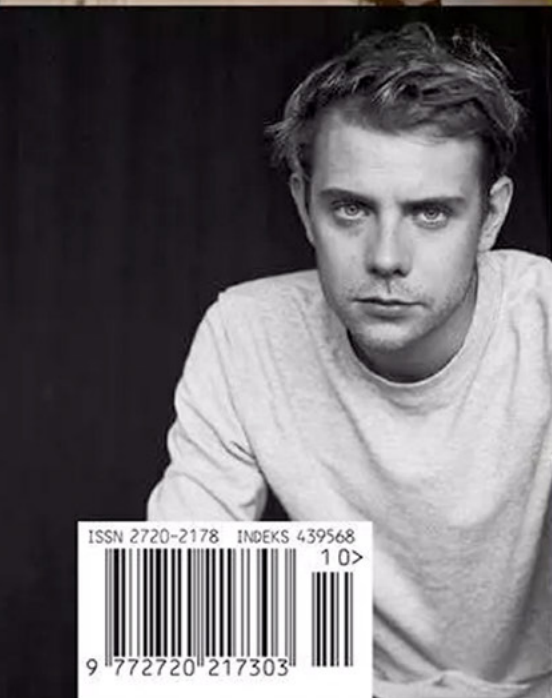
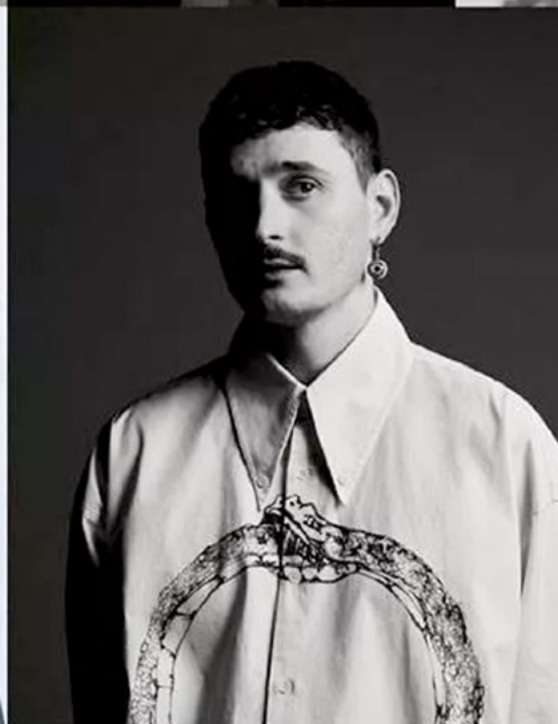




ISSN 2720-2178 INDEKS 439568

10>



9 772720 217303



WARTOŚCI PRZEKAZYWANE Z POKOLENIA NA POKOLENIE

Luksusowa marka EISENBERG Paris znana ze skutecznej pielęgnacji, wyjątkowych perfum i przyjaznego skórze makijażu nie ulega trendom. Pozostała wierna swojemu DNA, technologiom i badaniom nad działaniem składników aktywnych. José Eisenberg – założyciel marki – przekazał stery synowi Edmondowi Eisenbergowi, CEO. W „Vogue Leaders”, wraz z Dominiką Eisenberg, trenerką marki, opowiadają o planach, marzeniach i zmianach na rynku kosmetycznym.

EISENBERG Paris jest już dorosła. Co zmieniło się w marce przez te 20 lat?

To prawda, że jesteśmy „dorośli”, ale jednocześnie młodzi. Niektóre marki mają nawet 150 lat! Jesteśmy jedną z niewielu globalnych selektywnych firm kosmetycznych, która jest własnością rodziny, z własnym twórcą. Rozpoczęliśmy działalność w 2001 roku i od tego czasu EISENBERG Paris bardzo się rozwinęła, ale zachowała swoje DNA. W ciągu 20 lat poszerzyliśmy portfolio, aby zaspokoić potrzeby i pragnienia naszych klientów. Wprowadziliśmy na rynek innowacyjne produkty do pielęgnacji, rozwijając linię Classique, linię męską, a także nowości, Excellence i specjalną serię przeciw zanieczyszczeniom Start. Mamy bogate portfolio zapachów, które składa się z trzech linii, w tym: uznanej kolekcji L'Art Du Parfum, niszowej Les Secrets i uniseksowej Happiness. Kamieniem milowym w rozwoju EISENBERG Paris było wprowadzenie na rynek innowacyjnej kolekcji kosmetyków do makijażu, która została rozszerzona w ubiegłym roku.

Jak przez te dwie dekady zmienił się rynek kosmetyków luksusowych?

Ewoluuwał. Technologie cyfrowe zmieniły zachowania konsumentów, zwłaszcza od czasu pandemii. Zakupy online i media społecznościowe zrewolucjonizowały branżę kosmetyczną, zwiększając jej zasięg, zaangażowanie klientów, wykorzystując technologię do lepszych doświadczeń zakupowych. W ostatnich latach branża zwiększyła również swoje zaangażowanie w zrównoważoną i etyczną produkcję. Konsumenti stają się bardziej świadomi wpływu, jaki ich codzienne wybory mają na środowisko. W EISENBERG Paris staramy się

wybierać innowacyjne składniki, a także najbezpieczniejsze, usuwając te kontrowersyjne lub szkodliwe. Trendy przychodzą i odchodzą, a my nieustannie jesteśmy wierni naszym wartościom. Od samego początku jedynymi „gwiazdami” są u nas produkty i ich użytkownicy.

Jak to jest pracować w firmie rodzinnej – czy zawsze zgadzacie się ze sobą?

Edmond Eisenberg: Moja więź z ojcem zawsze była silna, co sprawia, że praca u jego boku jest naturalna i łatwa. Podzielamy te same wartości i mamy wspólną wizję. Jestem wdzięczny ojcu, że zaufał mi w kwestii rozwoju marki i powierzył trzy lata temu stanowisko CEO. Kiedy dał mi swobodę realizacji pomysłów, dodało mi to nie tylko pewności siebie, ale także stworzyło przestrzeń do łączenia tradycji z innowacją.

Czy kiedy był pan młodszy, chciał zajmować się tym, co ojciec?

EE: Zawsze interesowała mnie marka EISENBERG Paris, ponieważ dorastałem wraz z nią! W dzieciństwie byłem świadkiem pasji i zaangażowania ojca w jej tworzenie. Ale przyznaję, że chciałem zostać muzykiem klasycznym. W wieku 16 lat zdecydowałem się jednak zawiesić karierę muzyczną. Chciałem podążać śladami ojca i pracować u jego boku, aby uczyć się od niego i kontynuować rozwój EISENBERG Paris.

José, co według pana było przełomem w historii marki EISENBERG Paris?

JE: Czuję, że wszystko, co zrobiłem lub robię, ma znaczenie. Ale to, co do dziś nas wyróżnia, to kierunek, jaki nadałem marce na początku: przyjrzeć się naturze w poszukiwaniu

największych korzyści, jakie niesie i czerpać z nauki oraz nowożytnych odkryć. Zainicjowałem 15 lat badań, nigdy nie tracąc wiary, że pewnego dnia znajdziemy świętego Graala. To doprowadziło do odkrycia rewolucyjnej formuły Trio-Molecular®, która zapewnia niezwykle korzyści przeciwstarzeniowe. To stało się przełomem dla EISENBERG Paris, a nasza wiedza specjalistyczna w zakresie anti-age, jest znana na całym świecie. Każdy produkt tworzyłem z miłością, pasją i szacunkiem. Wszystko, co robię, jest dla „przyjaciół naszej marki” – tak nazywamy konsumentów. Aby poprawiać ich wygląd i dawać przyjemność, co przynosi uśmiech i dodaje pewności siebie.

Czym charakteryzuje się wspomniana technologia?

Dominika Eisenberg: Trio-Molecular® łączy trzy cząsteczki występujące w naturze: enzymy, cytokiny i biostymuliny, które pomagają zachować i przywrócić naturalne funkcje młodej cery. Enzymy pobudzają skórę i pomagają przyswoić składniki aktywne zawarte w pielęgnacji. Cytokiny stymulują do regeneracji. Biostymuliny dotleniają komórki, są więc dla nich źródłem energii i pobudzają syntezę kolagenu oraz elastyny, dzięki czemu tonizują i ujędrniają. Od pierwszego zastosowania formuła reaktywuje podstawowe funkcje skóry, zapewniając wyraźnie młodszą, gładszą i jaśniejszą cerę. To jest serce skuteczności i efektów, jakie przynoszą produkty EISENBERG Paris.

Jakie było największe marzenie związane z kosmetykami i czy już się spełniło?

JE: EISENBERG Paris jest wielokrotnie nagradzaną, zaufaną i ugruntowaną marką na całym świecie; mój syn utrwała to w najwspanialszy sposób. Artystyczne, innowacyjne i badawcze fundamenty sprawiają, że nasza marka cały czas ewoluuje, więc moje marzenie się spełniło!

Najważniejsze elementy filozofii marki?

Filozofia EISENBERG Paris opiera się na pięknie, perfekcji, sztuce, zaawansowanej technologii, innowacji. Gwarantujemy bezpieczeństwo i weryfikowalne wyniki uzyskane dzięki pracom badawczo-rozwojowym. Wysokie standardy wynikają też z kontroli, jaką mamy nad kreacjami. Jesteśmy niezależną marką rodzinną, więc możemy skoncentrować się na poświęceniu pełnej uwagi każdemu szczegółowi. Szacunek jest

podstawową wartością, którą nieustannie podkreślamy. Za to właśnie kochają nas nasi klienci.

W dzisiejszych czasach szukamy w kosmetykach jakości czy efektu „wow”?

Każda marka ma własną tożsamość. Jednak pomimo ogromnej liczby kosmetyków konsumenci bardziej niż kiedykolwiek ufają tym, którzy są synonimem jakości i niezawodności. Odbiorcy nie są naiwni i musimy ich szanować. Dostarczać skuteczne produkty i dawać poczucie spełniania marzeń. A co może być lepszego niż śnienie „na jawie” dzięki naszym kosmetykom?

Dwóch mężczyzn w marce, którą kochają przede wszystkim kobiety. Czy pytacie je o ich potrzeby w zakresie kosmetyków?

JE: Mężczyźni również bardzo cenią nasze perfumy i pielęgnację! Natomiast to prawda, że rozmowa o potrzebach ma ogromne znaczenie. Przykład: Neck, Bustline and Breast Cream powstał w wyniku wsłuchiwania się w kobiety. Te delikatne obszary ciała szybko zdradzają oznaki upływającego czasu, jak utrata jędrności czy linie. Jesteśmy jedyną marką, która proponuje produkt skutecznie pielęgnujący te trzy strefy jednocześnie. Jego jedwabista formuła jest bezpieczna dla piersi i natychmiast się wchłania, nie pozostawiając tłustych pozostałości na skórze. Jednym z głównych źródeł inspiracji są więc ludzie, którzy nas otaczają i z którymi dzielimy naszą codzienność. A my pracujemy ramieniem w ramieniu z absolutnie wyjątkowymi kobietami. Dedykowałem karierę kobietom, najpierw poprzez modę, a od 1985 roku przez świat urody. To właśnie poczucie szacunku dla kobiet i zachwyt nimi przekazywałem mojemu synowi od najmłodszych lat.

Które kosmetyki EISENBERG Paris (oprócz wspomnianego kremu) zdaniem kobiety i znawczyni marki można uznać za najbardziej wyjątkowe?

DE: Magiezna jest Firming Remodelling Mask, którą kocham za szybkość działania, odczucia sensoryczne – konsystencję, zapach oraz pierwsze wrażenia po aplikacji. Przynosi natychmiastowy efekt liftingu, ujędrnienia i rozświetlenia. Jest kosmetykiem uniwersalnym, dla każdego typu skóry. Nawilża, zmiękcza skórę, nie pobudza wydzielania sebum i jest dobrą bazą pod makijaż.

A bez którego produktu nie wyobraża sobie pani swojej rutyny pielęgnacyjnej?

DE: Mój numer jeden to Toning Lotion – tonizacja to dla mnie podstawa. W ostatnim czasie nie rozstaję się również z The Eye Serum i Firming Remodelling Cream. Ten duet uzupełni działanie wspomnianej przeze mnie Firming Remodelling Mask – ujędrnia, wygładza, rozświetla, nawilża. Pod makijaż zawsze używam Instant Complexion Perfector. Polecam również Brow Definer & Lash Primer 02, ulubiony produkt, który stosuję na brwi i rzęsy, aby podkreślić spojrzenie.

Czy planujecie poszerzyć linię męskiej pielęgnacji?

Mężczyźni stają się bardziej świadomi wyglądu i znaczenia zabiegów pielęgnacyjnych. Zainteresowanie linią męską EISENBERG Paris rośnie. Jeśli chodzi o przyszłość męskiej linii – będziemy wsłuchiwać się w oczekiwania klientów i dostarczać produkty najwyższej jakości. ■

PROMOCJA
ZDJĘCIA: MAT. PRASOWE

