

КАРАВАН

историй



ПОДАРКИ!

Подробности
на стр. 101, 117,
133, 183

Гарик Сукачев

В нашей с Олей
жизни было
все. Думаю, ей
тяжело со мной

Андрей
Житинкин

Страсти между
Тереховой и
Домогаровым
бушевали
бешеные

Максим
Аверин и
Анна Якунина

Нужно один раз
поругаться,
чтобы понять,
как это страшно —
потерять

Анна Банщикова
В облаках не витаю

16+

ISSN 1560-4233
11
9 771560 423004



С сыном Эдмоном

ЖОЗЕ АЙЗЕНБЕРГ

ПУТЕШЕСТВЕННИК ВО ВРЕМЕНИ

Вернуться в детство для него до сих пор не составляет труда: достаточно закрыть глаза и вдохнуть аромат цветка апельсина — мамин запах.

утешения во времени и пространстве — его ноухау. Духи, которыми пользовались модницы конца сороковых, — это послевоенный Бухарест. Запахи краски, растворителя и деревянного бафета — Флоренция пятидесятых, тканей и масла для швейных машинок — Базиликата шестидесятых, пластика и металла — Бостон семидесятых, химикатов — Париж восьмидесятых.

Жозе родился двадцатого августа 1945 года в Бухаресте и скорее всего продолжил бы семейный бизнес — несколько поколений Айзенбергов были текстильными промышленниками. Кто знает, каких высот они достигли бы, не вмешавшись Вторая мировая.

Но все войны рано или поздно заканчиваются. После черных лет оккупации Румыния потихоньку восстанавливалась, налаживался и бизнес отца... Семья жила в столице на просторной вилле возле королевского дворца, и раннее детство Жозе окрашено сплошной радостью. Среди первых воспоминаний — запахи флердоранжа и маминых пирогов. А еще ароматы духов ее подруг. По сей день духи способны вернуть Айзенберга в те далекие времена, когда он был самым счастливым ребенком на свете.

Сказка закончилась в три года. После коммунистического переворота имущество Айзенбергов национализировали и семья оказалась в двенадцатиметровой комнате, которую раньше занимали горничные. Они познали бедность,



ке персональных компьютеров — открыл компанию Eisenberg Data Systems (EDS), которая успешно конкурировала на международном рынке, пока не появился безусловный лидер IBM. Так в третий раз проявилась его способность безошибочно угадывать актуальные тенденции будущего.

Очередной целью Айзенберга стала «умная» косметика. Наняв команду ученых, в 1985 году он начал исследования, потратив пятнадцать лет на создание уникальной формулы Trio-Moléculaire® — комбинации трех натуральных молекул, которые, работая одновременно, восстанавливают, активизируют кожу и насыщают ее кислородом. Клинические испытания подтвердили безусловную эффективность разработки: оказалось, человеческая кожа действительно способна «вспомнить молодость» — формула обладала выраженным антивозрастным действием! В 2000-м был зарегистрирован бренд José Eisenberg, который через год переименовали в Eisenberg Paris. Тогда же, в 2001-м, бренд выпустил на рынок первую линию уходовых средств.

бессправис и гонснис и спустя десять лет бежали из страны. В тринадцать Жозе оказался в Италии. Позже он скажет: «Моя история начинается во Флоренции конца пятидесятых». Его взяли учеником в реставрационную мастерскую — для получения достойного образования не было ни возможностей, ни денег. Благодаря средневековому городу,льному поистине бесценных сокровищ, он навсегда сохранил страсть к изобразительному искусству, станет коллекционером и тонким знатоком живописи.

Айзенберг упорно трудился и в двадцать два года уже активно сотрудничал с итальянскими домами прет-а-порте — рисовал для них эскизы. Но в 1968-м грянул кризис, многие фабрики и заводы простоявали, массовое производство сокращалось. Жозе пошел на довольно рискованный шаг: уехал в Базиликату — маленькую бедную область на юге страны. Там он открыл небольшую швейную мастерскую. За несколько лет та разрослась до полноценной фабрики, в 1972 году там работало несколько тысяч местных жителей.

Айзенберг начал сотрудничать с каталожными компаниями, торговавшими одеждой дистанционно. Первой стала Otto, затем Quele, Neckermann, Les 3 Suisses... Стремительно растущий бизнес приносил внушительную прибыль.

Айзенберг упорно трудился и в двадцать два года уже активно сотрудничал с итальянскими домами прет-а-порте — рисовал для них эскизы

Президент Италии оценил вклад Жозе в национальную экономику, и двадцати-семилетний иммигрант был удостоен звания Почетного гражданина.

Однако к тому времени фешен-индустрия ему наскучила, хотелось чего-то нового и неожиданного. В 1974 году Айзенберг отправился в США и создал компанию JE Contrex, которая занялась искусственным интеллектом. Первый опыт — разработка электронного «ока»: протеза, заменяющего человеческий глаз. Над проектом в Бостоне трудилось сто двадцать ученых из Массачусетского технологического института. Увы, тогдашние компьютерные ресурсы еще не отвечали задаче. Глаз в конце концов получился, но коммерческая выгода стремилась к нулю. Тем не менее тот эксперимент оказался весьма ценным и направил поток идей Жозе в новое русло: он стал одним из пионеров нарын-

ке сейчас помимо уходовых средств для женщин и мужчин ассортимент включает в себя парфюмерию и солнцезащитные продукты. Все производится с соблюдением жестких экологических принципов: никаких консервантов, парabenов и тестирования на животных. Прежде чем появиться на полках, они разрабатываются по несколько лет и проходят тщательнейшие клинические испытания. Это принципиальная позиция Жозе, и в вопросах качества он не готов на уступки.

«Мы — маленький семейный бренд, а не многонациональная корпорация. Не играем в маркетинговые игры, можем позволить себе быть независимыми и сосредоточиться на главном — на качестве наших продуктов», — говорит Айзенберг.

Продаются средства Eisenberg в лаконичных упаковках. Поначалу кон-

сультанты заверяли босса, что простые белые тюбики и баночки никого не впечатлят, но Жозе не отступал. Чутье опять его не подвело, он и здесь заранее угадал потенциальный тренд.

А вот в парфюмерии Айзенберг следует противоположному принципу: никакой лаконичности! Первый аромат он создал в 2002 году и дал ему провокационное название J'Ose: с одной стороны, это аллюзия с его именем — Жозе, с другой — с французского оно переводится как «Я смею». На упаковке была изображена дерзкая женщина с сигарой.

В 2011 году появилась коллекция ароматов L'Art du Parfum, которая связала парфюмерное искусство и живопись. К дизайну упаковки Жозе привлек Хуареса Мачадо. Работы талантливого бразильца Айзенберг увидел в галерее и был впечатлен. Девять женских арома-

тов и четыре мужских получили воплощение в картинах. Для каждого Мачадо написал оригинальное полотно. Сегодня эти картины висят в штаб-квартире компании в Монако. Их сюжеты повторяются на шелковых шейных платках, которые выпускает Eisenberg. Кстати сказать, компания не работает со знаменитостями. Средства на рекламу с участием раскрученных лиц можно с

гораздо большей эффективностью направить на новые исследования — уверен глава бренда.

Следующей стала нишевая коллекция Les Orientaux Latins, объединившая французские «цветочные» традиции с экзотическими красками Востока. Двенадцать ароматов, условно разделенные на мужские и женские, называются Secret с добавлением расшифровки

Все композиции и формулы Жозе придумывает сам. Изучая историю парфюмерии, он пришел к выводу, что лучшие образчики создавались на рубеже XIX—XX веков

В 2011 году появилась коллекция ароматов L'Art du Parfum, которая связала парфюмерное искусство и живопись. К дизайну упаковки Жозе привлек Хуареса Мачадо. Работы талантливого бразильца Айзенберг увидел в галерее и был впечатлен



ФОТО: EISENBERG PARIS

аромата и пронумерованы римскими цифрами от I до VI. В основу коллекции положена та же идея: обернись, почувствовав аромат, и перенесись в иные место и время. На флаконах в виде пузатых сосудов и масляных ламп на шелковой ленточке висят бронзовые ключики. Возможно, они от того «секрета», который выберете вы? Кстати, ключики можно использовать как аксессуар — брелок или подвеску.

Все композиции и формулы Жозе Айзенберг придумывает сам — ныне в портфолио ароматов бренда почти три десятка наименований. Изучая историю парфюмерии, он пришел к выводу, что лучшие образчики создавались на рубеже XIX—XX веков. Жозе вообще любит оглядываться назад — не только на улочки Флоренции пятидесятых, и не раз признавался, что идеальные времена и место, в которых ему хотелось бы оказаться, — Венеция XVIII столетия...

У семидесятичетырехлетнего Жозе есть надежный помощник — сын Эдмон. Он стратегический директор бренда и амбассадор мужской линии. Правда, сын не сразу вошел в семейный бизнес. Так же как и отца, его интересуют живопись, драматическое искусство и музыка. Эдмон талантливый музыкант, с пяти лет учился играть на скрипке, фортепиано, затем увлекся гитарой, ударными и вокалом, изучал драматическое искусство в британской столице.

Но как говорится, гены взяли свое... Как и подобает наследнику бьюти-империи, получил блестящее образование в сфере международного бизнеса в Лондоне, МВА по управлению в сфере предметов роскоши в Монако. Эдмон работает с отцом, чтобы сохранить ДНК бренда и его ценности.

Впрочем, искусство по-прежнему важнейший компонент магического коктейля Eisenberg. Среди других его составляющих — современные технологии, постоянные поиски совершенства и дружная команда. Между прочим, сотрудники изменили французскую традицию дважды чмокать друг друга в щеку при встрече и прощании. Кто-то однажды в шутку предложил целоваться трижды в честь «трио-молекулярной» формулы. Так с тех пор и повелось. К слову, омолаживающие свойства главного открытия Айзенberга подтверждает его неувядающая внешность. Или, может, дело в другом? Говорят, путешественники во времени не стареют. А Жозе, безусловно, из них.

Татьяна Миргородская



Девять женских ароматов и четыре мужских получили воплощение в картинах. Для каждого Мачадо написал оригинальное полотно