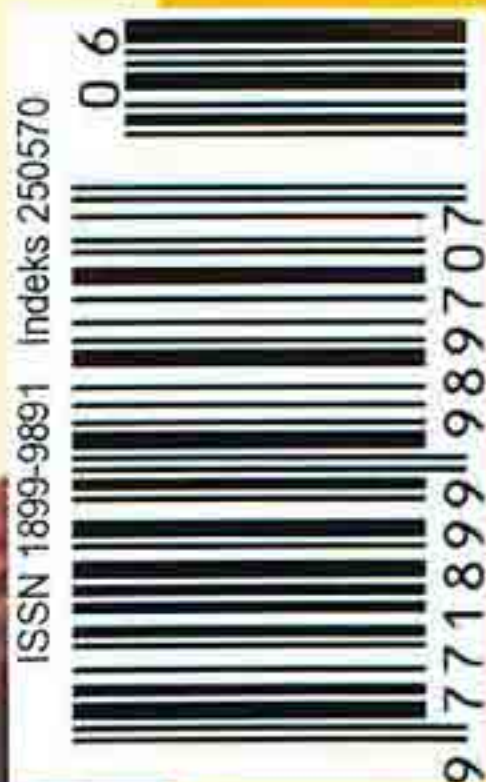


K. MAGAZINE nr 90 moda dizajn kultura wydanie świąteczne 2017/18
11,99 PLN (8% VAT) kmag.pl



**marcin
rusak**

**ania
terej**

**aleksander
doba**

**kaja
śródka**

**kasia
sokołowska**

**michał
migala**

**robert
biedroń**

**dorota
williams**

**mateusz
stankiewicz**

**krzysztof
łoszewski**

**patryk
mikiciuk**

royal issue

element piękna

Edmond Eisenberg po swoim „genialnym ojcu”, jak określa José, założyciela marki EISENBERG, odziedziczył talent do biznesu i uwielbienie dla sztuki. Obaj panowie kierują biznesem, wokół którego zgromadziła się wierna grupa klientów, choć firma stroni od nachalnej reklamy, skupiając się na rozwoju technologii. Przypuszczamy, że oprócz rozwojowych badań i sztuki, pomagającej im poszerzać horyzonty, za działaniami tego duetu kryje się jakaś magiczna molekula, dzięki której Eisenbergom nie przestaje sprzyjać pomyślność. Rozmawiamy z Edmondem Eisenbergiem.



tekst text by RÓŻA AUGUSTYNIAK

Dla klientów marki EISENBERG ważniejsze niż marketingowe sztuczki i obecność celebrytów w kampaniach reklamowych są jakość i zastosowane technologie. Kim są osoby wybierające produkty EISENBERG?

Należymy do marek luksusowych, ale jest dla nas ważne, by być marką uniwersalną. Nasz typowy klient nie istnieje. Mamy szeroki asortyment kosmetyków do pielęgnacji dla osób o bardzo różnych typach skóry i potrzebach. Wśród naszych produktów każdy znajdzie coś dla siebie. Odnosi się to też do kolekcji zapachowej – jej urokowi ulegają osoby o rozmaitych gustach i osobowościach. Najważniejszym celem naszej firmy jest wzbogacenie o element piękna życia zarówno kobiet, jak i mężczyzn. W miarę możliwości pragniemy przybliżyć ludziom odrobinę naszego unikatowego wszechświata.

Czym różni się strategia biznesowa rodzinnej firmy EISENBERG od strategii innych marek zajmujących się sprawami urody?

Przede wszystkim to nasza pasja. Nie jesteśmy ponadnarodową korporacją, ale rodzinną firmą, u źródła której leżą głębokie wartości. Nasza filozofia to piękno, perfekcja, sztuka i doskonałość. Mój ojciec, José Eisenberg, założyciel i twórca marki, codziennie daje firmie życiodajny oddech, nadaje jej sens i zaraża swoją pasją. To on stoi za każdym aspektem i detalem związanym z marką. Ojciec wraz ze swoim zespołem stale dąży do perfekcji. Pasjonuje go wydajność, wciąż szuka innowacji, zmysłowej przyjemności, elegancji, luksusu i ponadczasowości. Inwestujemy przede wszystkim w rozwój i badania naukowe, ponieważ zależy nam na dobrym efekcie. Podstawą każdego naszego produktu jest receptura Trio-Molecular®, dzięki której kosmetyki EISENBERG pozwalają osiągać realne rezultaty. Nasi klienci o tym wiedzą, dlatego są wierni marce. Podobnie jest z zapachami, które są nie tylko piękne i różnorodne, ale także każdy z nich został stworzony, by opowiedzieć jakąś historię, która powoduje, że instynktownie wyczuwamy jej emocje, piękno i tajemnicę. Zapachy są niezapomniane, tak jak najcenniejsze chwile.



of our products is based on the Trio-Molecular® formula, which allow EISENBERG cosmetics to achieve real results. Our customers know this, that's why they are faithful to the brand. It's similar with the fragrances, which are not only beautiful and varied, but each of them was created to tell a story that makes us instinctively sense its emotions, beauty and mystery. The scents are unforgettable, as are the most precious moments.

Your father worked hard to create the Trio-Molecular® formula, new technologies are his great passion. Is it the same with you?

At EISENBERG we are equally committed to beauty and technology, so I'm proud that my father has managed to create a brand that combines these two values. Nowadays, it's important to keep up with new trends, especially in new technologies. To succeed, you have to be one step ahead, so we're going to continue the innovation works. This will allow us to offer our customers the best solutions available. We must both be able to listen to the needs of our customers and anticipate them. We do this by introducing the most excellent, in my opinion, products.

You also have the artistic soul. You did the Theatre studies, you're passionate about music. What does the art mean in your life?

I love art, photography, fashion, watches, sculpture... I could name it for a long time. My father got close to beauty through the arts. He discovered and appreciated it at a very young age, living in the most artistic city of Europe, Florence. It was him that passed the love for timeless beauty on me. Art is the real source of inspiration, and composing is my way of expressing feelings and ideas, and sharing them with the public. I've played since childhood, it's the source of my satisfaction, as my emotions are transmitted through music. Each of my songs is full of truth because it reflects a memorable moment of my life.

Your family is inspired by fashion – your father and grandfather have a close connection to the textile market. What's your attitude towards fashion?

Fashion isn't about following specific trends or willing to impress people, fashion is a personal choice that lets us feel good. I look at it as a wonderful way of expressing yourself. Aesthetics and harmony are everywhere – I see them every day, and at the same time I try to incorporate them into our brand.

How do you see the male fashion in Europe?

We live in a globalized world. In spite of local differences and various habits, men are becoming more and more aware and educated about beauty, increasingly

focusing on their looks, choosing cosmetics and clothes more carefully. Fashion is universal, but each country has its own characteristics. It's interesting to observe how the globalization trends, gentrification manifestations and local cultures combine. Besides, let's remember that in the fashion world there are young, innovative designers. Each country has its own stars worth following, because these people represent the future. Today they are the ones who set new trends.

The EISENBERG brand isn't a great supporter of aesthetic medicine, although beauty treatments are now quite popular. How is it with you?

I don't support the aesthetic medicine. Nowadays, aging no longer has the same meaning as it once had. We get older, but no one will deprive us of the ability to seduce. Despite the wrinkles which are showing, and the skin getting a bit flabby, thanks to a healthy lifestyle and daily beauty treatments tailored to our needs, we can change or significantly reduce the negative effects of aging. But it would be an illusion, naturally, to think that the time passing by has no effect on us, but the treatment activities of our brand have been thoroughly tested by both men and women, and their impressions turned out positive. We've achieved spectacular effects of refreshing, moisturizing and nourishing the skin, which began to look younger – we obtained the evidence proving these results. If we have to grow older, we can do it in the nicest way possible. Today, without hesitation, I can say that keeping the youthful appearance without resorting to surgical intervention isn't an utopia. All of our skin care products are based on the Trio-Molecular® Formula, a result of 15-year studies of three molecules having great power to prevent and repair the effects of aging. This unique combination constitutes the natural elements of our treatments, and the scientific discovery itself is the exclusive property of EISENBERG – it's subject to our worldwide patent.

How do you see the future of your brand?

Just like my father, I've always been attracted to art because of the emotions and memories that it brings out. It's the real source of inspiration – in everything we do, it's about feelings, emotions, love, passion and dreams. We honestly believe that these are the values necessary to ensure the future of our brand, that we have to 'touch' people, creating a unique world that will intrigue, attract and fascinate them. Creating is at the source of EISENBERG brand. I think the year 2018 will be full of amazing premieres, we plan to explore new fragrance worlds. Soon we will say more, but it will be a great year!

the element of beauty

Edmond Eisenberg, after his 'brilliant father', as he refers to José, the founder of the EISENBERG brand, inherited business talent and admiration for the arts. Both men run a business around which a loyal group of customers has gathered, though the company keeps of pushy advertising, focusing on technology development. We suppose that besides the developmental research and the arts, which helps them to broaden their horizons, there is a magical molecule behind the duo's actions, which keeps the Eisenbergs very fortunate. We're talking to Edmond Eisenberg.

Pański ojciec ciężko pracował nad stworzeniem receptury Trio-Molecular®. Nowe technologie są jego wielką pasją. Z panem jest tak samo?

W firmie EISENBERG z równym zaangażowaniem podchodzimy do piękna i technologii, dlatego jestem dumny, że mojemu ojcu udało się stworzyć markę, która łączy obie te wartości. W dzisiejszych czasach ważne jest, by nadążać za nowymi trendami, zwłaszcza w nowych technologiach. By osiągnąć sukces, trzeba być zawsze o krok do przodu, dlatego zamierzamy kontynuować prace innowacyjne. Dzięki temu będziemy mogli oferować naszym klientom najlepsze dostępne rozwiązania. Musimy zarówno umieć wsłuchiwać się w potrzeby naszych klientów, jak i je przewidywać. Robimy to, wprowadzając na rynek najdoskonalsze, w moim odczuciu, produkty.

Ma pan również duszę artysty. Studiował pan teatrologię, pasjonuje się muzyką. Jaką rolę w pańskim życiu pełni sztuka?

Kocham sztukę, fotografię, modę, zegarki, rzeźbę... długo można by wymieniać. Mój ojciec zbliżył się do piękna właśnie poprzez sztukę. Odkrył ją i docenił w bardzo młodym wieku, mieszkając w najbardziej artystycznym mieście Europy, jakim jest Florencja. To on zaraził mnie miłością do ponadczasowego piękna. Sztuka to prawdziwe źródło inspiracji, a komponowanie to mój sposób na wyrażanie uczuć i pomysłów oraz dzielenie się nimi z publicznością. Gram od dzieciństwa, to źródło mojej satysfakcji, gdyż emocje przenoszą się właśnie przez muzykę. Każdy mój utwór jest pełen prawdy, ponieważ odzwierciedla jakąś pamiętną chwilę z mojego życia.

Pańska rodzina inspirowała się modą – pański ojciec i dziadek mają bliski związek z rynkiem tekstyliów. Jaki ma pan stosunek do mody?

W modzie nie chodzi o poddawanie się określonym trendom czy chęć zaimponowania ludziom, moda stanowi osobisty wybór, dzięki któremu możemy poczuć się dobrze. Dla mnie to wspólny sposób wyrażania siebie. Estetyka i harmonia są wszędzie – dostrzegam je każdego dnia, a jednocześnie staram się włączać je do naszej marki.

Jak pan ocenia modę męską w Europie?

Żyjemy w zglobalizowanym świecie. Pomimo lokalnych różnic i odmiennych nawyków mężczyźni stają się coraz bardziej świadomi i wyedukowani w kwestiach urody, w coraz większym stopniu zwracają uwagę na swój wygląd, starannie dobierają kosmetyki i ubrania. Moda jest uniwersalna, ale każdy kraj ma też własne cechy. Bardzo interesujące jest obserwowanie, jak łączą się trendy globalizacyjne, przejawy gentryfikacji oraz kultury lokalne. Poza tym pamiętajmy, że w świecie mody działają młodzi, innowacyjni projektanci. Każde państwo ma własne gwiazdy, które warto śledzić, ponieważ ci ludzie reprezentują przyszłość. Dzisiaj to oni wyznaczają trendy.

Marka EISENBERG nie jest raczej zwolennikiem medycyny estetycznej, chociaż zabiegi poprawiające urodę są obecnie dość popularne. Co pan o tym sądzi?

Nie jestem zwolennikiem medycyny estetycznej. W dzisiejszych czasach starzenie się nie ma już tego samego znaczenia co kiedyś. Starzejemy się, ale nikt nie odbiera nam możliwości uwodzenia. Choć pojawiają się zmarszczki, a skóra nieco wiotczeje, dzięki zdrowemu stylowi życia i codziennym zabiegom kosmetycznym dostosowanym do naszych potrzeb możemy odmienić lub wyraźnie zmniejszyć negatywne skutki starzenia się. Złudzeniem oczywiście byłaby myśl, że upływający czas nie ma na nas żadnego wpływu, ale działania zabiegowe naszej marki zostały dokładnie przetestowane zarówno przez mężczyzn, jak i kobiety, a ich wrażenia okazały się pozytywne. Uzyskano spektakularne efekty orzeźwienia, nawilżenia i odżywienia skóry, która zaczęła wyglądać młodziej – pozyskaliśmy dowody dokumentujące te wyniki. Skoro musimy się starzeć, równie dobrze możemy to robić w najpiękniejszy z możliwych sposobów. Dziś już bez wahania mogę stwierdzić, że zachowanie młodzieńczego wyglądu bez uciekania się do interwencji chirurgicznej to nie utopia. Wszystkie produkty do pielęgnacji skóry naszej marki są oparte na recepturze Trio-Molecular® Formuła, będącej owocem piętnastu lat badań na temat trzech cząsteczek mających olbrzymią moc zapobiegania i naprawiania skutków starzenia. To wyjątkowe połączenie stanowi uzupełnienie naturalnych elementów wchodzących w skład naszych zabiegów, zaś samo odkrycie naukowe jest wyłączną własnością firmy EISENBERG – podlega naszemu patentowi na całym świecie.

Jak pan widzi przyszłość swojej marki?

Tak jak mojego ojca, mnie też zawsze pociągała sztuka ze względu na emocje i wspomnienia, które wywołuje. To prawdziwe źródło inspiracji – we wszystkim, co robimy, chodzi przecież o uczucia, emocje, miłość, pasję i marzenia. Szczerze wierzymy, że są to wartości niezbędne do zapewnienia przyszłości naszej marce, że trzeba „dotknąć” ludzi, tworząc niepowtarzalny świat, który ich zaintryguje, zauroczy i zafascynuje. Tworzenie leży u źródła marki EISENBERG. Myślę, że rok 2018 będzie obfitował w niesamowite premiery, planujemy między innymi eksplorować nowe światy zapachowe. Wkrótce powiemy więcej, ale to będzie wspaniały rok!

To EISENBERG customers, quality and used technology are more important than marketing tricks and the presence of celebrities in advertising campaigns. Who are the people choosing EISENBERG products?

We're among luxury brands, but what's important for us is to be a universal brand. Our typical client doesn't exist. We have a wide range of care cosmetics for people with very different skin types and needs. There is something for everyone among our products. This also applies to the fragrance collection – its charms work on people with different tastes and personalities. The most important goal of our company is to enrich our lives with beauty, both of women and men. We want to bring closer a bit of our unique universe to people as far as possible.

What differs the EISENBERG's family business strategy from the strategies of other beauty brands?

First of all, it's our passion. We're no supranational corporation, but a family business, with deep values at its roots. Our philosophy is beauty, art and perfection. My father, José Eisenberg, the founder and creator of the brand, gives the company the life-giving breath every day, he gives it a meaning and passes on his passion. He's behind every aspect and detail related to the brand. Father, together with his team, constantly strives for perfection. He's passionate about productivity, he's still looking for innovation, sensual pleasure, elegance, luxury and timelessness. We invest primarily in research and development, as we care for a good result. Each





Q jak Quality

W czasach, gdy rzemiosło powoli ginie, powstała marka Zaquad. Dzięki niej odzyskujemy wiarę w prawdziwe rękodzieła. Znakiem rozpoznawczym ubrań są niestandardowe kroje, unikatowe tkaniny, printy oraz dbałość o wysoką jakość wykończenia, za którymi kryje się rodzinna tradycja odnosząca się do korzeni dawnych zakładów krawieckich. Nie bez powodu projektantka Anna Banaczek zawarła w nazwie projektu literę „Q”, symbolizującą „Quality” („jakość”). Pasję do sztuki, piękna i projektowania odziedziczyła po swojej mamie, od której nauczyła się również podstaw krawiectwa. Jej pracę doceniło już wiele kobiet, między innymi Katarzyna Zielińska i Aneta Kręglika.



Eliksir młodości

Odrobina luksusu na co dzień każdemu umili życie. Może to być cokolwiek, ważne, by zrobić coś z myślą o sobie. Ta myśl przyświeca rodzinie Eisenbergów. Kosmetyki spod znaku francuskiej marki to idealny wybór zarówno na co dzień, jak i na wyjątkowe okazje. Dzięki unikalnej formule Trio-Moléculaire® i specjalnie wyselekcjonowanym składnikom produkty Eisenberg dbają o kondycję naszej skóry, dając jej jednocześnie zastrzyk energii, która rozświetli nawet najbardziej zmęczoną twarz. Idealnym tego przykładem jest Eliksir Młodości Eisenberg – żel liftingujący na bazie wyciągu z miłorzębu japońskiego i zielonej herbaty, połączonych z biotechnologicznym kompleksem napinającym.

Niekończąca się noc

Przebojowość, zuchwałość i uwodzicielstwo to cechy legendy i... duetu zapachów od Playboy Fragrances. Endless Night to kompozycja dla niej i dla niego, która kojarzy się z odważną i pełną zabawy atmosferą, a zapach utrzymuje się na skórze przez całą noc. Bo najlepsze noce nie mają końca. Kobiety oszaleją na punkcie świeżego, drzewnego zapachu z domieszką orzeźwiającej cytryny i korzennego szafranu oraz kardamonu, tak jak każdy mężczyzna ulegnie pod wpływem iskrzącego się akordu różowego szampana, w którym róża i kwiat pomarańczy przeplatają się z aromatyczną nutą dawanu.



Święta po fińsku

Czas to jeden z najbardziej deficytowych towarów współczesnego świata. Jednak niektórzy wiedzą, jak w pełni go wykorzystać. Wystarczy spojrzeć na Finów, którzy uwielbiają spędzać czas z bliskimi, beztrudnie ciesząc się wspólnymi chwilami. Okazja zawsze się znajdzie, a w nadchodzące święta nie będzie inaczej. Wszyscy tłumnie zasiądą przy stole, rozkoszując się tradycyjnymi przysmakami, takimi jak szynka, świeże ryby – wśród których nie zabraknie oczywiście łososia i śledzia, a ten drugi nie obejdzie się bez sałatek, między innymi skandynawskiego specjału, jakim jest sałatka z buraków rosolli. Czego w Polsce raczej nie uświadczymy, zaś w Finlandii jest powszechne, to rozmaite zapiekanki na bożonarodzeniowym stole – ziemniaczane, z marchwi czy indyka. A to wszystko serwowane w atmosferze rodzinnego gwaru. Dla takich momentów warto na chwilę zwolnić tempo. To właśnie tak piękny kraj, jakim jest Finlandia wraz z jej obyczajami, stał się ojczyzną oraz inspiracją do powstania zimowego drinka Xmas Copa Finlandia.

