



empreender:

verbo: decidir realizar (tarefa difícil e trabalhosa); tentar.

transitivo direto: pôr em execução; realizar

A photograph of a man kneeling on a sandy beach, holding a surfboard. The ocean waves are visible in the background. The man is shirtless and wearing dark shorts. The surfboard is white with a red stripe.

Oakley: como Jim Jannard transformou US\$ 300 numa empresa global de sucesso

Sumário

4

UMA VIAGEM QUE ABRIU
CAMINHO PARA O SUCESSO

5

A CADELA E A MARCA

6

NO PÓDIO DO TOUR DE FRANCE E A
ASCENSÃO E QUEDA COM LANCE
ARMSTRONG E OSCAR PISTORIUS

7

OAKLEY VAI AO CINEMA

8

UMA SEDE FUTURISTA

9

UM ACORDO MILIONÁRIO COM
U.S.ARMY E A LINHA DE COMBATE

10

A VENDA PARA A LUXOTTICA

11

RED DIGITAL CINEMA, O NOVO
EMPREENHIMENTO DE JANNARD

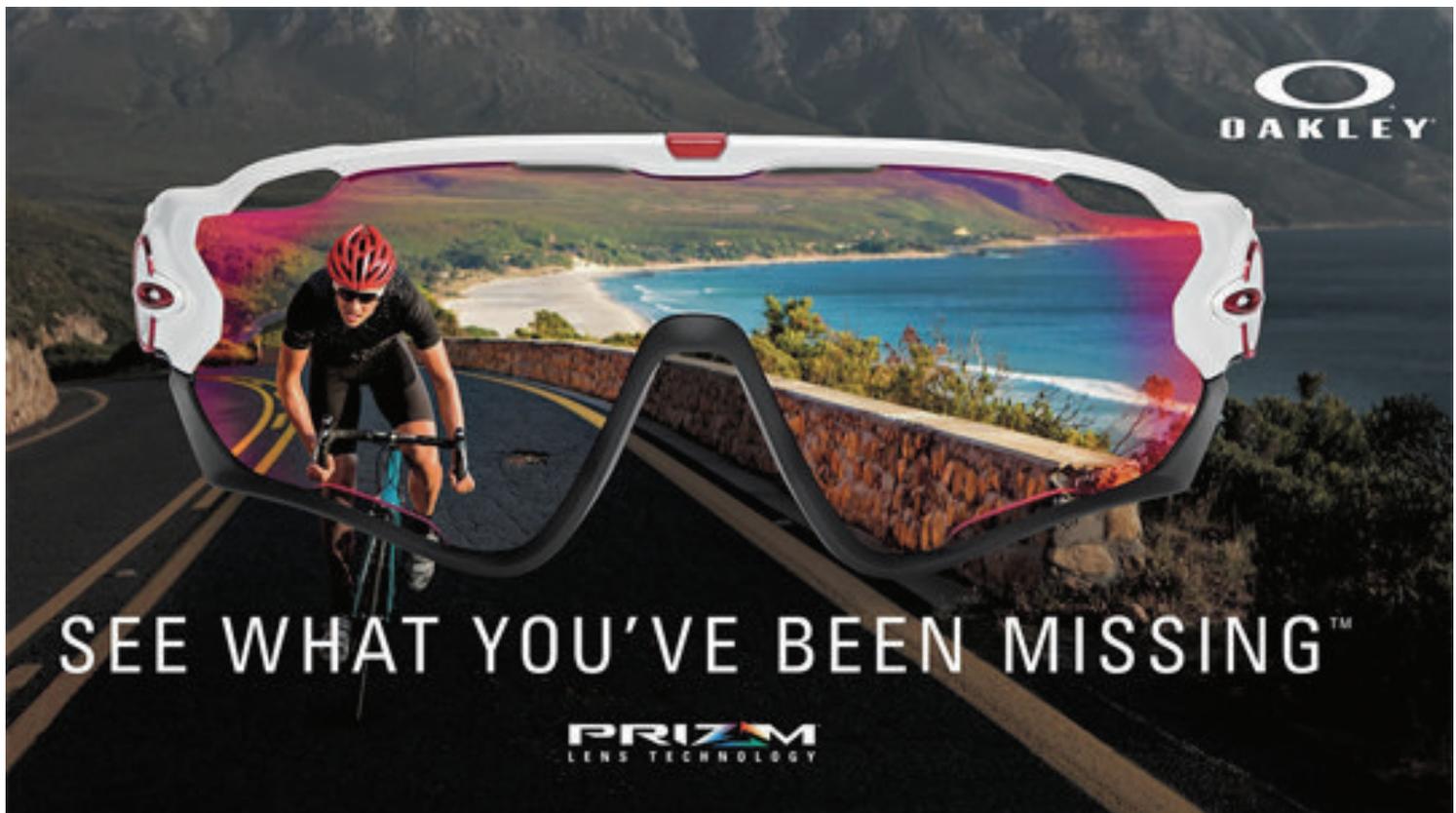
12

ENSAIO



Fotos: Divulgação/Oakley





NOTA DO EDITOR

O americano Jim Jannard é mais que um empreendedor de sucesso. Criador da Oakley, ele é um inventor de soluções ousadas, desbravador de mercado e um homem apaixonado pelo que faz. Desde que completou o colegial na Califórnia, no início dos anos 1970, e abandonou o curso universitário de farmácia, colocou os pés numa estrada de criatividade que desafia os limites inclusive dos materiais, como sugere a expressão inglesa *unobtainium*, que define o impossível, a ficção. Como para Jannard não existe o impossível, ele atribuiu esta expressão ao material que criou e patenteou como marca registrada da Oakley e hoje presente, além das manoplas que lhe deram origem, em óculos de precisão para civis e militares. Jannard é incansável e inovador como a marca hoje em poder do grupo italiano Luxottica.

Boa leitura e até a próxima semana.

EXPEDIENTE

Luxury Week é uma revista semanal de variedades produzida pela Editora Olympia (www.editoraolympia.com.br) e distribuída gratuitamente em plataformas digitais por sites parceiros que contribuem com seu conteúdo.

Editor-chefe: Carlos Franco

Editora internacional: Yume Ikeda

Colaboradores: Marco Hiroshi, Christina Tavares, Rita Almeida, Maria Helena Guimarães, Paulo Thiago, Rodrigo Vidal, Tiago Ribeiro, Eduardo Silva Bernardt, Valdo Santos e Yacy Nunes.

Imagens: Francisco Jr., Carlos Monteiro, Stúdio Mar Adentro, Pixabay, Freepick, grifes, assessorias de imprensa e agências de modelos e de publicidade.

Diagramação: Paulo Pereira e Marcelo Begosso

E-mail: redacao@luxuryweek.com.br

EDITORA OLYMPIA
AVENIDA RONDON PACHECO, 2300 SALA 65/
UBERLÂNDIA/MG/CEP 38408-404
editoraolympia@editoraolympia.com.br



Foto: Reprodução do Facebook de Jim Jannard

O ousado Jim Jannard

“Se você vai fazer algo, seja corajoso e faça algo significativo”.

A frase do criador da Oakley é a melhor tradução de seu estilo de vida.

Jim Jannard nasceu em Los Angeles, Califórnia, USA, em 8 de junho de 1949, filho de um farmacêutico mórmon que se mudou com a família para Alhambra, 15 quilômetros distante da meca do cinema. Foi lá que concluiu o colegial na Alhambra High School, matriculando-se, movido pela curiosidade despertada pelo pai em manipular tubos e frascos, no curso de farmácia da University Southern California (USC). As aulas e as teorias, sobretudo de matemática, assim como a

rotina universitária, o desmotivaram e ele decidiu, em 1974, abandonar o curso e rodar a Califórnia de moto. Realizou o desejo de todos os entusiastas do filme “Easy Rider” (Sem Destino em português), criado por Peter Fonda e Dennis Hopper (que o dirigiu) e Terry Southern em 1969. Ousado, aprendeu que uma motocicleta precisa de acessórios para enfrentar obstáculos e decidiu criá-los no retorno à Alhambra e ao convívio com a família e sua cadela Oakley, uma setter inglesa.

INTRODUCING THE OAKLEY F-1: THE FIRST GRIP WITH GUTS.

Most grips can't tell the difference between steel handlebars and leather gloves. They're designed more for your hand than the handlebar. But the new Oakley F-1 Grip System[™] is engineered for both. It's got the guts to grip a handlebar as tenaciously as it grips you.

Inside the grip, Oakley's exclusive Unobtanium 60[™] clenches the bars tightly, providing a stable, twist-resistant base for the outer grip. Unobtanium 60 is also very tough, to resist tearing. So you won't see your handlebar ends poking through F-1s for a long time.

Outside, F-1s are sleeved in Oakley's unique Unobtanium 49[™] — a rubber compound with amazing adhesive qualities. Plus, our patented recessed octopus tread pattern provides excellent surface edge area for powerful straight-back and lateral traction.

And just to make sure the outer sleeve doesn't slip on its twist-resistant base, there's a system of interlocking raised treads and holes. Get your hands on the most advanced grip technology you can buy: the Oakley F-1 Grip System.

If you've got the guts to go fast, F-1s have the guts to hang on.

Unobtanium 60 is also very tough, so you won't see your handlebar ends poking through for a long time.

Inside, Unobtanium 60 sticks to the handlebars like a vice.

Outside, Unobtanium 49 provides maximum adhesion for gloves or hands.

The recessed octopus tread pattern has excellent surface edge area for maximum straight-back and lateral traction. And it's very comfortable.

The outer grip surface is held in place by a system of interlocking raised treads and holes.

F-1s come in five inner/outer color combinations for BMX: Blue/yellow; Blue/black; Red/yellow; Black/yellow. And the Str-Thomson model, red/white.



OAKLEY
Almost an unfair advantage.

A viagem que fez a diferença

Na sua aventura de moto pelos Estados Unidos, Jannard enfrentou vários obstáculos, um deles o risco representado por um guidão escorregadio colocando sua vida em jogo em manobras, sobretudo em estradas de terra e terrenos íngremes - ele sempre foi apaixonado por motocross, que os americanos abreviam para MX e MotoX e que tem nas viagens off-road, fora das estradas convencionais, seus melhores percursos e uma pitada extra de adrenalina.

No retorno à Alhambra, decidiu que poderia resolver o problema criando uma manopla, um protetor de guidão, capaz de oferecer mais segurança. Nenhum dos amigos com os quais compartilhou a ideia acreditou que isso fosse possível. Na garagem de casa, tendo como companhia a cadela Oakley e um

investimento de 300 dólares decidiu criar uma manopla segura, a First Grip With Guts, algo como a primeira pegada para os que têm culhões e que entrou para a história da marca, em homenagem à sua setter inglesa como The Oakley Grip.

Para chegar ao resultado almejado, Jannard desenvolveu uma borracha hidrofílica (que absorve água e suor) a qual, diante da impossibilidade e por ser quase material de ficção, denominou de unobtanium, que patenteou. Colocou as manoplas na traseira de sua caminhonete e foi à luta, a oferecendo em eventos de motocross e mountain bike (o esporte que começava a ganhar terreno com manobras radicais em bicicletas, sobretudo em Los Angeles). Não fez o sucesso esperado, os praticantes investiam mais na proteção da visão. De volta ao seu laboratório de garagem, decidiu que podia usar o material para produzir óculos seguros. Nascia assim, em 1980, o Oakley Frame, O-Frame. O sucesso não foi imediato, Jannard coletou as críticas e investiu mais tempo para chegar em 1984 ao Eyeshade, que era feito de plástico e tinha lentes removíveis. O sucesso foi imediato.

No pódio do Tour de France

Com Eyeshead as vendas dispararam. Jannard decidiu, então, investir em marketing, patrocinando atletas que tornariam seus óculos objetos de desejo. O escolhido para a missão foi o americano Greg LeMond, que treinava para vencer o Tour de France. Ficou entre os três primeiros em 1984, em segundo lugar em 1985 e, usando óculos Oakley, em primeiro lugar em 1986. O produto se espalhou pelo mundo e conquistou também os praticantes de esqui. Ousando em cores e na facilidade da troca de lentes, permitindo as de grau, de sol e de proteção contra intempéries e ainda o uso da borracha hidrofílica na haste do nariz, os óculos atraíram outras celebridades como o astro do basquete americano Michael Jordan.

Em 1987, vítima de um tiro acidental no peito, Greg LeMond abandona o ciclismo. Jannard, diante do êxito que a marca conquistou no Tour de France, busca no americano Lance Armstrong sua nova face no esporte. A parceria gera resultados fantásticos e o fato de o ciclista ter revelado ao mundo que estava com câncer, criando uma fundação para apoiar pesquisas, gerou mídia gratuita e simpatia pela marca, que manteve-se ao seu lado. Pulseiras amarelas de apoio à luta de Armstrong e óculos especiais, inclusive uma linha exclusiva para a fundação Live Strong, conquistaram o mundo, inclusive o Brasil.

Isso motivou a Oakley a se engajar em novas frentes de inclusão, patrocinando o atleta sul-africano Oscar Pistorius, amputado das duas pernas e que buscava competir em atletismo em igualdade de condições com outros atletas.

Armstrong por sete vezes, de 1999 a 2005, venceu o Tour de France, enquanto Pistorius havia conquistado 4 medalhas de ouro nos Jogos Paralímpicos, uma em Atenas (2004) e três em Pequim (2008), mas tudo mudaria com os dois atletas envolvidos em escândalos. Crimes contra o esporte no caso de Armstrong e contra a vida como o de Pistorius. Oakley se viu forçada a virar esta página e se desvincular destes astros, hoje no ostracismo a que foram relegados.



Greg LeMond/Reprodução do YouTube

Ascensão e queda com Lance e Pistorius



Divulgação/Oakley

O americano Lance Armstrong venceu por sete vezes consecutivas o Tour de France, enfrentou publicamente o câncer e conquistou a América ao criar uma fundação para tratar da doença. As pulseiras amarelas dando força ao atleta ganharam o mundo, mas tudo desabou quando seus títulos conquistados por meio de fraude nos testes antidoping foram cassados. Já o sul-africano Oscar Pistorius ao ser condenado pelo assassinato da mulher e preso, perdeu mais que o apoio dos patrocinadores, perdeu a liberdade e, atrás das grades, o direito de disputar corridas em torneios como as Olimpíadas que o consagraram e o tornaram exemplo de superação e ousadia.



Foto: Divulgação

Oakley nas telas de cinema

Para garantir a presença dos óculos Oakley na mídia, Jim Jannard, dado o seu conhecimento e relacionamentos em Los Angeles, onde nasceu, inicia uma incursão pelo mundo do cinema. Fecha acordo com estúdios e fornece óculos que aparecem na série X-Men, conquistando público e ampliando vendas. A receita dá tão certo que a empresa decide manter o ritmo e seus produtos ganharam também visibilidade em Missão Impossível 2, Homem Aranha e outras produções.

Com linhas exclusivas, Oakley cobre vários esportes e transforma a visibilidade nos filmes em negócio. Jannard, no entanto, nunca abandonou a paixão pelos esportes radicais em duas rodas. O que o aproximou dos donos da Fox Racing, principal fabricante de roupas do mundo para a prática de Mountain Bike (MTB) e motocross, espécies de armaduras, que lembram as medievais, hoje emborrachadas para oferecer proteção aos praticantes do esporte contra as eventuais e sempre previsíveis quedas.

Em 2004, um acordo entre a Fox Racing e a Oakley é fechado para a produção de óculos especiais unindo as duas marcas, pois Jannard estava ávido em aproveitar os canais de vendas com novos produtos atrelados à marca que ganhava projeção nas telas.



Power Rangers/Divulgação

Paralelamente, Jannard mantém o interesse em seguir presente no cinema e na indústria do entretenimento, além do esporte. Fecha acordo com a produção dos Power Rangers e faz tremendo sucesso. A vantagem desta produção é que aliava a presença já constante de Oakley no mundo do ciclismo e motociclismo. Foi um pulo para o desenvolvimento de capacetes acoplados a óculos e estes já fazendo uso de tecnologia de bluetooth, que permitia a conexão com smartphones e aparelhos de som. Jannard passa então a usar filmes como plataformas de lançamento de novos produtos. Sucesso de público e bilheteria.



Fotos: Divulgação

Uma sede futurista na Califórnia

Em 1995, Jim Jannard decidiu tornar a Oakley uma sociedade anônima, outorgando a si próprio um sinal de US\$ 21 milhões e mantendo em seu poder 64,8% da nova companhia, o equivalente então a 627 milhões de dólares face à estimativa de mercado naquele ano de que a empresa valia 820 milhões de dólares.

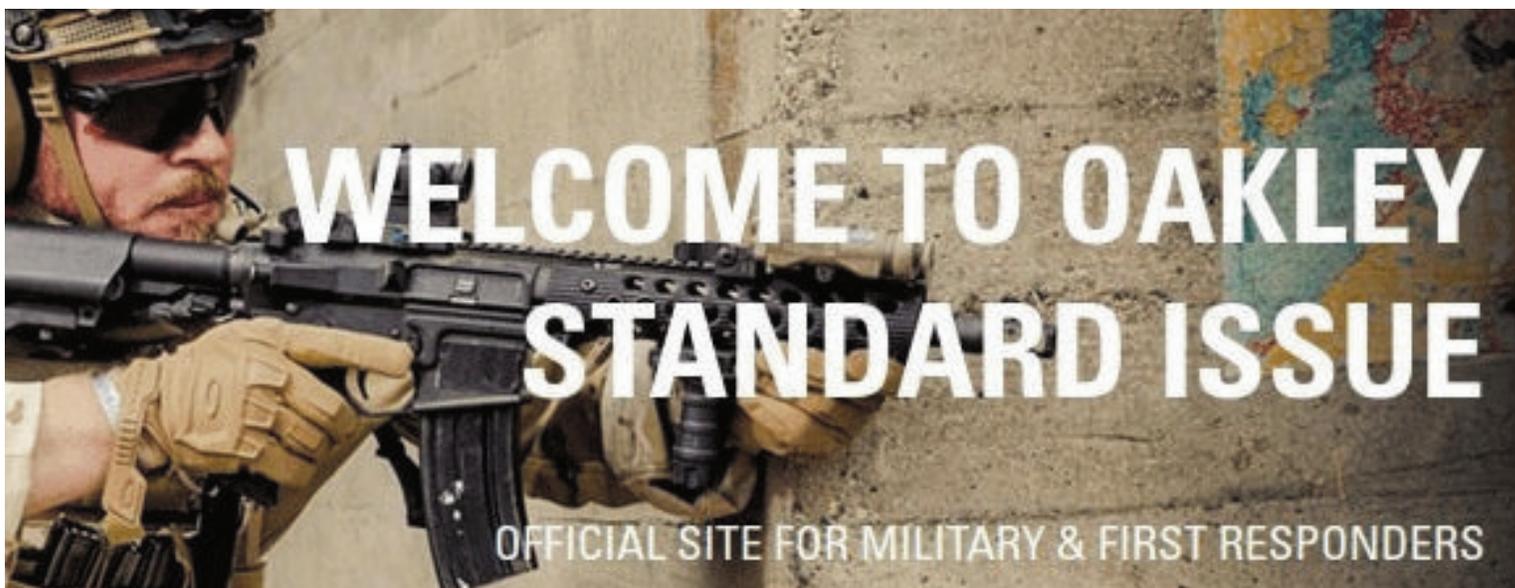
Com essa decisão ele decide também construir uma sede futurista para a empresa em Foothill Ranch, a 76 quilômetros de Los Angeles. O Icon One (ícone número um), como é chamado o edifício, foi projetado pelo arquiteto Collin Baden e consumiu US\$ 35 milhões. A sua fachada lembra um quartel general de Star Wars. O saguão, onde as estruturas metálicas são aparentes, comprova a impressão de que trata-se de um ambiente futurista como os de filmes de aventura.

A estrutura externa chega a lembrar ogivas nucleares e a presença de um torpedo na entrada comprova a impressão. O interior, em forma de imensa catedral, é um convite a uma viagem no tempo. Na parte de dentro existe uma loja, uma vez que muitos turistas visitam o lugar, onde os laboratórios e escritórios de design são guardados a sete chaves.

Com a atração de novos recursos, Jannard aproveitou também para comprar, em 2006, a Oliver Peoples Group, uma empresa de moda focada em óculos, incluindo linhas femininas. Também ampliou a carteira de produtos Oakley de alta tecnologia, incluindo calçados e mochilas mais resistentes, que fazem uso de borracha hidrofílica, uma obsessão para Jannard desde o seu laboratório garagem em Alhambra e importante diferencial dos mais diferentes produtos da marca.

Com isso, Oakley passou a disputar espaço nas passarelas da moda esportiva com grandes grifes como Nike e Under Armour. Só que não perdeu o foco nos óculos, onde as pesquisas e o desenvolvimento de novos modelos e materiais mantém os negócios e o bunker futurista à frente do seu tempo. Oakley, então, se torna atraente para grupos globais como o italiano Luxottica. Pronta para escrever uma nova história e Jannard um novo empreendimento.





A conquista da U.S.Army

Pelo cuidado e precisão de seus óculos de grau, sol e proteção, a U.S.Army, as Forças Armadas americanas, fecharam acordo de parceria com a Oakley, o que rendeu à marca o reconhecimento pela qualidade e precisão de seus produtos. Um desses produtos, além dos óculos, foi a bota de combate Assault Boot, desenvolvida em 2002 a pedido do Exército americano para sua Elite Special Force, a tropa de elite americana. O resultado foi uma bota pesando apenas 300 gramas e design esportivo, anti-chamas e anti-choque testada em condições excepcionais de temperatura e terrenos, sob sol forte, chuva e frio intenso para uso na cidade, na selva e no deserto.

Foi um ano de testes até que ficasse pronta e hoje é um dos produtos da marca mais desejado também por consumidores civis, devido não só à resistência, mas ao conforto que oferece aos pés.

A Assault Boot se somou, assim, aos cuidados que Oakley já tinha com as lentes, submetidas aos mais rigorosos testes de precisão e resistência extrema. Confira, ao lado, apenas algumas características que a empresa tornou pública em seu site dedicado às compras de militares e hoje ao alcance dos consumidores. É um verdadeiro tratado da confiança que a marca inspira aos públicos que, como Jannard, adoram uma aventura.

● **Hiper Definição Ótica (HDO):** uma coleção de tecnologias que inclui inovações patenteadas e desempenho inigualável.

● **Eixo de Polarização:** a orientação do filtro polarizador é crucial para o desempenho, por esse motivo a marca mantém a precisão intransigente das normas EN1836.

● **Molde por Infusão:** o material das lentes se une ao filtro polarizador no nível molecular para eliminar a distorção.

● **Cores das Lentes:** é possível combinar a partir de um espectro de cores de lentes opcionais.

● **Emissão Polarizada:** esta medida de eficiência de polarização excede 99% nas lentes da marca, um nível de desempenho inigualável na indústria.

● **Resistência a Impactos:** Cumpre todas as normas de resistência à impactos da American National Standards Institute.

● **Hidrofóbico:** tecnologia que ajuda a manter a visão clara e nítida ao evitar o acúmulo de água e repelir óleos e impurezas das lentes. Poeira, sujeira e outras partículas não são atraídas à lente por eletricidade estática.



Assault Boot/Divulgação

Luxottica compra Oakley e a expande

Atualmente, Oakley conta com uma imensa gama de produtos que carregam a marca, desde os óculos a equipamentos esportivos e moda fashion intimamente relacionada ao que deu origem à marca. São cerca de 600 patentes de materiais e produtos diversos, todos em poder do grupo italiano Luxottica, que a adquiriu por US\$ 2,1 bilhões em operação concluída no segundo semestre de 2007.

Oakley agora integra o grupo dono de marcas como Ray Ban, Vogue Eyewear e Persol, sem mencionar que comprou a Essilor, uma das mais reluzentes fabricantes de lentes do mundo e tem acordos de licenciamento para a produção de óculos de grifes como Dolce & Gabbana, Chanel, Prada, Miu Miu, Burberry, Versace e Giorgio Armani.

Luxottica hoje licencia a marca para garantir presença em diferentes mercados, que vão além dos óculos e roupas. Segue produzindo calçados, inclusive sandálias, e procura, com cores sempre vibrantes se antecipar às tendências da moda e manter a sua dose extra de rebeldia.

Um bom exemplo desta determinação foi o lançamento, logo após fechadas as negociações com Jannard, da linha Medusa, que, se causou impacto, resultou em mídia gratuita e um diálogo permanente com as novas tendências.

Este é o espírito de Oakley, que está presente em mais de 100 países e é uma das marcas mais admiradas pelo público jovem, além de esportistas e militares por força do contrato que mantém com U.S. Army e resulta mais que em vendas, em publicidade gratuita que alimenta os negócios.



Linha Medusa da Oakley/Divulgação



Red Cinema no tapete vermelho do Oscar



A noite de 25 de abril de 2021, de entrega do Oscar, em Los Angeles, foi de celebração para a Red Digital Cinema. Duas produções com as quais se envolveu foram premiadas. O filme *Mank* pela fotografia em preto e branco, que fez uso de suas câmeras, e o melhor documentário, *Professor Polvo* (*My Octopus Teacher*), também filmado com equipamentos da empresa fundada por Jim Jannard em 2005, dois anos antes da venda de Oakley para o grupo italiano Luxottica.

Só que Jannard não esteve presente na festa, pois se aposentou ao completar 70 anos. Ninguém, no entanto, acredita que este homem de mente irrequieta esteja apenas curtindo a vida e até estas celebrações à distância.

São muitas as apostas de que voltará em breve com nova invenção como o professor Pardal, o personagem criado em 1952 por Carl Barks para a Walt Disney Company. A própria criação da Red Digital Cinema é testemunha dessa mente irrequieta de Jannard, pois foi pesquisando como ninguém lentes de precisão que ele se encantou com as possibilidades oferecidas pela tecnologia 4k.

O fato de ter nascido e morar na Califórnia, onde está a meca do cinema, o deixava perto da indústria. Então, com um grupo de amigos, fundou a empresa.

O primeiro modelo, o Red One, ficou pronto dois anos depois. A estreia foi brilhante e a câmera foi usada em filmes como *Capitão Marvel* e *O exterminador do futuro*. Não demorou para a empresa sonhar em levar sua tecnologia para celulares, então lançou o projeto Hydrogen, mas, apesar das expectativas e vendas antecipadas, não decolou e ficou no primeiro modelo. Frustrado, Jannard concluiu que era hora de se aposentar.

A empresa, então, decidiu manter o foco em filmagens e acaba de lançar a Red Komodo, com tecnologia 6k, um passo adiante do futuro, o que é típico dos negócios inaugurados por Jannard e de todos os que com ele fecha parcerias.



Em 2015, Oakley lançou o movimento global One Obsession encorajando os fãs da marca a se unirem aos 450 atletas com os quais mantinha vínculo, a exemplo do surfista brasileiro Gabriel Medina, a fotografarem seus lugares de obsessão, onde realizam seus sonhos e onde os produtos da marca contribuem para uma vida plena. Conquistou com a ação inúmeros fãs nas redes sociais quando o Instagram ainda era novidade.

