

Kultowe kosmetyki



Autor: arch. NAC

Wciąż z sentymentem zerkamy na kosmetyczne hity produkowane przed laty na Mazowszu. A niektórzy nadal skrywają je w toaletkach...

W dzisiejszych czasach wizyta w drogerii może okazać się bardzo czasochłonną – rynek oferuje nam tyle towarów, że wybór mydła czy pasty do zębów urasta do rangi problemu. I tylko młodzież zastanawia się, jak można było normalnie funkcjonować w czasach, gdy makijaż zmywało się kremem Nivea, a antyperspirantów nie było wcale...

Biorąc pod uwagę dzisiejszy dobrobyt i ogromny wybór kosmetyków, nie było łatwo. Jak zatem wyglądał dawniej rynek kosmetyczny? Jak kobiety dbały o swoją urodę w czasach, gdy nikt nie słyszał o płynach micelarnych czy kremach do cery wrażliwej?

Piaseczek Koralowy i Jeleń

Wszystko zaczęło się w 1919 r. – biznes wystartował w młodym, niepodległym kraju. Powstały wówczas takie firmy kosmetyczne jak: Schicht-Lever (późniejsza Pollena Uroda), Miraculum i Ewa. Ten pierwszy koncern stał się monopolistą w produkcji mydła i proszków do prania. Do najślawniejszych produktów należały mydła „Jeleń Schicht” i „Biały Jeleń”, a także proszek piorący „Radion”. W 1929 r. produkcję kremu Nivea, na licencji firmy Beiersdorf, rozpoczęła spółka Pebeco. Bardzo prężny był również rynek gabinetów kosmetycznych i zakładów fryzjerskich. Często to właśnie lekarki lub gruntownie wykształcone specjalistki od kosmetykologii firmowały specyfiki pielęgnacyjne. Tak było w przypadku m.in. dr Julii Świtalskiej, która pod koniec lat 20. XX w. założyła Laboratorium Kosmetyków Higienicznych „Świt”. Badania Świtalskiej nad recepturami kosmetyków sprawiły, że rozpoczęła produkcję oryginalnych preparatów kosmetycznych. W swoim mieszkaniu prowadziła badania, analizowała importowane produkty i pracowała nad dostosowaniem ich do potrzeb polskiego rynku, ale także prowadziła poradnię kosmetyczną, gabinet lekarski, kursy kosmetyki lekarskiej i masażu leczniczego. Dużą popularnością wśród produktów Świtalskiej cieszyły się kremy, mydła, pudry. Miały urocze nazwy, np. Pyłek Kwiatowy (puder), Najdelikatniejszy (krem) czy Piaseczek Koralowy (peeling).

Państwowy hegemon

Stworzone w latach 20. podstawy przemysłu kosmetycznego zapewniły bazę do jego dalszego rozwoju po wojnie. Wszystkie

prywatne firmy znacjonalizowano i zjednoczono – najpierw jako Zjednoczenie Przemysłu Przetwórczo-Tłuszczowego, a później Zjednoczenie Przemysłu Chemii Gospodarczej „Pollena”. Dzięki wykorzystaniu wiedzy i wieloletniemu doświadczeniu, Polska stała się w krótkim czasie głównym producentem i eksporterem kosmetyków w Europie Środkowo-Wschodniej. Krajowe wyroby cieszyły się znakomitą renomą, a słowo „Pollena” stało się synonimem luksusu za niewielkie pieniądze. Do 1989 r. Zrzeszenie Pollena liczyło m.in. 18 przedsiębiorstw produkujących kosmetyki, mydła, proszek do prania, płyn do mycia naczyń oraz inne wyroby chemii gospodarczej i kompozycje zapachowe (aromaty). Na terenie Mazowsza należały do niego m.in.: Pollena-Aroma – fabryka perfum i aromatów w Nowym Dworze Mazowieckim, Pollena-Helenówek – fabryka kosmetyków w Pruszkowie, obecnie L'Oréal, Pollena-Łaskarzew – obecnie Pollena SA, fabryka opakowań kosmetycznych w Łaskarzewie, Pollena-Nowy Dwór Mazowiecki – fabryka mydła i proszków do prania, obecnie Reckitt Benckiser, Pollena-Uroda – fabryka kosmetyków w Warszawie (pierwotnie założony w 1896 r.), ostatni właśc. PZ Cussons Polska S.A., zlikwidowana.

Zielona pomadka i tusz-plujka

Celia to jedna z najstarszych marek kosmetycznych na polskim rynku. Jej historia zaczęła się w roku 1959. Wtedy to w spółce Inco-Veritas powstała receptura pomadki do ust, której nadano nazwę Celia. Nazwa ta stała się znakiem towarowym wszystkich produktów branży kosmetycznej firmy. W PRL-u była drugą po Pollenie najważniejszą polską marką kosmetyczną i uzyskała wówczas kilkuprocentowy udział w rynku. Produkty Celi dostępne były dosłownie wszędzie: w drogeriach, kioskach Ruchu czy sklepach Społem. Producentem były ZZG Mazowieckie Zakłady Chemiczne w Pruszkowie, a marka miała także salon firmowy w Warszawie. Kultowym produktem firmy był tusz do rzęs w kamieniu. Wyglądał jak czarny cień do powiek, niewielki sprasowany prostokąt, do którego dołączona była mała szczoteczka (w kształcie grzebyczka). Na zwilżoną szczoteczkę nabierało się czarny pigment i malowało rzęsy. Była to karkołomna sztuka, bo produkt nie rozkładał się równomiernie, a na dodatek sklejał rzęsy. Ale i na to był sposób: sklezione włoski rozdzielało się... igłą. Hitem była również utleniająca się szminka: wyjściowo w kolorze groszkowej zieleni na ustach zmieniała się w cukierkowy róż.

Jak pachniał obywatel?

Obywatel pachniał jak legendarny Wars lub nieco prymitywny Brutal. Ten drugi był podobno jedynym zapachem, który był w stanie zneutralizować smród dymu papierosowego, więc możemy się domyślać, że nie należał do aromatów subtelnych...

Z kolei „(...) woda kolońska Wars w założeniu miała być kosmetykiem z wyższej półki. Skomponowane przez Magdalенę Chmielewską, należąca w tamtych czasach do czołówki polskich perfumiarzy, perfumy Wars odznaczały się również starannie zaprojektowanym opakowaniem autorstwa Karola Śliwki, wykonanym z papieru specjalnie sprowadzanego z RFN. (...) co rzadkie w tamtych czasach, poza wodą kolońską, dostępna była cała linia kosmetyków męskich dla panów dbających o swoją pielęgnację, jak krem do golenia czy woda po goleniu

<https://perfumy.pl/Kultowe-zapachy-z-czasow-PRL-czy-je-pamietacie1> ”.

Była też w użyciu przedwojenna marka Przemysławka, której walory zachwalał niegdyś Jan Kiepura.

W sektorze zapachów damskich stawce przewodziły dwa aromaty. Pierwszy z nich, „Pani Walewska”, miał być odpowiedzią na Chanel No. 5, a reklamowany był jako „oręż dany do dyspozycji każdej kobiety, która poprzez umiejętne podkreślanie uroku osobistego pragnie zawładnąć uczuciami Napoleona swojego życia”. „Pani Walewska” urodziła się w 1971 r. – 185 lat po słynnej imienniczce – w krakowskich zakładach Miraculum, firmie założonej w 1924 r. przez dr. Leona Lustra. Buteleczka przyciągała oko kobaltowym kolorem i kształtem stylizowanym na kapelusz cesarza Francuzów. W tym samym czasie z zakładów Polleny wyszły perfumy „Być może...”. Cenowo i prestiżowo była to półka niższa niż „Pani Walewska”, ale nowy zapach szybko zyskał rzeszę wielbicieli. Perfumy o bardzo intensywnym zapachu drzewno-roślinnym (tzw. szyprowym) sprzedawano w smukłych buteleczkach o pojemności 10 ml. „Wystąpiły” również w kultowym filmie „Nie lubię poniedziałku” (reż. Tadeusz Chmielewski, 1971): w scenie, w której Marianna flirtuje z Francesco we wnętrzu sklepu „Praktyczna Pani”.

Niveus znaczy śnieżnobiały

W 1906 r. w zaborze pruskim w sprzedaży pojawiło się mydło Nivea. Jego twórcą był pochodzący z Gliwic Oscar Troplowitz.

„Przełomem okazał się 1911 r. – na rynek wprowadzono krem pielęgnacyjny Nivea, który się nie rozwarstwiał, trafiając od razu do serc ówczesnych elegantek. (...) Po wojnie zaś, na mocy konwencji poczdamskiej, w ramach odszkodowań wojennych, manufaktura przeszła w ręce rządu polskiego. (...) Jednocześnie Polska uzyskała prawo do produkcji pasty do zębów, plastrów opatrunkowych oraz kremu Nivea. Ten ostatni w peerelu był najpopularniejszym kosmetykiem w polskich domach – tani, wszędzie dostępny, o uniwersalnej socjalistycznej funkcjonalności – wykorzystywany jako krem po goleniu, do opalania czy substytut pasty do butów. Słowem, do wszystkiego

Dorota Kaczyńska, „Brutal i Pani Walewska. Kultowe kosmetyki z PRL...”, Business Insider, 16 stycznia 2021.2

”.

Bardzo szybko stał się on podstawowym produktem toaletowym obok wody i mydła. Był to jeden z nielicznych produktów dostępnych w każdym kiosku.

W PRL-u panował podział na mydła szare, półtoaletowe oraz mydło toaletowe. Różniła je zawartość składników uszlachetniających. Mydło szare (potasowe), w odróżnieniu od mydeł sodowych, nie zawiera sztucznych barwników czy substancji zapachowych, co sprawia, że uczulenia spowodowane szarym mydłem są znacznie rzadsze niż przy stosowaniu innych środków higienicznych. Dlatego „Biały Jeleń” już 100 lat temu używany był zarówno do mycia ciała, jak i prania bielizny.

„Biały Jeleń, podobnie jak Nivea, słynął w okresie całego peerelu przede wszystkim dzięki trzem zaletom. Mydło to było tanie, dostępne i uniwersalne – dobre do utrzymania higieny, wsparcia w problemach ze skórą, a także świetnie sprawdzało się w praniu i do innych celów gospodarczych **Tamże3**”.

Mydła toaletowe jak Jacek i Agatka, Zielone Jabłuszko, Bambino, Kajtek czy Bobas, królowały w polskich domach, a ich bardziej eleganckie wersje (For You, Lotos, Luksja) bywały często miłym upominkiem. Wiele kultowych kosmetyków dostępnych jest dziś na rynku w nowej szacie graficznej i ulepszonej recepturze.

Peerelowska walka z potem

Największa „bieda” była chyba na odcinku walki ze spoconymi pachami. Mydło – mydłem, ale samo umycie nie na długo starczało, zwłaszcza że o goleniu włosów w tej strategicznej okolicy nikt wtedy nawet nie myślał. W połowie lat 60. XX w. na rynku pojawiły się dezodoranty w aerozolu. Miały za zadanie odświeżyć, a jednocześnie lekko przytłumić naturalną woń z gruczołów potowych. Jakie były efekty? Niech odpowiedzią będzie komentarz zamieszczony w tygodniku „Polityka”:

„Ale to świetny kosmetyczny wynalazek, ten dezodoro w aerozolu! Rzeczywiście, wszak teraz nawet myć się nie trzeba. Wystarczy popsikać sobie tu i tam dezodorantem, i z głowy. Niestety, woń brudu i nieumytego ciała potrafi przedrzeć się przez najsilniejsze środki znieczulające zapach

Wiesław Kot, „PRL jak cudnie się żyło!”, Publicat, 20114”.

Anna Wojewódzka, pracownica warszawskiej Polleny, podczas pracy przy tekturowych opakowaniach na tubki kremu do golenia.



Fot. NAC

W 1919 r. powstaje Schicht-Lever, producent „Białego Jelenia”.



Fot. NAC

W 1929 r. rusza produkcja marki Nivea. Kremy i pasta do zębów obecne były w każdym polskim domu.



Fot. arch. własne

W latach 80. na łazienkowych półkach króluje woda brzozowa i mydło Zielone Jabłuszko.



Fot. arch. własne

UWAGA

Informacje opublikowane przed 1 stycznia 2021 r. dostępne są na stronie archiwum.mazovia.pl