

До свидания 2020: подводим итоги и планируем будущее

Интервью с Натальей Серединской

О том, как появились детские оправы Fisher-Price, как они попали на рынок России, и о планах на ближайшее будущее рассказывает генеральный директор компании «Галерея Очков» Наталья Серединская.

— Как начиналась история бренда Fisher-Price в детской очковой оптике?

— Все началось в мае в 2001 года, когда в Милане вовсю цвели каштаны, а выставка MIDO проходила еще на прежнем месте в прежнее время. На этой выставке итальянская компания Inottica представила свою первую коллекцию детских оправ для малышек под брендом Fisher-Price, подписав лицензионное соглашение с корпорацией Mattel. Эта первая и единственная компания на международном оптическом рынке, которая специализировалась исключительно на детской очковой оптике. В портфель Inottica, помимо Fisher-Price, входили такие бренды, как Barbie, Hot Wheels, Winx, Transformers, Betty Boop, Ben 10, Action Man, My Scene, Русса и другие. Именно при плотном и эффективном сотрудничестве с этой компанией мы смогли стать той самой «Галереей Очков», которую все знают. Мы благодарны за то, что нам была предоставлена такая возможность, и высоко ценим это. И особо благодарим Руди Франчески, руководителя экспортного направления. К нашему сожалению, в 2016 году Inottica прекратила деятельность по решению владельцев.

— Насколько сложно было завоевывать российский рынок?

— Впервые мы привезли в Россию оправы Fisher-Price в 2002 году. Это были стартовые, пробные шаги. Оптике реагировали неоднозначно. Наш рынок не был привычен к детским оправам ярких,

насыщенных цветов не только из хорошо известного ацетата целлюлозы, этрола, но и из мягкого непрозрачного полимера. Еще вовсю работал стереотип: «Ребенок в очках – предмет насмешек, очки должны быть незаметны». Понадобилось время, настойчивость, нестандартный, творческий подход и усиленная кропотливая работа, чтобы оправы получили заслуженное признание.

На сегодняшний день определенные модели из коллекции Fisher-Price стали уже классикой детской оптики. Их аналоги и реплики можно найти практически в любой линейке детских оправ. Это еще раз подтверждает, что дизайнерам компании Inottica удалось создать действительно уникальные вещи. А такие определения, как «антивандальные», «силиконовые», «на резиночках», «вечные», повсеместно употребляются по отношению к оправам для малышек.

Кроме того, именно благодаря этой коллекции целое поколение оптических салонов смогло открыть для себя детскую нишу российской очковой оптики.



— Какие события наиболее значимы в истории детских оправ Fisher-Price?

— Постепенно наши бренды завоевывали успех в мире и России. В 2006 году компания Inottica получила Гран-при международной выставки очковой оптики в Париже SILMO в номинации «Лучшая оптика для детей и подростков». В 2012-м корпорация Mattel, владелец бренда, признала компанию Inottica с оправками Fisher-Price лучшей в категории «Продукт года».

В том же 2012 году в России оправы Fisher-Price получили «Золотого медвежонка» – национальную премию Российской Федерации в сфере товаров и услуг для детей в номинации «Реабилитационное оборудование и среды» (компания «Галерея Очков»). С 2017 года мы приобрели прямую лицензию Mattel, то есть подписали лицензионное соглашение на дистрибуцию оправ Fisher-Price на территории России. С этого момента всеми вопросами производства, создания коллекционного ряда, продвижения занималась непосредственно «Галерея Очков».

— Какие у вас планы на ближайшее будущее?

— «Галерея Очков» и Fisher-Price вместе уже более 15 лет. Скажем так, рубеж совершеннолетия пройден. Поэтому мы решили на какое-то время сделать перерыв и полностью сконцентрироваться на нашем новом проекте – собственной торговой марке. Нам уже неинтересно предлагать рынку просто очередную коллекцию детских оправ. В наших планах создать «оправы с легендой», коллекцию с собственной идеологией и оригинальным, креативным позиционированием. Надеемся, что с коллекцией Fun-Story мы войдем в новую эпоху на оптическом рынке России. В 2021 году ООО «Галерея Очков» имеет право продавать оправы Fisher-Price в течение определенного периода времени* – sale-off, на протяжении которого мы будем распродавать модельный ряд коллекции Fisher-Price.

Безусловно, все гарантийные обязательства на оправы Fisher-Price, выпущенные под нашей маркировкой, сохраняются и будут полностью исполнены.

Редакция журнала «Веко» благодарит Наталью Серединскую за интервью и желает ей и ее компании дальнейшей успешной работы с детскими очками.



* Более детальная информация будет сообщена позднее.