

HIGH LIVING

NR 5(52) CZERWIEC 2017

Pismo dla wyjątkowych ludzi

CHORWACJA

długie
radosne
wakacje

LOUIS VUITTON

BMW

EISENBERG

DIAMENTY

EISENBERG PARIS

ESSENTIAL SOOTHING MOISTURISER



Kompleksowa hipoalergiczna pielęgnacja skóry. Błyskawicznie nawilża, chroni, łagodzi oraz zmniejsza podrażnienia skóry wrażliwej. Uszkodzenia wywołane takimi czynnikami jak: golenie, zmiany pogody, zanieczyszczenie środowiska, szok termiczny przy uprawianiu sportu naprawia dzięki wyciągowi z komórek macierzystych liści maliny o właściwościach antyoksydacyjnych, przeciwzapalnych i chroniących DNA. Formuła Trio-Moléculaire® zapewnia działanie przeciwstarzeniowe i wyraźnie redukuje szorstkość. Nietłusta formuła do twarzy i konturu oczu, którą można stosować zarówno w dzień, jak i w nocy. Bez perfum, barwników i parabenów.

Cena: 389 zł/50 ml

MARTA GOŁĘBIEWSKA

JOSÉ EISENBERG

PASJA, PIĘKNO, PERFЕКCJA

NAJWAŻNIEJSZE W ŻYCIU JEST WIECZNE
DĄŻENIE DO DOSKONAŁOŚCI

Perfekcjonista, prawdziwy kreator, pasjonat sztuki, esteta – tak opisywany jest José Eisenberg, niezwykła postać świata biznesu i sztuki oraz twórca luksusowej marki Eisenberg. Jej historia sięga 2000 roku, wtedy José Eisenberg połączył pasję do piękna z wiedzą technologiczną w innowacyjnym wydaniu. Ale historia jego niezwykłych osiągnięć zaczyna się znacznie wcześniej.

José Eisenberg zaczynając od podstaw, zasilany imponującą determinacją, odnalazł swoją drogę do sukcesu. Jego broń? Siła i charakter a także bezgraniczna miłość do sztuki, technologii i piękna. Obecnie siedzibą imperium piękna – kosmetyków Eisenberga – jest luksusowe księstwo Monako. Jako rdzennemu obywatelowi Rumunii daleko mu jednak było do takich warunków. Dystans, jaki przebył, bezsprzecznie świadczy o kunszcie zarządzania oraz pasji do tworzenia, która stała się motorem kolejnych działań.

WŁOSKIE POCZĄTKI KARIERY

José Eisenberg, urodzony w Bukareszcie w 1945 roku, syn producenta tekstyliów, żył w ubóstwie odkąd skończył trzy lata. Zawsze wspomina, że jego historia zaczyna się dopiero we Florencji. Nie dostał szansy na porządną edukację, jedyne co znał to ubóstwo. Nie złamało go to jednak, a wręcz przeciwnie, stało się impulsem do zmiany wszystkiego w życiu. Otrzymał niezwykłą szansę pojawienia się w sercu stolicy mody, sztuki, piękna i technologii – Florencji. To miasto jest kolebką artystycznej kreacji, przez wiele lat związany z nim był niezwykły człowiek renesansu Leonardo Da Vinci. Na początku José Eisenberg został zatrudniony jako uczeń w warsztacie restauratora sztuki, gdzie pokornie wypełniał postawione przed nim

zadania. Nie kontynuował edukacji na uniwersytetach, inspirację i naukę czerpał z codziennego życia, podpatrując rzemieślników i tętniące życiem ulice zatłoczonego miasta.

WEJŚCIE W ŚWIAT MODY

Mimo że haute couture nie było jednym z jego priorytetów, to właśnie przez artystyczną ekspresję José Eisenberg zaczął zarabiać na życie. W wieku 22 lat wykonał szkice dla największego włoskiego domu mody Pret-a-Porter. W tym czasie, w 1968 roku, Włochy – tak jak Francja – musiały zmierzyć się z kryzysem. Fabryki były zablokowane, kraj ogarnęła fala strajków. Brakowało produktów i rąk do pracy. Zdeterminowany do działania José Eisenberg schronił się we włoskim miasteczku Basilicata. Zaczął od małego warsztatu, potem była fabryka i kilka krawcowych. Zaopatrywał największe sławy w świecie haute couture. Ciągłe się rozwijał, nie zrażał się trudnościami, aż stanął na czele prawdziwego imperium. W 1972 roku zatrudniał 75 tysięcy mieszkańców z bliższych i dalszych okolic miasta. Szedł do przodu i odpowiadał na potrzeby klientów. Odzywało się wiele dużych firm, m.in. Otto Versand, niemiecka firma i światowy lider w sprzedaży wysyłkowej. Byli zainteresowani szkicami nowych projektów do ich katalogu. Wiele innych przedsiębiorstw stało się klientami Eisenberga, m.in. Quelle, Neckermann, Les 3 Suisses. Miliony katalogów zagościły w każdej ważnej europejskiej stolicy. Stał się sławny. Dzięki temu w wieku 27 lat został nagrodzony przez prezydenta Włoch honorowym obywatelstwem. To było niezwykle zrzędzenie losu. Wcześniej odrzucony przez reżim ojczyzny, ze statusem bezpaństwowca, nagle awansował na honorowego obywatela Włoch. Był to pierwszy etap oszałamiającego sukcesu, jaki osiągnął swoją ciężką pracą i twardym dążeniem

firmie zdecydowanie daleko do zwykłej marki kosmetyków – ma ona duszę. Poza produktami pielęgnacyjnymi powstała również kolekcja L'Art du Parfum. Została zaprezentowana w 2010 roku na kluczowych rynkach europejskich. Posiada jeszcze jeden element, artystyczny. Co jest sekretem tej kolekcji zapachowej? Miłość od pierwszego wejrzenia między José Eisenbergiem a brazylijskim malarzem Juarezem Machado. Skontaktował się z artystą i zlecił mu wykonanie specjalnego zamówienia, namalowanie obrazów odzwierciedlających stworzone zapachy. Wyzwaniem było przeniesienie się mentalnie do XVIII wieku i zobrazowanie ówczesnego stylu życia. Na spełnienie marzenia José Eisenberg poświęcił rok i wiele wypraw pomiędzy Monako i Paryżem. W rezultacie zostali przyjaciółmi. I to dzięki

pianinie i na skrzypcach, komponuje własne melodie, które wykorzystywane są między innymi przy promocji nowych produktów słynnej marki. Jako reprezentant młodego pokolenia Edmond bierze udział w pozycjonowaniu firmy online i w mediach społecznościowych, które są częścią strategii firmy. Codziennie zajmuje się firmą i marką i twierdzi, że jest to najlepsze, co mogło go spotkać. Doświadczenie i wiedza ojca tworzy wspaniałą szansę rozwoju. Mimo że uczył się w wielu miejscach, to od niego nauczył się najwięcej.

EKSPANSJA NA CAŁY ŚWIAT

Koncerny kosmetyczne zwyczajowo kupują gotowe już produkty lub formuły produkcyjne dla własnych marek. W przypadku marki Eisenberg tak nie jest. Od pomysłu



Linia Pure White

wyobraźni Juareza Machado powstały obrazy ilustrujące każdy z zapachów kolekcji, takie jak Back to Paris czy Tentation.

RODZINNY DUET

Eisenberg Paris określa swoje dokonania jako pełne energii, kreatywne, subtelne i wszechstronne. Wszystkie osoby pracujące dla marki wręcz żyją nią i poświęcają się jej bezgranicznie. Jednak nikt nie mógłby lepiej wypełniać tej misji niż sam syn założyciela, Edmond Eisenberg. Ten duet ojca z synem twórczo się nawzajem inspirowa i uzupełnia na wszystkich polach, również pokoleniowych. Edmond podobnie jak ojciec fascynuje się funkcjonalnymi i pięknymi rozwiązaniami zarówno w biznesie, jak i w życiu. Studiował sztuki teatralne na uniwersytecie w Londynie, a w międzyczasie kończył edukację z zakresu biznesu międzynarodowego. Obdarzony jest również niezwykle wrażliwością, gra na

przez proces badawczy i proces produkcji po projekt opakowań – wszystko to przechodzi przez ręce José Eisenberga. Jest on bowiem jedyną osobą na świecie, która osobiście stworzyła markę i cały czas czuwa nad kolejnymi produktami. Kosmetyki marki Eisenberg można bez problemu kupić przez internet, a stacjonarnie dostępne są już w kilkudziesięciu krajach na całym świecie. Pomimo tak wielkiego sukcesu firma zachowuje bardzo rodzinny charakter, a rozwój marki nie byłby możliwy bez współpracy ojca i syna. Razem tworzą niesamowity duet.

Marka Eisenberg powstała z marzeń, pasji i determinacji. Powstała dla osób ceniących luksus i najwyższą jakość, dla miłośników sztuki i skutecznej, długofalowej pielęgnacji. Świat Eisenberga jest wyjątkowo poukładany, spójny, pełen elegancji i twórczej myśli. Marka cały czas się rozwija i nadal będzie zaskakiwać wszystkich nowymi, wyjątkowymi kosmetykami. **HL**

do celu.

TECHNOLOGICZNE OBLICZE PIĘKNA

Nie porzucając swej pierwotnej pasji, José Eisenberg w 1974 r. zainwestował swój talent i kapitał w nowe technologie. Nowe wyzwanie i nowe projekty. Zapoczątkowało to nową historię w jego życiu, która doprowadziła do stworzenia JE Contrex w Bostonie. Tam zatrudnił dziesięciu naukowców z MIT, uznawanej za jedną z najlepszych uczelni technicznych na świecie. Dwa lata później 120 naukowców pracowało nad sztuczną inteligencją: elektro-

waniem. EDS rozwijało się na skalę międzynarodową, dopóki na rynek nie wszedł IBM. Pasja Eisenberga do technologii była częściowo zaspokojona, a nienasycony, kreatywny umysł nakazał mu spróbować sił w sektorze piękna.

Gdy wszyscy specjaliści w tym zakresie pracowali nad zwierzęcymi komórkami macierzystymi, on wolał skupić się na tym, jak połączyć to co najlepsze w naturze i nauce. Przez 13 lat około dziesięciu naukowców starało się odkryć to, co w końcu José Eisenberg nazwał formułą Trio-Moléculaire®, która stanowi kombinację naturalnych



nicznym okiem, które mogłoby zastąpić ludzkie. Okazało się, że pomimo zaawansowanych badań komputery, na których pracowano, były za wolne. Oko działało, ale proces rozpoznawania trwał zbyt długo. Komercyjnie nie do przyjęcia.

Projekt ten był kolejnym wyzwaniem, w które José Eisenberg zainwestował dużo pieniędzy i czasu. W jego słowniku nie istnieje jednak słowo „porażka”. Nic nie mogło go powstrzymać przed pokonaniem tych przeciwności. Otworzył nową firmę, Eisenberg Data System (EDS), i produkował osobiste komputery z własnym oprogramo-

molekuł regenerujących skórę. Wyniki były niezwykle. Zostały przeprowadzone i zatwierdzone zarówno testy farmakologiczne, medyczne, jak również kosmetyczne. Po tym nie pozostało nic innego, jak pracować nad wprowadzeniem konkretnych produktów na rynek.

EISENBERG PARIS – SZTUKA, PIĘKNO, TECHNOLOGIA

Pomimo wprowadzenia nowej marki i ekspansji firmy na nowe rynki José Eisenberg nie porzucił żadnej ze swoich pasji. Wręcz przeciwnie, są one częścią DNA marki. Samej

