



DOSSIER SPÉCIAL SILMO 2015

**L** comme loupes

Pendant longtemps, l'opticien les boudait. Il rechignait à en vendre. Conséquence, ce créneau, évalué au bas mot à 3 millions d'unités vendues par an en France, s'est réfugié dans les parapharmacies et les officines. Ces dernières années toutefois, on observe la volonté de certains acteurs de redonner leur chance à des objets considérés jusque-là comme de seconde catégorie. Ou pire: ringards. Ce que Caroline Abram a réussi avec le sautoir, Seeoo l'a fait récemment avec le binocle et SeeConcept avec la lunette-loupe. Ces objets reviennent en boutique, l'opticien y voyant une occasion de faire une vente complémentaire. Sur ce créneau de la prêt-à-lire, il faut compter avec un petit nouveau du nom de **Read Loop** et son slogan à l'esprit très Beatles «All you read is Love». «C'en est fini de la loupe moche et bas de gamme. On a voulu lancer la Mercedes de la pré-montée», lance,

rieur, Eric Saadoun, co-fondateur avec Laurent Amar de cette marque qui entend redonner du peps et de la noblesse à la prêt-à-lire. «À côté des officines, on veut que les opticiens récupèrent cette activité en s'attachant aux produits. D'où un travail sur le style et l'esprit». Il faut dire que les modèles ont tout pour plaire avec leur palette chromatique vitaminée et leur dégaine asymétrique que ne renierait pas un Alain Mikli des débuts. Même montée en gamme pour les étuis. Longtemps négligés et arrivant par container de Chine, ils deviennent des objets à part entière, soignés et stylisés. Décalés, pratiques ou élégants, ils ont, pour le dire trivialement, de la gueule et du charme. On a pu s'en rendre compte chez la Canadienne Sabine Be ou le Japonais Say Oh! Toutefois, mentions spéciales pour la coque astucieusement aimantée chez Nagel, l'étui Hermès cousu main chez Barn's, la boîte joliment ouvragée chez Delirious et les pochettes coquettes signées Deekays.

