

"OC Vision" sāk ražot brilles

Kopā ar pašmāju dizaina zīmolu "One Wolf" top jau otrā saulesbrīļu kolekcija

IEVA
ĒVALDE

Optikas salonu tīklu "Optio", "Vision Express", "Pasaules optika" un "Vizionette" īpašnieka, SIA "OC Vision" valdes priekšsēdētāja Jāņa Dzeņa skatījums uz biznesu nav tikai lietišķi racionāls, kaut kādā ziņā to varētu dēvēt par nacionālromantisku. "Esmu Latvijas patriots," uzsver Jānis Dzenis, skaidrojot, kādēļ līdzās skaļajiem vārdiem – slavenajiem pasaules optikas zīmoliem – viņam ir svarīgi savos optikas salonos piedāvāt arī Latvijas zīmola "One Wolf" dizaina saulesbrilles. "Latvija ir unikāla ar savu kultūrvidi, un, līdzīgi kā, piemēram, Skandināvijas valstīm, arī Latvijai vajadzētu izkopt savu īpašo dizainu, kura vēsturiskās saknes noteikti ir rodamas jau pagājušā gadsimta 30. gados," tā Jānis Dzenis. "Es ļoti labi pēc brīļu dizaina varu noteikt, kāda ir cilvēka nacionālā piederība – kurš ir amerikānis, kurš itālis, francūzis vai pārstāvis no kādas Skandināvijas valsts. Taču ir jābūt arī Baltijas dizainam!"

Tīkls Latvijā un Lietuvā

SIA "OC Vision" pirmsākumi meklējami tālajā 1992. gadā. Uzņēmuma valdes priekšsēdētājs, pēc profesijas fiziķis, Jānis Dzenis to nodibinājis kā bāzi un prakses vietu toreiz jaunizveidotā optometrijas studiju virziena studentiem Latvijas Universitātē. Pirmais uzņēmuma nosaukums bijis SIA "Latvijas Universitātes Optometrijas centrs", tad – "Optometrijas centrs". 2001. gadā uzņēmums iegādājās konkurējošo optikas tīklu "Vision Express", bet 2014. gadā tas tika pārdēvēts par "OC Vision". Šobrīd "OC Vision" optikas salonos Latvijā un Lietuvā ir nodarbināti kopumā 500 cilvēku, to sortimentu veido 240 dažādu zīmolu brilles.

Jānis Dzenis zina stāstīt, ka visu veidu brilles – gan dārgās zīmolu, gan arī pašas vienkāršākās – mūsdienās tiek ražotas tikai vienā reģionā – Dienvidaustrumāzijā. "Šajā reģionā ir vairākas modernas rūpnīcas, un, ja var ticēt tam, ko saka to pārstāvji, tās strādā 24 stundas diennakti: astoņas stundas zīmolu īpašnieku vajadzībām, astoņas stundas – iekšējam tirgum un vēl astoņas, lai ražotu kontrabandu," smejas Jānis Dzenis un piebilst, ka pēdējā no minētajām sadaļām "OC Vision" nekad nav interesējusi.

Rada paši savus zīmolus

Doma par savu artavu atpazīstama Latvijas dizaina zīmola radīšanā Jāņa Dzeņa prātā grozījusies jau sen. "2001. gadā ar savu ideju uzrunājām vienu no Latvijā pazīstamajām dizainerēm, tomēr sadarbība kaut kā neizveidojās," atceras Jānis Dzenis. Pēc krīzes "OC Vision" atgriezies pie idejas par brīļu ražošanu. "Sākām veidot brīļu dizainu paši," turpina Jānis Dzenis. "Tas ir iespējams, jo pirms katras sezonas atbilstoši modes tendencēm pasūtījumu izpildītāji piedāvā neskaitāmas brīļu komponentu variācijas, kuras iespējams komplektēt kā lielu "Lego" konstruktoru. Radījām divus zīmolus – "Cvantis" un "Optiq", kas tiek veiksmīgi tirgoti mūsu optikas salonu tīklos joprojām. Tomēr paralēli tam redzējām, ka piedāvātajiem brīļu modeļiem pietrūkst tās sevišķās "odziņas", kuru tiem var piešķirt tikai profesionāla dizainera pieskāriens."

Izaicinājums – radīt dizainu brillēm

"One Wolf" zīmola īpašniece Agnese Narnicka atklāj, ka savā vairāk nekā 10 gadus ilgajā profesionālās dizaineres pieredzē veidot brīļu dizainu viņai iepriekš nebija nācies, tomēr ideja šķitusi interesanta, arī "OC Vision" iedrošinājuši mēģināt. "Man ļoti patīk jauni izaicinājumi," viņa saka. "Turklāt saulesbrilles ir viens no galvenajiem aksesuāriem modes pasaulē: tādas ir tikpat kā visu lielo modes zīmolu kolekcijās."

Agneses Narnickas un "OC Vision" sadarbība sākusies Rīgas Modes nedēļā. "Tas bija 2017. gada pavasaris, kad, kā tas modes pasaulē ierasts, dizaineri izrādīja savas rudens kolekcijas," stāsta "One Wolf" zīmola īpašniece. "Kā aksesuārus pie saviem tērpiem biju izvēlējusies brilles no "OC Vision" ierastā klāsta. Tajā reizē pie manis ar piedāvājumu veidot dizainu brillēm, kuras varētu tirgot ar "One Wolf" zīmolu, vērsās Inga Šakare – "OC Vision" galvenā produktu menedžere. Viņa ar savu 25 gadu pieredzi optikas tirgū lieliski pārzina visas tehniskās nianšes, kas ir būtiskas brīļu ražošanā, piemēram, eņģītes, lēcas, materiāli... Līdz ar to viņas padoms man ir ļoti būtisks."

Eksperiments sevi attaisno

Jānis Dzenis skaidro, ka "One Wolf" dizaina saulesbrilles tiek ražotas tajās pašās Dienvidaustrumāzijas rūpnīcās, kur top pazīstamo pasaules zīmolu produkti, tomēr to ražošanas izmaksas ir zemākas, jo nav jāpiemaksā par pasaulslavena zīmola vārdu. "Atpazīstams zīmols rada daž-



TIMURA SUBHANKULOVA FOTO

"One Wolf" zīmola īpašniece Agnese Narnicka: "'OC Vision' nākotnes ieceres saistās arī ar 'One Wolf' brīļu dizaina popularizēšanu pasaulē. Pašlaik tiek apsvērta iespēja piedalīties Milānas vai Parīzes modes nedēļā."

kārt pat desmitkārtīgu rūpnīcas pašizmaksas sadārdzinājumu," tā Jānis Dzenis. "Jāņem vērā arī tas, ka pasūtījums Ķīnas ražotnei jāveic vismaz pusgadu iepriekš. Turklāt jāreķinās, ka katrs brīļu modelis tiks saražots ievērojamā daudzumā. Neviens nepiekritīs ražot 10 gabalus no katra modeļa. Ilgstošas sadarbības rezultātā esam panākuši, ka minimālais apjoms ir 200 eksemplāri viena modeļa brīļu, kas ir Baltijas tirgum izdevīgs apjoms."

Viņš atzīst, ka vietējā dizainera piesaiste brīļu ražošanā sākotnēji bijis eksperiments. "Es varēju piedāvāt "One Wolf" tirdzniecības platformu – nolikt viņu dizainu blakus pasaules slaveniem zīmoliem un paskatīties, vai tas iztur konkurenci," skaid-

ro "OC Vision" valdes priekšsēdētājs. "Un jau pašlaik izskatās, ka tik tiešām iztur: par to liecina pārdošanas rezultāti. Tirdzniecības apjomi populārākā saulesbrīļu zīmola "Ray Ban" un "One Wolf" visvairāk pārdotajiem modeļiem ir līdzīgi. Protais, sava nozīme ir arī cenai, jo "One Wolf" ir ievērojami lētāks par "Ray Ban". Pēc kopējā pārdošanas apjoma "One Wolf" ir apsteidzis tādus zīmolus kā "Mexx", "Police", "Guess", "Pepe Jeans", "Gucci" un citus."

Plāno izvērst sadarbību plašāk

Pašlaik "One Wolf" saulesbrīļu piedāvājumā ir desmit dažādi modeļi, taču jau noslēguma

PĀRKĀPUMA BŪTĪBA



SĒKLA

- 1992. sāk veidot optikas salonu tīklu.
- 1994.–1996.

izkristalizējas ideja par nepieciešamību identificēt Latvijas dizainu kā vērtību.

- 2001. pirmie mēģinājumi rast sadarbības partnerus vietējā brīļu dizaina radīšanai Latvijas modes dizaineru vidū.



DĪGLI

- Jaunās tūkstošgades pirmajā desmitgadē

sāk veidot paši savu brīļu dizainu, radot zīmolus "Cvantis" un "Optiq".

- Ražošanas pasūtījumus izveido Ķīnā.
- Izveido sadarbību ar "One Wolf" zīmola īpašnieci, dizaineri Agnesi Narnicku.



AUGĻI

- Top jau otrā Latvijas dizaina zīmola "One Wolf" saulesbrīļu kolekcija.

- "One Wolf" populārāko saulesbrīļu modeļu pārdošanas apjomi palielinās.
- Tiek kardināti plāni par Latvijas zīmola izvešanu pasaulē.

stadijā ir darbs pie jaunās brīļu kolekcijas. Nākotnē "OC Vision" iecerējuši sadarbību ar "One Wolf" vēl paplašināt, piedāvājot Agnesei Narnickai veidot dizainu arī optiskajām brillēm.

"OC Vision" nākotnes ieceres saistās arī ar "One Wolf" brīļu dizaina popularizēšanu pasaulē. Pašlaik tiek apsvērta iespēja piedalīties Milānas vai Parīzes modes nedēļā, kuru ietvaros darboties arī tā dēvētie brīļu ciematiņi. "Mani interesē, vai "One Wolf" brilles varētu būt potenciāli konkurētspējīgas arī plašākā tirgū," skaidro Jānis Dzenis. "Pašlaik mēs redzam, ka tās ir pieprasītas ne tikai Latvijā, bet arī mūsu optikas salonu tīklā Lietuvā, kas arī ir zināms rādītājs, jo Lietuvas pircēju gaume ir atšķirīga."

VĒRTĒJUMS: Lai ražotu, nepieciešams pārdošanas apjoms

SIA "Optic Guru" līdzīpašnieks **Mārtiņš**

Kosovičs: "Mūsu uzņēmums līdz šim nav uzsācis brīļu ražošanu vai dizaina veidošanu sadarbībā ar kādu vietējo dizaineru, kaut gan esam šādu iespēju apsvēruši. Nav noslēpums, ka galvenā brīļu ražotājvalsts ir Ķīna. Jau sen zināms, ka tur top ne tikai apšaubāmas kvalitātes preces, bet arī kvalitatīvi pasaulē pazīstamu modes zīmolu ražojumi. Latvijas tirgus ir pārāk mazs, lai šeit varētu organizēt brīļu ražošanu, turklāt ar Ķīnu konkurēt būtu ļoti grūti. Līdz ar to atliek šis otrs virziens – piesaistīt vietējo dizaineru. Šajā situācijā parasti sadarbība tiek organizēta pēc noteikta modeļa. Eksistē tā dēvētie *NoName** (bezvārda) ražotāji, kas ražo ļoti skaistas dažāda dizaina brilles, bet tām nav noteikta vārda. Tās tiek piedāvā-

tas tirgū kopā ar iespēju izvēlēties uz tām dizainera zīmolu. Tas tiek praktizēts visai plaši un nav nekas aizliegts. Situācija, kad Latvijas dizainers uzzīmētu skaistu brīļu ietvaru, ko pēc tam ražotu Ķīnā, nav īsti iespējama viena iemesla dēļ: ir nepieciešami ārkārtīgi lieli apjomi, sākot no apmēram 5000 ietvariem, kas saražoti pēc viena modeļa. Ja mēs vēlētos pasūtīt 14 dažādus modeļus, tad mums būtu grūtības tos pārdot: Latvijas tirgus nav tik liels. Līdz ar to mēs esam domājuši par līdzīgu rīcību, taču vienmēr ir tā koķetērija, ka patiesībā tas jau nebūs konkrētā dizainera autordarbs. Mēs varētu vienoties ar mākslinieci un uzlikt viņas vārdu uz brīļu kājiņas, tomēr tā nebūs tā patiesā ražošana, kad pēc mūsu uzzīmētajām skicēm tiks saražotas brilles."

Latvijas Bizness
inovācijas atbalsta

Imt