

**DOSSIER**

— OPTICIENS & CRÉATEURS

Un jour, très tôt pour les uns, bien plus tard pour les autres, ils décident de se lancer dans la création. Devenus uniquement entrepreneurs ou poursuivant encore une activité en magasin, ces opticiens – et ces opticiennes – ont fait le pari de fonder leur propre marque. Confidentielles ou à un stade industriel, internationales ou strictement hexagonales, ces marques d'opticiens font leur chemin plus ou moins loin. Tour d'horizon.

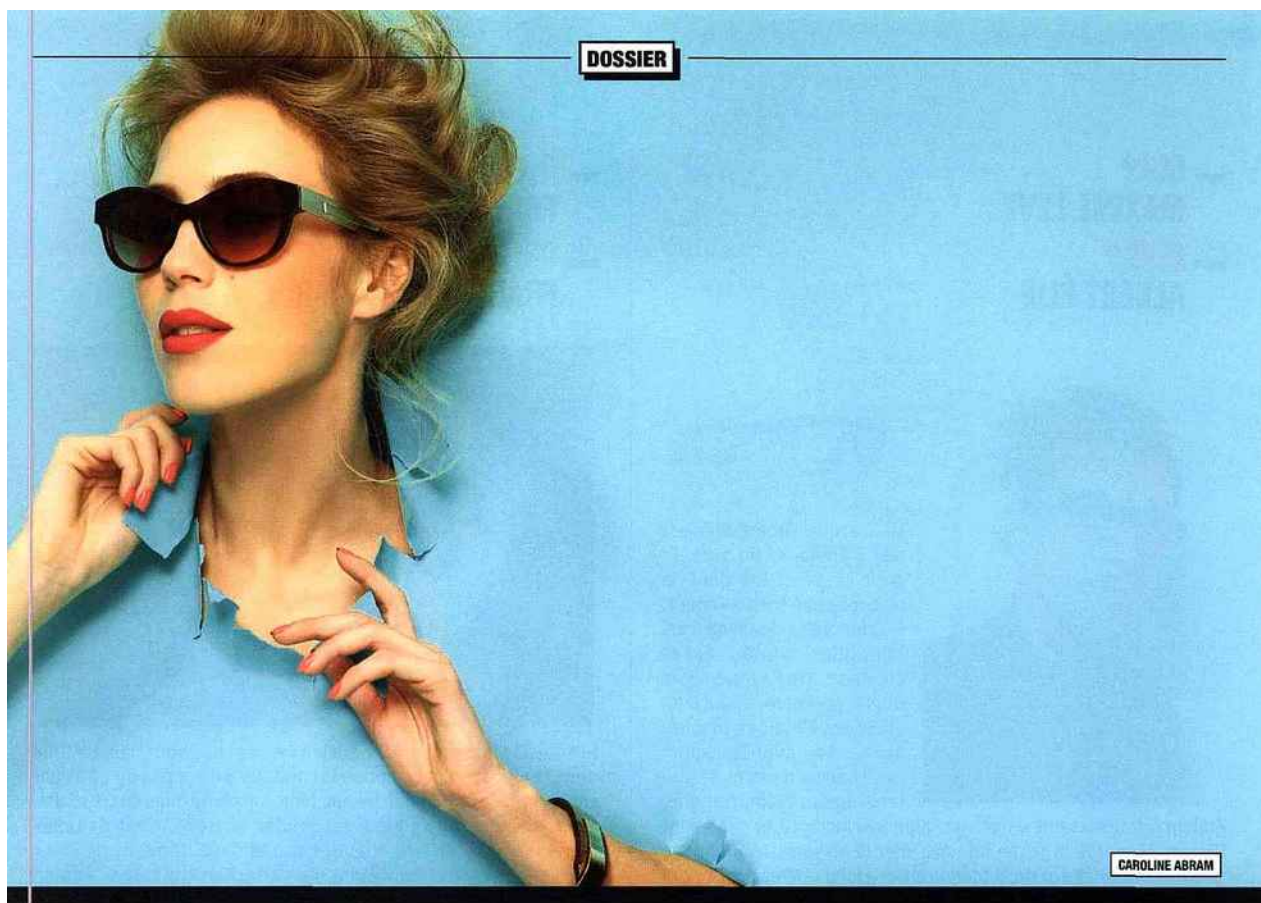
— **QUI ?**
FLORENT GRELLET

— **QUOI ?**
DOKOMOTTO

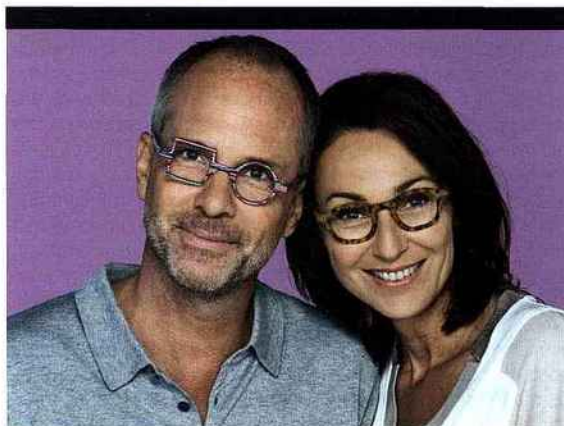
Son nom sonne japonais mais la marque est bien française. C'est à Florent Grellet, un opticien cannois, que l'on doit la marque Dokomotto. Pourquoi ce nom ? Par esprit d'ouverture sur le monde. « Doukou », en japonais, c'est la pupille et « motto » signifie devise en anglais. Tout a commencé en 2011, quand il trouve, dans une jolie petite rue du Cannet, l'espace qui lui permettra d'installer son atelier. Un endroit discret mais coquet, qui voit bientôt naître ses premières créations. Une petite boutique dans laquelle la chrysalide ne va pas tarder à devenir papillon, lors du Silmo 2015. Connaissant diverses expériences professionnelles de 1991 à 2013, tantôt chez des indépendants, tantôt au sein d'enseignes, Florent Grellet a cependant toujours rêvé de passer de l'autre côté. Déjà, lors de ses études d'optique, il planchait pour faire naître des modèles atypiques qui attirèrent l'œil de Guy Charlot en personne, Monsieur Silmo disparu en 2012. Il faut dire qu'il n'a pas froid aux yeux. Ses créations ont du tempérament avec leurs effets chromatiques et des volumes audacieux. Optique ou solaire, homme ou femme, la collection (16 modèles déclinés en 3 à 5 coloris) « va satisfaire les opticiens exigeants qui veulent offrir à leurs clients des lunettes au design soigné avec une touche d'audace créatrice et 100% françaises », fait valoir Jacques Inizan, co-fondateur de Managelia One, le distributeur sur lequel s'appuie Florent Grellet. Comme il mise sur la rareté du produit, il applique sur ses créations le système Tesa VeoMark qui offre une protection contre les contrefacteurs et atteste de

l'unicité des pièces, toutes réalisées en séries limitées, « comme pour les grands vins ou les belles voitures », plaisante-t-il. « J'ai voulu combattre d'entrée de jeu les copies et la contrefaçon, une pratique hélas courante dans notre secteur, poursuit Florent Grellet. Pour mes clients, c'est aussi un moyen de les rassurer et de justifier le prix, compte tenu du travail effectué ». Depuis la Côte D'Azur, où tout a commencé, le créateur essaime vers Monaco, les pays francophones (Belgique, Suisse) et peut-être bientôt au Canada. En attendant une percée au Japon où, sans nul doute, la sonorité japonisante du nom de sa marque fera tilt.



**QUI?****ERIC SAADOUN ET LAURENT AMAR****QUOI?****READ LOOP**

Qui a dit que les lunettes-loupes étaient ringardes ? Certainement pas Eric Saadoun et Laurent Amar, les co-fondateurs de Read Loop, qui injectent une belle énergie à leurs produits. Tout comme SeeConcept ou Blueberry, ce duo d'opticiens surfe avec intelligence et inventivité sur le renouveau des lunettes de lecture. Sur ce créneau de la prête-à-lire, cette nouvelle venue dont le slogan bien trouvé fait un clin d'œil aux Beatles - « All you read is loop » - s'est lancée à l'automne dernier avec un esprit totalement décomplexé. « C'en est fini de la loupe moche et bas de gamme. On a voulu lancer la Mercedes de la pré-montée », nous confiait Eric Saadoun au moment du Silmo. Asymétrique, à la façon des modèles Mikli de la grande époque, vintage et chamarrée, cette marque redonne du peps et de la noblesse à la prête-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 ». Un style design qui, soit dit en passant, dédramatise pour bien des jeunes quadras le passage à la presbytie. Pour la petite histoire, l'idée d'une lunette-loupe sympathique et design aurait germé dans la tête de Laurent Amar lors d'une escale à Atlanta. En transit, il venait de se rendre compte qu'il avait oublié ses binocles dans l'avion et il aurait bien aimé, à ce moment-là, avoir sous la main une lunette-loupe de rechange...





— QUI ?
MAXIME LÉVY
— QUOI ?
ALBERT ÉLIE



La marque Albert Élie est née à Toulouse en 2011. Et pour cause : c'est dans la ville rose que son fondateur, Maxime Lévy, possède trois boutiques plutôt axées créateurs. On l'a repéré lors d'une première apparition au Silmo, c'était en octobre 2013. Sa mini-caravane, des chaises pliantes et une table basse façon camping

étaient rafraîchissantes, dans un salon très marketé, et donnaient l'impression que le jeune homme était là en touriste. Baptisée ainsi en référence aux deux prénoms des grands-pères de Maxime Lévy, Albert Élie rayonne surtout régionalement, dans le Sud-Ouest principalement. Sobrement rétro, artisanale et fabriquée en France, cette collection produit 1 500 pièces par an.

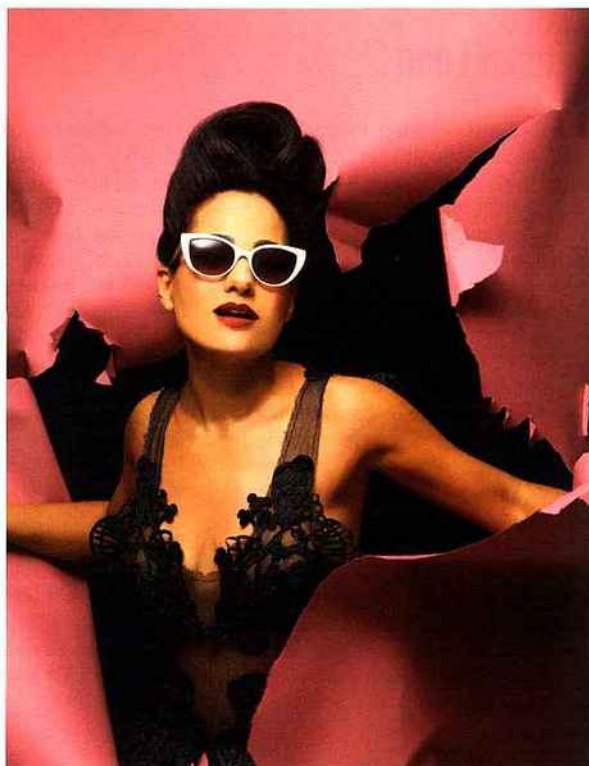
— QUI ?
FRANCIS KLEIN
— QUOI ?
FRANCIS KLEIN PARIS



Si Francis Klein rime avec parisien ce n'est pas pour rien. Installé dans le 6^e arrondissement de la capitale, à deux pas du pâtissier Ladurée, cet opticien affiche une belle longévité dans sa créativité. Si la maison Francis Klein est fondée en 1970, c'est dans les années 80 que Francis Klein et son épouse décident de créer leur propre ligne. Témoignant d'un attachement à une certaine culture française, les créations maisons sont abordées dans un esprit qui mêle joaillerie et fantaisie. Un sens du raffinement qui vaut à la marque d'avoir une clientèle internationale.

— QUI ?
CAROLINE ABRAM
— QUOI ?
CAROLINE ABRAM, FILAO,
TÊTE À LUNETTES

Fille d'Annette Hoffman, opticienne réputée à Paris, et d'un papa qui s'est longtemps occupé d'un dispensaire ophtalmologique itinérant à Dakar, Caroline Abram a toujours baigné dans l'univers de l'optique. Avant de lancer sa marque éponyme, cette opticienne se fait connaître à travers Filao, une marque d'accessoires en lunetterie qui remet au goût du jour face à main, sautoirs et autres loupes. Elle dépoussière radicalement des objets pourtant désuets, revisités dans des matériaux divers tels que la résine, l'argent, le bois ou les pierres précieuses. Ce n'est que dans un deuxième temps qu'elle se lance dans la création lunetière proprement dite. Tout comme sa consœur Sabine Be, Miami marque son esprit. Nous sommes en 2008 et un voyage en Floride achève de la convaincre de se lancer. Sixties et vintage, papillonnante et colorée, la première collection voit le jour. D'emblée, Caroline Abram trouve son style, très South Beach. À force de s'entendre demander par ses clientes : « faites vous les mêmes pour enfants? », il lui a paru évident en 2014 que le moment était venu de lancer les Têtes à Lunettes. À peine lancés, ses modèles pour les bambins ont été récompensés d'un Silmo d'or. De quoi l'inciter à poursuivre cette nouvelle aventure.





— QUI?
BRIGITTE BERMAN
— QUOI?
LA BRIGITTE



Léo, Gilberte, Alphone, Adèle, Lucien, Marcel... les noms de la collection La Brigitte fleurissent bon les années 50, une époque que Brigitte Berman apprécie par-dessus tout. Opticienne installée depuis 1987 rue du Bac, à Paris, elle est devenue créatrice suite aux demandes répétées de sa clientèle, des artistes, des écrivains, des politiques, qui aspiraient à des modèles uniques et différents. C'est pour cette clientèle atypique qu'elle se lance en 2004, dessinant et créant ses propres plaques, souvent inspirée par un vieux stock de lunettes qu'elle a récupéré et qui appartenait aux précédents propriétaires du lieu, également opticiens. Fabriquée dans le Jura en petites séries, sa collection fait la part belle à la rondeur, forme favorite de cette opticienne parisienne qui s'aventure rarement au-delà de l'ovale.

— QUI?
SABINE BÉGAULT
— QUOI?
SABINE BE



Pour la petite histoire, à l'origine, Sabine Bégault ne se destinait pas à l'optique. Quoique fille d'opticienne, elle se voyait plutôt en styliste. Toute jeune encore, elle passe un concours pour intégrer une école à Tours. Elle sera reçue mais son père cache le courrier pour qu'elle n'embrasse pas cette carrière et reprenne l'affaire familiale... C'est seulement à l'aube de ses 50 ans, après bien des hésitations qu'elle osera enfin franchir le pas et devenir créatrice. Et ce pour notre plus grand plaisir car ces créations vitament le regard. Cette opticienne depuis plus de trente ans se souvient très bien de la première fois où elle a présenté sa collection : « C'était le 4 mars 2014 exactement lors d'un événement sur les hauteurs de la Loire, en présence de 300 invités. Leur enthousiasme m'a fait chaud au cœur ». Passionnée par tout ce qui touche de près ou de loin au design, accro aux chaussures, qu'elle collectionne, et ne se séparant jamais d'un trèfle à quatre feuilles offert par son fils, Sabine Bégault puise son inspiration entre Orléans et la Floride. L'effervescence de Miami est pour elle une perpétuelle source d'étonnement. Les couleurs et l'architecture de cette ville solaire se retrouvent d'ailleurs beaucoup dans ses collections aux volumes et lignes tranchés et à la palette chromatique audacieuse.

— QUI?
NATHALIE BLANC
— QUOI?
NATHALIE BLANC EYEWEAR

De faux airs de Juliette Binoche, Nathalie Blanc est une passionnée : d'architecture intérieure (à l'occasion il lui arrive même de jouer les décoratrices d'intérieurs ou de scénographier des espaces), de gastronomie (son péché favori ? Un comté 36 mois arrosé d'un verre de vin jaune de chez Puffeney) et, bien sûr, d'optique. Opticienne depuis vingt ans, Nathalie Blanc porte des lunettes depuis toujours. Adolescente, elle vit d'ailleurs assez mal de devoir porter en permanence des lunettes. C'est peut-être à cette époque que remonte son envie de sublimer cet accessoire. Elle fait ses armes comme designer au sein de Gypsy Caravan en créant les collections des marques Michel Klein et Swildens. Mais il faudra attendre quelques années encore avant qu'elle ne se lance en solo, sous son propre nom. Créer pour autrui a fait office de psychanalyse et c'est depuis peu qu'elle assume enfin de ne plus se cacher derrière les autres. Lancée à l'automne dernier, Nathalie Blanc Eyewear cultive un style élégamment parisien. Ces créations sont à l'optique ce que Le Flore est aux lieux touristiques parisiens : un lieu typique de l'histoire de la capitale mais aussi très cosmopolite. Et voilà Nathalie Blanc mère de famille très nombreuse puisqu'elle a donné naissance à Françoise, Yvette, Joseph, Fred, Ida, Sacha, Jeff, Alice, Lola, Hélène... autant de modèles qui, n'en doutons pas, feront bientôt des petits.





— **QUI ?**
BRUNO CHAUSSIGNAND

— **QUOI ?**
BRUNO CHAUSSIGNAND EYEWEAR

Né 1974, Bruno Chaussignand passe son enfance en Provence. Il découvre le métier de la lunetterie à l'âge de 15 ans, aux côtés d'un proche ami de sa famille qu'il passe des heures à observer dans son atelier. «À l'époque, je rêvais de travailler dans la création. En découvrant ce métier, j'ai été captivé par les trois univers du monde de l'optique que sont la mode, la technique et la santé. Autant de domaines que j'affectionnais : j'ai eu un vrai coup de foudre pour ce travail.» Quelques années plus tard, diplôme en poche, il se fait vite remarquer avec une lunette conçue en bois d'olivier qui lui permet de remporter le prix du jeune créatif au concours national de lunetterie du Jura, puis le grand prix des lunetiers en 1996. Le fait d'être élu coup de coeur au Silmo l'année suivante amorce sa carrière. Mais ce n'est qu'en 2004 qu'il se lance vraiment avec une marque à son nom. À l'inspiration subtilement rétro-vintage, ses créations se nourrissent année après année de diverses influences renouvelées, voyages, cinéma, rencontres, musique... Toujours en boutique au contact de sa clientèle parisienne, Bruno Chaussignand s'exporte, désormais porté à l'international par MSK.



— **QUI ?**
SELIMA SALAUN

— **QUOI ?**
SELIMA

Rien qu'avec son seul prénom, Sélina Salaun s'est fait un nom outre-Atlantique. Pour celle qui est née en Tunisie, qui a été élevée en Algérie, tout commence en 1988. Cette optométriste, française de cœur mais devenue en chemin américaine d'adoption, voyage régulièrement à New York pour le compte d'Alain Mikli. Le coup de foudre est immédiat pour Big Apple et la jeune femme croque à pleines dents dans la grosse pomme. Elle s'installe là-bas avec bagages, famille et ambitions. En 1996, Selima Optique voit le jour. Vingt cinq ans plus tard, elle est à la tête de huit boutiques (4 à New York, 2 à Los Angeles et 2 à Paris) et une quarantaine de collaborateurs. De la rue des Rosiers à Paris (où se trouve la boutique historique de Mikli) au quartier de Soho, Sélina Salaun provoque de l'admiration dans le regard des autres. À la tête d'une affaire prospère, elle est passée de l'autre côté du miroir pour devenir, là-bas, une créatrice à part entière. Multipliant les collaborations avec des stylistes et des artistes, elle s'inspire souvent du passé, et d'abord des sixties, pour donner vie à des modèles généralement colorés. Chouchoutée par les vedettes du cinéma, la marque se taille régulièrement une belle place sur papier glacé et, par ricochet, jouit d'une renommée très glam'chic.



— **QUI ?**
STÉPHANE VRANJES

— **QUOI ?**
CRÉATIONS VRANJES

La toute première collection de Stéphane Vranjes, son bébé, s'appelle Patines. Cet opticien diplômé en 2005 a repris une affaire dans la Vaucluse. Là, avec tout le matériel nécessaire pour créer des lunettes, il décide, il y a trois ans, de se lancer dans le sur-mesure. Photographe amateur, il a l'œil et le sens de l'esthétique. Créer des lunettes personnalisées lui donne le goût de la créativité et il signe une collection acétate où le travail de la matière a la part belle. Encore confidentielle, cette première collection optique et solaire est prometteuse et dans son petit atelier-magasin de l'Isle-sur-la-Sorgue, Stéphane Vranjes expérimente d'autres matériaux (le bois), ose des formes, tente des contrastes. Crayon dans une main, lime dans l'autre, il a des idées plein la tête, penché dès qu'il peut au-dessus de son établi.

