRENUMERATĘ NA II PÓŁROCZE  
(nr 7–12) i III KWARTAŁ (nr 7–9); 1–25 maja

WPLATY NA PRENUMERATĘ NA IV KWARTAŁ  
(nr 10–12); 1–25 sierpnia  
PRENUMERATA ZAGRANICZNA  
1. Verlag-Hubsh & Matuszyk KG:  
[www.prenumerata.de](http://www.prenumerata.de) 2. Lowell International Co.:  
[www.polishmagazines.com](http://www.polishmagazines.com)  
3. Ruch S.A.: [www.ruch.com.pl](http://www.ruch.com.pl)  
Wydawca czasopisma „Claudia” ostrzega  
P.T. sprzedawców, że sprzedaż aktualnych i archi-  
walnych numerów czasopisma po innej cenie  
niż wydrukowana na okładce jest działaniem  
na szkodę wydawcy i skutkuje  
odpowiedzialnością sądową.

PROJEKT GRAFICZNY I OPIEKA ARTYSTYCZNA:  
Bożena Kalinowska

