

Skatot recesijas pirmajiem akordiem, trīs jauni cilvēki Vecrīgā atvēra bodīti piepildīja to ar pašu ražojumiem un **aizņēma vēl brīvo «māksla tautai» nišu Latvijas suvenīru tirgū**

Jo Latvija ir



Lai atvērtu Laipu ielas bodīti, somugru filoloģijas doktorantūras students Valts Ernštreits (no labās) pārdeva savu tulkošanas biroju. Nice Place ir viņa sievas mākslinieces Zanes Ernštreites ideju placdarms, visus tehniskos jautājumus pārvalda Toms Jurgenovskis. Atšķirībā no maģistres un teju doktora grāda īpašnieka viņš vienīgais remonta laikā spējis paciest urbšanas troksni

Arī mazs ir skaists. Un inovatīvs ir skaists. Un ražotājs Latvijā ir skaists. Šajā rubrikā turpinām rakstīt par mazajiem un inovatīvajiem Latvijas ražotājiem

nice place

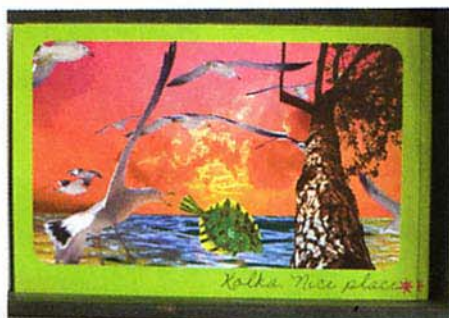
■ Birdinot zvaigznes pār Latviju, Kārļa Zāles izlolotā Milda, trīs balonu nosta, paceļas no savas mājvietas un aizlido. Paceliet acis, palūkojieties augšup! — ekonomiskās ķezas nomāktos aicina svaigi tapušais vietējais suvenīru ražotājs un tirgotājs *Nice Place*. Nosauktam par krīzes kreklu, darinājumam ar šo dizainu piemeklēta recesijas laiku cienīga cena — tikai Ls 5,95. Visi trīs *Nice Place* īpašnieki Latvijas suvenīru tirgum ir liels ieguvums, jo virza nevis ierastās dzintara brošas vai lina galdautus, bet mākslinieces Zanes Ernštreites idejas tautai pieņemamu cenu robežās. Svaigu ideju mērcīti viņi sola arī pasniegšanas veidā — nebūdami tipiski kūtrie latvieši, viņi metušies uz vienu roku ar pārējiem pieciem Vecrīgas Laipu ielas iestādījumiem un grasās kooperēties mārketiņgā, izdalot kopējus flaierus un taisot kopējus ielas svētkus.

Štruntīga vidusklase

Kā pierādījuši daudzi vietējie uzņēmumi, T-krekli ar ideju var tīri labi aiziet. To pieredzējis arī somugru filologs, vienlaikus dzejnieks, Valts Ernštreits, kad pirms desmit gadiem Mazirbē rīkotajiem Lībiešu svētkiem par godu sadrukāja ap 30 *Līvo Republik* dizaina kreklus, kas izķerti acumirkli. Pa vidu Valts uztaisīja savu tulkošanas biroju un kļuva par pāris grāmatu autoru, viņa sieva Zane strādāja grāmatu izdevniecībā *Neputns* tik veiksmīgi, ka teju visas viņas veidotās grāmatas (kopskaitā mazliet virs desmit) ieguvušas nominācijas un balvas Latvijas grāmatu mākslas konkursā *Zelta ābele*. Tomēr brīdi pa brīdim viņus esot «parāvis besis, ka pretstatā lietīšķajai mākslai, kas mums ir augstā līmenī un ir arī attiecīgi ļoti dārga, vidējās klases suvenīri ir visai štruntīgi, tikai pa kādam māla ķiņķezam un dzintars, kas 90% gadījumu nemaz nav ar Latvijas izcelsmi». Izkristalizējoties >>>



Zane, Valts un Toms ir pārliecināti, ka Latvija ir tūrista «Oho!» vērtā



Kaijas, priedes un bute. Kur? Kolkā, saprotams

domai, ka Latvijā nav suvenīru, ko viņiem pašiem gribētos dāvināt citiem, Zane ar Valtu iesaistīja savu seno paziņu Tomu, pārdeva Valta uzņēmumu, pārkreditēja ģimenes māju un Vecrīgā atvēra *Nice Place* bodīti.

Par ko latvietis kaunas

Jau kopš pērnā gadsimta 20.gadiem Latvija pasniegta kā «viena zeme, viena valsts, viena valoda», bet kas ir klajā pretrunā ar Latvijas lielo dažādību — tautu, kultūru un reliģiju ziņā, uzskata Valts. Viņš saka, ka vidējais latvietis pamatīgi ņēmies, mēģinot mākslīgi uzbūvēt šo «vienotas Latvijas» identitāti, bet aplauzies, jo mūsu trumpis tomēr ir daudzveidīgā pieredze. «Tas izcilākais Latvijā ir tieši tas, ka visi šeit ir sajaukušies. Somugri lībieši sajaukušies ar indoeiropiešiem baltiem. Mūsu protestanti nav tādi, kādi ir Igaunijā, un mūsu katoļi ir stipri tālu no tā, ko saprot ar katolicismu Lietuvā. Plus vēl tirdzniecības ceļu, vācu ietekme un tie paši krievi, kas dibināja šeit fabrikas. Tieši šis ir komplekts, kas padara Latviju par jauku vietu,» uzskata Valts. Bet Zane piemin dažādu alergiju nomocīto Somiju, kur ballītēs katrs ierodas pats ar savu pārtiku — jo viens nevar laktozi, bet cits glutēnu panest. «Tas viss tādēļ, ka skandināvi ir bijuši ļoti noslēgti un nekustīgi,» saka Zane.

Grib kā īru tīkls

Lai gan ideja par suvenīru nišu visus trīs



Recesijas tēma apspēlēta gan kartītēs, gan T-kreklu klāstā

iedvesmojusi, uzreiz vērt vaļā veikalu smalkajā Vecrīgā viņi negrasījās. Pērnā gada vasarā sākuši ar pašu ražotiem T-krekliem un kartītēm Kolkā un dažādos tirdziņos, tikai novembra sākumā viņi atvēra bodīti. Uz krīzes pirmajiem akordiem, smejas Valts. Toms saka, ka

“Vidējais latvietis ir pamatīgi ņēmies, mēģinot mākslīgi uzbūvēt «vienotas Latvijas» identitāti, bet aplauzies, jo mūsu trumpis tomēr ir daudzveidīgā pieredze

Laipu ielas kaimiņu bodītes viņam teikušas — šīs sezonas sākumā tūristu plūsma izskatoties desmitkārt mazāka nekā pērn. Toties psiholoģiski sākt krīzes brīdī ir vieglāk nekā pārdzīvot kritienu pēc liela uzrāviena, uzskata Zane, jo «jebkas, kas notiek, jau ir labi». Viņu vīzija ir strādāt tā, lai pēc gadiem savā nišā aptvertu visu Latviju. Līdzīgi kā īru *Carroll's*, kas visā valstī nosedz suvenīru

UZZINAI

SIA Nice Place

- **Dibināta** 2006.gada 14.jūnijā
- **Īpašnieki:** Valts Ernštreits (50%), Zane Ernštreite (25%), Toms Jurgenovskis (25%)
- **Arsenāls:** T-krekli, tarbas, krūzes, pastkartes, piespraudes, dažādas sīklietas
- Neskaitot Vecrīgas veikalu, *Nice place* lietas nopērkamas arī Kolkā, Cēsīs un Rēzeknē

Avots: NicePlace, Lursoft

un dāvanu sortimentu. Šāds scenārijs paredz veikalu tīklu vai sadarbības partnerus katrā Latvijas lielajā pilsētā. «Mēs gribētu vēl klāt Liepāju, Ventspili, Daugavpili un gribētu maksimāli piesaistīt vietējos [māksliniekus, amatniekus] tur, kur mēs esam, vienlaikus gan saglabājot *Nice Place* stilistiku,» saka Valts.

Jo liels čakars!

Sākot *Nice Place* darbību, Valts, Zane un Toms bija iecerējuši tirgot 100% Latvijā radītas lietas. Līdz šim tas izdevies tikai ar kartītēm — Zanes dizains iespiests uz Līgatnē pārstrādāta kartona. Ir mēģināts Latvijā izgatavot arī kartona iepakojumu T-krekliem, krūzītes un citas lietas, tomēr rezultāts vai nu sanācis neadekvāti dārgs, vai arī *Nice Place* atdūries pret izplatītu atbildi: «Tas taču pārāk liels čakars!» Ļoti daudzi uzņēmumi Latvijā neizprot ieguvumus no ilgtermiņa sadarbības, «viņi domā — labāk lai man ir 5000 gabalu pasūtījums šodien vai arī nekas», vērtē Valts, kura biznesa specifika bieži prasa pasūtīt vispirms nelielu partiju, tad paraudzīties, kā iet, un lielākus apjomus pasūtīt tikai pēc tam.

«Kartona iepakojuma kastes taisām Igaunijā, jo latviešiem cirtne bija par sarežģītu. Aucē ražotajiem T-krekliem bija pārāk augsta pašizmaksa, tāpēc apdrukāšanai izmanto no Francijas ievestus. Kad vietējam auduma ražotājam vaicājām, kā mainās cena, ja pasūtām vairāk nekā 1000 maisiņu, atbilde bija — nekā! Nu labi, lai cena paliek tāda pati, bet vai varam pasūtīt arī citu krāsu maisiņus? Izrādās, nevaram, jo tos šuj tikai no auduma atgriezumiem, citādi ir liels čakars,» uzskaita Valts. Viņi gan cer, ka krīze šajā ziņā būs kā meža sanitārs un pareidēs latviešu pieeju biznesam. **LD**