

Madame Rubinstein i Miss Arden wojna na kremy

"Nie ma brzydkich kobiet, są tylko leniwe." (Helena Rubinstein, ur. 25 grudnia 1870 w Krakowie - zm. 1 kwietnia 1965 w Nowym Jorku)

Rywalki na arenie Beauty

„Sprzedawajcie marzenia, obietnice. Sprzedawajcie ludziom to za czym tęsknią, czego pragną. Ludzie nie kupują, żeby posiadać, ale żeby zaspokajać pragnienia. Sprzedajcie im te marzenia a nie będziecie się martwić o sprzedaż przedmiotów” - tak spikerka radiowa Helen Landon Cass zdawała w 1923 roku relację ze kongresu handlowców w Philadelphii.

Miss Arden i Madame Rubinstein - tak chciały, by je tytułowano - wiedziały o czym mowa. Od dawna sprzedawały kobietom na obu półkulach marzenia o pięknym i zdrowym wyglądzie, i o luksusie. Swoje salony kosmetyczne otworzyły niemalże jednocześnie: Helena Rubinstein trochę wcześniej, bo w 1902 roku w Melbourne w Australii, a Elizabeth Arden w Nowym Jorku przy Piątej Alei w 1907. Kilka lat później zostały sąsiadkami, ale przez całe życie nie zamieniły ze sobą ani słowa. Za to rywalizowały ze sobą zawzięcie. Obie energiczne panie przybyły do Wielkiego Jąbłka, jak nowojorczyki zaczęli nazywać swoje miasto, by realizować swój „american dream”.

Emigrantki z nieznanymi stron

Florence Nightingale Graham, bo tak właściwie nazywała się Elizabeth Arden, przyjechała z małego miasteczka spod Toronto, gdzie urodziła się 31 grudnia 1878 roku. Wzrastała na farmie w bardzo skromnych warunkach, na dodatek bez matki, która zmarła gdy dziewczynka miała 6 lat. Jako nastolatka przeniosła się do Toronto, gdzie szybko wciągnęło ją miasto. Zaczęła marzyć o życiu takim jak w kinie, albo w tanich romansach - w luksusie. W 1907 roku rozpoczęła następny etap, nowojorski. Po przyjeździe do Nowego Jorku zaczęła pracować jako kasjerka w salonie piękności Mrs. Eleonor Adair, ale już wkrótce otworzyła ze współniczką własny salon „Elizabeth Hubbard”. Wkrótce została jego jedyną właścicielką - zmieniła tylko nazwisko, które wzięła z poematu Alfreda Tennysona. Tak narodziła się marka "Elizabeth Arden".

http://www.youtube.com/watch?v=VW01bh_2DCw

Na początku wszystko robiła sama, tak samo zresztą jak Helena Rubinstein w podobnym okresie: przygotowywała krem o nazwie „Wenecki”, napełniała nim proste, ale eleganckie słoiczki, sprzątała pomieszczenia. Była jedną z wielu emigrantek, które po osiedleniu się w Nowym Jorku zaczęły odnosić sukces prowadząc własną firmę, by wspomnieć Lane Bryant (Lena Himmelstein), której firma produkująca początkowo odzież dla kobiet w ciąży, istnieje do dziś zaspokajając odzieżowe potrzeby pań „puszystych”, czy Idę Rosenthal z Mińska, dzięki której kobiety mogły zrezygnować z gorsetu i zacząć nosić biustonosz.

Emigrantki, to była grupa klientek, którą obrała sobie za cel Helena Rubinstein. Gdy w wieku 44 lat przybyła do Nowego Jorku uciekając z Europy przed I wojną światową, miała już za sobą doświadczenie dobrze funkcjonujących salonów w Melbourne, Londynie i Paryżu.

Helena Rubinstein

Urodziła się w 1870 roku w podkrakowskim - wtedy - Podgórze, nie w Krakowie w pałacu niedaleko Rynku, jak później opowiadała - potrafiła stworzyć swój mit - wkrótce po jej przyjeździe na świat rodzina przeniosła się do kamienicy przy ulicy Szerokiej 14 na Kazimierzu. Była jedną z ośmiu córek handlarza jajkami i naftą, który tradycyjnie wychowywał swoje dzieci. Gdy Helena (wtedy jeszcze Chaja) nie chciała poślubić dwa razy starszego od niej wdowca, którego znalazł dla niej ojciec, niedoszłe swaty zakończyły się dramatycznie. Chaja uciekła na

drugi koniec świata, do Australii, gdzie mieszkał wuj. Z ojcem nigdy się nie pogodziła. Przed wyjazdem matka zdołała wcisnąć jej jeszcze do walizki kilka słoików kremu od doktora Lykuskiego. Dzięki tym słoikom rozpoczęła karierę. Mamy rok 1896.

Na antypodach Australii o spalonej słońcem skórze podziwiała mleczną, jędrną cerę Europejki - każda chciała mieć taką. Rubinstein, jak później opowiadała, otworzyła swój pierwszy salon pożyczając pieniądze od poznanej na statku pasażerki i wstawiając doń stare krzesła. Ta wersja początku firmy najbardziej mi się podoba, tym bardziej, że pasuje do wizerunku jej właścicielki jako osoby bardzo oszczędnej. Gdy była już bardzo majątna, mówiono, że do pracy przynosiła śniadanie z domu w papierowej torebce, a pracownicy wysyłała po najtańsze rajstopy za 90 centów.

□ **Sprzedawajcie tylko to, co drogie**

Rubinstein instynktownie wiedziała, że autoreklama jest najważniejsza, a ciekawe historie przyciągają klientów. Wiadomo na pewno, że w 1908 roku poślubiła Edwarda J. Titusa, Amerykanina, podobno z polskimi korzeniami, który pisał dla niej wcześniej teksty reklamowe. Jej firma z filiami w Paryżu i Londynie, wspomagana przez siostry kwitła, a Helena pogłębiała w Europie wiedzę z dermatologii. Wraz z mężem zamieszkała w Londynie, gdzie urodziła dwóch synów.

Gdy w 1915 otwierała swój pierwszy salon, „Maison de Beaute Valaze”, w Nowym Jorku przy 49. ulicy, towarzyszył temu entuzjastyczny artykuł w amerykańskim Vogue’u. Niektóre zamożne panie znały już paryski salon Rubinstein ze swoich wojaży do Europy.

<https://www.youtube.com/watch?v=uQbW7e59SZI>

Elizabeth Arden

Elizabeth Arden przeniosła się wtedy ze swoją firmą na 53. ulicę i otworzyła swój salon z charakterystycznymi czerwonymi drzwiami (logo i perfumy „Red Door” są nimi zainspirowane). W ten sposób dwie ambitne businesswomen z branży kosmetycznej miały swoje siedziby położone niedaleko od siebie.

Obydwie były niewielkiego wzrostu, autorytarne, walczyły zajadle o klientki i o palmę pierwszeństwa w rozwijającej się dopiero branży. Bardzo nowocześnie łączyły markę z propagowanym przez nie stylem życia, a swoje produkty reklamowały naukowym językiem. Obie sprzedawały bardzo drogie produkty uważając, że w ten sposób dotrą do odpowiedniej klienteli. Arden mówiła: „*Nie opłaca się kupować produktu, który kosztuje dolara*”, a Rubinstein: „*Niektóre kobiety kupują tylko to, co jest drogie*”.

Róż, przepych i emocje □

Kolorem dominującym w opakowaniach kosmetyków Elizabeth Arden był róż - przyciągał kobiety świat dostatku i przyjemności i taka była też klientka tej firmy: zamożna. Arden była piękną, romantycznie wyglądającą kobietą, ale mocno stąpała po ziemi: gdy w 1915 roku wychodziła za mąż za Thomasa J. Lewisa (po południu była już w pracy) powiedziała mu: „*Nie zapominaj, że ty tylko tu pracujesz. Firma jest moja*”. Było to trudne małżeństwo, ale przetrwało 18 lat. Przy rozwodzie Arden zastrzegła sobie, że były małżonek przez pięć lat nie może pracować w branży kosmetycznej.

□ Ekstrawagancka Rubinstein stosowała intensywne kolory i na opakowaniach swoich produktów i w proponowanych makijażach, podkreślając przy tym, że swoją wiedzę na ten temat zdobyła analizując malarstwo w europejskich muzeach. Swoją ofertę kierowała do młodych kobiet z klasy średniej, które pragnęły realizować się zawodowo. W ten sposób stała się współtwórczynią modelu nowoczesnej kobiecości.

Sama kochała przepych i emocje, mówiła osobliwą mieszanką angielskiego, francuskiego, polskiego i jidysz. Rozstała się ze swoim mężem w 1916 roku, choć formalnie rozwiodła dopiero w 1932. Krążyły różne legendy na ten temat. Gdy w 1928 roku sprzedała swoją firmę Bankowi Lehman Brothers (jego plajta, nawiasem mówiąc, rozpoczęła jesienią 2008 roku aktualny kryzys), mówiła niektórym, że chciała ratować małżeństwo.

W tym czasie Edward J. Titus kierował w Paryżu niewielkim magazynem literackim "The Quarter", w którym publikowali m.in. surrealiści, i wydawał ambitne teksty m.in. „Kochanka Lady Chatterley” D.H. Lawrence’a, dzienniki Kiki de Montparnasse - modelki i muzy artystycznej bohemy, teksty przed dwoma laty na nowo „odkrytego” Ludwiga Levisohna - pisarza, którym zachwycił się Tomasz Mann.

Zupełnie możliwe, że Helena Rubinstein sprzedając firmę wykazała się tylko niezwykłym wyczuciem światowej sytuacji finansowej, bo stało się to w przededniu Wielkiego Kryzysu: uzyskała niebotyczną sumę 8 milionów dolarów, co odpowiada obecnie około 84 milionom. Lehman Brothers w obliczu upadającej gospodarki nie rozumiejąc strategii Rubinstein obniżył ceny produktów firmy: sprzedawano je teraz w drogeriach! Była właścicielka nie mogła tego znieść - po roku odkupiła firmę. W międzyczasie akcje firmy spadły z 70 do 20 dolarów - na tej transakcji zarobiła niewiarygodną sumę przeszło 6 milionów dolarów.

W tym czasie firma Elizabeth Arden kwitła. Jej właścicielka zainwestowała w farmę piękności „Maine Chance”: jeden z jej luksusowych przybytków był w Mount Vernon (Maine), ulubionej miejscowości wypoczynkowej amerykańskiej high society, gdzie za 500 dolarów (w owych czasach pokaźna suma) 20 majątnych kobiet mogło odpocząć i poddać się wszelakim zabiegom pielęgnacyjnym i upiększającym. Piękno ciała utożsamiane było przez nią ze zdrowiem. Elizabeth Arden podkreślała często znaczenie ruchu i odżywiania dla dobrej kondycji. Mówiła, że od skomplikowanej na ówczesne czasy operacji biodra uratowały ją ćwiczenia hatha jogi i zadziwiała klientki stając na głowie. Tutaj utrzymywała również stadninę koni, jako, że była to jej wielka pasja i było to w dobrym tonie.

Helena Rubinstein w swoich salonach też oferowała całą gamę zabiegów kosmetycznych, masaże, jak również kursy eleganckiego ruchu, porady dotyczące odpowiedniego zachowania w czasie rozmowy o pracę, słowem wszystko, co mogło pomóc kobiecie w budowaniu poczucia własnej wartości.[]

Konie i usta Mae West

Branża kosmetyczna w USA pod koniec lat 20. cieszyła się niezwykłym powodzeniem: oferowała około 7 tys. produktów, obrót wynosił około 2 miliardów dolarów. A był to okres Wielkiego Kryzysu. Zaskakujące? Właśnie kryzys spowodował zwiększone zapotrzebowanie na niewielkie luksusowe produkty - kiedy majątne do tej pory osoby nie mogły zaspokoić swoich zachcianek, poprawiały sobie nastrój ekskluzywnymi środkami do pielęgnacji ciała.

Druga połowa lat 30. to rozkwit obu firm. Madam i Miss prześcigały się w nowych produktach: kiedy „Eight Hour Cream” firmy Arden odnosi sukces, Rubinstein wypuszcza na rynek zapach „Apple Blossom”, Arden „Blue Grass”, a w 1938 roku klientki rozchwytyją pierwszy wodoodporny tusz do rzęs opracowany przez konkurentkę. []Kiedy Elizabeth Arden ekscytowała się wyścigami konnymi pielęgnując towarzyskie i businessowe kontakty, Rubinstein 6 - 8 razy w roku bywała w Europie, skąd przyływała w najnowszych kreacjach od Elsy Schiaparelli i z nowymi dziełami sztuki. Te ostatnie zdobiły nie tylko jej prywatne salony, ale i salony kosmetyczne jej firmy, które nazywano wręcz „świątyniami sztuki”.

W Nowym Jorku klientki witała fotografia Man Raya z nadnaturalnej wielkości ustami Mae West. Kolekcjonowanie i promocja artystów należała już wtedy do dobrego tonu, ale rola Heleny Rubinstein w upowszechnianiu sztuki nowoczesnej jest wyjątkowa i doczekała się zresztą naukowego opracowania książkowego. []Sztuka nowoczesna zyskała powszechną akceptację właśnie przez bezpośredni kontakt klientów na przykład z opakowaniami kosmetyków, które projektowali awangardowi wtedy artyści, jak m.in. Salvadore Dali, a teksty reklamowe

wychodziły spod pióra wybitnych literatów.

Ogromne mieszkanie Rubinstein miało niektóre pokoje urządzone minimalistycznie, inne zaś, umeblowane antykami, wypełnione były w nadmiarze dziełami sztuki, i to różnej jakości i najróżniejszych gatunków: obok czterech płócien Renoira wisiały obrazy małej wartości. Jej portrety malowali m.in. Marie Laurencien i Salvadore Dali, który był też autorem malowideł ściennych w jednym z 26 salonów w jej apartamencie. Po długich prośbach Madame nawet Picasso w latach 50. zgodził się namalować jej portret, ale pierwsze szkice artysty nie przypadły jej do gustu i zarzuciła ten pomysł.

Złośliwi twierdzili, że kolekcja zawierała mało znaczące dzieła najbardziej znaczących artystów. Faktem jest, że w 1935 roku zrobiono wystawę z części jej zbiorów, która pokazywana była w Museum of Modern Art w Nowym Jorku i w kilku innych miastach USA. Jej kolekcja biżuterii była podobną mieszanką: obok naszyjnika carycy Katarzyny - odpustowe ozdóbki za kilka centów. Uporządkowana była alfabetycznie: A - ametysty, B - beryle, D - diamenty...□

Walka na księciów, mężów i menadżerów

Rywalizacja tych dwóch kosmetycznych potentatek przybierała niekiedy również i ostrzejsze formy: w 1938 roku, w kilka lat po rozwodzie z Titusem, Rubinstein wyszła za mąż za gruzińskiego księcia Artchil Gurielli-Thkonia, młodszego od niej o 25 lat! Nareszcie posiadała nie tylko fortunę oraz miejsce w sociecie Nowego Jorku i wśród bohemy Paryża. Została księżną! Nie chroniło jej to, niestety, przed niepowodzeniami. W 1938 roku Elizabeth Arden zwerbowała głównego menadżera swojej rywalki i dwanaście jego najbliższych współpracowniczek.

Za to, gdy były menadżer i eks-małżonek Arden po pięcioletnim przymusowym bezrobociu, zagwarantowanym klauzulą rozwodową był nareszcie do dyspozycji, Rubinstein z wielką radością nie omieszkała ogłosić, że u niej podejmuje pracę. Rok później odniosła także spektakularny sukces niecodzienną kampanią reklamową: z dachu jednego z domów towarowych przy Piątej Alei spadały powoli, wiszące na czerwonych i niebieskich balonikach, koszyczki z próbkami perfum „Heaven Sent” („Niebiańska przesyłka”) w flakonikach w kształcie aniołków. Całe miasto mówiło o tym zdarzeniu!

W tym czasie Elizabeth Arden znalazła sobie również księcia, Rosjanina Michaela Ewlanoffa. Małżeństwo przetrwało zaledwie kilka miesięcy - księżę trwoniał pieniądze swojej małżonki!□ Helenie Rubinstein sztuka przynosiła rozgłos, Elizabeth Arden - konie i film. Nie, żeby grała, czy robiła make-up aktorom - od tego był w Hollywood Max Factor, czyli pochodzący z Łodzi Maksymilian Faktorowicz. Sławny George Cukor nakręcił w 1939 roku film „The Women” („Kobiety”), którego akcja rozgrywała się w pomieszczeniach niemalże identycznych z salonem firmy Arden. Miss była wściekła i chciała zaskarżyć producenta, ale gdy zorientowała się, że film robi furorę, była zachwycona - lepszej reklamy nie można było sobie wymarzyć.

A konie? „Przyniosły” jej zdjęcie na okładce magazynu „Time” i inne zaszczyty. Jednym z sukcesów była wygrana jej podopiecznego „Jeta Pilota” na prestiżowych Kentucky Derby w 1947 przynosząc właścicielce ogromne finansowe korzyści.

W Europie trwała II wojna światowa - całe amerykańskie społeczeństwo włączone było w walkę z Niemcami, kobiety również. Rubinstein dostarczała wojsku bandaży, produkowała kremy przeciwsłoneczne i kosmetyki do zamaskowania twarzy dla żołnierzy. Arden oferowała pomadkę w kolorze o nazwie "Montezuma Red", dopasowanym do zielonego odcienia kobiecych mundurów. Nylonowe pończochy były wtedy nie do kupienia - Arden wpadła na genialny pomysł wytwarzania koloryzującej emulsji do nóg: „Velva Leg Film”.□

Wojna obu kobietom dostarczyła traumatycznych przeżyć. Europejskie posiadłości Rubinstein zajęte zostały przez Niemców. W jej paryskim mieszkaniu rezydował ulubieniec nazistowskich władców, rzeźbiarz Arno Breker. Nie zdołała też uratować z zagłady wszystkich członków rodziny. Z kolei siostra Arden prowadząca filię firmy w

Paryżu była oskarżona przez Niemców o sabotaż i trzymana miesiącami w więzieniu.□

Władczynie marzeń nie nadążają

Po wojnie nic nie miało pozostać tak jak dawniej. Życie nabrało tempa: zaczęto szybko chodzić, szybko jeździć, różne sprząty w gospodarstwie domowym pozwalały zaoszczędzić czas, młode kobiety nie chciały wiele czasu poświęcać na zabiegi pielęgnacyjne, bo spędzały czas na zakupach. Chciały się tylko malować, najlepiej jeszcze spać z makijażem. Nie chciały używać tych samych kosmetyków co ich matki - popularność zdobyła tania "Maybelline" i droższa "Estée Lauder", której szefowa sama stawiała za ladą i rozdawała próbki.

□Panie Arden i Rubinstein nie były już młode. Co prawda obie nie przywiązywały wagi do wieku - jak mawiała Arden *„ma się tyle lat, na ile się czuje, wiek jest w głowie”*, ale nie zorientowały się w przemianach, które ogarnęły świat w latach 50.□ Obie zaangażowane były w działalność publiczną - Arden na rzecz Czerwonego Krzyża, Rubinstein na rzecz młodego państwa Izrael. Tę drugą dosięgły życiowe ciosy: najpierw zmarł ojciec jej dzieci, Titus, później po 17 latach małżeństwa księżę, jej drugi mąż, i syn Horacy.

W tym samym mniej więcej okresie telewizja zaproponowała jej prowadzenie programu, który miał przyciągać młodą widownię, ale Rubinstein nie zgodziła się, nie miała nawet telewizora - czy nie dostrzegła, jak ważną rolę odgrywa to nowe medium, czy, jako że dla jej generacji telewizor był nie w tym tonie, nie wiadomo. Show „Pytanie za 64 000” robił więc Charles Revson, niedoceniony przez obie panie konkurent w biznesie, twórca marki "Revlon". Każdą edycją programu przyciągał miliony widzów, a zarazem tłumy klientek.□

Na życie i śmierć

□Panie Arden i Rubinstein nawet w podeszłym wieku nie szczędziły sobie złośliwości: gdy miłośniczce koni jej ukochany podopieczny nadgryzł palec i trzeba go było przyszywać w klinice, Madam zmartwiła się: *„Ojej, jaka szkoda! Ale jak się czuje koń?”*□

W maju 1964 roku Rubinstein została zaatakowana przez rabusiów, którzy zaskoczyli ją w sypialni na ogromnym łożu z pleksi... Krzyczała: *„Jestem starą kobietą i nie boję się śmierci - możecie mnie zabić, ale nie okraść”*. Natychmiast z pomocą przybiegli butler i pielęgniarka. Ukradziono tylko 200 dolarów, ale dla Madame było to poważne przeżycie - miała 95 lat. Od tego momentu czuła się staro i niepewnie, nosiła przy sobie testament. Kilka miesięcy później w czasie wizyty w swojej fabryce na Long Island dostała wylewu, następnego dnia, 1 kwietnia 1965 zmarła. Elisabeth Arden przeszła przed sklepem zmarłej konkurentki, mówiąc co prawda *„Biedna Helena”*, jej oczy nie były jednak smutne. Przeżyła rywalkę tylko o kilkanaście miesięcy.

* * *

(tekst napisany pierwotnie dla "Imperium Kobiet")