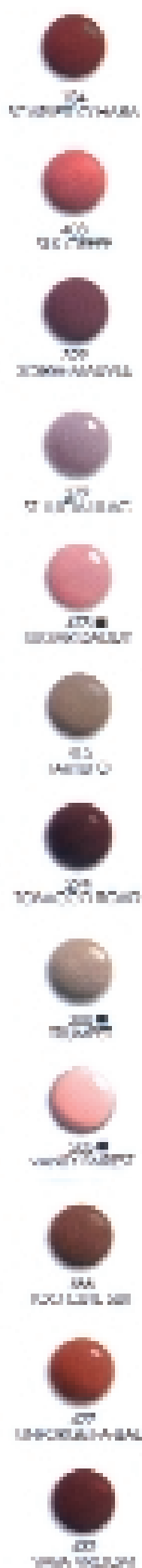




essie- küünelaki- tööstuse ikoon

Sash Uusjärv

“Kui küüned on korralikult maniküüritud, oled alati moekas. Käed on kõige väljendusrikkam osa sinu kehast – need räägivad sinu eest.”
Need sõnad kuuluvad **Essie Cosmeticsi** asutajale ja juhile Essie Weingartenile, kelle 1981. aastal loodud firma on tänaseks arenenud üheks kõige edukamaks küünehooldusbrändiks maailmas.



Pühendunud hästihooldatud küünetele, pööras Essie suurt tähelepanu ka korralikule teenindusele ja laiiale tootevalikule. Oma äri algusaastatel avastas ta, et kõigi tollaste salongide sortiment oli küünelaki värvitoonide osas väga piiratud. Kõik parimad toonid läksid müüki kauplustesse, jättes salongidele ja nende klientidele üsna vähe valida. Essie arvates oli irooniline, et just need naised, kes olid kõige enam huvitatud küünehooldusest ja -ilust, ehk siis maniküürijate kliendid, pidid korralikust valikust ilma jääma. Siit leidiski ta oma niši.

Varustatud esimese kaheteistkümne värviga, alustas Essie Las Vegases hotellisalongide külastamist ning suutis märkimisväärset huvi tekitada. Ei võtnudki kaua aega, kui küünetehnikud ja nende kliendid hakkasid ülistama tema toodete laia värvivalikut, mis koos silmapaistva vastupidavuse, murenemiskindluse ja eriliste nimedega ei paelu mitte ainult professionaalseid kosmeetikuid, vaid ka lõpptarbijaid. Ülejäänu on juba ajalugu – Essie originaalsed lakid said kiiresti tuntuks ning olid varsti saadaval kõigis Ameerika peamistes kaubamajades. Essie esimesed kuulsad kliendid olid Barbara Streisand ja Joan Rivers ning aja jooksul on tema tooteid kasutavate staaride nimekiri ainult kasvanud, sisaldades muuhulgas nimesid nagu Madonna, Jennifer Lopez, Julia Roberts, Britney Spears, Sandra Bullock, Sharon Stone, Renee Zellweger ja Naomi Campbell.

Rabav valik

Essie küünelakist on tänaseks saanud tööstusharu ikoon. Tegelikult on Essie kaubamärk nii kõrgelt hinnatud, et ligi kaksikümmend aastat müüdi tema lakke lausa tähistuseta pudelites. Alles aastal 2001 hakati Essie logo elegantselt klaaspudelitele graveerima, et kindlustada nüüd kaubamärgina kaitstud nelinurkse pudeli autentsus ning eristada seda võistlejatest ja jäljendajatest.

Essie värvivalik, millesse täna kuulub kokku 120 erinevat värvitooni, on alati olnud inspireeritud Pariisi, Milaano ja New Yorgi moelavadel toimuvast, värvitrendid ja kollektsioonid põhinevad aga looja intuitsioonil, mis ammutab ideid igast uuest moehooajast. Paljud Essie lakid (*Pachinko Pale*, *Allure*, *Bashful Beige*, *Ballet Slippers* ja *Waltz*) on kõrgmoe *catwalk*idel kasutamist leidnud kui alati elegantsed ja šikid värvid.

Essie on pühendunud lihtsale klassikalisele elegantsile ja tema tooted täidavad jätkuvalt moemaailma tippajakirjade lehekülgi. Ka väljaspool ilumaailma olev meedia on teda märganud – isegi CNN kajastas tema kollektsiooni Stock Exchange debüüti, kuhu kuuluvad tooted nimedega *Bonds Beige*, *Options Pink*, *Futures French* ja *T-Bills Putty*. Oma suisa pöörast nimevalikut – *Hotsee Totsee*, *Not Now*, *Shop Till I Drop* ja *Chips No Potatoes* – on Essie põhjendanud järgmiselt: “Ma tahan, et iga nimi oleks kirjeldav, aga mitte ainult värvi kirjeldav. Ma tahan anda inimesele midagi, mis jääks meelde... Et lihtsalt nimi ise kerkiks tema elus korduvalt esile ja paneks ta naeratama.”



Kuid Essie ei ole vaid küünelakid. Lisaks võrratutele värvidele toodab firma ka mitmesuguseid küünehooldustooteid ja aksessuaare ning käte- ja kehakreeme. Suure populaarsuse on võitnud näiteks Essie kolmeastmeline küünetugevdussüsteem *Millionnails-Billionnails-Trillionnails* ning erinevad läiget ning tugevust lisavad *alus-* ja *pealislakid*, mis kiirendavad värvi kuivamist ning suurendavad selle vastupidavust. Kuus erinevat *puuviljalõhnalist kreemi* sisaldavad toitvaid, niisutavaid ning nahka noorendavaid ja pinguldavaid koostisaineid, mis hoiavad naha säravalt noore ning pehmea.

Hooletusse pole jätud ka varbaid. Aroomiteraapilised *Essiespa kreemid* ja *õlid* sisaldavad naturaalseid taimeosakesi, ekstrakte ja meresooli, mis elustavad jalgu ja sääri ning pehmedavad ja niisutavad nahka.

Tohutu edu

Kaubamärgi esimene rahvusvaheline osakond loodi Jaapanis ja nüüdseks on Essie Cosmetics levinud üle kogu maailma – nende tooteid müüakse rohkem kui 60 Euroopa, Lähis-Ida, Austraalia, Põhja- ja Lõuna-Ameerika riigis. Müük Ühendriikides on kasvanud niivõrd, et hõlmab üle 50 tuhande tuntuma salongi ja spaa. Eestis toob selle maailma küüneklassika esindaja tarbijani firma Beauty Pro.

Essie tooteid hindavad ja armastavad nii tavalised tarbijad kui professionaalid üle kogu maailma ning need on võitnud hulgaliselt erinevaid auhindu. 2004. aasta osutus Essie kaubamärgi jaoks väga edukaks. Essie Weingartenit ennast autasustas ühendus *Cosmetic Executive Women* (Kosmeetika Juhtivad Naised) presitiivse Saavutaja auhinnaga ning tema tooted võitsid *Allure*’i Parima Ilu auhinna parima küüneviili, parima küünelaki ja parima küünenahakreemi eest. Ka *InStyle* autasustas Essie’t Parima Ilu auhinnaga parima küünelaki ja parima üldise küünelaki (*Mademoiselle*) eest.

Sellise edu ühe põhjusena võib kindlasti märkida asjaolu, et Essie Cosmetics on oma veatut renomeed kasvanud juba pea 25 aastat – järjepidevus, mis asetab ta kõrgemale kiirelt tekkivatest ja kaduvatest trendimärkidest. Aastal 2004 laiendas Essie oma tootesarju, tuues turule uue valiku innovatiivseid küünehooldusvahendeid.

✳️
Maaletooja: Beauty Pro
Roosikrantsi 17, Tallinn 10119, tel 641 8655
info@beautypro.ee, www.beautypro.ee
www.essie.beautypro.ee