

Bernard GABRIEL-ROBEZ

Les Champions

de la

Lunetterie

À perte de
vue

Les Fleurons de l'Europe

De l'AIN et du JURA

Distributeurs-Fabricants
Sous-traitants
Marques et licences

Mars 2019

Et de

MOREZ

La Capitale

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie

Bernard GABRIEL-ROBEZ

Les Champions De la Lunetterie

Les Fleurons de l'Europe

De l'AIN et du JURA

Morez la Capitale

Distributeurs-Fabricants
Sous-traitants
Marques et Licences

DU MÊME AUTEUR

Structures d'Autrefois du Groupe Alcatel Business Systems,

Illkirch **2002** -Association Mémoires- (interne à Alcatel)

Morez, Vallée des Entrepreneurs- Une saga des dynasties industrielles du canton. (2009)

Imprimerie UNI-EST, Geispolsheim, 2009 -ISBN 978-2-7466-1214-3

Les Secrets de la Molune) (2012)

(Saga d'une famille jurassienne au XIX^e siècle)

Mon Petit Editeur, 14 rue des Volontaires 75008 Paris

IDDN.FR.010.011-7366.000.R.P.2012.030.31500

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie

A Odette,

A ma famille et mes alliés,

A Jérôme Colin,
Président du Syndicat
Des lunetiers du Haut-Jura

Aux lunetiers de France
De l'Ain et du Jura
Et de Morez

A France Optique ma référence
A Benoit Clément opticien à l'Esplanade Strasbourg

SOMMAIRE

Sommaire(7)

Préface (9)

Introduction (12)

LES MAJORS DANS LE MONDE (21)

Essilor Luxottica (27)

Luxottica (29)

Essilor (65)

Groupe Logo (78)

LVMH et la financière Agache (88)

Safilo et Hal Investments BV (99)

Marcolin et PAI Investments (110)

De Rigo Vision et De Rigo Holding BV (118)

Kering et la holding Artemis(124)

Compagnie financière Richemont - Les lunettes Cartier(142)

Les Lamy de Morez- Lamy 1820-Victor Gros-Group L’Amy(145)

Grasset Associés(167)

Marchon Eyewear (171)

Groupe Charmant(176)

Bushnell Outdoors Products et Cébé de Morez (181)

Mondottica International(188)

Menrad the vision-Menrad France (194)

ADCL APlus(197)

AVM 1959 (ex Allison) (203)

Seaport- ODLM (207)

Emmanuelle Khanh Paris(212)

Opal & Cie : Opal, Demetz, Visioptis (215)

LES AUTRES DISTRIBUTEURS EUROPEENS (hors France) (220)

Consulter le mini glossaire de chaque pays

Allemagne (autres) (221)

Les Champions de la lunetterie

Italie autres (257)
Espagne(277)
Belgique (288)
Autriche (297)
Luxembourg (304)
Suisse (307)
Royaume-Uni(312)
Autres pays européens(319)

Consulter le mini glossaire de chaque département :

LES DISTRIBUTEURS et sous-traitants de L'AIN (322)

LES DISTRIBUTEURS et sous-traitants du JURA(346)

Classement dans l'ordre alphabétique :

LES DISTRIBUTEURS France autres (hors Ain et Jura) (397)

Index n° 1 - Quelques définitions (451)

Index n° 2 - Liste alphabétique des Marques et de leurs distributeurs (455)

Index n° 3 - Sources et Bibliographie (481)

Les Champions de la lunetterie

PREFACE

Alors que somnole Morez l'Indolente, des centaines de fabricants-lunetiers-distributeurs, concurrents de l'ancienne Capitale de la lunette française, du Jura et de l'Ain, se sont répandus dans tout l'Hexagone et en Europe. Parmi ces compétiteurs, les Italiens se taillent une part démesurée comparée à la production du bassin jurassien.

L'objet de cet ouvrage consiste à raconter brièvement le parcours de tous ces adversaires européens dans la vente des lunettes sous leur propre marque ou sous licence.

Remarque 1: Les centrales d'approvisionnement ne seront pas présentées dans ce livre : les réseaux d'opticiens, les groupements d'achats, les centres mutualistes, les succursales et franchises, les super optiques ou grandes surfaces de vente, les enseignes coopératives et les indépendants, les commandes en ligne, le réseau Carte blanche au bas coût.

Contentons-nous de découvrir l'histoire succincte de ceux qui produisent et distribuent leurs marques propres et celles sous licence. Nous limiterons notre propos en donnant en annexe 1 quelques explications sommaires sur les notions de licences de marques et de franchises, les premières destinées aux producteurs, et les secondes à l'adresse des réseaux des vendeurs (opticiens et grossistes).

Remarque 2: le sujet étudié ne concerne que le produit « monture » Les fabricants et graveurs de verres en sont exclus : BBGR, Essilor, Hephilens-Prats, Hoya, Mega Optic, Mont-Royal, Nikon Verres Optiques, Novacel, Ophthalmic Company, Optique 2000, Optiswiss, Optovision, Pentax, Rodenstock, Shamir, Seiko Optical, Zeiss Vision

Les Champions de la lunetterie

Care France. Les sociétés de contactologie sortent du cadre de cette étude.

Remarque 3 : Les sociétés de Morez et des environs sont mises en valeur par rapport à leurs concurrentes dont l'origine et l'évolution doivent beaucoup aux lunetiers du Haut-Jura. C'est pour leur rendre hommage que leur histoire est volontairement développée au risque de paraître longue eu égard à leur puissance relativement modeste par rapport aux majors de la planète. Jurassien et originaire de Morez j'assume ce déséquilibre tant leur ombre me paraît fraternelle et lumineuse!

Mode d'emploi des tables des matières :

Les sociétés importantes par leur chiffre d'affaires, leur ancienneté, leur réputation planétaire sont désignées dans le glossaire par « les Majors dans le Monde ». Leur histoire est naturellement racontée plus longuement que d'autres moins connues. Parmi elles se sont glissées quelques sociétés de Morez et d'Oyonnax, dont le parcours est lié de près à ces mastodontes de la lunetterie. C'est le cas des Lamy, Grasset, Cébé, Logo,... dont l'historique est extrait de mon ouvrage « Morez, Vallée des Entrepreneurs » de 2009 et actualisé jusqu'en 2019.

Les distributeurs européens précèdent les autres maisons de l'Ain et celles du Jura. Pour les repérer, le lecteur s'oriente d'abord sur l'**index principal** des « Distributeurs européens hors France » où le pays recherché est l'objet à la page indiquée d'un **mini glossaire**. Celui-ci décline le nom des distributeurs et leur positionnement dans le texte.

Les autres distributeurs de l'Ain puis du Jura sont également l'objet d'un classement particulier auquel le petit index qui les annonce permet de les trouver à la page indiquée.

Les Champions de la lunetterie

Les autres distributeurs de l'Hexagone, classés par ordre alphabétique, sont énumérés sans commentaires superflus, eu égard à leur jeunesse (entre 30 et 2 années d'existence) et leur réputation qui, à quelques exceptions près, n'a pas encore dépassé les frontières du pays, sauf pour celles qui représentent une société étrangère.

INTRODUCTION

Historiquement, Morez est la localité qui peut s'enorgueillir d'avoir démarré la fabrication des premières lunettes françaises au début des années 1800. Après une montée en puissance remarquable pendant deux siècles, la ville a malheureusement vu décliner son hégémonie dans le domaine de la lunetterie avec la concurrence de nouvelles zones géographiques. Si les deux pôles d'Oyonnax et de la région parisienne sont devenus des compétiteurs à la hauteur du savoir-faire jurassien, la concurrence de l'Italie devenue premiers fabricants au monde et l'essor des pays asiatiques à coût de main-d'œuvre presque dérisoire ont réduit Morez à la portion congrue du marché. D'autant plus que les Chinois se développent maintenant dans le domaine de la création avec des designers étrangers et en s'offrant des licences.

La concentration des entreprises lunetières dans le canton n'est plus qu'un souvenir amer. En 2019, le Syndicat des Lunetiers du Jura compte encore 31 membres, y compris les artisans sous-traitants (décolletage, traitements de surfaces, etc...) mais les effectifs des sociétés dépassent rarement la centaine. Certaines ont délocalisé leur production en créant leurs filiales étrangères, d'autres la sous-

Les Champions de la lunetterie

traite en Asie. Aujourd'hui, quelques-unes se concentrent sur des produits de milieu et haut de gamme. La fabrication sous licence, impose de l'inventivité et une recherche de la qualité qui recentrent la lunetterie sur des marchés de niche (montures originales, matériaux innovants) et pour certains la spécialisation des différents métiers ou leur sous-traitance pour se concentrer sur la conception des montures. L'aura du lunetier maître de toutes les gammes d'opérations exécutées en interne est déjà bien loin ! La société Albin Paget qui représentait ce modèle de fabrication a fermé ses portes en 2015. La légendaire Gouverneur-Audigier poursuit encore ce type de mode d'exécution mais à très petite échelle. Par contre d'autres maisons maîtrisent l'ensemble du cycle de production en sous-traitant quelques étapes ou en s'approvisionnant chez des entrepreneurs spécialisés, à l'instar des L'Amy et de Morel France. Le troisième type est représenté par les sociétés qui créent des lunettes de designers et en confient leur fabrication à l'extérieur de leur zone ; actuellement c'est le cas le plus fréquent pour les créateurs de la région parisienne et par extension ceux de l'Europe.

Pour Morez et ses environs, l'image du fabricant-distributeur reste une référence. Sa volonté de garder le savoir-faire lunetier le sauvera-t-il du danger inéluctable de la perte de son indépendance ?

L'examen de l'encerclement de Morez par des fabricants extérieurs, nationaux et internationaux, mettra en évidence l'énorme gageure des entreprises du Jura et, par-delà les frontières locales, celle des autres lunetiers de l'Hexagone.

Le bassin de Morez à l'agonie ?

Les Moréziens ont le blues !

Tous les matins, le co-voiturage fait le plein et file en direction des alpages.

Les Champions de la lunetterie

Des nouvelles désolantes circulent sur les réseaux sociaux. Des échanges navrés s'échangent dans les boutiques encore en sursis le long de la rue de la République. Les conversations sur l'horlogerie se font silencieuses depuis belle lurette. Les derniers tic-tacs des productions ODO, comme ceux des ateliers Romanet se sont tus. C'est la vie normale des entreprises qui tarissent leurs activités au fil du temps, disparaissent peu à peu dans le brouillard des mutations technologiques et de la concurrence, tombant enfin dans l'oubli.

Les fermetures successives des plus anciennes maisons de lunetterie donnent le sentiment d'une fin inévitable de ce qui faisait jusqu'alors la fierté de la « Vallée sans printemps ». La reprise de Lamy Fidela, le fleuron et la fierté de Morez, par la société Victor-Gros de Lons-le-Saunier anéantit tout espoir de poursuite glorieuse de l'aventure plus que bicentenaire de cette industrie lunetière. Ce 16 janvier 2017 la dernière annonce colossale de la gigantesque fusion d'Essilor et du groupe Luxottica donne le coup de grâce.

Tout fout le camp clament les pessimistes! Les communiqués alarmistes révèlent une certaine vérité sur la situation. La population s'en émeut et répète à l'envi les mauvaises nouvelles :

Mortes Usines !
Leur ombre est fraternelle
Et l'écho silencieux
De leur souffle immortel
N'atteint plus que les Cieux

Mais Jérôme Colin, le Président du Syndicat des lunetiers du Haut-Jura, qui s'évertue depuis des années à minimiser avec raison le fléchissement des affaires, cherche à promouvoir le caractère industriel de la cité et les valeurs patrimoniales de ses entreprises.

Les Champions de la lunetterie

Grâce à un programme d'actions renouvelé tous les deux ans, le maître à penser de la filière est modérément optimiste mais pragmatique. Les souhaits de la clientèle imposent des politiques d'investissement et d'innovation adaptées. L'aspect médical arrive en second plan et les entreprises doivent dorénavant accorder la priorité à la création et considérer la lunette comme un accessoire de mode :

-Penser la lunette de demain doit être le leitmotiv permanent des designers.

-Faciliter le recrutement des forces techniques qualifiées, bien formées au LPO de Morez, mais qui migrent vers un paradis (la Suisse par exemple) qu'ils ignorent trouver sur les lieux mêmes de leur formation.

-Promouvoir une communication dynamique avec l'appui des élus locaux, nationaux et des medias internationaux.

-Mutualiser la filière pour réduire les coûts de structure et procéder à des économies d'échelles.

Cette prière annuelle sera-t-elle suffisante pour faire face à l'envahisseur transalpin qui fusionne avec l'Essilor français ?

Car 2018 dans le monde, plus encore que les années précédentes, fut marquée par des innovations impensables naguère et des mutations commerciales étonnantes par leur variété et leur originalité.

Les Européens, la France et les Jurassiens

Le marché européen de l'optique enregistre un record de ventes, frôlant les 17 milliards d'euros (montures optiques et solaires, lentilles de contact, etc.). Même la France avec plus de 2 Milliards, si décriée pour son atonie criante, progresse de 2,2% bien que la contactologie s'essouffle de 2,8%. Ce sont les ventes des verres de correction et des montures optiques qui ont le mieux performé avec

Les Champions de la lunetterie

des prix supérieurs à 200€, alors que les lunettes de soleil présentent un étiage de seulement -1%, malgré une météorologie défavorable.

Ces chiffres encourageants sont le fait du segment premium grâce à des matériaux plus légers et 40% en matières combinées métal et plastique.

La concurrence est sévère et n'a jamais été aussi intense. Notre défaillance dans le berceau de la lunette française serait le fait des marques dont les contrats de licence ne sont pas renouvelés. Les annuaires spécialisés indiquent la présence de plus de 1000 marques en Europe -dont une multitude de marques propriétaires- qui se font une concurrence acharnée.

Les industriels jurassiens (et les autres...) devraient-ils axer leur production sur des licences éphémères dont la durée dépend du licencieur et de l'intérêt des consommateurs, leurs goûts changeant au rythme de la mode et de l'air du temps ?

Ainsi, les Paget Morel sont oubliés mais la marque Courrèges a fait leurs beaux jours (elle est distribuée ensuite sous son nom ; des pertes importantes en 2017 l'obligent à se vendre en totalité à la holding Artémis de Kering qui en détenait déjà 30% depuis 2015). Les Albin Paget, qui fermèrent leurs portes en juillet 2015, ont perdu la licence d'Inès de la Fressange qui entretient dorénavant sa notoriété sous d'autres cieus avec Globex qui fabrique les montures et Cristaflor qui les commercialisent (Cf. France Autres). Logo s'est vue retirer les prestigieuses marques Fred et Tag Heuer de LVMH qui représentaient plus de 90% de son activité(en 2018, elles sont dans les mains de la nouvelle joint-venture Thélios entre Marcolin et LVMH). Sa fermeture et le licenciement du personnel sont un crève-cœur pour toute la région.

La disparition de sociétés éminentes d'un passé récent est peut-être une déception intime qui ignore le destin classique de la vie et de la mort des entreprises. Personne, sauf les chartriers, les fouilleurs

Les Champions de la lunetterie

d'archives et les historiens prophètes du passé, connaissent l'histoire des centaines de petits artisans du siècle dernier. La promenade nostalgique vers 1900 du représentant en lunettes Joseph Rouyer dans les rues animées du bourg est édifiante. A l'exception des Lamy avec ou sans apostrophe, tous les ateliers ont quasiment disparu.

Le chassé-croisé des marques et les fusions d'entreprises

Des sociétés éminentes ne sont pas mortes ! D'autres naissent et progressent ! Elles ont migré sur les hauteurs, à la recherche d'espace, comme les Morel France (ex-Marius Morel). Elles côtoient la presque récente entreprise de Jérôme Colin, Oxibis dont le succès grandissant démontre la vigueur du monde de la lunette Made in Jura !

Elles vivent aussi sous d'autres noms ou d'autres cieux perpétuant la tradition ancestrale des fabricants de la vallée. Telle Cébé, reprise par le grand groupe italien Marcolin (Cf. chapitre dédié) qui cède ce qu'il en reste (la marque) au groupe américain Bushnell Outdoor Products.

L'Amy poursuit son aventure sous le nom de L'Amy Group, lui offrant ainsi de fécondes opportunités de renforcement du répertoire de ses marques. Le n° 216 rue de la République, à la faveur des immenses locaux implantés sur les « quatre Pesses », assure depuis 2006 la distribution de lunettes optiques et solaires sous le nom de LDL (L'Amy Diffusion Lunettes). En dépit du calme relatif du lieu, l'activité est tournée essentiellement vers le métier de grossiste de marques prestigieuses telles Kenzo, Chloé, Nina Ricci, Chevignon, etc. La fameuse marque Lacoste issue du groupe japonais Charmant est passée en 2005 dans les mains de Marchon Eyewear (Cf. chapitre dédié) dont le siège à New York emploie plus de 2300 personnes dans le monde.

Le lieu historique de l'horlogerie, le n°18 avenue du Général de Gaulle à Morez, déserté successivement par ODO et Marius Morel,

Les Champions de la lunetterie

abrite actuellement plusieurs sociétés : Visio Lunetterie, Univet France. Le gérant et designer Ludovic Dader de Eyshowroom Diffusion a relancé la vieille marque Sol-Amor de Georges Lissac au style vintage. Elle fut rachetée à Cartier à qui le groupe Logo l'avait cédée. Mais elle a de nouveau disparu des écrans en 2018 !

Que faire ?

Ainsi tanguent les marques qui passent d'une société à une autre au gré des grandes maisons de mode et de design. Ce chassé-croisé s'accélère mais la filière reste optimiste malgré les difficultés à répondre aux questions suivantes :

-Comment les entreprises doivent-elles s'adapter à la mondialisation en organisant leurs intérêts sur la scène internationale ? Faut-il se cantonner sur le marché de niche du haut de gamme pour freiner le déclin insidieux mais fatal des lunettes bas de gamme produites dans les pays exotiques à faible taux de main d'œuvre ? Et, pour vaincre la gangrène de la délocalisation de la production, doit-on se lancer dans le « Made in France » avec le soutien de la puissance publique ?

-Faut-il avoir sa propre marque ou détenir une licence de marque détenue par un tiers (créateur, designer, société de la mode et du luxe,...), rémunérée par des royalties ? L'exemple de Logo qui exploitait essentiellement des marques sous contrat fait pencher le choix vers les marques propriétaires.

-Comment concevoir et adapter les réseaux de vente : choix de la franchise, la concession, l'indépendance des opticiens, la mutualisation des achats,... ?

Voyage au bout de la lunetterie

Cet ouvrage a pour objet de faire le point sur les principales entreprises lunetières de la planète, celles de Morez, qui en fut le berceau, et des environs dont celles d'Oyonnax ; initialement spécialisées dans la plasturgie (jouets, articles sanitaires, mobilier de

Les Champions de la lunetterie

jardin...) de nombreuses usines de l'Ain se sont progressivement converties au métier de lunetiers, faisant ainsi concurrence aux ateliers moréziens plutôt spécialisés dans la monture en métal.

Mais la filière historique s'est peu à peu dispersée dans toute la France, entrant ainsi en compétition avec la Plastics Vallée des montures (Ain et Jura). Le recensement commenté de ces maisons concurrentes prennent place dans la description de la France des sociétés lunetières.

Les fabricants ne sont pas seuls en Europe et dans le Monde de l'optique. Les plus importantes (Italie, Royaume-Uni, USA,...) envahissent l'espace des opticiens. L'industrie lunetière subit surtout la concurrence asiatique et les conséquences des dernières réglementations relatives aux réseaux de soins, tels le plafonnement de remboursement qui saborde cette filière d'excellence.

Les avantages du nouveau colosse Essilor-Luxottica sont une opportunité pour se défendre contre l'appétit sans fin des géants du Web, attirés par la manne que pourront générer les lunettes connectées, l'impression 3D, les biotechnologies, ...mais les réactions des opticiens, quoique mitigées, laissent à penser que de profonds bouleversements de la profession sont certains dans les prochaines années. L'avenir est cependant prometteur et gigantesque pour produire et distribuer les lunettes à ceux qui en sont dépourvus, tant en solaires (5,8 milliards) qu'en optique (2,5).

La filière jurassienne saura-t-elle monter dans le train et se remettre en question ?

Elle est tributaire des maisons du luxe où créateurs et designers de renom font la loi. La niche des accessoires de mode est une source inépuisable de profit ! La présentation des principales entreprises permet de prendre connaissance des marques prestigieuses qui s'échangent périodiquement sur le marché, au gré des humeurs et

Les Champions de la lunetterie

des avantages financiers potentiels, et parfois au détriment des affaires moins visibles pour le client final. Ainsi, l'examen du chassé-croisé des marques nous conduit dans le monde entier. Pourtant, à l'exception des mastodontes planétaires tels Luxottica ou ses gros concurrents comme Kering, Safilo, et d'autres encore tout aussi prestigieux nous nous cantonnerons à l'Europe et aux sociétés distributrices dans les pays limitrophes à celle-ci.

Au-delà de ces remarques franco-françaises, effectuons un tour d'horizon de la hiérarchie internationale des faiseurs de rois de la lunette, à savoir les énormes compagnies du luxe qui orientent leur stratégie vers l'accessoire vestimentaire- donc la lunette de soleil et de vue- et dont le but affiché pour certains est de reprendre la maîtrise de la gestion afin d'améliorer leurs résultats financiers.

Les majors dans le monde



Les Champions de la lunetterie

Avant d'aborder le parcours des sociétés lunetières sur la planète, examinons les protagonistes majeurs dans l'activité lunetière :

D'abord les sociétés dont le but originel n'était pas la lunette et qui n'en fabriquent pas toujours mais distribuent des licences de marques aux producteurs ; leur renom suffit à faire croître leurs bénéfiques. C'est le cas des maisons du luxe axées sur le prêt-à-porter, la maroquinerie, les parfums ou dont le métier initial fort éloigné ne les portait pas naturellement à orienter leur activité vers ce domaine :

-**LVMH** , initialement spécialisée dans les travaux publics, puis dans les reprises d'entreprises, tenue aujourd'hui par la Maison Christian Dior et guidée par l'homme le plus riche de France, Bernard Arnault. Propriétaire de dizaines de maisons prestigieuses dans tous les domaines (parfums, maroquinerie, spiritueux et champagne,..) le Groupe dispose d'une quantité impressionnante de sociétés qui proposent des marques sous licences à des distributeurs tels Luxottica, Safilo, L'Amy Group,... Cependant la firme ne produit pas ses lunettes et ne les commercialise pas. Sa puissance justifie les quelques pages qui lui sont consacrées.

-**Kering Eyewear**, excroissance filiale de la Kering, ex-PPR de François Pinault, tournée vers le luxe après sa réussite dans le négoce du bois, la vente par correspondance et l'orientation spectaculaire vers la grande distribution.

-**Essilor**, mondialement connue par ses productions de verres de lunettes et par les montures Lissac. Nous suivrons les pérégrinations

Les Champions de la lunetterie

de ce gigantesque groupe, et le parcours de Logo de Morez qui en fit partie avant sa reprise par Vincent Darnaud.

Citons ensuite les grands investisseurs impliqués dans des opérations financières diversifiées dont certaines se sont orientées partiellement, voire totalement vers les métiers de la lunette. La synergie industrie et distribution est le remède magique pour se hisser au sommet de l'optique :

-Compagnie financière Richemont, dont le siège social est implanté à Bellevue en Suisse. Richemont est aujourd'hui le 3^e groupe mondial de luxe en termes de chiffres d'affaires, derrière LVMH et Kering. Elle est scindée en deux groupes distincts depuis 1993 :

- .Rothmans (fusionné en 1999 avec British American Tobacco) pour le tabac avec les cigarettes Alfred Dunhill et Richemont.

- .Holding Vendôme Luxury Group pour le luxe, Piaget, Baume et Mercier dans l'horlogerie et la joaillerie (avec l'acquisition en 1999 de Van Cleef & Arpels), Montblanc pour les stylos, Chloé et Karl Lagerfeld pour la mode, et accessoirement dans les medias (télévision NetHold fusionnée avec Canal + puis actionnaire de Vivendi), et les accessoires de Cartier Monde (100%) dont ses lunettes de Paul Ralph Lauren (joint-venture en 2007).

S'y ajouteront ultérieurement les filiales qui sortent du cadre de ce coup d'œil général :

- .Yoox Net-à-Porter Group en 2015 (initialement en joint-venture avec Kering) pour la vente en ligne, Lancel et A. Lange & Söhne pour la maroquinerie

- .IWC, Jaeger-LeCoultre, Officine Panerai, Vacheron Constantin pour l'horlogerie

- .Shanghai Tang et Peter Millar, pour le prêt-à-porter et la mode.

- .Giampiero Bodino pour la joaillerie,

- .James Purdey & Sons pour les Armes et fusils de chasse.

Les Champions de la lunetterie

-**Delfin Sarl** du groupe **Luxottica** (Cf. chapitre dédié) qui possède 6200 magasins: cette holding a été enregistrée au Luxembourg en 2006. Son activité est principalement financière et détient des participations de toute nature. Elle contrôle 61% du monteur de lunettes transalpin, détient 28 % dans Foncière des Régions le n° 3 dans l'Hexagone spécialisée dans l'immobilier de bureaux et l'hôtellerie, et fait partie des principaux actionnaires de l'assureur Generali avec plus de 3% des parts et de la société Luxair. Le président de Luxottica est aussi celui de Delfin.

-**Holding Cole** (qui comprend Optical, Target Optical, Pearle Vision, Sears et Illori en Amérique du Nord.) est un trust acquis par Luxottica via une OPA amicale réussie en 2004. Les deux tiers du chiffre d'affaires (un milliard de dollars à cette date) sont réalisés dans l'optique.

-**HAL Investment BV**, une filiale européenne de la HAL Holding NV, une société d'investissement internationale basée à Curaçao. Cet Hal Trust néerlandais est entré dans le capital de **Safilo** en 2009(Cf. chapitre dédié) et s'est d'abord appliqué à éponger ses dettes. Hal France détient à travers de GrandVision les chaînes Grand Optical, Générale d'Optique, Solaris et Vision Express. Mais les coopératives, les centres mutualistes ne craignent pas encore la convoitise de ces intégrateurs capitalistes compte tenu de l'indépendance juridique des groupes associés et la difficulté de procéder à des OPA même amicales.

- **VSP Vision Care**, compagnie d'assurance sur la santé visuelle, organisme d'origine américaine sans but lucratif fondé en 1955 par des optométristes en Californie. Devenu fournisseur national aux Etats Unis, la société a élargi en 2007 son champ d'intervention en

Les Champions de la lunetterie

Australie, Canada, Irlande et Royaume-Uni. En 2008, elle acquiert **Marchon Eyewear** qui rejoint les autres filiales (dont Allure Eyewear, la future maison américaine de Marchon), Office Mate Software Solutions, Altair Eyewear qui proposent des marques telles Eye Designs, Eyeconic, Eyefinity, VSP Optics Group.

- **PAI Partners** (Paribas Affaires Industrielles), fonds d'investissement français dont le but est de prendre le contrôle de sociétés dans le cadre d'opérations à effet de levier (LBO). Son origine très ancienne date de la grande période de Paribas qui industrialisera la France à la fin du 19^e siècle. Après la fusion de Paribas et de BNP, les partenaires associés ont créé en 2002 une société indépendante qui gère et conseille des fonds dédiés. Les transactions autour du milliard € ont leur préférence et les lunettes de **Marcolin** (Cf. chapitre dédié) sont contrôlées à 80% depuis 2012 par PAI partners qui a signé des accords de licence avec de nombreuses marques, dont Tom Ford, Diesel, ou encore Montblanc.

- **IT Holdings**, société d'investissements, qui détient des marques de vêtements et d'accessoires, est aussi liée au métier des lunettes par sa filiale **AVM 1959**, nouveau nom d'Allison (Cf. chapitre dédié) et Gianfranco Ferré l'actionnaire majoritaire à partir de 2002 après l'extinction du contrat qui le liait depuis 1984 à Safilo. Le groupe, qui fut déclaré insolvable en 2009, était contrôlé par la société PAI Investments à 70% et sera cédée à une société des Emirats en 2011.

- **De Rigo Holding BV** néerlandaise, détenue par la même famille De Rigo d'origine italienne (Cf. chapitre dédié), possède des magasins en Espagne (General Optica) et en Grande Bretagne. Boots Opticians, filiale de De Rigo à 42%, est fusionnée avec Dollond & Aitchison l'une des plus vieilles chaînes d'opticiens née en 1750,

Les Champions de la lunetterie

absorbée en 2009 et agissant sous Alliance Boots qui détient 58%. L'ensemble représente à cette date un ensemble de 690 points de vente pour 183 franchises.

- **Néo Capital**, fonds d'investissements britannique cumulant plus de 50 ans d'expérience et expert dans le processus de construction de marques :

.sociétés alimentaires (Ladurée, pâtisseries de luxe à Paris, la chaîne de boulangerie haut de gamme Paul)

.parfums (Miller Harris)

.maroquinerie (Valextra à Milan)

.lunetterie **Mikli International** (Cf. chapitre dédié) qui détient 47% du capital de Néo. Une autre partie du capital est détenue par Dominique Alba (6%) qui vient de LOGO où il était PDG jusqu'en 2009. Mikli est sous licence avec le designer Philippe Starck et le couturier Jean-Paul Gaultier. Il avait acquis en 2009 75% de la maison-mère de Vuarnet, Sporoptic Pouilloux.

-**Bushnell Performance Optics** (Cf. chapitre dédié), compagnie américaine spécialisée en équipements optiques tels les caméras, lasers, télescopes, etc. Ses filiales Bollé Performance Eyewear, Browning Sports Optics, Serengeti Eyewear, Simmons Outdoor Corporation, Tasco renforcent sa position dans ce domaine, en particulier avec en 2009 la reprise à Marcolin de la marque Célé de Morez pour compléter sa gamme de lunettes de sport.

ESSILORLUXOTTICA

Le monde de l'optique tressaille depuis le début de 2017. Le rapprochement annoncé du **Luxottica** et du verrier **Essilor** réjouissent certains et en inquiète d'autres. L'un est le leader mondial de la fabrication des lunettes. L'autre est le maître international des verres optiques. Après plus d'une année de tractations réglementaires le projet de mariage devient réalité en juillet 2018 après la signature du dernier obstacle chinois.

Ce mariage a de quoi satisfaire l'esprit de grandeur de l'Europe et la fierté de la France et de l'Italie. Cette opération de fusion des activités vise à créer un ensemble énorme de près de 150 000 employés qui génère 16 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Le siège actuel de Luxottica est à Milan(Italie), celle d'Essilor se situe à Charenton-le-Pont(France).

Fondée à Agordo en 1961, par Leonardo Del Vecchio, l'entreprise familiale **Luxotticca** vend annuellement plus de 100 millions de montures pour plus de 9 milliards en 2015. Ce qui la place en première position dans le domaine des lunettes de luxe. En se payant une marque connue, le client a probablement acheté une lunette du champion italien, qu'il soit aux Etats-Unis où le géant transalpin possède 50% du marché...qui ne représente que 10% sur le plan mondial et 25% en France.

Essilor (Cf. chapitre dédié), spécialiste n°1 des verres ophtalmiques dans plus de 100 pays, a réalisé en 2015 plus de 6,7 milliards de chiffre d'affaires, soit 40% du marché en volume dans le monde où il emploie 61 000 salariés. Il est en concurrence avec Seiko, Zeiss,

Les Champions de la lunetterie

Novacel, Rodenstock, (Cf .chapitre dédié de la marque Kaenon lunetterie suisse) Nikon, Hoya, K optical, Mega Optic, Mont Royal.

En résumé, le groupe Essilor, est né :

-du rapprochement de Essel (Société fraternelle des ouvriers créée au XIXe siècle à Paris) et de Silor (Société Industrielle des Lentilles Organiques Rationnelles) fondée par les Lissac (Cf. Chapitre dédié Luxottica, Lissac, Logo) en 1930,

-de la prise de contrôle en 1968 des fabricants de verres Benoît Berthiot et Guilbert Routit formant la filiale BBGR en 1974, (avec les initiales des deux patronymes).

-Cette conquête est suivie en 1982 par la fusion des collections de lunettes Amor et Essilor, hors Cartier, et du groupe Vincent Darnaud dont Lux de Morez, centre de production principal et siège de la Direction Industrielle, quelques années avant la clôture définitive de Logo, le fleuron de la lunetterie des Hauts de Bienne le 23 décembre 2016.

Les Champions de la lunetterie

Historique de LUXOTTICA

- Les sociétés de Luxottica (31)
- Les marques de Luxottica(50)

Cette énorme compagnie transalpine est un géant mondial des lunettes dans la conception, la fabrication et la distribution. Couvrant l'ensemble intégré de la chaîne de valeur jusqu'à la vente, elle fabrique dans ses propres usines de production en Italie, en Chine, aux Etats Unis, au Brésil et aux Indes pour le marché local.

Son portefeuille de marques propriétaires s'est enrichi au fil du temps des célèbres Brooks Brothers, Ray-Ban, Oakley, Persol, Oliver Peoples, Vogue Eyewear, Arnette, Killer Loop, Stéoflex, et Alain Mikli. Elle a acquis en quelques décennies des licences illustres telles que Giorgio et Amporio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Michael Kors, Versace, Ralph Lauren,...

Son expansion internationale s'est développée à une vitesse phénoménale sur la planète où elle couvre la distribution en gros de plus de 150 pays. Nous les découvrons successivement au cours des années 1995 à 2018.

Le vaisseau amiral Luxottica, né en 1958 à partir d'un petit atelier spécialisé en pièces de lunetterie, est fondé en 1961 à Agardo, dans les Dolomites, par Leonardo Del Vecchio. Issu de rien, il est titulaire de moult titres honorifiques en génie des affaires, des matériaux, de la gestion. Surnommé le Golden Papy du luxe italien, après une éclipse passagère avant 2014, la deuxième fortune d'Italie est toujours maître à bord en 2018. Acteur influent et multi actionnaire dans le monde des affaires industrielles et bancaires, président de la société holding Delfin enregistrée au Luxembourg en 2006 et l'épine dorsale de Luxottica, l'empereur sera-t-il le nouveau PDG du groupe

Les Champions de la lunetterie

Essilor-Luxottica ? En attendant cette nomination, il est convenu qu'Hubert Sagnières (président d'Essilor) et Leonardo Del Vecchio se partageront le pouvoir.

La success story des acquisitions de sociétés et de marques prestigieuses par Luxottica

Le groupe Luxottica est surtout connu par le nom de ses marques, qu'elles soient propres ou l'objet de licences conclues avec des designers ou groupe du luxe et de la mode.

C'est un redoutable concurrent des industriels du Jura auxquels ses ordres de fabrication se réduisent à peu de chose eu égard à ses millions de lunettes vendues dans le monde. L'intégration verticale de ses produits signe une volonté certaine de dominer entièrement la situation économique et technique. Il a établi sa réputation dans sa façon dynamique d'élargir son empire, en particulier par une croissance externe, parallèlement à un développement organique constant. La boulimie de l'entrepreneur est insatiable dans la distribution. Le groupe gère plus de 7000 magasins d'optique et de solaires.

Son réseau de ventes directes est assuré par les plus grandes sociétés qu'elle a rachetées progressivement : Persol, LensCrafters et ses 3000 magasins, Ray-Ban, Salmoiraghi & Vigano en Italie, la holding Cole (Cf. chapitre dédié) Elle investit OPSM et Laubman & Pank en Asie-Pacifique, OGM en Amérique latine, Sunglass Hut dans le monde entier et la compagnie israélienne Erroca.

Nous suivrons les sociétés de Luxottica défilant en rangs serrés dans l'ordre de leur intégration dans le Groupe, puis, au gré des achats ou cessions, les marques prestigieuses, présentes dans les corbeilles de mariage ou obtenues par des contrats de licences.

Les Champions de la lunetterie

Les sociétés de Luxottica (date d'acquisition)

- Sféroflex (1941)
- Persol (1995)
- LensCrafters (1995)
- Ray Ban (1999)
- Sunglass Hut (2001)
- OPSM (Optical Prescription Spectacle Makers) (2003)
- Italo Cremona (2003)
- Cole International (Cole National Corp : la CNC) (2004)
- Les sociétés en Chine, Amérique du Nord (2005-2007)
- DOC Optics (2006)
- OAKLEY Inc 2007 et sa filiale Oliver Peoples (2006)
- Luxottica en Thaïlande (2008)
- Luxottica en Amérique latine (2009)
- Luxottica en Israël (2012)
- Luxottica au Brésil (2012 et 2017)
- Courrèges (30% en 2015 et la totalité en 2017)

Sféroflex :

La marque propre à Luxottica, Sféroflex créée en 1941 à Roberto en Italie, est toujours fabriquée dans son usine originelle. Les montures sont équipées de branches flexibles grâce à des ressorts positionnés dans les charnières, offrant ainsi une adaptation confortable sur le visage.

Persol

En avril 1995, Luxottica est pris d'un besoin irréfragable d'acquisitions et débute une série d'opérations de reprise de fabriques et de distributeurs dans le monde entier. Déjà grand chef des montures de lunettes, il annonce avoir signé un accord portant sur le rachat de Persol, qui séduit l'investisseur par la qualité haut de

Les Champions de la lunetterie

gamme de sa conception et de ses verres. La veille il avait déjà pris le contrôle du groupe de distribution US Shoe, ce qui lui permet de prendre pied dans le commerce de détail.

Il se séparera des chaussures, reprises par la Nine West Group (précédemment Johns Group and Johns Apparel Group) dont le créneau s'élargit aux vêtements, accessoires d'habillements, et par le biais de contrats de licences ... des lunettes.

La marque Persol a été fondée en 1917 par Giuseppe Ratti spécialisé dans la conception de solaires pour les sportifs (automobile, aviation). Persol s'implante aux USA en 1962 et ouvre une boutique à Los Angeles en 1991. Sa réputation est montée au firmament des marques de luxe par le célèbre acteur Steve McQueen.

La marque est encore dans le giron de Luxottica en 2018.

LensCrafters

L'année 1995 marque le début des grandes manœuvres de Luxottica aux USA. Ses visées se dirigent vers la distribution directe des lunettes, et sur les lieux où le client se rend fréquemment. Les centres commerciaux sont visés. La chaîne américaine LensCrafters est la cible de choix pour une acquisition rentable immédiatement. Sa gamme de produits, y compris les lentilles de haute qualité, s'étend du modèle premium aux lunettes optiques et solaires les plus sophistiquées.

LensCrafters, fondée en 1983, a mis au point un concept innovant ; il consiste à livrer en une heure le diagnostic médical au client grâce à un ophtalmologiste sur place ou un spécialiste en optométrie, la commande des verres et son traitement antireflet éventuel, le choix conseillé de la monture et la conclusion de la vente.

Le temps qui passe voit la réussite du leader mondial dans le commerce d'optique de détail se confirmer: en 1995, il réalise 5% de ses verres en solaires et cinq fois plus en 2001. En 2006, alors que LensCrafters compte 850 points de vente aux Etats-Unis, avec un taux

Les Champions de la lunetterie

de pénétration de 50 à 70% selon les lieux de chalandage, il implante un magasin de cette chaîne à Pékin ; c'est le commencement d'une nouvelle période pour la lunette de haut standing sur la Chine où il procède à la refonte de l'image des enseignes locales dans la capitale, Shanghai, Hong Kong,... Le groupe envisage d'ouvrir 90 magasins avant fin 2007, alors qu'il en contrôle déjà 270, nombre à comparer aux 5700 en Asie, Amérique du Nord et en Europe.

En 2015, un accord avec Macy's autorise l'implantation de l'enseigne LensCrafters au sein de cette grande chaîne américaine, à l'instar du contrat signé pour les Sunglass Hut en 2009 (Cf. ci-dessous). Le nombre de corners LensCrafters installés devrait dépasser les cent unités au courant de 2018. Les points de vente incluent aussi la technologie d'essayage visuel. Le catalogue développe presque toutes les marques propres et sous licence de Luxottica. Et aussi d'autres marques telle Easytwist de la société Aspex Eyewear qui utilise des technologies révolutionnaires comme les montures pouvant tourner à 360° (Turboflex)

Mais Luxottica se contentera-t-il de cette chaîne de ventes de lunettes optiques ? En 1999, il évince ses concurrents candidats lors de la reprise de la société Ray-Ban.

Ray Ban

C'est en 1999 que le génie italien acquiert la société Ray Ban dont la réputation avait franchi les frontières depuis 1937, année où elle fut adoptée par l'armée américaine et quelques stars du Hollywood. Les amateurs de salles obscures se souviennent encore d'Audrey Hepburn arborant une lunette de soleil Aviator, et minaudant avec Tom Cruise. En concluant cet accord, Luxottica élimine plusieurs candidats, dont Safilo le Vénitien (Cf. chapitre dédié). Outre la marque Ray-Ban, il s'approprie trois autres vedettes : Révo, Arnette et Killer Loop.

Les Champions de la lunetterie

La marque Révo, issue de la technologie de la NASA pour les hublots des engins spatiaux, convient pour satisfaire les besoins spécifiques des sports en plein air. Elle sera rachetée à Oakley par Menrad en 2013 (Cf. chapitre dédié). A l'origine, ces lunettes n'étaient pas un accessoire de mode. Elles étaient importées d'Europe. Bien que fort onéreuses, car constituées d'or et d'argent, elles furent accueillies très positivement. L'idée géniale d'un émigré allemand, John Jacob Bausch, consistait à créer des montures solides en coulant du caoutchouc dans un moule. En association avec un Opticien Henry Lomb, il monte en 1859 une affaire baptisée Bausch & Lomb.

Installée à Rochester, Etat de New York, sa réputation dépasse les frontières. Avant la fin du 19^e siècle, ses brevets révolutionnaires pour les montures de lunettes imposent son savoir-faire dans le monde de l'optique. L'entreprise développe des jumelles, des télescopes et des appareils photo, dont le « daguerréoscope », qui attirent l'attention de l'armée américaine. Celle-ci devient l'un de ses premiers clients. Plus tard la firme new-yorkaise sera aussi un fabricant d'objectifs photographiques et de microscopes de haute qualité. Cette branche sera absorbée par Leica Microsystems, issue dans les années 1980 de la fusion des sociétés Leitz, Wild, Cambridge Instruments...et Bausch & Lomb.

C'est à la demande du lieutenant John A. MacCready à son retour triomphant en 1927 de la traversée de l'Atlantique en montgolfière que fut inventée la fameuse lunette. Il se plaignait de maux de tête en altitude à cause de la luminosité, des U.V. et des infra-rouges qui n'avaient pas facilité son exploit. Dix ans plus tard les rayons de soleil étaient chassés, grâce au verre RB3 (baptisés « antiglare ») et le lancement des « lunettes panoramiques enveloppantes ». Le modèle « Aviator », qui « bannit les rayons de soleil » (ray-banished) est conçu à la demande de l'US Navy. Il est revisité pendant la 2^e guerre mondiale et adopté par les yankees. Il devient une légende avec Michael Jackson. Grâce au savoir-faire des techniciens de

Les Champions de la lunetterie

Bausch & Lomb, la Ray-Ban entre dans le marché des lunettes de luxe.

Les lunettes Arnette, en acétate pour la plupart, doivent leur nom au surfeur Greg Arnette en 1992, développées pour la natation et le sport de glisse. Leur forme enveloppante et rectangulaire, protègent efficacement contre le rayonnement U.V. La gamme de couleurs vives s'oppose à la classique version noire.

L'entreprise poursuit son aventure : c'est elle qui prend les premières photos satellite. Et continue ses avancées technologiques en exploitant, depuis l'autorisation de 1971, la mise sur le marché des premières lentilles de contact souples. Les activités de chirurgie et de pharmacie suivent la contactologie à la fin du siècle dernier.

Au fil du temps la marque Ray-Ban se décline en nombreux modèles mythiques. La société développe en 1952 la Wayfarer, adoptée par Bob Dylan, Ray Charles et encore par Audrey Hepburn en 1961. Si elle révolutionne la conception des lunettes et rompt avec les classiques montures en métal... elle se ringardise dans les années 1980. Elle est remise au goût du jour par Chloë Sevigny, qui fait la une de tous les magazines de mode et dont l'élégance lui vaut de figurer dans la liste (infinie) des actrices les mieux habillées du monde !

Puis, c'est Clubmaster, une lunette intemporelle inspirée des années 50 avec sa monture (ligne de sourcil) demi cerclée bi-matière. Créée en 1947 par Jack Rohrbach de la société Shuron Ltd, la « browline » a été copiée rapidement ou imitée comme la Ray-Ban à Morbier par la société Maurice Paget. Bien que la marque ait particulièrement souffert dans les années 80, Ray-Ban assure le retour triomphant de la Clubmaster grâce à la série américaine télévisée « Moonlighting ».

Les Champions de la lunetterie

La soif de pouvoir de Leonardo Del Vecchio va le décider à pousser ses pions sur cette terre si fertile en affaires juteuses et toujours en avance sur le reste de l'échiquier mondial. La priorité du groupe s'oriente dorénavant sur le marché américain. Ce qu'il réalise en 2001 par la reprise de la société Sunglass Hut en difficulté passagère, mais qui lui permet de placer Lenscrafters et sa nouvelle prise sous la même entité.

Sunglass Hut

Le 21 février 2001 Luxottica enflamme la Bourse. Le cours de l'action, sujet à des mouvements importants, est suspendu. La rumeur d'un investissement notable se confirme bientôt : le numéro un mondial de la production de lunettes rachète Sunglass Hut International pour 653 millions de dollars, reprise de dette incluse, et projette de fusionner avec la société américaine. Cet achat a pour objet de renforcer la position de Luxottica dans la lunette solaire, fortement améliorée lors de la conquête de Ray-Ban deux ans auparavant.

L'OPA amicale sur la cible visée, amène dans l'escarcelle du repreneur un réseau de 1962 points de vente dont la grande majorité se consacre exclusivement aux solaires et un faible pourcentage au commerce de montres. Dès le départ de cet achat, le Groupe fournit Sunglass Hut avec des lunettes de la société Oakley, elle-même américaine. Mais l'intention du président de Luxottica était d'approvisionner sa nouvelle acquisition avec ses propres produits...et donc de réduire les commandes auprès d'Oakley. Un contrat sur trois ans règle cette querelle...et Oakley demeure le principal fournisseur de Sunglass Hut. La nouvelle clause s'applique également au Canada, Royaume Uni et Irlande.

Le succès de cette acquisition est éloquent, grâce à la rationalisation de la gestion : diminution du nombre de marques qui est réduit de 60 à 25, tout en ciblant la clientèle jeune suiviste de la mode, sans

Les Champions de la lunetterie

négliger les autres clients. Les lunettes de soleil ont un potentiel étonnant, progressant de 6% par an. Tout est fait sur les points de vente de Sunglass Hut pour orienter les clients vers la chaîne LensCrafters et ailleurs ! Après l'Amérique et ses stations balnéaires ainsi que Londres, Sydney est visée : en 2003, Luxottica y installe le plus grand magasin de l'enseigne où l'on y trouve la plus belle collection de solaires Ray Ban pour une clientèle à l'affût de tendance mode.

En 2009, Luxottica signe une entente exclusive avec Macy's, pour y ouvrir de nouveaux emplacements Sunglass Hut, en plus des 240 déjà en service dans cette grande chaîne de magasins d'Amérique du Nord, soit 670 au total en 2011.

Un accord de licence est signé la même année avec la créatrice américaine Tory Burch. Sa marque de ballerines et d'accessoires lancée en 2004 dans le style bohème est étendue aux lunettes surdimensionnées intemporelles dont Sunglass Hut se charge de la distribution. La société compte plus de 140 boutiques en nom propre et la marque est présente dans plus de 3000 points de vente. En dix années, elle a développé de nouvelles lignes avec Luxottica mais aussi des cosmétiques et parfums avec Estée Lauder en 2013 et des montres avec Fossil en 2014.

OPSM (Optical Prescription Spectacle Makers)

La marche en avant du géant italien de la lunette, Luxottica, s'arrêtera-t-elle au pays de l'oncle Tom ? L'appétit d'acquisition pousse le président du Groupe à étendre son réseau de distribution dans tous les pays où la croissance est certaine. La détention en propre guide sa stratégie... et le cours de son action qui progresse régulièrement depuis sa première cotation en 1997 à Milan. Il confirme sa politique en mettant la main sur des marchés affaiblis par des conjonctures momentanément défavorables. C'est le cas pour

Les Champions de la lunetterie

OPSM en 2003 qui a perdu 21% de son bénéfice en raison de l'épidémie de SRAS (Syndrome Respiratoire Aigu Sévère).

Fondée à Sydney en 1932, OPSM dispose de sites à Hong Kong avec 80 boutiques, 12 à Singapour (marque Optical Shop), 12 en Malaisie, avec 34 points de vente en Nouvelle Zélande où elle est leader. En Australie elle apparaît comme le premier détaillant de lunettes avec 481 magasins répartis en trois chaînes. La société, dont le nom initial était Luxottica Retail Australia Pty Limited, est acquise en 2003 avec une participation majoritaire de Luxottica. A cette date, elle distribue ses lunettes dans le pays d'origine sous les marques : OPSM, Laubman & Pank, (démarrée en 1908 par deux optométristes elle est, avec ses 55 magasins, la plus grande maison de soins oculaires en Australie), Budget Eyewear, Kays Optical, Precision Eyewear

En 2005, Luxottica lance une acquisition forcée sur les actions d'OPSM Group qu'il détient en quasi-totalité après l'opération (98,5%), ce qui lui permet d'optimiser les opportunités dans le sud-est asiatique.

En 2007, Luxottica réalise 70% de son Chiffre d'affaires dans le monde avec 5 700 magasins. Outre les 89 Oakley Store, le groupe contrôle directement ou en franchise 3 chaînes d'optique : Sunglass Icon (124 magasins aux USA), Optical Shop in Aspen (21 magasins aux USA) et Bright Eyes, un réseau australien de 139 points de ventes essentiellement établis en franchise.

En 2010, Luxottica inaugure un point de vente futuriste, le « Eye Hub » utilisant la technologie de réalité augmentée destinée à être dupliquée aux Etats Unis, en Chine et Royaume-Uni.

Luxottica, qui dispose alors de marques haut de gamme à l'époque, n'est pas intéressée par les produits à bas coût qui n'évoluent pas. Le taux de croissance des Chanel, Armani, Bulgari (marque sous contrat en 1997 du joaillier maître international des pierres colorées et du

Les Champions de la lunetterie

détail glamour), Precision Eyewear,...est beaucoup plus éloquent en termes de prestige et de marge ! Comme Versace, élaborées en Italie dont le grand timonier de Luxottica envisagerait le doublement des ventes et de créer une collection homme. Et les acquisitions se poursuivent !

Italo Cremona

Luxottica met la main en 2003 sur la société Italo Cremona, fondée en 1920, et convoitée depuis longtemps. Elle emploie 200 personnes en Europe et vend un million de lunettes annuellement !

Le succès de la marque Versace est dû à l'un des héritiers de l'empire à Milan, le styliste Gianni Versace. La griffe à tête de méduse se développe avec le parfum et une ligne d'accessoires : montres, sacs, bijoux... lunettes pour femmes qui sont commandées à Cremona (Italie) chez cet ancien fabricant de verres solaires, reconverti dans la production de poupées, de peignes et de jeux éducatifs. Les montures, élégantes, voire exubérantes de la collection sortent de l'ordinaire. Porter une Versace est le summum du bon goût. La saga de cette maison du luxe mériterait un développement, mais elle sortirait du cadre de la revue de détail des lunetiers.

Cole International (la Cole National Corp : la CNC)

Si les ambitions de Leonardo Del Vecchio donnent le vertige, elles sont mûrement réfléchies. Pour s'imposer comme le leader mondial, il lui faut accroître la pénétration de ses produits sur l'ensemble de la planète. Sa maîtrise de la fabrication de montures n'est plus à démontrer et grâce à sa politique agressive de croissance externe, l'aventure de Luxottica va se poursuivre avec le rachat de Cole National Corp (Ohio). Celle-ci constitue une cible potentielle aux Etats-Unis où le marché est très atomisé. Les activités cumulées des

Les Champions de la lunetterie

deux sociétés vont permettre d'accroître l'offre dans le secteur de la distribution de lunettes en Amérique du Nord.

Luxottica détient déjà les chaînes américaines LensCrafters (leader de la distribution d'optique aux États-Unis), et Sunglass Hut (leader de la distribution de solaires), ainsi que la chaîne australienne OPSM. Le groupe lance donc en juillet 2004 une OPA amicale de 400 millions de dollars, lancée par l'Italien déjà propriétaire de la mythique Ray Ban sur la deuxième chaîne américaine d'optique Cole National (2 197 points de vente). La FTC (Fédéral Trade Commission) en charge de la concurrence donne son accord pour finaliser la transaction en septembre.

Et cette prise mémorable inquiète les Jurassiens qui envisagent des ajustements d'effectifs conséquents dans les usines. Déjà la lunetterie des montagnes enregistre une érosion de deux-cents emplois par an, destruction due depuis deux années à la baisse du dollar (30%) qui pousse les prix à la baisse pour rester dans la course. L'exportation vers l'Allemagne faiblit aussi du même pourcentage à cause de la politique restrictive en matière de remboursement. Par ailleurs, la distribution se rassemble et, grâce aux groupements d'achats, elle casse les prix des produits concurrents. Ce que les petits fabricants, dont la renommée est plutôt confidentielle, ne peuvent négocier à armes égales.

Aussi, l'arrivée de Cole, l'immense distributeur américain, va pousser les lunetiers du Jura et de l'Ain à créer leurs propres marques, monter en gamme ... et coller au marché asiatique pour les approvisionnements essentiels.

Déjà convoitée sans succès par Moulin International Holdings basée à Hong Kong (Cf. plus loin), ce nouvel ensemble compte à cette date près de 2200 magasins d'optique et détient 21% d'intérêts dans une autre maison, Pearle Europe dont Luxottica se désengagera très vite au profit de la Hal Holding (Cf. chapitre dédié avec la grande chaîne

Les Champions de la lunetterie

de distribution Grand Vision) qui détient 19,8% de Cole. En décroisant les participations, les deux leaders mondiaux se répartissent le gâteau, Hal Investissements pour l'Europe et Luxottica agit sur les marchés des USA, Asie et Australie.

C'est en 1935 que le parcours de Joseph Cole commence mais sur un article très différent de la monture de lunette. Il démarre sur un kiosque de parking en élaborant des clefs. Sous le nom de Cleveland National la société nationale de Cole règne durant un demi-siècle dans la vente au détail de jouets, cordonnerie, bracelets de montres. Elle se spécialise dans la taille de clés, secteur central de la fabrication de porte-clés. Le fondateur crée également une division de réparation de chaussures. La diversification sur tous les fronts est souvent payante !

Faisant suite à l'acquisition de Masco Optique, Cole fonde son département optique de détail Cole Vision qui opérait sous les noms de Montgomery Ward Vision Center, plus connue sous le nom de Wards, première chaîne de vente par correspondance au monde, qui déposa son bilan en 2000.

La filiale Cole Vision de la CNC réalise les deux-tiers de son chiffre d'affaires du Groupe. Elle exploite sous licence les boutiques et marques comme Target Optical (Minneapolis dans le Minnesota) et les Lunetteries Sears Canada Inc. à Québec (acquise en 1983 par le Groupe René Marchand Optométrie & Lunetterie).

En 2004 la Cole est classée troisième dans le marché des lunettes. Elle emploie 17000 personnes dans le monde entier. L'accord avec Luxottica inclut un héritage hors de la stratégie italienne : Things Remembered, comprenant 750 magasins spécialisés dans les cadeaux d'entreprises (Cole Gift).

En 2003, avec ses 29 filiales et ses six usines de production en Italie et une en Chine, Luxottica fournit déjà cent vingt pays.

Les Champions de la lunetterie

Avec plus de 5500 points de vente sur Terre, Luxottica devient le leader incontesté de la distribution de lunettes : 3400 magasins des Sunglass Hut, LensCrafters, 2200 de Cole National, et OPSM. Et le major italien poursuit sa quête de sociétés en Chine.

La Chine et l'Amérique du Nord

Leonardo Del Vecchio jette son dévolu sur des entreprises chinoises d'opticiens en 2005.

Son choix s'est porté d'abord sur Xueling Optical bien placé sur le haut de gamme, désiré par la bourgeoisie du pays qui représentent les plus gros consommateurs de produits de luxe et suivent la mode de très près. Le marché en pleine évolution, en passe de devenir le plus gros du monde, est une étape stratégique pour le Groupe italien. Avec 68 magasins à Hong Kong, le total atteint 145 unités. Avec 100% du capital, il est le leader à Pékin.

Quelques mois plus tard, il renforce sa position avec Ming Long Optical de la province de Guangdong en prenant 100% de participation dans ce groupe qui détient 133 boutiques ; ce qui lui permet d'atteindre le point critique de leader de la vente au détail dans ce marché de l'optique. L'Italien change les noms de ses acquisitions en LensCrafters cité précédemment. Et pour imposer sa puissance, il compte bien implanter d'ici 2007 près d'une centaine de magasins LensCrafters au pays du soleil Levant !

Alors que Luxottica détient déjà 27 points de vente au Canada avec Pearl Vision, elle complète son portefeuille dans ce pays avec le rachat de 26 magasins de Precision Optical, implantée dans l'Ontario depuis 1996.

Et l'appétit de l'entrepreneur ne diminue pas : en 2006, il achète cent magasins de la chaîne américaine Doc Optics !

Les Champions de la lunetterie

DOC Optics

La soif des Américains pour les montures de luxe n'est pas passé inaperçue aux yeux de Luxottica ! Après toutes les acquisitions précédentes, le Groupe poursuit sa course en avant car le marché tire sa croissance et doit se poursuivre dans le moyen et haut de gamme.

Avec Doc Optics, une centaine de magasins supplémentaires s'ajoute à son réseau de 5500 points de vente et 55000 employés dans le monde. Et insatiable, le Président indique que les perspectives de développement notable existent encore outre-Atlantique et dans les pays émergents. L'international représente 95% de son chiffre d'affaires pour seulement 5% en Italie. La détention de son propre réseau est une stratégie payante. Sa cotation en Bourse de Milan affiche une capitalisation de 11 milliards d'Euros !

La progression spectaculaire de l'entreprise qui intègre tout le processus de production et de vente au détail peut se perpétuer grâce à ses usines en Italie et deux unités de fabrication en Chine qui élaborent 30% des lunettes de Luxottica. Les gains de productivité de 50% font rêver et la clientèle va tripler à moyen terme. La rentabilité de la Cole National est aussi multipliée par trois une année après son acquisition. La pénétration chez LensCrafters s'est accrue de 50% et ne peut que croître. Les synergies entre les chaînes est probant grâce au repositionnement des Sunglass Hut sur les lunettes plus luxueuses. Le renforcement des activités de laboratoire et de prescription de verres ophtalmiques vont encore améliorer le résultat espéré.

Oakley Inc et Oliver Peoples

En 2008, la course à la mainmise sur les plus belles sociétés américaines se poursuit. Oakley, un symbole planétaire est une marque pour hommes créée en 1975 par Jim Jannard. L'histoire

Les Champions de la lunetterie

raconte que le nom vient de celui de son chien qui avait l'habitude de se coucher au pied d'un chêne d'où Oak-Ley. Toujours imités, jamais égalés, les modèles sont en constante évolution et visent sans cesse la perfection.

Pour Oakley, plusieurs candidats étaient sur les rangs :

-Moulin International qui s'est inclinée pour la reprise de Cole International mais s'est offert 56% d'Eye Care Centers of America (ECCA), deuxième groupe de distribution de lunettes aux Etats-Unis. En 2003, le fabricant chinois Moulin a en effet successivement acquis les sociétés italiennes Filos, United Optical, puis Nigura Optik, via sa filiale allemande Metzler. Une manœuvre qui a permis à Moulin d'empocher des licences à gros volumes comme Reebok Feraud ou Enjoy qui servent ses projets américains. . (Leurs affaires tourneront mal et se termineront par une banqueroute pour fraude. Le procès est toujours en cours en 2018).

-Safilo ,deuxième fabricant mondial (Cf. chapitre dédié), qui reste aux aguets mais son immobilisme le met hors course en comptant beaucoup trop sur son portefeuille bien garni de licences internationales prestigieuses (Gucci, Armani.)

Moyennant plus de deux milliards de dollars, Luxottica met donc le grappin sur la firme californienne Oakley, spécialisée en lunettes de sport. Les promesses d'une variation très positive du chiffre d'affaires sur ce nouveau segment de clientèle renforcent sa position de leader, alors que la situation économique internationale se dégrade. Le potentiel de croissance est énorme grâce à une plateforme mondiale qui met en valeur la marque destinée aux champions. Le rachat représente le tiers de l'activité de l'italien dont 30% est générée par la fabrication (70% avec ses 5700 points de vente).

Pour Oakley, c'est l'inverse chez qui 22% proviennent des ventes au détail et 78% avec la vente en gros.

Les Champions de la lunetterie

Oakley

Comme beaucoup d'Américains géniaux, Jim Jannard se lance dans l'entreprenariat avec 300 \$ en poche et un garage (à l'instar de Jean-Claude Lamy Quique à Morez pour sa future lunette Naja) qu'il transforme en laboratoire pour y développer des poignées de moto élégantes adaptées à la main du conducteur. Après bien des difficultés, il développe des lunettes de protection O Frame.

Avec plus de 600 brevets, il devient une référence dans les compétitions de motocross. Sa forme caractéristique élargit le champ de vision, le masque résiste aux rayures, chasse l'humidité. Élastique et anti-reflet, sa réputation en fait le produit idoine pour les grandes épreuves du sport extrême. La marque est devenue un symbole d'excellence adopté par le triple champion du Tour de France Greg Lemond.

En 1990, les modèles Oakley M Frame et SubZero font leur apparition, suivis bientôt par la RX équipée d'une monture optique. L'année d'après, la lunette toujours réputée de nos jours, l'Oakley Eye Jacket est proposée aux skieurs et autres amateurs de glisse.

Les innovations se succèdent et la firme, qui garde le secret de ses trouvailles, offre en 1997 des montures Oakley Romée en métal injecté (le X Métal), puis la Switch à base magnésium en 2001. En 2005, associée à Motorola, Oakley présente les modèles Razrwire puis Thump avec écouteurs qui incorpore le lecteur MP3 de 512 Mo de capacité. Avec la technologie Bluetooth et un design aux allures d'Alien de la série X-Files, la version Tribal Edition devient l'atout maître dans le domaine de la lecture numérique.

Oliver Peoples

En 2006, le groupe Oliver Peoples de Californie est acquis par Oakley. La société est fondée en 1987 par Larry Light. C'est à l'occasion d'une vente aux enchères qu'il achète, contre un reçu signé « Oliver People », un stock de montures encore emballées. Sa collection

Les Champions de la lunetterie

vintage américain est d'inspiration rétro et fabriquée en quantités confidentielles, telles l'O'Malley.

La maison est également détentrice de la licence Paul Smith Spectacles d'inspiration Rock and Roll des années 60. Les Brad Pitt, Angelina Jolie et Tom Cruse en raffolent !

Le directeur artistique d'Oliver Peoples crée aussi la marque Mosley Tribes essentiellement distribuée aux Etats-Unis. Le design est très prisé par les plus jeunes. La lunette solaire symbolise le style décontracté d'Hollywood avec ses hublots octogonaux et s'affirme comme une valeur sûre qui résiste au changement de mode. Les vedettes en sont fan, telles Demi Moore et Milla Jovovich.

La même année, Oakley réduit ses activités d'habillement et renforce son portefeuille d'optique en achetant Eyewear Safety Systems, fournisseur des forces de l'ordre et des pompiers en lunettes de protection.

Luxottica, coup d'œil récapitulatif

En juin 2007, Luxottica contrôle en direct ou en franchise Optical Shop in Aspen (fondé en 1970) ; il compte 21 magasins aux USA, connus pour ses prescriptions de luxe en optique et lunettes de soleil à une clientèle d'élite, Bright Eyes en Australie avec 139 points de vente franchisés et Sunglass Icon (124 magasins aux USA). Mais cette voracité d'achat s'arrêtera t-elle ? Axé sur le haut de gamme, le portefeuille de 25 marques y compris Oakley comprend aussi les collections sport Revo, Arnette et Killer Lines citées précédemment. Elles sont déjà chez Bausch & Lomb lors de sa reprise en 1999. La Killer Loop Eyeware (filiale de Benetton Sports System) a été vendue en 1997 à Bausch and Lomb qui détenait déjà l'exclusivité mondiale pour leur distribution. Les modèles solaires, copiés par Oakley avaient fait l'objet d'un procès pour contrefaçon en 1994 !

Les Champions de la lunetterie

L'appétence de Luxottica se perpétue dans le monde :

Luxottica en Thaïlande

Luxottica ne laisse rien au hasard et exploite toutes les possibilités pour étendre sa toile. En 2008, le Groupe annonce que sa chaîne de distribution Sunglasses Hut renforce sa position internationale de solaires en Thaïlande. Pour cela, il a signé un accord de franchise avec la société Dieter Keller Limited.

Dans cette région de l'Asie Pacifique, le réseau appartenant à Luxottica compte à cette date 220 magasins. Et Sunglass Hut gère 1970 points de vente sur la planète!

Luxottica en Amérique latine

Luxottica était présent dans ce secteur avec quelques points de vente Oakleys Stores. Les affaires prospèrent en Amérique latine et la signature d'un accord en 2010 vise à prendre le contrôle de la société espagnole Multiópticas International dont Luxottica détient déjà 40% depuis 2009. L'Amérique du Sud est une région stratégique pour le développement de la firme italienne car le commerce de détail progresse au rythme de la croissance rapide des classes moyennes. Elle se donne aussi les moyens d'y imposer ses marques propriétaires Ray Ban et Oakley et sous licence telles Chanel et Prada. Elle y compte près de 480 magasins d'optique dont 45% au Chili en 2010. A la suite de cette opération, elle ravit le leadership à son concurrent Hal Investments (Cf. chapitre dédié) qui dominait le marché avec 221 magasins. La chaîne exploite trois enseignes:

-Opticas GMO, leader dans la région depuis les années 1990, positionnée sur les marques, y a développé une réputation d'excellence dans la vente au détail au Chili, Equateur, Pérou et la Colombie.

-Econópticas, positionnée sur les prix

Les Champions de la lunetterie

-Sun Planet dédiée au solaire, qui sera changée en Sunglass Hut en 2012.

Luxottica en Israel

Dans une région à fort potentiel de croissance et très ensoleillée, l'opération d'investissement en août 2011 de la compagnie s'inscrit dans la stratégie d'investissement de Luxottica. La réputation d'Erroca (fondée en 1987) avec des lunettes branchées et un développement enviable dans ce pays ensoleillé, n'est plus à faire. Malgré l'objection des chaînes d'opticiens israéliens, l'acquisition d'Erroca Optique par Luxottica est confirmée par l'Autorité Anticartel du pays en janvier 2012. Cette société est la plus importante pour le commerce de détails des lunettes en Israël avec 60 points de vente. Le nom initial de la marque sera remplacé par celui de Sunglass Hut sous lequel la firme israélienne opère dans ses magasins à travers le monde.

Luxottica au Bresil

Luxottica n'en finit pas de faire ses emplettes en Amérique du Sud. En 2012, il crée une plate-forme de production et de distribution en rachetant le Grupo Technol qui opère dans le segment optique avec ses marques propres et aussi sous licences, telles Pierre Cardin, Forum, Kipling. Les acquisitions devraient également aider à renforcer ses activités en Amérique latine.

Avec la fabrication locale, la société italienne s'attend à réduire des deux-tiers le temps nécessaire pour livrer les produits aux consommateurs. Procédé en deux étapes (80% immédiatement puis le solde sur quatre années), le panier comprend 90 magasins du réseau optique Iris à Sao Paulo et la société a pour ambition de renforcer son implantation en Amérique latine.

L'Amérique reste le principal marché du groupe Luxottica qui ne se contentera pas de cet achat au Brésil où il est présent depuis plus de

Les Champions de la lunetterie

vingt années avec sa chaîne de magasins Sunglass Hut et une usine de production à Campinas (Sao Paulo) En 2017, il annonce l'acquisition de la chaîne Oticas Carol qui compte 950 magasins principalement en franchise. Cette société, fondée en 1997, commercialise une large gamme de lunettes de soleil et d'optique. Et l'intention avouée consiste à réaliser un modèle d'activité intégrée verticalement de la conception à la vente au client final.

Salmoiraghi Vigano

Outre son accord exclusif pour la reprise d'Alain Mikli (voir ci-dessous) Luxottica souffle un vent de concentration semblable à ses œuvres en Amérique. Il veut mettre la main sur la chaîne italienne Salmoiraghi & Vigano, spécialisée dans le matériel optique avec 500 magasins dans le pays mais également convoitée par Alain Afflelou. La société fondée en 1865 à Milan par Angelo Salmoiraghi est centrée sur les instruments de mesure. Non loin de lui, Angelo Vigno ouvre son premier magasin en 1880 sur la Piazza Cordusio. Ils fusionnent en 1974.

En 2012, Luxottica rachète 36% des parts de l'enseigne qui appartient au frère de Vittorio Tabachi, propriétaire du groupe Safilo (Cf. chapitre dédié), le plus grand rival de Leonardo Del Vecchio. Avec l'acquisition d'Alain Mikli, cette seconde opération marque ses premiers pas dans la distribution de détail en Europe. Fin novembre 2016, le distributeur de lunettes de luxe renfloue son portefeuille et complète à 100% ses parts de la société Salmoiraghi & Vigano qui commence à dégager des bénéfices après la fermeture d'une centaine de boutiques.

Luxottica au Japon

En mars 2018, le groupe italien annonce l'acquisition de 67% de la société Fukui Megane, spécialisée dans la production de lunettes en titane et or massif. Cette opération stratégique marque l'entrée de

Les Champions de la lunetterie

Luxottica au cœur de la production japonaise. Créée en 1969 à Sabae l'entité concentre la fabrication de la lunette artisanale avec des métaux nobles...à l'instar d'une certaine vallée du Jura qui aurait pu aussi attirer le regard du maître italien !

Les marques de Luxottica

En 2019 les marques du groupe comprennent celles de Luxottica France et des autres régions du monde.

Le distributeur français dispose des marques suivantes, certaines sous licences, d'autres en propre (p) :

-Armani, Arnette(p), Bulgari, Burberry, Chanel, Courrèges(p), Dolce & Gabbana, Luxottica(p), Michael Kors, Miu Miu, Oakley(p), Persol(p) , Polo Ralph Lauren, Prada, Prada Linea Rossa, Ralph, Ralph Lauren, Ray-Ban(p), Sféroflex Eyeglasses(p), Tiffany et Cie, Valentino, , Versace, Vogue Eyewears(p).

Luxottica fabrique sous licence pour des griffes de luxe (par exemple LVMH) les marques suivantes :

-Anne Klein, Adrienne Vittadini, Brooks Brothers, Bulgari, Burberry, Chanel, DKNY Donan Karan, Dolce & Gabbana, Miu Miu, Prada, Polo, Purple Label, Ralph Lauren, Salvatore Ferragamo, Tiffany, Versace.

Des marques non hexagonales, confiées aux sociétés filiales du groupe ou cédées à la concurrence furent évoquées précédemment ou le seront au cours de l'exposé qui suit au gré des rencontres avec leur créateur :

Adrienne Vittadini ,Alain Mikli, Anne Klein, Aviator, Brooks Brothers, Budget Eyewear Coach, Donna Karan (Cf.DKNY), Easytwist, Kays

Les Champions de la lunetterie

Optical, Killer Loop, Laubman & Pank Liberty (Cf. Lenscrafters), Mosley Tribes(Cf. Oliver Peoples), Oliver Peoples, OPSM Optical Shop Paul Smith Spectacles Prep, Precision Eyewear, Purple Label, Revo(Cf. Menrad), Salvatore Ferragamo (Cf.Marchon), Starck Eyes, Stella McCartney (Cf.Kering) Tory Burch (Cf. Sunglass Hut), Wayfarer.

Les signatures successives de contrats font partie du processus général de renouvellement du portefeuille de Luxottica qui fut initié en 2003.

A cette date, Luxottica négocie la reprise de la licence des lunettes Prada par rachat des parts de la société italienne De Rigo (Cf. chapitre dédié), associée dans la société de distribution des Lunettes Prada. Pilier de la marque, elles se distinguent par leur image avant-gardiste reconnaissable de loin, et de qualité irréprochable, à l'instar de leurs petites sœurs, les Miu Miu, (diminutif de Miuccia Prada, la petite-fille du fondateur Mario en 1929) lancée en 1993. D'un prix plus abordable, les mannequins ou artistes célèbres telles Laetitia Casta et Vanessa Paradis en ont fait une publicité très remarquée dans les années 2000. Toujours présent dans le commerce de la lunette, l'entreprise peut négocier en force avec les candidats à la licence. En janvier 2015 la marque Prada a pris la décision de retirer ses holdings Prada Holding BV d'Amsterdam, Giprafin de Luxembourg et de les déplacer vers la Lombardie en les fusionnant.

C'est aussi le cas de la licence Dolce & Gabbana, détenue par Marcolin reprise en octobre 2005 par Luxottica et lancée dans 200 000 points de vente sur la planète. Elle présente un potentiel de chiffre d'affaires supérieur à celui d'Armani, Prada et Versace. Elle constitue un argument éloquent pour les amateurs de modèles unisexes, provocants en forme de masque et affichant un logo clouté qui en

Les Champions de la lunetterie

fait une lunette rock ! Une collection plus féminine qui enrichit la gamme à l'instar de Chanel.

Idem en juin 2004 pour la marque DKNY (Donna Karan International New York) concernant un contrat pour le design, la production et la distribution des collections solaires et optiques pour une durée de cinq ans, après la société Marchon France depuis 1999 jusqu'en 2004. Celle-ci retrouve cette marque de mode très admirée sur la planète à compter de mars 2019. Cotée en bourse en 1996, Donna Karan International a été vendue à LVMH en 2001 qui la cédera en 2016 au groupe G-III Apparel, propriétaire d'Andrew Marc, Vilbrequin (maillots de bain) et des licences d'habillements de Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Karl Lagerfeld et Ivanka Trump (la fille du Président Trump).

Donna Karan est une créatrice américaine de la ligne homonyme de prêt-à-porter dans les années 1980. Entrée chez Anne Klein, elle y débute comme styliste sportswear. Elle reste son adjointe jusqu'au décès de celle-ci et crée les lignes Anne Klein. Sa mode habille tout le monde, jour et nuit, suit les époques et opte pour un style élégant et sobre sans le modifier. La vitalité de New-York ressort à travers tous ses produits luxueux (parfums, bonneterie... et lunettes). Les premières dames des Etats-Unis (Michèle Obama, Hilary Clinton) sont souvent habillées par DKNY.

Et la liste des marques de Luxottica s'allonge :

Depuis le début 2007, le catalogue de marques se conforte avec l'arrivée de licences : Polo Ralph Lauren. Après les cravates « Polo » en 1967, le créateur lance deux ans plus tard des vêtements pour hommes qui transforment la mode masculine. Il lance en 1971 une ligne de vêtements féminins, suivie par une collection pour enfants et du linge de maison, bientôt enrichie par les lunettes haut de gamme intemporels Ralph Lauren, dont les solaires très tendance,

Les Champions de la lunetterie

qui allient sobriété, élégance et glamour ! En 2019, Luxottica assure toujours le design, la production, la distribution de la marque Polo pour les enfants et Ralph Lauren pour les jeunes femmes. Le dernier contrat s'est conclu pour dix années supplémentaires.

En 2017, Burberry et Luxottica signe un accord pour la création, la production des collections solaires et optiques. La maison anglaise, fondée en 1856, crée, fabrique et distribue ses productions iconiques dans son réseau mondial de revendeurs. Synonyme de qualité elle s'inspire du prêt-à-porter et accessoires de la marque. Précédemment chez Safilo (Cf. chapitre dédié), le transfert de la licence répond à la stratégie de développement de Burberry et de Luxottica qui voit dans cette ratification une possibilité certaine de générer des revenus substantiels.

Où donc le grand maître italien fera-t-il grossir son portefeuille de marques?

Si un client achète ces lunettes, il saura en général lire le nom de la griffe sur la monture. Un consommateur avisé sait exactement ce qu'il vient chercher en magasin. Mais personne ne lui dira où elle a été fabriquée! En Chine, en France ou en Italie? Par contre, il y a de fortes chances pour que ce soit une Luxottica!

Nous avons indiqué plus haut le nom de quelques marques sous licences ainsi que les marques propres à la firme, issues des emplettes sur le marché des affaires juteuses. Jetons un coup d'œil sur les autres licences négociées pour trois, cinq ou dix années, renouvelées ou abandonnées à plus offrant après le passage sous la tutelle de Luxottica.

Les Champions de la lunetterie

Armani

Cette marque est l'objet de plusieurs va-et-vient entre les ténors de la lunetterie : d'abord chez Luxottica en 1988, la licence est confiée à Safilo en 2003 pour dix années. Quand elle quitte cette maison, elle est remplacée par Polaroid, leader mondial dans la fabrication et la distribution de verres et de solaires polarisants, propriété du groupe StyleMark lequel sera acquis en totalité en décembre 2011 par FGX International (leader nord-américain du design et de la commercialisation de lunettes prémontées), une des filiales du groupe Essilor qui a finalisé en mars 2010 son rachat.

Armani revient de nouveau sous la bannière de Luxottica en 2013 pour une nouvelle décennie ; la licence exclusive concerne la production et la distribution des collections optiques et solaires.

La griffe Armani fut créée en 1975 par Giorgio Armani avec une première collection de prêt-à-porter masculine. Elle constitue le point de départ dans le domaine de l'art de vivre qui s'exprimera à travers une stratégie de diversification à visages multiples : hôtels de luxe, décoration d'intérieur, parfums, cosmétiques et la première collection de lunettes Giorgio Armani Occhiali en 1987.

Tiffany

Fondée en 1837 à New York, la marque représente la fine fleur de la conception de bijoux originaux, des lunettes originales que Luxottica a réussi à extraire de la firme. Les créations, toujours d'actualité en 2019, surprennent par leur originalité, leur beauté durable et incarnent l'héritage du style de la Tiffany & Cie qui possède plus de 200 magasins dans le monde.

Salvatore Ferragamo

Sacrée maître du luxe italien dans l'art de la chaussure et de la créativité, la marque est la plus connue au monde. La collection

Les Champions de la lunetterie

Salvatore Ferragamo reprend les symboles du patrimoine et interprète la modernité des lunettes dans le vent ! Déjà en 2001, lors de l'inauguration de la ligne TGV Paris-Marseille, des dizaines de lunettes sont distribuées dont une à Jacques Chirac. En 2009, Luxottica renouvelle l'accord de licence pour trois ans avec le créateur, prolongé par une option de deux ans supplémentaires. Mais la licence du solaire est confiée au concurrent américain Marchon en 2011.

Liberty

Ces lunettes sont conçues pour les personnes actives, résistantes aux chocs et sont offertes avec un éventail de styles. Elle fait partie du catalogue des lunettes de LensCrafters.

A noter que Vuillet Vega a aussi développé une lunette... Liberty Eyes !

Brooks Brothers

Fondée en 1818 aux Etats- Unis, la société est la plus ancienne distributrice de vêtements dans ce pays. Conforme à la culture américaine, quoique traditionnelle, La marque est devenue une vedette mondiale de haute qualité tant par la matière du produit que par sa conception élancée et légère, sans exubérance. La rencontre avec la marque Ray-Ban en 2011 et les rayures de Brooks Brothers sur l'intérieur des montures est un témoignage de la réussite de ses deux géants de l'élégance.

La Retail Brand Alliance acquiert Brooks Brothers en 2001 mais cède cinq ans plus tard ses participations dans Adrienne Vittadini. On verra Claudio Del Vecchio, le fils du fondateur de Luxottica, relancer Brooks Brothers avec succès aux Etats-Unis en 2014.

Adrienne Vittadini

Cette styliste d'origine hongroise débute en Amérique en 1979 et crée sa marque de vêtements et accessoires aux couleurs rutilantes,

Les Champions de la lunetterie

dont le style est à la fois mi européen et mi américain. Sa société a été rachetée par Retail Brand Alliance en 2001 avant de reprendre sa liberté en 2006.

Coach

Acquise sous licence en 2012, la marque Coach est issue d'un atelier familial de Manhattan en 1941. La petite entreprise est connue à New-York pour la conception et la distribution de vêtements et d'accessoires dans le monde entier. Elle est inscrite dans le portefeuille de LensCrafters en 2017.

Michael Kors

Luxottica fabrique la première collection de lunettes du célèbre styliste américain Michael Kors en janvier 2015 (un ancien directeur artistique de la marque française Céline) avec une exclusivité de dix ans pour la production et la distribution de la griffe. Elle succède à la société Marchon Eyewear.

Les lunettes sophistiquées, allant des formes œil-de-chat ou papillon pour les femmes aux classiques styles aviateurs pour les hommes, sont vendues partout, en particulier dans les boutiques du créateur et sous licence chez les détaillants de Luxottica, opticiens indépendants, grands magasins, boutiques d'aéroport. L'expansion de la firme Michael Kors profite de celle du Milanais, leader de la lunetterie de luxe, dont la stratégie de croissance se poursuit inlassablement dans les segments innovants et branchés du nouveau partenaire.

Valentino

Le destin des marques suit celui des sociétés qui les exploitent. C'est le cas de Valentino qui confie sa ligne d'optique à Luxottica avec présentation de la collection en février 2017. L'accord concerne le design, la production et la distribution sur la planète. D'abord chez Safilo de 1998 à 2011, puis chez Marchon Eyewear en 2012 pour 5

Les Champions de la lunetterie

années, le contrat est signé pour dix années avec Luxottica. Le style des lunettes doit s'inspirer des gammes d'accessoires dans une "élégance intemporelle" et exprimer toute la beauté du Made in Italy.

La Maison de Haute Couture Valentino, créé en 1960 par Valentino Garavini propose des collections de lunettes haut de gamme, glamour pour les femmes et parfois parées de cristaux Swarovski, sportives et sophistiquées pour les hommes. L'élégance italienne du fondateur, son expérience de plus de cinquante ans règnent sur le monde de la mode et imprègnent le caractère esthétique de ses créations.

Alain Mikli, Philippe Starck et Jean-Paul Gaultier

En 2012, Luxottica négocie la reprise de l'artiste français Alain Mikli qu'il convoitait depuis longtemps. Le 2 novembre un accord est conclu avec celui-ci (47%) et Capital Neo (47%), un fonds d'investissement britannique. Dominique Alba, ancien PDG de Logo et futur de l'Amy), entré début 2009 chez Mikli, prend la tête de la société Alain Mikli International et y investit 6% du capital. Le créateur avait découvert que l'associé avait peut-être l'intention inavouée de revendre sa société. Méfiant et affirmant que les fonds d'investissement sont les ennemis des créateurs, il a préféré se rapprocher d'un géant de la lunette.

Déjà en 2007, Luxottica lorgnait sur les produits sortant de l'ordinaire, élaborés par Alain Mikli, débordant de vitalité et d'idées neuves. Le secret du créateur repose sur l'alchimie d'un style intemporel et d'une fabrication quasi fait-main dans un atelier de montage personnalisé, La Division Atelier Luxottica (Cf.ci-dessous) Dans cette opération de prestige, il acquiert les franchises de marque réputées du designer Philippe Starck et du créateur Jean-Paul Gaultier.

Les Champions de la lunetterie

Alain Mikli, de son vrai nom Miklitarian, né en 1955, est le père de montures qui se distinguent par leur forme originale et leurs couleurs multicolores. En 1978, il fonde son atelier à Paris et s'installe au 30 rue Campo Formio sous le nom d'Alain Mikli International. En 2017, l'atelier d'Alain Mikli International, rebaptisé Luxottica Division Atelier, sert de point de regroupement des marques Oliver Peoples, Paul Smith déjà évoquées et Alain Mikli, Starck Eyes.

Sa première collection grand public Mikli par Mikli date de 1992. Il lance une ligne pour le styliste Claude Montana, talentueuse figure des défilés de mode théâtraux, et Anne-Marie Beretta, la styliste réputée pour ses créations de robes aux épaules surdimensionnées. Il réalise aussi de nombreuses collections pour Sonia Rykiel. En 2009 Alain Mikli donne carte blanche à une créatrice de bijoux. Delfina Delettrez qui customise sa première collection de solaires, comme les modèles maillon, araignée ou piercing gothique agrémentés de fioritures, proposés en série limitée et sous licences à la vente. En 2014, ses réalisations rencontrent un succès honorable auprès des chanteuses et mannequins comme Imany qui imagine une collection de solaires foulard (avec un textile amovible ornant les branches) et rectangulaires en tissu africain.

Sa première boutique est installée rue des Rosiers à Paris puis à New-york .Il ouvre son réseau à la franchise en 2005 qu'il étend avec 23 échoppes sur huit pays, reliées électroniquement à la capitale. En 2008, il ouvre son quatrième magasin rue Boulard conçu par le créateur Philippe Starck et présente sa collection Idyl. Ses neuf nouvelles gammes à charnières Amflex (à ressorts brevetés) font sensation lors de soirées d'exception en 2014. Accessoirement, à travers Mikli Diffusion France, il s'investit aussi dans l'aide aux malvoyants grâce à des actions de mécénat. Alain Mikli, l'ancien décalé des stars qui habilla le regard d'Elton John, Jeanne Moreau,

Les Champions de la lunetterie

Andy Warhol, s'est reconverti. Il accompagne dorénavant le boucher Hugo Desnoyer dans son développement international!

Philippe Stark débute sa collaboration avec Mikli en 1996. Sa réputation a dépassé les frontières. Agitateur d'idées, connu pour les rénovations fastueuses du palais de l'Elysée, du Café Costes parisien, pour ses conceptions extravagantes d'objets d'ameublement ou yachts les plus variés, l'ingénieur est à la fois industriel et designer. Il fonde sa première entreprise en 1968, dessine pour Pierre Cardin et se lance en 1975 dans le design d'intérieur. Il crée en 1979 sa société Starck Product en 1979 devenue Ubik. Incontournables dans les versions toutes fashionables, ses productions coûtent des sommes folles aux collectionneurs fortunés qui veulent les objets siglés Starck! Sa relation avec Mikli est peut-être le fruit du hasard car il ne voulait pas "faire de la lunette" mais le produit l'intéresse. Son imagination complexe l'inspire dans tous les domaines et en observant la rotation des branches, il invente et brevète une charnière articulée inspirée d'une micro clavicule humaine, la Biolink sans vis et mobile sur 360° déclinée en cinq lignes. Et tous ses produits ont une âme!

L'union des deux artistes génère la collection des lunettes StarkEyes. Dès le début, les productions sont réalisées en grande partie à la main dans le Jura et en Chine.

En 2009, Alain Mikli rachète la SA Sporoptic Pouilloux, détentrice de la marque de lunettes de soleil et de masques de ski Vuarnet qui redevient indépendante au début de 2013 lorsque la crise internationale survient.

Jean-Paul Gaultier est le créateur chouchou des Françaises! Le styliste français, initialement chez Pierre Cardin et Jean Patou, lance ses collections de haute couture avant-gardiste en 1976. Les lunettes

Les Champions de la lunetterie

surprenantes s'imprègnent de l'exubérance et de l'audace de leur auteur.

Il s'associe avec Mikli et transforment les lunettes en objet de convoitise. Ils créent une ligne originale Jean-Paul Gaultier by Mikli de douze modèles optiques et huit solaires, démultipliées avec des montures papillons comme la multi lunettes Gauthic Punk avec ses trois branches serre-tête qui ressemblent à un peigne. La reprise de Mikli par Luxottica suspend la collaboration de "l'enfant terrible de la mode" avec l'artiste.

Quel est l'enjeu de Luxottica en 2019?

Avec sa politique qualité, elle n'est en réalité pas concurrencée par les autres chaînes en place, plutôt orientées sur le bas de gamme avec une forte présence des indépendants et un poids mineur des enseignes qui survivent selon un mode artisanal sur un marché tendu :

- la n° 1 en Allemagne, Fielmann fondée en 1972 en Basse-Saxe par Gunther Fielmann, implantée en Italie en 2015 est présente aux Pays baltes, Pays-Bas, Pologne, Suisse et Luxembourg avec un total de 690 succursales et plus de 16 000 employés.
- le groupe GrandVision avec ses enseignes Avanzi et Optissimo
- la chaîne Nau avec une offre composée de produits en marques propriétaires et des magasins en franchise qui séduit les opticiens.

Et quid des lunettes connectées chez Luxottica?

Déjà en 2010, un premier accord avec Google relatif aux lunettes connectées est signé avec Luxottica qui inaugure un point de vente futuriste, le « Eye Hub » utilisant la technologie de réalité augmentée destinée à être dupliquée aux Etats Unis, en Chine et Royaume-Uni.

Les Champions de la lunetterie

Les premières générations n'apportaient pas d'intérêt concluant pour la correction de la vue mais en mars 2014 une nouvelle collaboration autorise le repositionnement sur la fonction originelle de la lunette, avec en plus le côté design à la mode ! L'importance stratégique est évidente car le portefeuille de la société inclut près d'une trentaine de marques susceptibles d'être adaptées.

En 2016, Oakley et Luxottica dévoilent un projet de lunettes de sport intelligentes baptisées RadarPace en partenariat avec Intel. Elles sont adaptées pour le cyclisme et la course à pied dans le but fournir des informations sur les caractéristiques personnelles du porteur dans son effort.

Mais les nouveautés ne font pas négliger les marques en place depuis des lustres. Il faut toujours développer une stratégie pour les promouvoir, notamment Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear et Persol. La flexibilité et la résistance sont mises en avant pour Ray-Ban Never Hide censée changer le monde. La campagne One Obsession décline dans 22 pays la légèreté, la durabilité des montures Oakley. La Vogue Eyewear passe sur le petit écran dans des émissions de mode et de beauté pour toucher le grand public. L'optique Persol invite les clients potentiels français à écrire leur histoire en portant l'accessoire censé refléter leur personnalité.

Les aléas de la succession prochaine de Leonardo Del Vecchio et sur la structure de gouvernance, compliquées par des soupçons de cartel avec la concurrence.

Le cheminement du fondateur du premier empire de la lunette transalpine pourrait s'arrêter lors de son décès que d'aucuns ne voit pas venir de sitôt tant la constitution et l'allure de frais gardon aux cheveux blancs du président en étonnent beaucoup.

Les Champions de la lunetterie

Pourtant à 83 ans, il était temps de revoir le management du groupe, d'autant qu'il vient de traverser une bourrasque : la démission peut être forcée d'Andréa Guerra en septembre 2014 pour des raisons politiques ou de divergences quant aux accords récents avec Google et sur le projet de fusion avec Essilor. Après deux mois de tangage à la Bourse de Wall Street et Milan (1,3 milliards de perte) et un retour au calme, un nouveau modèle de gouvernance est mis en place avec l'arrivée d'une équipe bicéphale de directeurs exécutifs rapportant directement au président : Adil Mehboob-Khan et Massimo Vian... mais les triumvirats ne durent souvent qu'une saison !

Cette solution inédite d'un tandem pour juguler une crise de gouvernance peut se révéler inefficace sauf si elle est provisoire. Or le problème de succession n'est pas résolu, comme la répartition du capital entre les futurs héritiers et leur rôle ultérieur. Pourtant le fondateur est décidé à mettre de l'ordre dans son héritage et dans le partage entre six enfants issus de quatre mariages successifs dont celui avec sa dernière femme Nicoletta Zampillo épousée deux fois de suite. Si la vue de l'empereur baisse, l'homme dépassé connaît mieux le montage des lunettes que l'ajustage d'un double foyer ! En effet la deus ex machina de l'empire ... réclame 25% des actions du holding luxembourgeois Delfin qui en contrôle 61,3%. La solution consisterait à augmenter le capital pour réorganiser les parts et les redistribuer aux enfants et à l'épouse par testament. L'homme le plus riche d'Italie avec une fortune estimée à 20 milliards € et paternaliste patent sait remercier ses 8 000 employés italiens à la hauteur des résultats en leur accordant 140 000€ sous forme d'actions. L'étude du cas vaut la peine d'être signalé: le groupe familial, qui a doublé son chiffre d'affaires depuis 2000 emploie 75 000 salariés répartis dans 130 pays.

Les Champions de la lunetterie

Tout va bien pour Luxottica. Mais les affaires se dégradent quelque peu en 2015 et 2016 et sont l'objet de critiques de la part de l'Autorité de contrôle de la concurrence qui accuse le groupe optique de former un cartel depuis 2000 avec Alain Afflelou, Safilo, GrandVision. Les sages dénoncent une entente verticale entre distributeurs et fabricants sur le prix des montures. Chacun des protagonistes, qui se défendent de ces allégations, n'ont pas provisionné dans leurs comptes l'amende éventuelle qui leur serait infligée. L'affaire est cependant suspendue !

L'événement déjà signalé ci-dessus, concernant la fusion annoncée le 15 janvier 2017 du géant des verres correcteurs Essilor présidé par Hubert Sagnières et le leader des montures Luxottica de Leonardo Del Vecchio, va certainement changer la situation de l'optique dans le monde. Ce mariage entre partenaires complémentaires, enfin autorisé en septembre 2018 par les autorités de la concurrence, porte en lui une espérance significative de baisse des prix des lunettes. Jusqu'alors, la valeur était fixée séparément par les entreprises et leur somme dégageait une double marginalisation.

Mais quelles seront les conséquences pour les opticiens, en particulier français, et le personnel des entreprises de fabrication et de distribution qui pourrait voir leur nombre se réduire par effet de rationalisation des structures ? Le président exécutif de Luxottica et de la Holding Delfin, désigné PDG du futur mastodonte, se défend d'envisager des changements de structure qui conduiraient à des licenciements massifs. Les deux compagnies sont complémentaires sur tous les aspects territoriaux et commerciaux, et leur rapprochement ne peut être que bénéfique pour leur avenir dans la mesure où elles demeurent indépendantes dans leur gestion propre. La fusion de Silor et d'Essel qui forma Essilor en 1971 est un fait tangible d'une réussite exemplaire. Les dirigeants et leurs

Les Champions de la lunetterie

collaborateurs sont de nature des industriels enflammés par leurs produits et par la marche victorieuse de leurs usines.

La valorisation boursière de la nouvelle entité pèse près de 58% en faveur de l'Italien. Dans cette opération, le milliardaire milanais règle ses problèmes de succession en détenant 31% des parts.

A contrario Essilor a vu ses résultats régresser, pénalisé par un ralentissement des ventes de l'optique ophtalmique aux Etats-Unis alors que le verrier se développe dans les verres solaires et Internet et ambitionne de se renforcer en Asie où elle prend le contrôle de sociétés chinoises dans un pays très en retard dans l'équipement optique.

Mais en mars 2019 le torchon brûle entre les deux sociétés lorsque Leonardo del Vecchio propose de transférer certaines fonctions à son bras droit, le DG Francesco Milleri. Malgré ce problème de gouvernance, la synergie prévisionnelle est suffisamment élevée pour qu'une entente cordiale s'institue au cours de l'année !

Avant d'aborder un jour le chemin conjoint des deux maîtres de la lunette, réunis dans la ESSILORLUXOTTICA, retraçons en détail l'histoire étonnante d'ESSILOR (extraits de l'ouvrage « Morez, Vallée des Entrepreneurs » de B.GABRIEL-ROBEZ)

Les Champions de la lunetterie

ESSILOR

L'histoire d'ESSILOR de Morez ne peut se raconter sans se souvenir des hommes et des sociétés qui participèrent de près ou de loin à l'ascension et au succès de cette maison, bien avant la fusion avec le géant Luxottica. Serait-il prétentieux d'affirmer que c'est à Morez que sont nées les entreprises qui ont participé aux fusions successives et porté au zénith le renom mondial d'ESSILOR ? En bref :

- Les « Ets Louis Jacquemin » acquis en 1954 par Georges Lissac, un Morézien créateur de Silor - fusion de la SIL (Société Industrielle de Lunetterie) et de LOR-Télegic (Lentilles Ophtalmiques Rationnelles)- et de « Lux de Morez » en 1956, rachetée par le groupe Darnaud en 1982.

- La Société des Lunetiers du Haut de Morez (qui prend possession de la maison Jules Cottet de Foncine le Bas en 1913), créatrice des verres progressifs Varilux grâce à son inventeur Bernard Maitenaz, cousin éloigné des Crestin-Billet de Morez (Cébé Cf. chapitre dédié Bushnell Outdoors Products), et qui adopte l'enseigne commerciale Essel en 1964.

- Le groupe Essilor, né du rapprochement de Essel et de Silor, de la prise de contrôle en 1968 des fabricants de verres Benoît Berthiot et Guilbert Routit pour former BBGR en 1974, suivie en 1982 de la fusion des collections de lunettes Amor et Logo sous la marque unique Essilor.

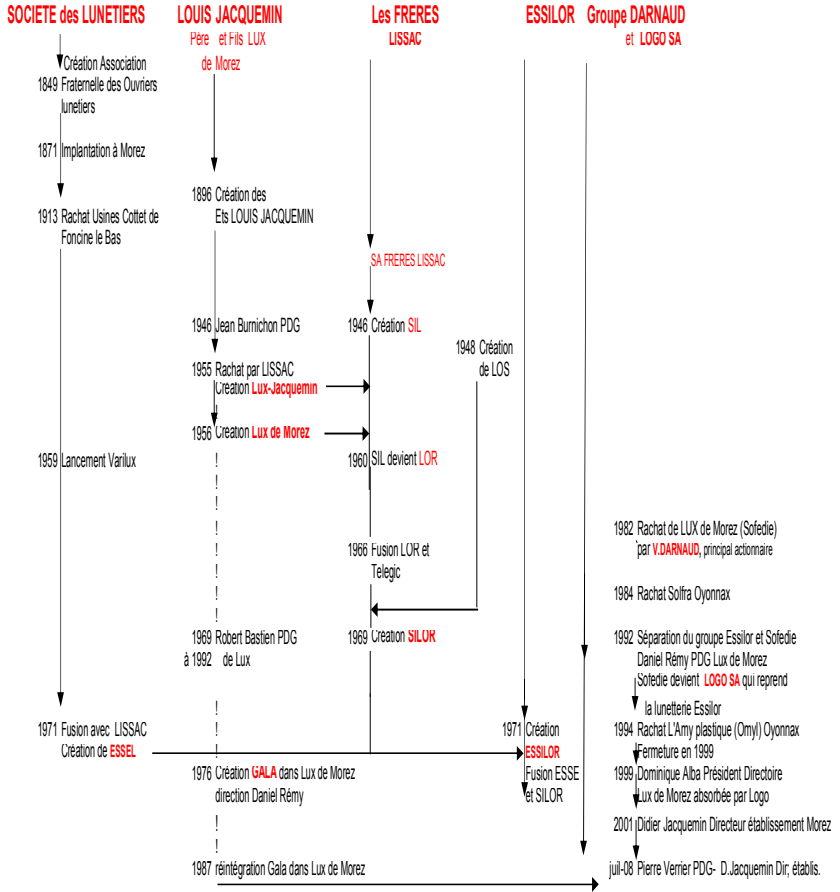
- Le groupe Logo né de la fusion en 1992 et du groupe Vincent Darnaud et de la lunetterie d'« Essilor », hors Cartier. Vincent Darnaud, gendre de Georges Lissac, est actionnaire de Lux de Morez.

Les Champions de la lunetterie

Ce centre de production principal et siège de la Direction Industrielle poursuit un développement indépendant.

Le tableau synoptique suivant résume les principales liaisons entre les sociétés et les dates-clés des acquisitions, convergences des entreprises et particulièrement celles des mouvements entre établissements du canton de Morez.

Les Champions de la lunetterie



COMMENT est née LOGO SA ?

01/05/2009

Les Champions de la lunetterie

Les Jacquemin et les Lux de Morez

Les aïeux de la famille Jacquemin, portés par le succès des horloges, sont devenus riches grâce à leur excellence dans l'art de l'émail. Cette activité, importée de Suisse depuis 1766, s'est développée avec la production des comtoises, des pendules et des montres dont les cadrans émaillés supplantent les panneaux peints. Les descendants de la famille développent l'entreprise, cumulant les dépôts et brevets sur l'émaillerie et l'horlogerie dont le déclin est inéluctable. Ils se reconvertissent facilement dans l'industrie de la verrerie et de la céramique dont l'engouement ne se dément pas sous le Second Empire. La médaille obtenue à l'Exposition universelle de Paris en 1855 participe à la renommée de la manufacture de fer émaillé sur toile et sur cuivre qui occupe 60 personnes en 1857.

Les Jacquemin s'enrichissent au cours du dernier quart du XIX^e siècle. Les mariages avec d'autres familles fortunées confortent la position de la fratrie qui se convertit en lunetiers. Les Etablissements J.B. Jacquemin édifient une usine rue de l'Industrie à Morez et installe une représentation au 67 rue Mesay à Paris. Paul Jacquemin, le concepteur de la voiture à vapeur en 1874, invente dès 1908 les verres Sirius, Simplex, puis le Triplex de Georges Lissac développés après la Grande Guerre. Une nouvelle usine rue Lamartine, modifiée en 1912 et agrandie plusieurs fois entre 1925 et 1942 est dotée d'un atelier de fabrication de lunettes en celluloïd (elle sera cédée en 1930 à la SA Consortium général d'Optique (CGO)). Une splendide maison de maître, le "château Gouverneur", est construite au-dessus du quartier industriel. La Société Marius Morel (Cf. chapitre dédié Morel France) rachète l'atelier de celluloïd auquel elle ajoute deux étages en 1956 pour faire l'appoint en montage de lunettes aux autres unités moréziennes. La Sarl Paul Cochet acquiert en 1966 le reste du bâtiment.

Les Champions de la lunetterie

Mais que sont devenus les Jacquemin ?

En 1896 une nouvelle usine est dressée. Installée au départ au n° 99 rue de la République elle fabrique des lunettes pour les automobilistes et les motocyclistes. Puis un autre immeuble est élevé au n° 101 rue de la République. La réputation de la maison a déjà dépassé les limites jurassiennes. Elle reçoit les plus hautes récompenses à l'Exposition universelle de 1900 et dans la foulée, la firme forme sa filiale commerciale à Paris au n° 54 rue du Château d'eau. L'accroissement de la demande implique encore l'agrandissement des locaux moréziens vers 1914.

En 1917, l'aventure continue avec la vente des premiers pince-nez. Jusqu'en 1954, la Société Louis Jacquemin reste dans la famille, L'entreprise en difficulté est reprise par les frères Lissac. Le Morézien Georges Lissac (PDG de SILOR), devenu Parisien quelques dizaines d'années auparavant, modifie la raison sociale en accolant au nom de Jacquemin la marque Lux (Lux Jacquemin). Une seconde modification transforme la raison sociale en Lux de Morez en 1965.

En 1971 l'usine de l'Avenue Charles de Gaulle est transformée et agrandie. En 1987, elle déménage rue Voltaire dans l'usine que lui vend la Société horlogère ODO. C'est dans cette rue Voltaire que l'aventure des Lux de Morez se poursuit avec succès en dépit des soubresauts économiques qui assombrissent l'industrie lunetière du Haut-Jura.

Avant de les rejoindre, examinons l'itinéraire de la Société des lunetiers :

La société des lunetiers et Essel

L'aventure de la Société des lunetiers débute à Paris en 1849. Elle est fondée par les artisans Duez, Delabre, Durie et Muneaux qui l'installent au n° 180 rue St Martin à Paris (10°), où la communauté

Les Champions de la lunetterie

de treize membres signe la naissance de l'Association Fraternelle des Ouvriers. Cette coopérative ouvrière a pour principe idéaliste de partager de fortes valeurs de solidarité et de professionnalisme. En 1852, l'Association change sa raison sociale et adopte le nom de Société Industrielle et Commerciale des Ouvriers, plus proche d'un mercantilisme pragmatique orienté vers la conquête de la richesse que d'une association de compagnons à but non lucratif.

En 1867, l'entreprise acquiert la fabrique de verres de Millot dans l'usine des Battants à Ligny en Barrois (Meuse). Peu après elle prend possession des Compasseries de Ligny et de Saint-Mihiel et ouvre un comptoir de vente à Londres.

En 1877, la « SOCE » s'implante à Morez où la lunetterie bat son plein. Elle n'a pas l'ambition d'y implanter une usine de fabrication de verres optiques. L'expérience des Lamy-Lacroix dans le surfaçage n'avait duré qu'une vingtaine d'années et l'intention des dirigeants de la Société se borne à faire du façonnage de verres élaborés aux "Battants", c'est-à-dire "égrugeage", biseautage, perçage, meulage de la tranche du verre et ajustage sur les montures. L'habileté des Moréziens sur ces opérations fait merveille. Fort de ses succès, la SOCE cherche à étendre sa suprématie et construit en 1896 une usine aux numéros 196 et 198 rue de la République, à côté d'un immeuble édifié en 1808 où elle aménage des logements pour son personnel. Les premières femmes sont embauchées en 1911.

En 1913 la société rachète deux petites usines de Jules Cottet à Foncine-le-Bas. Celui-ci devient sociétaire de la Société des lunetiers. Son petit-fils, Gérard Cottet sera le futur PDG d'Essilor. La fusion des deux sociétés SOCE et Jules Cottet sera effective en 1931, après transfert à Morez du matériel et une vingtaine de Fonciniers.

En 1920, l'entreprise lance le verre minéral à images ponctuelles Stigmal, prémices aux futurs développements du pionnier du monde de l'optique. « Ce verre est la perfection en optique de précision. Il procure à l'œil affaibli un bien-être et une

Les Champions de la lunetterie

puissance inconnus avec les verres ordinaires. Il est fabriqué en plus de 1500 combinaisons différentes pour correspondre à toutes les imperfections de la vue ». Telle est la publicité de l'époque adressée à tous les opticiens par la Compagnie. La matière minérale offre des verres minces mais lourds qui se cassent facilement. Mais il sera remplacé en l'an 2000 par le verre organique, compte tenu des nombreux progrès effectués depuis des lustres sur la résistance à la rayure et à l'amincissement.

La chance de la SOCE est l'embauche du génial inventeur Bernard Maitenaz, ingénieur diplômé promotion 1943 de l'ENSAM de Paris (Arts et Métiers) et de l'Ecole Supérieure d'Optique. Son père et son grand-père sont des Anciens de la « Coopérative ouvrière de la SOCE ». Poussé par sa passion, il dépose en 1953 des brevets relatifs aux lentilles progressives et aux machines adéquates pour les réaliser. Grâce à lui, les aberrations latérales du verre sont maîtrisées, comme est vaincu le scepticisme des professionnels qui lancent les verres Varilux en 1959. Les montures Nylor, dont le verre est maintenu par un fil nylon, diffusées en 1955 donne le coup de fouet salvateur à l'Entreprise.

L'agrandissement de l'usine devient impératif. En 1958, une extension est construite au n°196 rue de la République. Cependant, l'entreprise rencontre de sérieuses difficultés en 1967 pour embaucher du personnel. Sa production de montures métalliques atteint 250 000 unités à cette date. La décision est prise de se replier sur la nouvelle usine de montage de Saint-Mihiel, inaugurée en 1966. Elle emploie déjà 150 personnes dans la fabrication des lunettes. L'effectif dépassera bientôt les 500 employés. Les anciens Moréziens gardent le souvenir d'une belle entreprise où leur aïeul a connu un parent ou un ami proche faisant partie du personnel de la SOCE.

Parallèlement à la conquête du marché français favorable au verre progressif, la Société des lunetiers tente de pénétrer l'Europe, le Japon, l'Amérique du Nord et du Sud, en particulier le Brésil. Le

Les Champions de la lunetterie

changement d'appellation lorsque la Société adopte en 1964 l'enseigne commerciale ESSEL et une vaste campagne de communication auprès du public et des opticiens, modernisent son image à l'instar de son produit Varilux.

Mais pour faire face au financement requis pour assurer son développement, la Compagnie ESSEL va fusionner à 50/50 en 1971 avec SILOR, la grande société concurrente créée par les frères Lissac dont nous rappelons le parcours ci-dessous.

Les frères Lissac et Silor

L'histoire est souvent oublieuse des vrais novateurs du passé et la tentation est grande d'attribuer le succès d'Essilor à l'invention des verres progressifs et du Varilux. Mais la mémoire des Jurassiens ne défaille pas. Chacun sait ici l'apport exceptionnel de Bernard Maitenaz dans l'usinage des surfaces optiques et dans la conception des machines nécessaires à leur production. Et c'est bien la Société des lunetiers qui débute la commercialisation des lentilles progressives Varilux en 1959, que tous les presbytes savent apprécier à leur juste valeur. Mais le Groupe Lissac apportera le verre organique ORMA, complément important pour le développement des ventes d'Essilor.

C'est René Grandperret, bras droit de Georges Lissac (1897-1969), ancien élève de l'Ecole d'Optique de Morez, qui sait découvrir aux U.S.A. une nouvelle matière plastique fort révolutionnaire pour l'époque. Son emploi est réservé aux verrières de cockpits des avions militaires. L'amélioration du produit grâce à des spécialistes en physique et en chimie dont il sait s'entourer, permet d'adapter la technique aux lunettes. La fabrication des lentilles organiques ORMA, en matière plastique thermodurcissable, sera quelques années après

Les Champions de la lunetterie

la fin de la Guerre, le début du remarquable parcours de la Compagnie.

Les frères Lissac sont des pionniers. L'aïeul Henri, né en 1869 à Morez, débute comme horloger puis embrasse le métier de lunetier . Il est maire de la ville de 1908 jusqu'à son décès en 1931, et député de Saint-Claude de 1914 à 1919. Son fils Georges crée sa propre enseigne en 1919 à Paris et constitue en 1931 la Société des Frères Lissac, dont l'implantation parisienne par Georges le fondateur se concrétise en 1938 par l'ouverture du grand magasin de même nom sous les arcades de la rue de Rivoli. En 1946, avec ses frères, il se lance à fond dans le métier de la lunetterie en créant la SIL (Société Industrielle des Lunetiers), suivie deux ans plus tard par une nouvelle société LOS (Lentilles Ophtalmiques Spéciales).

Grâce à leur action publicitaire, les Lissac transforment le concept de la lunette prothèse en notion d'articles et d'accessoires de mode. Le lancement de la monture Amor participe à l'envolée du Groupe Lissac, démarche relayée par le lancement des lentilles ORMA 500 en 1952. Le succès est au rendez-vous et les grandes stars comme Jean Paul Belmondo, Charles Trenet, Françoise Hardy portent les lunettes de soleil en doublés or et les verres d'Essilor Orma 1000. La constitution de la société La Lunette de Paris à New York en 1954 fait aussi partie de la stratégie mondiale. Quelques années plus tard avec la vente des usines Amor Sol-Amor à Cartier par le groupe Logo, les modèles vont petit à petit disparaître.

En 1954, Georges Lissac rachète l'entreprise Louis Jacquemin, puis modifie la raison sociale qui devient Lux Jacquemin. Elle sera portée au sommet du secteur pendant son développement à partir de 1965 sous le nom de Lux de Morez.

Alors que la Société des Lunetiers lance le verre Varilux, les lentilles organiques ORMA 1000 sont commercialisées en 1959 et démontre à la concurrence son réel savoir-faire dans la maîtrise du processus industriel, en R&D et en logistique. En 1960, la société LOS change de

Les Champions de la lunetterie

nom. Le " S " de « Spéciales » est remplacé par " R " universel pour donner la LOR, Société des Lentilles Optionnelles Rationnelles. Dans la foulée des innovations, le groupe Lissac lance les montures Polynil vers 1961.

La concurrence donne des ailes. La Société des lunetiers arbore le drapeau ESSEL en 1964. Les Lissac brandissent leur fanion. La réunion en 1966 de la LOR, vieille de six ans, et de l'enseigne Télegic tombée dans le giron du Groupe, génère la LOR-Télegic. Cette fusion est suivie en 1969 par la création de SILOR, acronyme né de la contraction de la SIL et de LOR-Télegic.

Cette dernière opération donne le signal des grandes manœuvres amorcées en 1967 et va entraîner la rédaction d'un protocole d'accord entre ESSEL et SILOR, partie industrielle du Groupe Lissac, qui aboutit à la fusion des deux entités juridiques en 1972 sous le sigle ESSILOR.

La route des Lissac est semée d'embûches et de succès :

-1975 : première enseigne d'optique en France à se développer en franchise.

-1975 : création de l'Académie Georges Lissac dont l'objet est la transmission des valeurs et du savoir-faire aux collaborateurs de la société

-2003 : les accords de partenariat puis de rachat entre Lissac et Gadol Optic 2000, une coopérative de commerçants créée en 1962, aboutissent après moult rebondissements liés aux mésententes entre beaux-frères : Evelyne (femme de Jean-Luc Lissac décédé en 1997), héritière de 91% avec sa fille Sandrine, et Vincent Darnaud (9%) qui avait épousé Anne-Marie le deuxième enfant de Georges. Ce milliardaire échoue dans ses tractations pour reprendre l'affaire. Finalement, Optic 2000 acquiert 70% et sa filiale Optic Evolution prend 20 % du capital de Frères Lissac SA (objectif 100% après cinq

Les Champions de la lunetterie

ans) qui lui transfère la marque et les contrats de franchise. Evelyne conserve le réseau de 30 succursales et entre à hauteur de 30% dans Optic Evolution.

-2004 : une filiale commune, Lissac Enseigne, est chargée de développer le réseau Lissac en franchise..

-2005 : rachat des Frères Lissac

La société les Frères Lissac, partie restée hors de la fusion, poursuit sa route commerciale dans le milieu des opticiens. Depuis novembre 2005, Optic 2000 contrôle l'enseigne. Ses campagnes publicitaires à la télévision opèrent en 2006 un rajeunissement de la marque grâce à son fer de lance, la carte Familissac et à son nouveau concept de magasin, avec ses six univers distincts, de l'enfant à la Basse Vision et ses marques Clinea multifonction, Lissac, S.E.L.S., distribuées dans 220 magasins en France (montures, lentilles ...).

Dans le secteur encombré de la lunetterie, l'arrivée du sur-mesure en 2011 permet aux clients d'imaginer leurs propres modèles de montures et à Lissac Enseigne de se distinguer de la concurrence exacerbée des autres groupements d'achats.

Les groupes Essilor et Vincent Darnaud

Le groupe Essilor est né de la convergence de plusieurs entreprises dans le domaine du verre optique et des montures de lunettes. Deux sociétés réunies apportent chacune une innovation majeure dans la corbeille de mariage : le verre progressif d'ESSEL, le verre organique de SILOR. Le fruit de la fusion aboutit en 1972 à la création d'Essilor - Compagnie générale d'Optique. La présidence est assurée alternativement par René Grandperret (ex-Silor) et Anatole Temkine (ex-Essel), les années paires pour le premier et impaires pour le second.

Les Champions de la lunetterie

Le protocole d'intention de coopération en 1967 entre les deux sociétés concurrentes ESSEL et SILOR du Groupe Lissac précède la prise de contrôle en commun et à parts égales de Gilbert-Routit l'année suivante :

A l'origine, Gilbert-Routit est une usine de surfaçage de verres de lunettes minéraux à Pongelot (Seine-et-Marne), implantée sur un ancien moulin à blé en 1870. Au fil des ans, elle devient la SA Gilbert-Routit. Cette activité est déjà pratiquée à Sézanne par l'entreprise Benoît-Berthiot qui survivra à plusieurs crises économiques et nationales. Les deux entités fusionnent en 1974 après l'acquisition par Essilor de Benoît-Berthiot. Guy Charlot, le patron de Gilbert-Routit à l'âge de 26 ans, est le maître d'œuvre de la fusion avec Benoît-Berthiot qui donne naissance à B.B.G.R. une société filiale d'Essilor.

En 1972, la Société Essilor inaugure ses usines de verres organiques de Dijon et de Saint-Petersburg en Floride. D'autres implantations étrangères se multiplient : Irlande en 1974, Espagne en 1975 et aux Philippines en 1979 où la filiale devient le fer de lance de la fabrication des produits " standard " destinés à servir le continent asiatique. Essilor apparaît en Espagne (1975), Italie (1978). L'entreprise se concentre sur la filière de l'optique ophtalmique et cède l'activité annexe des instruments de géomètres. La Société se spécialise autour d'un produit et d'un matériau, le verre progressif organique, Essilor Varilux ORMA lancé en 1976. Le Chiffre d'Affaires du verre minéral éclipse celui des montures dans les années 1980, L'objectif du Groupe est de conquérir de nouveaux marchés. Il devient le premier fabricant au monde d'optique ophtalmique et pour dissuader d'éventuels " raiders ", il accueille la Compagnie de Saint-Gobain dans son capital en 1988. Les implantations d'usines se poursuivent : Mexique, Porto Rico, Brésil en 1985, puis Thaïlande en 1989. L'automatisation des fabrications se poursuit en Métropole, des

Les Champions de la lunetterie

distributeurs sont rachetés ou fusionnés (Norvège, Espagne), les pays asiatiques sont couverts, une structure commune regroupe dans Essilor of América toutes les filiales des Etats-Unis.

En 1982, les collections de lunettes Amor et LOGO sont fusionnées sous la marque unique Essilor. Les premières lunettes Cartier sont lancées en 1983. En 1986, B.B.G.R. sort le verre progressif Visa. L'innovation renforce ses positions : la marque Crysol (1992) anti rayures, anti reflets et anti salissures, le verre photo chromatique organique (1990) Transitions avec le groupe chimiste américain PPG en 1990, le rachat de Gentex Optics (1995), leader mondial du verre incassable en polycarbonate Airwear et le nouveau Varilux Comfort (1993)

Face à la concurrence toujours plus exacerbée et la vulnérabilité de l'activité lunetterie, Essilor se désengage en 1999 des montures pour se concentrer sur les verres correcteurs plus lucratifs et les instruments d'optique. Sa division montures de luxe, filiale depuis juillet 1998 est cédée au groupe suisse Vendôme qui souhaite récupérer la haute main dans un domaine où il mûrit de solides ambitions. Celui-ci récupère ainsi la maîtrise complète de la fabrication et de la distribution de ses lunettes griffées sous ses marques Cartier (conçue à Essilor en 1983), Alfred Dunhill et Montblanc. Aux termes de l'accord l'outil de production et sa centaine de salariés basés à Joinville-le-Pont (Val de Marne) sont repris par le groupe Vendôme (Cf. chapitre dédié groupe Richemont).

La société LOGO SA, émanation de l'association d'Essilor et du Groupe Vincent Darnaud, est créée en 1992. Ce dernier, membre de la famille Lissac par son mariage avec l'héritière, est déjà propriétaire de Lux de Morez depuis 1982. La séparation est définitive, laissant ainsi la LOGO SA poursuivre son aventure pour le

Les Champions de la lunetterie

bonheur des Moréziens détachés de ces problèmes financiers qui leur échappent.

Logo a donc tourné le dos à Essilor. Le paragraphe ci-dessous raconte l'aventure de cette société de Morez qui se terminera par son arrêt brutal en décembre 2016.

Groupe LOGO SA (Morez)

Reprenons le parcours de Lux de Morez amorcé au début du chapitre avec celui des Jacquemin.

En 1954, la société de Louis Jacquemin éprouve des difficultés économiques. Elle est sauvée par Georges Lissac qui entreprend un rapprochement entre l'entreprise Jacquemin et ses propres activités : la monture Amor lancée avec succès en 1949, la commercialisation à travers sa nouvelle société Les lunettes de Paris et New York et celle de ses lentilles organiques en plexiglas.

En 1956, l'appellation Louis Jacquemin & Cie est transformée en Lux Jacquemin de Morez (et plus tard en Lux de Morez), portée en avant par les innovations, les développements spectaculaires des montures Polynil, les fusions successives donnant naissance à SILOR puis Essilor. Mais bien qu'elle soit dans le capital du groupe, Lux de Morez conserve son autonomie de gestion.

Lux de Morez est dirigée depuis 1947 par Jean Burnichon. L'année de son départ en 1969, la société rachète un atelier de production plastique à Salins-les-Bains. Il fermera ses portes en 1987. Le nouveau Président Robert Bastien décide d'agrandir les locaux du n°6 avenue Charles de Gaulle. En 1972/73, il étend aussi son potentiel de vente en créant une deuxième équipe de vendeurs indépendante orientée

Les Champions de la lunetterie

sur une nouvelle collection de lunettes. La fabrication est mise en œuvre dans un atelier situé dans la rue des Essarts, construit par les dirigeants de Louis Colin et Fils. En 1976 la direction de Lux de Morez concrétise la réussite commerciale de cette opération en rachetant les bâtiments des Colin en faillite. Naît ainsi la société filiale Gala, gérée par Daniel Remy. Elle est encore installée dans ses locaux séparés de la maison mère jusqu'en 1987, date de son transfert au n° 12 rue Voltaire.

A l'instar de nombreuses entreprises moréziennes, la société Lux de Morez a commencé dès le début des années 1980 à établir des contacts avec les pays à bas salaires pour s'approvisionner en lunettes. La production de masse des modèles bas et moyenne gamme quitte le bassin de Morez. Car si l'entreprise est bien placée sur le marché européen, elle souhaite acquérir des parts de marché inaccessibles depuis le territoire français. En 1981, un atelier de finition est établi aux Philippines. (Elle suit en cela l'implantation par Essilor en 1979 d'une importante usine de production de verres organiques, destinée à devenir le fer de lance des fabrications des produits standards du Groupe). La société EMPI (Essilor Manufacturing Philippines Incorporation) est administrée depuis Hong Kong par PSF (Paris Style France). La production sera déplacée en Indonésie en 1994.

Nous avons suivi en 1971 la fusion Essel et Silor qui donne naissance à Essilor. Georges Lissac et Raymond-Jules Cottet sont les grands maîtres et initiateurs de la démarche. Le groupe est majoritaire dans Lux de Morez. Le gendre de Georges Lissac, Vincent Darnaud de la société Sofedie à Paris, devient le principal actionnaire de l'entreprise morézienne en 1982. C'est aussi l'année de la fusion des collections de lunettes Amor et Essilor. L'aventure va donc se poursuivre de manière indépendante mais amicale avec l'acquisition en 1984 d'une usine de production de montures en plastique

Les Champions de la lunetterie

découpé, Solfra d'Oyonnax. La montée en puissance de Lux de Morez se renforce par l'ouverture d'une filiale à Miami en 1985 sous le nom Lux de Paris. Elle distribue sur le continent américain les produits Lux, Gala et Solfra. Peu après, la société horlogère ODO vend ses bâtiments de la rue Voltaire à Lux de Morez, à l'étroit sous la gare. La cédante conserve néanmoins la jouissance d'une surface résiduelle pour ses bureaux qu'elle abandonnera définitivement en 1990.

Des dissensions avec d'autres actionnaires d'Essilor vont initialiser l'éclatement du Groupe en deux entités juridiques distinctes : Essilor et Vincent Darnaud. On procède à des échanges d'actions et la séparation se traduit par l'abandon du métier de la lunette (hors Cartier) au profit de Vincent Darnaud qui prend les rênes de Lux de Morez et de l'usine de St Mihiel. En juillet 1992, la société Sofedie, principal actionnaire de Lux, change de raison sociale et devient Logo SA. Simultanément, Logo reprend le secteur lunetterie Essilor, Logo étant sa filiale. Cette opération marque l'abandon définitif des montures pour Essilor. Bien que faisant partie du groupe Logo, Lux de Morez reste indépendant et autonome. Depuis cette date, le groupe Logo SA crée, fabrique et commercialise des lunettes optiques et solaires dans le monde entier. Il dispose de ses propres labels, d'un portefeuille très étoffé de marques sous licences. En 1993, Daniel Rémy succède à Robert Bastien et demeure PDG de Lux de Morez jusqu'en 1999, date à laquelle la société est dissoute et absorbée par sa maison mère Logo SA.

Le rachat par Lux de la société Omyl (département plastique en faillite de la société L'Amy à Oyonnax) et le regroupement de Solfra citée plus haut, dont 100% des actions sont acquises, confirme la volonté d'intégration de l'entreprise. Lux procède à la fusion-absorption de Solfra dont elle fait son établissement secondaire pour y produire des montures plastiques injectées et

Les Champions de la lunetterie

découpées. Depuis quelques temps, l'usine Luxindo de Semarang en Indonésie, ouverte en 1994 pour y fabriquer des montures, ajoute un complément de souplesse et de gains en coût de main-d'œuvre. L'exportation est de plus en plus difficile dans les régions en zone dollar (faible) où la société vend plus de 50% de sa production réalisée en Euro (fort). Ce qui provoque l'accélération de la sous-traitance dans les pays à bas coût pour ses marchés hors Europe.

En 1994, Dominique Alba entre dans l'entreprise comme responsable Marketing et Commercial au siège social de Logo à Joinville-le-Pont ; en 1999, les statuts de la société Lux de Morez sont modifiés. Dominique Alba est nommé Président du Directoire. Le site d'Oyonnax est fermé et les ateliers plastiques sont transférés sur Morez ainsi que l'administration des ventes. En 2001, Didier Jacquemin devient le directeur de l'établissement.

Entre crise et vision d'avenir, le Logo SA a définitivement opté pour un nouveau modèle de production basé sur la créativité, l'innovation et le marketing. Car le centre de production principal de Morez est très performant. Il est le siège de la direction industrielle. Au début de ce siècle, le groupe maîtrise toutes les matières nobles liées à la lunetterie : titane, métal à mémoire, alliages complexes, composites et l'acétate. De nombreux brevets sont déposés chaque année. La force de vente de Logo SA composée de 40 commerciaux en France fait ses preuves grâce à un système nomade de synchronisation de données remontant du terrain. L'entreprise reste à la pointe du changement évolutif. Depuis 2008, sa solution vers la migration progressive d'un système de gestion hautement compétitif, l'ERP Open Source remplace l'ancienne application héritée d'Essilor dans toutes les entités de la planète.

En 2008, l'entreprise continue à prospérer entre les mains de son dirigeant et propriétaire Gérard Bonifacio depuis 2001, à qui Vincent

Les Champions de la lunetterie

Darnaud a cédé 50% de ses parts. La direction est confiée à Dominique Alba. La société tente avec ses compétiteurs de la région de réussir le double challenge de la création artisanale haut de gamme et de la mondialisation. Logo SA est leader dans l'univers de l'enfant et détient un gros portefeuille de labels sous licences dans ceux du luxe et de la mode. Six Silmo d'or et le grand prix du design en Allemagne, le Red Dot ont récompensé l'entreprise depuis le début du siècle.

En juillet 2008, quatre actionnaires, dont deux sont issus de l'entreprise, prennent les rênes du Groupe Logo. L'organisation précédente est reconduite. L'entreprise est structurée en divisions autonomes (Enfant, où elle est incontournable, Luxe, Mode, Créateur, Aventure et Private label). Un nouveau PDG Pierre Verrier et un directeur de site Didier Jacquemin prennent les rênes de la firme.

L'effectif est de 800 personnes à travers le monde, dont 250 en France. Le groupe possède deux sites de production, l'un en Indonésie, l'autre à Morez, où 207 personnes se chargent des produits de haut de gamme. Une douzaine de personnes doivent les rejoindre après le licenciement économique de 33 employés, annoncé le 9 mai 2009 lors du Comité d'entreprise du siège social de Joinville-le-Pont. La fermeture du site enclenche le recentrage du Groupe Logo sur la capitale de la lunette, alors que dix collaborateurs restent en région parisienne pour assurer la gestion des marques enfants et Naf Naf et celles des grands comptes et de l'export.

L'histoire enthousiaste de Logo aurait pu se poursuivre sous les meilleurs auspices. Les événements qui vont suivre démontrent que rien n'est jamais définitif dans le monde industriel ... et financier.

Les Champions de la lunetterie

Reprenons l'aventure de LOGO à ses débuts. Des problèmes de marque avec LVMH (Cf. chapitre dédié)

En 1996 LVMH prend pied dans la joaillerie en rachetant Fred Joaillier et en devient propriétaire. Avec cette acquisition à 71% (le solde reste dans les mains du fondateur Fred Samuel) Bernard Arnault comble une case qui lui échappait dans les métiers du luxe. Et les montures richement ornées de métaux précieux font la fortune du réseau Louis Vuitton qui contrôle les boutiques de Fred en France.

La licence d'exploitation de la marque est confiée à LOGO en 1997 et LVMH n'autorise aucune relation commerciale avec d'autres acteurs importants du marché (cette clause sera levée en 2014). Les montures sont tellement prisées qu'elles font l'objet de contrefaçons en 2002. Pourtant il est facile d'identifier les authentiques grâce à des détails spécifiques : numéro sur la charnière, poinçon sur les branches,...On ne copie que ce qui est beau !

En 1999, une OPA amicale est lancée sur le capital de la manufacture horlogère TAG Heuer (depuis cette date, celle-ci n'a plus aucun lien avec le Groupe TAG d'Akram Ojjeh). La licence d'exploitation de la fabrication des montures de lunettes est louée à LOGO en 2002.

La même année, sur un marché atone concurrencée par l'Asie, LOGO se sépare de son site de production peu rentable de Saint-Mihiel dans la Meuse, née en 1992 de la fusion de Lux de Morez et du secteur lunetterie d'Essilor. Le but est de se recentrer ses activités à Morez, qui fera l'objet d'investissements significatifs et d'un programme de recrutement A cette époque, l'entreprise emploie 1 000 personnes dans le monde et annonce 60% de ventes à l'exportation.

Les années passent et les signatures de licences se multiplient :

-2006 : les montures Barbapapa destinées aux enfants, séduits par les personnages transformables comme Barbouille ou Barbotine. Cette

Les Champions de la lunetterie

licence, commercialisée en 2010, remplacent les produits Disney, Disney Princess et Winnie dont Logo perdaient l'exclusivité accordée par le groupe Disney (On retrouvera en 2015 la marque Barbapapa ainsi que Bam'boo chez KNCO, ex-Karavan à Guichainville.) Le Silmo d'Or 2010 sera accordé à Logo dans la catégorie Enfants avec sa monture Frou-Frou.

-2008 : la collection optique Winnie l'Ourson et Disney Princess.

-2010 : la marque Lux du groupe Logo, qui a connu son apogée dans les années 1970 et 1980, affiche de nouvelles ambitions avec les lunettes optiques Lux 1896. Cette marque cible, avec 18 modèles, les adultes de plus de 40 ans sur les segments Tradition, Tendances, Création et Grande diffusion. Une ligne Rétro en acétate et inox est lancée l'année suivante avec six modèles et trois coloris. A cette époque, la manufacture maîtrise le cycle complet d'une production made in Jura toujours plus innovante.

-2011 : les créateurs sont inspirés par les produits glamour pour fillettes qui reprennent les codes de l'univers Dance et Music Love du monde de la nuit, mis en vedette par le DJ David Guetta. La firme jurassienne lance la collection Tweety by Cathy Guetta, pour les jeunes de 8 à 12 ans attirés par le strass, les paillettes, les étoiles et les cœurs sur les branches !

-2012 : les montures Cacharel changent de licencié. Longtemps dans le portefeuille de Logo, la marque rejoint le groupe Mondottica (Cf. chapitre dédié) pour une durée de 4 années et ses lunettes Christian Lacroix dans le cadre du redéploiement mondial des lignes de la maison Cacharel. Celle-ci s'est imposée grâce à ses chemisiers en crépon rose et par les stars du show-biz telle Brigitte Bardot.

Logo est encore attaché à ses marques articulées autour de trois pôles, luxe (Fred et Tag Heuer, sport (Salomon) et mode avec le lancement des nouvelles licences IKKS Eyewear (en 2015 elles entrent dans le groupe Grasset Cf. chapitre dédié) et Ice Watch (fabrique horlogère belge).

Les Champions de la lunetterie

L'année 2013 voit l'arrivée de nouveaux dirigeants à la tête de Logo. Les actionnaires décident de reprendre les rênes du groupe avec l'intention de le repositionner sur ses valeurs historiques pour sécuriser l'avenir. La présidence est accordée à Richard Vives. Ce spécialiste de la distribution multimarques (il est mandataire de près de 40 sociétés du secteur automobiles) a pour ambition d'être proche des clients et des entreprises jurassiennes.

En 2015, des rumeurs courent. Elles suggèrent que les marques - phares Fred et Tag Heuer ne seraient pas reconduites chez Logo après 12 années d'exploitation ! Pourtant, de nouveaux produits Tag Heuer sont en cours d'industrialisation pour suivre la demande et satisfaire les demandes des consommateurs plus jeunes. Du côté de chez Fred, pas d'informations négatives. Mieux encore, les équipes développent une ligne exclusivement féminine. En parallèle, de nouvelles signatures de licences et le lancement de marques propriétaires sont programmés. Par ailleurs, l'ouverture d'une filiale au Japon est prévue après les autres implantations réussies aux Etats-Unis, Hong Kong, Turquie (Opmar Optik), Italie et Australie.

Mais il n'y a pas de fumée sans feu. Le personnel avait déjà été échaudé par un plan de sauvegarde en Septembre 2014 qui concernait 24 employés et avait permis de pérenniser l'entreprise. La crainte d'une suite défavorable se confirme lorsqu'un nouveau plan de redressement judiciaire est mis en place en mai 2016. Malheureusement, Logo travaille en exclusivité pour le groupe LVMH et la crainte d'un arrêt brutal des licences serait le signal de la fin irrémédiable du site et les ennuis récurrents pour ses sous-traitants.

Que reproche le licencié à la firme ? Les standards du luxe ne seraient pas respectés en dépit de plusieurs avertissements passés. ("Parler à une cible plus jeune", "reconquérir l'entrée de gamme",

Les Champions de la lunetterie

"digitaliser la communication".) Les conditions anormales d'exploitation de gestion sont aussi mises en cause. En fait, LVMH a changé de stratégie et ses contacts pris avec des sociétés extérieures justifient l'arrêt de la fabrication Made in France pour un approvisionnement moins cher aux antipodes.

Les défilés dans les rues de Lons-le-Saunier du mois de septembre où les manifestants crient l'excellence française, ne sauveront pas l'usine, les emplois et ceux des sous-traitants. Ni les funérailles symboliques organisées devant la manufacture au n°12 rue Voltaire du bas -de-Morez.

La maison doit trouver un repreneur avant le 2 novembre 2016, date butoir pour engager la mise en œuvre d'une liquidation. Un candidat à la reprise de l'outil de production se fait connaître. Il envisage de garder...34 salariés sur les 172 (dont 30 dans la région lyonnaise où se situe le siège social), sans oublier les 230 des filiales du groupe à l'étranger. Il s'agit de la société Cemo-Decovision (Conception Etude Modèles Optiques) de Morbier en partenariat avec un distributeur italien. Créée en 1965 dans la région nantaise, relocalisée en 1980 dans le Jura, elle est centrée sur le secteur de la lunetterie et répond aux besoins des créateurs de montures. La société s'est aussi diversifiée dans l'horlogerie, la bijouterie, la coutellerie, l'électricité et le médical. Elle comprend deux sociétés, regroupées à Morbier en 2015 :

- Cemo à La Chaumusse (ouvert en 2000) qui conçoit et fabrique des montures optiques et solaires haut de gamme
- Décovision à Morez depuis 2006, spécialisée dans les traitements de surfaces, coloration, tampographie, vernis, laque.

La firme a été choisie par la coopérative d'opticiens Atol. Un partenariat avec la plate-forme de soins Carte Blanche est également signé.

Les Champions de la lunetterie

Son directeur et nouveau propriétaire est Pierre Verrier ; il représente en 2018 CR Finance, président de Cemo. C'est l'ancien PDG de Logo de 2008 à 2011, qui assortit son offre de nombreuses clauses suspensives.

Malgré la réputation de sérieux, le projet de Cemo-Decovision fait long feu quand Tag Heur refuse sa proposition. Faisant suite à la liquidation judiciaire le 15 novembre 2016, les salariés s'interrogent sur les actions à mener en responsabilité de la société LVMH. Ils décident aussi de faire main basse sur le stock valorisé à 20 millions d'€ en espérant que les dettes de Logo seront épongées.

Le but recherché est bien sûr de négocier les indemnités de licenciements pour les 172 licenciés restant sur le carreau. Après avoir assigné LVMH en justice devant le Tribunal de grande instance de Paris, une nouvelle procédure judiciaire prud'homale à l'encontre de Logo et de sa filiale pour licenciements abusifs est lancée en mars 2017. Le délibéré du 3 juillet est reporté mais heureusement les tractations évoluent dans la bonne direction. Une indemnité d'environ 10 000 € est acceptée par les parties quelques semaines plus tard. Le juge autorise l'accord entre LVMH et les salariés en septembre 2017.

Les Champions de la lunetterie

LVMH et la **Financière Agache** (Paris)

Quand la Presse ou le monde économique évoque LVMH, le nom de Bernard Arnault vient immédiatement à l'esprit...à moins que son équivalent dans un domaine concurrent soit prononcé par erreur ou confusion, celui de François Pinault ou de son successeur à la tête de la Kering ! (Cf. chapitre dédié)

Avant de rappeler le parcours remarquable et riche à tous points de vue du PDG multiple, essayons de tracer l'organigramme 2009 de l'empire du grand luxe (non actualisé)

Tout en haut du schéma compliqué de l'arbre des pouvoirs se situe la société financière de la famille Arnault, intitulée Groupe Familial Arnault dont le rôle consiste à défendre les intérêts communs privés des membres de la Maison Arnault au sens large. Clé de voûte de l'ensemble, la holding suprême est le fruit de moult fusions de sociétés européennes et d'anciennes alliances avec le Crédit Lyonnais et la Belholding Belgium SA à travers laquelle la galaxie Albert Frère a épaulé initialement Bernard Arnault.

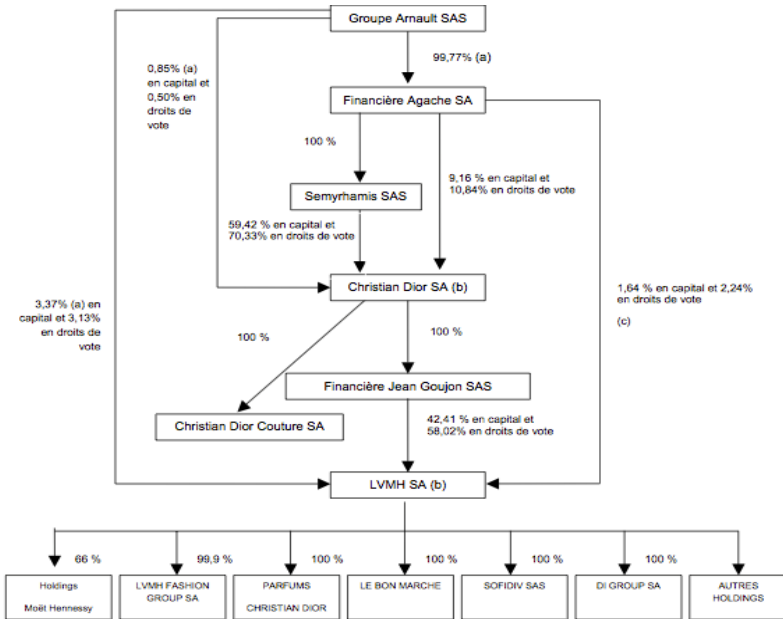
La construction de la pyramide, aussi complexe soit-elle, est d'une simplicité relative. Sans entrer dans des détails superflus eu égard au but poursuivi dans cet ouvrage, il suffit de trouver l'endroit où se range LVMH dans le dédale des étages.

Ainsi, le Groupe familial Arnault, qui n'est pas une entité juridique, contrôle le Groupe Arnault SAS qui lui-même contrôle la Financière Agache à travers Montaigne Finance SAS dont le président est Florian Ollivier, lui-même Président du conseil d'administration de la Financière Agache. Celle-ci contrôle à 70% la holding Christian Dior

Les Champions de la lunetterie

SA, la maison-mère de Christian Dior Couture et de LVMH. Mais celle-ci est elle-même contrôlée par une autre Financière Goujon dont le président est aussi Florian Ollivier qui permet à Bernard Arnault de contrôler 48% de LVMH avec 63% des droits de vote. La cascade des parts minoritaires successifs réduit celles du gâteau mais si l'empilage émiette le capital de l'homme d'affaires, il n'en possède pas moins tous les leviers de la gestion. L'organigramme ci-dessous du deuxième semestre 2009 présente la situation simplifiée de la famille Arnault. Ce schéma évolue tous les ans mais cet exemple suffit à lui-même pour comprendre l'étendue de l'empire encore plus large en 2018 et ses enchevêtrements.

Les Champions de la lunetterie



* Organigramme au 30 juin 2009 :

- (a) Participation directe et/ou indirecte dans le capital
- (b) Société cotée sur Euronext Paris
- (c) La participation globale, directe et indirecte, de Groupe Arnault SAS dans LVMH SA est de 47,42% en capital et 63,39% en droits de vote dont :
 - * Financière Jean Goujon SAS détenant en direct 42,41% du capital de LVMH SA et 58,02% des droits de vote de LVMH SA au 30 juin 2009 ;

Avant d'aborder la partie lunetterie du groupe et les marques prestigieuses qui l'auréolent, parcourons brièvement le chemin du maître à penser et éclectique Bernard Arnaud.

Fils de Jean, centralien et patron de l'entreprise des travaux publics Ferret-Savinell, Bernard sort de l'École Polytechnique. Sa mère est descendante du peintre de la Renaissance François Clouet. Le père a

Les Champions de la lunetterie

épousé la fille d'Etienne Savinel, fondateur d'une petite PME de construction dans la banlieue de Roubaix. Il succède au beau-père et en vingt ans dirige une société BTP de 1500 salariés, profitant du plan du ministre de l'Équipement et du Logement Chalandon pour construire des logements sur tout le territoire français.

C'est en sortant de l'X que Bernard Arnault rejoint Ferret-Savinel et devient directeur de la construction de Fériel puis PDG de l'entreprise familiale. Son sens aigu des affaires le pousse à se lancer dans l'immobilier en créant le groupe Ferrinel et de revendre la firme historique à la Banque Rothschild en 1976.

En 1984, il s'empare du groupe Boussac-Saint-Frères spécialisé à l'origine dans le tissage de la toile de jute (20 000 employés en France) grâce aux appuis politiques du moment, de la banque Lazard et des frères Willot. La société du Crêpe Willot, fondée en 1905 fabriquait des pansements et autres articles d'hygiène (et plus tard des couches culottes Peaudouce). La fusion avec les établissements Agache voit naître la Société foncière et financière Agache-Willot (ancienne dénomination : SFFAW, Société foncière et financière du groupe Agache-Willot), qui avait racheté la très ancienne entreprise textile Saint Frères en 1969 et l'avaient associée à l'entreprise Boussac en 1978. Cette dernière comprenait des filatures disséminées principalement dans le Nord de la France mais contrôlait aussi des marques de distribution comme Dior Couture, Ted Lapidus. Cette reprise aboutit à des difficultés de trésorerie qui se concluent par la fin de Boussac-Saint-Frères...et le dépôt de bilan d'Agache-Willot en 1981.

Lorsque la Gauche arrive au pouvoir en 1981, les frères Willot sont contraints de vendre. Sur les ruines de la Financière Agache, Bernard Arnault fonde le leader mondial du luxe LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton) dont il devient président. Il revend toutes les activités textiles dont Peaudouce malgré la pression du gouvernement. En 1987, il cède ses actions de La Redoute au groupe Printemps.

Les Champions de la lunetterie

De cette date à nos jours, les acquisitions se sont succédé au galop : entre 1988 et 2001 les marques Céline, Kenzo, Berluti (maroquinier acoquiné avec le lunetier Oliver Peoples en 2017) Guerlain, Marc Jacobs, Emilio Pucci, DKNY, Loewe sans omettre le rachat du Quotidien La Tribune en 1993 et Les Echos en 2007.

En 2018, Christian Dior SA est une holding qui détient 41,2% de LVMH, celle-ci contrôlant 100% de l'activité Parfums Christian Dior (communément appelée les Parfums Dior ou simplement Dior) et 100% de la société Christian Dior Couture fondée par Marcel Boussac en 1946. La famille Arnault détient 5,88% de LVMH. Le reste se partage entre institutionnels étrangers et français ; les personnes physiques se contentent de moins de 1%. Quant au chiffre d'affaires, il frôle les 43 milliards en 2017.

C'est dans cette dernière structure que la griffe personnelle de John Galliano est intégrée dans la John Galliano SA, acquis en 2008 par le groupe Christian Dior, où le créateur avait été nommé en 1995, après un passage chez Givenchy. (Il sera licencié en 2011 mais revient dans la mode à partir de 2013 en collaboration avec le couturier Oscar de la Renta).

En résumé succinct, tant l'écheveau serait trop fastidieux à expliquer, disons que la première fortune de France s'est élaborée par une suite ininterrompue d'achats et de vente sans création véritable de nouvelles activités économiques, la source essentielle des revenus étant l'exploitation des innombrables licences de marques et les produits des ventes sur la planète. Le groupe LVMH regroupe plus de 70 Maisons présentes dans cinq secteurs avec un chiffre d'affaires total de 46,8 milliards en 2018, dont 9,8% en France et 18,8% en Europe, réalisés avec plus de 145 000 collaborateurs dans le monde avec plus de 4590 magasins.

Les Champions de la lunetterie

Les chassés croisés des marques de lunettes propres à LVMH sont à la hauteur du prestige qu'elles représentent sur la planète :

-Christian Dior

Cette marque exprime ce qu'il y a de mieux dans le luxe en 2019 et les lunettes de la célèbre maison française profitent de la notoriété mondiale de Dior.

C'est en 1947 que les créations du modéliste Christian Dior naissent lors de la création de sa première collection " New Look " qui agite le monde de la mode et chante l'hymne à la féminité. L'habillement est suivi par les parfums en 1947 (Miss Dior). En dix ans il s'installe dans plus de quinze pays. Quand le maître décède en 1957, Yves Saint-Laurent, à Paris, et Marc Bohan, à Londres et New York, reprennent les rênes de l'entreprise. Quelques années après, il quitte la prestigieuse maison de l'avenue Montaigne, fonde avec Pierre Bergé son entreprise éponyme et présente sa première collection haute couture en 1962. Le couturier Marc Bohan prend sa place jusqu'en 1989. Le créateur de mode italien Gianfranco Ferré, fondateur du Gianfranco Ferré Spa (sacs, parfums, accessoires) lui succède et signe tous les modèles jusqu'à l'arrivée exubérante du styliste britannique John Galiano qui marque le milieu de la mode par son style glamour. Il sera remercié en 2011 à la suite de propos racistes et va collaborer en 2013 avec le couturier Oscar de la Renta créateur célèbre de robes de mariées. Son remplaçant est le grand couturier belge Raf Simons au début 2012 ; en août 2016, il devient directeur de la création chez Calvin Klein, la marque phare de Marchon Eyewear.

-Kenzo

Le holding familial des Arnault détenait déjà 25% de Kenzo dans la Financière Truffaut lors de son rachat à la Worms & Cie en 1993. En juin il rachète le restant des actions, 65% du créateur Kenzo Takada

Les Champions de la lunetterie

et 10% de son gestionnaire François Baufumé, professionnel du marketing et ancien employé de Courrèges et du spécialiste italien haut de gamme du prêt-à-porter GFT.

-Fred

Après avoir échoué en 1994 dans une tentative pour reprendre Van Cleef & Arpel, le groupe prend une participation majoritaire de 71% dans le capital de la société suisse Fred l'année suivante, comblant une case manquante sur l'échiquier du luxe. Il en possédait déjà 17% en 1993 dans la Financière Truffaut. Bernard Arnault profite de son réseau Louis Vuitton Malettier qui contrôle 180 magasins et les 10 de Fred en France. Considérées comme des chefs-d'œuvre, les montures ornées de métaux précieux, fabriquées de façon artisanale en 274 opérations d'usinage et d'assemblage, sont des merveilles d'élégance.

-Tag Heuer

En 1999 le fleuron de la branche montres et joaillerie subit l'effondrement de la demande de montres haut de gamme, comme leurs concurrentes. Pour redresser la situation, l'offre de Tag Heuer subit une diminution du nombre de références et les prix remontent. Des boutiques non rentables sont fermées et des fonctions support sont centralisées. Puis le rythme des ouvertures de magasins s'intensifie en 2002 et les années suivantes grâce à des campagnes de publicité agressives. La progression continue de la joaillerie et de la lunette en 2005 marque le retour aux bons résultats d'exploitation. Les finances de LVMH suivent pour réaliser tous les achats massifs de ses maisons d'horlogerie et de lunetterie.

Malheureusement pour les fabricants de Morez, la fermeture en décembre 2016 de LOGO SA met fin à la production de la marque ainsi que celle de Fred, ces deux fleurons de la production jurassienne (Cf. chapitre dédié LOGO)

Les Champions de la lunetterie

-Fendi

Le rachat en 2001 de cette ancienne entreprise née en 1925 à Rome, spécialisée dans la fourrure et la maroquinerie, transformée par le styliste et directeur artistique Karl Lagerfeld en fait une griffe mondiale. La percée planétaire des lignes de chaussures, montres, parfums et accessoires accompagne la progression éclatante des lunettes au style sophistiqué.

L'acquisition par LVMH a relancé la marque distribuée dans 25 pays et 160 boutiques. Si le développement du prêt-à-porter est éloquent, les lunettes de soleil et de vue sont recherchées par une clientèle fidèle à l'esprit chic et glamour de la marque. Safilo en est l'heureux licencié (Cf. chapitre dédié). Mais le projet de création d'une co-entreprise avec Marcolin risque de mettre en danger les résultats de l'entreprise italienne, déjà menacée par le retrait de la marque Céline puis des lunettes Dior jusqu'en 2020 et Givenchy, Fendi, Marc Jacobs (jusqu'en 2021-2024).....

-DKNY

Nous avons parlé de cette marque dans le chapitre dédié à Luxottica. La société de la créatrice américaine Donna Karan avait été achetée par LVMH en 2001. Mais les mauvaises relations entre elle et sa maison-mère se dégradent peu à peu, comme les résultats déficitaires. La fondatrice quitte la maison en 2015 et, fait rare, LVMH cédera ses marques Donna Karan et DKNY au début 2017 au groupe G-III Apparel déjà cité.

Marchon Eyewear avait précédemment détenu les licences de lunetterie pour DKNY et Donna Karan New York entre 1999 et 2004. La société retrouve cette marque de mode très admirée sur la planète à compter de mars 2019.

Les Champions de la lunetterie

-Hermès

La société française créée en 1837 est initialement spécialisée dans la sellerie pour chevaux. La diversification se poursuit dans la fabrication d'articles pour l'équitation. Le savoir-faire du harnacheur s'élargit à la couture dont la maison introduit la fermeture à glissière (point sellier) puis dans les années 1920 étend la signature aux vêtements, puis à l'horlogerie, à la bijouterie et aux accessoires de sports et de ville, les parfums et les arts de la table.

Si l'intention de Bernard Arnault n'est pas de prendre le contrôle de la maison familiale d'Hermès, il prend cependant 17,1% du capital en 2010 et le porte progressivement à 22,28% vers la fin 2011. Pour éviter une nouvelle attaque, un nouvel holding H51 composé des principaux héritiers actionnaires est créé en 2011. Protégé d'une OPA par le statut de gérance en commandite, Hermès International est en bisbille avec le PDG de LVMH. La fin du conflit judiciaire cesse quand les actions sont échangées avec la famille et la holding Arnault qui se désengage de ces 23,18% détenus à la fin de 2014. Hermès est donc une société indépendante en 2019.

-Bulgari

Après l'acquisition de 51% du capital du groupe Bulgari et une OPA amicale, la part de LVMH monte à 98% en septembre 2011. Cette société italienne fondée en 1884 est le troisième joaillier du monde, après Cartier et Tiffany. Elle est présente dans les domaines des parfums, de l'horlogerie, de la bijouterie et des accessoires dont les lunettes. Avec ces bijoux associés aux riches matériaux des montures, elles reflètent une exubérance extrême pour la ville. En 2012, Bulgari se développe à l'international avec 180 magasins en propre.

-Louis Vuitton :

Le premier défilé Vuitton de la mode fait son entrée en 1997 sous la direction de Marc Jacobs. La marque étend son offre à l'horlogerie, la joaillerie et les lunettes de soleil dans les années 2000. Comme sur

Les Champions de la lunetterie

les branches et les façades, la marque décline son monogramme sur les verres par un procédé développé par Zeiss en 2005. Pour les montures, la maison fait appel aux artisans jurassiens. Les charnières métalliques en " coin de malle " s'inspirent des bagages du célèbre malletier.

-Marc Jacobs

Il commence sa carrière en dirigeant les collections de la marque américaine Perry Ellis. Après une collaboration de quelques années et une collection dont le style déplaît à la direction, il est renvoyé. On le retrouve en 1994 quand il crée sa propre marque dont le style funk et chic attire une critique favorable. Il dirige les lignes Louis Vuitton depuis 1997 jusqu'en 2014. Dédiées aux jeunes elles sont complétées par une gamme d'accessoires variés dont les lunettes. Il s'exprime aussi dans les parfums déclinés dans plusieurs fragrances. Si Louis Vuitton garde une image élégante et distinguée, la marque Marc Jacobs entretient toujours le style originel très décontracté.

-Givenchy

Créée en 1952 par le couturier français Hubert de Givenchy, la maison de couture se développe au cours des années dans le luxe : maroquinerie, bijoux, cosmétiques, parfums pour femmes à l'image de Chanel et de Lanvin en 1957 dont « l'Interdit » pour son égérie Audrey Hepburn. En 1973 l'élégance masculine est mise en avant avec « Gentleman Givenchy ». En 1988, la marque est rattachée à LVMH qui en devient propriétaire comme Dior, Fendi, Marc Jacobs, Céline. Les lunettes Givenchy présentent une dent de requin sur ses branches, l'élément phare de la maison Givenchy. Commercialisée sous licence chez De Rigo depuis 2001, le mercato des licences la fait entrer dans le portefeuille de Safilo en 2015 pour six années.

Les Champions de la lunetterie

-Guerlain

La société vieille de bientôt deux siècles est créée rue de Rivoli en 1828. Après son rachat en 1994, Guerlain est désormais une marque de la branche Parfums et Cosmétiques du groupe LVMH. La société, dont le siège iconique s'illustre au n°68 avenue des Champs-Élysées, possède plus de 25 filiales sur la planète et emploie près de 3000 collaborateurs.

-Céline

La maison d'habillement est fondée en 1945 par Céline Vipiana. En 1967 la créatrice présente une collection de prêt-à-porter nommée Couture Sportswear (jupes-culottes, gilets en peau, chemisiers en maille. Le blue-jean est mis en avant en version pastel. Ses productions sont reconnaissables aux maillons formant un double « C » qu'elle adopte en 1973. Ses créations sobres et racées misent sur un vestiaire fonctionnel.

Bernard Arnault achète la société en 1987. Céline intègre le groupe en 1996. Michael Kors prend la tête de la direction artistique. Lui succéderont Roberto Menichetti (en 2004), Ivana Omazic (en 2006), Phoebe Philo (en 2008). En 2014, la marque installe son siège social au n°16 rue Vivienne, à Paris. En 2017 LVMH décide de prendre le contrôle de ses marques ; il confie à Marcolin la conception et la fabrication des lunettes Céline et Louis Vuitton à partir de 2018 à travers d'une co-entreprise Thélios (51% à LVMH), imitant en cela Kering qui internalise la conception et la commercialisation de ses lunettes au sein de la division Kering Eyewear.

Les Champions de la lunetterie

SAFILO GROUP et **Hal Investments BV** (Longarone- Italie)

Nous sommes en 2009.

Deux groupes mondiaux d'optique s'affrontent sur la planète, d'une part dans la fabrication des lunettes, d'autre part dans la distribution : Luxottica le premier et Hal-Safilo son challenger. Jusqu'à cette année, la lutte était limitée à la production en Italie et depuis longtemps Luxottica avait pris ses parts de marché dans la distribution. Mais les ambitions du second ne se limitent plus à la réalisation des montures car la tendance mondiale est à l'intégration verticale, à l'instar de Luxottica qui possède à cette date 6200 magasins.

Après l'entrée de la holding Hal Trust néerlandaise dans le capital de Safilo en octobre 2009, à hauteur de plus de 35% dans le capital, la famille Tabacchi qui en détient près de 40% voit sa participation tomber à 10%. En se limitant par mesure de prudence à moins de 50%, Hal garantit à Safilo de conserver ses licences, toujours convoitées par d'autres rivaux.

Les deux titans italiens sont organisés selon un schéma bipolaire : le groupe Hal détient 3700 points de vente en Europe et son profil est celui d'un investisseur axé sur la gestion du profit. Luxottica est un entrepreneur tourné vers le produit. Tous les deux vont se livrer à une épreuve de vitesse pour le rachat de magasins, en particulier sur le terrain de l'Asie. Et les spécialistes de ce domaine comme beaucoup d'autres dans le métier du luxe savent que la combinaison industrie et vente au détail est un art délicat et un chemin semé d'embûches. Et ils ne sont pas seuls sur ce chantier. Il faut compter

Les Champions de la lunetterie

sur d'autres compétiteurs cités auparavant tels Marchon détenu par le groupe VSP Vision Care, De Rigo bien placé en Espagne et Grande Bretagne, Mondottica dont le siège est à Hong Kong, Kering Eyewear de la financière Pinault ...et le 3^e géant, l'Italien Marcolin. Quant à Hal en France, qui détient à travers de GrandVision les chaînes Grand Optical, Générale d'Optique, Solaris et Vision Express, il se constitue un empire européen qui relance les batailles chez les spécialistes de l'optique. Cependant la stratégie d'intégration dans les réseaux de distribution en France est une menace limitée car les enseignes coopératives, et à un degré moindre les succursales et centres mutualistes, restent à l'abri de l'appétit des géants de la lunette.

Nous voici au début 2017

Déjà surprise par le chambardement provoqué par l'annonce de la fusion entre Essilor, le numéro 1 mondial des verres correcteurs et Luxottica (Cf. EssilorLuxottica) le géant italien de l'optique, la presse apprend que LVMH a l'intention d'entrer dans le capital non coté du Vénitien Marcolin à hauteur de 10%. Le cours de Bourse de Safilo dévise de 14%. L'affaire est retentissante car la licence Dior qui appartient à la galaxie de LVMH représente 15% des revenus de la firme. Elle est la seule à être renouvelée jusqu'en décembre 2020 parmi les autres marques. Et Safilo produit d'autres lunettes telles Céline dont le contrat se termine à la fin 2017 (3% des ventes dans le monde). Déjà en 2016, elle a perdu la licence Gucci du groupe français Kering Eyewear quand celui-ci décida de reprendre la main sur l'activité lunettes. La non-reconduction de ces contrats annoncerait un terme fatal à l'entreprise.

Et l'intention du groupe de luxe LVMH de Bernard Arnault, un concurrent gigantesque de l'ex-PPR de François Pinault devenue Kering Eyewear en 2013 est similaire à celle formulée à l'encontre de Safilo : assurer un meilleur contrôle qualitatif sur la production de ses marques propriétaires. Il a la capacité financière pour s'insérer dans

Les Champions de la lunetterie

le métier de l'optique ! L'objectif avoué de LVMH est le même quand il abandonne le groupe LOGO de Morez (Cf. ci-dessus) en lui reprenant les licences des lunettes TAG Heuer et Fred en décembre 2016. Les reproches concernaient une « gestion défaillante » qui justifiaient de ne pas renouveler le contrat d'exploitation.

C'est l'aventure complexe de Safilo qui est racontée depuis sa création et les années de haute fortune précédant ses ennuis dus au va-et-vient des marques, à la concurrence et aux changements d'objectifs de ses licencieurs, particulièrement du groupe Gucci de la Kering et celle de LVMH de la société-mère Christian Dior.

Qui est Safilo ?

La marque Safilo est née en 1934 pour la production de verres de prescription et une large gamme de lunettes de soleil et de montures pour la vue. Inspirées du style hollywoodien avec des formes rondes ou allongées, elles sont réalisées en celluloid. La guerre limite la production à un seul modèle et deux couleurs, ambre et brun rouge clair, vendu aux Allemands. Dans les années 50, la marque Safilo vise la qualité et séduit les générations prisant le look américain et les modèles sportifs. La croissance économique revenue dans les années 60 autorise la mise en œuvre d'une ambition à la hauteur de la mine d'or de l'objet « lunettes » devenu un accessoire sinon utile du moins un sujet du paraître. L'innovation se poursuit dans les années 70 par le développement des montures métal et la mise en œuvre du brevet des charnières de la collection Elasta. Réputées pour leur élasticité, elles se tassent à l'ouverture et se déploient à la fermeture, tout en offrant une tension constante des branches. Dans les années 80, la marque s'adapte en permanence aux goûts des consommateurs : praticité, légèreté, excentricité et usage du titane hypoallergénique et très résistant. La gamme très complète évolue encore au début du

Les Champions de la lunetterie

nouveau siècle avec un design avant-gardiste et sophistiqué comme les modèles Safilo Diamonds rehaussés de cristaux clinquants ou la lunette Safilo Design très contemporaine.

Les turbulences de SAFILO

Le parcours parsemé d'embûches s'est poursuivi pendant ces 15 dernières années avec panache et imagination économique. Sans remonter au siècle précédent, les étapes franchies se résument dans l'inventaire des prises de participation, contrats de licences et autres événements remarquables.

Depuis 1984, un contrat de production et de distribution de lunettes lie Safilo et Gianfranco Ferré dont la griffe est connue depuis 1974 pour ses lignes de parfums, ses collections haute couture et grandes tailles créées avec un sens aigu des volumes plus ou moins extravagants. Déjà installé à Milan le richissime créateur inaugure en 2003 une boutique de 400 m² avenue Montaigne à Paris. Mais en 2002, la maison est rachetée en partie par la filiale Allison de la société Holding Groupe IT où Ferré est actionnaire majoritaire, ce qui lui permet de concentrer les activités de sa marque et de créer GF Ferré ainsi que des lignes de bijoux et d'horlogerie vers 2005. Après le décès du fondateur en 2009 et une collaboration avec une succession de stylistes en duo, la marque propriété d'IT Holdings est cédée à Paris Group, une société des Emirats, lorsque survient la crise financière en 2011.

Au début de 2002, Safilo et Yves Saint Laurent, filiale de Gucci, finalisent un accord de licence prévu jusqu'en 2007 pour le développement, la fabrication et la distribution des lunettes du couturier qui ferme sa maison de haute couture. C'est Tom Ford, l'homme fort de la création du prêt-à-porter, qui développe la première collection. Ce contrat va relancer la marque et va renforcer la présence de Safilo dans le segment supérieur du marché.

Les Champions de la lunetterie

Car Safilo, en se portant acquéreur de nombreuses griffes, espère contenir les producteurs asiatiques, dont Moulin International de Hong Kong. Car il a sous-estimé ces derniers alors qu'ils se sont portés acquéreurs de Filos, United Optical et Metzler International, qui rachète en 2003 Nigura Optik, la filiale de Rodenstock, détentrice des marques Enjoy, Nigura, Feraud, Reebok... et plus tard Claudia Schiffer, le célèbre mannequin après Chanel (qui a lancé une collection de pulls en cachemire en 2011)!

Et Safilo ambitionne de faire obstruction aux prétentions des italiens Luxottica et Marcolin. Safilo détient des licences de Gucci de Kering Eyewear et Dior de LVMH depuis 1999.

La marque Armani détenue par Luxottica depuis 1988, entre dans le catalogue pour une dizaine d'années avant de réintégrer le leader mondial en 2013. Le bouclage de l'exercice 2003 s'annonce glorieux avec un chiffre d'affaires d'un milliard d'euros, mais son président Vittorio Tabacchi signifie que son groupe restera un fabricant en Italie et en Autriche depuis le retrait du titre à la bourse de Milan. Toutefois, il a mis les pieds en Chine où il sous-traite chez deux gros producteurs de Shenzhen. Et il ne néglige pas les introductions de nouvelles marques en 2007 avec le contrat de la marque Banana Republic de Gap Inc (habillement et accessoires) qui concerne le design, le développement, la fabrication et la distribution pour le marché nord-américain.

Une nouvelle collection solaire du joaillier Boucheron créée par Solange Azagury-Partridge de Gucci Group est lancée en octobre 2003. Cette licence était détenue depuis 1994 par Henry Jullien (Cf. chapitre dédié L'Amy et Zenka Diffusion France Autres) de Lons-le-Saunier qui en assurait la production et la diffusion par l'intermédiaire de sa société Office de Distribution internationale de lunettes d'exception Odile (radiée en 2008). Ces lunettes haut de gamme, « qui habillent le regard » s'adressent à une clientèle exigeante séduite par leur élégance et le côté précieux des branches.

Les Champions de la lunetterie

Malgré la crise naissante, Safilo continue à se développer en misant sur les facteurs qualité, sélectivité de la distribution et amélioration du service aux clients. En 2003, faisant suite à un désaccord relatif au design des produits et au chiffre d'affaires minimum exigé par les propriétaires, Safilo profite pour la décennie suivante de la reprise de la licence des griffes Emporio et Giorgio Armani chez Luxottica. Les collections Bottega Veneta et Stella McCartney s'ajoutent au portefeuille. Elles y seront exploitées et reconduites jusqu'en 2010 pour la première et 2008 pour la deuxième qui rejoint Luxottica. La prolongation court pour un autre phare Alexander McQueen jusqu'en 2013, ainsi que la marque Gucci elle-même au-delà de 2017.

Mais en 2009, Safilo frôle la faillite. La crise économique n'a rien arrangé aux affaires. Depuis son introduction en Bourse, le cours de l'action a dégringolé de 80%. Fort heureusement le groupe Hal Holding réinjecte 283 millions dans la société de Padoue après plusieurs tentatives infructueuses de recherche d'argent frais auprès des investisseurs PAI Partners français et Bain Capital LLC de Boston. La direction lance un plan de restructuration industrielle qui touche les usines d'Italie et en Europe. Des rapprochements sont tentés dans l'ombre avec le chausseur Tod's qui acquiert 2% du capital en septembre 2009, espérant un deal avec Marcolin où sa famille détient 40% et la licence des lunettes Tod's. Sans résultat positif !

Hal Holding, qui contrôle 3500 points de vente d'optique en Europe (dont 522 en France avec les enseignes GrandVision, GrandOptical et Générale d'Optique), se lance dans le sauvetage de la firme en difficulté. Il limite sa participation dans le capital de Safilo et observe la situation de l'entreprise avec prudence. Au-delà de la majorité absolue, elle risque de voir les licences retirées. Le fonds hollandais rachète les chaînes de boutiques espagnoles (Loop Vision) qui s'ajoutent à celles de Mas Vision de Hal, australiennes (Just Spectacles) et chinoises que Safilo avait acquises en 2007 et 2008 pour débiter une nouvelle orientation stratégique sur la distribution

Les Champions de la lunetterie

de détail de ses lunettes haut de gamme. La société garde sa chaîne de lunettes de soleil Solstice aux Etats-Unis mais est contrainte de céder sa participation de 60% dans les Sunglass Island au Mexique (45 boutiques). Après ces opérations, le conglomérat Hal-Safilo dispose de 4300 points de vente essentiellement en Europe, contre 6200 pour Luxottica dont les deux-tiers aux Etats-Unis.

En 2011, Safilo poursuit sa route malgré la crise. Depuis le début de 2000, un contrat le lie à Valentino, la maison de Haute Couture fondée en 1959 par V. Garavini après trois années chez Dessès et Guy Laroche. Sa société sera rachetée en 2002 par Marzotto SpA, une ancienne société de fils de laine implantée en Vénétie. La marque de ses lunettes est présente dans 70 pays. En acétate ou en métal, parfois parées de cristaux Swarovski, glamour parfois papillon pour les femmes, de forme aviateur pour les hommes, elles sont classées parmi les produits de gamme supérieure. Malgré la participation réciproque des dirigeants de Safilo et Valentino, la fabrication s'arrête à la fin 2011. De la même façon, la licence Balenciaga détenue depuis 2007 va quitter le portefeuille de Safilo.

Malgré les déboires et ennuis financiers, les innovations enrichissent la liste des modèles. En 2011, Gucci et Safilo annoncent la sortie d'une ligne dite « éco-friendly » aux couleurs havane rouge et vert, et d'une collection Gucci Eyeweb fabriquée à partir de graines de ricin et d'« acétate écologique ».

Mais en 2014, la famille Pinault confiant dans l'avenir du secteur de l'optique, prend l'initiative d'exploiter et de contrôler la chaîne de valeur de ses marques dans une entité spécialisée dans la lunette de luxe et le sport, la Kering Eyewear. Elle est dirigée par Roberto Vedovotto un ancien PDG de Safilo. La collaboration vieille de 20 ans pour la monture Gucci s'éteint par anticipation du giron italien à la fin 2016 avec une indemnité de rupture de 90 millions d'euros. Les autres griffes de luxe Bottega Veneta, Saint Laurent, Alexander McQueen et McQ sont reprises en direct à partir de mi-2015. Les

Les Champions de la lunetterie

autres subiront plus tard un sort semblable (Puma, Balenciaga, Boucheron et Stella McCartney). Le processus créatif reste sous l'autorité des directeurs artistiques. Cependant un accord de partenariat stratégique de production est conclu avec Safilo ; il couvre la fabrication et la fourniture pour le compte de la Kering Eyewear à qui la société reverse des royalties.

Cependant, quelques mois après la reprise de la gestion des marques par le groupe Kering, Safilo ne baisse pas les bras. Il revoit son modèle économique relatif à la conception, la simplification du processus de fabrication et de logistique pour abaisser les coûts et améliorer la représentation mondiale. Pour soutenir une croissance viable, il examine avec soin la possibilité d'inverser le déséquilibre entre ses marques propriétaires (30% en 2015) de Carrera, Polaroid, Smith, Safilo et Oxydo et les licences telles Dior, Céline, Fendi, Marc Jacobs et Givenchy du groupe LVMH qui atteignent 70% du Chiffre d'affaires. Notons que cette dernière, commercialisée chez de Rigo depuis 2001, débute le 1^{er} janvier 2016 chez Safilo.

Un plan stratégique ambitieux d'horizon 2020 est dévoilé pour doper le taux de croissance de plus de 6% dans les pays émergents où existe un gisement important auprès des personnes âgées et 10% en Chine où elle couvre 450 villes. L'administratrice Luisa Delgado relativise l'impact du retrait des licences par Kering en arguant du soutien à long terme de son actionnaire néerlandais Hal Investissements dans le développement international, et notamment en Europe où le est sous représenté. Sûre de son flair, la directrice surfe sur l'engouement des accessoires de mode et signe un accord avec Bobby Brown, la reine du rouge à lèvres, pour vendre des lunettes dans les 75 boutiques d'Estée Lauder. Le succès de son plan est annoncé en novembre 2015 par Safilo avec un volume d'affaires en progression de plus de 10% : solides résultats en France et en Italie comme en Allemagne.

Les Champions de la lunetterie

Pour conforter son plan et répondre à tout type de clientèle, Luisa Delgado ajoute à son portefeuille la marque emblématique Swatch The Eyes sur un segment éloigné de celui du grand luxe de Kering et LVMH. Le marché des modèles « mass cool », à l'instar des vêtements Zara, croît plus vite, comme Polaroid caractérisée par ses verres polarisés. La collection est commercialisée au printemps 2016 dans le réseau des boutiques Swatch et dans celui de la chaîne Solstice américaine citée ci-dessus. Il est prévu d'étendre la commercialisation à d'autres régions via les détaillants haut de gamme qui promeuvent le style, l'émotion et le fun. Dans la foulée, Safilo lance les lunettes solaires Havaianas qui expriment la joie de vivre brésilien dont les points forts sont les couleurs franches et l'utilisation du caoutchouc, bord de mer oblige ! Les pré-ados sont ciblés avec Kids by Safilo, Carrerino, Tommy Hilfiger. Malgré les rumeurs persistantes de mouvements d'absorption et de crises sporadiques dans le milieu optique, Safilo engrange en novembre 2016 une nouvelle licence de cinq années à compter de 2018 pour la fabrication et la distribution de lunettes de vue et solaires Rag & Bone (700 magasins dans le monde). Cette marque, créée en 2002 cible le marché américain et anglais.

Quant à la production sur les sites italiens, le choix du « made in Italy » est probant. La capacité y est augmentée de 25%. Les effectifs croissent de 350 personnes pour une réalisation intégrale des produits, du design au contrôle final. Safilo possède quatre usines en Italie, une en Slovénie, une en Chine et une aux Etats-Unis. D'ici 2020, 70% de la valeur produite serait interne grâce à un plan d'investissements massifs dans ces usines et leur gestion informatisée.

Où en est la stratégie de Safilo au début 2017?

Les Champions de la lunetterie

L'impact de l'arrêt de la distribution de Gucci a donné une opportunité de rééquilibrage des marques pour répondre aux besoins des opticiens, en particulier au Benelux et en France. Un pôle atelier, à l'instar de l'atelier Mikli de Luxottica, élabore dans une niche très créative des modèles sur mesure. La marque Oxydo est repositionnée ainsi que Elie Saab en 2017. Les studios des griffes de luxe sont délocalisés là où se recrutent les meilleurs talents, à Padoue, New York,... Les marques contemporaines et « Lifestyle » ne sont pas oubliées et sont renouvelées ; d'autres modèles « Sport & Outdoor » sont repositionnées tels Smith aux Etats-Unis.

Néanmoins, à l'annonce de l'entrée probable de LVMH dans le capital de Marcolin, le cours de bourse du titre Safilo s'effondre à Milan. L'accord permettrait de mieux dominer le contrôle de la qualité des lunettes. Or, après la perte de la licence Gucci de Kering Eyewear, celle de Dior de LVMH est réattribuée jusqu'à la fin 2020. Comment réagit la PDG Delgado ? Laissons-la parler :

« Je considère les grandes manœuvres en cours comme une opportunité, pas une menace. Le marché de l'optique doit se moderniser. C'est important pour le consommateur. Mais cette intégration verticale ne doit pas renforcer des monopoles. Il faut qu'elle bénéficie aux consommateurs, en laissant le choix des marques et des prix dans les points de vente.. ; Quant aux alliances notre volonté est de rester une entreprise indépendante et de travailler avec tous les distributeurs, du luxe au mass market, en proposant un large choix. Nous pensons que ce positionnement permet de créer de la valeur pour le marché et nos actionnaires... Nos lunettes sont vendues dans 99.000 points de vente et 39 pays... Safilo détient 25 licences de montures. Chacune a des dates d'échéances et mon rôle est de gérer ces plannings. Nous avons 5 licences avec LVMH. Céline va s'interrompre fin 2017 et, bien sûr, nous le regrettons. Dior vient d'être renouvelé jusqu'en 2020. Fendi court jusqu'en 2022, Givenchy 2021 et Marc Jacobs 2024. L'ensemble représente environ 340 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ma mission n'est pas de remplir le réservoir, quand une licence s'interrompt, mais de suivre les tendances du marché. Après le départ de Gucci, que nous vendions dans 40.000 points de vente, nous n'avons pas cherché un remplaçant. Nous sommes en quête de petites marques à fort potentiel qui répondent aux attentes des Millennials (« génération sans pareille »). Aujourd'hui, je reçois 2 à 3 demandes de licences par semaine »

Les Champions de la lunetterie

En 2017, Safilo signe une licence de sept ans avec Rebecca Minkoff pour la conception, la fabrication et la distribution mondiale de collections optiques. Cette styliste modéliste américaine est propriétaire de la collection Rebecca Minkoff. Son frère, Uri Minkoff en est le PDG. La marque de lunettes de Lucia Porchelli Moschino (maison d'accessoires de luxe en cuir fondée en 1983) apparaît dans le portefeuille de Safilo après un passage chez AVM 1959(Cf.chapitre dédié)

En 2018, Luisa Delgado est remplacée par Angelo Strocchia, nouveau patron de Safilo. Il table sur la capacité de développement des produits et sur l'adaptation de son réseau de distribution mondiale. A la fin de l'année, Safilo signe un nouvel accord de licence (détenue par AVM 1959) avec la marque de mode italienne Missoni jusqu'en 2029, renouvelant un vieil accord des années 80.

Cet optimisme de Safilo sera-t-il de courte durée ?

LVMH s'apprête à rentrer dans le capital de Marcolin (voir chapitre suivant) et à constituer une co-entreprise dont il détiendra la majorité des parts. La conception et la fabrication des lunettes pour Céline et Louis Vuitton en 2018 constituent les premiers pas pour le contrôle du cycle de production et des marques... et de surcroît permet de capter un supplément de marges reprises à Safilo !

Groupe MARCOLIN **et** **PAI Investments** (Longarone- Italie)

Les annonces de fusion, absorption, pertes de licences, résultats déficitaires ou en forte régression précèdent souvent une réaction de la Bourse à la hauteur de l'événement : sitôt connu l'accord entre Essilor et Luxottica le 16 janvier 2017, le titre du premier s'envole de 13,5% et celui de second s'effrite de 9 points pour remonter à 14%. Celui de Safilo s'écroule de 6% lorsque LVMH déclare constituer une co-entreprise eyewear en 2018 avec Marcolin dont il détiendra 51% des parts, devenant le partenaire privilégié dans le secteur de la lunetterie. L'objet consiste à concevoir et à fabriquer des lunettes à l'effigie de Céline et Louis Vuitton, propriétés du groupe Gucci de LVMH. Le divorce à l'italienne avec le groupe Safilo s'est réglé avec deux ans d'avance par une indemnité de rupture de 90 millions d'euros. Le chiffre d'affaires devrait alors chuter de 350 millions d'euros pour la société de Padoue. Elle avait déjà perdu la marque Gucci en 2014 quand la maison de François-Henri Pinault (PDG depuis mars 2005) décida de créer sa propre société productrice de lunettes, la Kering Eyewear en 2013.

Le groupe Marcolin est né à Belluno en Italie. Son activité s'organise autour de deux familles de lunettes dont l'essentiel est tiré du savoir-faire italien :

Les Champions de la lunetterie

-montures dont Marcolin, marque propriétaire, et sous licences examinées ci-après.

-lunettes de ski, reprises à Cébé de Morez Jura.

La répartition du chiffre d'affaires tourne autour de 22% pour les Etats-Unis et 55% en Europe.

La saga de la maison Marcolin vaut un détour mérité tant la démarche de l'entreprise est remarquable de clairvoyance :

Giovanni Marcolin Coffen fonde en 1961 en Vénétie une société destinée à la réalisation de branches de lunettes plaquées d'or laminé. Il la nomme « Fabrique Artisanale ». Après trois années, elle adopte une autre appellation Marcolin Occhiali Double, du nom du laminé utilisé dans la fabrication. En 1967, la première ligne de lunettes est présentée dans un nouvel établissement à Vallesella di Cadore. En 1968, un réseau de huit distributeurs est mis en place aux Etats-Unis. La première filiale est installée en France en 1976 puis en Suisse et Allemagne. En 1983, le groupe Marcolin signe une participation avec le distributeur Marchon Inc, titulaire de la licence Calvin Klein qu'il détient encore en 2017. Les volumes produits atteignent le million d'unités. L'année suivante, la fabrication d'acétate est transférée à Longarone, suivi en 1985 par le siège social. Des filiales sont constituées en 1989 au Portugal et en Grande-Bretagne précédées de peu par l'installation d'une succursale en Espagne. La société commerciale Emmepivi, titulaire des licences des griffes Mila Schen et Lancetti, est achetée en 1989 par Marcolin à travers la reprise de la société Financière Finacom S.p.a. détentrice de 100% des parts.

C'est le début d'une longue série de négociations de contrats de licences :

En 1994 Marcolin acquiert la totalité de la société Orama, dénommée plus tard Marcolin & Cie qui détient moult licences dont Gerald

Les Champions de la lunetterie

Genta, connu dans le monde feutré de l'horlogerie de luxe. Puis l'avalanche de licences remplit le répertoire des marques: Dolce & Gabana, Replay, Chloe, Miss Sixty, Cover Girl, Montblanc,....

Un accord est signé en 1999 avec Roberto Cavalli un styliste italien qui avait inventé une technique d'impression sur cuir révolutionnaire en 1970 et qui s'était fait connaître par sa collection à son nom au Salon du Prêt-à-porter de Paris et sa première boutique à Saint-Tropez. Ses créations comprennent des sous-vêtements, chaussures, montres, parfums... et lunettes, dont Just Cavalli et Robert Cavalli encore dans le catalogue 2017.

La même année, l'acquisition de Cébé de Morez, spécialiste des masques de ski et lunettes de sport, lui procure la notoriété pour entrer en Bourse. Marcolin souffrait de son absence dans un accessoire du sport de glisse, réputé dans ce domaine depuis l'époque du champion J.C.Killy. Malheureusement, le repreneur décide de retirer la production du site jurassien pour la confier partiellement à l'Italie et à la Chine. La fin de l'entreprise malmenée se conclut par un dépeçage, puis la cessation complète de la fabrication à Frasne et la fermeture du siège social de Pontarlier en 2007. 92 personnes sont licenciées. En fait, il ne reste rien de l'entreprise du n°12 Avenue Charles de Gaulle à Morez, ni dans les bureaux parisiens. Le dernier épisode de la balade de Cébé est l'annonce en 2009 de la vente de la marque à Bushnell Outdoors Products, spécialiste de matériel d'optique de sport (Cf. chapitre dédié). Cette société américaine du Kansas (Overland Park) détient les licences Serengeti, Tasco, Bushnell et Bollé. En 2011 la maison mère crée Bushnell Eyewear, implantée à Suresnes et chargée de superviser le développement de ses marques en Amérique du Nord, Europe, Moyen-Orient, Asie.

Mais revenons à Marcolin.

Les Champions de la lunetterie

Le début du 21^e siècle est marqué par une succession d'accords dont la griffe Miss Sixty. Créée en 1991 et dédiée aux femmes, la valeur sûre du prêt-à-porter branché, se décline aussi dans la bagagerie, les parfums et naturellement dans l'optique!

En 2001, le Groupe Marcolin multiplie ses emplettes aux Etats-Unis: Créative Optics Inc, spécialisée dans la distribution de lunettes optiques. La même année, c'est l'inauguration de la filiale Marcolin Do Brasil. Le paraphe avec le créateur italien Ennio Capasa de la licence des lunettes de soleil Costume National est officialisé; le produit est caractérisé par des verres sombres, une légèreté inégalable et une esthétique enveloppante, à l'instar de son homologue, la The North Face destinée aux amateurs de grand froid dont Marcolin prend la licence la même année. Dans la foulée, le portefeuille s'enrichit de la licence Montblanc ainsi que Cover Girl, puis en 2002 c'est le renouvellement de la Replay Eyes, imaginée en 1997 par Claudio Buziol, au style décontracté et cool (la marque est dans les mains de Lucia Porcelli en 2017).

En 2003 et les cinq années suivantes, la course aux licences se poursuit: Kenneth Cole, Timberland. Les lignes Cavalli et Tom Ford International sont renouvelées. De nouveaux accords pour Dsquared2, apparaît encore sur les annuaires spécialisés ; cette monture a séduit en son temps Madonna, comme Tod's et Web. Les Hogan portées par Jennifer Lopez et John Galliano embellissent la liste pendant quelques années.

Ces modèles rejoignent la Swarovski Eyewear. La collection précédente, Daniel Swarovski Crystal, considérée trop coûteuse en fabrication est arrêtée en 2010 chez Silhouette International où les cristaux sont appliqués manuellement en Autriche; la nouvelle monture rentre chez Marcolin, « un partenaire expérimenté en matière de design et qui rendra hommage aux produits Swarovski qui expriment la poésie de la précision ». Cette griffe et Diesel de

Les Champions de la lunetterie

l'Italien Renzo Rosso (connu pour ses jeans, montres et parfums) s'ajoutent au catalogue des 18 distribuées par la société en 2010.

En 2012 Marcolin annonce la signature d'un contrat de licence (cinq ans) avec Balenciaga et en renouvelle d'autres pour plusieurs années. Il démontre la vitalité du Groupe mais aussi la volonté et la philosophie de l'une des principales sociétés européennes de capital-investissement : PAI Partners qui acquiert les parts majoritaires dans une optique à long terme, à l'instar de Paribas dont elle est issue. Ainsi, le groupe Marcolin, présent en 2015 dans 127 pays avec 1750 employés est contrôlé à 80% par le fonds français.

Et les affaires se multiplient : fin 2013, épaulée par PAI Partners, la firme signe un accord de rachat d'actions avec HVHC Inc., une société de portefeuille qui doit permettre de se porter acquéreur de Viva International, le deuxième acteur indépendant dans le secteur de la lunette aux Etats-Unis (Guess, Harley Davidson, Gant,...). La licence Catherine Deneuve lancée par Viva en 1989 fait partie du cadeau de mariage ... et de ce fait du portefeuille Marcolin! Cela participe à la stratégie d'implantation dans un large créneau ciblé sur les produits de large consommation américain, complétant ainsi les forces axées sur le luxe en dehors de l'Europe et l'Asie où Marcolin est présent depuis des décennies. Un renouvellement d'accord de la marque Covergir avec Procter & Gamble sur le marché US est également ratifié.

Les deux groupes Marcolin et Zegna signent en 2014 un contrat pour la production et distribution des lunettes des deux griffes. La marque italienne Zegna, fondée en 1910, réputée pour ses tissus les plus fins au monde et plus tard pour le prêt-à-porter et les accessoires, compte plus de 500 boutiques dans une centaine de pays. Sa filiale Agnola, créée en 1953, est une marque de luxe spécialisée dans la confection de vêtements en lainage délicat.

Pour doubler sa production en Italie, l'achat d'une nouvelle usine à Longarone s'avère impérative pour respecter le Made in Italy que

Les Champions de la lunetterie

s'impose Marcolin et surtout pour satisfaire la demande poussée par les accords précédents. Ce qui ne suffit pas puisque la création d'une société commune paritaire, Ginlin Optical Shanghai est mise en œuvre en novembre 2014 avec Ginko Group spécialisé dans l'optique pour favoriser la distribution directe et conforter sa présence dans ce pays stratégique, la Chine.

L'année 2015 est prolifique en accords, renouvellements de licences et création de centres de distribution: collaboration avec la marque Marcelo Burlon County of Milan, prolongation de la licence Timberland avec le groupe TBL Licencing LLC, reconduction de Montblanc International. Cette dernière marque, propriété de Richemont, entre en 2018 dans le portefeuille de Kering Eyewear. Tom Ford est prolongé jusqu'en 2029. Les doudounes Monclair et Marcolin signent un accord mondial pour l'exploitation de la licence eyewear dès le début 2016; les lunettes inspirées des années 70 sont de style rétro avec des écrans latéraux en cuir et des branches caractéristiques pour la haute altitude. Le contrat avec Dsquared2 est consolidé par anticipation.

Une filiale est ouverte en Suède dénommée Marcolin Nordic ; elle couvre également le Danemark, la Finlande, l'Islande et la Norvège. Les accords pour les marques Candie's, Bongo et Rampage Eyewear sont renouvelés avec le groupe Iconix Brand jusqu'en 2020. Initialement acquises par Viva International en 2008, elles sont gérées par Marcolin.

En 2016, l'aventure se poursuit avec Omega par la création d'une collection de solaires disponibles dans les magasins du monde entier de l'horloger suisse qui libère sa créativité dans de nouveaux modèles d'expression.

En 2019, la liste des marques du portefeuille de Marcolin est la suivante (France et autres pays):

Les Champions de la lunetterie

Tom Ford, Balenciaga, Moncler, Ermenegildo Zegna, Montblanc, Roberto Cavalli, Tod's, Emilio Pucci, Swarovski, Dsquared, Diesel, Just Cavalli, New York, Timberland, Guess, Gant, Marciano, Catherine Deneuve.

Le début de l'exercice 2017 est marqué par une nouvelle agressive dans le milieu de l'optique. Bernard Arnaud, du groupe français de luxe LVMH et Giovanni Zoppas, PDG de Marcolin propagent l'idée d'un projet de création d'une co-entreprise à partir de 2018. Le signal avant-coureur fut d'abord le non-renouvellement du contrat Céline chez Safilo à la fin 2017. En prenant une participation de 10% par une augmentation de capital et 51% des parts de la nouvelle société Eyewear, LVMH pourra contrôler la production et la commercialisation des lunettes haut de gamme liées à ses marques. Mais la contribution de l'actionnaire majoritaire (le fonds d'investissement français PAI Partners depuis 2012 avec 80%) pour les cinq prochaines années s'élèvera à plus de 20 millions d'euros.

Cette stratégie de LVMH va se généraliser à terme, les marques reprenant peu à peu la main sur la filière traditionnelle, ceci pour accélérer le rythme de la production et mieux choisir les canaux de distribution. Les délais très longs des fabricants qui ne sont pas calés sur le cycle de la mode sont donc devenus préjudiciables aux entreprises liées aux grands groupes par des accords de licence ; c'est le crépuscule des méthodes de distribution de lunettes griffées en échange de commissions sur les ventes.

En février 2018, la joint-venture Thélios née de ce rapprochement lance sa première collection Céline, reprise à Safilo. Giovanni Zoppas est vice-président exécutif de Marcolin et CEO de Thélios. Cette entité possède son propre site de production à Longarone. Les prochaines lignes à venir sur le marché : Loewe, Fred et Tag Heuer, ces deux dernières perdues pour Logo à la fin 2016.

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie

De RIGO VISION

et

De Rigo Holding BV

C'est naturellement dans la péninsule que se trouvent les ports d'attache des fabricants de lunettes italiens. Si les Luxotticca ont investi à Agardo, Marcolin à Vallesella di Cadore et Longarone (province de Belluno), Santa Maria di Sala près de Padoue pour Safilo, les frères de Rigo se sont aussi installés en 1978 à Longarone sous le nom de Charme Lunettes. Cette petite société artisanale de 30 ouvriers sous-traitait des lunettes de vue et de soleil pour des tiers.

Puis l'entreprise prend son élan en lançant en 1983 sa première marque de lunette de soleil unisexe et révolutionnaire Police, inspirée du mode de vie américain et destinée aux jeunes. Dans la ligne de sa stratégie, la société intègre en 1992 la maison Lozza, la plus ancienne marque du pays (fondée en 1878). Le savoir-faire stylistique et technologique fait partie de l'acquisition : premières montures en cellulose dès 1920, reconnaissables par leurs formes compliquées, lancement du modèle légendaire Christophe.

En 1985, la société Argosol, propriété des Rigo, implantée à Pieve di Cadore, lance la marque Sting destinée aux jeunes sportifs et branchés. Puis la Rolling, moins agressive pour une cible moins jeune, s'ajoute au catalogue.

Les premières filiales sont mises en place en Allemagne et en Autriche en 1988. C'est le début d'une succession d'acquisitions. Les productions sous licence des lunettes pour les plus grandes maisons de mode démarrent en 1992, grâce à la longue expérience d'Argosol dans la conception de ses propres marques. Une nouvelle succursale s'ouvre en France à Arbent (Ain) en décembre 1992. Des agences sont ouvertes en Espagne, Hollande et Royaume-Uni en 1995.

Les Champions de la lunetterie

La croissance est en marche, l'introduction en Bourse réussie, un accord de licence est signé pour la marque Fila. Cette société, créée en 1911 à Biella (Piémont), évolue des vêtements de montagne vers le sportswear de haute tenue et sponsorise les champions du tennis mondial. Elle se positionne aussi sur les lunettes dont le renom a percé aux USA dans les années 70.

En 1997, il faut construire une seconde unité à Longarone. Le modèle Police se déploie à grande vitesse, d'autant que la ligne de parfums de même nom est lancée et qu'une nouvelle licence est paraphée avec la marque Etro. Cette fabrique de textile née en 1968 a travaillé pour de nombreuses maisons de couture séduites par la qualité de son offre. La première boutique Etro est implantée à Milan en 1983 et développe une gamme complète d'accessoires dont les lunettes. (La marque sera dans les mains de Marchon en 2014 et y apparaît encore en 2019. L'achat d'un réseau de distribution s'avère indispensable pour promouvoir les produits de Rigo, dont celui de la lunette Police. L'acquisition de la société anglaise Dollond & Aitchison en 1998 stimule la publicité qui lui manquait. Cette chaîne optique majeure dans le pays, la plus ancienne dans le monde avec ses 400 points de vente, est connue pour ses fournitures à la famille royale. Les emplettes se poursuivent avec la chaîne ibérique Général Optica dotée de 112 magasins. L'expansion de De Rigo continue en Asie avec l'ouverture de filiales au Japon et Hong Kong.

De nouveaux contrats sont signés en 2000 avec le groupe Prada (pour la commercialisation de leurs verres) et LVMH pour la distribution des lunettes de soleil Loewe et Givenchy. L'année 2001 voit le groupe de luxe français (propriétaire de la maison de haute couture Givenchy) entrer dans la société italienne à hauteur de 5%. Le partenariat stipule que la gamme Givenchy fabriquée par Logo SA soit transférée à De Rigo qui distribue déjà ses marques Céline, Loewe dans le monde entier (la licence sera encore renouvelée en 2014). Cette décision, préjudiciable aux ateliers jurassiens (et mortelle à la

Les Champions de la lunetterie

fin 2016 lors du retrait des griffes Tag Heuer et Fred), confirme la volonté du licencieur de participer à la production et la vente de ses modèles. Les liens croisés entre maisons de couture, fabricants et distribution des modèles qui portent leur nom les incitent à agir ainsi, imitant ainsi la concurrence (Cf. Safilo et Ferré par exemple).

L'année 2001 voit le déménagement du siège social De Rigo à Longarone et les deux filiales Lozza et Dierre fusionner avec la maison-mère. Les investissements en communications suivent avec de nouvelles campagnes de publicité des lunettes propres à de Rigo :

- Police avec George Clooney puis David Beckham en 2004.
- Sting qui change de visage avec le footballeur Gabriel Batistuta suivi par le pilote Michael Schumacher, le ballon d'or italien Fabio Cannavaro en 2006, sera mis en valeur avec la ligne de lunettes Yamamay en 2010, de l'entreprise milanaise Inticom Spa, leader dans les sous-vêtements.

- La licence de marque Furla a aussi intégrée le catalogue de Rigo : La maison Furla, née en 1927, se distingue par ses créations innovantes dans les sacs à main acidulés (l'icône, « the boarding bag » transparent, est bien pratique pour faciliter les contrôles de sécurité !). Les lunettes interprètent l'esprit italien avec une touche intemporelle. En difficulté dans les années 2000, toujours contrôlée par la famille, Furla est en pleine renaissance en 2016 et revient sur le devant de la scène des marques premium d'accessoires.

En 2005, la nouvelle filiale De Rigo Vision est dédiée à la vente en gros des productions, alors que des accords de licences étoffent le portefeuille de la firme : Escada, Ermenegildo Zegna (Cf. Marcolin), Chopard. Les lunettes de la maison Chopard Eyewear de joaillerie et d'horlogerie suisse fondée en 1860 sont à l'image sophistiquée de ses bijoux en pierres précieuses et plaqués or 23 carats. Elles sont créées par les mains habiles des artisans De Rigo, en particulier pour le

Les Champions de la lunetterie

partenaire historique de la course des Mille Miglia des voitures de collection. Le contrat liant les deux sociétés est renouvelé plusieurs fois et en 2017, comme Escada. La même année, la famille De Rigo déclenche une OPA sur tous les titres de De Rigo Spa contrôlée par De Rigo Holding BV détenue par les deux frères Enio et Walter. Elle décide de quitter la bourse de New York et de lancer la ligne de bijoux Police.

Police fête ses 25 et 30 années de légende ; le chanteur Bustamante porte son flambeau en Espagne et le footballeur Neymar en devient l'ambassadeur en 2013. Lozza célèbre sa 125^e année et la pop star Mika assure sa promotion en 2012. De nouvelles agences sont implantées au Portugal (Mais Optica) et en Chine. Le chanteur Sato Atsushi du groupe boys band Exile est devenu l'Ambassadeur de la marque pour le marché japonais. Un Joint-Venture avec Marr International (société de New York spécialisée dans la promotion et la distribution de marques de luxe) favorise l'entrée sur les marchés américains et canadiens.

Entre 2013 et 2016, des licences de marques sont signées :

-Lanvin, la plus ancienne maison de couture française créée en 1889 par Jeanne Lanvin. Propriété en 2001 d'une femme d'affaires taïwanaise Shaw-Lan Wang, elle regroupe des activités de prêt-à-porter et d'accessoires dans 400 points de vente sur la planète et 32 boutiques en propre.

-Carolina Herrera New York, l'ancienne créatrice vénézuélienne des robes de Jacqueline Onassis.

-Zadig & Voltaire, fondée par Thierry Gillier, est récupérée par de Rigo en juin 2015, faisant suite à la fin d'un contrat liant la griffe à Grasset Associés (Cf. chapitre dédié)

-Blumarine de la société internationale formée en 1977 par Anna Molinari à Carpi (Emilie-Romagne), connue pour ses articles de lingerie et accessoires divers.

Les Champions de la lunetterie

-Trussardi à partir de 2016. Cette marque prestigieuse dans l'univers de la mode et du design d'intérieur a fêté son 100^e anniversaire avec l'édition limitée de la lunette Trussardi 1911 de forme aviateur et au logo en forme de lévrier. La collection est détenue jusque-là par le groupe Charmant japonais (Cf. chapitre dédié)

-Nina Ricci: la licence de Puig Fashion Division, détenue par le Groupe L'Amy (Cf. chapitre dédié) entre dans le portefeuille de De Rigo Vision en septembre 2015.

-Dunhill : la marque de luxe anglaise créée pour les automobilistes a renforcé la liste des licences du groupe français Aïress en 2002 après un passage chez Luxury Eyewear International. Signée pour cinq années en 2005 avec le groupe italien Allison, rebaptisé AVM 1959 en 2016(Cf. chapitre dédié) en référence à son histoire, la marque est constamment renouvelée.

Fort de ses succès en Europe et Asie, l'Italien renforce sa position aux Etats-Unis en acquérant en 2016 un grand distributeur de montures, l'entreprise familiale REM Eyewear rebaptisée De Rigo REM. La maison-mère se situe alors dans le peloton de tête des plus grands fournisseurs de lunettes sur la planète, après Luxottica, Safilo, Marcolin. L'élargissement du portefeuille de licences est remarquable :

- Converse : la marque créée en 1908 et célèbre pour ses basquets, est chez Lunettes Grasset Associés (LGA) depuis 2003. Le contrat signé en 2008 par Converse Eyewear chez REM Eyewear est prolongé jusqu'en 2012. Cependant, un partenariat est conclu en 2010 entre celle-ci et Mondottica (Cf. chapitre dédié) avec la mise en œuvre d'une joint-venture Remdottica Ltd basée à Nottingham pour la production et la distribution au Royaume-Uni, Irlande, France, Espagne.

-La collection s'élargit avec les marques Lucky Brand, Jones New-York, Jonathan Adler et celle de John Varvatos (un ancien styliste de Polo Ralph Lauren et de Calvin Klein qui crée sa propre maison de

Les Champions de la lunetterie

lignes de vêtements en 1999, élargie aux accessoires : montres, sacs, lunettes).

De Rigo Vision renforce sa présence en ouvrant De Rigo Vision Middle East à Dubaï pour tous les pays environnants du Moyen Orient.

Face aux groupes EssilorLuxottica, Thélios, Safilo et la Kering Eyewear (Cf. chapitre dédié), De Rigo affronte le marché pas à pas en devenant l'alternative indépendante des opticiens.

En 2017, le portefeuille De Rigo reflète l'esprit luxueux et les dernières tendances de la mode. La liste des licences propres et des griffes sous licences se présente ainsi en 2019 chez de Rigo France (repérées par un astérisque *) :

-Marques propres : Police*, Lozza*

-Marques sous licences:, Chopard*, Dunhill*, Escada*, Furla*, Lanvin*, Nina Ricci, Zadig & Voltaire*.

Groupe Kering

Ex PPR

(Pinault-Printemps-Redoute)

Les grandes familles les plus riches sur la Terre ne se comptent pas sur les doigts d'une seule main mais sur les pages du magazine Forbes des plus grandes fortunes. La prouesse des Français est éloquente et celle de François Pinault, le fondateur de la Kering, (ex-PPR), laisse rêveur. Si Bernard Arnault (LVMH) se hisse en tête du classement hexagonal (et 11° dans le monde avec \$ 41,5 Mds) son concurrent François Pinault dans le domaine similaire du luxe figure à la 4° place (et 63° sur la planète avec \$15,7 Mds).

Beaucoup de gros patrimoines proviennent en partie d'héritages et de cascades de holdings pour verrouiller le capital. François Pinault s'est forgé une machine entrepreneuriale remarquable par sa vitalité et son art des acquisitions judicieuses pour le long terme. La réactivité aux nouvelles opportunités d'investissements dans tous les métiers et entreprises à fort potentiel de croissance, le choix des hommes axés sur l'innovation, la vision lointaine des événements... et le flair pour reprendre des maisons en difficulté, voire en déconfiture, sont les atouts du fondateur et de ses équipes.

Le schéma financier est compliqué par un écheveau de sociétés croisant leurs participations. Il se résume en une maison-mère, la Financière Pinault. Elle détient 100% de la holding Artémis, elle-même actionnaire d'une longue liste d'affaires spécialisées dans l'habillement et les accessoires, de préférence avec une participation majoritaire pour exercer une influence sur les décisions stratégiques. Le groupe développe et gouverne de nombreuses maisons dans la mode, la maroquinerie, l'horlogerie, la joaillerie. Il gère une liste

Les Champions de la lunetterie

exceptionnelle de marques de sport et d'accessoires de luxe dont celles de la lunette.

Avant d'énumérer les parts participatives dans les filiales du groupe (sans commentaires superflus eu égard à l'objectif de cet ouvrage), traçons l'histoire de cette société fondée en 1963 par François Pinault. En parler, c'est évoquer le Crédit Lyonnais, la Fnac, le Printemps, la Redoute, Conforama, la CFAO et l'Afrique, Gucci, Yves St Laurent, Boucheron, Balenciaga, Bottega, Christopher Kane, Puma,...etc.

Les débuts de l'aventure :

Le hasard des relations a voulu que le père de François Pinault, chef d'une scierie dans les Côtes-du-Nord, se fournisse auprès d'un marchand de bois dont il épouse la fille, Louise Gauthier en 1960. Deux ans plus tard, avec l'aide financière du beau-père et du Crédit Lyonnais, il reprend l'entreprise spécialisée au départ dans le négoce et les matériaux de construction : les Etablissements Pinault. Peu à peu la maison grandit et à partir de 1970, il élargit son horizon breton avec une succession d'acquisitions nationales dans le même secteur d'activités, grâce à des opérations de placement à forte valeur ajoutée. En 1973, l'entreprise est vendue pour une somme rondelette lui permettant d'envisager la suite sous un aspect plus capitalistique qu'industriel.

L'homme d'affaires dans le négoce

Le marché du sucre, dont il spéculé sur les cours en 1974, et le goût pour la politique l'entraînent sur la voie des acquisitions multiples de sociétés proches du dépôt de bilan. Des lois favorables lui permettent de dégager de substantielles plus-values, comme l'achat d'Isoroy, un producteur français de panneaux de bois. Fondée en 1974, elle est fusionnée avec Isorel et Baradel, spécialiste des panneaux de particules de bois bruts et mélaminés. En 1986 la situation est très

Les Champions de la lunetterie

déficitaire. Un dépôt de bilan s'impose et François Pinault en profite. Pour un franc symbolique et une aide exceptionnelle accordée au nom de la modernisation industrielle par le nouveau gouvernement de François Mitterrand en échange d'une promesse de maintenir l'entreprise sans la démanteler, il réussit à doubler le volume de production de Pinault Bois. Il mettra Isoroy hors d'eau au prix d'investissements élevés et de nombreux licenciements. Il la revend en 1992 au groupe Glunz, le spécialiste allemand des plaques stratifiées et mélaminées.

En novembre 1987, grâce à son entregent dans le milieu politique et encore un prêt du Crédit Lyonnais, il prend 75% du capital du numéro un français du papier journal, la Chapelle Darblay nationalisée en 1981 et à qui l'Etat injecte 2,7 milliards de francs. Mais très vite François Pinault, qui n'a aucune expérience industrielle dans ce secteur, déclare l'entreprise en faillite technique, ce qui lui permet de garder le contrôle, tout en éliminant une partie notable du passif. En janvier 1989, il rachète à l'Etat les 25% que celui-ci détient. Un an après, il vend l'ensemble à deux groupes scandinaves, le finlandais Kymmene et le suédois Stora, avec un profit de 500 millions de francs (dont un quart pour l'Etat).

Cette opération marque un tournant pour l'homme d'affaires, surnommé le Bernard Tapie de l'Aggloméré qui va se détourner de l'activité industrielle pour la distribution tous azimuts. Il part d'abord à l'assaut de la Compagnie Française de l'Afrique Orientale (CFAO), source future d'une plus-value énorme qui lancera la maison Pinault dans le cercle des grandes fortunes françaises.

Créés à Marseille en 1852, les Etablissements Verminck changent de nom en 1887 (CFAO) et développent des activités de négoce en produits alimentaires exotiques avant de démarrer la distribution automobile en Afrique dès 1913. Ils se diversifient de 1950 à 1980 dans la production industrielle ou l'exploitation de supermarchés. Dès

Les Champions de la lunetterie

1970, son portefeuille d'activités se diversifie sur trois continents dont l'Europe et les Etats-Unis.

En 1990, le groupe Pinault SA fusionne avec la société de négoce et de distribution de matériel électrique. François Pinault devient président de la CFAO qui devient une branche de son groupe, centrée sur les activités africaines (distribution de biens d'équipements, poids lourds, fabrication de stylos et rasoirs Bic, brasseries,...). Dans la foulée, il acquiert la CDME (Compagnie de Distribution de Matériel Electrique), qui se rapproche de Groupelec Distribution (renommé Rexel en 1993 et dont le groupe Kering (Cf. ci-dessous) se séparera en 2005 au profit d'un consortium d'investisseurs. Le ralentissement du marché immobilier, consécutif à la crise du golfe, réduit le montant de la transaction opérée sur la revente au Crédit Lyonnais du siège social de la CFAO, avenue d'Iéna à Paris (la banque le revendra à Clément Vaturi, président du groupe l'Immobilière Hôtelière). François Pinault empêche une forte plus-value, bien qu'il ait pâti de la baisse générale des affaires.

A partir de 1994, il entreprend de se renforcer dans ses zones de distribution. Il se lance dans celle de la pharmacie en rachetant en 1996 son concurrent SCOA en déconfiture avancée, (groupe de négoce international fondé en 1907, détenu à 88,7% par la compagnie financière Paribas) et sa filiale Europharma, le principal grossiste répartiteur de produits pharmaceutiques en Afrique. En 2012, le japonais Toyota Tsusho rachète les parts de la CFAO, devenue non-stratégique depuis l'arrivée de François-Henri Pinault (FHP) dans les instances dirigeantes de PPR recensées ci-dessous.

Après 15 années d'un parcours initiatique dans les structures de son père, de Bois industries à PPR en passant par la FNAC, la CFAO, Pinault Distribution, le fils n'a pas l'intention de poursuivre la politique précédente mais de se recentrer autour de la grande distribution.

Les Champions de la lunetterie

La holding Artémis

En 1992, la holding patrimoniale Artémis est créée dans le but d'accueillir des filiales et des participations, en France et à l'étranger, dont celle de la compagnie d'assurance Executive Life au bord de la faillite. La banque et la famille Pinault apportent cette coquille vide (en général ouverte pour des opérations spéciales momentanées et fermée quand elles sont terminées), la veille de la fusion avec le Printemps. Altus Finance, filiale de la banque française, cède à Pinault des obligations à haut rendement pour 1,8 milliards de dollars. Un prêt est accordé par le Lyonnais sur une durée de 9 ans. Ces Junk bonds seront l'objet de fabuleux profits qui feront grandir la fortune mais seront aussi une source de problèmes fiscaux jusqu'en novembre 2012.

Le portefeuille américain, infecté au départ de créances douteuses et transformé en actions au cours du temps lors de diverses restructurations financières, est dans les mains d'Artémis. La Maison Pinault est l'actionnaire principal de près de vingt sociétés américaines, dont celle de Culligan le maître du traitement de l'eau sur la planète, Samsonite le leader mondial du bagage, Salant le troisième dans la chemise, Converse dans la chaussure, des stations de ski dans les Rocheuses, etc...

Ainsi, Artémis devient actionnaire de plusieurs sociétés américaines et de fonds investis en actifs et crédits immobiliers. Pour financer l'opération FNAC et réduire l'endettement, l'homme d'affaires doit réaliser des cessions importantes aux Etats-Unis qui lui apporteront de copieuses plus-values. D'autant plus que le Crédit Lyonnais, créancier du groupe et actionnaire piégé dans la holding Artémis, pousse à un allègement de l'endettement équivalent en 1998 à la valeur des actifs outre-Atlantique. Pour avoir les coudées franches et récupérer les 24,6% détenus par l'Etat dans sa holding personnelle, François Pinault paie celui-ci en plusieurs fois. C'est pourquoi il

Les Champions de la lunetterie

cédera petit à petit les actifs de son groupe pour se recentrer sur le luxe.

L'entrée dans la Distribution Grand Public

La prise de contrôle de Conforama marque le début dans le secteur des grands magasins en avril 1991. Cette opération, considérée comme complexe par les experts et par certains comme « un modèle de raffinement financier », se réalisera au travers d'une augmentation de capital du Bon Marché (filiale de la Financière Agache et actionnaire de Conforama) par Bernard Arnaud (LVMH) et une souscription de François Pinault à ce capital par le biais de sa filiale, la Compagnie Internationale d'Ameublement (les meubles de cuisine seront cédés en 1992, comme les meubles de bureaux Ordo), et des échanges de titres entre leurs deux sociétés et leurs minoritaires.

Puis des rumeurs courent selon lesquelles le groupe Pinault serait candidat à une reprise de la participation de la famille Maus dans le Printemps. Le Genevois, déjà lourdement endetté par sa filiale américaine, est contraint de vendre sa part dans Conforama au groupe de grands magasins dont la trésorerie est florissante. Sans entrer dans le détail compliqué des transactions, disons que le rachat se réalise, suivi en 1992 par celui du Printemps SA qui possède 54% de la Redoute, elle-même incluse dans les accords successifs (elle sera revendue en décembre 2013 à ses propres dirigeants).

En 1994, le groupe Pinault-Printemps est renommé Pinault-Printemps-Redoute (rebaptisé PPR en 2005). L'entrée de la FNAC en juillet 1994 suit l'absorption de la Redoute et de sa société de crédit Finaref créée en 1970. La mission de celle-ci sera d'accompagner le développement commercial des entités du groupe (Elle est cédée en 2002 au Crédit Agricole et fusionnée avec Sofinco dont elle prendra le nom en 2013). Après l'achat prestigieux du vignoble Château Latour en 1993, les acquisitions se succèdent à un rythme accéléré : le

Les Champions de la lunetterie

magazine le Point en 1997, la maison de ventes aux enchères Christies et le Stade Rennais Football Club en 1998, Taillandier Editions en 1999, l'enseigne Surcouf (micro-informatique), le magazine financier l'Agefi et le Théâtre Marigny en 2000.

La vente à distance se développe autour de Redcats (vente à distance de PPR) qui prendra le contrôle du leader Ellos en Scandinavie en 1997, Brylane aux USA, mais qui seront vendus par appartements en 2012 et 2013. L'année suivante, PPR prend le contrôle du spécialiste de la distribution de fournitures de bureau Guilbert dont il se sépare en 2002.

Recentrage sur le luxe

L'année 1999 est marquée par l'entrée dans le secteur du Luxe avec l'acquisition de 42% de Gucci Group NV. Cette société italienne du maroquinier, dont 34% est entre les mains de LVMH, fait l'objet d'une augmentation de capital diluant les parts de ce dernier, grâce à la juridiction plus souple des Pays-Bas et au styliste Tom Ford opposé à Bernard Arnault. A la fin 1999, François Pinault, par le truchement de Gucci Group, achète à Sanofi le prêt-à-porter de la maison Yves Saint Laurent et YSL Beauté. L'inventeur de mode impose son style et dessine les collections de tendance audacieuse et controversée. Il démissionnera en 2004 lors du rachat de la marque par le groupe PPR pour créer sa propre maison, se lancer dans le cinéma et collaborer avec Marcolin Group dans la production de lunettes. La prise de participation de LVMH dans le capital du vénitien relancera-t-il l'animosité entre lui et le patron de LVMH ? Mais ceci est une autre histoire ! Quand PPR propose en 2001 une OPA sur la totalité de Gucci, Bernard Arnault en profite pour vendre les 20% qui lui restent avec une plus-value considérable alors que les attentats sur les Tours jumelles font chuter le cours de la Bourse !

En 2000, le joaillier Boucheron de la Place Vendôme, qui appartenait à la société Schweizerhall depuis 1994, est repris par François

Les Champions de la lunetterie

Pinault, rejoignant ainsi les autres marques de Gucci Group avant son changement de dénomination en 2011 en PPR Luxury Group, filiale de PPR. A cette date, elle réunit les marques Alexander McQueen, Balenciaga, Bottega Veneta, Boucheron, Gucci, Stella McCartney, Yves Saint Laurent. Les autres marques de lunettes sous licence chez Safilo et appartenant à Gucci font l'objet d'une réintégration échelonnée (Cf. chapitre dédié). Le groupe profite de la fin des contrats de licences partagées entre les sociétés Safilo, Charmant, Luxottica, Marchon et Marcolin pour en assurer lui-même la gestion, à l'exception de cette dernière qui poursuit l'exploitation du label Balenciaga. Les griffes de lunettes dédiées à Safilo seront reprises progressivement par le groupe de François-Henri Pinault qui voit dans ces reprises la source future d'un profit plus que substantiel.

Les années suivantes voient se réaliser un désengagement progressif de la grande distribution pour accéder stratégiquement sur le secteur du luxe par de multiples activités financières : en 2002, Brylane , Guilbert Bois en 2003, Rexel en 2004, le Printemps SA en 2006, Kadeos en 2007, Surcouf en 2009, Conforama en 2011, CFAO, la Redoute en 2013 et la FNAC en 2017(après sa fusion en avril 2016 avec Darty puis la cession Fnac-Darty des 26,33% de la famille Pinault au groupe allemand Ceconomy, le poids lourd germanique de la vente d'électro-ménager avec Saturn, Media Markt et Redcoon). Le groupe se sépare aussi de marques moins stratégiques, telles YSL Beauté, la branche parfums d'Yves Saint Laurent, cédée à l'Oréal en 2008. Le chasseur italien Sergio Rossi, acheté en 2000, est désinvesti en 2015.

Pour couronner l'orientation du groupe sur les marques de luxe, PPR est renommé KERING le 22 mars 2013(Ker, signifiant foyer en breton) avec le logo d'une chouette, qui peut tourner la tête de 270° et symbolisant la vision future du groupe : le changement à plus de 180° !

Les Champions de la lunetterie

La politique des emplettes se poursuit en parallèle des ventes ci-dessus : rachat du label Tomas Maier en 2013. Ce créateur de mode allemand est directeur artistique depuis 2001 de la maison de luxe italienne Bottega Veneta (Vicence) quand la griffe, réputée pour ses articles en cuir, est rachetée par le groupe Gucci intégré la même année au Pôle Luxe de la Kering. Bientôt, la marque élargit sa gamme avec des bijoux, des parfums, du mobilier, des montres...et des lunettes. Cette reprise précède une série de prise de contrôle et d'initiatives dont la liste s'allonge année après année :

-Puma : Kering est actionnaire de l'équipementier depuis 2007 (85%) et négocie en 2016 la reprise de la production et de la distribution des montures détenues jusqu'à cette date par le groupe Charmant. Les lunettes sont spécialement conçues pour le golf et la course. La marque Cobra Puma golf conçoit et développe des équipements haut de gamme pour les sportifs de haut niveau ainsi que des accessoires tels les lunettes à haute performance, dont la marque Cobra.

-Volcom en 2011. Fondée en 1990 dans le domaine du surf, skate et snow, a poursuivi son activité avec Electric, la marque de référence dans le domaine des lunettes de soleil et masque de ski. Cette acquisition renforce le groupe dans le Pôle Sport & Lifestyle (Cf. ci-dessous).

-Brioni en 2011, la marque vestimentaire italienne fondée en 1945, qui s'est lancée dans l'univers de la lunetterie de soleil, composée de matériaux précieux tels la corne de buffle et dotée de la fonction « flex » très résistante.

-Basé à la Chaux-de-Fonds le groupe Sowind Group est actif dans la haute horlogerie dont Kering devient actionnaire avec 23% en 2008. Il porte sa participation à 50,1% en 2011. La société suisse détient les marques Girard-Perregaux et JeanRichard, le pionnier des montres à Neuchâtel au XVII^e siècle. Comme lunettes et montres sont des

Les Champions de la lunetterie

accessoires qui font bon ménage, il n'y a rien d'étonnant à ce que Sowind Group se lance dans l'optique solaire et visuelle ...et que Kering fasse l'acquisition de ces marques de luxe, comme le fit LVMH avec Tag Heuer et Fred.

-Quelin, la marque du joaillier chinois en 2012, fondée en 2004 par le designer Dennis Chan et l'homme d'affaires Guillaume Brochard. Elle possède 11 boutiques en Chine et 3 en Europe.

-Pomellato en 2013, un groupe de joaillerie dont la réputation s'est forgée sur ses créations inimitables d'orfèvres, associant couleurs et formes uniques des pierres. Sa marque Dodo créée en 1995 d'accès plus abordable a pris son indépendance en 2001.

-Christopher Kane en 2013. Le créateur, qui a fondé sa maison en 2006 et travaillé chez Versace, est connu pour ses bijoux conçus pour Swarovski et pour sa collection de lunettes.

-En 2013, six boutiques en ligne d'une joint-venture Kering-Yoox sont lancées (Yoox est fusionné en 2015 avec Net-à-Porter, une filiale à 100% de Richemont-Genève, le 3^e groupe mondial du luxe derrière LVMH et Kering). La distribution du prêt-à-porter par Internet de Milan est susceptible de développer les ventes sur un réseau basé sur la vente de fin de série et de vêtements de mode et de luxe. L'e-commerce est devenu une priorité stratégique pour Kering et ...ses concurrents.

-En juillet 2014, Kering annonce l'acquisition de la marque de haute horlogerie Ulysse Nardin, entreprise créée en 1846 au Locle (Suisse). Spécialiste des chronomètres de marine parmi les plus fiables au monde, ses produits sont recherchés par les collectionneurs et se doivent de faire partie du catalogue de Pinault, eu égard aux technologies pointues développées pour les fabrications actuelles.

**Le groupe Kering crée une entité dédiée aux lunettes :
Kering Eyewear**

Les Champions de la lunetterie

Depuis la fusion de PPR et du groupe Gucci en 2011, les marques du groupe se sont regroupées en deux pôles : Luxe et Sport & Lifestyle dont les objectifs de croissance et de rentabilité sont passés sous la loupe. Les marques Sport Performance regroupent les activités du ballon et de la voile, l'automobile, le golf ; les lignes Sport Fashion s'organisent avec la participation de stylistes célèbres tels que Alexander McQueen, Yasuhiro Mihara et Sergio Rossi.

Puis le groupe lance une expertise interne relative à l'« eyewear ». Cet audit conduit en janvier 2015 à la création au palais Grassi de Venise d'une société plus intégrée destinée à se spécialiser dans la mode et les lunettes de luxe. Elle est dédiée aux seules lunettes regroupant les onze marques sous contrat avec différents fabricants : la Kering Eyewear. Le patron du nouveau pôle Roberto Vedovotto est un atout précieux compte-tenu de son expérience dans la banque, l'eyewear et chez Safilo où il était dirigeant auparavant.

Cette décision pourrait bouleverser la donne mondiale et la hiérarchie en lunetterie. Jusqu'alors, l'activité très lucrative de la lunette, était développée grâce à ses licences partagées entre les cinq groupes les plus puissants dans ce domaine d'activités : (Luxottica, Safilo, Marchon, Marcolin, Charmant). Pour atteindre cet objectif, le groupe profite de la fin de ses contrats pour retirer une part importante de ses marques, en reprendre le contrôle et faire monter en puissance son pôle lunettes. C'est ainsi que Safilo se voit retirer la sous-traitance des montures Gucci à la fin 2016, moyennant une indemnité de rupture conséquente et des accords de partenariat stratégique consécutifs à cette décision.

La Kering Eyewear s'est installée à Padoue où se concentre toute l'industrie italienne de la lunette, là où se sont installés tout le gratin des designers et l'atelier de test des nouveaux modèles.

Résumé des sociétés de Kering :

Les Champions de la lunetterie

Au 31 décembre 2017, l'organigramme simplifié du groupe Kering est le suivant :

Les Pôles luxe et sport regroupent des marques de produits de maroquinerie, prêt-à-porter, chaussures, montres et lunetterie :

-détenues à 100% : Alexander McQueen, Balenciaga, Bottega Veneta, Brioni, Boucheron, Gucci, Sowind, Ulysse Nardin, Volcom, Yves Saint-Laurent.

-détenues selon des participations diverses : Pomellato 51%, Christopher Kane 51, Qeelin 78%, Stella McCartney 50%, Puma 86%

La vente mondiale pour Gucci sous le nouveau vocable est annoncée au début 2017. Ce lancement marque le nouveau partenariat pour le développement, la fabrication et la distribution sélective de Gucci Eyewear. Kering se déclare « la première entreprise de l'industrie à être exclusivement dédiée aux lunettes de luxe ».

En mars 2017, l'aventure se poursuit avec d'autres accords stratégiques : celui avec la Maison Cartier (filiale de la Compagnie Financière Richemont- Cf. chapitre dédié) n'est pas le moindre. Il consiste à associer leurs activités de développement, fabrication et commercialisation à l'échelle mondiale des collections de lunettes Cartier avec une plate-forme compétitive ; la Kering Eyewear intègre dans ses activités l'entité Manufacture Cartier de Sucy-en-Brie.

Résumé des marques de Kering :

La valse des marques anime très souvent le grand bal des changements de partenaires. En 2018, le total des marques détenues par Kering Eyewear s'élève à 17 avec l'entrée en portefeuille de Montblanc, détenue depuis 2001 par Marcolin et celle d'Alaïa au début de l'année (voir la liste ci-dessous)

La marque Azzedine Alaïa est la propriété du groupe de luxe suisse Richemont depuis 2007. La maison de couture franco-tunisienne

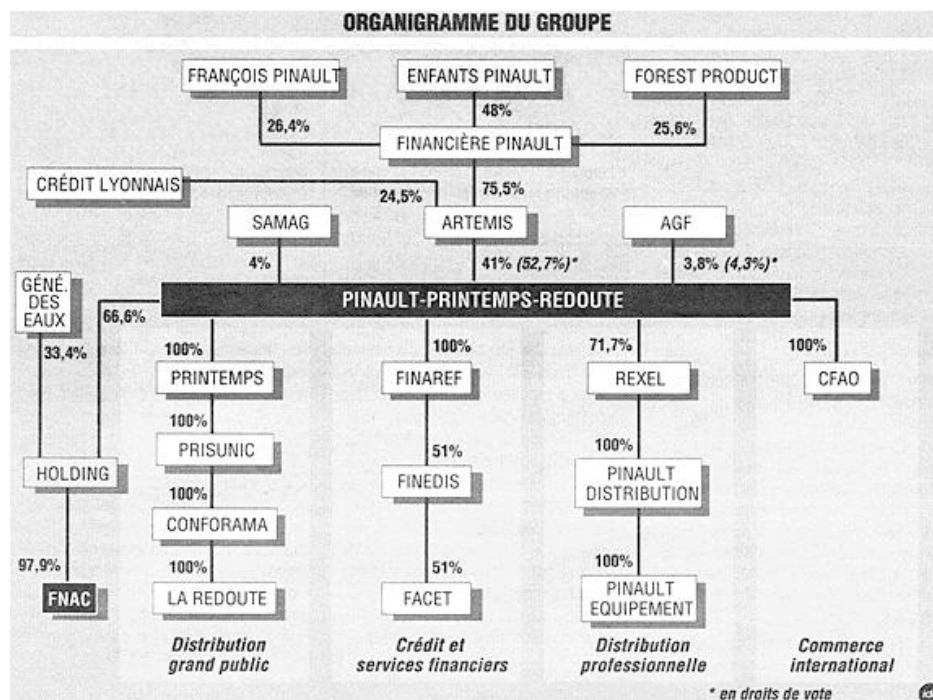
Les Champions de la lunetterie

s'était déjà lancée dans la lunetterie en collaboration avec Alain Milkli. Après l'habillement, les accessoires et le parfum, la maison de couture parisienne du groupe Richemont lance au début 2018 une ligne de lunettes Alaïa produite en partenariat avec Kering Eyewear dans lequel Richemont détient 30%. Par ailleurs, celle-ci est actionnaire de Cartier Lunettes de Sucy-en-Brie (Cf. chapitre dédié). Toutefois les vingt modèles de la première collection Alaïa sont fabriquées en Italie dans les usines de la division eyewear de Kering et non à Sucy-en-Brie.

Alexander McQueen, Altuzarra, Azzedine Alaïa, Bottega Veneta, Boucheron, Brioni, Cartier, Christopher Kane, Gucci, McQ, Pomellato, Puma, Stella McCartney, Tomas Maier et Montblanc, Yves Saint-Laurent.

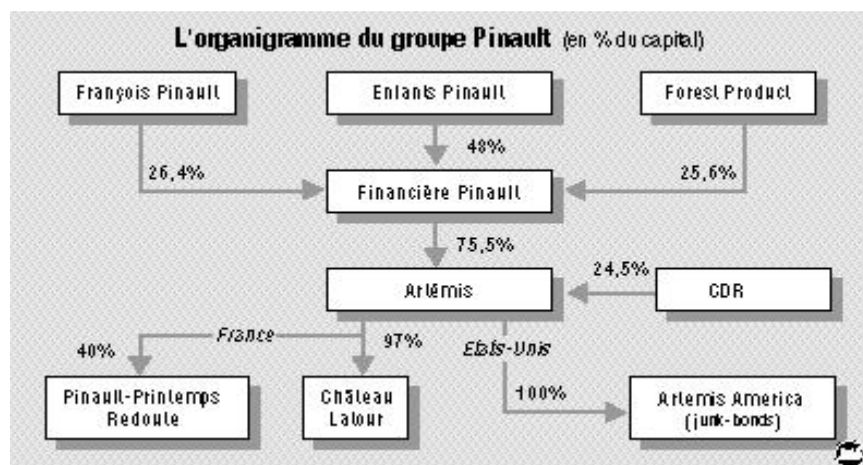
Les organigrammes successifs de la Kering :

Décembre 1995



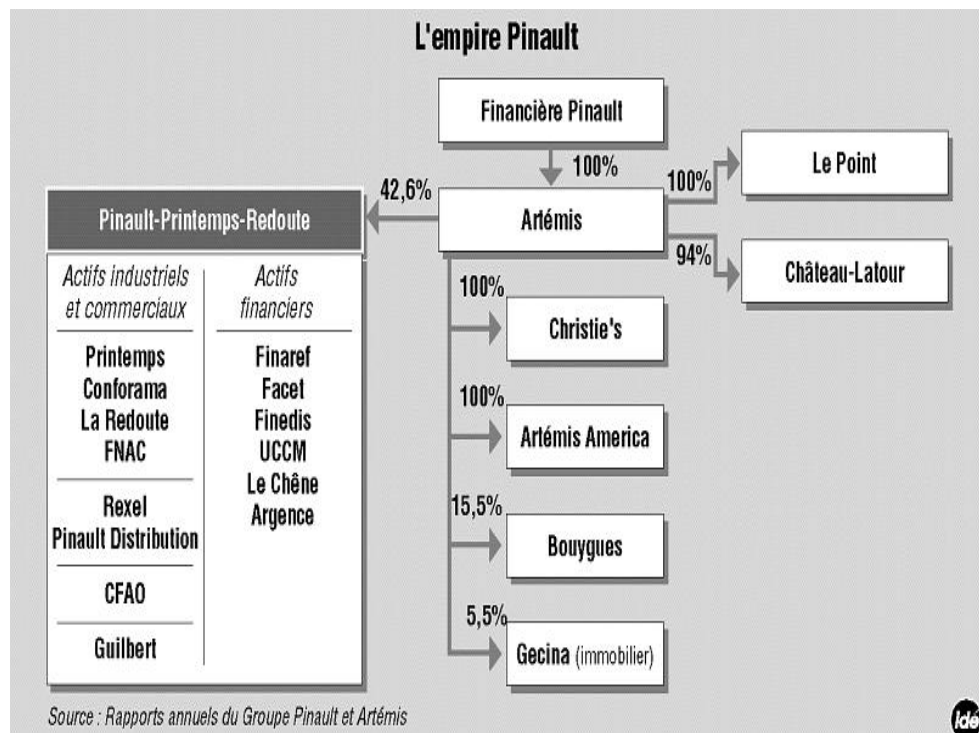
Les Champions de la lunetterie

Juin 1996



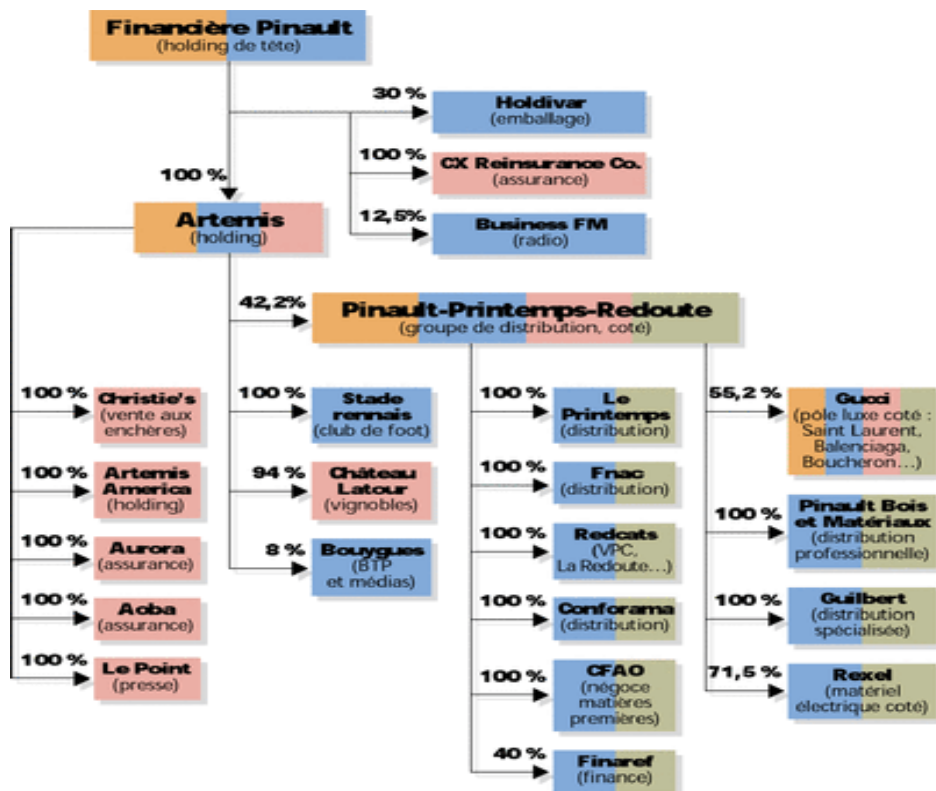
Les Champions de la lunetterie

Décembre 1998

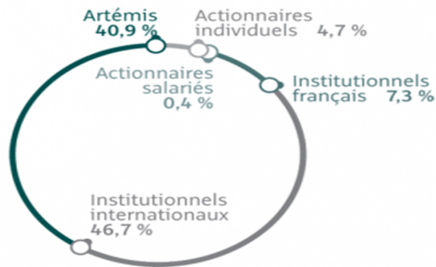


Les Champions de la lunetterie

Décembre 2016



Les Champions de la lunetterie



Répartition du capital.

Au 31 décembre 2016, les actionnaires individuels détiennent 4,7 % du capital du Groupe. Les investisseurs institutionnels représentent 54,0 % du capital, dont 7,3 % détenus par des gestions françaises et 46,7 % par des gestions internationales.

Au sein de ces investisseurs institutionnels internationaux, les actionnaires nord-américains détiennent 20,6 % du capital et les actionnaires britanniques 10,9 % du capital. L'Europe continentale (hors France) représente 6,9 % du capital, dont notamment la Norvège (1,4 %) et la Suisse (1,9 %). Les actionnaires de la région Asie-Pacifique représentent 3,7 % du capital.

Source : Titre au Porteur Identifiable (TPI) au 31 décembre 2016.

Les lunettes CARTIER et la Compagnie financière Richemont

Certaines entreprises mondiales sont nées bien avant le 20^e siècle. D'autres plus récentes font montre d'une telle vitalité qu'il est impossible de les ignorer tant leur puissance en 2019 dépasse celle des anciennes maisons du luxe quoique toujours dynamiques citées précédemment.

C'est le cas du groupe Richemont fondé en 1988 en Afrique du Sud par le magnat Johann Rupert quand les sanctions internationales menaçaient ce pays à l'époque de l'Apartheid. Pour échapper à ce danger, il sépare ses actifs étrangers des sud-africains et se lance dans les sociétés Cartier Monde SA et Rothmans International. Les parts sont minoritaires mais il accède ainsi au monde de la mode et du luxe.

En 1993 le groupe, dont le siège est implanté à Zoug en Suisse, se réorganise en deux pôles d'activité : le tabac avec Rothmans International (qui fusionnera en 1999 avec British American Tobacco) et Vendôme Luxury Group pour la mode et le luxe. Ce holding coiffe les activités de Cartier, Piaget, Baume, Mercier dans l'horlogerie et la joaillerie ; celles de la mode féminine avec Karl Lagerfeld et Chloé, et la confection masculine avec la maison londonienne Hackett. La même année, Richemont acquiert 60% du joaillier Van Cleef & Arpels et progressivement les 40% restants.

Ne nous attardons pas sur les multiples sociétés énumérées auparavant mais jetons un œil sur l'activité lunetière, incluse dans le

Les Champions de la lunetterie

panier de Cartier, la division la plus profitable du groupe avec la maroquinerie et autres accessoires tels les foulards, briquets et ... les lunettes. La manufacture Cartier Lunettes, active depuis deux décennies est localisée à Sucy-en-Brie.

Qui ne connaît pas Cartier ?

Fondée en 1847 par Louis-François Cartier, elle est rendue célèbre par le petit-fils Louis. Son père Alfred implante l'entreprise familiale au n°13 rue de la Paix à Paris, berceau historique du savoir-faire du joaillier-horloger et actuel siège social. Créateur des parures de presque toutes les têtes couronnées du monde et des riches héritières de la planète, la maison se lance en 1983 dans la lunette qui porte en étendard les valeurs de la marque Cartier.

C'est le magasin Alain Afflelou des Champs Elysées qui expose en exclusivité la collection solaire Pasha de Cartier. Le grand franchiseur national devient le premier vendeur de lunettes de luxe de l'Hexagone et peut s'enorgueillir de pouvoir revêtir le célèbre rouge Cartier ce 15 mars 2006 sur le fronton de son magasin. La monture, en forme ovale de masque destinée aux hommes, présente une finition platinée brossée. Les verres galbés et mauves portent la griffe 2C sur la face avant.

En 2007 Richemont et Polo Ralph Lauren créent un joint-venture à égalité Ralph Lauren Watch and Jewelry Company (filiale montres et bijoux de Polo Ralph Lauren évoquée dans le chapitre dédié à Luxottica)), point de départ du virage stratégique dans le luxe.

L'origine de la lunette Cartier date de 1999 quand elle reprend la fabrique de montures de luxe sous licence d'Essilor. Elle était installée au n°22 avenue Irma Masson à Joinville-le-Pont dans un Ancien couvent des Annonciades (ex-monastère des Bénédictines de Notre-Dame de Pitié). Les bâtiments démodés et vieillots incitent le nouveau propriétaire à programmer un déménagement de sa MCL (Manufacture Cartier Lunettes) en 2013 au n°16 chemin des Marais à

Les Champions de la lunetterie

Sucy-en- Brie. Dans ces locaux luxueux de 90 ares, s'affairent 250 personnes du design à l'emballage.

Les lunettes Cartier ont toujours été fabriquées en France et utilisent le savoir-faire des artisans jurassiens. Un atelier complémentaire dédié aux montures en acétate était installé à Besançon depuis 2013 au n°16 rue Sophie Germain sur la technopole Temis de la capitale comtoise, donc très proche du siège social de la Compagnie Financière de Richemont, basée à Genève et actionnaire de Cartier. Le site bisontin, horloger de longue date, avait été choisi pour la proximité de la main-d'œuvre spécialisée en microtechnique et dans les métiers pointus tels la taille du diamant, le laquage, le brasage et autres spécialités de l'artisanat du luxe. L'accompagnement des acteurs politiques locaux avait favorisé l'implantation idoine dans cette cité manufacturière de longue date. Mais le volume des ventes n'a pas suivi ; l'objectif de 40 personnes dans un espace loué de 1000 m² s'est limité à 9 employés et l'atelier sera fermé en 2016.

Actuellement, le nouvel écrin des lunettes Cartier de Sucy-en-Brie vit au quotidien sa part de rêve avec de l'or à 22 carats et du platine dans lequel sont coulées des montures pouvant atteindre plusieurs milliers d'euros. Les vingt-cinq tests qu'elles subissent, d'usure ou autres cycles sévères d'utilisation et la valeur des composants justifient ces prix hors norme fort différents de ceux des pays du Soleil-levant.

Les LAMY de Morez

L'histoire des Lamy historiques de la vallée de Morez (Jura) est trop longue pour la raconter dans le détail dans cet ouvrage. Il convient de se référer au livre intitulé « Morez, Vallée des Entrepreneurs » (Cf. bibliographie). Les aventures de L'Amy, celle des Lamy Fidela et des Lamy Jeune sont étroitement liées par leur origine commune et leur destin parallèle sur le site du Haut-Jura. Leur histoire s'imbrique puis se concurrence vers le début du 20^e siècle.

A quelques années près, les sociétés Lamy et L'Amy auraient pu entrer dans l'Association des Hénokiens (en référence à Hénoch, patriarche de la Bible, père de Mathusalem). Elle regroupe, sans but commercial, industriel ou financier, des entreprises de tous les continents dont la particularité est d'être en activité et d'être restées des entreprises familiales depuis 200 ans ou plus, à condition d'être encore détenue à plus de 50% par les descendants du fondateur et qu'elle soit dirigée par un des descendants du fondateur (exemple :Peugeot).

Le parcours de L'AMY est développé dans un chapitre spécifique. L'évolution de la firme depuis sa création justifie un discours particulier eu égard à son développement remarquable à l'international depuis sa mutation en L'Amy Group. Comparée à la stagnation voire à la chute de ses sociétés quasi-cousines (aïeul commun Jean-Baptiste Lamy (1747-1782), la réussite actuelle de la firme implantée aux n° 216-220 rue de la République est exceptionnelle.

LAMY 1820

(FIDELA)

Victor- Gros Distribution

L'aventure des Lamy débute aux Arcets vers 1800, dans une clouterie d'un certain Cazeaux. Le premier atelier, dédié à la fabrication de montures de lunettes en fil de fer, est créé à Morez par l'ancêtre de la famille Pierre Hyacinthe Lamy, filleul de ce Cazeaux.

La mise en route laborieuse à Morez d'une maison de vente en 1819 est suivie d'une association avec la famille Lacroix, marchand horloger dans la ville. Le mariage de la fille d'Hyacinthe avec l'associé Jean Elie Lacroix renforce la position de l'entreprise, avec des dépôts de brevets et la création d'une succursale Lacroix et Lamy à Paris en 1850. La construction en 1842 d'une usine de façonnage de verres dans la ville haute au lieu-dit l'Abbaye favorise le développement et la réputation de l'entreprise qui se dote en 1855 d'un bâtiment où s'affairent 200 ouvriers lunetiers et 300 dans l'horlogerie. 70 personnes sont employées dans la fabrication de couverts et d'orfèvrerie en maillechort doré et argenté. Un nouvel atelier est créé en 1858 par l'héritier et futur maire de la ville Aimé Lamy au n° 167 rue de la République où il s'installe. Son entreprise emploie progressivement jusqu'à 1200 personnes. Après sa disparition en 1889, l'affaire se poursuit avec ses deux enfants sous le nom les Fils d'Aimé Lamy. Mais après la Grande Guerre, les ambitions se réduisent à la vente d'horloges et de lunettes sous la marque A.L. Alexandre Lamy. Sa veuve et leur fils Gabriel puis après 1945 Pierre et Françoise, frère et sœur de l'aîné, concentrent l'activité sur la lunette en plastique sous le nom de Fidela (contraction du nom de la société) élargie vers 1970 aux montures en métal doublé or. Passant

Les Champions de la lunetterie

progressivement d'entreprise de fabrication à une société intégrée de la conception à la distribution, les Lamy contribuent à l'essor de la région et au rayonnement du Haut-Jura à l'étranger des clients chinois en 1860 au marché européen, africain et moyen-oriental jusqu'au début du 21^e siècle. Les collections Airlight, Fidela, Imood, Alexandre (née du prénom du successeur d'Aimé Lamy) assurent la pérennité de la maison et depuis longtemps, de nombreuses personnalités ont porté les modèles de Fidela soit à l'écran (Brigitte Bardot avec la griffe Sporting, Lino Ventura pour Majestic,...)

-La marque Fidela créée en 1937 incarne les valeurs de qualité et de tradition du savoir-faire morézien.

-La marque Airlight née en 1995 justifie son appellation par sa légèreté et destinée à une clientèle adulte qui suit la mode de près et dispose d'un solide pouvoir d'achat. La collection se compose de 75 modèles réalisés en acier inoxydable de qualité irréprochable. La ligne Airlight First plaquée or 22 carats fait partie des modèles luxueux représentatifs du made in Jura envié par le monde des lunetiers.

En février 2011, Dominique Lamy, le représentant de la cinquième génération sans descendance intéressée par la transmission, souhaite céder son groupe Lamy constitué de la SA Les Fils d'Aimé Lamy, du GIE Fidela et de la Sarl Lunetière du Risoux (créée en 2005). La volonté affirmée est de pérenniser l'entreprise et le savoir-faire historique morézien dans un contexte de marché tendu.

Le repreneur est Frédéric Lafite, distributeur d'optique parisien, dont l'objectif est la continuité de la firme sur le site du n°167 rue de la République. La société achète son fil métal à drageoir en Allemagne, les autres phases de production (de la conception à la finition : dessin, recherche de techniques innovantes, prototypes, fabrication d'outillages et montages en série) sont réalisées avec près de 40 personnes sur les deux ateliers de Morez. Seuls le sablage et la

Les Champions de la lunetterie

coloration sont sous-traités localement. Neuf représentants parcourent l'Europe au plus près des distributeurs. L'activité export sur le Proche-Orient et l'Asie se fait en direct.

Grâce à ce réseau international, Daniel Hechter Eyewear, l'acteur français du luxe dit « abordable » confie la distribution française de ses collections solaires et optiques à Fidela le 1^o juillet 2012. Elles étaient jusque-là distribuées par Opal, spécialiste de la lunette pour enfants. (À partir de 2017, c'est le groupe BGI France-Michael Pachleitner Group -MPG France-). La collection se compose de 58 modèles optiques (dont 23 en acétate et 35 en version métallique). La ligne solaire se décline en 27 modèles dont l'essentiel est destiné aux femmes.

En 2012, la marque Bugatti Eyewear (conçue en 2001) est reprise à la société Mythic qui la détenait depuis 2009 après sa cession par la société Augar International d'Hervé Lamy (fils de Robert Lamy (Cf. L'AMY). Cette marque devrait permettre de poursuivre le développement à l'export qui passerait de 30% à 50%, grâce aux 30 modèles en quatre coloris utilisant le bois, le titane, le carbone, l'or et la série en acétate. Les lunettes Bugatti visent les passionnés férus de légende automobile et de matériaux précieux pour qui le prix du beau ne compte pas !

En janvier 2015, après un audit de l'Afnor, le label Origine France Garantie est accordé à la collection Airlight (le produit prend ses caractéristiques distinctives en France et plus de 50% du prix de revient sont d'origine domestique) ce qui devrait permettre de se démarquer de la concurrence étrangère et européenne. Face à celle-ci, la firme innove sans cesse sur toutes les marques, en particulier l'adaptation des lunettes aux exigences du porteur (la demi-mesure consistant à proposer au client une monture personnalisée) et en tenant compte de budgets timorés et du contexte des complémentaires- santé qui handicape les opticiens.

Les Champions de la lunetterie

L'entreprise semble bien partie pour rebondir. En septembre 2015, Fidela participe comme toujours au Silmo. C'est la première fois qu'elle est nominée pour l'Or.

Mais l'entreprise est placée en redressement judiciaire en septembre 2016; les positionnements hasardeux sur la moyenne gamme ont conduit la firme vers une porte étroite dont elle évite le passage grâce à un repreneur averti des difficultés dans la lunetterie morézienne. C'est Lucas Gros, DG de Victor- Gros Distribution de Lons-le-Saunier au n°250 rue du Docteur Jean Michel qui sauve momentanément la situation à la suite d'une décision du Tribunal de commerce le 16 décembre 2016.

La fin d'une légende

La société Victor- Gros Distribution de 19 employés, qui récupère les fonctions support de Lamy Fidéla, est née en 1872 dans l'Ain. Elle commercialise les lunettes haut-de-gamme de la marque Traction Productions lancée en 1989. Estampillée Origine France Garantie elle est commercialisée en France dans trois boutiques parisiennes (rues Dragon, Marais et Vivienne) et dans le réseau commercial international de la maison-mère. La maison tire son nom de Traction Avenue, la célèbre rue de l'Arts District à Los Angeles. Les lunettes de créateurs en acétate très épaisses sont souvent inédites et font recette auprès de personnages originaux adeptes de la marque comme Elton John et Jean-Pierre Coffe.

L'activité morézienne repart début janvier 2017 sous le nom de Fidela 1820 (en souvenir de son installation à cette date au n°167 rue de la République). 18 salariés sont sacrifiés et 14 reprennent la fabrication laminée de la monture Airlight, réalisée en interne à l'exception du traitement couleur confié localement à un sous-traitant. Elle est repositionnée vers le haut-de-gamme et toujours

Les Champions de la lunetterie

labellisée Origine France Garantie. La marque Bugatti, jugée non rentable, est abandonnée.

En 2019, les ateliers de Morez sont en cours de reconversion en locaux d'habitation. Le personnel résiduel a quitté le lieu historique pour Saint-Laurent en Grandvaux dans les locaux libres de l'ancienne société Axébo de Denis Buffard au n° 12 rue Perrières.

L'AMY GROUP

Le texte ci-dessous est une reprise du livre « Morez, Vallée des Entrepreneurs » daté de 2009 et complété par les derniers événements survenus jusqu'en 2019.

....Les Lamy sont si nombreux sur le territoire français que la recherche des origines lointaines de chacune des familles est quasiment insurmontable. Concernant la lunetterie et l'horlogerie, il convient de se plonger dans l'histoire locale du Haut Jura et plus particulièrement dans le fief fondateur de la lunette, celui de Pierre Hyacinthe Caseaux. C'est au Moulin des Rivières que l'ancêtre y forme son filleul Pierre Hyacinthe Lamy et d'autres encore comme Louis Félix Lamy dont l'histoire vous est contée.

Son père, Prudent Jean Baptiste Lamy serait originaire des Rousses vers 1745. La commune est assez étendue et comprend la rive droite du Bief de la Chaille. Elle couvre aussi le hameau des Rivières, le lieu où serait né Louis Félix. L'imbroglie relatif à sa filiation avec un autre Jean Baptiste né dans le même secteur n'est pas démêlé, d'autant que ce dernier prénom est adopté dans plusieurs familles homonymes et collatérales. Il convient donc de passer sous silence cet aspect négligeable de l'histoire,... bien que chaque famille cherche à hisser sur leur maison, le drapeau des premiers pionniers « créateurs » de la lunette à Morez. Leur notoriété en dépend ! Pour notre part nous retiendrons que les « cousins Lamy » sont des artisans géniaux dont l'esprit entrepreneurial a porté Morez au sommet de la technique lunetière au cours des deux siècles suivants.

D'abord artisan actif aux côtés des Caseaux et aidé par son beau-frère Emmanuel Baud, Louis Félix Lamy développe sa fibre commerciale en parcourant les foires du Jura. Celle de mai à Morez

Les Champions de la lunetterie

est tout naturellement le point de départ de son action. Son épouse Jeanne Marie Baud, aubergiste dans le bourg, joue un grand rôle dans les négociations avec les rouliers de la région. Si les colporteurs avaient la part belle dans ce mode de vente, les fabricants recourent très vite à leurs propres démarcheurs. Mais Louis Félix se lance dans le commerce en Suisse et en Italie en 1810. Comme plus tard le feront les patrons eux-mêmes, il se transforme en voyageur de commerce. Il profite de l'engouement naissant pour les articles optiques et autres accessoires, sources de profits supplémentaires qui rentabilisent ses déplacements et améliorent les revenus de sa société Louis Félix Lamy .

Après son décès, l'un de ses fils Elie Marcelin Lamy reprend le flambeau paternel, poursuivant la lente ascension de la firme. En 1837, il collabore avec les trois fils Joseph Aimé, Jean François et François Désiré Reydor. Ces marchands horlogers réputés sur la place souhaitent se diversifier. L'accord cesse rapidement en 1838. Les trois enfants de Louis Félix (Elie, Marie Sylvie et Jules Constant) créent en 1846 la Société commerciale en nom collectif Lamy Frères dont l'objet est " la fabrication et la vente de lunettes à tempes ". L'expansion de la maison Lamy se poursuit avec succès en concurrence avec celle des Lamy- Lacroix et des frères Reydor. Elle emploie en 1857 près de 250 personnes dont 150 pour les lunettes.

A la mort d'Elie Marcelin Lamy en 1859, son fils aîné Auguste Lamy (1843-1892) donne un élan nouveau à l'entreprise en apportant des changements notables dans ses réseaux de vente. Il se lance dans l'exportation aux antipodes où ses montures sont gratifiées d'un Certificat of Merit à l'Exposition Internationale de Sydney en Australie en 1879. Elles sont également honorées l'année suivante à Melbourne. Il développe de nouveaux produits, pince-nez et lunettes en métal. Pour les fabriquer il innove en 1882 et 1883 dans la construction d'une nouvelle usine entièrement consacrée à la

Les Champions de la lunetterie

fabrication des lunettes. Les bâtiments sont érigés aux numéros 11 et 13 rue Wladimir Gagneur à Morez.

Peu avant son décès, Auguste crée la Société Auguste Lamy et Fils pour ses quatre fils Etienne, Jean, Georges et Julien. En attendant leur majorité, sa veuve poursuit l'activité avec un ami, Henri Lissac. En 1900 la décision est prise de reprendre la société concurrente Désiré Lamy Fils, toujours fidèle depuis l'origine à sa vocation lunetière et à son atelier des Arcets. La diversité des techniques employées par cette petite entreprise se révèle très intéressante pour la Société Auguste Lamy et Fils dont l'effectif grimpe à 30 employés après intégration et arrêt presque total du travail à domicile.

Mais de 1914 à 1918 l'usine met en veilleuse son activité lunetière et se transforme en fabrique d'armes vers la fin du conflit pour les besoins de l'Armée. Le calme de l'entre-deux guerres autorise la remise sur pied de l'industrie de la lunette. En 1927 le deuxième fils d'Auguste, Jean Lamy devient gérant de l'entreprise transformée en Sarl Auguste Lamy Fils. L'année 1930 voit le transfert des fabrications à Bourg-en-Bresse dans l'Ain où l'oncle de la famille a tenté une implantation d'usine. Cette délocalisation, la crise de 1929, les conflits sociaux, la guerre 39-45, ont affaibli l'entreprise qui court vers une quasi disparition. Jean reste seul et pratique une petite activité de négoce pour éviter l'asphyxie. Cependant Robert Lamy, le premier fils de Jean, la ressuscite dès 1945.

Un entrepreneur pour Morez

Fils de Jean, le continuateur du capitaine d'industrie Auguste Lamy (maire de Morez entre 1886 et 1892 et instigateur du monumental Hôtel de Ville de la cité), neveu d'un Centralien de renom dirigeant les usines de constructions aéronautiques Morane Saulnier, Robert, né en 1926, était prédestiné à une belle carrière d'industriel.

Les Champions de la lunetterie

Le re-démarrage et les constructions

Comme beaucoup de Moréziens, il termine ses études à l'Ecole Nationale Victor Bérard (ENP, rebaptisée LPO Victor Bérard). Après un stage d'une année chez un opticien à Paris, il se résout à rejoindre son père à 18 ans, qui le convainc de reprendre le flambeau de la firme, éteint pendant la guerre. Conscient de l'importance d'un marché potentiel certain, il aborde ce challenge avec un copain de classe, une employée de bureau à mi-temps et des conditions difficiles : des outillages quasi-inexistants, une activité de négoce très modeste et une fonction complémentaire d'acrobate sur la toiture défaillante par temps de pluie, qui arrose les machines rapatriées de Bourg-en-Bresse.

Tous les comptes sont au rouge, néanmoins Robert se lance avec fougue dans le métier de lunetier. Et le tempérament du jeune homme, il a 20 ans, combiné à l'amour du travail bien fait, la passion pour les nouveautés, la prescience du futur et le sens de la communication, l'entraîne sur le chemin de la réussite. Il parvient à réunir les fonds nécessaires apportés par les banques. Les actionnaires, conquis par sa volonté, le nomment gérant. Les débuts passent par la sous-traitance de ses modèles conçus par lui-même. Cependant, la qualité requise et les délais de livraison le conduisent à intégrer sa propre fabrication de montures en plastique découpé. C'est à bicyclette qu'il rencontre tous les acteurs locaux du tissu lunetier. Lorsqu'il entreprend l'élaboration plus complexe de lunettes en métal, un atelier de mécanique s'impose. Entré en 1956, un mécanicien hors pair, René Malfroy introduit des techniques innovantes. Sa disparition prématurée à 47 ans jettera la consternation dans la ville. De nouvelles machines sont installées pour accroître la capacité de l'usine et améliorer la qualité. Les montures jouent sur un design sobre mais original, et certaines sont plaquées de métaux précieux, garantis par le poinçon « ALF »

Les Champions de la lunetterie

(Auguste Lamy Fils), déposé en 1957 pour identifier les traitements spécifiques du lunetier.

L'effectif passe de 12 en 1950 à 62 en 1960. En 1959, après trente mois en Algérie, son frère Jacques, né en 1934, intègre l'entreprise et anime en particulier la partie commerciale. La progression de la firme, impulsée par Robert, est spectaculaire. Les postes de travail subissent des améliorations ergonomiques, la production est réorganisée. L'exportation se développe. Après plusieurs agrandissements le bâtiment du n° 13 rue Wladimir Gagneur est à son maximum raisonnable de 120 personnes. Il faut construire. Un bâtiment est érigé au n° 216 rue de la République. Le siège social est inauguré en 1964. Les surfaces sont agrandies en 1969, portant la capacité totale à 3500 m².

L'apostrophe de L'AMY, une idée géniale de Robert

La profusion d'entreprises homonymes dans le Canton crée une réelle confusion chez les clients. La marque « LAMY » est si populaire qu'il faut la distinguer de celles des autres concurrents. Une apostrophe est ajoutée au nom historique pour moderniser et internationaliser le label. Auguste Lamy et Fils devient « L'AMY » ...de tous et enregistrée comme telle au registre du Commerce. Robert devient Président en 1963 lors du passage en société anonyme. Jacques est responsable de l'export.

En 1965, la fabrication et la distribution se séparent. Une filiale Sigma est créée pour améliorer les ventes de lunettes sur la région parisienne et au nord-ouest du pays. La même année, une division distribution France se met en place et remplace la société Sigma . Devant la difficulté de recruter du personnel à Morez, Robert Lamy entreprend la construction d'une usine de 1200 m² à Poligny en 1970. Elle est dédiée aux montures métal (6000 par jour). Elle est agrandie en 1973 de 1400 m². A cette date, L'Amy produit plus de 100 000 montures optiques mensuellement, devenant le premier

Les Champions de la lunetterie

producteur français. Une grande partie est exportée. L'effectif passe de 374 au début 1973 à 503 en 1975. Il faut encore construire : en 1979, extension de l'outil de production de Morez. 3500 m² supplémentaires mangent la pente au pied de la montagne du "Béchet". Une seconde tranche de 1500 m² sera encore dressée en 1988.

L'internationalisation, les licences et la Bourse

Des créations de filiales se multiplient à l'étranger : L'Amy GmbH en 1976 et L'Amy Inc. en Amérique dès 1978, puis participation dans Suisse Optibelle AG en 1981.

Le groupe L'Amy est sur tous les marchés. Il devient un important créateur d'emplois multiples dans le bassin jurassien, et un excellent contribuable. Son PDG, Robert Lamy est promu chevalier du Mérite National en 1977 et officier dix ans plus tard.

Hervé Lamy, le fils de Robert, rejoint la société en 1977. Marc, fils de Jacques, intègre le groupe en 1981 après deux ans aux USA, dans la filiale consacrée aux montures plastiques. Ils contribuent fortement à l'essor du groupe par leur enthousiasme et leurs compétences respectives.

Dans une optique marketing, et voulant ajouter une griffe prestigieuse à ses collections, Robert négocie en 1982 la licence Lacoste (fabrication et distribution) pour le monde entier. L'insigne du crocodile est apposé sur toutes les branches des lunettes Lacoste (le PDG de L'AMY est toujours responsable du design produit).

C'est l'envolée magique. Il faut adapter l'organisation du groupe. En 1986 on a aussi implanté à Saint-Laurent-en-Grandvaux une nouvelle entité de fabrication Prisma Sarl, spécialisée dans les traitements organiques sur montures en métal. Le bâtiment abrite le laquage à la main des montures dont le processus très exigeant nécessite des

Les Champions de la lunetterie

conditions climatiques draconiennes et du personnel hautement qualifié très difficile à former.

Appuyé par des collaborateurs expérimentés et enthousiastes, qui partagent de surcroît les décisions de l'équipe de direction, Robert introduit L'AMY en Bourse de Lyon en septembre 1986. De nouvelles marques sous licence complètent l'offre produit comme Nina Ricci en 1988, Chevignon en 1991, Manoukian, etc. En 1990, l'entreprise multinationale fabrique annuellement 2 500 000 montures optiques et solaires pour opticiens, vendues dans 35 pays et emploie près de 1100 salariés dont 448 à Morez, 214 à Poligny, 31 aux Rousses, bientôt 20 à St Laurent, 67 à Paris et plus d'une centaine à l'étranger ... et 18 travailleurs à domicile, survivance d'un passé pourtant révolu.

Sous la direction de Jacques Lamy, des filiales et des participations sont implantées à l'étranger. En 1989, acquisition de la filiale italienne Lamy Sarl, création de L'Amy servicios SC/LTDA au Brésil, Lunettes Nina Ricci Sarl à Paris. Ces opérations précèdent la séparation des activités de distribution sur le marché français : Lamy pour la division L'Amy France et Lacoste par la filiale RVL Diffusion. En 1991, la filiale espagnole L'Amy Diffusion complète le déploiement européen. Un bureau est ouvert à Hong-Kong la même année.

La progression du groupe a donc été spectaculaire pendant près de 50 années glorieuses. Mais des années difficiles vont marquer un coup d'arrêt au succès. A la montée en puissance de la concurrence asiatique, au sur-stockage, à la parité défavorable Dollar-Franc, s'ajoutent le poids croissant des charges sur les PME et la guerre du Golfe.

Mais à l'origine de la détérioration des comptes, c'est l'acquisition malheureuse du groupe de lunetterie H.M.L. (Calamand, Lamy Jeune, Girard, Solar) en dépôt de bilan. Robert s'oppose à Jacques,

Les Champions de la lunetterie

Hervé et Marc : il estime que la fabrication de lunettes injectées et leur distribution en grandes surfaces et stations-service sortent du cadre du métier de L’Amy.

Le changement de Direction

En 1993 la SA L’AMY transforme son statut juridique, passant de Conseil d’Administration en Conseil de surveillance et Directoire, présidés respectivement par Robert et Marc. Mais l’année suivante le groupe anglais Eyecare Products prend le contrôle de la société. Le Directoire est dirigé par Marc Lamy et Yves Durand. Robert part en retraite après 48 ans d’activité, suivi par son frère Jacques en 1995. La même année, Hervé, le fils de Robert Lamy prend sa liberté après vingt années dans la société mère. Nous le retrouvons dans la rue de l’Industrie où il démarre une nouvelle affaire, Augar International.

La fin des années 1990 et le début de la nouvelle décennie sont riches en événements commerciaux, accords de partenariats, créations de filiales, acquisitions dont l’énumération ci-dessous démontre le dynamisme de l’entreprise.

Le groupe L’AMY depuis 1996 (extrait de l’information du groupe dans le monde. Site « l’Amy Group ») :

1996 Avec 190 Millions de .Francs de chiffre d’Affaires le groupe, toujours n° 1 français, devient le n° 10 mondial.

1997 Démarrage du joint-venture de production en Chine J.V.Everbright

1998 Lancement de la marque Louis Félix Lamy. Le 23 décembre les dirigeants du groupe déposent une OPA amicale sur les titres l’Amy à la Bourse de Londres.

1999 l’OPA est confirmée. L’Amy passe de nouveau sous pavillon français après une OPA amicale qui, avec l’aide du Crédit Agricole,

Les Champions de la lunetterie

permet la reprise du contrôle du groupe à l'anglais Eyecare Products. L'Amy devient L'Amy group et fait évoluer son logo. Ses points forts sont ses plate-formes logistiques, l'une près de New-York et l'autre à Morez.

Signature du contrat de licence Kipling (marque créée en Belgique en 1987)

Démarrage des nouveaux systèmes d'information informatiques SAP (Allemand).

Ouverture de trois nouvelles filiales : Argentine, Australie, Canada.

Accord de partenariat sur le Japon avec « Seiko Optical Product ».

2000 Le groupe s'agrandit en acquérant le Grasset et Associés (CA 70 MF) et renforce sa position de leader incontesté sur le marché français.

2001 L'Amy signe un accord de licence avec Columbia , le leader de la fabrication d'équipements « outdoor » et de la distribution de vêtements de ski aux U.S.A. (Columbia Sportwear Company).

2002 Création de la filiale belgo luxembourgeoise basée à Anvers. Signature d'un accord de distribution entre le Groupe L'Amy et la société Grasset pour la distribution par les équipes de vente de l'Amy des marques Seiko DDP et P.Light d' Agnès B.

En Espagne le groupe l'Amy met un « booster » sur Lacoste Eyewear en signant avec le Group Indo un accord de partenariat pour la distribution des lunettes Lacoste créées et fabriquées par l'Amy.

2003 Le Groupe L'Amy relance l'activité des lignes Karl Lagerfeld, Sonia Rykiel, Rochas, Nikon et Crayola au sein d'une nouvelle filiale Rege Associés.

La société Kenzo et le Groupe L'Amy signent un accord de partenariat sur la collection des lunettes solaires et optiques dont les griffes étaient précédemment distribuées par Berthet Bondet de Bellignat poussée au dépôt de bilan en 2002 (la société exploitait des licences positionnées sur la même cible féminine et n'a pas résisté au choc des géants italiens capables de vendre moins cher des lunettes

Les Champions de la lunetterie

Chanel, Dior ou Gucci). Les licences semblent le seul moyen d'émerger sur le marché où la contribution de la marque propre L'Amy ne représente plus que 35% du C.A. L'offre basique des produits asiatiques pousse les fabricants européens, et L'Amy n'y échappe pas, à s'appuyer sur des licences fortes pour exister dans les vitrines du monde entier.

Par cet accord le Groupe L'Amy au sein de sa filiale Artcol.216 acquise en août assurera la fabrication et la distribution dans le monde entier des lunettes Kenzo homme, femme et junior.

2005 Le Groupe L'Amy et la société Chloé International SA, dirigée par Ralph Tolédano, signe un accord mondial de licence pour la création, la fabrication et la distribution de lunettes sous la marque Chloé (distribuée auparavant de 1999 à 2004 par Marcolin, elle passe dans les mains de Marchon en 2012)

Le Groupe L'Amy et la société Jeanne Lanvin annoncent la signature d'un accord pour la fabrication, le développement et la distribution de lunettes optiques et solaires sous la marque Lanvin. Cette licence est concédée pour tous les pays du Monde hors Japon (Elle tombera plus tard dans le portefeuille de De Rigo)

Mais au début de 2005 les nouvelles de l'industrie lunetière du Haut Jura sont alarmantes. Le 24 février le premier couperet de l'année est annoncé. Le Groupe L'Amy, le leader français de la lunette, annonce la fermeture de ses deux sites de Poligny et de Saint-Laurent en Grandvaux, des licenciements dans son usine de production de Morez et également au siège social à Paris. Au total, 180 salariés perdent leur emploi. 350 personnes en territoire jurassien fabriquent les lunettes Lacoste, Nina Ricci, Sonia Rykiel, Chevignon, Kipling. Une grande partie de la production est délocalisée en Chine sur le site de Xiamen dont la capacité est de

Les Champions de la lunetterie

1 500 000 unités par an. Il est spécialisé en fabrication et finition de montures.

L'Amy dispose à cette date de l'usine de production et d'une plate-forme logistique à Morez (LPS, Logistique Production Service) qui livre dans le monde entier. La société LPS agit sur trois secteurs d'activité : un atelier de fabrication de lunettes de marque L'Amy, une équipe commerciale et la plate-forme d'expédition aux opticiens français, aux distributeurs étrangers et à la filiale L'Amy US qui assure l'expédition des lunettes dans cette région du Nouveau Monde depuis Wilton près de New York. Toutes les montures conçues et vendues par les filiales du groupe L'Amy Grasset, LL design, LDL, Rége) utilisent ce circuit de distribution.

Car le mauvais cap des licenciements étant passé, le groupe se porte bien eu égard à ses marques telles que : Lunettes L'Amy , Louis Félix Lamy , Vision's , Puzzle et Moderato ou sous licence comme Nina Ricci , Chevignon , Kipling et Columbia . Le groupe Grasset et Associés, acquis en l'an 2000, réalise un excellent chiffre d'affaires avec Seiko, DDP, Agnès B. Il complète sa gamme avec Chipie, Carolina Herrera XS, Paco Rabanne, Converse et O'Marines.

Depuis 2003 la nouvelle filiale Rege Associés participe au développement avec ses marques Rochas, Nikon et Crayola. Elle s'appuie sur une équipe de professionnels managés par Alain et André Rege. Le partenariat avec Kenzo porte ses fruits grâce à la filiale Artcol 216 qui produit les lunettes Kenzo. Voilà déjà trois décennies que cette marque construit et perpétue un vocabulaire qui lui est propre... couleurs, nature, voyage, Orient, Occident... et toujours liberté, générosité, création. C'est un succès indubitable.

Le 25 octobre 2006, L&L Design, filiale de L'Amy Group annonce le renouvellement de son accord de licence mondial pour 5 ans avec Nina Ricci, filiale du groupe Puig. A la même date L'Amy America notifie la prolongation de l'accord de coopération jusqu'en

Les Champions de la lunetterie

2010 avec Columbia Sportswear Company, leader global de l'industrie textile et chaussure « outdoor », présidé par Stephen Rappoport. Ces prolongations symbolisent le succès de plus de dix ans de collaboration entre les entreprises et leur engagement mutuel pour poursuivre leur partenariat. Le 20 mars 2007 L'Amy relance sa collection Louis F. Lamy : 19 nouveaux modèles plaqués de métaux précieux garantis par le poinçon ALF (Auguste Lamy Fils). Ces lunettes sont toutes dotées de charnières flex et utilisent le titane, les strass et la galalithe ou encore les bois précieux. Elles pratiquent également la technique de la co-injection dont bénéficient les branches et qui leur donne l'apparence d'un stylo de luxe.

Les années suivantes, L'Amy poursuit le développement de sa panoplie de lunettes :

La distribution des produits est assurée par une nouvelle société LDL (L'Amy Diffusion Lunettes) créée le 14 novembre 2006 à Morez dont le siège social est situé à Morez au n°216 rue de la République, appuyé par un établissement secondaire au n°47 rue de la Chaussée d'Antin à Paris.

C'est en 2008, la mise en avant de sa ligne contemporaine Captive, facile à porter par les femmes modernes en quête de caractère et qui se décline en trois familles avec la double branche et son système d'articulation original. La collection rétro (formes rondes, ovales, et colorées) de Chevignon Junior pour les jeunes de 8 à 12 ans est lancée en juin. La nouvelle collection Kenzo habille la façade du mégastore Lissac à Paris à la fin 2009, bientôt suivie par deux autres licences de L'Amy, Sonia Rykiel et Nina Ricci avec son modèle phare Torsade dont les branches s'inspirent du flacon de cristal du parfum L'Air du temps (la licence sera transférée à De Rigo en juin 2015)

En 2010, Henri et Pierre Grasset, qui assuraient la direction opérationnelle de la société cédée en 2000 à L'Amy reprennent

Les Champions de la lunetterie

l'affaire dans le cadre d'un LBO avec le fonds d'investissement Actem Partners (Natixis). Ils récupèrent leur indépendance et emportent avec eux les licences DDP, Eden Park, Levi's et Zadig & Voltaire. Celle-ci passera dans les mains de De Rigo en septembre 2015 (Cf ci-dessus).

L'année 2010 un interlude survient dans le parcours du groupe L'Amy quand le groupe horloger TWC rachète la société au mois de juin où il a décelé des points de complémentarité. Ce rapprochement avec The Watches Connection vise à renforcer la présence de l'Amy à l'international avec une capacité de distribution multipliée : France, Italie, USA et Australie pour l'Amy et Allemagne, Moyen-Orient, Asie du Sud-Est pour TWC. Ce groupe, horloger à l'origine, s'est développé dans le champ de la maroquinerie et du bijou. Les accessoires de mode comme les lunettes se doivent de rentrer dans le portefeuille de la société suisse. Et TWC n'échappe pas à ce phénomène car déjà il développe et distribue sous licence exclusive les griffes Cerruti, Thierry Mugler, Ted Lapidus, Hugo Boss, D & G, Tommy Hilfiger, Citizen, Pandora et Hello Kitty, sans omettre ses marques propriétaires Clyda et Scooter. L'élargissement de l'offre produits et la présence de TWC au capital est une assurance de plus dans le développement de l'Amy.

En juin 2011, le Groupe Arnault et LVMH entre avec le fonds L.Capital (créé en 2001 afin de prendre des participations dans les secteurs du bien-être et de la personne) à hauteur de 35% dans le groupe TWC L'Amy. Celui-ci s'associe à la société I.W.G. spécialisée dans les accessoires de mode en créant le groupe I.L.G. (International Luxury Group) détenu à 25% par L.Capital.

En 2012 le groupe de maroquinerie Bally, riche de ses 160 années d'expérience se lance dans le développement et la distribution mondiale de sa première gamme de montures optiques et solaires en

Les Champions de la lunetterie

partenariat avec le designer optique de TWC L'Amy pour une durée de cinq ans.

En 2013, Thierry Mugler, ancien danseur de l'Opéra de Strasbourg et ancien élève des Arts décoratifs, lance sa nouvelle collection de lunettes optiques et solaires réalisée en collaboration avec le groupe TWC-L'Amy.

En 2014, le groupe décide de fermer le site de la société Lunettes Régé associée à Martignat. 17 personnes, dont certaines anciennes de Berthet Bondet reprises en 2003 lors du dépôt de bilan, restent sur le carreau. L'entreprise fabriquait et distribuait les lignes optiques et solaires des marques Karl Lagerfeld, Sonia Rykiel, Rochas et Crayola.

A la fin 2014, Kenzo et l'Amy Group prolongent leur partenariat de licence détenue depuis 2003. L'arrivée de nouveaux directeurs artistiques chez Kenzo impulse une nouvelle collection de lunettes plus jeune et dynamique dont les modèles retranscrivent au niveau des branches les éléments des bijoux.

L'usine aux Fins dans le Haut-Doubs assure la logistique et le SAV du groupe TWC. Ce site est en déclin depuis une année et rencontre des difficultés dans la commercialisation de ses produits griffés de bijouterie et de montres. Il est destiné à une délocalisation à Morez. La réduction de coûts fixes prônée par LVMH en serait la cause ! Les 74 personnes impliquées dans ce transfert refusent le projet en préférant un licenciement économique.

Le miracle a lieu à la fin 2014 : l'entreprise revient sur sa décision. Le personnel passe Noël à la maison... et l'intermède TWC-l'Amy prend fin en 2015. La firme morézienne reprend son nom de L'Amy Group avec les licences Cerruti, Mugler, Ted Lapidus toujours dans le portefeuille en 2019.

En 2015, le made in France s'exporte en Asie où le savoir-faire et la qualité de la filière d'excellence sont largement reconnus comme sur le plan national. La progression du volume de production à Morez est éloquent : 380 000 en 2013, 450 000 l'année suivante (25% du total

Les Champions de la lunetterie

mondial) et 600 000 en 2015. L'ambition affichée est d'atteindre le million d'unités dans les trois années suivantes. Pour séduire les marchés asiatiques, le groupe s'est entouré de distributeurs dont l'entregent auprès des célébrités locales fait merveille. Cependant le groupe souhaite relocaliser la production des Sonia Rykiel, Chevignon et Le Temps des Cerises, à l'instar des Kenzo, Balmain et Cerrutti déjà fabriquées en France chez Look Vision.

Le dernier événement de l'année 2017 est la reprise de l'entreprise lédonienne d'Henry Jullien fondée en 1921, objet d'un redressement judiciaire depuis avril 2016. Sur les 75 personnes employées douze seulement sont maintenues à leur poste, dont 2 commerciaux. 80% des références sont supprimées. Depuis juillet 2017, elle s'appelle Henry Jullien manufacture, hautement spécialisée dans la fabrication de lunettes en doublé or (300 passes pour réaliser une monture). Le label Entreprise du patrimoine vivant lui est décerné fin 2018.

L'entreprise quitte en juin 2019 ses locaux route de Besançon à Lons et s'installe sur le site d'Esat (Service aide par le Travail) rue Branly de cette ville. Le Directeur du site de Morez, Dominique Bresso, est aussi directeur technique chez Henry Jullien.

En 2019, le credo de Dominique Alba, le PDG de l'Amy France (déjà rencontré lors des incursions chez Logo et Mikli) est d'assurer la pérennité de son activité, face aux ténors mondiaux de la lunetterie et aux menaces de la coentreprise Thélios de LVMH et Marcolin qui, à l'instar de Kering, veulent distribuer leurs propres marques au lieu de le faire par des contrats de licence. Pour cela, la stratégie du groupe est modifiée en créant des divisions correspondant chacune à un segment de marché :

- 0-15 pour les enfants avec les marques Sonia Rykiel, Chevignon, Ernest et Célestine, Paddington et Miraculous.
- Access Prize pour la moyenne gamme concerne New Balance, Le Temps des Cerises et Chevignon.

Les Champions de la lunetterie

-Atelier Couture qui regroupe les marques historiques de l’Amy (Sonia Rykiel, Cerruti 1881.

-Luxe Innovation avec la marque Henry Jullien citée précédemment et MacLaren en titane (Silmo d’Or en 2018 pour son impression 3D). Un nouvel accord exclusif pour la conception, la production et la distribution de lunettes solaires et optiques est signé en 2018 avec la société Chris-Craft, fabricant de yachts haut de gamme née en 1974.

-L’Amy Technologie, un nouveau segment en cours de création qui doit relancer la marque L’Amy.

Les filiales aux USA et en Italie, la refonte de la distribution en Allemagne, l’ouverture récente d’un L’Amy Asie et le projet d’un bureau à Dubaï démontrent la stratégie agressive de l’Amy Group.

GRASSET ASSOCIES

LUNETTES

La réputation de la lunetterie Grasset n'est plus à faire ! Quand elle fut acquise un jour par le groupe L'Amy ou lorsqu'elle reprit son indépendance, avant ou après cette opération, la société a toujours joui d'un fort courant de sympathie auprès des Jurassiens comme celui des opticiens dans l'Hexagone ou hors de nos frontières.

Depuis 1895, elle fait partie des fabricants historiques de l'optique dans l'Ain, en concurrence avec ses compétiteurs locaux tel Grosfilley (Cf chapitre dédié) ou moréziens pour ne citer que ceux-là. Ses bâtiments sont situés à Arbent, près d'Oyonnax, le centre du plastique français depuis des décennies. Ses organisations et technologies successives ont été accordées progressivement à l'évolution du métier. Son aptitude à s'adapter aux exigences de la clientèle lui a permis au fil du temps d'étendre son territoire dans 35 pays avec plus de 1000 modèles. L'ampleur de son portefeuille de griffes en témoigne.

Son histoire, concentrée sur les alentours d'Oyonnax, a fait le tour des antipodes. Après quelques allers-retours entre repreneur et la famille fondatrice, la société vieille de plus de 120 années est une entreprise française qui réalise toutes les montures et les verres adaptés aux besoins de chacun et de ses envies. Son portefeuille de

Les Champions de la lunetterie

marques référencées Lunettes Grasset Associés a connu diverses évolutions au cours du temps :

En 2000, après un résultat opérationnel déficitaire, alors que le mouvement de concentration dans la profession s'annonce inéluctable, Grasset estime nécessaire de s'associer avec l'Amy Group (Cf. ci-dessus). Cet adossement va leur permettre d'atteindre une taille adéquate pour contrer la concurrence asiatique et italienne, telles Luxottica, Safilo, De Rigo et Charmant. De plus, ce spécialiste des montures en plastique, se tourne vers l'exploitation de licences destinées à mieux promouvoir la lunette, appareil de vision devenu aussi un accessoire de mode. A cette date, Grasset fabrique et commercialise les marques Guy Laroche et Agnès B et distribue en France Seiko Titanium, DDP(les Docks Dupont), une marque pour jeunes lancée en 1996 reconnaissable par Eggman, le petit bonhomme jaune (DDP est aujourd'hui une marque de prêt-à-porter féminine)

En 2003, le C.A. des lunettes Grasset progresse de 10% grâce aux marques ci-dessus et aussi par Chipie Women lancée en avril (distribué précédemment par Opal Diffusion). La visibilité de l'activité continue avec le lancement de XS Paco Rabanne et la distribution de Converse et de Timberland. (Celle-ci passera ensuite chez Marcolin qui renouvelle le contrat en 2006 et le prolongera en 2010 pour une dizaine d'années)

Quant à Guy Laroche, arrêtée en juin 2003, elle rejoint Filtral France (ex-Filtral Sun Planet rachetée par la société allemande Filtral en 2000). Cette société la distribue alors pour le compte de l'italienne Olidei à qui est confiée la licence.... Guy Laroche réapparaît en 2011 dans le répertoire de Grasset avec un accord de distribution croisée avec le Grupo Optim de Barcelone qui fabrique la griffe depuis 2008 et distribue les lunettes Levi's en Espagne où elle détient un important portefeuille de marques ibériques telles Armand

Les Champions de la lunetterie

Basi,...Concernant l'Espagne, Grasset est en charge pour le compte de Indo de distribuer en France Carolina Herrera.

Les années passent et après un séjour contraint chez l'Amy group depuis l'an 2000, Grasset reprend la main en 2010 en emportant, grâce à un LBO, les licences DDP, Eden Park, Levi's et Zadig & Voltaire. (Celle-ci rejoint De RIGO en 2015). La collection Eden Park n'est plus distribuée en France suite à la liquidation d'Airess Group en 2004 (à cette époque elle est le deuxième fabricant français de lunettes à Oyonnax avec 195 personnes. Née en 1950, cette PME était contrôlée par la famille Sonthonnax de cette cité). Elle rejoint Grasset et son portefeuille déjà très étoffé avec Seiko Titanium, Agnès B., DDP, Chipie, Converse, XS Paco Rabanne, Carolina Herrera,(Cf.de RIGO) O'marines.

Au Silmo 2018, l'entreprise LGA présente 11 marques étiquetées « Made in France » :

Agnès B.

Eden Park

Guy Laroche

IKKS en 2015 (après une incursion chez LOGO)

Lacroix (skieur Leo Lacroix et non Christian Lacroix le créateur de mode)

Levi's

Royal Muse

Seiko

Starvision (du groupe japonais Seiko à Lippstadt Allemagne, centre de production)

Tara Jarmon

Vespa

(Reebok) propriété d'Adidas depuis 2005, la collection a été distribuée par ADSL Aplus depuis 2006 puis par Grasset en 2017. Elle est exclue du portefeuille en 2018.

Les Champions de la lunetterie

Marchon Eyewear et VSP Vision Care

Qui n'a pas entendu parler de marques de lunettes telles Chloé, Lacoste, Karl Lagerfeld, n'est jamais entré dans un magasin d'optique ou bien il ignore que ces grands noms de la mode s'illustrent non seulement par les vêtements mais aussi par les accessoires. Demandez à celui qui aura jeté son dévolu sur une de ces marques de lunettes de donner le nom du fournisseur ou du fabricant : soit il ne le connaît pas soit il convient que le choix de son achat n'est pas lié à l'origine de l'accessoire dont il se moque d'un haussement d'épaule! Seule la marque l'intéresse ! Et encore, plutôt le look ... voire le prix !

Mais les publicités sont suffisamment nombreuses et bien ciblées pour attirer le regard sinon l'attention. Les opticiens peuvent s'y méprendre mais ils disposent de leur bréviaire : l'annuaire de France-Optique qui recense le répertoire des sociétés et l'index des marques. Entre autres maisons, on y trouve le nom de Marchon France SAS installée à Limonest près de Lyon. Avant sa reprise en 2002 par Marchon USA, elle existait auparavant sous la forme d'une joint-venture avec la société ODLM. (Organisation Diffusion Lunettes Marques) localisée à Dardilly(Rhône).

Marchon Eyewear Inc., dont le siège est implanté à New-York, est né en 1983. Grand créateur, fabricant et distributeur de ses propres

Les Champions de la lunetterie

montures solaires et optiques et des marques sous licences, il emploie 2300 personnes dans le monde et son réseau s'étend sur plus de 120 pays avec près de 86 000 points de vente. Plus de 16 millions de montures sont distribuées annuellement auprès des grands magasins les plus prestigieux. Les marques phares acquises au fil du temps ont fait la renommée de la société dont le parcours est évoqué ci-dessous.

En 1983 la Société Distributrice Marchon Inc., titulaire de la licence d'exploitation des marques Calvin Klein, avait signé aux Etats-Unis une société en participation avec le Groupe Marcolin,. Ce qui permit un développement notable de l'effectif de celui-ci et le passage à un million de montures produites en 1984. Cet accord est reconduit en 2005 pour une durée de cinq années supplémentaires. Les deux sociétés décident de créer une collection solaire d'entrée de gamme, commercialisée aux USA et sur le marché asiatique en 2006.

En 2007, Marchon lance une nouvelle gamme de lunettes X Games (marque du Groupe Disney), destinée aux jeunes casse-cou du skate et autres sports extrêmes, tel le ski freestyle. Ces montures sont équipées de pont en alliage de titane à mémoire de forme, le Flexon qui absorbe les chocs, de branches Flex et de clips solaires.

En août 2008, le groupe VSP Vision Care géant U.S. de l'assurance en santé visuelle, acquiert Marchon Eyewear. Ce réseau (assurances, lunetterie, laboratoires de surfaçage, logiciels) créé en 1955 par des optométristes dispose d'un réseau de 25 000 spécialistes qui dispensent leurs prestations à un américain sur six. Marchon Eyewear devient une filiale autonome de VSP qui peut être assimilée à une coopérative sans but lucratif, ce qui la protège des appétits des boursicoteurs à l'affût d'OPA juteuse. Comme la maison-mère possède la société productrice de montures Altair Eyewear, celle-ci devient une division de Marchon. Une autre filiale de VPS, Eyefinity spécialisée dans le développement de solutions informatiques pour la

Les Champions de la lunetterie

vision, fusionne avec OfficeMate de Marchon, positionnée sur le même créneau. 50% des parts de Marchon dans la société Eyedesigns, spécialisée dans l'agencement de magasins d'optique, sont repris par la maison-mère.

Le portefeuille de Marchon s'élargit en 2009 en accueillant la griffe allemande Jil Sander. Depuis cette date, les marques de Marchon s'accumulent progressivement. La société fabrique et distribue les marques Calvin Klein, Chloé, Columbia Sportswear, Emilio Pucci, Diane von Fürstenberg, Dragon, Etro, Fendi, , Karl Lagerfeld, Lacoste, Marchon NYC, Marni, MCM Worldwide, Nautica, Nike, Nine West, Oscar de la Renta, Salvatore Ferragamo, Sean John, Skaga et X Games déjà citée). Auparavant, les lunettes Jil Sander étaient distribuées par Alain Mikli puis par la joint-venture Eyewear International Distribution constituée entre Prada (qui détenait 75% du capital de Jil Sander en 1999) et De Rigo en 2000. Citons les principales introductions :

En octobre 2012, Marchon Eyewear Inc annonce l'acquisition de la lunetterie suédoise Scandinavian Eyewear. Créée en 1948, elle est propriétaire de la marque Skaga citée supra.

En mars 2013, le contrat de licence avec la marque G-Star Raw est signé (6500 points de vente dans 68 pays pour ses collections de vêtements et plusieurs lignes d'accessoires dont les lunettes).

En octobre 2013, l'accord de licence mondiale Liu Jo est acquis. Il est suivi par la collection de lunettes Etro Eyewear en 2015 et le lancement de Chloé Dafné, l'offre enfant de Marchon Junior, rappelant la Chloé des années 70 ; elle est déclinée en quatre modèles délicats rose ou rouge propres à séduire les jeunes filles et leurs parents.

En février 2016, un contrat de licence est renouvelé avec Lacoste Sportswear pour la fabrication et la distribution de lunettes de vue et solaires dans les magasins de Columbia Sportswear Company, fondée en 1938 et leader dans le design le marketing et la

Les Champions de la lunetterie

distribution de vêtements et accessoires de sport. Cet accord met fin à l'alliance qui liait Columbia à L'Amy Group depuis 2001 puis avec le groupe Charmant en 2007.

Dans un style original subtilement subversif, imprévisible et rétro, l'italienne Marni rejoint le portefeuille de Marchon en 2016. Pionnier dans le web retail, elle est destinée aux magasins de détail axés sur le luxe. Son entrée dans le groupe vestimentaire OTB de Renzo Rosso en 2012, lui ouvre la porte du succès auprès des enseignes Viktor & Rolf (marque chez Skyline Vision de Morez en 2017), Diesel(Marcolin), Dsquared (Marcolin), Just Cavalli, (Marcolin) et Vivienne Westwood (Lucia Porcelli). Cette dernière est incluse dans le catalogue de AVM 1959 en 2018.

La ligne Longchamp entre chez Marchon après la signature d'un contrat de licence mondial en février 2017 pour la production et la distribution dans plus de 300 boutiques des collections de la maison française de maroquinerie. Née en 1948, la firme crée des sacs à main, bagages, souliers, prêt-à-porter. Sur la planète mode, il lui manquait les lunettes pour ses accessoires qui incarnent le chic français.

En 2019 les marques de la société Marchon France sont les suivantes (propriété propre de Marchon marquée par (*)) :

Calvin Klein

Calvin Klein Jeans (optique, exclusivité Alain Afflelou)

Chloé

Dragon Alliance

Etro

Flexon(*)

G-Star Raw

Karl Lagerfeld (exclusivité Optic 2000)

Les Champions de la lunetterie

Lacoste

Liu Jo

Longchamp

Marchon Air-Lock (*)

Marni (distribuée aussi par MSK Eyewear en France avec Götti, Massada Lunettes, Matsuda, Clayton Franklin, Blake Kuwahara, Bruno Chaussignand)

MCM

Nautica

Nike Vision

Salvatore Ferragamo

Skaga(*)

Groupe Charmant

Charmant France

La lunetterie de Morez n'est pas seule au monde. Si le bourg haut-jurassien se targue avec raison d'être la capitale française de la lunette depuis le début du 19^e siècle, il a fait des émules sur toute la planète. Les Luxottica, Essilor, Safilo, LVMH, De Rigo, Kering, Cartier, Marchon, et d'autres firmes tout aussi glorieuses les unes que les autres, ont pris place dans le métier de l'optique. Dans cette activité aux multiples facettes, le groupe japonais Charmant tient une place honorable que la profession craint, tant le dynamisme et la qualité de ses collections inspirent le respect.

Depuis sa fondation en 1956 par Kaoru Horikawa, le groupe Charmant se développe dès le départ avec la fabrication de pièces détachées optiques puis se spécialise dans la création de montures haut de gamme. Dès 1975, il s'agrandit et crée ses propres marques qu'il propage grâce à un service commercial intégré à l'entreprise. Ses innovations sont remarquables, en particulier le titane, analgésique, léger et flexible, dont Charmant est le premier utilisateur dans ce domaine où il est considéré comme un pionnier à partir de 1980. Charmant est actuellement le premier fabricant de montures au Japon. La production s'élève à plus de 9 millions de lunettes par an sur deux sites au Japon (450 salariés) et en Chine (3000 personnes). Le n° 1 des montures en titane est présent dans 80 pays à travers une quinzaine de filiales. 40% des

Les Champions de la lunetterie

ventes sont opérées en Asie alors que la majorité du design est réalisée en Italie(Milan) et à Paris. Les marchés européen et Etats-Unis sont équivalents (30% chacun) (données 2016).

A partir de 1982, l'ouverture des filiales se multiplie à l'Export : les Etats-Unis, l'Europe avec la première collection Charmant Titanium Perfection. Puis Charmant France est créé en 1994 à Villeneuve-la-Garenne d'où la distribution des marques maison Titane, Synthes Eyes, Aristar et Esprit sous licence à partir de 1995.

La marque Esprit est née en 1968 sous l'impulsion de Doug Tompkins, fondateur des marques de vêtements The North Face en 1964. Au départ l'entreprise se résume à une boutique spécialisée qui va se transformer en articles de sport, orientée vers les activités de montagne(le succès de la première toile de tente en forme de dôme et ses tiges flexibles fait connaître le créateur dans le monde du tourisme nomade, et particulièrement en altitude). En 1976, l'entreprise Esprit s'installe en Europe et établit son siège à Düsseldorf. En 2005, les ventes annuelles du groupe atteignent 1 100 000 montures optiques et solaires de la marque Esprit, dont 100 000 en France, en particulier sur le segment des enfants. En 2006, une filiale est ouverte à Shanghai. En 2009, la mise au point de l'Excellence Titan, un alliage titane innovant précède le lancement mondial de la marque LineArt Charmant, qui utilise le Titane Excellence. Quelques années plus tard, la ligne confort Plus des quatre modèles de la collection Charmant Titanium Perfection est redessinée avec des plaquettes plus ergonomiques et des manchons qui limitent le glissement sur le nez. En 2017, la nouvelle ligne propose des motifs à rayures pour un look contemporain et léger, du simple modèle au plus sophistiqué.

La licence Elle Eyewear, détenue par Lagardère Active Group (l'une des quatre branches de Lagardère -société en commandite par

Les Champions de la lunetterie

actions- où elle est leader dans la presse magazine, l'audio-visuel, la publicité et les licences de marques) est synonyme de chic urbain. Plus de vingt années de collaboration ont permis une adaptation des modèles au goût du marché. La prise en compte de l'état de l'art des matériaux légers offrant un confort de port rend la lunette Elle unique sur le marché.

La licence Puma, la célèbre marque de sport, distribuée jusqu'en 2005 en exclusivité dans les points de vente Afflelou depuis 2003, entre dans le portefeuille du groupe Charmant en 2006 pour une distribution chez les opticiens à la fin de cette année-là (La production et la distribution sont mises en œuvre chez Kering en 2016 qui est actionnaire de Puma depuis 2007)

Pour le marché américain, Luxottica a l'exclusivité de la distribution de la collection Puma. Rappelons qu'à cette date, Charmant distribue déjà les marques Aristar, Boss, Hugo, Charmant, Christian Roth, Dress Code, Elle, Esprit et Valmax, dans plus de 100 pays.

La marque Lacoste du célèbre polo au crocodile créé en 1933, déclinée en chaussures, maroquinerie, parfums et vêtements compte 925 boutiques sur la planète en 2007. La signature d'un accord mondial avec le groupe Charmant pour la conception, la production, et la distribution des montures optiques et lunettes solaires entre en vigueur au début 2008, prolongeant le partenariat déjà en place en Asie et Amérique dans les zones Europe, Moyen-Orient et Afrique (la collaboration pour ces trois zones avec l'Amy Group cessera en décembre 2007)

La griffe de luxe Trussardi, concentré de chic italien, rejoint le portefeuille du Groupe Charmant en 2010 pour cinq années. L'accord concerne la production et la distribution des montures optiques et solaires : la ligne principale Tru Trussardi et la gamme de luxe Trussardi 1911 en écho à la date de la fondation de l'entreprise à Bergame par Dante Trussardi. La licence était commercialisée auparavant par le fabricant italien Visibilia mis en liquidation en

Les Champions de la lunetterie

2010. (Cf. Visibilia ci-dessous) Mais le partenaire idéal pour Tomaso Trussardi est trouvé auprès de De Rigo Vision en 2016. Les entreprises familiales partagent souvent la même façon de diriger une société ! Depuis 2015, Charmant base sa stratégie sur les montures haut de gamme et compte capitaliser en France avec les modèles Line Art qui font un tabac au Japon alors que le marché local en dépression était dominé par les produits bas de gamme en provenance de Chine. L'impératrice du Japon est montrée, jouant au piano et arborant une paire de Line Art dans le showroom de Sabae qui concentre la production de ses modèles. Le Dolce, un hymne à la femme, souffle chez Charmant un petit air de romantisme très apprécié grâce à sa légèreté, son poli et ses couleurs d'automne, noir, or et pourpre ! On est évidemment loin des lunettes écoresponsables à base d'algues brunes de la collection NaoNed vendues par la société de même nom à Nantes !

Les relais de croissance se situent bien dans le luxe, avec les montures en titane légères et à mémoire de forme. C'est bien la solution finale pour résister à la pression des prix tournés à la baisse. Charmant se diversifie également dans les instruments neurochirurgicaux et dans les lunettes connectées. Le groupe vise 240 millions de CA en 2020. Mais en France, qui est son 4^e marché derrière le Japon, les Etats-Unis et la Chine, il n'est présent que chez 4000 opticiens. Cependant, Charmant prend bien soin de s'adapter aux goûts locaux avec des designers français. Les femmes apprécient les produits agréables à porter et...à forte valeur ajoutée ! Alors que la maison-mère fait appel à des mannequins occidentaux, la communication dans l'hexagone utilise l'actrice japonaise Lika Minamoto, l'égérie du parfum Flower by Kenzo. Gageons que ses ventes seront dopées grâce aux partenariats conclus avec les enseignes françaises Atol, Kryz et Optic 2000.

(Le groupe italien Visibilia, fondé en Italie en 1992, était un des quelques concurrents internationaux majeurs gérés par ses propriétaires dans le domaine des

Les Champions de la lunetterie

verres correcteurs et des lunettes de soleil. Le siège de la société était situé à Heubach en Souabe, alors qu'une autre partie importante de la société, Visibilia S.A., se trouvait à Barcelone en Espagne. Après sa faillite toutes ses marques sont abandonnées à l'exception de la licence Tom Tailor reprise par la société Visioptis de Pégomas -Alpes Maritimes)

En 2019, Charmant a opté pour un équilibre entre marques propres(p) et licences :

Ad Lib(p)

Aristar(p)

Charmant Titanium Perfection(p)

Charmant Z(p)

Line Art Charmant(p)

Elle

Esprit

Bushnell Outdoors Products

et le fonds d'investissement **MidOcean Partners**
+ **CEBE** (ancienne société de Morez)

Si la société Cébé a joui depuis 1892, année de sa fondation, d'une excellente réputation dans la fabrication de montures, les décennies ne l'ont pas encore effacée de la mémoire des Moréziens (Cf. l'historique au bas de ce chapitre). Reprise par Marcolin en 1999, l'entreprise du n°12 avenue Charles de Gaulle à Morez, ne put résister à la concurrence effrénée des fabricants de masques de ski et autres articles griffés des grandes enseignes de sports d'hiver. De la maison des Crestin-Billet ne subsiste que la marque Cébé qui sera reprise successivement par Marcolin puis par Bushnell Outdoors Products.

Bushnell est fondée en 1948 par David Pearsall Bushnell. L'import-export est son point fort : ciment belge, bracelets iraniens, chaussures déclassées de l'Armée du salut et autres appareils d'optique, tels les lunettes de visée et télescopes. Pendant la Deuxième Guerre mondiale, il travaille sur le développement produit pour le fabricant d'avions militaires Lockheed. En 1947, il crée son entreprise d'optiques de plein air et tente en vain de livrer des jumelles dont les commandes sont enfin vendues par correspondance, grâce à une campagne de publicité dans un magazine spécialisé. Ses premières ventes constituent la première activité de la société Bushnell qui se développe peu à peu.

Les Champions de la lunetterie

David Bushnell vend sa compagnie en 1972 à Bausch & Lomb déjà examinée dans l'historique Luxottica. En 1995 elle passe dans les mains de la Worldwide Sports and Recreation qui la cède en 1999 à la Wind Point Partners, société de capitaux privés axés sur les actions de croissance.

En 2001, la Bushnell acquiert les produits de vision nocturne Moonlight et les marques de sport Bollé Performance Eyewear ainsi que les lunettes haut de gamme Sérengeti Eyewear, toujours au catalogue en 2019.

En 2002, Bushnell prend possession de la marque de jumelles Tasco et change de raison sociale : Bushnell Performance Optics. Outre la gamme de télescopes pour astronomes amateurs, la société inclut des longues-vues, microscopes, jumelles et autres accessoires du fusil. Les années suivantes, la société s'étoffe du leader dans les équipements de chasse et de tir : Michaels of Oregon (2005) connue pour ses marques Uncle Mike's, Hoppe's, Butler Creek, Stoney Point, Blackwater Gear.

En 2007, l'investisseur MidOcean Partners prend le contrôle de Bushnell. Cette société américaine (New-York) de capitaux privés, fondée en 2003) est spécialisée dans les rachats et les investissements de capitaux de croissance (medias, entreprises industrielles, loisirs, service aux consommateurs). Elle gère 16 entreprises et regroupe alors 11 marques, dont les firmes Bushnell déjà spécialisées en lunetterie avec Bollé (sport-mode) et Serengeti (luxe), et Isotoner (lunettes solaires).

En 2009, la marque Cébé est reprise à l'Italien Marcolin.

L'année suivante, Bushnell rachète Simmons Optics (jumelles, télémètres,...) et Millett Industries (spécialiste américain des lunettes de tir pour l'armée, la chasse, la pêche) dans le cadre de ses objectifs de croissance par acquisition.

Les mouvements de capitaux se poursuivent en septembre 2013 quand Alliant Techsystems annonce avoir conclu une entente

Les Champions de la lunetterie

définitive pour l'acquisition définitive de Bushnell. ATK, qui joue un rôle majeur dans les secteurs de l'armement et de l'aérospatiale, a fusionné en 2015 avec Orbital Sciences Corporation pour former Orbital ATK.

Cébé est maintenant noyé dans l'immense compagnie ATK's, maison-mère de nombreuses entités, qui comprend outre les sociétés déjà citées, Weaver Optics (dispositifs de visée pour l'armement)

Historique de CEBE

(Cf. Bibliographie « Morez, Vallée des Entrepreneurs»)

Le nom de « CEBE », prononcé par les gens du " pays " en chantant sur les deux voyelles, rappelle le plus souvent le souvenir d'une grande maison lunetière et de ses fondateurs, les Cretin Billet (d'où CB, prononcer Cébé)et les Maitenaz . Leurs figures, autrefois familières aux Anciens , percent l'ombre du passé glorieux de la firme aujourd'hui absente des pentes de l'Avenue Charles de Gaulle.

La société est fondée en 1892 par Louis Dionis ; sa descendance et les mariages successifs aboutissent à la naissance des familles Maitenaz et Crestin Billet, grands entrepreneurs et inventeurs géniaux : la première s'est illustrée avec Bernard Maitenaz, concepteur du Varilux qui est évoqué dans le chapitre concernant la Société des Lunetiers, Lissac et Essilor, la seconde concerne l'affaire des Crestin-Billet à Morez.

En 1896 les créateurs rachètent le fonds de commerce en mauvaise posture de Julien Regad de Morez, dont l'objectif était " le commerce, la fabrication et la vente de branches de lunettes ", excluant donc la façon et la vente du produit complet. L'apparition de la voiture automobile, sportive pour un certain baron Benz, déclenche la commande et la mise en œuvre de lunettes de

Les Champions de la lunetterie

protection contre la poussière des routes non goudronnées. Les riches propriétaires de ces bolides roulant à 30 km/heure recherchent du luxe, de l'originalité et de la diversité. Les cyclistes du Tour de France et leurs suiveurs accompagnent ce mouvement dont l'engouement ne se démentira jamais. Les masques en tissu et les visières mobiles sont montés à domicile où le travail féminin fait merveille dans l'assemblage du cuir, du caoutchouc et des étoffes.

En 1900, la fabrique L.Cretin-Billet & Frères emploie déjà 30 femmes et 15 hommes spécialisés dans les lunettes de sport, plus une centaine autour de la ville. A la fin du siècle, ce sera encore la marque essentielle de la compagnie. Dix années après l'ouverture de l'atelier, le premier catalogue est édité.

En 1916, les dirigeants construisent une usine au n° 12 rue de la gare (Avenue Charles de Gaulle). Elle y établit son siège social maintenu là pendant 90 années. Une nouvelle dénomination L.Cretin- Billet & Fils précède une autre appellation Sarl Cébé L.Cretin- Billet & Fils en 1927. Les entrepreneurs bénéficient de l'envolée de l'aviation et de ses pilotes qui commandent leurs premières lunettes. Le courant d'affaires se développe et l'agrandissement de l'usine se concrétise en 1930. La période de guerre ne détourne pas l'entreprise de sa spécialité car elle est réquisitionnée en 1938 pour satisfaire l'appétit, en termes de lunettes de protection, de l'Armée de l'Air et des militaires motorisés. A partir de 1946, la société s'oriente vers la fabrication d'articles pour les sports d'hiver. En 1948, Henri Oreiller donne aux JO de St Moritz la première victoire aux lunettes Cébé. Ce sera le déclic de l'essor international de Cébé dans le ski. La firme devient le fournisseur officiel des grandes équipes internationales : France, Suisse, Suède, USA, Japon, Nouvelle Zélande, Espagne,... ce qui lui permet de ravir plus de 100 titres aux JO et aux championnats du Monde avec la grande équipe Killy, Lacroix, etc. Le modèle Panlux utilisant le système Flex lancé en 1945 fait partie du catalogue jusqu'en 1996.

Les Champions de la lunetterie

En 1960 les descendants décident d'agrandir les locaux. La fabrication des lunettes en métal et les succès des Français aux Jeux Olympiques de Grenoble en 1968 portent Cébé au sommet de la renommée. La demande grandit. Les locaux de Morez sont réorganisés en 1970 et une usine destinée à la fabrication des lunettes de ski, est édiflée à Frasne (Doubs), portant la surface totale à 4250 m² pour un effectif de 180 personnes. Sept années plus tard, 5500 m² accueillent plus de 200 employés dans les bâtiments de cette localité.

En 1973-74, une filiale italienne est ouverte. En 1979, une société anonyme dédiée à l'export Cébé International SA est créée en parallèle à la Sarl Cébé L.Crestin- Billet & Fils. Une autre société, la Cébé Sport SA voit le jour en 1985 à St Légier-la-Chiesaz en Suisse, premier pays d'exportation. La création la même année d'une entité juridique à Tokio Cébé-Japan, suivie en 1987 d'une prise de participation dans Cébé-USA dans l'Idaho signent la nouvelle impulsion des nouveaux dirigeants.

La famille Crestin-Billet voit de plus en plus grand. Les modèles de sport se multiplient et les innovations exclusives Cébé renforcent la position de l'entreprise : emploi de matières auto cicatrisantes et anti-rayures (et dont le pouvoir filtrant se modifie suivant l'intensité de la lumière), assurant la clarté de la vision, adaptation de modèles spécifiques pour le célèbre Paris Dakar dans le désert (système Cébé Flex). Le grand prix de l'Oscar à l'exportation est remis à Cébé par Valérie Giscard d'Estaing, Ministre de l'Economie et des Finances en 1971. En 1979, la société lance la fabrication de casques de ski et des lunettes de sport pour le champion Ingemar Stenmark. La réussite est au rendez-vous. Entre 1988 et 1993, la société engrange les succès : Oscar AFMASS du meilleur fournisseur d'accessoires de ski en 1988, puis en 1989 et l'Oscar INPI (Institut National de la Propriété Industrielle) qui récompense la créativité de la marque.

Les Champions de la lunetterie

En 1988, les deux sociétés Sarl Cébé L.Crestin- Billet & Fils et Cébé International SA sont regroupées sous le nom de Cébé International. En 1990, la compagnie s'enrichit de la Sarl H. Grand Chavin-Lamy, connue en particulier par sa marque Rod et l'installe au n° 6 Avenue Charles de Gaulle où elle y restera jusqu'en 2006.

Cent ans après sa naissance, les trophées récoltés par les skieurs mondiaux aux J.O. de 1992 et la frappe d'une médaille commémorative consacrent le lancement des collections Yuji, Défi Français et Carnet de Vol.

Mais les problèmes de transmission du patrimoine apparaissent. La jeune génération est hésitante pour prendre la responsabilité de l'entreprise. Les anciens désirent se retirer progressivement. La firme étant prospère, l'offre d'achat proposée par le groupe suisse Argos-Soditic étant intéressante, les actionnaires de Cébé décident de saisir l'occasion et en 1993, la société est vendue à ce fonds privé non industriel. Cette maison s'est fait connaître dans le secteur du sport par sa participation dans Dorotennis (distributeurs Sport 2000 ou Intersport de produits à la limite du sportswear et du loisir pour les femmes), tombée dans l'escarcelle de Fila en 1995, puis reprise en 2000 avec l'aide des capitaux de ce fonds d'investissement privé. La prise de contrôle des lunettes Cébé est un atout pour promouvoir son image dans le monde de la mode (Le groupe Argos-Soditic est aussi actionnaire de la chaîne Du Pareil au Même qui distribue dans 450 magasins à travers 26 pays, outre ses vêtements, des lunettes pour enfants ; elle est détenue à près de 100% par H Partners Distribution).

Cependant la compagnie suisse revend Cébé en 2006 au groupe Marcolin qui recherchait un accessoire de sport de glisse. Le transfert partiel de la production vers la Chine, l'arrêt de l'usine de Frasne et les pertes de Marcolin dues aussi à la marque Dolce & Gabanna (50% de son CA) provoquent en 2007 la fermeture de l'usine de Morez.

Les Champions de la lunetterie

En 2019 les marques de lunettes de Bushnell Outdoors Products sont les suivantes :

Bollé, Cébé et Serengeti Eyewear

Mondottica International

Mondottica fait partie des étoiles montantes dans le paysage de l'optique. Certes, son monde est petit et sa discrétion n'enlève rien à son dynamisme et au respect des opticiens qui lui font confiance, dont 2500 référencés en France. L'envolée de son portefeuille au cours des 15 dernières années démontre la vitalité de la maison et la qualité des marques franchisées.

La société est fondée par un Canadien Michael Jardine à Hong Kong en 2002 où il a basé son siège social. Toutes ses opérations se développent depuis l'Asie et ses partenariats se sont multipliés très rapidement.

-2003 : l'activité de création de lunettes débute avec Ted Baker, la marque majeure du groupe. Cette société britannique de vente au détail de vêtements (ouverture en 1988 à Glasgow puis Manchester et Nottingham) vendait au départ des chemises pour homme et offrait le nettoyage à sec pour chacune d'elles. Cette publicité de bouche à oreille dure peu, eu égard au développement de la marque. Deux ans plus tard, suivent l'achat de la société franchisée des copropriétaires Goldberg & Fils puis le lancement de Ted Baker pour femme. La première franchise continentale ouvre à Zurich en 1997. C'est le démarrage d'une expansion européenne réussie, suivie par l'ouverture d'un magasin à New-York et d'un site Internet. La société s'est aussi lancée dans la production d'accessoires (parfums commercialisés par Boots, téléphones mobiles en collaboration avec Samsung). La collection Squintessentiel, moderne à souhait, regroupe toutes les lunettes classiques et vintage. Aujourd'hui, Ted Baker Eyewear est la première marque des magasins Vision Express

Les Champions de la lunetterie

(fusionnée avec Grand Optical : Cf. Hal Trust). Le style anglais de la griffe se distingue par son élégance. Fort du succès de la marque sur les marchés européen, asiatique et africain, la société Mondottica et Ted Baker renouvellent leur partenariat en 2008 pour une décennie. La collection solaire ravit la vedette à ses concurrentes avec ses formes sophistiquées, et la centaine de modèles de la ligne optique s'affirment pleinement dans le bruissement feutré de la concurrence.

-2005 : les lunettes Hacquett London s'ajoutent au catalogue quand Mondottica souhaite renforcer sa croissance. La licence est paraphée avec la marque de confection britannique. Les montures optiques, colorées mais discrètes, contemporaines, soulignées de bleu marine ou de noirs mats mis en valeur par le rouge, arborent le fameux monogramme doté du chapeau melon et des parapluies croisés sur les embouts. L'année suivante, le portefeuille s'élargit avec la signature de Lulu Guinness, société créée en 1979 combinant initialement le marché de seconde main dans la confection.

-2006 : la griffe de luxe Shanghai Tang de David Tang (Hong Kong) entre dans le portefeuille. Il est le fondateur de sa chaîne de mode en 1994 qu'il a vendu Richemont en 1998. La ligne optique et solaire entend mêler la culture chinoise à la mode du 21^e siècle. Les branches sont enrichies d'une pierre de jade, censée naïvement protéger du mauvais sort... et les charnières en forme de 8 symbolisent la chance.

-2007 : la licence Pepe Jeans signée avec une exclusivité de Lynx Optique dans 137 magasins et chez Krys. La cible visée est celle des jeunes avec une dizaine de modèles optiques et solaires mélangeant métal et acétate, aux tons chauds sahariens, pourpre, lilas, fraise, coquelicot...donc décontractés en adéquation avec la ligne vestimentaire des jeans. Cette coupe est reconnue comme l'article à la plus forte croissance sur la planète.

-2009 : une nouvelle licence s'ajoute aux précédentes avec la marque de lunettes Christian Lacroix, avec l'embout signé des

Les Champions de la lunetterie

initiales C.L., assortie de l'exclusivité. A l'image des accessoires du créateur, la griffe est exceptionnelle et intemporelle, où le talent de coloriste est mis en avant. Elle rejoint les autres citées ci-dessus et Gio-Goi (marque anglaise de vêtements née en 1988 qui s'appuie sur l'univers de la musique techno). La Maison Lacroix joue sur les contrastes des matières, tout en jouant de la simplicité ; le Trident et la croix de Camargue la terre natale de l'artiste, l'icône paseo intègrent les codes reconnaissables en jouant sur la diversité et le baroque des formes avec le masque côtoyant l'œil de chat, parfois agrémentées de strass Swarovski.

-2010 : Mondottica annonce la signature d'une licence exclusive de lunettes avec la styliste américaine Anna Sui jusqu'alors fabriquées par Allison, renommée en 2016 AVM 1959. Ses montures d'inspirations hippie-chic reflètent le style fantaisiste de la marque créée en 1991 par la styliste américaine d'origine chinoise. Elles portent la même griffe : un papillon. Elles ont séduites divers artistes comme Madonna qui ont trouvé leur bonheur dans des centaines de boutiques Anna Sui dans le monde et des milliers de magasins dans 70 pays.

La même année, la prestigieuse marque Converse de basquets aux semelles en caoutchouc signe une joint-venture Remdottica Ltd avec Mondottica et Rem Eyewear relatif au design et la production de ses lunettes. Elle sera basée à Nottingham au Royaume-Uni où les montures sont proposées ainsi qu'en Irlande, France et Espagne. (Cette marque disparaît en 2017).

-2012 : C'est au tour de Cacharel de rejoindre Mondottica. La marque emblématique pense relancer son prêt-à-porter en reprenant en main sa communication et la distribution des lunettes. Longtemps chez Logo la griffe met fin à son accord de 2009 avec l'Italien Aeffe, une entreprise italienne d'Emilie-Romagne fondée en 1988, qui lui avait permis de se déployer sur le plan international.

Puis, les lunettes de soleil de la légende Yohji Yamamoto bouleversent les codes en s'imprégnant de l'esprit japonais actuel,

Les Champions de la lunetterie

union entre influences architecturales et esprit artistique. Les montures volumineuses et les verres ronds et sombres donnent une allure presque insensée à ses fans ! Le couturier, qui a créé sa propre marque en 1971 à Tokyo, est un rebelle qui ne suit pas les tendances. Mondottica n'est pas rebuté par cet insoumis et signe une licence mondiale en 2012.

-2013 : de nouvelles licences sont paraphées : Joules dont le promoteur Tom du même nom a d'abord conçu des bottes en rose vif en Grande-Bretagne il y a près de 30 ans et qui ont encore un succès certain. Ses lunettes sont lancées en 2014 ...au son de la fanfare hippique où tous les aficionados de la marque suivent le créateur dans ses excentricités hautes-en-couleurs !

-2014 : une nouvelle technologie de charnières, appelée « colonne vertébrale », est l'objet d'une licence mondiale en 2014. Puis ce sont les lunettes Spine de Spine Optics dont les charnières brevetées MiM (métal micro-injecté) remédient à la limitation habituelle de l'articulation, s'adaptent aux formes du visage. Grâce à leurs ressorts et leur câble tressé, les branches se rétractent automatiquement quand on s'en sépare. Elles sont lancées avec les partenaires de Mondottica : Centennial Eyewear (société canadienne de Toronto fondée en 1967 qui distribue des produits et services optiques) et REM Eyewear citée ci-dessus.

-2015 : la signature avec Marimekko, entreprise finlandaise de design et d'accessoires, ajoute un élément coloré aux collections de Mondottica.

Le marché de la lunetterie pour enfants intéresse Mondottica qui signe en 2015 un accord stratégique avec Zoobug créée en 2006. Le groupe international complète ainsi son offre dans le segment des petits porteurs après Ted Baker Kids, Pepe Jeans et Joules.

-2016 : Mondottica international fusionne avec Mondottica USA qui fonctionnera comme une filiale. Jusque-là franchise de Mondottica

Les Champions de la lunetterie

Group of Companies, elle distribue les marques Anna Sui, Christian Lacroix, Hackett London et Pepe Jeans.

-2017 : de nouveaux contrats augmentent l'envergure de la firme : Cath Kidson avec ses gravures ludiques, Karen Millen Sunglass et le Coq sportif pour la France uniquement.

Un nouvel accord est annoncé avec la marque italienne Ducati pour une durée de cinq années (2022).

La voie des deux-roues et de l'automobile semble de nouveau mise en exergue chez les lunetiers, tentés de retranscrire dans leurs collections la nostalgie de ces sports de légende. Mondottica imite en cela Grasset et Associés avec leurs lunettes Vespa en 2015 et Socodeix qui débute la commercialisation des Facel Vega en 2017 (Cf. distributeurs France autres)

Au début de l'année, la société Yves Cogan Lunettes créée en 1994 et implantée à Molinges (Jura), rejoint le giron de Mondottica. Cette marque de spécialiste propose des produits originaux axés sur le segment de l'ultra luxe, à l'instar des Brando et Maje, deux autres acquisitions de l'année avec Ducati. Elle conserve ses marques Yves Cogan et Dutz, Même, Spine.

A la fin 2017, Mondottica reprend la société GEM Lunetterie de Bellignat mise en liquidation judiciaire avec ses quatre employés et son directeur général.

Les marques représentées en 2019 sont les suivantes (repérées par* pour Mondottica France):

Anna Sui

Benetton* : signature licence en 2017 jusqu'en 2023

Brando : signature licence en 2017

Cacharel : licence en 2012 pour 4 ans

Cath Kidston : licence en 2016

Christian Lacroix* : licence en 2010

Ducati* : signature licence en 2017

Les Champions de la lunetterie

Hackett London*

Joules : licence en 2013 lancement en 2014

Karen Millen Sunlass : licence en 2016, lancement en 2017

Maje* : signature licence en 2017

Pepe Jeans : Cf. Façonnable de Seaport

Sandro* : signature licence en 2017

Marimekko : licence en 2013, lancement en 2014

Ted Baker*

Tumi : lancée en 2011 par la société Tumi (bagages) créée en 1975

Yohji Yamamoto

Zoobug : partenariat avec la firme anglaise depuis 2015

Menrad The Vision

Menrad France SAS

Les lunettes de John Lennon, symbole de la jeune génération, ont fait beaucoup pour amplifier le succès de la société germanique Menrad, déjà vieille de 80 années lorsque le chanteur les exhibe sur les estrades dans les années 70.

Cette entreprise familiale, dirigée par la 4^e génération, est créée en 1896 par un orfèvre Ferdinand Menrad sous l'appellation « Württembergische Optische Industrie -Anstalt Ferdinand Menrad ». L'expansion très rapide au cours des années glorieuses impose un déménagement sur un site plus grand à Schwäbisch Gmünd (à 65 km de Stuttgart) où sont regroupés les services administratif et commercial pour le marché Allemand ainsi que la logistique pour toutes les expéditions à travers le monde. Les bureaux de Munich accueillent les services de développement des produits et le marketing

En 1997, Menrad ouvre une usine de production à Jieyang City, dans la province du GuangDong, à 250 km de Hong-Kong.

En 2000, les forces de Carl Zeiss et du groupe Menrad sont associées : la conception et la gestion de la marque reste sous la responsabilité de Zeiss mais les activités de fabrication et de distribution sont absorbées par Menrad qui va commercialiser les montures Zeiss optiques et solaires. Cette opération élargit fortement l'offre produit de Menrad, alors que Zeiss améliore sa position de marque dans le secteur des montures.

Les Champions de la lunetterie

En 2001, une filiale est ouverte à Hong-Kong, suivie par celle de Shanghai en 2008. En 2011, le Moyen Orient est servi par un bureau ouvert à Dubaï. Des sociétés de distribution s'ouvrent l'année suivante en Turquie, Pologne et en Italie en 2014. Menrad s'étend au Brésil en 2016 avec une nouvelle filiale à Limeira.

Menrad s'introduit dans le milieu Internet en ouvrant son web shop en 2013 pour accélérer la prise de commande grâce aux indicateurs de niveau des stocks et des prix. Cette année-là Menrad rachète la marque de solaires polarisées Révo à Oakley, la filiale de Luxottica. Le groupe allemand a signé un accord de distribution pour l'Europe. La marque, créée en 1985, bénéficie d'une solide réputation pour la qualité de ses verres solaires traités spécialement dans le but de protéger les optiques de satellites de la NASA. Initialement orientée sport les modèles proposés seront positionnés « lifestyle ». La collection se décline en 45 modèles destinés aux porteurs de plus de 35 ans qui désirent une monture non griffée. En 2015, la marque américaine participe à une campagne (Baptisée "Buy Vision, Give Sight"), pour récolter des fonds destinés aux populations fragiles souffrant d'un glaucome. Une collection de cinq modèles est dessinée par l'auteur-compositeur-interprète irlandais Paul David Hewson dit Bono, le leader du groupe U2, lui-même atteint par cette maladie. Les lunettes Révo complètent le portefeuille qui comprend déjà Morgan, Jaguar Eyewear et Superdry. Celle-ci et Révo font l'objet d'un vol à Strasbourg dans le véhicule d'un délégué commercial. En 2018, le portefeuille de marques est vendu à l'international par une douzaine de filiales en Europe et Chine et par des distributeurs locaux pour les autres marchés internationaux.

En 2019, le catalogue des marques de Menrad France est le suivant :

- Blueberry spéciale pour bloquer la lumière bleue des écrans

Les Champions de la lunetterie

- Davidoff Eyewear, luxueuses et élégantes
- Jaguar Eyewear, célèbre pour ses matériaux à l'image de la voiture de sport
- Joop du créateur Wolfgang Joop de Potsdam
- Menrad the Vision,
- Morgan, créations stylées pour jeunes femmes
- Révo
- Superdry Optical, collection à la fois tendances et vintage

ADCL

et sa filiale

A PLUS

L'histoire du distributeur ADCL est inséparable de celle des Benetton, Trussardi, Polaroid et autres marques de prestige...

En 1994, la société ADCL est créée par Olivier Petitfils et Jean-François Premy avec la signature des licences de distribution solaire et optique Sisley et United Colors of Benetton. Cette dernière s'arrêtera quinze années plus tard quand la société détentrice de la licence fait faillite.

En 2001, ADCL crée une filiale nommée A Plus pour distribuer les marques Seawest et Piwatoos

-La marque sportswear Seawest prône une allure décontractée plus chic que raffinée dont le style classique est souligné par des coloris vifs. Inspirée de l'esprit pionnier des navigateurs conquérants de l'Amérique, elle s'adresse, dit sa publicité, aux hommes téméraires et audacieux de plus de 40 ans. Le titane et ses propriétés en font un allié de choix pour voyager avec classe ! Mais le plastique fait aussi partie de la collection.

-La marque Piwatoos est installée sur le segment des lunettes pour enfants urbains et branchés. Résistante aux chocs et équipée de charnières flexibles, elle brise les clichés sur les intellos adolescents à qui elle donne une cool attitude et la possibilité d'affirmer leur personnalité au top de la tendance.

En 2002, la bande dessinée humoristique « Les Triplés », créée par le mannequin et styliste Nicole Lambert inspire ADCL qui signe la

Les Champions de la lunetterie

licence de la collection éponyme haute en couleurs, en métal ou acétate à destination des enfants et jeunes filles.

La même année, ADCL distribue les collections optiques et solaires Trussardi. Visibilia (Cf. ci-dessus) lui renouvelle la licence en 2004 pour trois ans mais cette société fait faillite ; Trussardi passe alors chez Charmant puis rejoint De Rigo Vision en 2016 pour le design, la conception, la fabrication et la distribution mais pas en France. A cette occasion, la première collection Trussardi Femme est lancée. Elle est composée d'une vingtaine de modèles. La monture en métal est proposée dans une forme enveloppante avec le cercle mi-nylon, mi-métal. Celle en acétate présente une forme rectangulaire adoucie. Le logo en forme de lévrier apparaît en bonne place sur les tenons.

-En 2004, la marque Maritza pour femmes joue la carte du bon goût. Aujourd'hui elle évoque encore le charme de l'Europe centrale et du fleuve bulgare auquel elle doit son nom. Ses branches aux lignes croisées ou ornées de fines arabesques rappellent l'imaginaire romantique des Balkans.

-la licence Polaroid Eyewear est signée en 2004 par Aplus. Créée par le scientifique Edwin Land qui invente le filtre polarisant absorbant la lumière en 1929, la société Polaroid s'illustre dans le domaine de l'optique avec ses lunettes de soleil qui utilisent sa découverte. Outre les verres polarisants à neuf couches confectionnés dans les usines écossaises, la variété des collections contribue au succès de leurs modèles intemporels et colorés. (En 2014, les sociétés Polaroid et Aplus mettent fin à leur collaboration sur le territoire français ; après l'annonce de son rachat par Safilo en 2012, qui confirmait sa stratégie de développement de marques propres, c'est la firme italienne qui assurera la relève).

Notons que Polaroid est une des causes directes du dépôt de bilan en 1981 de la société France Gol de Noël-Georges Grenier à Morez. Une délocalisation au Brésil en association avec un fabricant de montures

Les Champions de la lunetterie

plastiques facilitait la baisse des coûts exigée par le client américain. Les pièces détachées étaient fournies par les ateliers moréziens. Un coup d'état militaire au Brésil stoppe leur livraison après la fermeture des frontières. En dépit des bonnes relations entretenues entre les parties, le principal client de France Gol concentre ses approvisionnements en Chine. Par ailleurs les fabrications de montures pour la marque allemande Nigura sont également interrompues ; les collections de Nigura France de Morez ne sont plus distribuées après le rachat de la maison allemande par le groupe Rodenstock qui en fait une filiale. La marque Carven eyewear faisait aussi partie des collections lancées par le groupe France Gol ; comme beaucoup de licences, elles se déplacent au fil du temps. En 2019, elle est positionnée chez Seaport-ODLM qui a officialisé un accord avec Carven en 2015, après un passage chez L'Amy depuis 2011.

Polaroid représentera en 2008 28% des ventes de ADCL devant Rip Curl (22%). Celle-ci est créée en 1969 par des Australiens passionnés de surf. Devenue incontournable dans un univers branché, les montures aux branches magnétiques et interchangeable ont précédé le développement de produits dérivés comme les combinaisons iso thermiques. Un nouveau procédé de durcissement appelé UTX permet à la marque de proposer une monture ultra fine.

-La société ADCL intègre la marque Schott NYC en 2008. Créée en 1913, la société new-yorkaise est à l'origine des créations inspirées de l'armée américaine dont le premier blouson cuir à zip que James Dean et Marlon Brandon ont rendu célèbre. Les lunettes Schott NYC réunissent tous les ingrédients pour satisfaire le look des adolescents urbanisés.

-En 2008 la collection Disney solaire équipée de verres polaroid sous licence Disney (propriété du groupe américain Stylemark qui devient en 2011 celle de FGX International, la filiale d'Essilor) emporte l'adhésion des jeunes et de leurs parents avec des produits techniques et surtout magiques ! (Cinq lignes, quarante références et

Les Champions de la lunetterie

plusieurs coloris avec chacune un personnage attitré et une cible selon l'âge).

-Toujours en 2008, la marque Judith Leiber, icône des minaudières chères aux artistes à Hollywood, et aux femmes de pouvoir, prend son essor sous l'égide de Visibilia citée plus haut. L'enseigne confirme sa place parmi les marques mythiques avec ses accessoires dont les lunettes. En 2016, la société américaine Match Eyewear prend la relève et annonce la signature d'un contrat de dix années avec Judith Leiber. (Elle fabrique et distribue des lunettes mode premium dont la force de vente couvre les Amériques et l'Europe).

-Après Schott et Disney, ADCL cible les presbytes avec la licence Napapijri fabriquée par la société italienne Elite Group, reconnaissable par le signe N et le drapeau norvégien.

-En 2009, ADCL lance la marque Exess pour les hommes en quête de montures de caractère revendique sa provenance « made in Italy ». Elle s'adresse aux primo-presbytes et reprennent les codes de la marque : couleurs du logo (noir, rouge et blanc). La marque Hello Kitty solaire, branchée à souhait pour les filles, entre dans le portefeuille ADCL pour intégrer bientôt la société Opal pour dix années.

-Propriétaire de la licence United Colors of Benetton depuis 2007, le fabricant italien Allison s'est associé à la société ADCL-Aplus pour la distribution des collections optiques et solaires femme et enfant sur le marché français. Une filiale est créée en France mais elle ferme bientôt. Benetton est cependant relancé en 2010 par ADCL. La valeur sûre et historique de la marque la positionne alors avec succès sur des produits de qualité dans 250 magasins. Allison fabrique mais la conception est du domaine d'ADCL, en collant de près à la philosophie de l'italienne. Cependant les amours ne durent pas toujours dans le domaine des licences, puisque la marque vient de signer avec Mondottica en septembre 2017 (design, production et distribution jusqu'en 2023, d'abord dans le réseau des magasins

Les Champions de la lunetterie

Benetton pour les solaires puis dans ceux des clients Mondottica pour les autres montures)

-En 2016, ADCL annonce le lancement en France de la marque canadienne Whistler Hills since 1885 concernant des produits haut de gamme entre tradition et modernité, alliant un style raffiné et un luxe ostentatoire, représentés par 33 modèles. L'authenticité de la contrée lointaine de la Colombie-Britannique déteint sur les skieurs d'un Eden très prisé aux fortes traditions mais empreint d'une modernité assumée.

Avec la marque After, ADCL suit la tendance à la positive attitude et propose des modèles originaux et avant-gardistes qui séduisent les femmes épanouies, urbanisées à la recherche de l'accessoire visible et coloré, parfait pour transmettre avec leurs yeux de chat la joie de vivre (c'est ce que dit la publicité !)

-Invu Ultra Polarized complète depuis 2014 le portefeuille de marques des solaires avec ses verres ultra-techniques multicouches renforçant la protection des U.V. et la rigidité de la monture. Invu est une marque de Zurich conçue par Swiss Eyewear Group qui détient les marques Marc Stone et Rip Curl évoquée ci-dessus distribuée par ADCL.

En septembre 2016, ADCL lance avec le joaillier Mauboussin une collection de luxe pour femmes. Elle est conçue et développée par 15-1 Diffusion de Lyon et ADCL ; plus qu'un nom de la bijouterie française, Mauboussin est réputée pour ses créations poétiques. Depuis 1827, cette vénérable société adulée par les stars, les Maharadjah et autres reines d'Orient, a su s'ancrer dans l'air du temps. Les expressions écrites sur les branches, quoique puérides (Exemple : « la courbe de tes yeux fait le tour de mon cœur ») témoignent de l'esprit de suite de la maison à l'instar des phrases romantiques gravées à l'intérieur des bagues. Mais depuis les années 2000, la marque s'est engagée dans la démocratisation du luxe pour les femmes qui se veulent décontractées.

Les Champions de la lunetterie

Après l'abandon de la marque Lady Premy, censée répondre aux attentes des femmes d'un certain âge « qui ne courent pas après les dernières tendances de la mode », les marques suivies par ADCL-Aplus en 2019 sont les suivantes :

After, Exess, Invu Ultra Polarized, les Triplés, Maritza, Mauboussin, Perfecto by Schott, Piwatoos, Rip Curl, Schott Nyc, Seawest, Wistler Hills.

AVM 1959 S.P.A.

(Ex-Allison Volta Mantovana)

La société Allison est partiellement mise en avant lors des présentations précédentes. Les principales étapes du parcours d'Allison avant son changement de dénomination AVM 1959 S.P.A. en 2016, sont les suivantes :

-1959 : Allison SPA est créée en Italie à Volta Mantanova pour la production de lunettes de marques propriétaires et sous licences.

-1999 : la holding IT Holding, dont l'essentiel appartient à Gianfranco Ferré, acquiert Allison SPA pour faciliter la promotion de ses marques. IT holding est leader dans la production et la distribution de produits de luxe.

-2000 : Allison SPA fusionne avec Optiproject localisée à Hong Kong et propriétaire de la marque Try, afin de mettre en valeur son réseau de distribution et ses capacités de gestion.

-2002 : Gianfranco Ferré intègre la filiale Allison avant de lancer GF Ferré au sein de celle-ci. La marque est rachetée en 2009 par la société Paris Group des Emirats. Cette année signe une étape essentielle dans l'histoire d'Allison. Elle inaugure les 10 000 m² de son siège futuriste de Padoue, le croisement de fonctions de création, de production et de distribution. Allison Canada est créée à Toronto.

-2004 : Allison Eyewear Inc à Los Angeles est mise en route, acquise par Allison USA Inc qui déplace son entrepôt et le siège social à Miami en Floride. Le réseau se différencie en fonction de l'évolution

Les Champions de la lunetterie

des marchés; aussi pour les protéger, les sociétés sont confiées à des dirigeants fidèles aux méthodes européennes de distribution.

L'expansion continue avec la première filiale communautaire Allison UK Ltd et lancement du développement direct du réseau de distribution européen. D'autres filiales naissent progressivement au Portugal, Benelux, Grèce, Pays-Bas, Allemagne et France, sous le nom d'Allison France Sarl .

-2004 : la IT Holding se défait d'Allison avec une perte élevée. Elle est en phase avec sa stratégie de focalisation du groupe sur ses lignes de vêtements (Gianfranco Ferré, GF Ferré, Malo, Extè, D&G, Versus, Versace Jeans Couture, Just Cavalli e C'N'C Costume National) et ses choix de se concentrer sur ses marques propres.

-2005 : Allison met en place un réseau international de vente. Elle dispose à cette date de 19 collections distribuées dans plus 85 pays (dont Dunhill qui entre chez De Rigo en 2017). Parmi les stars, Julia Roberts présente les modèles Gianfranco Ferré ; d'autres tel Drew Barrymore offrent leur image à la marque Missoni, alors que le footballeur italien Paolo Cannavaro accompagne celle de la collection Bikkembergs.

-2006 : outre Bikkembergs ,Dunhill et Missoni citées ci-dessus, Allison distribue aussi les collections Anna Sui Vision, Cerruti 1881, Exte, Gianfranco Ferré, John Richmond, Les Copains, Mercedes-Benz, Romeo Gigli, Try, Vivienne Westwood.... et Zerorh+ fabriquées par la société du même nom, implantée à Paruzzaro (Italie) ; la firme est spécialisée en vêtements techniques pour les sportifs très actifs. Les lunettes Zero RH ont été développées en partenariat avec le champion cycliste Alberto Contador.

-2007 : propriétaire de la licence United Colors of Benetton, le fabricant italien Allison s'est associé à la société ADCL-Aplus pour la distribution des collections optiques et solaires femme et enfant sur le marché français. Cela ne dure pas ((voir ci-dessus Safilo)

Les Champions de la lunetterie

-2008 : l'ouverture des marchés asiatiques et les restructurations d'Allison vont de pair avec des partenariats à long terme choisis pour lui transférer les spécificités de ces zones.

-2010 : Anna Sui Vision quitte Allison pour Mondottica (voir ci-dessus)

-2015 : Allison décide de revenir sur son site d'origine à Volta Mantovana où elle installe son siège et change son logo et son appellation : Allison Volta Mantovana 1959 (en abrégé AVM 1959) en mémoire de son année de création et du lieu originel de ses débuts.

-2017 : la marque United Colors of Benetton vient de signer avec Mondottica en septembre 2017 et abandonne AVM 1959.

Les marques du groupe en 2019 sont les suivantes. Certaines sont issues de la société distributrice Lucia Portelli, intégrée dans AVM 1959 :

Anglomania de Vivienne Westwood (égérie de la mode Punk et de produits dérivés, parfums, chaussures et lunettes)

Hally & Sun, fabricant de lunettes depuis 2011.

Mila ZB (Mila Zegna Barrufa, créatrice de mode),

Opposit (reconnaissable par le signe distinctif de la croix et la flèche métallique, symboles du féminin et du masculin),

RH+

Tonino Lamborghini (nouveau)

Trudi, (fondée en 1954 par Trudi Müller Patriarca à Tarcento en Vénétie pour la fabrication de peluches puis des lunettes Trudi Eyewear)

Les trois marques ci-après ont disparu du catalogue :

-Greater Than Infinity, la légèreté et la technicité japonaise.

-Illy Optics by Will I Am (Le rappeur Will.i.am s'est associé au designer George Gorrow pour créer une ligne de lunettes à son image).

Les Champions de la lunetterie

-Missoni (athlète puis fondateur de la société de vêtements Missoni) entre chez Safilo pour 5 années en 2019.

Seaport-ODLM

A proximité du Haut-Jura, il eut été anormal de ne pas citer cette jeune société de lunetterie. D'autant plus qu'elle confie la réalisation de ses prototypes à deux ateliers de Morez...alors que la sous-traitance est donnée aux pays asiatiques !

Créée en 1985 par deux opticiens qui ne dédaignent pas les lunettes de bonne facture stylées et soignées, l'entreprise Seaport ODLM (Organisation Diffusion Lunettes Marques) est localisée au n°8 Chemin des Hirondelles à Dardilly (Rhône). La conception de ses montures solaires et optiques métal et plastique est réalisée sur place à Lyon dans le bureau de développement. Les innovations ont fait l'objet de brevets, en particulier pour la marque propriétaire Kosby & Son, loin des codes et bénéficiant de matériaux variés: ils concernent la charnière élastique et l'assemblage standardisé des tenons des branches, associables à tous types de formes et de montures. Un slogan « Un état d'esprit préférant le bien fait au surfait » ajoute une part de discernement au réalisme lyonnais. La lunette optique femme est en métal et se distingue par ses coloris écaille ou plus foncé pour les manchons en plastique. Pour les hommes le brillant a leur faveur mais le satin n'est pas rejeté !

L'Administration et la plate-forme logistique (stockage, expédition d'une nouvelle chaîne en 2008) sont installées aux côtés des bureaux de création.

Aujourd'hui, six designers et une dizaine de personnes mettent au point les modèles, en collaboration avec les directeurs artistiques des maisons qui leur ont confié une licence. Seaport distribue les collections de lunettes de cinq marques à travers des milliers de

Les Champions de la lunetterie

points de vente dans une soixantaine de pays. Comme beaucoup de sociétés homologues, elles étaient présentées sur catalogues papier très rapidement obsolètes. La solution extranet achats s'est avérée indispensable en 2011 pour améliorer les relations commerciales avec ses opticiens franchisés, en particulier faciliter le réassortiment, et allécher les clients en contact visuel avec le site à l'aspect très mode !

En 2019, les caractéristiques (origine et particularités) des marques sous licences sont les suivantes (hors Kosby & Son, marque propriétaire cf ci-dessus) :

-Façonnable qui signe une collection optique mêlant la modernité de l'acétate (branches) et la légèreté du titane (barre). La ligne colorée jeans est structurée pour correspondre à celle du prêt-à-porter avec des formes originales dont celle du modèle demi-lune inversé. Pour les solaires, la proposition permanente est le verre polarisant galbé et pour les lunettes sport le double-pont. Déjà en 2004, l'aluminium, deux fois plus léger que le titane, est présent sur une nouvelle ligne Jean's Solaire (9 modèles avec verres polarisants, traités antireflets). L'année d'après, les modèles femmes osent le mélange des couleurs en associant le bordeaux et l'anis, ou le brun et le bleu, le prune pour les manchons ou les branches dorées. Les hommes se contentent de couleurs satinées ou brillantes ! En 2006, les porteurs de verres progressifs, les Progress Line aux couleurs kaki ou brun mat, se satisfont de modèles modernes ou style rétro, en particulier le concept barre titane avec sourcil dupliqué et branches Flex. Bien avant 2017, les écailles des lunettes mises en œuvre par Façonnable Eyewear dégagent un charme intemporel new vintage.

L'histoire de Façonnable s'est construite en 1950 grâce à un maître tailleur de renom à Nice. Ce fleuron de l'art de vivre à la française attire les vedettes internationales qui se font les ambassadeurs de la

Les Champions de la lunetterie

marque à l'occasion de leur passage au Festival de Cannes, tels Cary Grant ou Tony Curtis. Le nom de Façonnable naît en 1961 lors de la reprise par l'héritier qui la rebaptise et ouvre ses premières boutiques en 1973 sur la Riviera puis à Paris en 1984. L'expansion aux Etats-Unis en 1988 est relayée par le réseau de magasins Nordstrom qui la distribue en exclusivité. L'ouverture de boutiques en propre en 1993 sur la 5^e avenue contribue à la promotion quasi universelle de la marque (plus de 500 points de vente en 2000). L'accélération de la notoriété se concrétise par son rachat par Norstrom qui étend le réseau de boutiques sur le territoire américain, puis sur les marchés européens. Mais la mésentente règne entre le directeur artistique du groupe et les nouveaux propriétaires. C'est le début de la fin de l'entreprise familiale. Nordstrom, qui ne peut faire revivre l'esprit de la marque, cède en 2007 la société au libanais M1 Fashion ... qui crée Façonnable Jeans en 2010 et les accessoires lunettes ; celles destinées aux garçons remportent le Silmo d'Or en 2013 ; elles sont dispatchées sur les thèmes toniques comme « à l'abordage » ou « en route pour l'aventure ». Mais M1 Fashion accumule les dettes et revend Façonnable en 2015 au groupe de prêt-à-porter espagnol Pepe Jeans (Cf. Mondottica)

-Paul & Joe, marque créée en 1995 par la styliste Sophie Albou qui lui donne le prénom de ses fils. Après le lancement de vêtements masculins plutôt austères (marque de chemise Le Garage) elle dessine un vestiaire d'inspiration fleurie et vintage qui remporte un succès reconnu par le milieu de la mode. Poussée par la critique, elle crée la collection féminine en 1996, suivie par une ligne de cosmétique Paul & Joe Beauté en 2001. Elle inaugure sa boutique avenue Montaigne à Paris et s'associe avec Pierre Cardin. Ses trente enseignes par le monde l'imposent dorénavant dans le domaine de la décoration d'intérieur autour d'une ligne Paul & Joe La Maison.

Les lunettes font l'objet d'un premier contrat de licence en 2008 signé avec Seaport ; la collection est surtout positionnée sur le

Les Champions de la lunetterie

segment femme, sans pour autant négliger les hommes. Très prisé par les citadines, l'univers de la marque se veut coloré et adapté à la vie moderne (20 modèles femme et 6 pour les hommes). Pour Seaport, le choix de cette licence permet d'inventer un style et un axe créatif en adéquation avec les codes anticonformistes de la griffe qui séduit de nombreux « peoples » tels Julia Roberts, Vanessa Paradis ou Patrick Bruel. Les experts ne s'y trompent pas et vantent abondamment une collection pour la première fois réfléchiée avec l'esprit de la mode ; les modèles remportent un succès foudroyant en France comme à l'étranger : en 2012, la catégorie Enfant accorde le Silmo d'Or à Little Paul & Joe, un univers poétique, anticonformiste mais sans ostentation, pensé avec des motifs ludiques ; les montures, rondes ou rectangulaires voire en forme de papillon, revisitent celles des adultes et s'adaptent à la morphologie des enfants. Ses branches de couleurs écaille/brun font un tabac !

-RG 512 est issue d'une marque française créée en 1991 à Aubervilliers par les frères AbeRGel autour d'une large gamme d'habits, souvent en cuir, peu chers et propres à la « fashion attitude », prisés par le public de prédilection, les gens de la nuit et les jeunes ultra branchés. Le produit surfe sur deux tendances, gothique et Armée. Le sigle est inventé pour les besoins d'un logo clair et concis RG 512-Optic : dans le désordre la succession des lettres et chiffres donne en code le nom des fondateurs (RG et 5, 1, 2 pour e, a et b).

Les montures pour les 15-35 ans comptent 28 modèles (acétate et métal) en 4 couleurs. Pour les 6-12 ans à l'allure déterminée les 9 modèles reflètent aussi l'esprit de la marque en mêlant les inscriptions militaires et les lettres gothiques.

-Carven et sa collection de solaires pour femmes riment avec l'esprit vif et subtil de la maison avec ses formes qui renforcent l'élégance de ses ovales et yeux de chat. Les codes emblématiques de la marque sont visibles avec le logo Carven et le fil d'or en début de branche.

Les Champions de la lunetterie

Le style anglais des lunettes aux finitions délicates est à l'image du prêt-à-porter en reprenant les mêmes couleurs. La ligne optique comprend trois collections : Ma Griffe, Mallter, Carmen.

C'est en 1945 que la marque française de haute couture voit le jour. Elle est baptisée ainsi par contraction du prénom de la fondatrice Carmen de Tommaso et du nom de famille de sa tante Boyriven. La première robe Ma Griffe rayée vert et blanc remporte un tel succès que le parfum de même nom est baptisé en 1946, suivis bientôt par les foulards cravates et bijoux. Les uniformes des compagnies aériennes internationales sont dessinés par la créatrice, qui abandonne le monde de la mode pour se consacrer aux objets rares et meubles anciens. La marque est rachetée en 2008 par son actuel PDG Henri Sebanoun.

Présente chez L'Amy Diffusion Lunettes depuis 2011 et France Gol les années précédentes, Carven Eyewear change de main ; Seaport ODLM signe un contrat de collections solaires en 2015. Déclinées en quatre coloris, du décontracté chic au glamour, elle s'adapte à tous les goûts grâce à ses verres miroités. Elle rejoint les marques Kosby, Paul & Joe et Rg 512 citées ci-dessus.

-Bassh se décline depuis 2018 en lunettes. Cette griffe fondée en 2003 par Sharon Krief et Barbara Boccara, (faisant référence aux premières lettres de leur prénom) poursuit le développement de la firme spécialiste du cuir (chaussures, sacs,...) et des foulards.

-Moleskine Eyewear, nouvelle licence en 2019 de la marque éponyme d'accessoires de papeterie et de petite maroquinerie, est caractérisée par son encombrement minimum avec un système de fermeture adéquat des montures optiques et solaires.

Emmanuelle Khanh Paris

Emmanuelle Khanh ! Qui ne connaît pas l'avant-gardiste du mouvement du prêt-à-porter de la mode française dite yéyé au moment de la naissance des chansons « Yeah, Yeah, Yeah » des Beatles ? C'était au début des années 1960. La créatrice faisait partie des éclaireuses Sonia Rykiel et Michel Rosier. D'abord mannequin chez Balenciaga et Givenchy, elle débute sa première ligne de vêtements en 1961. Elle crée de 1963 à 1969 des collections pour diverses maisons de haute couture, dont Cacharel, Missoni, Dorothée Bis et bien d'autres aussi renommées les unes que les autres.

Mariée à l'ingénieur Quasar Khanh en 1957, le célèbre inventeur des fauteuils gonflables en plastique et d'une voiture transparente, elle est à bonne école pour incarner avec lui le style de jupes à taille basse et des chemisiers à col allongés qui se distinguaient de la haute-couture. Les premiers parapluies transparents sont lancés avec les blousons bibendum, les lingerie sans baleine. La naissance du prêt-à-porter si pratique pour les femmes actives, synonymes d'une mode audacieuse dans l'air du temps, est le déclic pour décider de l'ouverture en 1969 de sa marque Emmanuelle Khanh Paris où sa griffe est censée habiller une femme en pleine libération.

La rencontre avec le savoir-faire de la société Henri Guillet d'Oyonnax (spécialiste et inventeur des montures-mouche) est l'occasion pour la créative pionnière de se placer en 1972 sur le segment des lunettes de soleil, audacieuses et colorées devenues l'accessoire indispensable des voyageurs et ... des suivistes de la mode. Tout le savoir-faire sur l'acétate se situe dans l'Ain et le métal domine à Morez. Seules ces entités géographiques au patrimoine ancestral sont capables de produire dans des micro-usines de

Les Champions de la lunetterie

quelques ouvriers. Plus tard, les repreneurs d'Emmanuelle Khanh continueront à faire travailler ces entreprises, seules capables d'atteindre un niveau de qualité exceptionnel, mais évidemment à un coût élevé ! Les myriades de marques qui font appel à ces artisans ne sont pas dupes de la technicité tout relative des produits importés du pays du Levant !

Mais la maison Emmanuelle Khanh, plébiscitée par les pop VIP (de Deneuve à Bowie..) est passée de mains en mains successivement au cours de son aventure :

Face à des difficultés financières, ses activités indépendantes cessent en 1995 pour reprendre en 2007.

-Elle intègre France Luxury Group constitué en 2002 par le groupe EK Finances et l'homme d'affaires Mounir Moufarrige. Elle rejoint ainsi les marques Jean-Louis Scherrer, Jacques Fath, le chausseur Harel, Stéphane Kélian, Louis Feraud.

-Alain Dumesnil, un aventurier de la Finance, crée le groupe Alliance Designers en 2002 et rachète la même année la société en difficultés Luxury Group, (qui fermera en 2010), propriétaire de la griffe Emmanuelle Khanh.

-Longtemps en sommeil et même ringardisée, la marque E.K. fait son retour. Elle est rachetée en 2008 à Dumesnil Leblé par Didier Marder, un ancien de LVMH qui a participé à la relance globale de la marque Givenchy. Aujourd'hui, le repreneur s'en remet aux savoir-faire des artisans de l'Ain, comme Marc Thevenin (créé en 2010) et d'autres encore à l'instar de Laurent Carraz qui fabriquait déjà des lunettes d'Emmanuelle Khanh, disparue en février 2017. La styliste lègue aux futures générations un esprit audacieux. Ses successeurs ont présenté au printemps 2017 une nouvelle collection Studio réalisée elle-aussi à la main. Les nouvelles structures des montures en titane sont associées aux formes sculptées dans l'acétate, en alliant les jeux de

Les Champions de la lunetterie

lumière et la matière. Malheureusement, elles viendront du
...Japon !

OPAL & Cie

- Opal
- Demetz Optique Sport
- Visioptis

La concurrence est rude entre les fabricants-distributeurs de montures, spécialisés dans la lunette de sport pour adulte et enfants. Plusieurs marques tiennent le haut des visages, tels Julbo, Altitude Eyewear, Demetz, Opal, Oakley, Cébé,... Certaines d'entre elles sont habituées à évoluer sur des marchés de niche et ont compris l'intérêt de mettre en commun leur savoir-faire dans la commercialisation domestique et internationale.

C'est le cas de Demetz et Opal, tous les deux spécialistes de l'enfant et de l'adolescent qui vont effectuer un rapprochement les plaçant au premier rang dans ce domaine.

Le distributeur lyonnais Opal

La société Opal (nom issu de la légende dans laquelle l'héroïne myope doit porter des lunettes) est créée en 1995 par François Fort. Son objectif est de passer des lunettes « sécu » à des modèles plus ludiques et colorés dont raffolent les enfants, fiers de les porter. En 1998, il sort la première collection Owlet à petit prix disponible en direct. Il distribue des cadeaux à chaque paire achetée. Puis il devient leader sur le marché de la deuxième paire gratuite. Il construit peu à peu sa légende à coup de croissance par achats de

Les Champions de la lunetterie

licences (Spirou, Chipie, Titeuf, Lulu Castagnette,...). En 1999, ses Proximo pré-montées pour presbytes prêtes à la vente sont un succès. En 2005, il mise sur la licence exclusive pour les marchés chinois et continent américain d'Hello Kitty, la petite chatte blanche. Elle devient première à égalité avec Ray Ban sur le territoire français.

Opal construit en 2007 un nouveau siège social à Lyon dans le quartier de Vaise (9°). La firme qui fait fabriquer ses produits en Chine est aussi présente en Europe (Allemagne, Belgique, Suisse) et prospecte en Russie.

En 2009, Opal rachète le département lunetterie de la société Simop à Decines et enrichit ainsi sa gamme déjà forte de douze licences. (Tartine et Chocolat dont le siège est situé à Alençon en fait partie : créée par Catherine Painvin, nommée la meilleure femme d'affaires du monde en 2001, la ligne de vêtements s'élargit progressivement aux accessoires dont les lunettes). Grâce à cette acquisition, le chiffre d'affaires progresse de 30% en une année.

Les droits sur les licences de Disney sont acquis en 2010 : Disney Princess, avec ses idoles Jasmine, la Petite Sirène, Blanche Neige ou La Belle au Bois Dormant.

En 2014, la marque française Eleven Paris (fondée en 2003) sous licence Opal débarque sur le marché et joue le mélange des genres. Elle est complétée par la Little Eleven Paris inspirée des quartiers de Broocklyn. L'homme araignée tient son rôle avec Spider Man pour les garçons et Hello Kitty s'invite chez les demoiselles.

Avengers est proposé en 2016 en reprenant les Super-Heros charismatiques de la liberté avec Captain America et les chevaliers modernes Thor et Iron Man pour les garçons. Frozen entre dans l'univers féérique des petites filles. La même année une nouvelle collection Oblue a pour ambition de protéger les porteurs de la lumière bleue.

2017 est l'année de la nouvelle collection Star -Wars qui transporte les jeunes apprentis membres de l'Ordre Jedi dans l'univers de la

Les Champions de la lunetterie

saga galactique. A l'occasion des 40 ans de l'organisme cybernétique, Opal et le studio Parasite (atelier novateur exprimant la symbiose entre la machine et l'homme) lancent un coffret Collector. La lunette polarisante pour adultes Henko, propre à Opal, intègre le portefeuille de la société ainsi que Lapö. Celle-ci est dessinée par un artiste suédois Nills Giesecke et les concepteurs du département Opal Direct de la firme.

C'est en 2015 que les rapprochements avec d'autres sociétés ont débuté : en juillet, le groupe lyonnais Opal prend une participation de 60% dans le capital de Demetz Optique. L'opération sera suivie en 2019 d'un supplément de 20% et le reste en 2020. Voyons l'histoire de ce distributeur situé à Villiers sur Marne :

Les distributeurs Demetz Optique et Visioptis

Opticien et plongeur professionnel, Roger Demetz ouvre en 1950 un magasin d'optique rue Diderot à Paris 12° qui devient rapidement le lieu de rencontre des plongeurs. En 1953 son masque de plongée optique est un succès qui l'encourage à le perfectionner. En 1961, il est devenu un fabricant de lunettes pour enfants : piscine, ski, et autres activités sportives. La concurrence est déjà rude en ce domaine ; Cébé de Morez grimpe vers le sommet de sa renommée mais Demetz poursuit sa route dans le milieu sportif dont il élargit le champ d'activités.

En 1988, le fils du fondateur Gilles Demetz reprend les rênes de l'affaire qui se développe dans la plupart des sports : tir, moto, ski, kitesurf,... Les nouvelles conceptions de lunettes se poursuivent, les performances de la vision s'améliorent, les modèles s'adaptent aux spécificités de chaque type de sport : l'ergonomie et le design sont

Les Champions de la lunetterie

pris en compte. C'est à cette époque que la marque Aviator Google de la Sarl Leon Jeantet de Morez entre dans le catalogue de Demetz. La société Lunettes de protection Léon Jeantet, installée au n° 214 rue de la République à Morez, présente toujours sa marque phare Aviator Google by Léon Jeantet.

En 2015 les deux firmes Demetz et Opal décident d'unir leurs forces, l'expertise technique pour l'un, la force commerciale et la puissance de marketing pour l'autre. C'est de cette union que naîtra la première collection pour enfants et adolescents, évoquée ci-dessus. Ce rapprochement synergique entérine leur position de leader sur le marché de la monture pour enfants.

Mais les regroupements ne s'arrêtent pas en si bon chemin sportif ! Opal impulse un nouveau rapprochement à travers une association Opal & Cie en décembre 2017 : la société Visioptis née en 1979, présidée par le designer Walter Pirinoli, installée entre Cannes et Grasse (Pégomas) est créatrice de montures solaires et optiques pour adultes; elle compte une vingtaine de salariés, dispose de huit brevets internationaux de charnières et de techniques de fabrication et possède de plus de 1200 dessins de lunettes. Son catalogue de licences s'enrichit progressivement.

Les trois structures Demetz (le sport), Opal (l'enfant) et Visioptis (l'adulte) agissent de concert depuis janvier 2018 sous l'appellation Opal & Cie. Leurs Chiffres d'affaires cumulés dépassent les 32 millions € en 2017 comparés aux 27,4 millions € de l'Amy Group (Morez). La nouvelle structure avance 10 500 clients opticiens en France, 60 distributeurs étrangers et deux filiales sous forme de joint-ventures hors de l'Hexagone : Opal Canada et Ivkopal en Allemagne

Les Champions de la lunetterie

Les sociétés associées mettent toujours en avant leurs marques respectives désignées ci-dessous :

Opal avec trois départements :

-Opal Direct : le catalogue est trimestriel avec des lunettes à bas prix : Owllet, Oplus, Proximo, Oblue

-Opal Licencing, articulé sur :

.L'axe mode avec les licences Elevenparis, Little Elevenparis, Lulu Castagnette, New York Yankees, Tartine et Chocolat.

.L'axe Entertainment avec Avengers (également chez IVKO GmbH), Cars, Disney Princess, Hello Kitty (avant chez ADCL, marque commune avec IVKO GmbH en 2019), Spider-Man, Star Wars.

-Opal Studio avec les marques propres Henko et Lapö

Demetz Optique de sport. Les activités sont multiples : bébé et enfants, basket , chasse , montagne , moto , natation, pêche , ski, tir , masques de plongée , montures, sur-lunettes polarisées avec les marques suivantes :

Aquasphère, Aviator Google (de Jeantet), Champion, sur-lunette Cocoons, Cressi-sub, Knobloch (tir) ,Leader, Mares, Miraflex, Nannini, Neoptx, Révolution Optic Sunglass(R.O.S.), Rec-Specs, Tabata, Technisub, Tusa, View(natation), , Vistana.

Visioptis avec : Banana Moon, Betty Barclay, Enrico Cecchi, Everest, M.Kenics, Saisic, Tom Tailor, Waldorf (depuis septembre 2017)

••••

Et

**D'autres
Champions
D'Europe**

Les Distributeurs Européens

(Hors France)

Allemagne (Autres Distributeurs)

IC ! Berlin Brillen Gmbh(222)
Emmerich Fashion Gmbh (Cabon France) (224)
IVKO Gmbh (225)
I Need You et Alizés Optique(227)
Mykita Gmbh (229)
Haffmans & Neumeister (231)
Vistan Brillen Gmbh(232)
Lesca Lunetier, (Joel Lesca Optique Création GMBH) (233)
Licefa Gmbh & Cie KG (234)
Lunettes Kollektion(237)
Flair Modellebrillen et le groupe Fink (238)
Neostyle Gmbh & Co KG(240)
Lunettes Martin & Martin Gmbh & Cie KG(242)
Cazal Eyewear(243)
Markus-T (244)
Trends & More Eyewear Gmbh (245)
Opticunion Gmbh (246)
RK Design Optik Gmbh(246)
Veronika Wildgruber Eyewear (et Jacques Durand) (247)
Lunettes Frost(249)
Framers(250)
Funk Food (représenté en France par Très Chic) (251)

Les Champions de la lunetterie

Reiz(251)
Lunor(252)
Lunettes Coblens (253)
Eschenbach Optik GmbH (254)
Wagner+Kühner GmbH (255)
Axel S. Modebrillen(255)

D'autres sociétés méritent d'apparaître dans le catalogue général des fabricants et distributeurs de lunettes ; et les Allemands ne sont pas à la traîne dans la confection des montures. C'est dans le haut-de-gamme qu'ils frappent, à l'image des voitures de luxe qui font la réputation planétaire de l'Allemagne. (Le label "made in Germany" est depuis longtemps gage de qualité supérieure à travers le monde). Nous indiquons ici les plus éclatantes d'originalité comme IC ! Berlin, Emmerich Fashion GmbH(représentée par Cabon France à Paris) et le groupe IVKO, sans pour autant rejeter aux oubliettes les autres distributeurs dont la marque unique éponyme, connue par les opticiens avertis, sera citée après l'historique des plus en vogue. Pour certains cocardiers de l'industrie allemande, Berlin serait devenue depuis quelques années la capitale des manufactures de lunettes. Il est vrai que depuis l'image du serpent à lunette porté par les utilisateurs, beaucoup préfèrent arborer un accessoire fait main, éloigné du modèle proposé par l'opticien de quartier, et choisir les Lunettes Kollektion, Mykita GmbH, Kuboraum (berlinoise mais ...fabriquée en Italie), IC ! Berlin, I need You, Vistan Brillen, Joel Lesca, Licefa,...et bien d'autres évoquées plus loin.

IC ! Berlin Brillen GmbH

La marque IC ! Berlin, que l'on doit prononcer I see Berlin, est créée en 1999 après le premier succès de son premier modèle Jack présenté en 1996 par son créateur Ralph Anderl. La monture découpée au laser dans de fines feuilles d'acier inoxydable se fait remarquer par ses charnières sans vis(les branches se montent et se démontent grâce à

Les Champions de la lunetterie

un astucieux système breveté de clip amovible). Sa légèreté ,20 grammes, sa conception flexible et incassable, sans soudure ni colle lui donnent un air léger et moderne. Faisant suite au prestigieux Silmo d'Or remporté à Paris, après trois victoires en 1998, 2008 et 2011, le modèle Arnaud fait le succès de la marque et Urban est élue meilleure monture optique dans la catégorie Créateurs au Silmo 2016. La ligne en acétate Nameless 4, lancée avec la même technique en 2005, est une réussite commerciale qui fait autorité dans le quartier branché de Berlin-Mitte. Le concours de deux acteurs allemands, Peter Lohmeyer et Corinna, assure la promotion de la petite entreprise et de ses produits de luxe assemblés à la main. Les fans de la marque affirment que « tenir une IC ! Berlin c'est une caresse ! ». Transcender un métal froid, découpé avec l'art du chirurgien, en un accessoire chaud et troublant n'est pas le fait du hasard : l'arrivée en 2014 du créateur allemand Werner Aisslinger, auréolé du titre de Designer de l'année 2014, conforte la réputation d'IC ! Berlin dans sa position de meneur inventif.

Le designer Aisslinger, Bavarois connu pour ses créations dans le mobilier, est célèbre pour son art dans l'emploi de matériaux nouveaux. Il avait déjà collaboré avec IC ! Berlin pour la création de la ligne Onono Eyewear, la seconde marque réalisée en corne de buffle indien. Elle représente le luxe suprême de la lunette durable dont peu de fabricants maîtrisent la fabrication. La gamme Onono Titan en titane est née en 2016 ; elle bénéficie de l'expertise de la maison et le client oubliera son poids-plume de 8 grammes.

La nouvelle ligne optique I see exoskeleton, avec branches flexibles en acier inoxydable, montre l'avant-gardisme de la société qu'elle réalise en impression 3D par un procédé de frittage au laser avec un polyamide anallergique, plus léger de 30% que l'acétate.

En 2017, la société signe une nouvelle collection décalée de montures dites « VegeTarian » avec Jerémy Tarian, un ancien stagiaire d'IC !

Les Champions de la lunetterie

Berlin en 2009, et également le fils du fantasque Alain Mikli raconté précédemment. Déjà lauréat de plusieurs Silmo d'Or, dont un en 2012 dans la catégorie Lunette Solaire pour la monture Saintonge de Jeremy Tarian, ce designer atypique a hérité de son père ses qualités de créateur original. La collaboration entre les deux associés est inspirée par l'univers végétarien ! La ligne graphique, moderne et humoristique est déclinée en trois modèles : optique rectangulaire et solaire à la forme arrondie. Elle est destinée aux « végétariens » et autres anticonformistes ; en feuilleté spécial d'acétate, elle porte le nom des aliments favoris du créateur ; les couleurs rappellent les légumes, comme A pour le modèle asperge (bleu et blanc),...E pour l'échalote (bleu-orange) ou D du fruit du dragon entièrement rouge ! Signe d'un désir du travail parfait et de la précision technique, les lunettes raffinées sont conçues, élaborées et fabriquées à la main dans le Jura ! Supervisant chaque étape de la production, l'artiste « veut créer des montures qui ressemblent à ceux et celles qui les portent » : les concepts des collections se déclinent en Classic, Plus et Extras. Sa solaire Bastille habille le visage par une épaisseur de matière consistante, à l'instar des branches sculptées et les coloris pastel rehaussés par des verres dégradés miroités.

Le distributeur Jeremy Tarian est installé à Paris 3° et propose sa marque unique Tarian.

Emmerich Fashion GmbH

Pour les opticiens, Emmerich Fashion GmbH (siège social de l'entreprise à Herdecke) évoque leur mandataire en France Cabon France à Ferney Voltaire(Ain), qui représente aussi l'allemande Bajazzo Brillenmode GmbH et la société néerlandaise Eurovisie World Wide B.V.

Les Champions de la lunetterie

-**Cabon France** assure la commercialisation et le SAV des marques), Caterpillar, De Stwl,, Tulipe Noire, Jazawa origami design, Joshi, Mollerus, You´S Amsterdam, Youpi! (pour les enfants), toutes citées ci-dessous en relation avec leur créateur originel :

-**Emmerich Fashion GmbH** développe ses propres marques Joshi et Mollerus à l'international et avait l'exclusivité de distribution des marques O'Neill, Caterpillar et Vingino en Autriche, Allemagne et France (elles ont disparu en 2019)

-**Eurovisie World Wide B.V.**, société néerlandaise est implantée à Den Dungen aux Pays-Bas(Brabant) depuis 1998 .Présente dans plus de 60 pays depuis plus de 15 ans et une quarantaine de distributeurs. Déclarée à la fin 2015 en faillite pour insuffisance d'actif, elle poursuit néanmoins son activité. Elle est propriétaire des marques You´S Amsterdam, Youpi! (pour les enfants), De Stiwl et Tulipe Noire. Sous le symbole de cet emblème national, elle diffuse ses collections au style particulier, fruit du design nordique, qui sont renouvelées chaque année.

-**Bajazzo Brillenmode**, société germanique datant de 1996, est créée par un opticien, Matthias Balduwein. D'abord vendue en Allemagne et en Suisse, elle est présente sur d'autres marchés asiatiques et Amérique du Nord. La lunette Bajazzo est entièrement fabriquée localement et se démarque par son style qui se veut avant-gardiste mais un tantinet rétro. La collection, constituée de quatre modèles aux couleurs noires, est présentée dans un coffret Artbox comme des objets d'art.

Groupe IVKO GmbH

Depuis plus de vingt ans, le groupe IVKO fabrique et distribue ses lunettes, particulièrement pour les enfants, mais ses parts de marché dans la mode et le luxe progressent régulièrement, grâce à ses

Les Champions de la lunetterie

sociétés Hoffmann Natural Eyewear et Maybach-Icons of Luxury Gmbh décrites sommairement ci-dessous :

-Hoffmann Natural Eyewear implantée à Baar-Wanderath dans le parc naturel de l'Eifel, créée en 1978, propose depuis cette date des lunettes aux formes modernes, en corne de buffle naturelle, dont le design aux lignes pures en fait le leader incontesté dans ce domaine. Une partie infime de la corne est utilisée pour la qualité de sa couleur. La réalisation de la monture est une œuvre d'artisan maître de la taille en plusieurs heures de travail. S'agissant de lunettes d'exception, les modèles Hoffmann sont réalisés sur -mesure.

-Maybach-Icons of luxury Gmbh

Maybach représente depuis plus de 100 ans (1909) une légende du sport automobile haut de gamme que la famille Maybach, spécialisée dans les voitures de prestige, a porté sur le devant de la scène du luxe et de la qualité. Maybach-Icons of luxury Gmbh est créé en 2010 en collaboration avec le lunetier IVKO, dont le sigle dissimule les noms de Jutta Kahlbetzer et Wolfgang Thelen qui animent depuis 1994 la marque de lunettes de sport pour enfants Vaude. Les articles de lunetterie et accessoires sont lancés sur les mêmes lieux mythiques. Les montures s'inspirent de l'intérieur des véhicules qui sont équipés de cuir naturel et de bois précieux. Soigneusement travaillées à la main en quantité limitée, les lunettes de soleil Maybach sont des bijoux qui, en huit montures et neuf couleurs, en font des investissements intemporels ! La sortie du cabriolet Vision Mercedes-Maybach est l'occasion en août 2017 de présenter une nouvelle collection reflétant le caractère du bolide avec deux modèles légers en titane recouvert de platine et agrémentés d'éléments en bois et en corne de buffle !

Si des boutiques prestigieuses ont pignon sur rue à Vienne, Abu Dhabi, Berlin et Munich, IVKO ne semble pas encore représenté en France.

Les Champions de la lunetterie

Les activités de vente IVKO sont gérées par sa filiale Young Fashion Eyewear GmbH (Nitz, Allemagne).

En 2019 les marques distribuées par IVKO GmbH (Baar) sont les suivantes :

Avengers (avec Opal), Die Maus, Hello Kitty (avec Opal) Janosch, Lillebi, Maybach, Nici, Vaude, Vulkan, Vulkani.

I Need You et Alizés Optique

Qui dit I Need You à Hambourg parle d'Alizés Optique en France qui en est le distributeur à Gresy sur Aix (Savoie). Cette dernière, outre cette marque allemande, représente d'autres leaders sur le segment de la vision de près auprès de réseau de professionnels sur le marché français : Seeoo, Clic Products, Vunetic. Ces marques ont la particularité d'être l'objet de brevets, en particulier celui de la connexion magnétique pour Clic et de design pour Seeoo. Quant à I Need You, elle est considérée comme la spécialiste de la lunette pré-montée. Les trois marques d'Alizés Optique sont les suivantes :

-I Need You

Cette marque est créée à Hambourg en 1993 par deux opticiens Gettermann. Leur catalogue présente aujourd'hui la plus importante offre de lunettes pré-montées pour vision de près en Europe, ainsi que des verres de protection et montures optiques et solaires, des accessoires divers en lunetterie (chaînettes, étuis,..). L'entreprise I Need You est active dans 65 pays avec plus de 30 000 magasins et une gamme de trente modèles de différentes couleurs.

Les Champions de la lunetterie

-Clic Products

C'est un inventeur californien Ron Landon qui brevète en 2001 des lunettes à ...ouverture frontale : la partie gauche se sépare de la partie droite au niveau du nez grâce à un système de déconnexion magnétique (et inversement pour repositionner l'ensemble de la monture). Un cordon semi-rigide à mémoire de forme relie les extrémités arrière de l'ensemble. Toutes les branches sont réglables en longueur. Commercialisée en France depuis 2007, Clic Products propose une lunette Asbury équipée de verres progressifs. La collection s'étoffe aussi de modèles en aluminium distribués dans plus de 500 détaillants. Cette invention révolutionne le système des lunettes pré-montées et évite les pertes de cet accessoire car le clip est toujours en place autour du cou !

-Seeoo

Cette marque est née de la collaboration de Massimo Maglione, un génial inventeur de Bologne et Gerald Lasnik. Ce dernier ouvre en 1996 son premier atelier de lunettes qui devient une entreprise renommée en Autriche. En 2010, il fonde la marque Seeoo, fruit de l'innovation d'un design élégant et perfectionnement moderne du binocle d'antan. Elle est récompensée par le Red Dot Design Awards.

-Vunetic

Lancée mondialement en 2013, c'est aussi une marque de lunettes haut de gamme à fermeture magnétique. Le cordon semi-rigide maintenu autour du cou assure les conditions de confort et de discrétion ; la monture ultra légère est fabriquée avec le plastique Grilamid (TR90), matériau souple, à mémoire de forme et incassable. La monture est déclinée en deux modèles Ténor et Soprano avec quatre couleurs (rouge, écaille, bleu et noir). (Représentée par Alizés optique elle disparaît du catalogue en 2019)

-Roav

Les Champions de la lunetterie

Conçues par l'Américain Max Greenberg en 2016, ces lunettes pliantes arrivent sur le marché européen en 2018. Elles sont dotées de micro-charnières fines, légères ; la collection compte 9 modèles pour 23 références.

Mykita GmbH

Répondant à une demande du marché de lunettes de qualité, et si possible de style, des designers berlinois se sont mis à l'ouvrage pour lancer leur marque de lunettes de soleil et de vue en 2003. Deux d'entre eux viennent d'IC ! Berlin (Moritz Krueger et Philipp Haffmans- Cf. Haffmans & Neumeister ci-après). Ils s'associent avec Harald Gottschling pour dessiner fin 2004 une collection de montures ultra légères en acier dit « chirurgical ». Elles sont découpées au Mykita Haus dans une feuille d'acier inoxydable. Ils se sont installés dans le hangar d'un jardin d'enfants de Berlin (kita : surnom issu de l'abréviation de Kindertagesstätte) de l'ex-RDA où se regroupent de jeunes artistes. Conscients du lieu historique où les esprits inventifs et farfelus s'investissent dans une émotion exacerbée, les compères pensent réinventer le monde de la lunetterie grâce à une innovation technique. La monture sans vis et sans soudures ne sera plus cassée et, coup d'œil berlinois, ils l'appellent « My Kita ». Les créateurs fabriquent 31 modèles optiques de 0,5 mm d'épaisseur se différenciant en coloris variés (gris, chocolat, argent ou doré). Outre Berlin, Mykita compte actuellement 14 boutiques sur la planète, entre autres New York, Washington, Zurich, Copenhague, Los Angeles, Vienne,...Une des premières installées en France date de 2005. Les collaborations du label avec les Damir Doma, Tim Coppens, Margiela connaissent un succès mondain sur la place de Paris :

Les Champions de la lunetterie

- Le créateur belge Martin Margiela, atypique et avant-gardiste, a fondé sa propre marque en 1998 après avoir travaillé avec Jean-Paul Gaultier. Depuis 2009, il exprime son talent en lunetterie avec Mykita en élaborant des pièces uniques et futuristes(!) considérées comme iconoclastes et irrévérencieuses en jouant sur les tons et les structures convexes. Ses premières lunettes de soleil, dont les verres reposent sur le nez, s'appelaient sobrement « l'incognito ». Le futur de la mode, ce sera peut-être lui !

-Pour Damir Doma, ses lunettes rondes soulignent la personnalité du porteur mais ne doivent pas ...l'habiller. Depuis 2013, la collaboration avec Mykita aboutit à des paires légères, élaborées avec des matières inédites et sans vis ! Le dernier modèle de lunette solaire (Siru) produit du volume par le vide grâce aux ombres, et les lignes noires qui cerclent les verres colorés donnent l'illusion d'un vitrail.

-En relation étroite avec Mykita, les lunettes athlétiques 2017 du designer belge Tim Coppens s'inspirent de l'univers de la moto des années 90. Le verre du modèle Tequila est découpé avec l'impression 3D à partir d'une surface incurvée.

En 2006 la consécration de Mykita est assurée avec les collections solaires et acétate. Les salons découvrent le fait main berlinois et le Mur (the Wall) qui fait référence à celui de Berlin dans une ambiance psychédélique. Un laboratoire de recherche de Carl Zeiss y est implanté. Des professionnels adaptent la lunette au visage du client.

En 2010, le modèle Franz 24K est lancé ; il est doté de verres solaires dorés à l'or de 24 carats , conçus par Christian Dalloz Sunoptics en collaboration avec le styliste allemand Bernard Willhelm, créateur de la ligne Franz inspirée des Jeux Olympiques de 1976 et en hommage au skieur autrichien Franz Klammer. Le prix est bien sûr au niveau de la prétention de l'acquéreur de ce bijou de luxe !

En 2011, Mykita s'associe à l'artiste Agathe de New-York pour élaborer une ligne de solaires atypique : verres miroirs affichant en

Les Champions de la lunetterie

filigrane des formes mondialement connues (Manhattan, Gizeh,...), visibles par les curieux qui regardent le porteur qui n'est pas perturbé par le graphisme tracé à la main. Que ne fait-on pas pour être bien vu ! Le créateur s'associe aussi en 2011 avec la marque Moncler (Italie) pour diffuser des lunettes solaires appelées Achille et Lino.

En mai 2017 le dernier magasin est inauguré à Paris. Cette maison à l'aspect industriel détonne au milieu des cafés parisiens qui se partagent l'étroite ruelle pavée au plein cœur du Marais (n°19 rue du Pont aux Choux) où les montures en acétate côtoient les offres en métal.

Les marques distribuées en 2019 par Mykita sont :

Mykita, Mykita + Maison Margiela, Mykita Mylon, Mykita /Damir Doma, Mykita + Bernhard Willhelm (lunette à miroir avec monture en acier)

Haffmans & Neumeister

S'appuyant sur deux décennies dans le haut de gamme chez IC! Berlin, les deux lunetiers fondent leur entreprise en 2016 dans le but de poursuivre à leur propre compte la production de montures de luxe. Pour la collection Line, les maîtres du métal plat fabriquent à la main une vingtaine de modèles de lunettes de vue en acier inoxydable de 0,5 mm, sans vis, découpées au laser (cadre et branches), métallisées avec le procédé PVD (Physical Vapor Deposition qui peut donner des pièces jaunes ou or rose), finies à Berlin. Les formes ovales, rondes, et ... pantos pour les visages

Les Champions de la lunetterie

stricts, sont présentées en cinq couleurs. La collection RX-Sun solaires dotées de verres Christian Dalloz est convertible en lunettes de vue avec le changement de type d'écrans.

Vistan Brillen Gmbh

C'est à Schwäbisch Gmünd, fief traditionnel de la joaillerie et de la lunetterie que Jürgen Seitz a apposé le logo de l'opticien sur les branches de chaque monture ce qui multiplie le nombre de marques sur le marché (les horlogers d'antan autorisaient aussi les installateurs à décliner le nom de leur société sur le cadran à la place de celui du fabricant).

L'autre caractéristique de ce distributeur est l'interchangeabilité des branches qui transforme en un clin d'œil la lunette au gré de la tendance du moment. La marque Change Me, réalisée en acétate, permet ainsi de la personnaliser en fonction de l'humeur du porteur, de ses habits et de l'image qu'il veut donner. Le modèle Innovation by Vistan s'adapte à sa tête grâce à la modularité du pont et la largeur des branches. De nouvelles formes et couleurs ont vu le jour en 2017. La croissance rapide se concrétise par l'ouverture de réseaux de distribution en Suisse et en Autriche.

Vistan représente aussi Roy Robson Fashion Gmbh & Co, fabricant de lunettes allemand. Dirigée par la deuxième génération de la famille Robson, la maison a débuté par la fabrication de vêtements en 1922 à Berlin (costumes, vestes, pantalons chemises, cravates, bonneterie, chaussettes...). Elle s'installe à Lunebourg en 1944. Depuis 2008, ses centaines d'employés sont implantés à Izmir et en Bulgarie, Italie, Portugal. Les lunettes Roy Robson Eyewear sont lancées en 2011 ; la monture noire, robuste conception allemande mais légère, avec ses branches habillées d'un liseré rouge et de l'emblème, le traditionnel triple nœud, a fait de Roy Robson une marque de mode internationale.

Les Champions de la lunetterie

Les marques de Vistan Brillen Gmbh proposées en 2019 sont:
Vistan, Roy Robson, Change Me.

Lesca Lunetier

Joel Lesca Optique Creation GMBH

Créé en 1964, Joel Lesca présente sa première collection dans un petit atelier du 19^e arrondissement de Paris. Ses clients sont des opticiens indépendants et des points de vente spécialisés qui reconnaissent dans ses lunettes un travail inspiré du patrimoine français de la lunetterie. Au gré des voyages à travers le monde, il constate qu'elles sont appréciées pour leur identité typique des années 1920. Il fait travailler des artisans européens et rejette les productions de masse en s'inspirant des techniques manuelles innovantes mises en œuvre dans le Jura ; quatre lunetiers d'une petite maison à taille humaine du pays de la pipe font honneur à la réputation légendaire du Haut-Jura. Les lunettes vintage Lesca sont rivetées en série limitée à 120 montures par couleur à Saint-Claude qui rivalise avec les meilleurs ouvriers de Franche-Comté.

L'entreprise a son siège social à Léonberg en Allemagne sous la dénomination Joel Lesca Optique Creation GMBH depuis 2016. Il compte, sous la même appellation, un seul établissement actif dans le 4^e arrondissement de Paris où il dispose d'un showroom.

Les succès rencontrés en France, Royaume-Uni, Allemagne ont conduit les Lesca père et fils, Bertrand et Mathieu, à développer une activité au Japon, dans la région de Fokui, spécialisée dans la lunetterie nipponne et réputée pour sa légèreté et sa robustesse. Une douzaine de modèles en titane y sont fabriqués, mais toujours en série limitée.

Par ailleurs, depuis 2015, l'atelier de couture Vocé s'est associé avec Lesca pour revisiter une collection emblématique de 18 lunettes de

Les Champions de la lunetterie

soleil (montures noir, chocolat, champagne) : la Pica, le modèle mythique des années 20 et la Burt, une ronde en acétate convoitée dans les années 50. L'Atelier Vocé a porté un regard nouveau, décalé et loin de l'approche de Lesca en imaginant des verres aux couleurs inédites aux teintes minérales et organiques, fusion de pierres gemmes et de métaux. Les branches portent le sigle Atelier Vocé + Lesca lunetier, gravé à la main à Paris chez un artisan parisien.

Le fondateur de Lesca a collaboré pour des collections d'exception, comme les montures gainées de cuir en lézard, crocodile, galuchat, les iconiques en corne en série très limitée (Pica, Corbs, Burt,...), les lunettes Zwarovski ou sur- mesure...ou en or massif de fabrication japonaise (18 carats)

Les marques :

- French Vintage : Les lunettes "French Vintage Original" sont issues de stocks d'usines aujourd'hui disparues. Elles constituent le plus grand réservoir de lunettes vintage en France

- Lesca : de forme et de styles différents, inspirée de courants artistiques ou de personnalités (Burt Lancaster dans le Guépard avec ses trois rivets de face et sur les branches), la gamme offre un éventail de soixante années de lunetterie spécifique aux décennies écoulées.

L'entreprise vient de lancer au début 2019 la solaire en métal inoxydable Arizona, inspirée du film Easy Reader emblème de la génération hippie des années 1960-1970.

Licefa GmbH & Cie KG

C'est en 1907 que la Lippische Zelluloidwarenfabrik H. Wellmeier est créée à Ohrsen par Hermann et Gustav Wellmeier. Elle y fabrique des peignes et autres accessoires pour cheveux ainsi que des pièces en

Les Champions de la lunetterie

plastique pour l'industrie textile. Elle change de dénomination deux ans plus tard en devenant la Lippische Celluloidwarenfabrik Knigge & Lindloff sous l'autorité de Carl Knigge et Wilhelm Lindloff. Après le départ de celui-ci puis le décès de son acolyte, l'entreprise poursuit sa route avec la veuve jusqu'en 1927, date de sa suppression du registre du commerce. L'année suivante elle est inscrite de nouveau mais à Schötmar (Bad Salzuflen).

En 1935, la compagnie acquiert les sociétés de celluloid Meierhans & Co et Alfred Döhnel qui fusionnent avec la Lippische Celluloidwarenfabrik Knigge & Lindloff en 1937.

En 1947 la société produit ses premières lunettes à Hille (Westphalie). Dix ans plus tard les déménagements se succèdent : relocalisation dans une usine nouvelle dans la même ville puis regroupement des productions, agrandissement d'entrepôt dans une nouvelle unité au 11 Lemgoer Strasse(1970). Après les décès successifs des propriétaires Horstmann, le nom de l'entreprise devient la Licefa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG en 1982. Après l'abandon du site de Hille, elle est définitivement installée en 2017 au n° 11 Lemgoer Strasse (Bad Salzuflen).

C'est aujourd'hui une entreprise moyenne de 70 personnes qui survit grâce aux valeurs traditionnelles de la profession historiquement artisanale, et aussi sous l'impulsion d'un marketing ambitieux sous les ordres d'un manager Stephan Alraun, aguerri aux lancements de marques de mode et de sport. Il est accompagné dans son action par le créatif Thomas Lange pour la partie technique et le renouvellement des collections de lunettes.

Des accords mondiaux de licence de lunettes sont annoncés en 2015 entre Licefa et Baldessarini, une marque de mode masculine. Werner Baldessarini, styliste, a fondé sa marque en 1993, exploitée comme marque premium chez Hugo Boss dont il fut le PDG. Après la vente de Baldessarini à Ahlers AG (Herford) en 2006, la marque est repositionnée et rajeunie. Outre le label de luxe Baldessarini

Les Champions de la lunetterie

Signature, la Baldessarini Black et la collection de jeans et vêtements de sport pour jeunes Baldessarini Jeans, la maison allemande propose des accessoires (montres, bijoux fantaisie et joaillerie Pranda & Kroll de Pforzheim). Les lunettes Licefa étendent la position de la société sur le marché de premier ordre des montures de caractère, d'ordonnance et de soleil. Le choix de cette société implantée aux quatre coins du monde est un gage de succès potentiel pour la fabrique de lunettes de Salzuflen. La marque Baldessarini pour hommes est la réplique idoine de la marque Jette pour les femmes qui intègre aussi le catalogue de la Licefa.

La société Jette est née en Allemagne à Braunschweig en 1997. La fille du styliste Wolfgang Joop, Henriette Elisabeth Joop, appelée Jette Joop, se fait une place comme créatrice de mode et de bijoux sous le nom plus simple de Jette. Elle a travaillé avec Polo Ralph Lauren à New York avant de se lancer dans la conception de lunettes dédiées aux femmes. Elle diffuse des montures en plastique avec des branches en filigrane parées d'ornements Influencés par le style 1900 et des modèles à larges branches. Pour les lunettes de vue, elle combine le métal et le plastique moderne aux couleurs vives. Que ce soit pour frimer ou pour porter la paire la plus visible le jour J d'un grand événement, la collection dispose de tous les choix possibles, voire les plus extravagantes à l'instar des bijoux, chaussures et sacs qui ont construit sa renommée à Berlin et bientôt en Europe (Jette Joop a conçu les nouveaux uniformes de la compagnie Air Berlin en 2007, ceux d'Aida Cruses en 2010 et des vêtements de travail pour le bâtiment).

Les marques de Licefa en 2019 sont les suivantes :
Baldessarini, Colorcube, Eigensign, Jette

Lunettes Kollektion

Bien que très récente(2006), la marque berlinoise de Lunettes Kollektion fondée par Uta Geyer a déjà tracé sa route dans le monde des lunettes originales. Sensibilisée par la mode et les arts, elle sait concilier le détail et l'approche enrichissante de sa collaboration avec des designers européens et américains réputés. Si les assemblages sont réalisés en Italie et Allemagne par de petites entreprises locales, la maison met l'accent sur les méthodes italiennes traditionnelles de fabrication des montures en acétate de cellulose. La matière hypoallergique est travaillée par l'artisan italien Mazzuchelli ; cette société vieille de près de 170 ans est connue pour la légèreté et la richesse des couleurs pastel utilisées dans un processus d'élaboration allant jusqu'à soixante jours, sans compter la longue période de développement (collaboration de Marie Stipancik, eyewear designer de New York, échantillons, dessins,...). Les modèles de la marque s'inspirent des formes rondes chères à John Lennon. Les productions théâtrales et cinématographiques sont séduites par les concepts spécifiques à chacune d'elles en leur attribuant un nom ; par exemple « bon vivant » marie ..., allez savoir pourquoi..., « le chic sportif avec un esprit subtil ». Ces lunettes peuvent réellement être classées dans le segment « Collection », eu égard aux quantités presque confidentielles disséminées le marché.

Une autre collaboration audacieuse avec le designer hollandais de prêt-à-porter Michael van der Ham se traduit fin 2014 par la création des solaires Block and Scallop, rondes aussi, qui s'inspirent des années 40. Le dégradé agrémenté de rayures et d'ondulations imite le collage des tissus des vêtements du créateur.

Lunettes Kollektion fait aussi appel au label de mode chic allemand ODEEH en 2014 pour lancer des lunettes de soleil The New Round by Lunettes Kollektion x ODEEH. Le rappel du rétro avec une pointe de modernité est l'apanage des partenaires Jörg Ehrlich et Otto

Les Champions de la lunetterie

Drögsler, designers allemands depuis plus de vingt années. La collection printemps des habits d'ODEEH a certainement influencé la nouvelle monture proposée en différentes teintes chair, miel ou crépuscule dont les branches portent subtilement le logo gravé sur le revers externe de la branche.

En 2015, des solaires Lunettes Kollektion & Christopher Shannon sont lancées en collaboration avec le designer anglais Christopher Shannon. Les montures sont passées au spray multicolore de divers coloris. Les porteurs ne passent pas inaperçus d'autant qu'elles sont assorties de verres miroir. Style sportif et festif font ici bon ménage, disponibles dans une sélection mondiale de magasins d'optique et les boutiques Lunettes Kollektion. D'autres designers se sont aussi associés avec les Allemands. C'est le cas de Julian Zigerli tout récemment gradué de Zurich qui conçoit une mode intemporelle fonctionnelle, ludique, rétro ; la série de lunettes aux couleurs vives, mêlant le vintage et le modernisme, est cependant limitée à quelques solaires.

Flair Modellbrillen et le groupe Fink

Le groupe allemand Fink, constitué de deux entités filiales Flair Modellbrillllen (développement et fabrication) et BX.eyewear inspirations (marque) a étendu son espace commercial et sa renommée en lunettes de créateurs dans une cinquantaine de pays ; technologie de pointe appliquée à la pose des verres, emploi de matériaux de haute qualité tels le bio-steel ou la corne de buffle, et le travail manuel élevé en art à l'instar des ouvriers jurassiens sont les atouts qui les distinguent de leurs concurrents sur la planète.

C'est à Oelde, dans la région de Munster en Rhénanie sur le calme oasis du Flairpark, que l'entreprise est créée en 1946 par un ancien dirigeant de l'industrie sidérurgique sous le nom de Dr. Eugen Beck GmbH & Co. KG .La marque Flair-Modellebrillen naît en 1967.

Les Champions de la lunetterie

L'année suivante, Rainer Beck, le fils du fondateur reprend l'entreprise. Celui-ci développe la lunette optique qui trouve les amoureux de ses chefs-d'œuvre partout où l'art prime sur le besoin.

En 1972, les premières lunettes percées avec vis apparaissent. Puis les montures « bijoux » en 2002 relèvent le défi du luxe sans limites.

En 2003, les lunettes Pure non cerclées uniques au monde sont brevetées ; dans cette technologie, les verres ne sont pas vissés mais attachés avec un fil en nylon à constante élasticité qui réduit le risque de casse et facilite le nettoyage des verres. A la légèreté à partir de 1,8 g s'ajoute les qualités de flexibilité et de résistance.

En 2009, le fabricant Flair Modellbrillen réorganise son réseau de distribution français pour se placer au plus près de ses clients. Les propositions de modèles luxueux se succèdent :

La Flair 154 pour les femmes, la plus précieuse de la collection Couture, combinant cristaux Swarovsky, finition au rhodium, réalisée à la main. Comme la 172 dont l'attention se porte sur la forme oblongue des cristaux intégrés à la branche. La poudre d'or ou de diamant appliquée manuellement sur la Flair 900 signe le savoir-faire des artisans du Flairpark. Le programme de la gamme art couture dévoile à la perfection le travail de ces façonniers de haut vol qui réalisent de véritables bijoux « martelés, brossés, striés et colorés à la main ».

Pour les hommes, la Flair 187 est aussi dotée de la Pure technology. L'harmonie de la collection Ying & Yang, est incarnée en 2008 par le jeu des formes des branches et des encoches fraisées du verre, visibles de face.

Le bio-steel (issu du génie médical), développé à partir de 2010, est utilisé pour les branches sans charnière (connexion directe avec la monture) de la Pure technology 2, exempte d'allergènes ; ce composite surpasse les propriétés du titane. Les deux techniques sont exclusivement fabriquées en Allemagne.

Les Champions de la lunetterie

En 2015, les charnières Impulsion Flair sont désormais présentes sur les montures nylon. Avec son effet ressort, elle se distingue des articulations flexibles par la disparition des vis. Une simple impulsion suffit pour provoquer l'ouverture ou la fermeture de la branche en fil inox.

Le 11 mai 2017, la manufacture Flair Modellbrillen est couronnée « Manufacture de l'année 2017 », doublant le prix spécial « Observation de tendances » obtenu en 2016 pour sa monture cerclée en acétate et sélectionnée déjà en 2010 du titre fugace mais encourageant de « Société du mois » pour l'Allemagne.

Les marques de groupe Fink en 2019 sont :

- Flair Modellebrillen
- BX.eyewear

Neostyle Gmbh & Co KG

Encore une société allemande dont la réputation a dépassé les frontières, sans pour autant envahir l'Hexagone. Pourtant, elle mérite une attention particulière pour ses lunettes avant-gardistes et ses marques au design créatif et les matériaux utilisés pour le plus grand confort des porteurs.

En 1961 le fondateur de Neostyle, Walter Nufer crée des lunettes qui soulignent le visage en le personnalisant. D'où la « Personality Eyewear » perdurée par sa fille Sandra Nufer après le décès de son père en 2001.

Depuis 2006, le siège est implanté au sud-ouest de l'Allemagne, à Lomberg au cœur du pôle économique de Stuttgart où règne le monde de l'industrie de l'horlogerie, de la bijouterie et de la

Les Champions de la lunetterie

lunetterie. Outre ses matériaux et ses finitions irréprochables, la marque dans le haut de gamme des montures optiques et solaires est connue en particulier pour le design créatif de Konstantin Livas depuis 1970.

Les produits sont distribués dans le monde entier par des boutiques locales et des opticiens spécialisés. En octobre 2007, Neostyle ouvre un nouveau bureau de vente à Bradenton (Floride). Les collections exposées se divisent en trois catégories :

-Classique : City Smart, développée dans le milieu des années 90, excentrique à souhait avec son cadre noir et argenté, coloré flocon rose ou pailleté. La Neostyle Personality Eyewear éveille une émotion tempérée par un... classicisme ordinaire qui attire les clients qui lui sont fidèles. Les modèles Office sont prisés par le personnel de...bureau pour leur légèreté relative, leur solidité et les matières utilisées (acier, maillechort, acétate, charnières Flex)

-Tendance : l'Ican, mélange subtil de métal et d'acétate_séduit par ses teintes modernes et ses branches élancées de forme exclusive quoique imitée par quelques concurrents. Les montures Eos et Collège reflètent l'imagination contenue de designer au gré changeant de la mode. Le modèle appelé Academic n'est plus dans le catalogue en 2018. Quant à la Spyder elle ajoute au visage ce supplément de teinte offert par la combinaison acier-acétate et les couleurs mates des finitions.

-Prestige : la collection des Dynasty traduit la féminité des porteuses de ces montures, grâce à ses formes géométriques, sportives et l'acétate combiné au titanium. La Mozart est une création en titan donc légère avec son décor de fleurs agrémenté d'un caillou sur les branches qui accrochent le regard. La Zodiac, aux montures bleue verte, gris mauve ou transparent abricot, et ses attaches épurées en métal, est une lunette qui « rend le regard léger et frais". La paire style léopard ajoute un zeste d'exotisme aux femmes modernes !

Les Champions de la lunetterie

A tous ces produits de grand standing, ajoutons qu'autres pièces particulières comme la Target dotées de protections latérales et le modèle Teddy pour les enfants. Sans oublier la Nautic, au style rétro qui fit fureur dans les années 70, sont un « must- have », des lunettes-culte pour tous les fans d'Elvis Presley qui en commanda plusieurs, ainsi que d'autres personnalités telles Ray Charles.

Lunettes Martin & Martin GmbH & Cie KG

La liste des fournisseurs de lunettes ne finit pas de s'allonger, particulièrement dans le créneau des lunettes dites originales que les designers proposent depuis quelques années. Un bref commentaire est requis pour éviter la monotonie des historiques presque semblables quant à leurs débuts, l'appui quasi systématique d'un designer pour dessiner des modèles qui brillent par leur originalité, parfois surfaite, et déjà soumise à l'appréciation de clients friands de nouveautés qui se tournent vite vers d'autres modèles tout aussi loufoques ou extravagants !

Les Lunettes Martin & Martin, comme beaucoup de ses concurrents, « se distingue par une attention particulière pour les détails et de nombreuses nouvelles idées ». Quel producteur nierait cette condition indispensable pour se hisser au niveau normal du marché, si non plus haut ?

La collection, de style rétro revisitée avec sobriété et élégance, est fabriquée à la main à Cologne depuis 1998, date de la création de la société par Martin Lehmann et Martin Stempell. Si les débuts consistent à commercialiser des lunettes, la suite ne peut s'envisager qu'avec l'aide d'un artiste. En 2000 la première marque Martin & Martin est lancée avec l'appui d'Anthony Liesegang, un designer reconnu dans le domaine de l'optique. Les modèles sont dits urbains

Les Champions de la lunetterie

et en acétate de couleur sombre (noir, blanc) ou beige transparente. La marque, leader sur le marché, mais d'autres prétendent atteindre la même cime malgré les fluctuations de la mode, est représentée dans une dizaine de pays, dont la France. Les montures sont toutes désignées par des prénoms différents (Lucie, Mick, Tony, Robin, Roman, etc...). Citons aussi le modèle Tattoo, inspiré de l'univers du tatouage, qui se distingue par ses formes originales se dédoublant au niveau de l'arcade et en dessous de faces. Les angles et les arrondis semblent être dessinés d'un seul trait de plume, ce qui rend la lunette unique et peut-être inimitable !

Cazal Eyewear

Le génie créatif des Allemands est varié et prolifique. La passion d'un produit se reflète souvent dans le design des montures de lunettes. Un visionnaire parmi d'autres Carl Zalloni a imposé de nouvelles tendances avant-gardistes que ses fans apprécient encore bien après sa disparition. Ses équipes créent aujourd'hui de nouvelles collections qui rendent sa signature immortelle.

Le nom de Zalloni d'origine grecque (1937-2012) apparaît en 1960 en Italie où il conçoit des meubles, puis en Allemagne. Indépendant, il imagine des verres pour la firme Steuler dans le Palatinat et pour la fabrique Glashütte (groupe WMF). Installé à Salzbourg, il crée la société Cazal Eyewear en 1979 (assemblage des premières lettres de son identité -ca et zal) ; ses premières lunettes sont distribuées par une société commerciale allemande. Au départ, il ne reçoit pas un soutien populaire franc. Mais l'innovation aidant et l'appui inconditionnel des rappeurs des années 80 poussent la demande au sommet de la mode. Les chanteurs Joe Cooley et Rodney-O, suivis par leurs fans marquent la tendance typique hip-hop. Ces aficionados l'appellent affectueusement Cazzy ou Marco.

Les Champions de la lunetterie

Ces montures conçues pour des gens chics, voire extravagants sont appréciées pour le titane et l'or, signes de la distinction suprême de l'individu parmi la masse des anonymes ! Trente années après le début de l'aventure des Casal, les premiers modèles-cultes sont réédités jusqu'au moindre détail, générant toujours la même émotion. Les initiales Casal sont dorénavant gravées sur les solaires vintages. Si la tendance va et vient, le style reste. Les artistes comme Beyonce et Kanye West les ont adoptées. Et d'autres se rallient à cet engouement, d'autant plus que des modèles de luxe sont numérotés et livrés avec un certificat d'authenticité et que les dirigeants de la firme font feu de tout bois dans tous les magazines people d'Europe (Nana, Dayli shot, Revista, Euroman, Eyecom...). Là encore, ce sont bien les créateurs qui initient les tendances et les courants stylistiques.

Markus-T

Dans un temps pas très lointain, les montages de lunettes se réalisaient dans la campagne du Haut-Jura sur le coin d'une table de cuisine en fonction des ordres reçus des établissements lunetiers. En 1999, le designer Markus Temming fabrique lui-même ses premières montures dans des conditions similaires, dans une ferme de Güterloh en Westphalie, devenue le siège de la société.

Elles sont toujours fabriquées sur demande spécifique de façon artisanale. Près de 60 employés artisans allemands produisent ainsi des lunettes garanties Made in Germany. Elles se caractérisent par un design très minimaliste, une légèreté et flexibilité parmi les meilleures du moment grâce à une technologie innovante : petites charnières carrées sans vis, donc sans entretien, titane et matière plastique brevetée TMI.

Les Champions de la lunetterie

La simplicité et la pureté du design, desquels les concurrents devraient s'inspirer, ont été récompensés à plusieurs reprises par des prix nationaux et internationaux. Ainsi le Red Dot Award a primé dans la catégorie fashion & lifestyle le modèle M2 du créateur, outre son extrême légèreté, pour ses branches quasi invisibles et son verre légèrement dégradé. A ce jour plus de trente prix de design ont récompensé le sens de l'innovation de Markus T.

Trend-and-more Eyewear Gmbh

Cette société allemande récemment créée à Furtenzell en juin 2014 n'a pas la prétention de fabriquer elle-même ses montures ! Depuis presque trois ans en France, elle développe son implantation et espère couvrir toutes les régions grâce à ses marques sous licence :

-Bruno Banani (à ne pas confondre avec Banana Moon Optique adaptée pour les petits visages).

La société de sous-vêtements Bruno Banani Underwear Gmbh située au 5 Mauerbergerstrasse à Chemnitz (son établissement secondaire est enregistré à Roppenheim dans le Bas-Rhin) est spécialisée dans les bermudas, slip et autres accessoires pour la plongée sous-marine. Elle s'est lancée aussi dans les parfums qui se veulent irrésistibles. Et comme toute maison de mode, elle fait fabriquer des lunettes dont les modèles affirment leur caractère et brillent par leur décontraction, comme les porteurs dont ils « pulvérisent le charme » (dixit la publicité !).

-Morrison, une collection contribuant à accentuer discrètement la personnalité avec un design exquis et des matériaux de haute qualité comme le titane.

-Marc Cain est une marque allemande de vêtements haut de gamme de l'entreprise de renommée internationale de même nom, vendue dans 59 pays et plus de 1000 boutiques de mode. Fondée en 1073, son

Les Champions de la lunetterie

quartier général est situé à Bodelshausen dans le sud du pays. Ses collections de lunettes, élégantes et luxueuses principalement en acétate, sont une véritable déclaration d'amour à la femme à qui elles sont destinées. Le showroom de Marc Cain a ouvert ses portes en 2018 dans le VIIIème arrondissement de Paris, rue Boissy d'Anglas.
-Jay's : pour les jeunes avec ses branches décorées très tendance.

Opticunion GmbH

Fondée en 1996 à Villingen (Bade-Wurtemberg) cette société s'est spécialisée principalement dans la distribution de montures sous sa propre marque Opticunion et produit sur commande des découpes sur mesure. Son marché s'étend au-delà des frontières allemandes.

RK Design Optik GmbH

RK est l'assemblage des initiales de Robert Krewedl. D'abord opticien et optométriste, celui-ci ne tarde pas à se sentir une âme de créateur. Il s'implante à Weil der Stadt (Bade-Wurtemberg).

Ses premières montures RK Design se veulent différentes des versions ennuyeuses des années 90. Suivent les versions Eye Society dédiées aux montures de verres progressifs considérés comme surprenants mais dans le goût de l'époque. Comme le designer n'a pas la grosse tête, il lance avec un certain succès le modèle X-Tasy (comprendre extase !), funky et iconique pour les porteurs adolescents à la tête étroite ! La collection Time Out, avec ses charnières sans vis et la face en acier inox reçoit plusieurs prix internationaux, dont le fameux Red Dot Design Award ! La Curve NK

Les Champions de la lunetterie

(le N est le prénom de Nadine son épouse), toujours sans charnière, suit la mode sportive du moment : une seule pièce, un poids-plume qui en fait peut-être la lunette de soleil en métal la plus légère au monde. La Kowalski, vintage donc tendance, qui paraît lavée à la pierre, complète le portfolio de la maison.

Veronika Wildgruber Eyewear (et Jacques Durand)

A ses débuts, la conceptrice de produits Veronika Wildgruber réalise des dessins d'objets en relation avec des studios de renom pendant quatre années. Puis elle met en œuvre ses idées de design et de pièces d'intérieurs exposées dans le monde entier. Son atelier déménage de Londres à Berlin en 2010. Cette année-là elle reçoit le prix spécial du Jury de Silmo d'Or puis l'IF Product Design Awards 2011. Encouragée par ces succès, elle lance ses premières lunettes en série en 2012. Ses collections sont reconnaissables par ses matières et leur traitement original.

Veronika Wildgruber est à la fois lunetière et designer, inspirée par l'architecture d'intérieur et les matières. Sous son propre nom, elle cultive son exigence dans le soin apporté à la conception européenne de ses lunettes. Depuis 2010, elle est directrice artistique du lunetier Jacques Durand.

Evoquons en quelques mots le parcours de cet Oyonnaxien :

Riche d'une longue expérience de trois décennies, il a créé des montures optiques et solaires, croisant sa route avec Starck et Mikli avant de prendre son envol en 2002. La collection Jacques Durand est proposée en acétate aux couleurs noires et teintes sombres ou

Les Champions de la lunetterie

plus audacieuses. Chaque modèle a son identité travaillée comme un produit unique. La particularité de cet entrepreneur réside dans la transparence des sites d'élaboration de ses montures. Il est un des rares distributeurs qui indiquent les étapes de fabrication sur une fiche jointe au produit, ainsi que le lieu où il a été réalisé : Parmi d'autres, Les Applications lunetières de Jean-Yves Malfroy à la Mouille pour l'élaboration du métal, le polissage et le sablage chez PMV à Morez de José Castanheira Pinto au n°6 rue Voltaire, le traitement de surfaces Cottez dirigé par Jean Cottez à St Laurent-en-Grandvaux.

Mais Jacques Durand ferme son entreprise d'Oyonnax du n° 56 rue Michelet en septembre 2013- la place est occupée au n°54 par Optisun (Cf. entreprises de l'Ain)- L'entrepreneur conduit aussi un établissement en Italie à Montecchio Maggiore sous la dénomination SRL Jacques Durand Occhiali SRL/JDO. Celui-ci est radié en novembre de la même année.

Concernant Veronika Wildgruber, elle poursuit sa route et choisit de s'évader dans son univers très personnel où elle fait montre d'une maturité appréciée des connaisseurs et des jurys d'exposition. Ainsi elle reçoit le Silmo d'Or 2017 monture design solaire avec Arthur, construite comme une vraie architecture aux teintes contrastées: deux blocs d'acétate transpercée par la barre horizontale de l'ensemble des branches, donnant l'impression de coulisser dans le cadre de la lunette. Ses montures solaires Rocky, sobres et épurées, construites en éléments glissants comme des tiroirs de mobilier, suscitent le mouvement et donne une autre dimension au regard. Plus minimaliste, la lunette optique Leila surprend par son pont et la face constituée de fines tiges métalliques soudées. Que ce soient les collections Volume, Composition ou Interspace, les combinaisons de formes (fortes ou fines) de matériaux (pièces en acétate insérées dans le cadre, feuilles de bronze broyées,...), les transitions de

Les Champions de la lunetterie

teintes délicates, toutes ne peuvent que satisfaire les amoureux sensibles au design des belles montures optiques de Veronika Wildgruber. Quant aux lunettes de soleil, elles sont fournies avec des verres antireflets étudiés avec Zeiss.

Lunettes Frost

La designer Wildgruber n'est pas la seule dans le milieu des originaux. Les Frost participent à la diffusion de marques excentriques qui s'éloignent fortement du concept classique lambda. Formes surprenantes (comme les papillons gigantesques plus qu'étirés, les double-sourcils, les verres décalés de la monture) ou couleurs ou ornements ne passent pas inaperçues (rayures et lignes à angles droits, motifs graphiques).

L'histoire de la marque allemande est récente. Sur une idée de Marion Frost et de son mari Paris, la marque est lancée en 1996 ; de conception artisanale (à Sasbach proche de la Forêt-Noire) elle se veut drôle et à la mode, tout en abandonnant toute idée de cible spécifique ; un look unique pour les modèles féminins et masculins quasiment interchangeables, à l'exception de la monture en métal aux coloris plus sobres pour le sexe fort ! Une forte personnalité, combinée à un désir d'individualité, peut choisir Frost, encore faut-il être cosmopolite, libre penseur voire esthète, pour affirmer « qu'il y a un peu de Frost en chacun d'eux » !

Les deux versions intemporelles Givre myfrost et Gel Myfrost présentent des qualités d'esthétisme et de durabilité incontestables : technique de développement de charnières avec la technologie 3D, couleurs chatoyantes revêtues de plasma et flattant le visage, sont les atouts maîtres de ces lunettes extraverties capables de ...dégeler l'acquéreur !

Les Champions de la lunetterie

Framers

En 2006, un ancien représentant de lunettes de marques allemandes se sent une âme de conquérant d'une clientèle déjà saturée de propositions émanant de maisons aussi originales les unes que les autres. Cela ne freine pas Matthis Busche qui, aidée par une jeune artiste créative Sarah Settgast, dessine lui-même ses lunettes inspirées du monde de l'art ...dont celui du tatouage. Ils mettent un point d'honneur à représenter les dernières marques fabriquées artisanalement en Allemagne, destinées à des porteurs au look sophistiqué, à la recherche d'un style puriste et aussi rétro, voire rebelle.

Elles se distinguent par leur design urbain et leur qualité éloignée de la médiocrité : elles sont fraisées et polies à la main en pays bavarois et sont annoncées comme respectueuses de l'environnement : le hand made Germany est synonyme de fiabilité et durabilité.

Depuis sa création deux collections et une quarantaine de modèles en acétate sont lancées sur le marché : elles retracent l'esprit bohème de la folle époque, les chipies des années 50 et l'allure carrée d'après 1980. En 2013, la marque crée ses montures en titane ; le métal, soumis à un procédé électrochimique innovant, change de couleur. Contrairement à d'autres concurrents qui affirment adapter les lunettes à la forme du visage, Framers estime que leurs lunettes les mettent en valeur quelle que soit la forme de la face du porteur ! Néanmoins le rôle de l'opticien demeure primordial en ce jugement. Les modèles portent le nom d'une place de Berlin ou celui d'une ville comme Kyritz (Brandebourg), d'où Sarah Settgast est originaire.

Pour clore le sujet des lunettes allemandes, ajoutons quelques maisons réputées pour leurs montures originales :

Funk Food

Cette marque surfe sur la vague du Web depuis quelques années. Créée à Munich par l'opticien designer Dieter Funk en 1992, elle se distingue par son originalité. Le fondateur est connu par ses soirées DJ, et ses réalisations proposent des designs branchés, tant pour les solaires que pour les lunettes équipées de verres correcteurs. A partir de 2000, la maison développe deux gammes :

-Funk Royal Optics (haut de gamme)

-Funk Food Collection, sur le thème de la nourriture. Elle met à l'honneur le fast food américain avec les appellations Banana split, Cherry pie, Double cheese, French fries, Hot curry, ou encore Pineapple. Les publicités insufflent un vent de couleurs complètement décalées.

A partir de 2004, le fondateur se positionne dans toute l'Europe. Le succès aidant, la société installe en 2009 un réseau de revendeurs en France. Dans l'Hexagone, les collections se composent de 50 modèles, la plupart en acétate assemblées manuellement au Japon et en Allemagne où Funk International s'est doté de sa propre usine de production ; Funk Food est représenté à Lille par la société Très Chic qui distribue aussi les marques Dieter Funk, Eye Tec (Japon), Sashees Schuster (Kinsau Bavière), Willems Eyewear(Stuttgart) et Wonderglasses(Stuttgart).

Reiz

Depuis 1996, les créateurs Jochen Gutbrod et Franz D.Reutter développent des montures classiques alliant le charme ancien et visionnaire. Toutes fabriquées à la main en Allemagne, les lunettes ne brillent pas par la variété des couleurs, à l'exception du noir et du

Les Champions de la lunetterie

brun. Mais elles respectent ostensiblement l'environnement. Les deux designers privilégient, l'un le style rétro, l'autre la modernité. Si le façonnage artisanal accentue la subtilité des formes, la production reste cependant très confidentielle. La distribution assez sélective en France est assurée à Lyon par la société Entre Vues de Lyon qui ne commercialise que des montures réalisées dans les plus beaux ateliers du monde dont : Dita, Thom Browne, Moscot, Garret Light, Chrome Hearts (créée par Richard Stark en 1988).

Lunor

En 1991 Gernot Lindner un opticien allemand installé à Stuttgart a l'idée de rééditer des montures rétro et vintage. Il se penche sur les techniques ancestrales de fabrication et souhaite faire revivre des lunettes rétro tombées dans l'oubli. Il dessine des formes classiques s'adaptant à la morphologie du visage. Ainsi naissent les Lunor, contraction de Lunettes et Or. Les lunettes optiques et solaires mettent en avant le savoir-faire des lunetiers d'antan. Plus de 200 opérations sont nécessaires pour les élaborer dont un polissage extrême des montures utilisant des matières naturelles (corne de buffle) ou précieuses (platine et or), toutes produites en Allemagne ; seuls les modèles en titane sont confiés aux artisans japonais. Ils s'inscrivent franchement dans le XXI^e siècle en parfaite adéquation avec l'esprit perfectionniste de l'auteur friand d'objets d'excellente facture... Evidemment, leur prix est à la hauteur !

Steve Jobs, le créateur d'Apple, est séduit par le modèle Classic Round dès 1998 et par les suivants (il en possédera une vingtaine de paires !) qu'il achetait chez Robert Marc, le distributeur exclusif de la marque outre-Atlantique. Révélée au grand public par ce géant des mobiles, la marque Lunor excite les célébrités comme Tom Cruise, Demi Moore, Madonna,... Depuis plus de vingt ans le créateur enrichit sa collection de modèles empreints de références artistiques qui

Les Champions de la lunetterie

diffèrent radicalement des pâles imitations de la concurrence du bas de gamme. Les lunettes américaines des années 1840 l'inspirent pour développer ses branches télescopiques qui permettent de varier la distance du verre aux yeux. Le raffinement et la sobriété des réalisations concourent à l'expression de l'amour du créateur pour la lunette. Du bel ouvrage !

Notons qu'une société au n° 43 rue Wladimir Gagneur de Morez portait le nom de Lunor Sarl ; créée en 2004 et spécialisée dans le traitement et revêtement de surfaces, elle a disparu en 2016 comme tant d'autres dans la capitale de la lunetterie de Morez ; elle n'avait aucun lien avec Lunor de Stuttgart.

Lunettes Coblens

Encore une société allemande considérée par les connaisseurs comme avant-gardiste ; elle n'est pas la seule en ce domaine du futur ! En 2010 à Winnigen (Rhénanie) trois designers issus du milieu des créateurs germaniques lancent Coblens. A l'époque, Ralf Schmidt, Nils Kaesemann et Fabian Hoffmann s'associent pour donner corps à un projet de lunettes les plus belles du monde (sic) et fondent leur label. Leurs grandes montures en titane à bords ultra- fins épousent l'esprit du temps. Sobres, elles attirent le regard grâce à un logo accrocheur sur les plaquettes de nez et au bout des branches ; cette couronne s'inspire des armoiries de la ville de Coblenche. La maison évolue dans un esprit plutôt masculin, axé sur un style minimaliste et rétro ; elle revisite l'ambiance britannique des années 70 : structures aux lignes fines, titane aussi froid que l'agent double 007 dont la marque s'inspire ! Ces lunettes son distribuées à Paris par Comino (Cf. France autres)

Les Champions de la lunetterie

Eschenbach Optik GmbH

Le fabricant et distributeur allemand de produits optiques basé à Nuremberg emploie près de 500 personnes dans le monde, possède des filiales dans une douzaine de pays et une trentaine de distributeurs partenaires dont la société Eschenbach Optik France à Plaisir (Yvelines). Outre les divers produits d'optique tels les jumelles, loupes, stations météo elle regroupe huit collections : le modèle phare Titanflex à mémoire de forme(1988), Brendel est la mode de lunette faite pour les femmes (griffe centenaire acquise en 2002), Fineline un objet intemporel pour dames, Freigeist pour les hommes, Humphrey's insolite et tendance aux coloris extrêmes depuis 1994, Marc O'Polo s'inspirant des décennies passées... et Jos.Eschenbach en l'honneur du fondateur Josef.

Josef Eschenbach fonde sa société en novembre 1913 dont l'objet est la vente en gros de produits d'optique (aides visuelles et loupes) et d'instruments de dessin. Le développement de la voiture et des déplacements poussent la firme à proposer des compas, cartes routières, télescopes et des lunettes de soleil. En 1950, elle importe des jumelles d'Asie et poursuit les productions de montures à Nuremberg. En 1988 la marque Titanflex est lancée. Suivent peu à peu les autres marques citées ci-dessus dont Oceanblue et Oio aujourd'hui disparues.

En 1999 la société de participation allemande Hannover Finanz négocie des parts d'Eschenbach ; la direction échappe à la famille. En 2007, la branche Gerd Echenbach cède le solde de ses parts ainsi que Hannover Finanz. La Barclays Private Equity (société de capital-investissement créée en 1979) rachète le groupe. Walter Eschenbach, une autre partie de la famille, conserve une partie du capital.

Les Champions de la lunetterie

En 2008, cet héritier Eschenbach détient 70% d'Equistone Partners Europe (nouvelle dénomination de Barclays Private Equity) et rachète International Eyewear Limited, un des leaders anglais de l'optique.

En 2009, la firme acquiert Tura, le fabricant américain d'articles de lunetterie. Grâce à l'alliance stratégique entre la Division Basse Vision et Ash Technologies (créée en 1994, société irlandaise spécialisée en électronique pour l'industrie), Eschenbach devient le premier leader mondial en aides visuelles optiques et électroniques au monde.

Aujourd'hui Equistone Partners Europe rassemble plus de 35 investisseurs sur 4 pays (Allemagne, Angleterre, France et Suisse).

Wagner + Kühner GmbH

La société est connue par ses produits tendance de sacs, chaussures, prêt-à-porter et accessoires comme ses marques propres de lunettes Sunfit4you, Deejays, Emil K., Basic et WK+* et celles sous-licence ci-dessous.

Créée en 1945 par Kurt Wagner et Emil Kühner, la maison fabriquait des montures en plastique. Elle devient une entreprise purement commerciale en 1995. En 2003 la collection More and More* crée l'enthousiasme chez les jeunes femmes à la recherche d'un look moderne. D'autres montures sous licence s'ajoutent au fil des années : Pepe Jeans Eyewear (2009), S.Oliver *(2010), Polaroid de Safilo (2011), Bajazzo représentée en France par Cabon France, Liebeskind *2014), Invu déjà citée chez Swiss Eyewear Group (2014), Aigner (2015), Head (2017) distribuée auparavant par Gem Optic's de Bellignat.

La plupart des marques de Wagner + Kühner GmbH sont distribuées en France à Sorbey par Inov'Optic Company Frames* (Cf. infra distributeurs français autres).

Les Champions de la lunetterie

Axel & Modebrillen GmbH

Depuis plus de 40 années Axel S. Modernbrillen se développe sur le marché européen et conçoit, fabrique et commercialise des lunettes souvent sophistiquées qui ravissent tous les âges. Alexander Uebele est directeur associé de la firme à Bräunlingen (Baden-Württemberg)

ITALIE

(Autres Distributeurs)

Brands O.I SPA(257)
Look Occhiali (258)
Modo Eyewear SRL (260)
Moncler Lunettes SRL (261)
Blackin by Pramaor SRL (262)
Sover Optica et le groupe Einar (264)
Thema Optical Srl (265)
Trevi Coliseum Srl (266)
Area 98 SRL (267)
Have a Dream (268)
Jet Set Eyewear (269)
Autres producteurs italiens (270)

Les Italiens sont réellement les maîtres du monde dans le gigantesque domaine de la lunetterie. Les plus importantes entreprises ont été commentées dans les premiers chapitres de l'ouvrage : Luxottica, Safilo, Marcolin, Mondottica, De Rigo.

En voici une autre série qui ne démerite pas dans le paysage des accessoires de la mode :

Brands O.I SPA

La quatrième marque italienne en France, Brands O.I. SPA, est connue grâce à Borsalino qu'elle répand depuis San Vendemiano à Trévise.

Les Champions de la lunetterie

Qui dit Borsalino, suggère spontanément le chapeau de feutre et l'élégance italienne diffusée aux quatre coins de la planète, mais aussi la classe de la collection de Borsalino Eyewear by Brands O.I. Le vague vintage de ces binocles d'un autre temps est toujours assurée d'un succès qui ne se dément pas avec les années. Ultra légères, les montures affichent un look vintage que mettent en valeur les écailles et l'insert doré au centre de la face, les transformant en bijoux au style tendance rétro.

Look Occhiali SRL

Depuis 1978 cette entreprise italienne de Longarone conçoit et produit des lunettes reconnues pour leur haute qualité. Société artisanale à ses débuts, elle est fondée en 1978 dans les Dolomites (Longarone).

L'entreprise se targue avec raison de concevoir et fabriquer ses produits en Italie, mettant en exergue la notion de « Made in Italy ». Cette vertu, revendiquée avec la même véhémence par les Jurassiens, se justifie par le respect qu'ils doivent à leur terre et aux consommateurs ! Le lieu de création est la garantie de la qualité et du style, aussi le Made in Italy ne peut pas exister en dehors des frontières de la péninsule ! Il est vrai que l'art italien est reconnaissable par son style déjà connu bien avant la Renaissance et les énormes ventes de lunettes des majors de l'industrie lunetière s'expliquent peut-être par cette fière affirmation. (Morez peut de la même manière crier haut et fort son appartenance au passé glorieux du savoir-faire dans le domaine de la monture, d'où le « Made in Jura » !)

Niché au cœur des Dolomites le groupe italien perpétue son style et le diffuse avec efficacité sur la planète. A ses débuts, l'entreprise est un simple fabricant de montures en acétate sous le nom de Look Optics. Elle décide en 1986 de commercialiser en direct sa collection

Les Champions de la lunetterie

Look. Quand elle change de dénomination, Look Occhioli déplace son siège, appelé Métal Look, à Auronzo di Cadore où une usine de 11000 m² est construite. En 2018, es lunettes sont répandues dans plus de 60 pays.

Le groupe a collaboré depuis longtemps avec le designer August Valentini qui œuvre dans le domaine de la lunette de haute qualité depuis 1978. Toutes les gammes, classiques et contemporaines placées sous le signe du savoir-faire italien, sont quasiment écologiques, produites avec des matières européennes hormis le titane en provenance du Japon. Look Occhioli se démarque des concurrents en 2008 avec la présentation de deux montures innovantes pour enfant et adulte : la collection Avd Lab (Laboratoire Augusto Valentini Design) est réalisée dans un alliage de magnésium injecté, employé notamment dans l'aviation pour sa légèreté trois fois plus faible que le titane, et sa résistance à la torsion. Pour sa diffusion, l'entreprise met en route une filiale de distribution en France en 2008, se substituant à PW Diffusion l'ancien importateur d'Héricourt.

Le lunetier italien utilise Internet pour se faire connaître. En 2013, il améliore le look et le contenu de sa communication dans une nouvelle vitrine « Look the concept factory ». La firme entend promouvoir sa technologie et la recherche de l'air du temps, synonyme de bien-être; elle y présente ses quatre segments Kids, Teen, Modern et Design.

Derrière ce concept et chaque paire de lunettes, les collections sont pensées ; les marques proposées en 2019 sont les suivantes :

-Look at Me, un accessoire de mode, digne d'exprimer la personnalité des adolescents.

-Look pour les adultes

-Lookkino pour les enfants, produites avec des matériaux colorés, hypoallergiques dont la laque sans plomb, avec des charnières sans pincement (deux modèles avec le concept « Sport Utility »). Les

Les Champions de la lunetterie

manchons de caoutchouc à mémoire de forme pour suivre la croissance du porteur, sont amovibles, substituables par des crochets.

-Hélios : un rayon de soleil, un ami (sic !) construit avec le verre optique Hélios Hercule Glass, léger, incassable et antireflet. Avec la technologie Air Fit et ses nano sphères, la transpiration est bannie. Le « Comby Light System » allie légèreté et résistance : structure en acier inoxydable et face en acétate.

-Materika : écoresponsables, 100% recyclable ayant recours à l'Alumix, l'alliage d'aluminium et de magnésium, léger, atoxique, résistant à la corrosion, les lunettes Matérika sont compatibles avec les valeurs vertes qu'elles revendiquent.

MODO Eyewear SRL

L'entreprise de Milan est une extension en Italie de la société Modo, née en 1990 à Soho, New York.

Elle a été créée dans l'esprit de son fondateur Alessandro Lanaro. Depuis l'origine, Modo conçoit, produit et distribue en Europe un portefeuille de marques Modo, ECO.et Derek Lam.

La firme est mondiale avec des bureaux à New York, Stockholm et Milan (depuis 2017). Sa particularité tient dans ses efforts déployés dans le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises. Ses initiatives dans le réemploi de matériaux recyclés (la marque Eco) en font la vedette écologique qui promet mais agit : à chaque monture vendue, un arbre est planté. Elle réaffirme son dévouement social en fournissant à la fondation Seva des équipements optiques pour la société de soin de l'œil du Népal (NNIS : le National Nosocomial Infections Surveillance est un programme américain de surveillance des infections au bloc opératoire et constitue un moyen d'auto-évaluation).

Les Champions de la lunetterie

La marque Derek Lam est un accessoire de mode lancé par le styliste éponyme ; ce créateur sino-américain (ses parents importaient des vêtements de Chine) a travaillé chez Michael Kors en tant que styliste. Il remporte le CFDA Perry Ellis-Swarovski Award en 2005. Modo est aussi partenaire du Sauber F1 Team (Formule 1 automobile), le théâtre idéal pour mettre en valeur les lunettes de la marque.

MONCLER Lunettes SRL

Il faut remonter au début des années 1950 pour entendre parler de Moncler, non au sujet de lunettes mais à propos des vêtements de protection contre le froid. Bien que l'histoire soit contestée par d'autres auteurs de produits polaires (l'Américain Eddie Bauer a déposé un brevet pour une veste matelassée en duvet d'oie en 1940), l'entreprise de sacs de couchage rembourrés aurait donné naissance en 1952 à l'amie des grands froids dont les qualités thermiques seront appréciés par le grimpeur Lionel Terray. René Ramillon (fabricant de skis et entrepreneur depuis l'avant-guerre dans les raquettes, tentes,...) et André Vincent (commerçant d'articles de sport à Grenoble) en sont les inventeurs et producteurs dès 1952 à Echirolles puis à Monestier-de-Clermont où la marque acquiert son appellation(le nom de Moncler est construit avec les premières lettres du nom du village) La doudoune naît en 1968 à l'occasion des jeux Olympiques de Grenoble où les Killy, Famose et Goitschel arborent le logo de la marque Moncler, avec le coq et le M tricolore de deux montagnes. Cette vedette des skieurs français se positionne désormais sur le créneau du luxe, prisé par les ados et la classe des peuples. Mais en 1992, Moncler subit les assauts de la concurrence. Mise en redressement judiciaire, la société est achetée par le groupe italien Pepper Industries Spa. (Basé en Italie à Trebaseleghe et qui sera lui

Les Champions de la lunetterie

aussi absorbé en 1998 par un autre groupe Fin Part). Cinq années plus tard, le styliste Remo Ruffini rachète la majorité de la marque avec la moitié des parts, et tente avec succès de remplumer Moncler. Les premières boutiques sous son enseigne sont ouvertes à la montagne. En 2006, la ligne de vêtements Couture gamme rouge est lancée avec la styliste italienne Alessandra Facchinetti qui rejoint bientôt Valentino. D'autres magasins ouvrent à Paris et Milan. Les ventes se multiplient et cette réussite attire la convoitise d'investisseurs, dont Carlyle, qui en pleine crise financière rachète 48% des actions (avant d'en revendre une grande partie à Eurazeo en 2011), le fabricant. Cette année-là, Mykita le fabricant allemand s'associe avec Moncler pour créer une collection de lunettes de soleil Mykita & Moncler nommées Achille et Lino, en hommage aux alpinistes Lino Lacedelli et Achille Compagnoni, vainqueurs pour la première fois du K2 de l'Himalaya en 1954. Ces lunettes de montagne ne craignent plus la buée. Cette collaboration n'est pas unique : Chantal Thomass a travaillé neuf ans avec la société italienne.

En 2018, les lunettes Moncler sont divisées en catégories sport (ville et montagne), duvet et timeless d'inspiration vintage.

BLACKFIN BY PRAMAOR SRL

La société n'est pas récente mais depuis son ouverture par Maria Pramaor, elle poursuit un itinéraire discret en Italie à Taibon Agordino dans la province De Belluno. A l'instar d'autres novateurs de la concurrence, la maison utilise le titane depuis 1990. Elle n'est pas la seule et chaque usager se flatte d'être le premier à l'avoir domestiqué. Difficile de le vérifier, car le nombre de ses adeptes dépasse maintenant la centaine !

Les Champions de la lunetterie

Maria Pramaor a bien ouvert une entreprise en 1971 et depuis cette date elle conçoit et produit des lunettes entièrement fabriquées en Italie. C'est dans les années 90 qu'elle commence à travailler le titane. Les montures sont réalisées dans la péninsule et peuvent justifier de l'appellation de Made in Italy, bien qu'il suffise d'effectuer les dernières étapes dans le pays pour avoir le droit d'appliquer le label aux produits. Ce positionnement égotique est louable et lui permet de se distinguer par rapport à d'autres concurrents qui peuvent passer outre.

Fort de cette approche respectueuse de la pratique normale, les lunettes sont uniquement façonnées à partir de titane pur acheté au Japon et de bêta-titane, biocompatible, atoxique et anallergique encore plus souple et plus résilient que le matériau originel, grâce à une technique de modelage dûment étudiée dans le secret des laboratoires de Pramaor. Sa légèreté est près de deux fois plus faible que les montures analogues en nickel traditionnel.

En 2008 la marque Blackfin est lancée en renouvelant les règles de transparence et d'éthique annoncées depuis l'origine de la société, avec le point fort de son slogan « neomadeinitaly ». La collection de lunettes optique Blackfin Lamina est un concentré de style, considéré comme visionnaire par la profession, en particulier pour ses cercles en acétate très fines et son système de fixage Sharklock™, objet d'une récompense au Silmo à Paris en 2015. Les branches flexibles, à mémoire de forme, sont l'objet de plusieurs brevets dont celle des manchons Swordfish, qui autorisent la modification préprogrammée de leur longueur. Les verres s'insèrent sans enlever le cercle du cadre.

En 2018 la société se nomme Blackfin by Pramaor Srl. Les exportations de progressent à grande allure, comme le marché domestique. Les investissements dans la recherche et la technologie, le développement de brevets, la mise en activité d'un nouveau

Les Champions de la lunetterie

département de coloration à Agordino, la force du marketing et la communication augurent d'un bel avenir de croissance.

Sover Optica et le Groupe Einar

On ne saurait discourir sur cette société sans parler d'Einar Italia née en 2016 après la fusion de la société belge Sover Srl dans le groupe hongrois Einar et qui détient les collections Sover, Valentin Yudashkin, Avanglion et Ozzie. Le groupe Einar, qui comprend également Converse, Viewoptics, Polarview, Cityvision, Pozza, est un réseau international de sociétés dont les points forts sont la puissance de sa distribution et la réduction de ses coûts de production induits par les volumes de vente.

Après plus de 20 ans de présence sur le marché international, la marque Sover Italian Eyes est reconnue pour ses qualités du Made in Italy et les innovations auxquelles elles sont attachées. Depuis 1993, elles sont distribuées en Roumanie par Sover Optica qui promeut des marques telles que Cavalli, Cerruti, Dunhill, Mercedes-Benz d'Allison, Charriol de Grosfilley, etc... Les droits de conception, de production et de distribution de la collection Sover Italian Eyes appartiennent à Einar Italia qui gère par ailleurs sa propre marque Shake by Sover depuis 2011. La première collection de lunettes de soleil et optiques réalisée par Sover pour la marque de Valentino Fashion Group fait ses débuts sur la scène mondiale sous la bannière de MCS Eyewear qui s'inspire du style américain le moins conventionnel (lignes vintage, des détails en métal vieilli ou en bois et des revêtements en cuir) et qui est distribuée en France par Alpha Eyewear.

Les Champions de la lunetterie

Une centaine de nouveaux modèles sont lancés chaque année. Ils utilisent des matériaux biocompatibles et applique des techniques novatrices de traitement et de coloration de l'acétate.

Thema Optical Srl

L'excellence italienne est encore à l'épreuve à Domegge di Cadore dans la Province de Belluno qui est considérée comme la plus importante zone de fabrication de lunettes au monde. Dans les Dolomites les plus grands noms de la lunetterie s'affrontent avec la fierté de produire Made in Italy. Thema Optical Srl n'échappe pas à cette lutte et à cette auto satisfaction manifestée après 130 années d'excellence perpétuée par des artisans hors-pair, maîtres du design et du savoir-faire spécifique à l'élaboration des montures.

La société prend son élan en 1971 sous l'impulsion de Giorgio Valmassoi, relayé par ses enfants Roberto, directeur général et Giulia, axée sur les Etats Unis. Les chiffres successifs prouvent la justesse de la décision stratégique concernant le choix d'une production locale plutôt qu'un approvisionnement lointain, en l'occurrence la Chine. Cette sage stratégie de repli sur soi est justifié par le besoin de différencier l'offre avec des solutions technologiques non garanties en Extrême Orient et de l'objectif de se placer sur le créneau porteur du haut de gamme, donc du luxe plus rémunérateur.

Jusqu'en 2013, Thema Optical est une société commerciale qui importait des pièces détachées et des lunettes. Outre la fabrication en ligne, la production à la demande (plus de vingt modèles et une centaine de coloris), donc assez personnalisée et les services pour les opticiens et les chaînes de magasins, deviennent un objectif prioritaire que ne pouvait satisfaire une importation lointaine.

En août 2013, on inaugure un nouveau siège social à Domegge dans un bâtiment de verre sur l'ancien site du groupe allemand Fedon,

Les Champions de la lunetterie

fabricant d'étuis à lunettes ; la production continue à la via Gei de Cadorre. La famille Valmassoi emploie 55 personnes en 2015 qui ont quadruplé la production avec un million de pièces par an. L'exportation se situe autour de 50% des ventes.

Thema Optical est maintenant le leader sur le marché de la MDD (Marques De Distributeurs avec sept lignes exclusives créées pour des sociétés d'excellente réputation). 50 agents opèrent directement en Amérique du Nord et en Europe. Parmi les clients importants, citons Green Vision connue pour sa ligne iGreen, lunette branchée flexible à mémoire de forme, légère (5 grammes) et confortable...comme toutes les montures italiennes !

La Giorgio Valmassoi et la Valmassoi font partie de la panoplie de la firme, comme la Philosophieyes, intemporelle et embellie de couleurs raffinées, la Titan Class en titane pure, la Donna Fontana, la Foves 1965 , une ligne historique réalisée avec le pantographe, sans oublier la Osix et la 99 John Street NYC, la marque de lunette de soleil de style new-yorkais au verres polarisés irréprochables.

Après des mois de développement Thema Optical présente au Silmo la VEA (Virtuel Eyewear Assistant) qui permet d'analyser le visage du client avec un scanner et de personnaliser la monture. L'O-Six-D Acétate utilise la technique révolutionnaire de découpage en 3D permettant de sculpter la monture dans sa courbure finale et en accord avec la personnalité du client.

Trevi Coliseum Srl

Trevi Coliseum Srl est classée dans le top des dix premiers distributeurs italiens et présente plus de deux cents modèles chaque année, conçus en plastique, métal et matériaux spéciaux tels le titane et le bois.

Les Champions de la lunetterie

A l'instar de la précédente société, elle a été fondée en 1971 par les frères Valmassoi à Domegge di Cadore.. Son activité était centrée sur la distribution de montures et de lunettes sur le marché italien. 1977 est l'année de l'ouverture d'un laboratoire spécialisé dans l'ingénierie et la production de lunettes pour répondre aux besoins internationaux.

En 1988, le transfert des activités à Longarone (Belluno) est réalisé alors que la logistique reste en place à Cadore. Deux branches divisent la société :

- conception et développement de montures spécifiques pour des clients particuliers.

- distribution des lignes : Clark, Cotton Club, Coliseum par des agents exclusifs en France (Saint-Paul-Cap-de-Joux dans le Tarn) et d'autres pays européens :

 - .La marque Coliseum développée se distingue par la grande taille des montures et ses branches en acétate aux coloris exclusifs Mazzucchelli,(leader mondial de la production d'acétate) équipées de charnières flexibles.

 - .La Cotton Club était le chouchou de Miles Davis, compositeur et trompettiste américain ; les montures sont réalisées manuellement en collant les plastiques de différentes couleurs.

 - .La marque Clark, base de la collection, comprend 140 modèles qui peuvent satisfaire tous les âges.

Area 98 SRL

Depuis 2012 cette jeune société a installé son siège social à Milan et son unité opérationnelle occupe les locaux de la villa Caiselli de Cortello à Pavia di Udine. Les bureaux administratifs et le centre de design sont implantés sur cinq hectares de terrain. Les débouchés sont essentiellement internationaux (90% du CA). Une unité de production Area98 USA LLC est ouverte à Miami depuis 2013 où la

Les Champions de la lunetterie

gestion des gammes de lunettes de soleil est animée par leur partenaire Poets Eyewear distribution.

Les marques représentées sont :

Cocosong (Cf. ci-dessous), Robert Rudger

Genesis easy, Kaos, La Matta, Oliviero Contini : ces 4 marques sont aussi représentées en France (Conflans Sainte Honorine) par Art'Monium -La galerie d'Art (Cf. France autres distributeurs)

Have a Dream (H.A.D.)

Née en 2011 en Italie à Padoue, la société H.A.D. (Have a Dream) s'enorgueillit de produire à la main des collections enrichies d'un contenu technologique étonnant. Les marques concernées sont issues de groupes réputés :

-**Momodesign**, créé en 1981 est connu pour ses casques de moto « hélicoptère » de marque Momo et ses activités de recherche dans la conception automobile, en particulier pour Ferrari. Les lignes d'accessoires pour hommes suivent, réalisées avec le titane et la fibre de carbone pour la fabrication de montres et de lunettes. Lorsque Momo est vendue à un groupe américain à la fin des années 90, le DG Marco Cattaneo se détache de la société et fait l'acquisition de Momodesign qu'il transforme en marque indépendante. La nouvelle collection au style contemporain née de la collaboration avec Have a Dream le détenteur de la licence mondiale conjugue les intérêts communs des deux sociétés.

-**Exalt Cycle** de VidiVici Occhiali, promu par l'ancien champion de football italien Stefano Bettarini qui en fait une lunette de mode pour hommes décontractés. Le design de la collection est inspiré par l'art, la sculpture et la haute technologie. Les modèles

Les Champions de la lunetterie

s'affirment avec des « éclairs de lumière sur des tiges de cristal » avec le nom de la marque décoré de paillettes écrit en entier ou de son monogramme pour le combiné, produit distinctif de la marque.

-**FGF Company** d'Enzo Fusco, le spécialiste en habillement des marques d'origine militaire qui s'offre en 2017 la moitié de Blauer Eyewear de Boston, l'enseigne US qui équipe les régiments de la Navy et de la police new-yorkaise. Le patron de la FGF Cie a confié la licence Blauer à H.A.D pour le design et la distribution en Europe.

-**Cavallo Bianco**, une nouvelle collection conçue et fabriquée aussi en Italie, composée de 18 modèles vue et soleil en six couleurs différentes, dotés d'inserts en métal, cuir et strass.

Jet Set Eyewear Goup

Le groupe italien est connu pour la conception et la distribution de lunettes de marques réputées : Borbonèse, Byblos, Genny, Jetset, Laura Biagiotti. Il opère sur son marché domestique et international via un réseau de distribution exclusif.

-La collection Byblos est moderne, jeune, riche en couleurs et unisexe.

-Laura Biagiotti, la créatrice de parfums, offre un style sobre plutôt féminin qui se marie avec les matériaux recyclables tels le bioplastique

-Genny qui renforce l'idée de luxe et l'identité de la maison. L'accord avec le groupe prévoit la conception, la production et la distribution de collections de lunettes de soleil en métal où les strass Swarovski y ajoutent la touche finale.

Les Champions de la lunetterie

-Borbonese lié par un contrat pluriannuel avec Jet Set Group fait son entrée dans la lunetterie en 2018. Il implique les magasins d'optique européens et les boutiques de la famille Mambrini, connue pour ses chaussures et autres accessoires, et qui est propriétaire de Borbonese dont Francesca Mambrini est la styliste.

Autres productions italiennes

(Classées par ordre alphabétique)

Ce sont essentiellement des maisons de créateurs dont le parcours n'est pas décrit dans cet ouvrage, eu égard à leur grande jeunesse tout en reconnaissant la maturité et l'imagination parfois débridée de leurs dirigeants. Les quantités distribuées sont évidemment limitées :

-Apro Spectacles : qui conçoit ses lunettes sous influences issues du monde de la mode et de l'art, en cherchant à « réunir le meilleur du passé et les promesses du futur » !

-Coco Song : un mélange de culture orientale et d'exubérance italienne en acétate avec inserts de soie colorée, combinés avec des fleurs, plumes, mousse,...Ces lunettes fabriquées à la main sont distribuées par Area 98 SRL et Katia International, spécialisée dans la lunetterie de luxe, basée à Tokyo et fondée en 2001.

-Budri : l'excellence italienne mondialement connue pour son artisanat de marbre mis au service d'une production extraordinaire de lunettes dont les carrières turques fournissent les pierres couleur sable avec des motifs de veines cognac et blanches (modèle Palladio). La gamme de la carrière d'Udaipur en Inde allant de vert olive au vert acide avec des veines blanches imite les racines d'arbres (Rain

Les Champions de la lunetterie

Forest). Celle tirée des carrières des Pyrénées de couleur brun-gris et veines rouges (Canova) fait penser aux effets observés dans les peintures impressionnistes..

-FEB 31st : la première collection de ces lunettes est présentée en 2011. Colorées, personnalisables elles sont produites Made in Italy dans une unité de près de vingt personnes. Le secret de ce sandwich de 13 couches de bois se nomme Flexy Soul qui autorise des cadres ultra-minces .La date imaginaire du 31 février est le symbole de l'originalité de trois concepteurs qui souhaitent ainsi graver l'originalité de leur création. Le designer à la manœuvre est aujourd'hui Valerio Cometti qui a conçu plus de 80 montures pour la marque Feb31st.

-Glassing : deux amis milanais Alessandro Forte et Stefano Otto en goguette à Ibiza imaginent de créer des lunettes multicolores vintage et de les proposer à la vente à travers de distributeurs installés dans des clubs. 20000 paires sont écoulées dans un été où les acheteurs ne passent pas inaperçus ! Mêlant formes originales et matériaux d'avant-garde, la marque Glassing fait ressortir le grain de folie qui sommeille certainement chez les célébrités comme Beyoncé ou Kate Moss !

-Hapter : le lunetier italien Hapter choisit des modèles classiques grâce à des matières modernes (la gomme) mais façonne aussi des matériaux inédits qui mêlent l'acier chirurgical et du tissu en coton spécialement étudié pour obtenir un résultat étonnant. Eric Balzan et Mirko Forti se sont inspirés d'une paire de lunettes militaire de la guerre 1914-1918 retrouvée dans les Dolomites par les alpinistes.La monture sans charnière de la collection 2016 combine le caoutchouc au squelette en acier inoxydable forgé selon une technique vieille de cinq siècles qui donne un aspect texturé semblable aux irrégularités de la pierre.

Les Champions de la lunetterie

-**Imagine 98 SRL** : fondée en 2012 à Calalzo di Cadore (Vénétie) et présidée par Giovanni Torossi est une synthèse entre passé et futur avec deux marques aussi proposées à Istanbul par Artisan Optik (qui représente également trois autres montures : Albedo, Flare et Netali) :

-Rye & Lye, le futur rétro dédié à un public averti et souvent protagoniste des tendances célébrées par les cristaux Swarovski.

-X-Ide, d'origine turque (société Artisan Optik) qui met en avant le concept d'innovation dans la technologie et un design parfois transgressif, voire improbable.

-**Italia Independant Group Spa**: est une compagnie de Milan qui se développe dans le design, la communication, les vêtements et les accessoires, dont les lunettes de vue et de soleil, qu'elle produit et distribue dans 70 pays grâce à ses magasins mono marque et ses branches commerciales (agents et distributeurs). Elle est créée en 2007 par Lapo Elkann (petit-fils du créateur de Fiat) et Giovanni Accongiagioco, Andrea Tessitore. Depuis le début 2016 elle collabore avec Adidas Originals et se distingue par sa créativité et son style. La collection, mélange de formes originales et de couleurs funky, est signée par le logo Italia Indépendant gravé sur les branches.

La société est représentée en France par Italia Independant France à Paris 8°.

Ses marques : Adidas Originals, Italia Indépendant, Pupline, Rossignol.

-**Kyme** : La société reflète à ses débuts les goûts personnels d'un entrepreneur, Antonello Calderoni. La marque de lunettes de soleil Kyme (vague en grec) suggère l'idée de mouvement est née en 2013 dans les Pouilles (Altamura). Entièrement fabriquées en Italie, les montures rétro vintage existent en 18 teintes de verres montées sur des acétates Mazzuchelli.

Les Champions de la lunetterie

-L.G.R. : ces initiales sont celles du créateur Luca Gnechi Ruscone qui fonde en 2006 sa société après un voyage en Erythrée pour visiter le magasin d'optique de son grand-père. Il y découvre une vieille paire de lunettes importée cinquante ans plus tôt. Inspiré par le design colonial et rétro, il lance quatre montures dans les anciens locaux de l'entreprise originale fermée en 1968 est le début d'une fabrication artisanale conforme aux méthodes d'antan. En 2012, la marque de vêtements A.P.C. s'associe avec L.G.R. pour imaginer des lunettes de soleil équipées de verres qui s'adaptent à la luminosité. La fabrication, acétate et métal, est toujours manuelle !

-Okki Factory : cette entreprise artisanale située en Emilie-Romagne est née en 1997. La marque propose des montures fait-main, épurées et légères, en acétate ou en métal, parées de motifs graphiques et toujours asymétriques. Les rayures, fleurs et pois s'invitent dans un design contemporain. Dans la dernière création 2017, la lunette solaire insère un pan de tissu entre deux plaques transparentes et reproduit le plumage de la queue d'un pan faisant la roue. Une exubérance qui illumine le visage cherchant à ne pas rester incognito!

-PaperStyle : est une maison basée à Brixen au sud du Tyrol. En 2014, un trio fondateur Hannes Gasser, Werner Oberrauch et Fabio Gasparini met au point des lunettes incassables en ...papier coloré, compressé (20 couches) de la société Fedrigoni, fabriquées en matières 100% renouvelables donc bio ! Les dernières propositions présentées aux différents salons spécialisés ont reçu un accueil encourageant et prometteur.

-Piero Massaro : implanté à Mirano (Venetie) sous le nom de la société Italiana Design Srl, l'artiste est un designer-artisan d'origine sicilienne (fondateur de sa société en 2003) collaborant avec le monde de l'Art du pays et étranger. Ses réalisations parfois surprenantes, en séries volontairement très limitées comme les

Les Champions de la lunetterie

vêtements sur mesure (100 exemplaires numérotés) viennent de la composition des coloris combinés avec des formes originales de l'acétate aux « odeurs » exotiques ! Ce qui lui valut un prix spécial du jury du Silmo d'Or en 2014, eu égard à la recherche stylistique, au respect de la tradition lunetière et à la qualité des matériaux employés.

-Ross & Brown Lunettes : est une marque de lunettes italienne créée en 2013 dont le siège est à Londres. Chaque style est la réminiscence d'un lieu ou un moment particulier dans le temps. Les modèles rétro rappellent le Paris de 1950, Cannes de 1960 ou le Milan des années 80 mais le lunetier revisite ses productions à travers des matériaux innovants et les couleurs du jour

-Siens Eye-Code : certains designers, qui déposent des brevets à tout-va, sont fascinés par les conceptions de science-fiction et développent des lunettes en avance sur les autres lunetiers...qui développent le même ego ! C'est le cas de cette petite maison de Milan qui a breveté des charnières et un nouveau procédé d'assemblage des verres. Sur des formes courbes ou angulaires, son créateur croise les perspectives et renouvellent les volumes. Influencé par l'architecture moderne et l'aérospatiale, il n'hésite pas à imaginer les montures Eye-Code tout droit sorti de la Nasa : verres octogonaux et monture « aux confins d'un univers bicolore aux tons anthracites »

-TYG Spectacles : encore trois fondateurs Milanais! La société, créée en 2013, reprend les initiales de Three Young Gentlemen, inspirés par l'accessoire intemporel de la lunette de soleil et optique. Ils s'expriment à travers une révision moderne des styles traditionnels pour satisfaire les besoins d'élégance remarquée des porteurs avant-gardistes. La fabrication faite à la main en Italie utilise les meilleures technologies disponibles sur le marché et la technicité sur le métal et sur l'acétate de cellulose de plus d'un demi-siècle d'une famille de

Les Champions de la lunetterie

lunetiers ; le style rétro-futuriste basé sur le mouvement Bauhaus de 1917 (Paul Klee, Kandinsky,...) et les montures classiques sont les collections principales de leur production.

-Tavat : est une société fondée par Jeremy Tavat travaillant exclusivement avec les opticiens indépendants du monde entier. Les montures de luxe sont imaginées en Californie dans les collines de Pasadena et fabriquées dans les Dolomites(Trévis) où est implanté le siège. Respectant la tradition, la collection Soupcan signée Tavat aux verres ronds et finition métal est lancée en 2015 ; elle est composée de 30 modèles solaires et de vue. La collection Tactile est en cours de développement au début 2018 avec quatre nouveaux styles et une charnière inédite.

-Vanni du groupe Nico-Design : elle est le fruit du développement de l'activité de la famille Vitaloni à Turin, d'où le surnom de la marque. A l'origine(1929) le patriarche s'était spécialisé dans la production de rétroviseurs. Cinquante plus tard la génération suivante, estimant que les regards tournés vers l'arrière ne sont plus d'actualité, décide de se projeter vers l'avant en donnant naissance à la collection de lunettes Dérapiage (formes hautes et branches demi-flex). L'entreprise Nico-Design est créée et prend place dans le monde de la lunetterie créative, l'eyewear design. La marque Vanni est lancée en 1991. Les montures sont reconnaissables par un trait de couleur sur la structure. En 2011, la famille s'agrandit avec le modèle Meccano, dont la technique particulière « Mec-Flex » réside dans le façonnage du mécanisme des charnières (pliées avant d'être soudées aux tenons pour offrir aux branches une flexibilité et un pivotement idoines). Les montures Finissimi (technologie TMT-initiales de ThinMilling Technology) se partagent la vedette comme les modèles Luna, Lena et Lola (enchevêtrement graphique de papillons et d'étoiles) étudiés en collaboration avec la styliste de Turin, Kristina

Les Champions de la lunetterie

TI. La société est présente dans 40 pays dont la France où FMI à Paris distribue les marques Dérapage, Minivi, Vanni et Xit.

-**WoodDone** : à l'instar de Feb31st citée auparavant, les deux créateurs tyroliens Thomas Oberegger et Klaus Tavella se sentent une âme bucolique en 2009 quand ils mettent en œuvre des lunettes en bois de charpente. Après 60 étapes de fabrication, ils distribuent leurs 13 grammes dans le monde entier. Depuis leurs premiers succès, ils se renouvellent en agençant de nouvelles matières comme la pierre réduite en poudre et des fleurs compressées.

-**Viveur Sunglasses** à Milan (Italie) créée en 2017 par Carlo Maria Opice son Pdg et son frère, vise à étendre la présence de la marque Viveur de leurs lunettes solaires vintage dans le monde et en particulier dans les pays asiatiques. Ils associent le nom d'un dandy du passé tels Lord Brummel, Oscar Wilde,...Elles sont fabriquées à la main dans la région de Belluno dans l'acétate de Mazzucchelli.

Distributeurs ibériques

Etnia Barcelona (277)
Kaleos Eyehunters (279)
Jaytesa Uno (280)
Kypers Eyewear (280)
Gigi Barcelona (Ex-Luis Ramo ou LR Optics) (281)
Grupo Optim (Ex-Optim SA) (282)
Medop (284)
Zen Eyewear Barcelona (285)
Xavier Garcia (286)
Lool Eyewear(286)
Nanovista-Groupe GVO (287)

Les sociétés espagnoles méritent probablement un développement plus large eu égard à leur retentissement régional. Cependant, la publicité de ces distributeurs n'a pas la dimension des autres lunetteries de leurs concurrents. En conséquence, nous nous contenterons d'en donner un simple aperçu, sinon la liste des marques rattachées à leur nom.

Etnia Barcelona

Les distributeurs espagnols de lunettes ne sont pas légion, mais jouissent d'une notoriété reconnue à travers le pays, comme le fut en son temps la grande Indo des frères Cottet issus de Morez.

Chez Etnia Barcelona l'histoire est d'abord celle de Fulgencio Ramo, le fondateur, passionné de lunettes de soleil dans une entreprise qui l'employait ; dans les années 50, il monte son propre atelier à Poble Sec, un quartier à quelques minutes du centre de la cité. Ses deux filles l'accompagnent dans la gestion de l'entreprise et y apprennent

Les Champions de la lunetterie

le métier de lunetier. La nouvelle génération conçoit, produit et distribue ses montures dans toute l'Espagne. Le petit-fils David Pellicer, qui passe son enfance dans l'usine, prend la relève et crée Etnia Barcelona.

Quand l'héritier décide de lancer sa société, il veut créer sa propre marque en introduisant la couleur dans une activité où elle est encore inédite. Ses collections affichent des designs singuliers en associant les couleurs rouges ou jaunes qui soulignent la personnalité du visage. Etnia Barcelona est précurseur dans l'application de la couleur sur ses créations en acétate naturelle ; les tendances de chaque saison se nourrissent du monde de l'art et de la mode ; à travers les archives chromatiques de Mazzucchelli et de la firme, on étoffe les matériaux de la collection vintage.

Avec la collaboration des arts et de la photographie, les lunettes prennent forme au gré de la liberté accordée aux créateurs. La maison s'attache à développer un univers « arty », inspiré des plus grands artistes du monde :

- Nobuyoshi Araki, figure majeure de la photographie contemporaine japonaise qui donne libre cours à son art...érotique.

-Yves Klein Archives pour les lunettes qui mêlent des touches d'or au bleu Klein qui a fait la gloire du peintre.

-Steve McCurry, membre de l'agence Magnum et journaliste, connu pour ses reportages documentaires dont les photographies en couleur sont très évocatrices.

-Jean Michel Basquiat, peintre américain qui fait vibrer New York avec ses peintures néo-impressionnistes. Pionnier de la mouvance underground, graffeur et peintre sur panneau sous le pseudonyme Samo, il fonde un genre alliant écritures et collages. Les galeries s'arrachent ses œuvres, associations de matières et de formes différentes. Il n'est pas étonnant que Etnia Barcelona fut fasciné par l'attitude rebelle de l'artiste qui a marqué un tournant dans le monde de l'art avec le maître Andy Warhol.

Les Champions de la lunetterie

Un vaisseau amiral, espace surprenant de sept étages dans l'emblématique quartier du Born de Barcelone, est le porte-drapeau d'une marque de lunettes qui est plus qu'un accessoire. Mieux encore, la fondation solidaire Etnia Bracelona Foundation propose d'apporter une aide aux personnes vulnérables pour un meilleur accès aux soins des yeux. Tout un programme aux subtils accents espagnols !

Kaleos Eyehunters

Barcelone

Les artisans de l'optique s'en donne à cœur joie lorsqu'ils vantent les mérites de la marque Kaleos !

Se définissant comme les chasseurs du regard, la maison de Barcelone n'en finit pas d'afficher un dynamisme colporté avec enthousiasme par les médias. Son Credo : exprimer la personnalité du porteur de lunettes et son plaisir quotidien à les exhiber ! Conçues à Barcelone, la marque Kaleos Eyehunter est née d'un concept simple : proposer des montures d'exception... ce qui ne distingue pas la firme des concurrents dont la devise est toujours « faire mieux que les autres » ! Néanmoins, la maison mérite que l'on s'y arrête quelques instants ; avec l'amour du design, la marque surprend par le côté extravagant de ses collections qui côtoient les modèles contemporains en phase avec les tendances du moment. Confort et élégance vont de pair pour ces montures travaillées à la main dont la conception sort de l'ordinaire. Si Kaleos est reconnue pour son originalité, ses modèles sont confortables et séduisent un grand nombre d'aficionados conventionnels qui aiment la discrétion ...mais aussi la séduction comme les avant-gardistes extravagants.

En 2018, la marque présente sa collection de 15 lunettes de vue et de soleil en acétate dans des teintes saturées, remarquées par ses fines

Les Champions de la lunetterie

branches et ses formes arrondies. La nouvelle campagne Chromatics de Kaleos Eyehunters se veut créative en exploitant la force et la beauté des couchers de soleil et des levers d'été au bord de la Méditerranée.

Jaytesa Uno

(Fuente del Maestre, province de Badajoz)

Cette société à responsabilité limitée (SL), créée en 1995, est dédiée à la fabrication et la vente de montures de lunettes ainsi que la distribution de composants optiques.

Les marques : Alan Lauper, Jara, Jay Clean, Olik, Pica Pica, Rischio et Rischio Junior.

Kypers Eyewear

Barcelone

L'entreprise est trop récente (2014) pour s'aventurer à raconter une histoire encore pauvre en événements. Cependant le souhait des deux fondateurs est de construire une marque internationale indépendante pour la distribuer mondialement. L'ambition de Emilio Palay et Jordi Cabanas est de noyer à petits prix les pays du sud avec 600 modèles de lunettes de vue et de soleil aux designs risqués et tout en couleurs. Si les débuts sont difficiles à cause d'un rapport qualité-prix insuffisants, il semble que les gammes solaires à prix moyens Premium, plus avant-gardiste et des matériaux de meilleure qualité, en particulier les verres polarisés, pourront satisfaire une clientèle exigeante eu égard aux innombrables concurrents aux aguets sur le marché planétaire. Leur système « easy click » relatif à

Les Champions de la lunetterie

branches est certainement un plus car il permet de les combiner et de les changer facilement.

La Kypers Xevi est un modèle osé, voire futuriste, à « écran de couleur argent avec des verres à effet miroir translucide ». La Kypers Geri ronde rétro à double pont apporte une touche de modernité grâce à sa finition transparente de l'écran aux couleurs du ciel. Quant à la monture rectangulaire Kypers Coconut, elle se caractérise par des branches imprimées zèbre, associant les verres noirs et le gris transparent du frontal.

La réussite est en route. Gérard Piqué, international de football et accessoirement époux de la chanteuse colombienne Shakira, égérie de Costa Croisières, s'est mué en investisseur dans la lunetterie. Les marques de Kypers se vendent en Europe, Indonésie, Mexique, Chili, Australie et Brésil :

Coconut, Caipirhina, Daiquiri, Manathan, TR90.

Gigi Barcelona **(Ex-Luis Ramo ou LR Optics)** Barcelone

La société LR Optics vient de fêter ses 50 années de succès. Fulgencio Ramo, un mécanicien spécialiste des motos et projecteurs de cinéma puis constructeur de prototypes chez Metalcraft, un fabricant de lunettes, décide en 1962 de se lancer dans une aventure de lunetiers qui dure encore. Plus d'une centaine de professionnels travaillaient dans l'entreprise dans les années 70.

Le fils Ramo, formé aux méthodes du père, apprend le métier de mécanicien sur le tas et fabrique les moules, les matrices, les outils spéciaux spécifiques à la lunetterie. Le design et l'image de la maison ont une importance vitale ; c'est pourquoi elle est implantée à Barcelone dans le quartier de Poble Sec, source d'inspiration.

Les Champions de la lunetterie

La descendante directe Patricia Ramo collabore dans la conception et la publicité. Avec son grand souci du détail et sa sensibilité féminine à la beauté, elle transforme l'entreprise tout en prenant le meilleur du savoir-faire de la famille.

En 2018, la maison change de nom et s'intitule Gigi Barcelona à la même adresse. Dans l'opération, la marque MS & F est abandonnée et la marque Gigi Barcelona est retenue. Elle nécessite plus d'une centaine d'opérations, conformes à la tradition d'une production en moyenne série. Les débouchés de la marque (lunettes de vue et solaires) assurent la pérennité de la maison dans 40 pays où elle est distribuée. Les yeux bleus d'une jeune Italienne, de prénom Gigi, rencontrée à Rome en 1978 par le fondateur, poursuivent encore la lignée de ses assiduités passionnées ! Comme l'amour est l'expression de l'art et du goût, les modèles renvoient à des formes créatives qui font de Gigi une référence dans le milieu de la mode.

Grupo Optim (Ex-Optim SA) (Barcelone)

L'entreprise créée en 1984 par Joaquim Gomicia a conquis ses galons de leader dans le secteur de la production et distribution de lunettes de marque. Elle apparaît comme la plus prestigieuse maison espagnole dont les montures s'exportent dans plus de 80 pays. A cette époque, le fondateur souhaite réaliser une vision commune à tous les créateurs innovants dans le métier de la lunetterie : faire des montures un accessoire de mode ! En 2018, son rêve est réalisé. Sous licence, il crée, fabrique et distribue les meilleures marques de mode :

Les Champions de la lunetterie

- Adolfo Domínguez est un styliste et entrepreneur espagnol. Dans les années 1970, il fonde sa propre entreprise textile. Il ouvre le premier magasin « Adolfo Domínguez » en Espagne. En 2010, la compagnie espagnole de mode et de parfums Puig devient le deuxième actionnaire de la firme. Comme beaucoup de maisons de mode, il lance une collection de lunettes dont il confie la production à Optim SA. Le style est urbain et élégant, voire intellectuel, et s'adresse à une clientèle dite « moyen-supérieur » qui apprécie la pureté des formes et le minimalisme. Les modèles masculins sont intemporels avec quelques touches de sophistication, alors que le style rétro des modèles féminins garde un air contemporain. La technologie et l'esthétique offrent de multiples combinaisons de montures et de branches. Les plus grands opticiens d'Espagne, Finlande, Grèce, Portugal, République Tchèque, Russie, Iran, Israël, Pologne, Tunisie et Amérique du Sud,... se doivent de proposer à leurs clients la marque Adolfo Domínguez.

-Armand Basi est un homme d'affaires et designer espagnol qui fonde en 1948 la firme de mode qui porte son nom. D'abord dans le tricot, l'entreprise textile grandit et rejoint plus tard la société Lacoste pour fabriquer et distribuer leurs produits en Espagne. Dans les années 80, il crée sa propre maison de mode et produit aussi des accessoires tels les parfums, montres, objets en cuir et ...les lunettes. Plus de 400 magasins d'Armand Basi Eyewear les distribuent dans le monde.

-Mortadelo y Filemon est une marque qui raconte à sa manière les aventures de l'organisation secrète T.I.A. L'un des héros, Mortadelo le chauve porte une redingote noire et... des lunettes étudiées par la firme Optim SA !

-Pedro del Hierro tient son nom de son créateur en 1974. La marque, présente dans 21 pays, appartient au groupe Cortefiel. La collection est dessinée, manufacturée et distribuée par Optim chez les opticiens d'Espagne, Grèce, République Tchèque, Roumanie, Russie, Tunisie, Iran, Israël, Brésil et Uruguay.

Les Champions de la lunetterie

-Roberto Verino, est un styliste de Galicie qui a débuté dans la conception des différentes collections ayant trait à Billy Bonny (dit Billy the Kid) dont les faits d'armes sont entrés dans la légende. Il crée sa propre collection en 1982 et ouvre sa première boutique à Paris. Ses vêtements se vendent à la Boutique Internationale du magasin El Corte Inglés en 1987. Son offre s'élargit aux accessoires en 2004 dont les lunettes Roberto Verino.

-Victorio & Lucchino est une entreprise espagnole de mode, fondée par deux associés Victorio et Lucchino, connus à leurs débuts par leurs robes de mariées lors d'un défilé à Barcelone. Suivent la création en 1986 de la plate-forme Cibeles Madrid Fashion Week, la conception du parfum Carmen promu par Penelope Cruz en 1992. Les nouveaux conquistadors élargissent la panoplie de leurs innovations et les lunettes suivent le chemin des accessoires. Le style pulpeux des montures caractérise la personnalité andalouse, avec acétate et métal, et montre une gamme de couleurs chaudes comme la Méditerranée. La collection solaire 2018 est exceptionnelle avec des finitions originales et des détails rêvés pour ceux qui veulent se faire remarquer !

Les marques valent selon le temps qui passe ! La liste de 2019 est la suivante :

Agatha Ruiz de la Prada, Armand Basi, Diane de Carlo, Forbes, GF Ferré, Guy Laroche, Levi's.

Medop

(Bilbao)

Cette maison fabrique des équipements de protection individuelle depuis plus de 50 ans. Elle est présente dans les industries les plus importantes du monde entier : construction, agriculture, chimie, pétrole, médical, alimentation, exploitations forestières,

Les Champions de la lunetterie

plastique,...Les produits sont multiples : respirateurs de protection, masques coques et pliants, filtres et... lunettes pour les risques industriels, impacts et filtres solaires. Plus de 50 modèles de lunettes neutres et graduées en polycarbonate, équipées de branches larges et bandeau élastique réglable.

La couverture : 3000 opticiens en Espagne et plus de 50 pays font confiance à la marque Medop.

Zen Eyewear Barcelona

(Barcelone)

L'entreprise est basée à Barcelone dont elle s'inspire dans le choix des couleurs à la fois vintage et moderne. Depuis 2004, chaque modèle est unique et la marque se targue de créer des montures exclusives qui s'adaptent au look personnel des clients définis ...par leurs lunettes ! Ainsi, elle pense ne pas être sujette au dictat de la mode, ce qui est une gageure difficile à tenir eu égard aux pressions continues exercées par la concurrence. La force de Zen est dans la diversité des influences et des styles. Les matériaux utilisés par Zen sont variés et combinés en fonction du design recherché et de la finition : l'aluminium antiallergique, le titane, l'acier,...avec la collaboration du Département d'innovation et de développement des nouveaux matériaux de l'Université de Bellaterra(Barcelone).

Cette marque était représentée en France par DJ Optique de Saint-Herblain mais l'entreprise Zen Barcelona en a repris la commercialisation en 2018.

Les Champions de la lunetterie

Xavier Garcia (Barcelone)

Ce lunetier espagnol est installé lui aussi à Barcelone, décidément une source inépuisable de couleurs et d'ambiance, propre à découvrir des designers de talents. Xavier Garcia s'inspire de la douceur de la ville et de son tempérament pour créer son univers. Sa collection de lunettes de vue et de soleil, de métal et d'acétate, aux lignes douces et aux coloris vifs, présente toujours une touche de fantaisie et donne un prénom à chacun des modèles, sensé correspondre à la personnalité et à l'originalité de celui ou celle qui les porte ! La lunette Janet réinterprète la forme de l'œil de chat avec ses sourcils stylisés pour un regard plein de caractère ! La Joana est plus ronde et féminine et accorde une touche de peps au visage. Quant à la Loreda, elle réaffirme le style JFK avec sa forme rectangulaire pour homme.

La marque Xavier Garcia est distribuée sous licence (ainsi que Monkeyglasses) par la société Optidiff SAS de Perpignan.

Lunettes Lool (Barcelone)

Cette jeune société audacieuse et futuriste en quête d'esthétique par l'alliance de lumières et d'inspiration rétro est créée en 2016 par l'entrepreneur Alex Carrasco et le créateur Aris Rubio. Leurs marques rondes et carrées sont Tectonic Séries et Stereotomic Séries. The Grid Series avec ses charnières brevetées, sont aussi fabriquées selon un processus technique combinant machine et travail manuel.

Les Champions de la lunetterie

Nanovista-Groupe GVO

(Madrid)

Ce groupe né à Madrid en 1987, est spécialisé principalement dans les lunettes pour enfants pour lesquelles la maison a déposé de nombreux brevets dans le secteur des soins optiques et ophtalmiques.

Les marques déployées en Europe, dont la France (Paris), sont :

-Versport (adaptation de verres ophtalmiques pour les activités sportives) et Aquavista.

-La collection Dosuno combine la pratique des loisirs et du travail par les usagers urbains.

-Les montures Nano s'adaptent à toutes les situations (Nanosol, Nanobaby, Nanoptical) ; plus légères que l'acétate, elles possèdent deux systèmes de fixation : branches et cordon + bandeau, charnières souples sans métal. Les Nano SolarClip, délivrées sur ordonnance, sont dotées d'un clip amovible et de lentilles polarisées.

Distributeurs belges

Matttew (288)
Henau international BVBA (289)
Bînoche(290)
Netoptic SA /NV (291)
Eye design optic (292)
Binoptics SPRL (292)
Hoet (293)
Théo (294)
Seyez Sprl et Quick Optic Sprl(295)
Komono (295)
Odette lunettes (296)
Komorebi (296)

Matttew (Bruxelles)

Matthieu Duchêne sait qu'il n'est pas seul au monde dans le domaine de la lunette et veut faire preuve d'originalité. A Bruxelles, ce designer belge, formé aux techniques de fabrication dans le Jura, pense que l'air intellectuel donné par des lunettes ne suffit plus ! Comme la plupart des modèles du marché structure ainsi les visages, il estime que les porteurs se doivent de disposer de plusieurs paires originales, colorées que l'on échange en fonction de son humeur ou de sa toilette et des accessoires assortis. Il faut revendiquer sa personnalité et l'afficher. Les lunettes doivent s'adapter au visage et non l'inverse. Pour cela son travail de créateur est une synthèse du mieux voir et du désir d'être vu... c'est-à-dire, selon lui, le contraire des marques du marché qui n'apportent rien de spécial dans un univers déjà très saturé, et cela sans tomber dans l'excentricité.

Les Champions de la lunetterie

Pour se faire connaître, il fallait trouver un nom qui lui ressemble. Il s'est torturé longuement les méninges pour donner un nom à sa société : il eut été trop simple d'utiliser son nom Matthieu avec deux T ; il en ajouta un troisième en supprimant le h ! Ils sont censés représenter trois valeurs : accessibilité, imagination ...et humour belge mais le lien entre ces trois ttt et le profil d'un visage ou une branche verticale doit laisser perplexe les ignorants qui par inattention écrivent tout simplement Matthew comme la langue anglaise le préconise.

D'origine asiatique, ce passionné d'architecture et de formes pures est en partenariat avec Philippe Herman, un technicien averti de l'optique. Les couleurs contrastées de leur collection rappellent les œuvres d'Andy Warhol. Acheter des lunettes Matttew, légères comme le vent, en acétate ou en inox, c'est se donner le temps de se regarder.

Matttew « nice to see you » est un design breveté made in Belgium mais les montures sont fabriquées dans le Jura !

Henau International BVBA (Kortrijk)

Matttew n'est pas seul à « se plier en quatre pour réaliser des lunettes qui épouseront parfaitement la forme d'un visage et se marieront à merveille avec les goûts et la personnalité » du client ! C'est aussi l'ambition de quelques autres déjà cités et en Belgique : Henau International ne se prive pas de cette engageante publicité !

Henau Eyewear de Courtrai est née en 1983 sous l'impulsion de Michel Henau et Marc Delagrangé passionnés de design. Leur univers contemporain et avant-gardiste pour les solaires propose aussi des montures originales aux formes généreuses et raffinées dont la couleur est travaillée avec imagination. Les collections en acétate sont fabriquées artisanalement en France et au Japon. A l'instar de

Les Champions de la lunetterie

leurs compétiteurs, ils développent en Belgique une philosophie semblable : « faire une monture au nez du porteur » comme le chausseur « fabrique des souliers adaptés aux pieds du client ».

Après le décès de Michel Henau, son associé garantit l'avenir de la maison et entretient l'héritage intemporel, ce mélange de savoir-faire et d'imagination qui font la réputation de la marque Henau.

Bînoche

(Antwerpen)

Les designers belges éprouvent souvent le besoin de s'associer pour étudier des produits révolutionnaires. C'est le cas de Biche Gommers et de sa femme Gino Gils qui depuis 1996 se sont forgés une réputation indéniable dans un esprit familial digne de celui des fabricants jurassiens. Le nom de la marque est inspiré du terme binocle et de l'emploi du nom de ses créateurs. Ils font partie des premiers novateurs qui ont lancé la mode des montures multicolores. Opposés à l'exploitation des enfants dans les pays sous-développés, ils mettent un point d'honneur à confier leur production à des manufactures françaises, italiennes et néerlandaises de haute technicité.

Outre la marque Bînoche et Bi-mini l'entreprise distribue sous licence les lunettes Natan de la maison de haute couture Belge qui confectionne des tenues pour les familles royales du Nord de la France.

Les Champions de la lunetterie

Netoptic SA Kinto/ NV (Saintes)

Encore une société de Saintes en Belgique qui propose à chacun des lunettes qui vont à son nez ! C'est en général en famille que les meilleures innovations naissent et la chronique de la passion de Celso Viejo et de sa fille Johanna pour les lunettes tendance débute en 1974. A l'origine, Netoptic est un grossiste spécialisé dans la lunetterie et les produits d'entretien. Quatre années plus tard, la société conçoit ses premières montures.

Mais ce n'est qu'en 1990 qu'elle se lance dans le marché de l'optique avec la création de la marque Kinto, une référence mondiale avec une forte personnalité dans un style sobre; six designers œuvrent pour concevoir des lunettes destinées aux personnes friandes d'originalités colorées, aux formes fines et ergonomiques adaptées aux visages fins, dignes du savoir-faire belge. Dans le respect de la clientèle se voulant écologiste, sa gamme Eco-Friendly utilise l'acétate de Mazzucchelli, biodégradable et recyclable. La firme fabrique elle-même ses lunettes dans son usine de deux cents employés. Le designer Bruno Pieters qui a lancé sa propre collection optique et solaire en 2009 a fait appel au réseau de boutiques Netoptic.

La collection Akarti est basée sur un concept de montures haut de gamme qui s'adressent à une clientèle en quête de lunettes esthétiques adaptées à tous les visages, petits et grands. La marque offre une gamme considérée par les experts comme « exceptionnelle dans un esprit créateur unique »

La marque Malt chic et virile est destinée aux hommes. Les montures associent le métal et le bois, voire le carbone. L'incontournable épi de bière belge est imprimé au bout de chaque branche.

Les Champions de la lunetterie

Eye Design Optic

(Tongeren)

Brièvement, notons que cette maison de Tongeren en Belgique dispose de deux marques :

-Zis One, créée en 2005 elle est connue pour son côté vintage. Elle offre plus de trente modèles en acétate en quatre couleurs. Elle est distribuée en Belgique, France, nord de l'Europe, outre Atlantique et Australie.

-Sir John dont les montures modernes sont plus audacieuses. La collection va du classique au très branché et utilise la couleur avec audace.

Il convient de ne pas confondre cette société belge avec l'Eye Designs Optical de Sevierville au Tennessee, propriété depuis plus de trois décennies de Rane King. Sa maison offre 1500 montures différentes.

(La société Eye Design de Bourg-en-Bresse ne fait pas partie de la maison belge disparue de l'annuaire des opticiens en 2019)

Binoptics SPRL

(Bruxelles)

L'histoire de cette nouvelle entreprise de Bruxelles est trop brève (création en 2016) pour se lancer dans de longs discours sur son parcours. Notons qu'elle exploite la marque Nooz, relative à des lunettes de lecture sans branches pesant six grammes. Inspirées de la tendance rétro chic, elles ont le mérite premier d'être fabriquées à ...Oyonnax !

Les Champions de la lunetterie

Hoet (Bruges)

Indiscutablement, la maison Hoet était à l'avant-garde de l'impression en 3D à partir de titanium! Après quatre années de recherche, le designer Patrick Hoet avait collaboré avec la société Melotte pour fabriquer des lunettes aux formes inédites et très variées grâce au frittage sélectif par laser (SLS) mis au point par la startup Protos de San Francisco qui proposait de scanner le visage avant d'imprimer sur mesure la lunette(en parallèle, la société Mykita lançait également par frittage la ligne Mylon à base de polyamide).

La première collection de lunettes de soleil est conçue par l'architecte d'intérieur Bieke Hoet à Bruges. Ses premières années sont dévolues au développement de lignes de mobilier et à la conception de stands pour les salons d'optique. Parallèlement elle développe des produits pour son père Patrick Hoet et crée son premier modèle le Cabrio Firebird (lunettes de soleil avec visière) destiné à élargir la gamme Hoet. En 2009 naît la ligne officielle Cabrio.

Patrick Hoet a commencé son activité en 1987 avec la création originale de Théo avec Wim Somers, société évoquée par après. Toujours plus innovant, il lance en 2002 le bureau de design Hoet Design qui se charge en sous-traitance des réalisations de ligne exclusive pour des entreprises. Les collections haut de gamme Hoet Eyewear et Cabrio paraissent dans la foulée.

La ligne intemporelle Hoet Eyewear est issue de la recherche de la sobriété et de la perfection. 45 modèles en acier inoxydable, titane et corne de buffle composent la ligne en 2008.

Les Hoet Couture imprimées à base de titanium (2000 couches de titane !) se présentent avec une structure en nid d'abeille sur la face avec sept combinaisons différentes selon les mesures du visage

Les Champions de la lunetterie

et du type de verre; la personnalisation est possible en traçant le nom à l'intérieur ! Une quinzaine de pays bénéficient de ces montures de haute technologie.

La Mora Eyewear est une lunette solaire écolo en marbre véritable de chez Mora, un lunetier qui la présente en 2016. Cet Italien a du savoir-faire en mécanique mais ses compétences en lunetterie sont limitées, d'où l'accord technique qui lie les deux sociétés.

En outre, avec ses Eyecatchers la maison Hoet répond à sa clientèle d'opticiens en fournissant des présentoirs design originaux, des miroirs grossissants et divers accessoires de contactologie.

Theo

(Antwerpen)

Il arrive que certains opticiens prennent des initiatives heureuses ! Et le brin de folie que les deux fondateurs Wim Somers et Patrick Hoet ont placé en 1989 dans l'optique s'est traduit quelques 29 années plus tard par une réussite remarquée dans la production de lunettes originales sous le nom de Théo, dont le slogan est « Théo loves you » La collaboration du designer en vogue Patrick Hoet(cité précédemment) a permis de mettre en avant une marque audacieuse hors des sentiers battus aux formes inédites et généreuses, rondes ou rectangulaires, massives et asymétriques à souhait.

Ces lunettes sont distribuées dans une cinquantaine de pays et quelques 1400 magasins d'optique. 390 modèles illustrent le catalogue de Théo, classés en plusieurs gammes dont la personnalité est garantie depuis l'origine de la marque :

-la gamme Eye-witness, lancée en 1995, renouvelée chaque année est destinée aux inconditionnels et audacieux qui apprécient la monture asymétrique, voire inachevée.

-la gamme Teenagers en titane pour les porteurs adolescents et cool qui présentent un faible écart inter pupillaire. Les branches font

Les Champions de la lunetterie

référence aux signes du zodiaque et le design de leur extrémité fait allusion à un type de moto en vogue dans les années 70.

Zeyez Sprl (Rixensart) et **Quick Optic Sprl** (Genval)

Sans vouloir être exhaustif, soulignons la fin en Belgique de la société Zeyez Sprl située à Rixensart dont la marque de lunettes River Woods Eyewear s'inspire du style de vie nord-américain, chic et décontracté. Née en 1995 elle connaît un succès mondial dans 22 pays qui ne se démentit pas au fil du temps : formes, dessins et couleurs suivent les tendances de la mode. La marque River Woods Eyewear reflète l'esprit du sportswear outre-atlantique dont la notoriété s'accroît sans cesse sur le haut de gamme et la qualité.

La marque est reprise par la société Quick Optic Sprl à Genval (Belgique)

Komono

La marque belge Komono (traduction : petites choses en langue nippone) est évoquée dans le chapitre sur les distributeurs autrichiens. Elle est représentée à Vienne par Baumvision Europe qui distribue aussi Paul Frank, Leisure society, Toms Eyewear.

Les Champions de la lunetterie

Lunettes Odette

(Anvers)

La marque est fondée en 2015 par le directeur de télévision Bob Geraets et la présentatrice Eline de Munck qui ne trouvait aucune lunette à son goût sur le marché. Le nombre de modèles est tellement important que son extravagance aurait pu trouver en cherchant bien la monture suffisamment intemporelle pour satisfaire son goût extravagant ! Quoi qu'il en soit en trois années, Odette Lunettes est devenue une référence parmi les célébrités, fières ambassadeurs de la marque belge abordable et à la mode.

Komorebi Eyewear

(Alost)

Cette nouvelle société belge voit le jour en 2016. Des passionnés de la lunette (dessinateur et architecte d'intérieur) s'inspirent de la lumière, de la transparence et de la réflexion pour imaginer des collections au style épuré donc sobre et confortable. Leur marque porte tout simplement le nom de l'entreprise et signifie « La lumière du soleil qui filtre à travers les feuilles des arbres ».

Distributeurs autrichiens

Baumvision Europe (297)
Andy Wolf et Mandrillon (299)
Robert Laroche (ex RLR Eyewear GmbH)(299)
Rolf Spectacles (300)
Lunettes Johann von Goisern(301)
MP Group(302)
Silhouette International Schmied AG (302)

Baumvision Europe (Vienne)

La société implantée à Vienne est une entreprise de fabrication et de distribution des marques :

-Komono : cette marque belge, dite des « petites choses » en japonais, réalise des accessoires mixtes dans un style rétro-futuriste depuis 2009 (montres, lunettes originales,...) L'accent est porté sur le design pour un look décontracté et jeune :les lunettes de soleil Beaumont expriment la transparence (acétate crystal rosé et branches argentée) ; les lunettes de vue Clovis, rondes couleur champagne ou écaille jouent l'originalité avec un cerclage en acétate collé sur une monture en acier .La Dexter en acier brillant arbore une forme en trapèze inversé et mêle les angles et les rondeurs.

-Paul Frank de la Paul Frank Industries : c'est une division de la Baumvision Incorporated (siège social à Costa Mesa -Etats-Unis) implantée à Orange County(Californie). Ses licences incluent les montres, textiles, bicyclettes ...et les lunettes dont Baumvision

Les Champions de la lunetterie

Europe est le distributeur. La collection « The Road Less Traveled » s'inspire des années 70 avec plus de 80 coloris.

L'histoire de Paul Frank débute en 1995 par la création de porte-monnaie à base de vieux morceaux de vinyle imprimés de lettres stylées années 50 pour promouvoir son groupe de rock. Persuadé du talent de Paul, Ryan Heuser de chez Mossino Inc. démarre en 1997 avec celui-ci la société PFI (Paul Frank Industries, une entreprise de conception, d'octroi de licence et de vente au détail de Californie du Sud). Les quelques 30 établissements Paul Frank Store, vendent les lunettes Paul Frank Optometrics à travers le monde. Elles sont particulièrement prisées par les stars du cinéma (Britney Spears, groupe Métal,...)

-Leisure society, luxueuse collection lancée en 2011 par Shane Baum, designer californien connu pour son travail chez Louis Vuitton. Les montures 100% titane, plaquées or 12,18 et 24 carats, enrichies de diamants sont des œuvres d'art magistralement réalisées au Japon. Les verres sont à la hauteur : polarisés avec traitement hydrophobe, antireflet, anti distorsion, anti-rayures,...

-TOMS eyewear : la société texane Toms est fondée en 2006 par Blake Mycoskie qui s'engage à donner une paire de chaussures gratuite aux enfants dans le besoin pour tout achat d'une autre ;le One to One s'étend bientôt aux sacs et aux lunettes. Elles sont lancées en 2011 et contribuent à améliorer la vue de plus de 400 000 personnes dans treize pays.

Et avant 2018 :

-Rebecca Minkoff avec le partenariat exclusif Barton Perreira depuis 2009. Avec une approche haut de gamme ces derniers sont des anciens designers (Patty Perreira) et président (Bill Barton) de la marque d'Oliver Peoples qui offrent un savoir-faire appliqué à des lunettes vintage des années 70. Rebecca Minkoff est célèbre en 2001 par sa collection « I love New-York » suivie du lancement en 2005 de

Les Champions de la lunetterie

« Morning After Bag ». Après les sacs, les vêtements prêt-à-porter et les souliers, les lunettes s'ajoutent à sa panoplie. Depuis 2013, la styliste présente un éventail de couleurs et de styles en collaboration avec Shane Baum, la passionnée capitaine de Baumvision qui assure la distribution jusqu'en 2017.

-Moscot dont le contrat avec Baumvision Europe s'éteint fin 2017. La marque de New York au n° 94 Rivington Street, forte de cent ans de savoir-faire, est réputée mondialement pour ses lunettes emblématiques et intemporelles- les Moscot Originals et Moscot Spirit Collections.

Andy Wolf et Mandrillon (Jura)

(Hartberg)

Cette société autrichienne a permis à la SA Mandrillon René, une maison concurrente de Saint Pierre en Grandvaux, de survivre après deux redressements judiciaires. Leur parcours sera évoqué au chapitre relatif aux distributeurs jurassiens.

Robert Laroche (Ex-RLR Eyewear GmbH) (Graz)

Les lunettes d'optique et de soleil de cette entreprise portent la marque unique Robert La Roche dont les initiales forment le nom de la société depuis 1973. Egalement designer indépendant et consultant auprès d'Essilor, Calvin Klein,... il adopte définitivement son propre nom pour désigner son entreprise en 2019.

Les Champions de la lunetterie

Grâce à des matériaux de bonne tenue, une combinaison heureuse de couleurs, des détails subtils apportés à des montures bien proportionnées, la réputation de la maison a dépassé les frontières de l'Autriche. De nombreuses récompenses internationales jalonnent le chemin de la firme dont les

Rolf Spectacles (Weißbach)

C'est à Weißbach am Lech au Tyrol que Roland Wolf a implanté son entreprise pour définir de nouvelles tendances et développer des idées originales. Sa marque est une affaire de famille qui débuta avec sa compagne Marija Lljazovic, tous deux dirigeants vers 1990 de leur propre école de snowboard. Ils travaillèrent ensuite pour un lunetier de Berlin qu'ils abandonnèrent en 2005. Le beau-frère, agronome, Martin Lljazovic construisit la première machine Rolf avec des pièces de mobylette et d'appareil de traite. Un quatuor se forme avec un architecte Christian Wolf, le frère du président, qui devient directeur du marketing de la société.

Leur originalité : la charnière unique en bois dont le design breveté permet de garder les montures de lunettes ouvertes ou fermées, fines et élégantes. En 2007, la cave parentale accueille les premiers modèles sculptés. Plusieurs prix récompensèrent le design, les matériaux, l'innovation et la technologie : en 2009, les verres Rolf furent nommés au Silmo d'Or. Le modèle Imperator 05 étonna le jury par l'habileté à produire des lunettes en bois sans visserie, et leur accorda le Silmo d'or Award dans la catégorie Technologie et innovation. La production qui occupe plus de 50 employés est fabriquée à la main à Weißbach.

Le premier magasin Rolf Spectacles a ouvert ses portes en 2011 dans une ancienne station-service. Puis en 2015 la capitale accueillit le « Rolf shop Vienna »; la maison distribue ses lunettes exclusives à

Les Champions de la lunetterie

travers 46 pays avec l'appui de 600 opticiens et revendeurs qualifiés. Une centaine de modèles en bois, corne ou pierre constitue la collection Rolf.

En 2019, la société n'apparaît plus sur l'annuaire de France-Optique.

Lunettes Johann von Goisern

(Bad Goisern)

La maison autrichienne a choisi d'associer le blanc des montagnes et les teintes des mille subtilités chromatiques de la nature. Depuis plus de 50 ans, la famille Pomberger transmet son savoir-faire de génération en génération dans la pure tradition lunetière. C'est Peter le fils aîné qui tient les rênes après le départ en retraite du fondateur.

Le lunetier Johann von Goisern réalise des montures en acétate qui se prête facilement à l'expression artistique et aux techniques d'empilage des couches. La matière permet des rendus mats ou brillants, opaques ou translucides alternant les jeux de teintes aux reflets complexes.

Les lunettes sont fabriquées à la main ; elles sont destinées aux personnes attachées aux beaux accessoires de mode et aux jeunes dans une approche arc-en-ciel. Si les formes rectangulaires aux angles et aux lignes arrondies en douceur est classique, les nuances de couleurs sont multiples : bleu rehaussé de touches vertes et rouges ou noir agrémenté d'une ligne blanche. Ce mélange multicolore porte la griffe de la marque autrichienne reconnaissable parmi ses nombreux concurrents en lunettes originales.

La JVG club destinée aux détenteurs des lunettes de la marque tente de les fidéliser avec succès ! Les montures sont distribuées en France à Saint-Herblain (Loire Atlantique) par DJ Optique déjà citée au paragraphe sur les distributeurs ibériques. APO l'agence pour

Les Champions de la lunetterie

l'optique de Sorgues représente Johann von Goisern pour les Dom Tom.

MP GROUP

(Graz)

Le groupe autrichien Michael Pachleitner (MP Group) est connu par ses multiples marques dans le monde entier. Les collections sont étudiées à Graz, les verres sont produits en Allemagne et la commercialisation dans 70 pays est assurée à Domažlice en République tchèque. Ses marques de lunettes de vue et de soleil ciblent tous les domaines, de la mode européenne à celle du Japon, le sport ou la lecture ordinaire : His, Jerome Boateng,, Berlin Eyewear,, Kiotonakamura , Ruud van Dyke, Vienna Design, Jill Sport, Prova, Basley et Daniel Hechter. Celle-ci était distribuée en France par Opal puis Fidela avant d'être confiée à MPG en 2017(Cf. Lamy 1820).

Silhouette International Schmied AG

(Linz)

Cette entreprise autrichienne est fondée en 1964 par Annelise et Arnold Schmied. Elle exporte 95% de sa production de lunettes, disponibles dans 100 pays par l'intermédiaire de 13 sociétés de ventes internationales.

Elles sont fabriquées par des artisans autrichiens. La maison a su révolutionner le monde de la lunetterie, en particulier pour sa technologie et la légèreté des montures, dont la Titan Minimal Art, percée sans vis ni charnières pesant 2 grammes (elle a rempli 30 missions dans l'espace pour la NASA).

Les Champions de la lunetterie

Les marques de Silhouette International ont été récompensées par plusieurs trophées en 2018, en particulier les Red Dot Award Design :

-Silhouette

-Neubau créée en 2016 et destinée aux femmes branchées, inspirée par ce quartier du 7^e arrondissement de Vienne.

-Adidas bien connue de toute la planète et des sportifs.

Distributeurs luxembourgeois

Wood optic diffusion SA (304)

Ubik et Archibault (Eye for Eye) (305)

Trois sociétés distributrices de montures méritaient d'être citées dans cette longue liste. En réalité, deux ont déposées leur bilan en juillet 2017 (rachetées et réinstallées en France)

Wood optic diffusion SA **(Hosingen)**

Située au Luxembourg depuis 22 ans, la compagnie est une référence en terme d'artisanat et d'innovation. Elle fabrique des montures moyen et haut de gamme solaires et optiques en métal), plastique, corne et en bois (12 essences dans lesquelles sont incluses des soies peintes à la main)

Après un parcours éclectique de six mois comme opérateur dans une scierie à Vielsalm, dix années au ministère belge des Finances, puis employé de banque et courtier en assurances, c'est en 1995 que Maurice Léonard fonde sa société et implante sa manufacture artisanale à Hosingen, au nord du Luxembourg. Cette maison d'exception cultive sa singularité en conjuguant tradition et innovation. Son secret se loge dans « le velouté des textures, le touché sensuel des combinaisons de matières nobles et la diversité des couleurs »

Les Champions de la lunetterie

Pionnière dans l'industrie lunetière, les lunettes de marque Gold & Wood, travaillées selon la technique du lamellé-collé (façonnage et placage avec des feuilles d'aluminium) et de la corne de buffle d'eau (uniques par leur couleur et leurs motifs) sont de véritables œuvres d'art portées par des personnalités du monde entier, en particulier par Jean-Claude Junker, le Président de la Commission européenne, l'acteur Sylvester Stallone, ... L'entreprise commercialise ses produits dans une quarantaine de pays et compte 35 employés et 8 magasins amiraux ; l'ambition du président est de porter ce chiffre à 50 en doublant le chiffre d'affaires de 5 millions € actuels avec les 30 000 paires par an dont 75% en lunettes de vue (aux USA la société Wood Optic USA Corp de Miami fait recette avec 35% de la vente totale). La marque estampillée « Made in Luxembourg » a reçu à quatre reprises le Silmo d'Or à Paris. Outre ces données, la société a géré la licence du joaillier Boucheron de 2008 à 2015, date du rapatriement des onze marques du groupe Kering.

Eye for Eye

(Saint Avold- France)

(Ex-Ubik et Archibault)

(Esch-sur-Alzette)

Situées à la même adresse à Esch-sur-Alzette au Luxembourg, ces deux sociétés (production et distribution) s'étaient fait remarquer par leurs montures pliables et enveloppantes, aux designs rectangulaires de leur marque décalée Spy, distribuée par Ubik, créée en Californie par des fans de glisse et de sports motorisés. Longtemps sous contrat avec PPRB Diffusion la marque Chez Colette a été reprise par Ubik en 2013 après la mise en liquidation judiciaire de la société de Laon (Aisne). La société Ubik détenait trois autres marques dans

Les Champions de la lunetterie

son portefeuille : PXL (prononcer « pixel »), Moody, Huga Design, colorées et sous influence anglaise.

Les deux sociétés étant liquidées, leur stock a été racheté par deux associés Nabeil Chaudhry et Ozgur Dilek qui ont créé en 2017 une nouvelle société Eye for Eye basée à Saint-Avold (France) et spécialisée dans la distribution de lunettes (collection positionnée dans le haut de gamme comme Nemezis en acétate ultra fin).

Les marques retenues par la nouvelle société de Saint-Avold sont :
Chez Colette, Moody, Nemezis Paris.

Distributeurs suisses

Knitoptic Europe (307)
Metalartconcept (308)
Götti cf MSK Eyewear (308)
Swiss Eyewear Group (309)
Swisshorn Eyewear AG (310)
Von Arkel Switzerland (310)

Knitoptic Europe (Bevaix)

Cette société prend place dans la liste des lunetiers suisses. Elle est fondée à Neuchatel par Robert Hayner associé à Eduard Hayner en 2004. La Sarl Knitoptic installée en 2014 à Bevaix propose des collections haut de gamme distribuées par un réseau d'opticiens qualifiés. La société était représentée en France à Pontarlier mais fut radiée en 2016.

L'intérêt de la firme réside dans sa marque Kaenon (prononcer Kay-nun) créée en 2001 par deux frères Steve et Darren Rosenberg insatisfaits par l'offre de lunettes de soleil sur le marché. Ils développent des verres polarisés, fixés dans une monture unique peinte et traitée manuellement, développée en Italie (la Freestyle Progressive SR-91). « Chaque couleur représente la vie que nous aimons des couchers de soleils, à la vie océanique en passant par le verre de plage aux finitions de sable gravé jonchant nos côtes favorites » se convainc le designer du produit Harald Belker; aussi, ses lunettes de soleil sont adoptées par les athlètes de classe internationale (base-ball, golf, voile,...)

Les Champions de la lunetterie

En 2010 Kaenon Polarized s'associe avec le distributeur de verres Rodenstock de Munich, représenté en France à Montigny le Bretonneux(Yvelines)

En 2016 Kaenon est acquise par Olukai, une marque de chaussures californienne.

Metalartconcept

(Vevey)

En Août 2008 naît la première « Collection Créateur » de la Suisse romande sous l'impulsion d'un artiste et opticien Didier Voirol qui ambitionne de créer des lunettes originales destinées à un public diversifié. Elles se déclinent en trois griffes :

-Métalartconcept inspirée du patrimoine varié de la Suisse.

-Didier Voirol haut-de-gamme bénéficiant de traitements de surface suisses ayant fait leur preuve dans la technique horlogère du pays. La nouvelle collection lancée en 2017 en strass brillant apporte une notoriété mondiale à la firme.

-Memomac Flexiforme, une série en métal flexible (ponts et branches) évoluant selon les besoins spécifiques des clients (11 déclinaisons en 2018)

Lunettes Götti

(Lucerne)

Le Suisse et opticien passionné de design Sven Götti fonde son entreprise en 1993. Ses modèles intemporels optiques et solaires sont étudiés dans les moindres détails. Très techniques, ses montures sont imprimées en 3D et son assemblage est réalisé sans soudure ni colle. Le système de repli à plat des branches en acier chirurgical très ingénieux et ses formes tout en courbes fuyantes valent une

Les Champions de la lunetterie

reconnaissance internationale à la monture Tamal (German Design Award), dont la flexibilité et la légèreté placent Sven Götti à l'avant-garde des maîtres-artisans suisses.

La marque est représentée en France par le distributeur MSK Eyewear à Dieulefit (Drôme), distributeur également des lunettes Massada (Cf. distributeurs anglais)

Swiss Eyewear Group

(Zurich)

En octobre 2013 Swiss Eyewear Group annonce sa création comme entreprise avec sa maison-mère installée à Zurich. Ses fondateurs sont issus de la direction de Polaroid Eyewear qui avait été repris par Safilo en 2012 (Cf. supra Safilo), suivi en 2014 par l'arrêt de sa collaboration en France avec Adcl Aplus. Les investissements récoltés par le nouveau Pdg Jerry Dreifuss augurent des prouesses futures de ses nouveaux conquérants de l'industrie optique. Les commerçants sont déployés dans plus de 85 pays à travers le monde mais tous les services majeurs de la firme sont concentrés à Zurich au n° 39 Freilagerstrasse.

La marque propre, dotée de verres polarisants, déposée par la société est la solaire Invu (dire in-view) qui est distribuée en France par Adcl-Aplus. Invu ultra polarized offre des performances de lentille remarquables et des conceptions de lunettes de soleil de très bonne facture.

En 2014 elle amorce l'acquisition de plusieurs marques sous licence :

-Marc Stone fabriquées à la main dans un style futuriste. Ce designer installé à Berlin a développé sa marque de vêtements de style contemporain influencé par les voyages et le cinéma.

Les Champions de la lunetterie

-Rip Curl, un concentré de technologie, prisé par les fans de glisse naturellement très branchés (la dernière collection dispose d'une branche qui permet de décapsuler une bouteille de bière !)

-Seksy Eyewear, en lien avec le groupe Time Products (UK), spécialisé dans l'horlogerie de luxe et présent dans les aéroports et à bord des compagnies aériennes. La collection glamour est destinée aux femmes qui suivent les dernières tendances et adorent les lunettes ornées de cristaux Swarovski.

Les marques Invu et Rip Curl sont aussi distribuées sous licence par ADCL.

Swisshorn Eyewear AG

(Ehrendingen)

En 2003 la société Swisshorn Eyewear AG s'établit avec succès à Ehrendingen à côté de Baden. Ses montures prestigieuses en corne de buffle indienne sont réalisées à la main en quantités limitées pour des clients exigeants auprès d'opticiens connaisseurs. La distribution exclusive de la marque Swisshorn est assurée par Pregiata Eyewear (Italie).

Fondée en 2012 elle est engagée sur des marchés de niche haut de gamme internationale et constitue une plate-forme d'incubation des talents d'avant-garde du monde entier. La Swisshornest très concurrencée par les fabricants allemands (IVKO, Lesca,...) déjà cités.

Von Arkel Switzerland

(Morges)

L'entreprise est jeune ! Au cœur de la Riviera Vaudoise, elle innove et signe son identité dans des charnières inspirées du savoir-faire de l'artisanat local des pionniers suisses de l'horlogerie. Elles sont le

Les Champions de la lunetterie

fruit d'une passion de deux frères pour des produits esthétiques. L'un est opticien, l'autre consultant en nouvelles technologies. Le premier modèle breveté date de 2012 pour le calibre 8 (hauteur de la charnière) est suivi par le 9 en 2014 et le 6 à la fin 2015. A l'image de l'huître qui se referme sur elle-même, les deux têtes à chaque extrémité utilisent le principe des forces opposées pour fermer le mécanisme. Décolletés dans un acier horloger, donc inoxydable, ces bijoux technologiques uniques sur le marché assurent la liberté de mouvement de la branche grâce à un régulateur intégré de friction.

Les montures sans vis, sans soudure sans colle sont disponibles en plusieurs revêtements (or 23,5 carats ou PVD -Dépôt Physique en phase Vapeur d'un métal qui entre en réaction avec un gaz pour former une couche dure sur la surface. Cette dernière technique permet de réaliser des couleurs or rose ou blanc ou noirs-)

Distributeurs anglais

Kirk Originals (312)

Oliver Goldsmith (et Claire Goldsmith)(313)

Linda Farrow(314)

TD Tom Davies (315)

Culter and Gross(316)

Massada(317)

William Morris (Cf. Roussilhe Oyonnax Ain et Union Jack Eyewear Treillières)

Kirk Originals (Brighton)

On peut encore s'étonner lorsque de nouveaux modèles de lunettes apparaissent sur ce marché si saturé et créatif. L'inventivité et l'originalité ne sont pas l'apanage réservé aux maîtres- artisans de Franche-Comté. Ainsi les lunetiers anglais le démontrent en 1992 quand Karen et Jason Kirk lancent la marque Kirk Originals ... eux aussi dans un appartement en sous-sol en plein cœur de Londres. Ils ont de qui tenir puisque le grand-père Sydney et Percy le grand oncle avaient fondé la société Kirk Brothers dans l'entre-deux guerres (1919). La collection dessinée par l'aïeul est découverte dans l'atelier historique et Karen s'inspire des croquis pour réveiller l'esprit de créateur de la famille ; le père opticien est également moteur dans la décision de lancer la marque après avoir convaincu les boutiques londoniennes renommées de vendre leurs productions.

La matière des montures, souvent rectangulaires pour les lunettes de vue, est en acétate, acrylique ou en aluminium. Contre le soleil, certains modèles sont imposants et les lunettes à paillettes sont originales. La fabrication est d'origine française, à la main, et la commercialisation mondiale (plus de 40 pays). La boutique de

Les Champions de la lunetterie

Conduit Street au centre de Londres avec son atmosphère de café de type lounge est un hymne à l'univers de la marque.

La collection Saturn remporte un Silmo d'Or en 2008. La collection Beam (Flare et Angel) brillante et légère, d'inspiration vintage avec des coloris vifs, est un succès que le temps ne dément pas.

En juin 2018, Kirk Originals et la société Overfinch anglaise de Leeds, qui personnalise les Land Rovers et Range Rovers, décident de collaborer à une nouvelle collection de lunettes de soleil en acétate orné d'embellissements en argent sterling. Les lignes Harris, Burton, Timbre, Grant en écaille de tortue sont fabriquées en Angleterre et... à la main !

Oliver Goldsmith

(Londres)

La marque de référence des lunettes rétro est la Goldsmith ! C'est un pionnier dans ce domaine. Beaucoup revendiquent ce certificat de gloire mais GO est dès le départ synonyme d'étoiles et de style. Il est le premier à considérer les lunettes de soleil comme un accessoire de mode. Fondée en 1926, l'entreprise familiale débute avec un modèle de lunette en véritable écaille de tortue. Elle gagne le statut de créateur innovant dans les années 50 lorsque les lunettes deviennent un moyen de se protéger du soleil. Oliver Goldsmith, en liaison avec un fabricant de boutons, introduit le plastique en créant une gamme précurseur de montures aux effets de couleurs et de textures incroyables à l'époque.

C'est aussi le moment où le monde du spectacle se révolutionne avec les Audrey Hepburn, Grace Kelly, Michael. Les couturiers approchent les concepteurs de lunettes qui pourraient mettre en valeur leurs créations saisonnières. GO est le premier à œuvrer à leurs côtés. Et il est aussi la personnalité retenue par le showbiz et les royautés

Les Champions de la lunetterie

européennes (Duc de Windsor, Princesse Margaret, Diana de Pays de Galles,...) qui se plaisaient à apprécier ses montures avec leurs branches en bambou et autres fabrications toutes signées GO (raquettes de tennis, écran de télévision,...).

En 1985, la compagnie cesse la production de lunettes. Mais la forte demande des modèles vintage, copiés des originaux des années 1950 et suivantes, décide l'héritière des droits Claire Goldsmith de relancer la ligne GO en 2006.

Linda Farrow

(Londres)

D'abord styliste de mode anglaise, elle se reconvertit dans les accessoires. Cette pionnière figure parmi les premiers créateurs de lunettes à l'instar d'Oliver Goldsmith. Au début de son parcours elle propose des modèles à des maisons de couture comme Yves Saint-Laurent et Balenciaga. Forte de ses succès elle lance sa propre marque en 1970, très vite saluée sur le marché de la haute-couture pour son côté avant-gardiste. Elle devient la référence des stars éprises de nouveautés. Mais au début des années 80 elle arrête son affaire pour se consacrer à sa famille. Pendant vingt années un stock de lunettes vintage dort dans l'entrepôt familial.

En 2003 son fils Simon Jablon décide de faire revivre la marque Linda Farrow Vintage avec sa compagne Tracy. Les lunettes rétro sont au goût du moment ; aussi le premier salon qui lui est consacré est une réussite confirmée par une série de commandes en quelques jours.

En 2004 une collaboration se concrétise avec la société londonienne Eley Kishimoto spécialisée depuis 1992 dans le design imprimé pour la mode féminine. L'année suivante la chaîne de magasins chics Harvey Nichols de Londres, vieille de 200 ans, remplit ses stocks de lunettes

Les Champions de la lunetterie

Linda Farrow. Les ventes progressent et la maison multiplie ses coopérations avec des designers confidentiels comme l'Américain Jeremy Scott en 2006 ou Phillip Lim en 2014 avec Rihanna comme égérie dans le magazine Lui. En 2008, c'est avec l'Anversois et fils de tailleurs Dries Van Noten dont les créations de costumes s'arrachent dans le monde entier. Dans la foulée le couturier belge Raf Simons (futur directeur de la création de Calvin Klein en 2016) apporte de nouvelles perspectives excitantes à la société Farrow. Puis c'est la collaboration en 2010 avec le fondateur californien de la marque Alexander Wang (le directeur artistique de Balenciaga entre 2012 et 2015).

Les lunettes rétro au charme incontestable se vendent partout sur la planète. La firme entreprend de lancer une centaine de magasins en 2016 : Los Angeles est la première boutique américaine.

Le label Linda Farrow Luxe est propulsé au top de la création lunetière originale fabriquée en série limitée. Les formes traditionnelles ou rétro au charme incontestable, associées à des matériaux nobles sont prisées par les stars internationales comme les artistes Madonna ou Lenny Kravitz.

En 2019, la maison anglaise est représentée à Paris par Le Lab Eyewear. Ses marques en 2019:

A V Robertson, Dries van Noten, Erdem, Jeremy Scott, Khaleda Rajab, Linda Farrow, Matthew Williamson, Orlebar Brown, Philipp Lim, The Row

TD Tom Davies

(Brighton)

La société, créée par Tom Davies en 2002, s'est spécialisée en lunettes fabriquées à la main et sur mesure.

Les Champions de la lunetterie

Son parcours de créateur débute en Chine en 1996 dans une lunetterie à Hong Kong où y il conçoit des montures et leurs outillages spécifiques pour des marques internationales telles les montres Tissot, Seiko et Fossil. A son retour en Angleterre il commence à proposer des lunettes sur mesure pour les opticiens du monde entier (23 pays). Il ouvre sa propre usine en Chine en 2008 qu'il va transférer au Royaume-Uni en 2017. Ses collaborations avec la couturière sino-britannique Lulu Liu en 2015 et avec le créateur de mode Yang Li pour la Fashion Week de Paris en 2018 renforcent sa notoriété dans les montures griffées.

Les quartiers chics du centre de Londres voient fleurir des magasins à son enseigne (à Covent Garden, Knightsbridge,...). Les boutiques Tom Davies Bespoke Optician disposent d'équipements de diagnostic sur machines de test Zeiss aussi performantes que celles de cliniques d'ophtalmologie. Dans les films les célébrités telles Henry Cavill, Brad Pitt, Angelina Jolie les portent ; d'autres musiciens ou cuisiniers renommés du pays s'en sont entichés. Leurs montures TD Tom Davies en acétate, titane, corne naturelle, métaux précieux ont leur faveur. Gageons que les premières lunettes de soleil avec lentilles enduites de rhodium créées en 2018 retiendront aussi leur attention.

Cutler and Gross

(Londres)

Les opticiens Graham Cutler et de Tony Gross, les deux enfants terribles de la lunette comme les appellent les critiques de Londres, décident de dépoussiérer le milieu de l'optique. A la fin de leurs études, l'un s'initie au métier chez Oliver Goldsmith, l'autre débute à New-York. Puis Ils décident de créer leur entreprise en 1969 et fabriquent les premiers modèles à la main dans une petite pièce au 1^{er} étage du n°16 Knightsbridge au cœur du quartier chic de Londres. Ils se font les apôtres de créations originales qui séduisent le chanteur Irlandais Hewson (dit Bono) et le pianiste londonien Elton

Les Champions de la lunetterie

John. Les collections font fureur et le Tout-Londres suit : les têtes couronnées comme la princesse Anne, les actrices telle Ava Gardner s'éprennent de ces modèles avant-gardistes.

Essentiellement en acétate les montures sont d'inspiration vintage au ton sobre dans une palette de couleurs variées allant du noir au bleu vif. La marque garde aujourd'hui sa tradition « fait main » loin des tendances et des méthodes de fabrication industrielles. La propre usine de la société produit ses lunettes à Cadore en Italie, où les ténors principaux s'y sont installés (Marcolin,..)

Aujourd'hui la firme ne cesse de séduire les hommes et les femmes qui considèrent la lunette au fini impeccable, équipée de charnières à rivets(!) comme un accessoire sexy et indispensable dans leur garde-robe. Cutler and Gross est distribuée en France par Comino Paris avec d'autres marques (Cf. France autres)

Massada

(Londres)

D'origine polonaise la fondatrice de Massada, Kate Lupinsky disposant d'une formation artistique et une expérience de designer dans le mobilier, crée la marque suisse en 2010. Celle-ci embrasse beaucoup d'identités multinationales. Ses collections, s'inspirant des années 40 et 50, sont influencées par la sculpture. Les montures sont en acétate ou en métal fabriquées en Angleterre. Les formes classiques, épurées, rondes ou rectangulaires, s'habillent d'écailles, de noir et de légères touches bleues. Les modèles Massada, forts d'un design universel, portent tous des noms qui sentent bon les pays lointains, les odeurs ou les sentiments qui s'y rapportent, le plaisir de la vie, l'expression de la joie comme Charme Discret, Tokio Mon Amour, Spanish Coffee,...

Les Champions de la lunetterie

La marque Massada (forteresse en hébreu) est implantée dans le monde entier. Elle est distribuée en France par MSK Eyewear avec Götti, Marni,...

Autres distributeurs de l'Europe

Danemark(319)

Pays-Bas (320)

Portugal (321)

Danemark

Bellinger à Risskov est créée en 2003 par les designers Malene (nom initial de la société Malen's) et Claus Bellinger Diederichsen. Les marques déposées sont Bellinger, Blac, Entourage of 7, Kamaeleon. La société est implantée en Amérique du Nord (Bellinger House USA. LLC).

Fleye à Hedehusen est fondée en 2002 par Annette Esto, Hanne Rosenvold Anderson et Lars Halstrom. Les lunettes Fleye Copenhague sont vendues dans une trentaine de pays et « complimentent le style et la personnalité de l'individu » affirme leur publicité.

Lindberg à Aabyhoj séduit depuis 30 ans des personnalités du monde politique tels le dalaï-lama, Brad Pitt, la reine Elizabeth II, celle du Danemark Margrethe et... François Hollande en 2014 lequel enflamma la toile et émut les fabricants jurassiens.

Depuis 1985 le concept sur mesure de la lunette d'Henrik Lindberg sur laquelle le logo n'est jamais apposé plaît aux personnes discrètes qui évitent les marques incontournables des plus grands fabricants européens...et italiens ! Les papes Benoît XVI et François l'ont également adoptée. A ce jour la monture Lindberg fabriquée à l'unité et à la main donc numérotée (titane, acétate, bois et corne de buffle) a été primée plus de 75 fois pour le savoir-faire de la maison,

Les Champions de la lunetterie

sa flexibilité, sa légèreté (moins de 20 grammes) et la conception de ses charnières sans vis en nylon.

Orgreen Optics créée à Copenhague en 1997 était originellement une marque de lunettes de soleil lancée par trois Danois Henrik Orgreen, Gregers Fastrup et Tobias Wandrup. Les lunettes Orgreen de vue sont développées en 2002, suivies par les lunettes de protection contre l'éblouissement dû à la réverbération de la lumière. Les détaillants se comptent par dizaines sur la planète. La maison est aussi connue pour sa collaboration en 2011 avec la marque de meubles tels Republic of Fritz Hansen et le créateur de vêtements Aster Juel Larsen en 2014.

Pays-Bas

Battatura est une société récente (2016) de Delft. La marque de même nom est d'inspiration vintage en acétate de luxe italien. Sobre dans ses formes et ses couleurs la monture fabriquée à la main est destinée aux porteurs au look décontracté. Une deuxième marque Jack & Francis complète le portefeuille de la maison.

BBIG BV à Uden existe depuis 1999. L'opticien Rob Bresser reprend la boutique de son père et décide de réduire le nombre de marques en ne gardant que certaines lunettes de créateur, tout en évitant de vendre des lunettes « Disney » ! Inspirées des modèles pour adultes il conçoit avec l'aide d'artisans français une monture pour enfants, déclinée en trois tailles et huit couleurs, vite multipliée en d'autres formes (rondes, pantos, pilote,...), en métal et acétate, dont l'imitation bois. Sans copier les modèles créateurs comme Theo Eyewear (Belgique) les lunettes donnent un côté intello aux garçons et une allure très sage aux filles avec les tortoises. L'utilisation du système de charnière « OBE » est un plus appréciable pour remplacer illico-presto la branche cassée chez l'opticien !

Les Champions de la lunetterie

Bloomdale est une marque de lunettes hollandaise distribuée en France à Beaupréau (Maine-et-Loire) (Cf. Event Distribution-France Autres). Ultra branchées elles se font remarquer par leurs couleurs et leurs formes modernes et ingénieuses.

The Black Label Eyewear (tbl) est une ligne de lunettes sophistiquée, minimaliste et emblématique du sol hollandais, évoquée également chez Event Distribution qui la représente en France.

Portugal

Vonzipper implantée à Ericeira est fondée en l'an 2000 en Californie à San Clemente par un groupe d'amis partageant les mêmes goûts pour la liberté d'entreprendre. Cette déclaration s'est traduite par la conception de lunettes de qualité où le détail est l'évangile quotidien. Vingt années plus tard la diffusion de la marque Von Zipper est internationale, en particulier au Portugal où VZ représente l'Europe.

Les Distributeurs

et sous-traitants

de l'AIN

Grasset Associés (Cf. L'Amy 150 et 167)
Grosfilley France (323)
Optisun et Lytot (325)
Gem Lunetterie (Gem Optic's) (326)
Créations Poncet (Anacolé) (328)
Groupe Roussilhe et Union Jack Eyewear (Treillières) (329)
Modern'Optique (332)
Parasite Design (334)
Lunetterie Lucal (336)
Piccoli Sarl (337)
Sonia B.Design (338)
Kolo Eyewear (338)
Bollé Safety (Cf. Bushnell Outdoors Products) (181)
CC2L-Simon Cuenot & Fils (340)
Juilliard Lunettes Sarl (341)
Eurovisie World Wide BV (Cf. Emmerich Fashion -Distrib. Allemagne) (224)
L.A.Eyeworks (340)
Autres sociétés de l'Ain (342)

Les sociétés les plus importantes par leur chiffre d'affaires sont décrites dans les pages suivantes. Compte-tenu du nombre foisonnant de maisons de moindre notoriété sinon de leur valeur sur le marché de la monture de lunettes, nous nous contenterons de les évoquer sans ajouter de commentaires superflus. Certaines ont disparu, d'autres travaillent comme sous-traitants dans la région pour le compte de sociétés régionales et nationales. La discrétion de celles-ci

Les Champions de la lunetterie

vis-à-vis de leurs preneurs d'ordre induit une méconnaissance de leur activité industrielle, donc préjudiciable à leur renom.

En conséquence de ce choix délibéré nous ne citerons que les grosses entreprises dont l'envergure dépasse l'horizon de l'Ain ou qui sont recensées sur l'annuaire de France Optique, reconnu comme la bible des adresses consultées par les opticiens.

Les usines de sous-traitance les plus en vue dans l'Ain sont l'objet d'une brève description. Les autres moins connues, ou qui ont fermé leurs portes au cours des dernières années seront simplement citées et éventuellement annotées en quelques mots si l'intérêt de la présentation le justifie.

En 1955, à Oyonnax, on recensait 212 artisans ou industriels produisant des lunettes ou parties de lunettes ; c'était la première activité de transformation de la ville.

En 2018, l'Association des lunetiers d'Oyonnax compte 17 sociétés dans la vallée.

Grasset Associés(Cf. L'AMY)

(Oyonnax)

Grosfilley France

(Oyonnax)

La société Emile Grosfilley fondée en 1950 à Oyonnax est une entreprise familiale qui crée, fabrique et distribue des montures optiques et solaires haut de gamme. Les lieux historiques de fabrication de pièces en plastique se sont peu à peu convertis en bassin de production de montures de lunettes. L'époque révolue où le bassin s'était spécialisé dans les peignes n'a pas survécu aux modes de coiffure de la population. La lente conversion dans un domaine réservé depuis des décennies à Morez et ses environs aboutit progressivement à spécialiser les régions de l'Ain et du Jura, l'une

Les Champions de la lunetterie

dans les montures plastique, l'autre dans le métal, sa vocation première.

En 1985, la firme est rachetée par Pierre Andruetan aidé de ses deux fils Gérard et Thierry. Grosfilley Lunettes entre alors dans la catégorie des entreprises modernes dont la rigueur du dirigeant, dessinateur de formation, déteint sur la méthode de management généralisé à l'ensemble du personnel. La vision à long terme est privilégiée tout en préservant l'esprit familial. Chaque modèle est conçu et développé dans le département création dans une logique volontariste de fabriquer des produits à forte valeur ajoutée, donc de haute qualité made in France. Les designers dessinent plus de 300 modèles chaque année. L'entreprise est dirigée depuis 2009 par Thierry Andruetan (DG) et la Sarl Pigetan (spécialisée dans la fabrication de produits plastiques depuis 33 ans) dont le président est Gérard Andruetan.

La distribution des collections en France se fait par l'intermédiaire de plus de 3000 opticiens dans 80 pays.

Outre les marques propres Tehia et X-One, Grosfilley exploite sous licence les prestigieuses : Azzaro Paris, Loris Azzaro Paris, Chantal Thomass, Charriol Genève, Tehia, Vicomte A., X-One, Zilli.

-Charriol est une marque d'horlogerie et d'accessoires créés à Genève par un entrepreneur français Philippe Charriol en 1983. Les lunettes sont identifiables par ses tenons, branches, coloris interprétés dans l'esprit des montres. Le style C est repris à l'extérieur de chaque monture.

-Chantal Thomass est la griffe de la fondatrice de la marque de lingerie du même nom en 1975 et des lunettes de soleil lancées en 2008 avec REV opticiens. Après moult difficultés la marque passe dans les mains de divers propriétaires dont le groupe Chantelle en 2011. Chaque année, la maison réalise une collection de lunettes

Les Champions de la lunetterie

portant la signature Chantal Thomass, dentelle, laçage et petits nœuds !

-Loris Azzaro connu pour ses robes du soir pour l'élite des années 70. Les lunettes élégantes mais sobres sont à l'image de la firme. Des millions de cristaux Swarovski sont posés à la main dans les ateliers d'Oyannax.

-Vicomte A, marque lancée par le Vicomte Arthur de Soultrait en 2005. Elle incarne l'art de vivre à la française avec un zeste d'impertinence aristo décalée.

-Zilli, une nouvelle ligne, issue de la créativité de la maison lyonnaisede prêt-à-porter fondée en 1965 par Teofilo Zilli, est l'objet d'un contrat de licence avec Grosfilley en 2017. La marque de vêtements s'est imposée dans l'habillement masculin (blousons en cuir) ; elle est présente à travers 64 enseignes sur la planète.

Optisun et Lytot

(Oyonnax)

Les grandes marques françaises savent où s'adresser pour confier la fabrication de leurs lunettes de luxe : soit un artisan de Morez ou des environs reconnu pour son savoir-faire, soit un spécialiste du plastique du bassin d'Oyonnax où fourmillent des entreprises à la pointe du progrès technologique.

C'est le cas d'Optisun, le fleuron oyonnaxien, positionné sur la lunette haut-de-gamme et dont la réputation Made in France lui a permis d'attirer des marques prestigieuses parmi lesquelles se distinguent Anne et Valentin, Jfrey et sa griffe Volte Face, Alain Mikli,...

Comme beaucoup d'entreprises, le petit atelier créé en 1985 par Edmond Maitre a débuté ses activités dans un garage. De déménagements et organisations successifs pour ne pas mourir, la

Les Champions de la lunetterie

société s'installe définitivement au n°56 rue Michelet à Oyonnax. L'expertise en fabrication de montures en acétate de cellulose lui permet de résister à la concurrence asiatique et de revendiquer avec raison le label Entreprise du Patrimoine Vivant(EPV) qui récompense l'excellence du produit en France. Tout est fabriqué sur place du traitement de l'acétate à la finition avec des machines conçues par les outilleurs de la maison.

Maintenant dirigée par l'héritier Olivier Maitre, l'entreprise et sa marque propre Optisun résistent prudemment à la pression des donneurs d'ordre qui la conduirait à une expansion hasardeuse. Mais les opportunités foncières a soufflé le désir d'une nouvelle construction au cœur de la ville ; l'usine de plus de 70 personnes s'appuie aujourd'hui sur un outil industriel équipé de centres d'usinage de lasers dernier cri dans des structures simples et rustiques.

Au n° 54, à côté d'Optisun, la société Lytot développe la tétine de même nom associée à une lunette de soleil par clipsage. La Lytot est le cadeau de naissance idéal qui évite à l'enfant de moins de trois ans de se débarrasser de l'appareil gênant que lui imposent les parents.

GEM Optics **(Ex-GEM Lunetterie)** (Bellignat Ain)

Les sociétés exportatrices ont toujours eu une figure emblématique à leur tête. C'est le cas de GEM Lunetterie fondée en 1978 par Georges Aïm devenu au fil du temps l'un des meilleurs ambassadeurs Oyonnaxiens à l'étranger, en particulier outre-Atlantique.

Au retour d'Algérie en 1962, il démarre son parcours dans la société Paris Eyewear, gros acteur dans le marché de l'optique (aujourd'hui disparue). Pour bénéficier des sources d'approvisionnement les plus

Les Champions de la lunetterie

sûres, il s'installe à Oyonnax où il prend la responsabilité de la société Imo Ferry. Cette maison radiée de la liste des lunetiers a participé au premier salon d'optique Silmo de mai 1967 qui réunit cette année-là 58 exposants. En 1978 il crée Gem Lunetterie. Grâce à son entregent et sa connaissance du marché américain il travaille en sous-traitance pour les plus grandes marques. Il distribue aussi la Ray Ban en France, de concert avec la société Bausch & Lomb.

En 2004, Gem se fait remarquer au Silmo avec Lollipops, look en phase avec l'univers de la marque d'accessoires spécialisée dans les chaussures, les sacs. Les lunettes Teddy Smith sont présentées l'année suivante. La Little Marcel, née de la création d'un simple « marcel » sur la Côte d'Azur, fait le buzz avec son aspect néo-vintage pour les marins !

En 2006 Gem Lunetterie lance la ligne Redskins, (spécialiste de vêtements de cuir) composée de 20 modèles optiques pour hommes (métal à 80%) et 10 solaires.

En 2007, la licence Koporal d'inspiration vintage est signée pour satisfaire les ados.

En 2010, ces marques sont relookées en parallèle d'un nouveau site Internet. Se sont ajoutées Gem Tradition, Vudici et XKSO.

La marque Head fondée en 1950 par l'ingénieur Howard Head bénéficie de la notoriété mondiale du ski en métal inventé par celui-ci. L'entreprise autrichienne produit aussi des vêtements et des raquettes. Les lunettes sont au confluent de la mode du sportwear et de la mode chic.

L'accord de licence avec la maison de haute couture Torrente signée en 2013 concerne une collection optique qui s'adresse aux personnes des deux sexes en quête d'élégance et d'exclusivité. Cette marque

Les Champions de la lunetterie

avait fait les beaux jours de la société Albin Paget de Morez avant sa clôture définitive.

Lorsque le fondateur Georges Aïm passe le flambeau en 2008 à sa collaboratrice de vingt années Annie Viboud, l'affaire florissante vécut encore quelques temps sous la bannière Gem Lunetterie.

Malgré son aptitude à développer sur mesure des collections sous label privé pour le compte de chaînes ou groupements d'opticiens, distributeurs et grossistes, et sa logistique pour la vente de produits sur stock, la fin de l'entreprise de Bellignat surprend. Une procédure de redressement judiciaire est lancée en septembre 2017. Fort heureusement, Mondottica reprend les cinq personnes encore en place sur le site ainsi que le stock de matières premières et la licence Sergio Tacchini.

La société rebaptisée Gem Optics embauche du personnel en mars 2018 sous l'autorité d'un nouveau gérant Robert Constant. Logée à la même adresse son activité est centrée sur les lunettes de protection.

Créations -Poncet et Anacolé

(Yonnax)

La Plastics Vallee regorge de talents qui se sont spécialisés dans la création de lunettes façonnées à la main. C'est le cas de Fabrice Poncet qui tente de défendre la tradition lunetière en produisant des montures d'une élégance que beaucoup de designers méconnus aimeraient s'approprier.

La société Créations Poncet implantée depuis plus de trente années dans le Jura d'abord puis Yonnax travaille l'acétate de cellulose

Les Champions de la lunetterie

pour le compte de nombreuses marques qui reconnaissent en elle le précurseur des lunettes sophistiquées et haut de gamme.

Encouragé dans ses convictions de créateur, le fondateur lance en 2007 sa propre collection Anacolé qui défend la tradition de l'ouvrage bien fait (société de même nom à l'adresse de Crations-Poncet au n° 81 rue de Castellion à Oyonnax). Elle se remarque particulièrement par ses incrustations de strass Swarovski, collage de peaux (lézard, crocodile) et ses inserts métal. L'entreprise est dotée d'un parc de six machines à commandes numériques. Une cellule de création intégrée au siège d'Oyonnax est équipée d'un système de développement assisté par ordinateur (DAO). Un établissement secondaire situé à Clairvaux-les-Lacs (Jura) depuis 2008 participait au processus d'élaboration des produits ; l'usine d'une quinzaine de personnes est fermée depuis novembre 2015.

La lutte sur le marché des lunettes de soleil est chaude et ne décourage pas les savoyards Nicolas et Camille Emeriau qui souhaite faire revivre les lunettes dites « glacier ». Elles ont marqué le début de l'alpinisme des années 50. Ainsi sont nées les kikies en 2015, redessinées par le designer Damien Fourgeaud et habillées par des tanneries du Doubs. La maison Poncet, labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant, participe à la fabrication à partir de l'acétate de Mazzucchelli déjà cité.

Groupe Roussilhe SAS

(Oyonnax et Treillières)

Le groupe Roussilhe s'est constitué au fil du temps sous l'action de son fondateur Michel Roussilhe qui démarre sa petite structure de PME en 1986. Depuis son origine, l'entreprise garde son esprit familial, ce qui ne la freine pas dans son évolution puisqu'elle devient un des acteurs majeurs de la fabrication française de lunettes

Les Champions de la lunetterie

en acétate, mais aussi en métal. Dirigée aujourd'hui par Maxime Rolandeau, la firme se compose des sociétés suivantes :

-à Treillières (arrondissement de Nantes) :

Roussilhe SAS,

Hexagone Lunettes,

Union Jack Eyewear

Roussilhe Invest (activité de holding créée en 2005)

-au cœur du bassin d'Oyonnax, la référence en matière de lunetterie plastique :

Roussilhe Productions, usine installée depuis 1999 au n°8 rue des Frères.

Sur le site de l'Ain, le processus créateur des collections Roussilhe est totalement réalisé sur une surface de 1200 m² : design, prototype, usinage, montage. Toutes labellisées Origine France Garantie, (préférable au sigle CE ou Made in France souvent galvaudé) les marques propres à l'entreprise gardent la tradition du savoir-faire et utilisent les technologies numériques dernière édition. Plus de 140 000 montures sortent de l'établissement chaque année ; la collection acétate est produite avec la stratification exclusive de Mazzucchelli, décidément en vogue à Oyonnax comme chez les utilisateurs locaux d'acétate et en Europe (Italie, Allemagne). Les marques 2018 portaient le nom de Roussilhe :

-Roussilhe Pop qui revendique ses origines dans l'univers du Pop art. Lancée en 2016, elle est suivie en 2018 par une Pop version métal, identifiable par sa ligne colorée semblable à celle en acétate.

-Roussilhe Millesimes, collection de lunettes de tradition, raffinées sur une palette de couleurs très tendance (Bashung, Cluzet,.. pour les plastiques) et Audiard, Carmet, Fernandel, Tati pour la version métal.

-Roussilhe STX acétate et métal.

Les Champions de la lunetterie

-Polassol Optique lancée en 2014 composée de modèles en acétate, métal et combinés, déclinée comme pour les lunettes de soleil en quatre coloris soulignés de deux traits rouges et équipés de charnières flex OBE Uno interchangeable.

-Slide pour le sexe féminin, censée révéler le caractère de la porteuse grâce aux collages exclusifs en acétate autorisant un large éventail de coloris et de motifs.

En 1919, les marques déclinées sont simplement Les Millesimes et Les Pop.

A travers de la société Hexagone Lunette le groupe Roussilhe distribue la marque Bonnie fabriquée à Oyonnax au n° 6 rue des Frères. En souvenir de la sulfureuse Bonnie Parker, elle célèbre les femmes indépendantes, bohèmes avec les lunettes qualifiées de « géniales, attirantes, talentueuses mais aussi bavardes,... ». Chaque paire dessinée et produite jusqu'au montage final est numérotée au sein de séries limitées à 250 pièces. La marque Clyde (Barrow qui avec Bonnie écumaient les banques dans les années 30) est constituée de modèles (métal, plastique et combiné) dont les appellations rappellent les exploits des deux gangsters ou le nom de personnalités américaines. Cette entité est également distributeur exclusif en France de la marque néerlandaise C-Zone, spécialisée dans la lunette métal. Elle a été créée aux Pays-Bas par deux designers Rob Maas et Jeroen Manders.

Depuis 2015, Roussilhe Union Jack Eyewear diffuse deux collections chez les opticiens français :

-William Morris au style très british lancée par Robert William Morris en 1996 par sa compagnie éponyme William Morris London qui fait un tabac dans le monde. Les collections suivent les tendances les plus pointues de la mode. En 2015, des commerciaux exclusifs ont

Les Champions de la lunetterie

parcouru la France au volant de voitures décorées aux couleurs du drapeau britannique !

-Charles Stone NY destinée aux artistes bohèmes aux lunettes carrées type Wayfarer de Ray Ban, pédalant pieds nus sur un vélo antique, les détails sont pesés sobrement pour un résultat classique à prix très raisonnable. Elle mêle un design new-yorkais qui rappelle les années 80 dans un style contemporain.

-La marque Black Label, avec ses 22 montures au côté plutôt obscur, s'ajoute au catalogue de Roussilhe en 2016.

Le succès favorise les initiatives. En 2017, le logo de Roussilhe, connu par ses lunettes rouges, est transformé en un Clin D'œil géométrique et écarlate ! La firme espère ainsi attirer le regard de l'ancien Président François Hollande qui s'est fait remarquer avec des lunettes danoises solaires de la marque Lindberg à l'instar de la fameuse vespa transalpine qu'il chevauchait pour s'égayer nuitamment.

Modern'Optique

(Yonnax)

Il est des lunetiers qui se contentent de proposer leur savoir-faire à des distributeurs dont l'ambition est d'élargir leur réseau en élaborant leur propre marque et en signant des licences d'exploitation. Fondée par René Petrop avant 1950, Modern'Optique est positionnée au départ comme sous-traitant de pièces et sous-ensembles pour le compte de diverses fabriques de lunettes d'Yonnax. Camille Neyron reprend la petite unité en 1962. C'est un gars d'Echallon (arrondissement de Nantua), plus connu pour son habileté dans la lunetterie que par le nom des habitants de l'Ain

Les Champions de la lunetterie

(Aindiens, Idaniens, Ainois ?) dont il fait partie depuis sa naissance jusqu'à son décès.

Les années passent. Un ancien ouvrier du métier de la lunetterie, Jean-Charles De Lemps, rachète l'entreprise en 1978 et s'associe un an plus tard avec un cousin, Jean-Louis Comte. Ils se recentrent sur le créneau des inventeurs puis transforme l'activité sur les deux pôles de fabricant et distributeur.

Aidés de maquettistes de talent les deux dirigeants se spécialisent en 1998 en lançant leur propre marque Paragraphe produite Made in France. Les montures sur mesure en acétate aux designs simples jouent sur les couleurs et les formes, ornées de strass et de gravures réalisées manuellement. La Paragraphe millefeuille offre des montures avec des coloris uniques grâce à la superposition de plaques de matière en acétate multi couleurs.

En 2006, Modern'Optique poursuit son envolée avec la marque Emergence 100% métal dont le design très audacieux (couleurs orange, vert, rose et or) en phase avec le marché et l'évolution technologique est mis en valeur par la fabrication des décors au laser. Les collections incarnent l'élégance française...incarnée par les artisans-créateurs de l'Ain et du Jura qui savent depuis longtemps souligner, habiller et ponctuer le regard, à l'instar des marques Jean Charles de Lemps et Modern'Optique de la société.

Le siège de la société Modern'Optique (d'abord au n° 30 rue Voltaire depuis 2004 et fermé en 2008) est implanté au n°14 Impasse Marcours d'Oyonnax. Dans la ville elle dispose d'un établissement secondaire de fabrication au n° 12 rue Mollard St Jean depuis décembre 2017. Un portail de service est proposé avec OpticVitruve.com, site de communication sur Internet créé par Jean Charles de Lemps dont le président est Bernard Brisson depuis 2011.

Les Champions de la lunetterie

Quant à l'avenir, Modern'Optique peut se réjouir de profiter depuis décembre 2015 de commandes du réseau de soins Carte Blanche quoiqu'elles induisent une fabrication de qualité moindre eu égard aux tarifs imposés, inférieurs aux prix habituels des montures créatives de la firme.

Parasite Design

(Saint-Vulbas)

Les lunettes de créateurs traversent le temps et les superlatifs ne manquent pas pour évoquer les talents des concepteurs et l'originalité de leurs inventions. C'est le cas pour vanter la signature de Chantal Thomass avec ses laçages et autres petits nœuds ; ou encore les montures Zyloware, à la fois sobres et originales avec leurs branches ouvragées qui s'adaptent à tous les visages ; et les lunettes OWP, hautes en couleurs dont l'audace se remarque par les multiples combinaisons de matières et de formes, comme leurs branches qui apportent un cachet original par leur look d'avant-garde.

Quant aux lunettes Parasite elles sortent tout droit de films d'anticipation ! Créées en 2002 par Hugo Martin pour les besoins d'une championne d'escalade (Liv Sansoze) elles s'inspirent des mangas et se distinguent des autres par le système de maintien des montures sur le visage. Le terme branche derrière l'oreille est banni ; il est remplacé par la notion de pattes simples, doubles voire triples, qui s'adaptent à toutes les morphologies par une pression exercée sur les côtés du visage où elles s'agrippent: les pattes inférieures assurent la tenue et les supérieures garantissent la stabilité. La tension sur les tempes est exercée en les courbant vers l'intérieur ou l'extérieur.

Les Champions de la lunetterie

Au départ le fabricant propose deux collections, les Mono à branches classiques et les Stéréo à branches doubles pour la pratique sportive. Une autre collection Molécule X propose des lunettes qui s'hybrident pour un maintien tridimensionnel grâce à une troisième branche qui cette fois vient se poser sur l'oreille ! Avec cette version aux multiples variations, la marque entre définitivement dans l'univers de la science-fiction. Cependant et progressivement, la firme s'est étoffée avec des lunettes plus minimalistes mais toujours au sommet de la technicité. C'est le cas des modèles dont la couleur change en fonction de l'angle de vue ou ceux dotés d'une face irisée LED qui en font des produits « vivants » en détournant les rayons lumineux pour donner vie aux couleurs! (lunettes Scion coloris-morphes déclinées en trois coloris). L'alliance avec Essilor a permis en 2011 de promouvoir la ligne Scanners des verres solaires correcteurs Xperio qui contiennent un filtre particulier générant des teintes différentes en fonction du sens d'observation.

En 2017, Parasite dévoile sa collection Project Zero en impression 3D dont la ligne minimaliste est un concentré de technologie dont la propriété autorise de nouvelles conceptions de charnières dont le mécanisme se situe à l'intérieur de la face (détachement et insertion de la branche sans soudure d'un simple geste dans le tenon).

Chaque année, Hugo Martin renouvelle ses collections en s'inspirant toujours des tendances avant-gardistes. La monture Nuego se veut un accessoire de mode dont l'esprit se réalise « dans la transcendance du motif, par la trinité des matières, des couleurs et de la lumière... ». Depuis 2006, les modèles défilent et se renouvellent : Mirage, constituée de deux couches superposées issues d'une feuille de métal, qui produit son effet d'optique en volume ; Phantom, en acétate sur un squelette de métal dont le corps disparaît autour du motif ; Remix avec une face en acétate qui lui confère un effet rétro ; Anatomy ,sorte de monture évanescence qui semble faite de fibres musculaires en métal rouillé ; Spectre, combinaison de

Les Champions de la lunetterie

squelette inox et corps de branches dans un ectoplasme d'acétate,....

Lunetterie Lucal (Oyonnax)

Dans la mémoire des Moréziens, le nom de Calamand remonte à quelques décennies.

Après l'obtention de son diplôme d'opticien de l'ENP en 1964, Jean-Pierre Calamand rejoint l'entreprise familiale dirigée alors par son frère qui prospère à Oyonnax. Le démon de la création d'entreprise le talonne et il est cité à plusieurs époques dans le bassin de la lunette. Pour les L'Amy il rappelle l'acquisition malheureuse du groupe de lunetterie H.M.L. mis en faillite au début 1990. Il comprenait les sociétés Lamy Jeune, Girard, Solar...et Calamand. En 1992, il rachète à titre personnel un atelier Lucal de fabrication de lunettes métalliques à Morbier. Il le fait prospérer en travaillant avec les clients du show-biz parisien en relation avec Zyloware Eyewear, connue pour la création de la première « marque de célébrités », Sophia Loren, puis de Catherine Deneuve pour sa propre collection. En 2008, Jean-Pierre Calamand transmet l'entreprise à son fils Jean.

Avec trente années d'expérience, Lucal est reconnue comme rompue à la production de lunettes, depuis sa conception intellectuelle jusqu'à sa livraison. Sa main-d'œuvre hautement qualifiée est composée d'ouvriers dont le savoir-faire n'a rien à envier à celui de leurs concurrents d'Oyonnax et de Morez. En nombre, les MOF (Meilleurs Ouvriers de France) se distinguent particulièrement dans cette fabrique qui sous-traite pour de nombreux donneurs d'ordres, avertis du niveau de qualité exceptionnel de la maison. Elle fabrique des lunettes métal et plastique sur modèles proposés par les

Les Champions de la lunetterie

créateurs. Elle dispose d'un bureau d'études et de design intégré (DAO, CAO, CFAO). La fabrication bénéficie de tous les moyens modernes (soudage laser, centres d'usinage, presses à injecter,..)

Piccoli Sarl

(Arbent)

Le fonds de commerce Piccoli voit le jour en 1955. Son instigateur Maurice Piccoli, artisan de l'Ain, ouvre son premier atelier au n° 40 cours de Verdun à Oyonnax. Ses productions se cantonnent dans la branche de lunette en acétate de cellulose dont il devient le spécialiste du fait-main. Il sous-traite pour le compte de donneurs d'ordres qui apprécient ses prestations à la demande et ses compétences hautement qualifiées. C'est le cas des Américains qui s'approvisionnent directement chez les Oyonnaxiens. La fabrication de nez et de joints plastiques est un art qu'il développera de façon artisanale pour répondre aux demandes de petites séries. L'entreprise individuelle devient la Piccoli Sarl en 1972.

Mais la petite usine est à l'étroit au cœur de la Plastic Vallée. En 2012 Catherine Piccoli-Beaudet, qui avait repris l'entreprise après le décès de son père en 2010, déménage dans un nouveau bâtiment dans la ZA de la Laye à Arbent. Plus grand, il est équipé de moyens de production modernes adaptés à des volumes plus importants : presses à découper classiques et système laser, machine à renforcer les branches à l'aide d'armature interne (procédé dit « shooting » ou forçage à chaud), pantographes et fraiseuses à commande numérique, marquage laser, etc. La société se concentre sur la fabrication de lunettes, métier partagé en France par seulement un autre concurrent. Elle travaille exclusivement comme sous-traitant pour des clients et créateurs comme Alain Mikli.

Les Champions de la lunetterie

Après la crise des années 2008-2009, les distributeurs qui avaient délocalisés en Asie, reviennent s'approvisionner vers les vrais spécialistes du haut de gamme. La société Piccoli avec ses 15 employés poursuit sa progression dans la lunetterie de luxe, attirée par le label Made in France des vallées du grand Jura.

Sonia B. Design (S.B.D.)

(Arbent)

Encore une société toute jeune qui n'a pas craint de se lancer dans l'aventure de la lunette à un moment où la conjoncture redémarrait mais avec toute la concurrence asiatique qui menaçait toute initiative dans ce domaine. Sonia Bichat fonde son entreprise en 2004 à Arbent (rue Clément Ader) au sein de la Plastic Vallée : Sonia B. Design (SBD). Le choix de cette appellation n'est par le hasard ! Le prénom évoque celui de la célèbre Sonia Rykiel de L'Amy Group et le B rappelle la marque Agnès B de chez Grasset ! Ses productions sont tournées vers l'industrie du luxe, donc dans le haut de gamme. La SBD investit dans ses propres locaux conçus sur-mesure pour intégrer l'ensemble des métiers propres à la confection de montures d'exception.

Le hasard a voulu qu'une cantatrice canadienne Anne-Marie Faniel, férue d'esthétisme et de visagisme, dessine ses modèles en fonction des différentes typologies faciales. En 2012, elle crée sa propre marque Faniel qui fait un tabac dans son pays et en Europe. Elle utilise des matériaux recyclés, un mélange de copeaux de cuivre, fils de laine et métalliques amalgamé avec des granulés d'acétate eux-mêmes recyclés. Ses montures peuvent s'habiller de pierres précieuses Swarovski. Initialement commercialisées au Québec, elles bénéficient de la notoriété de la chanteuse. C'est grâce à Sonia

Les Champions de la lunetterie

Bichat, l'intermédiaire jurassienne, qu'elle pénètre le marché hexagonal.

Dans le contexte climatique actuel, où les économies de matières et d'énergie sont dans l'air du temps, la créatrice de l'Ain décide de recycler en broyant les chutes d'acétate qui représentent 80% de la matière après découpage des faces. La maison est primée pour le développement d'une machine étudiée à cet effet. Les montures sont différenciées par la couleur et revêtent la mention « Fait-Main en France CE ». Ses lunettes sont portées par des acteurs connus (Omar Sy et la monture Anonyme Paris). La collaboration avec les Canadiens se poursuit : le défilé Miss Pays de l'Ain de la collection Faniel organisé par SBD est un succès qui dépasse les frontières du département ! L'équipe d'Arbent reçoit en 2015 le premier prix de la catégorie « métier » du concours Artinov, lancé en 1993 par la Chambre des Métiers de l'Ain.

Pour répondre à la demande locale, un magasin d'usine est créé avec un opticien et Essilor. C'est probablement le point de départ d'un réseau de points de vente. La Reine du recyclage de l'acétate est bien partie pour conquérir les marchés européens où la marque jouit déjà d'une forte notoriété parmi les différents créateurs avec qui elle travaille. 50% de sa production est vendue à l'export.

Kolo Eyewear

(Yonnax)

Encore un intrépide conquérant de la lunette haut de gamme qui n'hésite pas à défier la concurrence avec un produit bio ! Le créateur Yves Chagny est spécialiste de la fabrication de lunettes techniques pour de grandes marques (Bollé, Ray Ban, Oakley, Vuarnet,...). Déjà Silmo d'Or en 1997 pour le prix de la technologie et de la Mode

Les Champions de la lunetterie

(modèle Lugano), il a réussi au cours du temps à se faire connaître grâce à ses lunettes orientées sport et détente. Les victoires de cyclistes au Tour de France apportent ce regain de notoriété qui pousse les marques hors des sentiers battus.

Kolo (danse en cercle d'origine serbe aux combinaisons nombreuses!) est une collection très récente et néanmoins prolifique avec 42 versions de lunettes personnalisées déjà produites depuis 2012, date de sa création à Arbent, rue de la Tuilerie.

Les lunettes bénéficient de verres polarisants et hydrophobes, offrant la technologie photochromique. Les montures sont en grilamide, plus léger que le plastique. Polyamide transparent, le bio-sourcé à base de ricin (arbrisseau d'origine tropicale dont l'huile est tirée) est devenu une spécialité originale dans un métier qui cherche la nouveauté pour se faire remarquer. La gamme de produits Kolo Eyewear est disponible en France sur des centaines de points de vente et apparaît dans les centres optiques et sur Internet.

Bollé Protection

(Cf. Bushnell Outdoors Products)
(Oyonnax puis Villeurbanne)

CC2L-Simon Cuenot & Fils

(Château Gaillard)

Citons pour mémoire cette entreprise encore jeune (née en 1997) qui s'est spécialisée dans la vente de composants de lunettes aux fabricants, distributeurs et opticiens. La qualité étant essentielle pour des partenaires intransigeants, la réputation de la maison fait

Les Champions de la lunetterie

son chemin sur le Parc Industriel de la Plaine de l'Ain où elle s'est installée en 2016. L'histoire de Comotec à Morez pourrait faire douter de la longévité de la maison si les dirigeants ne prenaient pas garde à la concurrence toujours féroce dans le domaine des accessoires, quels qu'ils soient !

Juillard Lunettes Sarl

(Arbent)

Cette société, située au n°3 rue Clément Ader et active depuis 27 années propose son professionnalisme dans les lunettes solaires et les masques de ski, à travers les magasins de sport et le réseau des opticiens. Jean Julliard est le gérant de la société dont le CA annuel tend vers les 500 000 €. Avec ses accessoires (Chainettes, cordons, clips ,...) les marques Juillard Lunettes et Juyar Sport sont les fleurons de la Maison.

Eurovisie World Wide BV

(Cf. Emmerich Fashion Gmbh -Cabon - Distributeurs Allemagne)

(Ferney Voltaire)

L.A.Eyeworks

(Ornex)

Immatriculée en 2016 elle est dirigée par Margo Willits depuis novembre 2017. Elle bénéficie de l'apport original de deux créatrices de Los Angeles Gai Gherardi et Barbara McReynolds qui depuis 1979 bousculent les codes de la mode dans le domaine des lunettes. Elles sont les premières à utiliser le laser en découpe et gravure. La société d'Ornex distribue leurs marques Fiction et L.A.Eyeworks en France.

Autres sociétés de l'Ain

A quelques exceptions près signalées, elles ont disparu ou changé de nom. Elles sont classées dans l'ordre alphabétique :

Asart Sarl (Oyonnax), créée en 2000 par Christian et Yolande Mascré. Leurs marques Asart et Vue DC ne suivent pas les tendances mais sont intemporelles. Plus qu'une marque, un art de voir dit la publicité de ces lunettes entièrement fabriquées à la main, ce qui leur vaut la reconnaissance du label « Entreprise du Patrimoine Vivant ». En 2019, Vue DC propose aussi la marque Chris M, initiales des époux Macré. La société LGB Eyewear de Pradines (Lot) (Cf. distributeurs français autres) présente aussi Vue DC, ainsi que Naoned en parallèle avec la maison 3 Mai (anciennement société Nao Ned à la même adresse au n° 3 rue Geslin).

BNL Eurolens SA, spécialisée dans la conception et la fabrication de verres solaires polarisants, filiale d'Essilor depuis 2003 (son étude sort du cadre de cet ouvrage)

Baars Eyewear et Associés (Oyonnax) est la rencontre en 2014 entre un designer et artiste de musique électronique parisien Guillaume Thuau (le nom de scène de cet ex-DJ est Baars) et un opticien d'Annecy, Marc-Antoine Rubaud, l'homme du commercial, qui font breveter une charnière magnétique ; les têtes d'articulation sont usinées par Visottica (Italie) ; leurs lunettes solaires utilisent l'acétate biodégradable de Mazzuchelli. Les collections 2016 True Romance (Alabama présenté en édition limitée Blue on Blue) mélangent le métal et l'acétate et vont de la lunette classique à la française aux modèles excentriques féminins. Les modèles Charly et Victor déclinés en trois coloris font leur entrée dans les boutiques de mode parisiennes en 2017.

Les Champions de la lunetterie

Berthet-Bondet (Bellignat), fondée en 1950 est acculée au dépôt de bilan en novembre 2002 pour ne pas avoir su résister au « piège des licences » (cf L'amy).

Bouvier-Jacquot(Oyonnax), fabrique de lunettes des années 50, associée avec six lunetiers oyonnaxiens en 1968 dans **Solo** (Max Pittion, Renor- propriété de Sporoptic Pouilloux, distributeur de la marque Vuarnet-, Levrier, Marc Gaillard, Grosfilley, Marga, Eloptic), réduit à quatre en 1980 dont Landry Opsolan.

Cham'Lunettes Distribution à Montrevel en Bresse(Ain) a démarré son activité en 2008 avec le gérant actuel Philippe Puvilland. Les marques de montures portent le nom de la société, Cham'Lunettes et Esmeralda depuis 2018.

Groupements les 3 P de la lunetterie en 1977 sous l'appellation I.L.S.A (International de Lunetterie SA). (Citée dans le cadre de De Rigo et Thierry Jura). En dépit de cette union, la concurrence est sévère. La course aux griffes s'instaure entre'elles :

- Plastinax avec Balanciaga, Yves Saint-Laurent, Charles Jourdan, Courrèges

- Pithion : fermée en 1979 avec Lanvin, Leroc, Cacharel. Fabrique de peignes dans années 1920, puis de lunettes en 40. Dans les années 60, 70% sont produits pour l'export (principalement USA) Les clients se détournent pour le Japon.

- Pillet à Nantua, devenue SA de Foulon, qui ferme ses portes en 1979.

Eugenio Cisneros (Oyonnax) : débute son activité en 2012 et fabrique des lunettes en acétate optiques et solaires, se diversifie dans les accessoires de mode (colliers, bracelets,...), les ornements de coiffure (barrettes, bandeaux,..) et les bijoux.

Ecoiffier, (Oyonnax) fabrique de lunettes, radiée en 2006. La famille Escoffier est connue par ailleurs pour ses productions de Jouets de même nom.

Les Champions de la lunetterie

Evrard (Oyonnax) créée en 2002 par Fabrice Evrard ; issu de l'industrie plastique de la lunette, il s'est spécialisé dans la production d'outillages et de moules pour la lunetterie et l'ornement de coiffure.

Gaget Bonnaz(Oyonnax) fabrique des lunettes plastiques depuis 1956.

Halatsis Frères (Bellignat) créée en 1971 qui fabrique des montures sous la marque Parisline. La famille a pris les rênes de la maison : Michel en 2005, Eric en 2012, Nicolas en 2016.

Henri Guillet(Oyonnax) fondée en 1993 ; sa réputation est née de la griffe Emmanuelle Khanh pour qui la maison oyonnaxienne produit des montures-mouche sous licence, qu'Henri Guillet avait inventé au début des années 70.

Herem SA(Oyonnax) fabrique de lunettes née en 1998 et fermée en 2017.

Piquet Léandre (Oyonnax) fabricant des premières lunettes de sport.

Rochaix-Neyron(Arbent) née en 1975 et fermée en 2007.

Sogema Eyewear (Arbent) qui appartenait jusqu'en 2004 à Aïress. Le groupe crée des lunettes solaires et loupes de lectures, métal et plastique. Sa structure de contrôle est à Hong-Kong.

Vanessa & Mehdi à Sonthonnax (Ain) gérée depuis 2010 par un duo Vanessa Di Giovanni (titulaire d'un diplôme de commerce international d'Annecy et des expériences réussies dans le domaine du verre) et Mehdi Gaurat (diplômé des Arts appliqués de Lyon et designer graphique lunettes en 1991). Après un passage remarqué chez Alain Mikli ils créent leur société de distribution pour commercer leur propre collection. La particularité de leur monture vient d'une pièce technique intégrée dans les branches qui permet leur ajustement en fonction des asymétries naturelles du visage.

Et d'autres encore, qui fabriquent des montures à Oyonnax pour Sensée (dessinées à Paris) et une autre petite société Retro Kennedy

Les Champions de la lunetterie

de Toulouse dont son patron Pascal Jentet a lancé en 2016 sa propre ligne qu'il fait fabriquer dans l'Ain.

Les Distributeurs et sous-traitants du Jura

Distributeurs du Jura (outre les Lamy)

Morel France (347)
OxibisGroup (352)
Julbo et Solar (356)
Vuillet Vega(359)
Lunettes Jeantet (Cf.Demetz 215)
Gouverneur Audigier (363)
Altitude Eyewear (366)
Mandrillon et Andy Wolf Gmbh(Autriche) (368)
Kara(370)
Code ADN (371)
Zenka Diffusion (Poligny) (373)
AFM Optic (374)
Univet France(375)
Barbarin Hervé(377)
Special Eyes (377)
BL Optique (Lavans-les-St Claude) (378)
Loubsole groupe Batteur (St Claude puis Hérouville)(379)

Les sous-traitants du Haut-Jura :

Thierry SA Lunetterie (381)
Naja (383)
Visiolunetterie (386)
L'Atelier Paget (387) et le groupe Albin Paget
Applications lunetières (391)
Optique 2R (Censeau)(392)
Daloz-Créations St Claude (393)

Les Champions de la lunetterie

Morel France

(Ex-Marius Morel Lunetterie)

(Morbier)

La tradition rapporte que les Morel sont à l'origine de la ville de Morez vers 1500, à laquelle ils ont donné leur nom, modifié avec le Z final de son appellation. Au cours du temps, les ancêtres sont successivement agriculteurs, bûcherons, fabricants de boîtes à fromages, caisses à horloges,...Mais il est inutile d'énumérer tous les métiers pratiqués par la descendance depuis cette période. L'arbre généalogique qui retrace la succession de ces artisans conduit en 1880 à l'aïeul Jules-Morel Seytout, fondateur d'une petite fabrique de lunetterie aux Rousses (finitions de pince-nez). La progression fulgurante de la production jurassienne, entraîne la maison Morel dans une ascension qui se poursuit jusqu'à aujourd'hui.

Le parcours de l'entreprise depuis sa création a fait l'objet d'un chapitre particulier dans l'ouvrage déjà cité « Morez, Vallée des Entrepreneurs ». Nous reprenons les éléments essentiels de cette success-story qui débute en 1934 lorsque le fils du précédent, Marius Morel, s'installe au n° 101 rue de la République de Morez dans un bâtiment de Louis Jacquemin et Cie, société reprise par Lissac (Cf. histoire Essilor).

Sur l'effectif abondant de la bande de neuf enfants de Marius, cinq intègrent l'entreprise en 1951, dont Jacques qui succède à son père (l'une des filles, Françoise épouse René Beaud, fabricant négociant de Longchaumois et successeur de Henri Beaud, dont l'histoire Julbo est décrite par ailleurs).

Marius Morel décide de monter en gamme en proposant des montures en doublé-or. En 1954, il acquiert une partie du site de la SA Consortium Général d'Optique (CGO). Le partage s'opère entre la société lunetière Cochet, la Municipalité qui convertit un des

Les Champions de la lunetterie

bâtiments antérieurs à 1940 en Centre administratif, et celle de Marius Morel. Celle-ci élève un étage supplémentaire en 1956. L'ancien atelier de celluloid est utilisé pour le montage des lunettes fabriquées dans l'unité du n° 101 rue de la République et dans les locaux du n° 18 Avenue Charles de Gaulle, cédés avant 1964 par ODO (usine d'horlogerie transférée au n° 12 rue Voltaire) et dont Marius Morel fait son siège social.

En 1958, la société reçoit l'Oscar de l'exportation.

En 1965, les Morel fabriquent leurs premières lunettes dites fines avec du fil d'or très fin et des tenons délicats mais très résistants : la Tydée, dessinée en 1969, se vendra à plus d'un million d'exemplaires à un public jeune et des stars. En 1980, la marque figure encore dans le catalogue de la maison.

En 1970, l'entreprise emploie 250 personnes. Un designer, Jacques Depussay, fait son entrée dans la structure en 1977, suivant en cela les techniques de diversification vers les lunettes dites mode ou tendance, que les maisons de couture répandent avec le système des licences. Jusque-là, Marius Morel assurait cette fonction de dessinateur artistique avec le succès que chacun lui attribue dans le milieu.

C'est en 1983 que la firme achète la société Cottet, autre acteur majeur de la production de lunettes jurassiennes. L'importance de cette manufacture dans la cité morézienne justifierait un grand détour pour raconter son itinéraire, ou plutôt ses itinéraires car la dynastie s'est séparée pour faire éclore plusieurs sociétés dont celle de Constantin Cottet en Espagne (INDO Internacional SA, spécialisée dans la commercialisation de lentilles ophtalmiques).

Le rapprochement Morel et Cottet porte ses fruits. Il facilite le développement de son outil de production. La création d'une filiale aux USA, Cottet Morel Inc en 1990 (qui devient Morel USA en 2006) positionne durablement l'entreprise familiale sur le marché international de l'optique.

Les Champions de la lunetterie

En 1995, Morel dépose le brevet d'un système d'articulation reposant sur une rotule clipsée donc sans vis. Les collections se multiplient, telle la ligne en bois Öga (analogie avec les modèles des Lapons du 19^e siècle, qui se protégeaient les yeux de la réverbération avec des masques pourvus d'encoches). Haut-de-gamme, atypique pour l'époque, de style scandinave, la collection pour homme urbain, est lancée en 1997 à la suite d'un concours gagné par un designer suédois Jonas Blanking. Portée par la réussite mondiale de ce modèle, les Morel segmentent leur offre et proposent des lunettes clé-en-main.

En 2000, la fusion des Morel et des Cottet est réussie. Les trois enfants de Jacques Morel prennent la relève. Jérôme est Président, Francis directeur du commercial et de l'exportation, Amélie Martin (née Morel) s'occupe du marketing et de la communication. La quatrième génération continue de perpétuer la tradition. 220 personnes sont employées pour fabriquer les produits et les outillages. Quelques licenciements sont opérés lors du transfert des ateliers sur Morbier en 2004. Mais par le biais d'une stratégie atypique, la société s'impose sur le marché international avec le développement de ses propres marques, au design et à l'image particulièrement séduisants. Au début du siècle, l'entreprise dispose de marques propriétaires, toujours en place en 2019.

Cependant l'année 2005 se présente sous un jour moins favorable. L'entreprise doit faire face à différents changements. Les 35 heures par semaine, l'attraction de la Suisse qui suce le savoir-faire des techniciens français, la pression des centrales d'achat et la baisse du dollar depuis le début de la décennie entraînent une forte baisse de la rentabilité. Une partie de la production est délocalisée. Les sites sont rationalisés. Les fabrications sont regroupées à Morbier mais la logistique, encore opérationnelle sur le site de Morez, expédie 1 500 000 montures optiques et solaires dans l'année. La société lunetière, jouant admirablement le jeu de la réactivité pour faire

Les Champions de la lunetterie

face aux exigences du marché, réalise alors 25% de son chiffre d'affaires en France, autant aux USA et 50% au reste du monde.

En 2008 et 2009 le Silmo d'Or de la catégorie monture optique récompense successivement les modèles Osaka et leurs branches (inspirées des paravents japonais) et Sevilla (évoquant les éventails andalous) de la marque Nomad ((qui se décline en solaire avec un clips en acier aimanté).

D'autres brevets protègent la création d'une monture d'exception, la Öga Glastra équipée de branches bi-matière (bois et polycarbonate), objet d'un transfert de technologie innovant. Elle est suivie en 2011 par la monture Öga Hultra (monture percée aux branches bois). Le brevet de la charnière Öga Kusk est déposé : elle utilise le Grilamid de mémoire de forme qui prend sa place dans la liste des nouvelles générations de matériaux.

En 2012, la collaboration avec les vanniers de Fayl Billot(Haute-Marne) débouche sur la première lunette équipée de branches recouvertes d'un tressage d'osier blanc (le saule sans son écorce)!

En 2015, l'association de Morel France avec le designer iconoclaste Ora İto aboutit à la création de la ligne Lightec, équipée d'une charnière flexible sans vis, et injectée avec un polyamide ultraléger, le Lunamide injecté autour d'âme inox. Quant à la collection solaire 1880 elle réactualise les modèles rétro en métal, acétate, combiné ou titane. Ils intègrent la charnière « M » flexible et visible au-dessus de la branche. La lunette de soudeur Augustin, ronde avec verres plats, munies de coques bénéficie aussi de cette robuste articulation.

En 2017, les trois modèles Lilium dotés de la charnière « K »exclusive, tous en couleurs lumineuses complètent la liste des montures en acétate.

En 2018, l'entreprise morberande lance des faces de lunettes en polyamide réalisées par imprimante 3D, à l'aspect velouté. Elles concurrencent avec succès les montures Mykita, Hoet ou Parasite fabriquées aussi par imprimante !

Les Champions de la lunetterie

La société Morel a réussi son regroupement sur le site de l'usine de Morbier appartenant à l'origine aux Cottet. La particularité de la compagnie réside dans l'intégration totale du processus de production (Design Center, prototypes, outillages, méthodes, ordonnancement des fabrications, communication et livraisons). Elle distribue ses produits sur le globe à partir d'un stock centralisé. Dans un environnement concurrentiel, elle se positionne comme une entreprise familiale reconnue internationalement et qui a su imposer ses propres labels. L'indépendance du groupe Morel France depuis sa création en 1880 par l'aïeul Marius, offre la liberté indispensable dont toute entreprise bien gérée a besoin pour assurer sa pérennité. La réussite de ses filiales et de ses réseaux de partenaires exclusifs à travers le monde en est la preuve tangible. Les efforts de communication jusqu'alors centrés sur les marques se portent en 2016 sur le groupe Morel France avec la campagne exaltante de la « saga du chat ».

Lunettes rectangulaires avec une touche high-tech pour les hommes, originales, colorées et discrètes pour les femmes, citons les marques les plus connues :

.Koali : d'esprit créateur du nom d'une fleur d'Océanie, avec de la nacre, un hymne à la féminité.

.Lightec : légère, colorée et technologique

.Rebel : déjà dans la corbeille des Cottet lors de son rachat par Morel

.Nomad : qui vous transporte sur les routes du monde

.Marius Morel Double Or 14 carats, suivi plus tard par :

.Marius Morel 1880 en mémoire du fondateur sur les sentiers jurassiens.

(Les marques propriétaires Tatoo et Cottet ont disparu)

Jérôme Morel est président de la société Marius Morel France depuis 2004.

OXIBISGROUP

(Oxibis-Exalto-Dilem-Jooly)

(Morbier)

L'entreprise est récente mais sa renommée a largement dépassé les frontières de la Franche-Comté. Grâce à l'expertise de son Président Daniel Arnaud et du directeur général Jérôme Colin, également Président du Syndicat Professionnel des Lunetiers du Jura depuis 2007, Oxibisgroup a su tirer son épingle du jeu dans l'âpre confrontation entre les distributeurs français et les ténors italiens. Si son slogan « rendre les lunettes plus joyeuses et plus agréables à porter » répète ce que clament d'autres fabricants-créateurs, dans les actes la volonté d'innovation et l'audace des dirigeants se sont traduits par une progression remarquable sur le plan des volumes d'affaires et l'excellence des rapports humains sur les flancs de la maison élevée à Morbier.

Quatre marques, trois filiales, 120 salariés et distribution dans 35 pays, voici la courte histoire actualisée d'OxibisGroup, tirée du livre « Morez, Vallée des Entrepreneurs » (2009) :

Morbier n'en finit pas de grimper sur les sommets de l'excellence. Après la descente en "schuss" des Romanet, des ODO et la fin des Bourgeois, il était temps de voir une entreprise morberande championne de la créativité, voler la vedette aux maisons moréziennes et à leurs concurrents français aux aguets. Certes, le secteur lunetier innove en permanence, adapte ses collections aux fantaisies de la mode, transforme ses outils de production, s'internationalise et promeut ses produits dans le créneau haut de

Les Champions de la lunetterie

gamme en dépit d'une conjoncture morose. Mais jetons un coup d'œil curieux et admiratif sur la jeune et originale société implantée au n° 8 rue de la Carronnée à Morbier, l'OxibisGroup.

L'entreprise naît en 1992 sous l'impulsion de deux fondateurs, l'opticien Daniel Arnaud le créatif, et le jurassien Jérôme Colin le gestionnaire. Un management à deux têtes est souvent chaotique. Mais la conjugaison harmonieuse de leurs talents est la clé de la prospérité de la firme.

Ils décident de créer leur propre marque de lunettes et donnent d'abord naissance à Oxibis. La créativité, la conception de qualité, et la solidité de la distribution sont les forces de l'entreprise. Au fil des ans, la maison s'affirme parmi les grands de la profession. En 1998, les fondateurs lancent une nouvelle marque Exalto, qui grâce à son design contemporain sait s'imposer parmi les meilleures signatures de la lunetterie haut de gamme. Oxibis est au prêt-à-porter ce qu'Exalto est à la haute-couture !

Forts de leurs réussites, ils enchaînent en 2006 avec le concept Dilem, modèle breveté et inédit de montures à branches interchangeables.

A l'inverse des entreprises qui intègrent en général une forte part du cycle de production, Oxibis a décidé dès l'origine de se concentrer sur la création, le marketing, la finition et la distribution de ses marques propres, dont elle confie la fabrication à un réseau de sous-traitants du bassin local. Le savoir-faire de ces industriels n'est plus à démontrer. L'exemple des sociétés Naja SAS (lunetterie à La Chaux-du-Dombief qui produit aussi les célèbres Santos de Cartier) et Ateliers des Essarts, Jecor (protection et décoration de surface à Morez), qui œuvrent pour Oxibis en est la preuve. Matriçage, roulage des cercles, tribo-finition des branches et tampographie, usinage par commande numérique, contrôle qualité, font partie des étapes

Les Champions de la lunetterie

indispensables à la fabrication de montures made in France ou plutôt "made in Jura".

Dégagé des fonctions matérielles, la firme peut donc se consacrer à la partie noble du processus de création. Depuis 2003, nourris de la mode et des projections futuristes des architectes, des designers abordent les premières esquisses, élaborent les maquettes, participent à l'industrialisation, inspirés, contrôlés, validés par leur chef d'orchestre Daniel Arnaud, lui-même à l'écoute de son inspiration visionnaire sans extravagance. "Se démarquer sans se faire remarquer" : des produits innovants de caractère, c'est l'esprit de la collection. Le succès de la maison vient de l'innovation et des couleurs proposées aux porteurs de lunettes de 7 à 77 ans. Les Oxyfines vendues en 700 000 exemplaires au cours de la seconde moitié des années 1990 marquent l'histoire d'Oxibis.

La victoire s'accroche souvent aux ramifications de l'invention. La réussite est confirmée par les trophées acquis successivement et les nouveautés, dont la marque Jooly :

-1995 : Pont d'or Jeune Entreprise

-1998 : Silmo d'or pour le modèle Flexy. Exalto obtient un Silmo d'argent pour Los Angeles-2001, 2002 et 2003 Exalto est nommé au Silmo d'or avec les modèles Little Rock, Key West et Key Largo.

-2005 : Daniel Arnaud et Jérôme Colin reçoivent le prix Vision et management décerné par le Sidol. Atol, qui replie en France ses montures délocalisées en Chine, confie à l'entreprise de Morbier, associée à Naja, 40000 Ushuaïa, ce qui équivaut à un super trophée de compétence et de confiance.

-2006 : Oxibis-Exalto reçoit le grand prix "Made in Jura", et Exalto le Silmo d'or pour sa monture Istéry.

-2007 : Silmo d'or dans la catégorie innovation technologique pour le modèle Axys et le grand prix international.

Les Champions de la lunetterie

-2008 : Oxibis reçoit un Pont d'or catégorie lunettes optiques, Exalto également dans la lunette de luxe, et Oxibis-Exalto le grand prix Paris, capitale de la création.

-2011 : la ligne Oxibis s'enrichit de la collection Peps, nommée au Silmo d'Or dans la catégorie Innovation Technologique. Les lunettes percées sont équipées de charnières sans vis et sans soudure. La marque Exalto présente la collection Illusion dont le point fort est le jeu de torsion au niveau des charnières.

-2013 : inspirée du prêt-à-porter, la marque Joo ly est un accessoire de mode pour les femmes qui suit les tendances de la mode. Elles se déclinent en séries spécifiques : Ethno Chic (conception en couches d'acétate ajourées avec insertion de tissus), Trench Coat (métal décliné avec la boucle du trench-coat), Ma chemise en jean (faces en tôle, branches élastomère surmoulées sur tissus), Petite Robe Noire pour les soirées, avec un motif dentelle gravé au laser.

-2015 : une collection 65N au style très masculin est conçue en trois formes injectées et sept en métal. La collection 20S composée de quatre formes en titane pour la face, le nez et les charnières

-2016 : le Silmo d'Or est remporté par la société pour son modèle 77H d'Exalto en catégorie Monture Innovation Technologique, toujours pour la charnière technique sans vis à régulation de friction.

-2017 : deux ans de développement sont nécessaires pour mettre au point une charnière 36K qui optimise la flexibilité du système de liaison branches-face.

-2018 : la marque Exalto présente au Silmo une monture en carbone associé au bois avec un look rétro vintage.

Gageons que le clin d'œil aguicheur de cette firme visionnaire va encore la démarquer d'un marché concurrentiel qui la tient ...à l'œil !

Julbo et Solar

(Longchaumois)

La société Julbo est fondée en 1888 par Sévère Bourgeois. Quelques années après sa création, le petit atelier est cédé à Jules Baud qui le développe au n° 205 rue de la République à Morez. Ces Baud n'ont apparemment aucun rapport avec les Beaud (avec e) de Longchaumois mais le tronc commun remonte probablement au 17^e siècle, à une époque où les mauvaises communications réduisaient fortement les mariages hors des frontières du "pays". La fabrique élabore des lunettes pour les carriers et des pince-nez. Sa principale spécialité est toutefois les lunettes à verres correcteurs biconvexes destinées aux opticiens, aux horlogers bijoutiers. Au début du 20^e siècle, les premières solaires dites Cristalliers sont conçues.

L'ancêtre géniteur de la grande famille des Beaud a donné naissance à deux branches dont celle des Lamy Jeune et des Beaud. Ils revendiquent quasiment tous la condition de cultivateurs, lunetiers, inventeurs et patrons d'entreprise :

Honoré Beaud est déclaré lunetier à son compte sous le nom de Société Honoré Beaud. Son cousin Henri Beaud installe une entreprise de lunetterie à Longchaumois, la Société Henri Beaud. René Beaud et son frère Jean-Pierre, fils d'Henri, prennent la suite de l'entreprise de leur père sous la dénomination Henri Beaud et Fils. La fratrie se sépare et René continue seul. Il épouse Françoise, la fille de Marius Morel, grand fabricant de lunettes de Morez (Cf. Morel France ci-dessus). L'entreprise prospère dans le village de Longchaumois.

En 1950, la Vermont, la première lunette de glacier, marque une révolution. Elle est adoptée par les grimpeurs et les rock stars.

Les Champions de la lunetterie

En 1971, Yannick Seigneur se dresse en haut des 8471 m du Makalu. Les Julbo y sont testés. Les trois 8000 mètres de l'Himalaya sont escaladés par Eric Escoffier qui est équipé des produits de Julbo (il disparaît lors d'une ascension en 1998).

En 1979 René Beaud profite du départ en retraite de l'un des associés Chaffongean (qui avait acheté la Sarl Les Fils de Jules Baud en 1943) pour acquérir cette entreprise Julbo de Morez. Il la fusionne avec celle de Longchaumois sous le nom Julbo dont l'origine remonte, rappelons-le à 1888. La marque Julbo est déposée pour faciliter la vente en France et à l'extérieur de la Métropole (Outre-Mer, Turquie, Afrique, Japon, Vietnam). Les randonnées dans les déserts du monde entier poussent les exportations qui atteignent 50% du Chiffre d'affaires.

En 1990, les performances en montagne des champions de l'époque (avec Jean-Christophe Lafaille, disparu en 2006 près du sommet du Makalu au Népal) élargissent l'expertise à d'autres univers : lancement de la gamme Nautic avec Franck Cammas. Les lunettes de soleil pour bébés (Baby) sont lancées. Fort de ces succès Julbo intègre le segment de l'optique enfant en 2007 en mettant au point des montures couvrantes et solides.

Seule entreprise de lunetterie à Longchaumois en 2009, elle prospère comme en témoignent sa structure et son organisation. Elle est constituée de trois unités spécialisées, dirigées conjointement par les deux fils de René : Mathieu et Christophe Beaud.

- Julbo pour les montures solaires, les casques et masques de ski

- Henri Beaud, du nom du fondateur, spécialisé dans les cordons à lunettes et les chaînettes (en concurrence avec AVB, l'Atelier du Vieux Bourg au pays de Brocéliande).

- Pack Beaud pour les étuis à lunettes et les articles publicitaires.

Les trois sociétés sont coiffées par la holding ECLA, initiales d'Etui, Chaîne, Lunette, Accessoires. L'entreprise dispose d'une filiale Julbo

Les Champions de la lunetterie

Inc. aux Etats-Unis. La sous-traitance se développe en Asie et en Roumanie, celle-ci montant en puissance depuis 2005 au détriment de la première. Ce rapprochement vers l'Europe permet la prise en mains au meilleur coût du cycle de production, de la qualité et assure une meilleure réactivité. Les montures solaires sont réalisées à 90% en matière plastique injectée dont l'essentiel du moulage est produit localement, Oyonnax réalisant les finitions.

En 2010, les verres deviennent plus techniques (Zebra, Falcon...) pour satisfaire toutes les exigences des sports extrêmes. La gamme RX Trem est primée par un Silmo d'Or ; chaque sportif peut porter des lunettes solaires adaptées à sa vue. L'innovation appelée SuperFlow fit un tabac en 2015 avec l'écran que l'on pousse en avant grâce à deux clips sur les côtés qui autorise l'air de passer et d'évacuer instantanément la buée (IPSO Golden Award au salon du sport à Munich)

A cette époque, l'effectif en France oscille autour des 80 personnes dont 50 à Longchaumois, principalement dédiées à l'activité tertiaire de la Compagnie (design, commercial, logistique, assurance et contrôle de la qualité et administration). Le nombre de machines y est limité et les surfaces sont dédiées aux bureaux et espaces de stockage. Le nombre de collaborateurs dépasse les 100 en 2017.

Or, la PME chaumerande souhaite élargir l'offre du milieu de gamme de son créneau du sport. En 2017, Julbo annonce le rachat à L'AMY de la marque Solar endormie depuis une vingtaine d'années. Véritable référence de la création française (elle a été lancée en 1958 à Annecy), elle eut son heure de gloire avec Guy Perillat, le champion des JO de Grenoble de 1968, qui porte la collection Solar Ski. En 1970, la marque fournit l'équipe de France. Elle reçoit l'Oscar à l'exportation en 1972 où elle satisfait 120 pays par son chic et son glamour. Les collections Solar s'enrichissent de sports nouveaux tels le freeride, le snowboard et le skatebord. La marque met le pied

Les Champions de la lunetterie

dans le luxe en obtenant la licence Nina Ricci. Jackie Kennedy fait la Une de Paris Match en 1978.

Mais la marque bat de l'aile et s'étiole. Solar, fait partie du groupe de lunetterie HML reprise par L'AMY, et qui dépose son bilan avec les Calamand et autres Lamy Jeune.

C'est Julbo qui reprend contact avec la famille fondatrice de Solar avec la ferme intention de la faire revivre, afin d'assurer la continuité de la croissance de l'entreprise du Haut-Jura, toujours indépendante depuis 120 années.

Les marques en 2018 :

-lunettes de sport et de montagne : Julbo, Solar.

-accessoires : chaînons, clips,... : Henri Beaud, Kisclip.

Vuillet Vega

(Morez)

La naissance de la lunetterie dans le Haut Jura fait éclore de nombreuses vocations, et celle des Vuillet ne se dément pas depuis 175 années. Après la phase cloutière, puis de la période de maturité de l'horlogerie d'édifice, l'industrie de la lunette prend de l'ampleur et la ville de Morez conquiert le titre national de capitale de la lunette. C'est dans ce contexte dynamique que le Chaumerand Célestin Vuillet ne poursuit pas le métier de son père, un talentueux tailleur de pierres précieuses. Certes, l'avenir de la joaillerie est serein. Les parents font partie de la gente aisée quoique modeste, encore que les malles de diamants, de rubis, d'émeraudes colportées dans toute l'Europe aient pu conforter davantage la situation financière de la famille.

Célestin Vuillet crée à Morez sa fabrique de lunetterie en 1843, sise au n° 160 Grande Rue. Il y invente les " lunettes à tempes ", en acier trempé, sans vis ni soudure en 1845. En 1846, il enregistre un autre brevet pour " l'application d'un système de branches en tous métaux,

Les Champions de la lunetterie

à charnières et sans talon, avec lunettes à tempes, soudées ". En 1861, il propose un nouveau modèle de lunette sans soudure dont le développement est assuré conjointement avec François Sylvain Girard. Décidemment féru de souderie électrique et de nouveautés hors des sentiers battus, il conçoit une monture de pince-nez toujours sans soudure en 1879.

Bien installé à Morez, sa réussite ne se dément pas en dépit de la concurrence sur le site. Il est récompensé successivement lors des expositions universelles de Paris (1878) et de Melbourne (1880), où il est déjà représenté par un correspondant. Son catalogue publicitaire popularise ses productions de lunettes " demi extra-fines, fines, demi fines, ordinaires " et ses lorgnons ovales et rectangulaires, sur lesquels il propose le montage de "verres en toutes qualités". La mise à disposition d'échantillons sur demande est une innovation majeure dans la méthode de vente.

Charles Vuillet, le fils de l'ancêtre, poursuit l'activité paternelle dans la même veine de produits. Sillonnant l'Europe, il se fait grand voyageur de commerce, ne se séparant jamais de sa valise de démonstration connue dans toute l'Europe. Mais le dirigeant, dont l'ambition dépasse les frontières européennes, envisage de déployer ses affaires dans le reste du Monde. Il fait imprimer un catalogue technique de sa collection de lunettes et le fait diffuser aux confins des pays lointains. Voyant plus loin que ses concurrents, le précurseur promeut ses articles et développe un nouveau système de distribution, la vente par correspondance (VPC) lui évitant des transports personnels lents et coûteux.

En conséquence le début de la belle Epoque (1900) s'annonce très prometteur. Les célèbres lunettes Aviator Google dessinées en 1910 équipent les pionniers de l'aviation et font connaître la marque morézienne. La gamme des produits s'élargit aux lunettes en plastique, le dangereux celluloïd cause de nombreux incendies. Mais depuis quelques années, les lunetiers travaillent par découpage le

Les Champions de la lunetterie

Rhoptix (appelé aujourd'hui acétate). C'est le cas des Vuillet et Fils, en avance sur les autres utilisateurs depuis 1939. Le fabricant du produit, Rhône Poulenc, sponsorise des manifestations pour le promouvoir. La maîtrise de l'entreprise dirigée par Maurice Vuillet se confirme à l'export, en particulier en Indochine où d'excellentes relations sont entretenues. La chute de Saïgon entraîne celle des expéditions des "grosses " et un repli sur l'Europe.

L'entreprise conduite par Maurice et son fils Georges s'implante aussi dans les colonies d'Afrique, comme la Côte d'Ivoire et le Sénégal. Les commandes sont traitées directement avec les opticiens ou par l'intermédiaire des comptoirs d'achats tels que le CFAO (Comptoir Français d'Afrique d'Occidentale). La multitude des Vuillet lunetiers à Morez oblige Maurice à se différencier par une nouvelle dénomination Vuillet Vega. Car les Vuillet font florès dans le Canton de Morez. A telle enseigne que la flopée de familles portant le même nom doit distinguer chacune d'elles par des modifications orthographiques ou par des compléments explicatifs ou imagés ; la brillante étoile Vega est accolée au nom de famille et cette association a survécu à tous les soubresauts économiques et aux conflits.

Georges succède à son père et doit affronter la décolonisation au cours des années 1960. La fin de la guerre d'Algérie en 1962 impose un recentrage des activités sur l'Europe alors que la fidélité et l'amitié de ses clients ultramarins ne se dément pas. Ils forment " une équipe soudée, une famille dans la famille des Vuillet ". Le patron introduit le plaqué Deux Ors qui conforte la renommée de Vuillet Vega.

Le virus du père pour la technologie et les collections avant-gardistes se transmet naturellement au fils Gérard. Le descendant actuel, le cinquième de la remarquable lignée des Vuillet, reprend le flambeau de l'affaire. Dans les années 1970, il optimise et consolide les positions de la firme en Europe. Il développe ses marchés au Moyen-

Les Champions de la lunetterie

Orient où les exigences sont sévères et l'étalage exigeant. La lunette change de caractère. Sujet utilitaire, ce bijou se pare des atouts des objets de luxe. Personnalité, originalité et grâce, caractériseront toujours l'accessoire chic au service de ce "paraître" subtil des bourgeois recherchés, ou du clinquant "tape à l'oeil" de la gente fortunée de la Jet Set et du Showbiz.

La maison Vuillet Vega domine encore la ville de Morez au n° 24 Avenue Charles de Gaulle, poursuit sa haute lutte pour maintenir au plus haut niveau sa tradition et son talent reconnu pour associer les formes et la matière. En 2006, elle reçoit le label « Entreprise du Patrimoine Vivant » (le trophée sera renouvelé trois fois, la dernière en 2017. Il repose sur la maîtrise ancestrale de techniques traditionnelles centré sur un territoire donné)

Elle est le premier fabricant de montures en métal qui reçoit en 2011 le label « Origine France garantie », déposé sur l'ensemble de ses collections. En 2014, l'entreprise est nommée pour sa monture Céleste dont l'articulation tenon-branche (sertie de pierres précieuses) nécessite un usinage digne des meilleurs outilleurs.

En 2018 la société de Gérard Vuillet refond totalement sa communication et innove encore avec la présentation au Silmo, d'une nouvelle branche flex en bois et acétate, développée grâce à l'aide d'Alutec et de Naja de la Chaux-du-Dombier.

Les marques proposées :

- Aviator, nom utilisé par la maison Jeantet pour sa marque Aviator Google (Cf. Demetz)
- Gérard Vuillet, portant le nom du dirigeant actuel, une monture d'exception pour la vie !
- Prestige, le fleuron de l'Orfèvre Lunetier Morézien et qui se porte comme un bijou
- Prima Linea : classique et soignée
- Sign, colorée et tendance pour la ville.

Lunettes de Protection Léon Jeantet

(Morez)

(Cf. Les distributeurs Demetz Optique et Visioptis)

Gouverneur Audigier

(Morez)

Premier de cordée dans la fabrication de la branche de même nom, la maison Gouverneur Audigier âgée de 140 ans a reçu en 2017 le label Entreprise du Patrimoine Vivant, une marque de reconnaissance de l'Etat qui distingue les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence. L'histoire de cette firme née sous la Troisième République est racontée dans l'ouvrage « Morez, vallée des entrepreneurs » déjà cité. Le texte ci-dessous daté de 2009 est la reproduction à l'identique de l'extrait cité par les dirigeants de l'entreprise sur leur site officiel <https://www.gouverneur-audigier.com/> :

...Clément Gouverneur, né en 1852, est l'inventeur du procédé de fabrication de « branches crochet cordé », sorte de système à ressort sans cesse perfectionné par lui-même et modernisé par sa descendance. L'entreprise est fondée en 1878. Elle fabrique des pince-nez sans soudure. L'aïeul est un très bon mécanicien, un novateur, et les descendants disposent certainement d'un sens inné de la création.

Autrefois, tous les membres de la famille torsadaient le fil sous les combles de la maison, installée depuis l'origine au n°66 rue de la République. Et le fondateur avait dessiné les plans de son usine en conséquence : aux étages des demoiselles (censées garder les secrets

Les Champions de la lunetterie

de fabrication pouvant être divulgués par l'épouse à un conjoint trop bavard!) plus bas les besognes moins confidentielles. De nos jours encore, une veille machine d'un autre âge garde un secret jalousement entretenu par les opérateurs qui les servaient.

Clément construit son usine en 1878. A l'arrivée de son gendre en 1905, la société change de dénomination. « Gouverneur Audigier » fabrique depuis 1907 des lunettes et des pince-nez mécaniques, des lunettes à « grillages mobiles » et des drageoires (cercle réalisé en fil drageoir en forme de V). L'entreprise pratique le polissage et le nickelage soignés, exigés par une clientèle déjà très avertie et exigeante. En 1914, les événements obligent les dirigeants à se diversifier. Ils tordent et vrillent tout ce qui s'apparente à du fil en hélice, comme les agrafes pour corsets, les barrettes à cheveux et les « rugueux », sorte d'écouvillon pour enflammer l'étoupille des canons.

Après la Grande Guerre, pendant laquelle l'usine pâtit du manque de débouchés, elle poursuit ses fabrications de pince-nez et de branches. Elle se lance cependant dans la confection complète des lunettes et le catalogue des années 1930 offre déjà une alléchante diversité : lunettes à « griffes » ou « glace », où le cercle brille par son absence, les modèles « imitation écaille » équipés de nez exotiques, mexicains ou américains, destinés aux joueurs de golf, élus et autres diplomates de la « haute société ». Les pince-nez sans soudure font partie de la collection. En témoignent les multiples balanciers et outils simples dits « blocs suisses », utilisés pour torturer le fil et lui imposer les doubles formes symétriques ovales sur lesquelles vient s'accrocher en souplesse le nez fixe ou mobile. La firme se distingue aussi par l'originalité de ses montures pliantes.

La réussite commerciale de la firme incite Camille, le fils de Clément Gouverneur, à construire un nouvel atelier le long de la Bienne. Entre 1945 et 1948, l'appartement du rez-de-chaussée du bâtiment principal cède la place au bureau directorial. Après l'engouement

Les Champions de la lunetterie

pour le plastique dans les années 50, la production de lunettes en métal reprend vers 1965. Les travaux à domicile sont néanmoins stoppés en 1970. Depuis cette date, de nouveaux équipements très performants remplacent les anciennes machines plantées au milieu des courroies, des poulies de transmission et des renvois sous les plafonds. Qu'il paraît lointain le temps où les machines à plier les nez, à former les cercles, à souder de la Sitar à corder de la Belle Epoque, organisaient la ronde autour des presses à clavettes des Frères Bréguet de Genève, Perla de Richert-Laval de Besançon, Champion de Descours et Cabaud de Lyon.

Et que l'on ne s'y trompe pas. Dans un paysage lunetier très concurrentiel, la société Gouverneur Audigier résiste, grâce à la prudence des dirigeants et à l'avantage économique de disposer du même toit industriel depuis l'origine sans déboursier un sou vaillant pour suivre la mode du « toujours plus grand » !

Quoi de neuf depuis cette description ?

Sous l'impulsion du créateur Brice Maître, un ancien opticien devenu chef de projet (il a ouvert son bureau d'études, Conceptregard en 2009 et lancé la gamme de montures Traxx Made in Jura dont les modèles portent les noms de lacs jurassiens), crée en 2013 une gamme Gouverneur-Audigier classique et Clément Gouverneur avec des composants neufs de la Folle Epoque découverts dans les stocks de la bâtisse.

Lors du départ en retraite en 2014 de l'arrière-petite-fille du fondateur, Françoise Morel-Mottet, l'entreprise est rachetée par Philippe Girod et Frédéric Ferrant (un ancien de Prada et Mikli). Les gammes sont revisitées. Quatre formes de lunettes de la collection sont disponibles en près de 60 000 combinaisons. Elles sont donc fabriquées sur mesure et personnalisables : Forme, taille, type de branches et de verres,...et même des modèles en cuir perforé

Les Champions de la lunetterie

couleur bleu marine, noir, vert ou violet. Du vrai fait-main à l'ancienne, la tradition bi-centenaire de Morez !

-Gouverneur Audigier

-Gouv/au s'inspire en la modernisant des formes classiques de la marque historique mais s'adresse à une clientèle plus jeune. Elle propose une structure métallique aux torsions originales propres au génie de la firme, tout en évitant le tape-à-l'œil à la mode.

-Gouverneur luxueuse haut-de-gamme, avec des revêtements nobles (or, platine,...). La monture Conventus mêle le métal à l'acétate et la version Patte de velours tachetée rappelle la courbe d'une queue de félin.

Altitude Eyewear

(Prémanon)

La concurrence n'a pas effrayé Erice Baraffe et Yann Christophe Lozac'h quand ces deux parapentistes et professionnels depuis quinze années de la lunette de soleil sportive décident de tenter leur chance au début 2013.

Ils s'installent à Morez au n° 7 rue Gambetta avant de déménager à Prémanon, à deux pas des stations de ski du Haut-Jura, où les fabricants de montures solaires se sont déjà fait une place au soleil comme Julbo à Longchaumois. L'étude, la conception, la commercialisation de lunettes et accessoires de sport et d'optique n'ont pas de secrets pour ces aventuriers de la montagne ; la président Eric Baraffe est designer de formation et bénéficie d'une collaboration fructueuse avec Philippe Starck. Chacun de leurs côtés, les dirigeants avaient auparavant imaginé et fait réaliser des dizaines de modèles pour le compte d'autres distributeurs.

L'entreprise est donc jeune mais elle dispose déjà de deux familles de produits qui les distinguent des rivaux :

Les Champions de la lunetterie

-l'une est destinée aux sportifs qui pratiquent leur activité à haut niveau. Fonctionnels, elles sont regroupées dans une gamme en plastique injecté et font appel au surmoulage des parties souples en contact avec le visage. Les lunettes sont pourvues de verres polarisants ou photochromiques (Skylab) ; l'Ultimat fait dorénavant partie de la bible des parapentistes pour sa légèreté et sa ventilation idoine !

-l'autre en acétate de cellulose est destinée à l'après-sport donc pour la rue ou les promenades décontractées hors des pistes.

La collaboration avec les athlètes est primordiale ; ce sont des sportifs confirmés qui utilisent les lunettes de manière intensive et dont ils exigent protection et robustesse. Parmi les amis, les concepteurs ont plaisir à citer Honorin Hamard champion du parapente extrême, Nicolas Fayol le freestyler en kayak, l'alpiniste à ski Axelle Mollaret, le vététiste Florian Buffard et l'endurant Freddy Thevenin des trail runner.

La société n'oublie pas les futurs champions que sont les enfants de un à douze ans. Le salon Mondial de l'Optique 2016 a nommé les petites lunettes made in France Aïe (représentée à Aubervilliers par New Time -Cf. Distributeurs France autres), ludiques et colorées équipées de charnières flexibles et d'un cordon de sécurité (doudou, bambino,...)

Altitude Eyewear doit réussir dans ce bassin historique de Morez où se concentre le savoir-faire lunetier depuis deux siècles.

Les Champions de la lunetterie

Mandrillon René

(St Pierre en Grandvaux)

et

Andy Wolf Fashion GMBH

(Hartberg -Autriche)

L'entreprise René Mandrillon de St Pierre en Grandvaux avait derrière elle 57 années d'activité dans la fabrication de lunettes en métal lorsque les difficultés de 2015 l'ont conduit à subir deux redressements judiciaires successifs. Ce sont des Autrichiens qui vont la sauver !

La société familiale Mandrillon René & Cie est implantée à l'origine à Morez au n° 13 quai Aimé Lamy. Issue de deux René, Braize et Mandrillon, et d'un Joseph Nicolazzi, elle y reste trois décennies avant de déménager au début de 1990 à St Pierre près de Saint-Laurent en Grandvaux. Ses productions sont en métal haut de gamme. La bonne réputation du sous-traitant et une conjoncture favorable l'autorisent à mener une activité normale dans la région. Mais en 1995, un premier dépôt de bilan provoque un changement de management. Patrick Girod à Petit devient gérant puis propriétaire quand le groupe qui avait racheté la société lui cède ses parts en 2013.

Mais en 2015, les affaires tournent mal et le deuxième dépôt de bilan se traduit encore par un plan de continuation et de remboursement des dettes. Le dirigeant envisage sérieusement d'abandonner la poursuite de ses affaires, en dépit de bonnes relations commerciales, en particulier avec Andy Pirkheim, le cofondateur de la marque de lunettes haut de gamme Andy Wolf.

Quelle est cette société autrichienne ?

L'entreprise de production de lunettes est fondée en 2006 par Andreas (Andy), Wolfgang (Wolf) et la designer Katharina Slager. La

Les Champions de la lunetterie

base est implantée au Ökopark à Hartberg au sud-est de l'Autriche (Styrie). La clientèle des particuliers est visée. La matière utilisée est l'acétate et le processus de fabrication est manuel : coupage en lamelles du matériau disposées selon le dessin saisi électriquement et transformation en bloc sous la chaleur et la pression. Les lunettes, optiques et solaires, portent les prénoms des collaborateurs de la firme (50 personnes en 2016). Tout est fait maison, même la publicité !, se glorifie le co-gérant et directeur général.

Mais leur créneau est encore limité aux montures en plastique. Lorsque l'équipe veut étendre leurs offres- produits au métal, cette ambition est impossible sur le site autrichien par manque de capacité. Lors du 10^e anniversaire de la société, fêtée au Silmo de l'automne 2016, la rencontre entre Patrick Girod et Andy Wolf se conclut par un deal qui satisfait les deux entités : la firme jurassienne est sauvée par une société concurrente qui souhaite utiliser le savoir-faire des lunetiers du Jura dans les montures en métal revenues à la mode. En contrepartie, l'entreprise est cédée à Andy Wolf qui détient la majorité du capital au début 2016. (Patrick Girod quitte la gérance en Mars 2017). Une quinzaine d'employés est sauvée et six personnes sont recrutées. La poursuite de l'activité est concrétisée par une commande de 10000 lunettes. 14 modèles optiques (acier inoxydable et nickel d'argent), toutes munies de verres Zeiss, sont proposées en édition limitée de 500 pièces par style et par couleur.

En Septembre 2017, Andy Wolf Fashion Gmbh poursuit sa marche en avant en agrandissant l'usine d'Hartberg. Une nouvelle salle d'exposition de 1000 m² est présentée aux visiteurs ; un atelier de production et une section de vitrification des lunettes de soleil sont créés... et des bureaux additionnels complètent les installations d'origine. Quant à la zone industrielle de Saint-Pierre en Granvaux,

Les Champions de la lunetterie

elle compte s'étoffer d'un complément d'effectifs pour atteindre la cinquantaine d'ici 2020 à comparer aux dix-neuf en place en 2017. L'enseigne sera modifiée et il n'est pas exclu de voir sortir de terre un nouveau bâtiment ! En attendant, la société a disparu du classement des lunetteries sur l'annuaire de France-Optique et la marque Andy Wolf réintègre la maison à Hartberg.

Kara

(Châtelneuf)

Chez Kara à Châtelneuf(Jura) il souffle peut-être un petit parfum de Morez, la capitale de la lunette ! Les murs de la propriété datant de 1811 où s'est implantée la société en 1997, portent encore les traces de leur ancien propriétaire : Victor Poupin (1838-1906) journaliste anticlérical et député lié à la sculptrice Marguerite Gagneur dite Syamour, fille de Wladimir Gagneur (1811-1945). En effet, deux rues de Morez portent le nom de Poupin et Gagneur. L'environnement à la fois littéraire et artistique du lieu inspire les deux fondateurs Martine et Eric Forsans qui ont pris possession de la bâtisse où naissent leurs créations. Tous les deux sont issus du milieu lunetier : le gérant comme son épouse ont une expérience d'un quart de siècle dans le métier.

La firme a élaboré plusieurs collections :

-Eric Forsans, lancée en 2004, pour homme et mixte où le pied de poule écossais est en harmonie avec l'allure des élégants raffinés. Elle est constituée de 30 modèles où le cuir est en vedette pour son aspect précieux. Ils sont disponibles en trois coloris, en métal ou combinant le métal pour la face et acétate pour les branches.

Les Champions de la lunetterie

- Martine Forsans féminin pour les contemporaines. 40 modèles sont réalisés en acétate, parfois transparents ou assortis de tissus.
- Karaverso et Karayokko sont destinées à une clientèle en quête d'originalité (plus de 60 modèles dont certains sont destinés aux enfants).

Code ADN

(Chaux-du-Dombier)

Basée dans le Jura (Chaux-du-Dombier), cette nouvelle société sortie de l'idée conjointe d'un ancien opticien, Philippe Diné et de Dominique Alba, business angel dans une dizaine de sociétés. Nous l'avons déjà suivi dans ses pérégrinations antérieures : d'abord chez Logo où il entre en 1994 à Joinville-le-Pont comme responsable commercial, il poursuit son ascension en 1999 comme Président du Directoire, poste qu'il abandonne en 2009 pour la société Alain Mikli International. Il quitte cette fonction le 15 novembre 2011. Dans la foulée il est nommé PDG de l'Amy. L'entreprise de fabrication et de distribution de lunettes, typiquement française, est créée en 2013 dans un but novateur s'appuyant sur les vrais besoins des consommateurs. Les associés se sont adressés en plusieurs rencontres à des utilisateurs pour définir leurs attentes traduites en neuf concepts... gardés secrets.

De ces travaux d'approche sort une feuille de route qui est déclinée par les marques iHuman et French night dont les premières versions sont présentées au Silmo 2013.

La première collection Pocket Serie apporte une solution au problème de l'étui de la lunette, trop volumineux donc encombrant dans la poche. Sa conception a nécessité le dépôt de sept brevets : les charnières micrométriques à goupille crantée, les branches en alliage les plus modernes, la rétractabilité de la monture et la technologie

Les Champions de la lunetterie

de répartition des masses dans la lunette aboutissent à la réalisation d'un produit extra-plat qui tient dans un volume équivalent à un smartphone. Tous les éléments de la Pocket Serie sont jurassiens : les branches et la face sont fabriquées et montées à l'usine de Chaux-du-Dombier, les manchons sont moulés à Saint-Laurent, les couleurs bénéficient de la maîtrise des usiniers moréziens.

L'innovation d'iHuman ne s'arrête pas là : la firme sort la première lunette en caoutchouc-métal qui se traduit par une solidité à toute épreuve des chocs et une flexibilité extrême. La OffLimit serie est déclinée en trois versions et disponibles en 3 à 5 couleurs :

-La Business en métal matricé et les branches en Cordan (bi-structure coulissante constituée d'une âme en inox et d'un corps Flexisolid).

-L'Iron avec la même structure et les branches déportées sur un axe plus central qu'habituel pour un effet ressenti de plus grande légèreté.

-la Sports design avec une face en matière plastique légère et soyeuse au touché.

Enfin, iHuman se range d'emblée sur le créneau prometteur des produits connectés. La FindMe série est dotée d'un système qui permet de retrouver la paire perdue par les étourdis. La solution technologique du Bluetooth embarqué consiste à la doter d'une puce, d'un bipper, d'une micro-antenne et d'installer une application téléchargeable sur un smartphone. Si la sonnerie est inefficace, un radar indique l'angle et la distance de l'objet égaré. Et vice-versa, en agissant sur un bouton sur la monture, une sonnerie est déclenchée sur le smartphone souvent disparu au fond d'un sac. Les grands-mères y avaient pensé bien avant l'ère de l'informatique en accrochant les binocles à un collier suspendu autour du cou !

Après un succès retentissant dans les pays anglo-saxons et méditerranéens, la société compte bien réussir son entrée en Asie où il faudra adapter le design à la morphologie des orientaux !

Zenka Diffusion

(Poligny)

Il est tentant de se laisser enivrer par l'encens qui embaume chacun de ses pas ! Les fondateurs de Zenka, Patricia et Lionel Charmoille ne sont pas tombés dans cet excès d'optimisme lorsqu'ils démarrent leur société en 2000 à Poligny au n° 3 rue de la République. Et pourtant, la réussite accompagne la mise en application de plusieurs brevets relatifs à des « montures de lunettes transformables » et des « façades modulaires interchangeables pour lunettes ». La société Tand'M de François Jullien, créée en 2006, dispose d'un studio de création intégré. Elle accompagne les inventeurs depuis la réflexion initiale jusqu'à la réalisation des supports marketing. Ainsi, en 2004, Tand'M propose plusieurs modèles Zenka aux formes originales et assorties de clip décor qui les équipe en trompe-l'œil et paraissant détaché de la monture. D'un simple clic on passe d'une face plate à une lunette cerclée et branchée. Il fallait y penser ! Zenka c'est Zen et Ka comme chaque cas est unique, indique l'originale Patricia Charmoille.

C'est le début de la crise mondiale en 2007. La petite entreprise est cédée à François Jullien, dirigeant de Tand'M et propriétaire de la marque Bugatti Eyewear. Celle-ci n'est pas inconnue pour les Moréziens : la licence exclusive est exploitée par Augar International, la firme créée de toutes pièces par Hervé Lamy, le fils de Robert Lamy fondateur de l'Amy. Lorsque la société Augar est clôturée pour insuffisance d'actif en juin 2011, la marque Bugatti est attribuée à la société Mythik ...dont le principal actionnaire est François Jullien à Poligny (Elle sera radiée en avril 2017).

En 2011, les Charmoille rebondissent. Zenka Diffusion est rachetée par ses fondateurs. Dans l'opération, huit personnes sont reprises et

Les Champions de la lunetterie

continuent l'aventure chez Themata, la ligne de montres à bracelets interchangeables conçues et distribuées depuis 2011 par Patricia, la spécialiste de l'art modulaire, passionnée de customisation et enthousiasmée par la qualité des artisans du Haut-Jura. Les lunettes modulables de Zenka poursuivent leur vie de transformistes !

En 2013, lancement de Face & Cie (que la publicité suggère de lire « facétie ») : la monture caméléon est fabriquée en polymère TMG avec faces interchangeables en inox Titadur. L'élasticité de cette matière facilite le clipsage de l'élément amovible qui suit les tendances du moment. Le premier du jury du salon Vision Expo West de Las Vegas incite la créatrice de la maison à lancer la distribution de la ligne en Amérique.

Au Silmo 2014, la marque Zenka annonce la sortie de deux nouvelles lignes de montures et...5400 versions de lunettes dont il n'est pas possible d'envisager une mise en stock. (la maison en propose 40 289 combinaisons en 2019) Aussi, Zenka crée-t-il une notice d'aide à la vente, le Kit Visagisme (12 formes, un nuancier et une fiche d'aide au choix) ; un concept « Artist » de Zenka permet de dessiner et de décorer à sa guise sa paire de lunettes dont la qualité du support ne s'altère pas après effacement de la lubie passagère à l'aide d'un dissolvant quelconque. La face du monde est en train de changer ! Les marques de Zenka alimentent 1600 distributeurs et opticiens à travers le monde (dont l'Autriche, le Canada et l'Australie). Face & Cie, Zenka, Zenkid's, Zentyp.

AFM Optic

(Patornay)

Il est toujours agréable d'associer le nom d'un village du Haut-Jura à celui d'une société qui en fait la promotion avec ses créations de

Les Champions de la lunetterie

lunettes. Car c'est en plein cœur de Clairvaux-les-Lacs, que s'est installée l'entreprise AF OPTIC.

A la fin des années 60 Jean Marmillon crée son entreprise de lunetterie Prodoptic. Ses productions sont vendues à des fabricants qui lui sous-traitent leurs pièces détachées et montures. Il se spécialise dans la création de lunettes en acétate dont la propre marque Jean Maryll en 1980. Des demi-lunes à l'anglaise, robustes avec leurs rivets trois points, sont encore sur le catalogue en 2018. Déclinées dans toutes les tonalités d'écaillés dans des plaques multicolores, elles représentent le savoir-faire artisanal de la maison qui se poursuit depuis 1988 avec AF Optic installée à Patornay, dans le canton de Clairvaux. Toutes les montures en acétate sont fabriquées artisanalement mais la spécialisation dans un choix étendu de couleurs engendre un nombre d'opérations manuelles nécessitant l'aide de commandes numériques. D'autant plus que l'usine réalise des modèles exclusifs en petites et grandes séries.

L'entreprise, dénommée AFM Optic depuis 2011, perpétue la tradition familiale avec Franck Marmillon qui donne son nom à une nouvelle marque Franck M.

Depuis 2015, la société s'est lancée dans la fabrication de montures en métal et combinées avec l'acétate.

Les marques 2019 sont les suivantes :

Franck M, Marmillon Lunetier, Maryll.

Univet France

(Morez)

A l'heure où les entreprises de lunetterie de Morez mettent la clé sous la porte, il est réjouissant de voir éclore un nouvel atelier voué à

Les Champions de la lunetterie

l'art de la monture. Et c'est un ancien de la ville qui se permet de lancer un défi à la conjoncture défavorable pour ceux qui osent se lancer dans l'art particulier de la lunette de protection, là où beaucoup de concurrents locaux ont abandonné la partie ou sont repris par d'autres sociétés plus importantes.

Nous sommes en 2010. Jean-Michel Gaillard décide de mettre en avant le dynamisme né de son père, ancien cycliste amateur, et d'avancer ses pions sur l'échiquier lunetier. Ce Morézien de pure souche est le directeur général de la société Univet France du n° 18 Avenue Charles de Gaulle (PDG Sébastien Fangeat). L'entreprise est l'émanation d'Univet, leader incontesté en Italie qui propose des lunettes de protection oculaire sur une gamme très large de montures et de filtres, pour le milieu médical notamment en zone stérile (pharmacie, chimie, biotechnologie), l'armée, l'industrie et le sport en général. La société italienne conçoit, développe, fabrique et commercialise des masques spécifiques à chaque situation et adapté à la morphologie des opérateurs. Le sur-mesure est à la portée de tous. La gamme spéciale pour les dentistes et la chirurgie dispose de système grossissant protégeant contre les sources laser et rayons X. Les modèles allient le design transalpin et les dernières avancées technologiques en matière d'injection de deux matières différentes (brevet Softpad) ;

En février 2017, une coopération est signée entre la société Univet France et Novacel pour commercialiser auprès des opticiens plus de 1000 références. Née à Château-Thierry en 1994, Novacel fabrique une gamme étendue de verres et exploite les divisions optométrie et contactologie. (Elle est la propriété à 75% d'Essilor). Ce partenariat va permettre l'ouverture au monde de l'optique des produits incontournables de la société Univet de Morez qui doit profiter naturellement de cette diversification.

Les Champions de la lunetterie

Barbarin Hervé

(Morbier)

Les meilleurs ouvriers de France se reconnaissent dans le Haut-Jura par leur dextérité inégalable pour fabriquer des lunettes à la demande. C'est le cas d'Hervé Barbarin (lauréat 2000 des MOF) qui s'est spécialisé dans la réalisation de montures sur mesure en acétate et en métal. La production est réalisée comme autrefois dans un petit atelier situé à Morbier où d'autres entrepreneurs ont posé aussi leurs installations, déménagées le plus souvent du fond de la célèbre vallée, berceau national de la lunette française.

Après un passage prolongé chez Albin Paget, ce mécanicien ajusteur titulaire d'un CAP est fabricant de prototypes. Le hasard d'une rencontre et une demande spéciale d'un client le décident à monter une micro entreprise en 2005. Là, il réalise des lunettes spécialement adaptées aux enfants microcéphales, et particulièrement aux petits ou grands nez. Le réglage, le soudage, le rétreint (modelage au marteau) et les travaux de presse n'ont aucun secret pour cet artiste du savoir-faire unitaire. Sa réputation grandit et la demande arrive dorénavant des opticiens nationaux et internationaux. Il éprouve un certain plaisir à faire visiter son antre où comme autrefois il transforme le maillechort et l'acétate pour des besoins uniques que la postérité pourrait inclure dans le catalogue des lunettes originales.

Spécial'Eyes SAS

(Lons Le Saunier)

Cette société est récente : créée en 2013 à Lons-le-Saunier, elle est dirigée par Jean-François Boiteux. La Holding Calvi qui représente

Les Champions de la lunetterie

l'entreprise J.F.boiteux est mandataire des deux sociétés : Spécial'eyes et Special'eyes Distribution.

Les métiers de cette entreprise sont ceux de la lunetterie : créer des modèles de lunettes solaires et optiques selon un concept propre à une collection, validé par le partenaire qui en a demandé le développement, réaliser des prototypes et les phases d'industrialisation dont le contrôle qualité appliqué étapes par étapes est conforme au cahier des charges initial et strictement respecté.

C'est le fil rouge que chaque sous-traitant et distributeur se doit de suivre comme celui pratiqué par tout constructeur de produit de haute tenue.

BL Optique

(Lavans les St Claude)

Les opticiens-créateurs de Saint-Claude et de ses environs immédiats ne sont pas légion ! Mais il faut reconnaître que la réputation de Boris Jean Levet a dépassé les limites de la ville. Installée dans l'ancienne capitale de la pipe, depuis mars 2000, et sur le site de Lavans en 2009, son établissement secondaire, l'entreprise propose une gamme de marques sorties de l'imagination de son président fondateur et du DG Jean-Christian Levet. La maison est aussi connue sous le nom de Boris Levet Opticien Créateur.

Les marques en 2019 sont :

Foxboro, JC Levet, JC Levet Sport, Placebo Eyewear et Rumeur.

La première ligne solaire, nommée JC Levet Sport a vu le jour à la fin 2011 et comprend 13 modèles injectés bi-matière et deux coloris. Dans ce domaine sportif, l'offre est importante mais la marque tient toujours ses promesses en 2019.

LOUBSOL SA

Groupe BATTEUR

(St Claude puis Hérouville St Clair)

Loubsol a disparu du Haut-Jura ! Vive Loubsol SA en Normandie !

Les entreprises valent comme les marques et certaines, vouées à la disparition par absence de trésorerie, de marché ou d'héritier, peuvent quitter le giron où elles sont nées et vont progresser sous d'autres latitudes. C'est le cas de Loubsol, fondée à Saint-Claude par Robert Clément qui se lance dans la lunette de sport et de montagne puis des masques de ski.

En 2013, la société est reprise par le groupe normand Bateau basé à Hérouville-Saint-Clair, près de Caen et spécialisé depuis trois générations dans la production de produits pharmaceutiques et cosmétiques dont la distribution est assurée par des officines et des magasins de sport. Pourquoi une telle acquisition ? Cette entreprise familiale est une concurrente des lunetiers : Bateau est le major de la vente de lunettes-loupes et de solaires sur le marché pharmaceutique !

Les lignes ci-dessous retracent l'histoire des deux maisons :

Loubsol SA

En 1974, un masque apparaît sur le marché du sport d'altitude. Il est développé par le bureau R & D de Loubsol selon un design et une technologie d'avant-garde. (À la même époque Cébé se lancera aussi dans la fabrication de casques de ski et lunettes de sport). En 2013 naît la gamme XXlight déclinée en deux dimensions : le modèle Titan (grand visage), antibuée, est le plus léger du marché avec 60g ; signé

Les Champions de la lunetterie

« Lens by Carl Zeiss Vision », il présente un design sans cadre à double écran sphérique et une étanchéité sans reproche ; les petits visages disposent de la taille d'Helios.

Depuis plus de deux décennies Loubsole produit aussi plusieurs types de masques :

-les Jorasses : prisées par les chasseurs alpins, ce sont des lunettes de glacier ou de navigateur de catégorie 4 dont l'écran photochromique offre une protection maximale ; l'écran réagit à l'intensité des rayons solaires.

-Les Pegase : ils bénéficient d'un écran sphérique, conçu pour la glisse par temps mitigé.

-Les Cortina : par leur monture rétro pour un look vintage, elles ont la préférence de l'institut Polaire français Paul-Emile Victor(IPEV)

Groupe Batteur

L'origine est plus que centenaire : en 1904 un pharmacien de Paris, Alexandre Gilbert met au point l'emplâtre à découper, feuille de saule à base d'acide salicylique, pour traiter les cors aux pieds. Après un déplacement en Eure et Loire (Corvées-les-lys) et quelques années de fabrication dans une unité de huit personnes, les Laboratoires Gilbert (sigle SNLG) sont rachetés par Jacques Batteur. Attaché à ses racines familiales, il implante et agrandit les locaux de la société à Hérouville Saint-Clair en Basse-Normandie où il maintient le siège social du groupe et quatre de ses sites de production. Sous l'impulsion de l'héritier Laurent Batteur, l'effectif grimpe à 800 personnes de 1986 à 2012 : rachat de sociétés, investissements industriels, créations de marques,... tout en demeurant une firme familiale. La troisième génération formée à des métiers différents a intégré la maison et accédé à des postes de management en 2012.

En 2013, le laboratoire pharmaceutique et cosmétique du groupe Batteur rachète le lunetier Loubsole. L'objectif est de lancer celui-ci

Les Champions de la lunetterie

sur le réseau des opticiens où la marque est peu présente ; il est envisagé de l'intégrer dans 3000 points de vente supplémentaires. Le repreneur détient une trentaine de marques dont :

-Parallèle créée en 1994 se développe en pharmacie depuis plus de 20 ans et se renouvelle tous les ans.

-Skeena : lunettes de soleil et masques de ski

-P'tit Boo aux décors inspirés des motifs préférés des petits ados

-Préface : lunettes loupes

En dépit de la volonté de Robert Clément souhaitant que Loubsole se maintienne dans le Jura pour développer l'entreprise et embaucher du personnel, son vœu reste pieu. Après un passage à Pessac en Gironde où la firme maintient son siège social, Loubsole SA intègre le site d'Hérouville en février 2017.

Les bâtiments sont cédés à la ville de la pipe pour y accueillir une cuisine centrale municipale destinée aux cantines scolaires, aux personnes âgées et handicapés. En avril 2018, des problèmes juridiques bloquent la situation et la cuisine centrale de la Glacière attend toujours une décision !

Les Sous-traitants du JURA

Thierry SA Lunetterie

(Morbier)

Cette PME du Haut-Jura(Morbier) est une entreprise de sous-traitance de montures complètes (optiques et solaires), en plastique découpé et métal (commun et titane). Sa production s'élève à près de 150 modèles par an, essentiellement fait main et dans le haut de gamme, mais ne dispose pas de marque propriétaire ; elle travaille pour de gros clients tels Lafont, (son partenaire historique évoqué ci-

Les Champions de la lunetterie

dessous), Louis Vuitton, Cartier et des lunetiers du Jura. L'industrialisation des montures pour les créateurs Jean François Rey, Face à Face, Anne et Valentin, représente une part essentielle de l'activité.

L'histoire de la maison date de 1965 quand Claude Thierry abandonne le travail à domicile qu'il pratique dans le domaine du polissage sur lunettes plastique et métal. Désireux d'étendre son activité, il construit à Morbier un bâtiment de 120 m² au n° 15 du Chemin des Morel à l'Huissier. En 1971, il diversifie sa production dans une Sarl Thierry Frères qui emploie 6 ouvriers. Cet effectif grimpe à 10 personnes en moyenne au cours des années 70, puis 15 lorsque les surfaces sont agrandies en 1964. En 1990, Claude Thierry prend sa retraite et confie l'entreprise à ses enfants Joël (DG) et Philippe (directeur de fabrication). Deux ans plus tard, la société Thierry SA complète ses installations avec plus de 1000 m² supplémentaires et ses effectifs frôlent les 50 personnes.

La société fait exception à la pratique selon laquelle le métal c'est pour le Jura et le plastique pour Yonnax, ville spécialiste depuis des décennies des bassines et autres ustensiles de cuisine moulés à chaud et sous pression. Aujourd'hui l'entreprise jurassienne industrialise clé en main tous types de montures pour des distributeurs locaux, nationaux et internationaux. Les donneurs d'ordres lui confient tous les travaux de fabrication compris entre les études de design et la finition, avant le marketing et la distribution.

La matière plastique est achetée en Italie ; les réalisations en métal (inox, maillechort, ...) se partagent les volumes de production avec le titane (pur et bêta-titane) qui bénéficie d'accords d'échange et de transfert de technologie avec le Japon pour son façonnage.

La garantie de qualité et la réactivité de la firme s'appuient sur un savoir-faire technique réalisé avec les équipements les plus récents tels la CFAO et la GPAO. Le PDG Joël Thierry (aussi président du

Les Champions de la lunetterie

laboratoire Alutec- Association Lunetière Technologique-) sait aussi s'entourer de personnes compétentes, dont le chef de projets Brice Maître déjà signalé dans le chapitre sur Gouverneur Audigier .C'est un opticien diplômé de l'école de Morez et ancienne recrue dans cette fonction pour les marques Kenzo, Dunhill et Eden Park chez Airess d'Oyonnax qui a fermé ses portes en 2004. Brice Maître a initié la création d'un pôle de compétences réunissant sept fabricants de Morez et Oyonnax « avec l'objectif de produire des lunettes très compétitives 100 % Made in France et de créer un centre de formation pour permettre la transmission de certains savoir-faire ». En 2011, le projet d'extension de l'usine de Morbier s'avère indispensable pour répondre aux demandes de ses clients. L'un d'eux est un acteur historique de la progression de l'entreprise : Lafont-O.PH.L.SA (Optique et initiales de Philippe et Laurence) (Cf. Distributeurs France Autres)

Naja Lunetterie

(Chaux-du-Dombier)

Créée en 1987 dans le garage de Jean Claude Lamy-Quique de Morez, l'entreprise représente le modèle de société qui réussit dans la mouvance du déclin industriel du métier de la lunetterie dans le Haut Jura. Sur les lieux mêmes des exploits des Prost Frères et Francis Paget, le dirigeant saisit en l'opportunité de s'installer dans les locaux abandonnés par les derniers fabricants d'horloges dans le bas de la ville de Morez.

L'entreprise est spécialisée dans la conception et la fabrication de lunettes complètes, optiques et solaires, en métal commun, titane, inox, aluminium jusqu'à la finition et la livraison aux distributeurs. Sa force réside dans sa dextérité de designer qu'elle propose aux

Les Champions de la lunetterie

clients. La raison du succès tient en une prestation de très haut niveau que peut fournir Naja dans un temps record. La fabrication d'une lunette nécessite un enchaînement complexe de différentes opérations que seul un savoir-faire ancestral permet de mettre en œuvre. La French touch de grande qualité de la maison est encore loin d'être approchée par les pays à bas coût de main-d'œuvre. En effet la société est capable de prendre le stylisme d'un grand créateur et de l'industrialiser en très peu de temps avec des petites ou moyennes séries ayant nécessité la conception et la fabrication d'outillages. C'est en vendant à ses clients une prestation intégrée totale (prototypage, préséries, industrialisation, mesure et contrôle par laser des préséries et séries) que Naja a pu très rapidement émerger sur un marché à priori très difficile. Les distributeurs confient les travaux en sous-traitance et se chargent eux-mêmes du marketing et de la vente à l'acheteur final. L'exportation représente 10% de la production qui s'élevait à 300 000 paires de lunettes en 1991.

Après quelques années sur le site des Forges, le besoin de place et surtout l'exigence d'investir en moyens modernes de production, imposent de bâtir une nouvelle usine au n°13 rue des Côtes aux Buclets à Morbier où l'effectif atteint 80 employés. La construction de 1992 s'avère insuffisante pour satisfaire la demande croissante. La décision est prise en 2006 de transférer le siège social et les équipements dans un nouvel ensemble implanté au n°1 de la zone industrielle de Chaux-du-Dombier. Le savoir-faire de Naja relayé par une CFAO très puissante, et le service d'intégration et de qualité rendus aux grandes marques leur permettent d'envisager l'avenir avec grande confiance et optimisme, malgré la montée en puissance de pays comme la Chine.

Quels sont les clients majeurs de la firme ? En 2018, le sous-traitant intervient notamment auprès d'Oxibis-Exalto (Morbier) et de Vuillet-Véga(Morbier).

Les Champions de la lunetterie

Atol, le groupement d'achats représentant la quatrième enseigne d'optique du marché en France, décide de poursuivre la relocalisation de la production de ses lunettes à marque propre. La marque sous licence Ushuaïa, confiée aux Chinois en 2003, est rapatriée en 2005, la qualité s'avérant insuffisante et les délais de réapprovisionnement trop longs. La coopérative lance de nouvelles montures qui offrent l'avantage d'une réactivité immédiate avec des lunettes autorisant mille variations possibles grâce à l'interchangeabilité des branches en un clic. 50 000 paires Ushuaïa sont ainsi fabriquées en 2009 par la société Naja. Les lunettes Adriana Karembeu proposent un habillage de branches en trois dimensions.

Pendant ce temps, la concurrence asiatique affecte tout le secteur lunetier ; Naja subit une dégringolade en 2007 et le PDG Sylvain Lamy-Quique se voit contraint de réduire ses effectifs à 80 personnes (elle en comptait 250 en 2004) Les lunettes de luxe et la diversification (dont l'horlogerie) deviennent une priorité. L'entreprise de nouveau menacée est obligée d'enclencher un plan de sauvegarde de l'emploi en 2014. Puis les parts de marché relatifs au métal, spécialité de Naja, s'effritent devant l'acétate. Encore en mauvaise posture due en 2016 à de mauvais résultats à répétition et des dettes poussives, la firme dépose encore une autre procédure de sauvegarde. Or elle est une des plus importantes lunetteries du Jura. En témoignent aussi les Silmo d'Or engrangés par ses donneurs d'ordre en quelques années.

Gageons que la réorganisation de l'entreprise, le retour accéléré des productions asiatiques des chaînes d'opticiens (Atol, Optique 2000) et l'arrivée de nouveaux commanditaires à l'export va stopper la défaillance momentanée de l'un des meilleurs sous-traitants du bassin historique de la lunette.

Les Champions de la lunetterie

Visio Lunetterie

(Morez)

L'entreprise est morézienne depuis plusieurs décennies et son activité de sous-traitance est spécialisée dans les pièces détachées de lunettes (découpage), les assemblages et les finitions tels le polissage, la décoration, la gravure, le traitement de surfaces. Elle est implantée depuis le 1^{er} janvier 2007 au n° 18 Avenue Charles de Gaulle dans une partie des anciens locaux de Marius Morel et son dirigeant n'est pas un inconnu dans le microcosme local.

En effet, le PDG Patrick Marcy est un ancien collaborateur des Lamy Fidela, l'entreprise presque deux fois centenaire qui vient d'être sauvée par Victor Gros de Lons-le-Saunier. En 1999, il acquiert la société Offner, également de Morez. Cette affaire a une réputation méritée grâce à Pierre Offner, installé au n° 16 de la rue de la Citadelle. Lorsqu'il prend sa retraite, ses enfants Jean-Pierre et Claude prennent la relève et se rapprochent du centre de la ville en 1978. Ils montent un atelier au n° 17 rue du Docteur Regad, dans les locaux de la Salino & Fils Sarl (elle-même bientôt intégrée à la Comotec, fournisseur de composants en lunetterie qui délocalise sa production en Chine en 2008 où elle porte en 2016 le nom de Visottica-Comotec). Les Offner y poursuivent leurs activités de sous-traitance de charnières, vissages, incrustations plastiques et finitions de lunettes jusqu'à la reprise par Visio Lunetterie en 2007. Lors du transfert de celle-ci à sa place actuelle, les locaux libérés de la rue du Docteur Regad sont occupés par la société NPM (Nouveau Polissage Morézien dirigée depuis 1990 par Joao Manuel Coelho, spécialisée en traitements thermiques, revêtements et protection de métaux).

En 2018, outre le montage de lunettes, l'activité de Visio Lunetterie s'est élargie à l'élaboration, la réparation et le commerce

Les Champions de la lunetterie

d'instruments d'optique et d'appareils de mesure et de correction de la vue.

L'atelier Paget

(Morez)

Le nom de Paget résonne dans la vallée de Morez comme l'écho d'une affaire dont les habitants voudraient oublier la vente en 2013, les ambitions surévaluées des deux repreneurs ,le redressement judiciaire de juin 2014, puis l'arrêt définitif un après avec des licenciements conséquents. Il s'agit du groupe Albin Paget placé en liquidation judiciaire en juin 2015. Contrainte de mettre la clé sous la porte, l'entreprise va pourtant revivre de ses cendres sous le nom d'Atelier Paget grâce à l'appui d'un parrainage de poids, la société Afflelou, la volonté de cinq personnes licenciées dont Christophe Paget, membre de la famille, Judith Bailly-Maître comptable du groupe et son ancien Pdg devenu consultant, Jean-Michel Werling. Le président Romuald Vaudoit est aussi mandataire d'une autre société en Normandie Incom spécialisée dans le design.

Avant d'aborder les débuts de la nouvelle structure implantée à Morez, revenons brièvement sur le parcours de la maison déchue Albin Paget qui a précédé de quelques mois la fin du groupe Logo sur le même site morézien.

Le groupe Albin Paget

Lorsque Louis Paget décide de créer sa fabrique de lunettes en 1886, le patronyme de la dynastie revendique depuis quelques cent ans la paternité de plusieurs entreprises portant très hautes le nom des Paget. Ainsi, Pierre Paget est spécialisé au milieu du 19° siècle dans

Les Champions de la lunetterie

les accessoires en laiton estampé pour les horloges comtoises. Ses descendants, Désiré et Germain, poursuivent dans la même veine l'exploitation du filon qui fera la fortune de nombreux industriels du canton de Morez. D'autres encore comme Francis Paget et Paget Frères perpétueront la renommée des horlogers ou outilleurs.

Plus commerçant que fabricant, Louis Paget parcourt la France et tous les pays limitrophes pour proposer des horloges, des articles en émail, des mètres linéaires et ... des montures de lunettes, " pince-nez en tous genres, jumelles longues vues, loupes et faces à mains ", comme le proclame la publicité de la maison. Installée d'abord au n°204 rue de la République, puis au n° 70. A son décès en 1904, la manufacture rejoint le berceau de la famille en haut de la ville. Son frère Albin, boulanger, reprend l'affaire et oriente les productions sur le créneau des lunettes de protection, destinées aux conducteurs de véhicules à moteur et aux ouvriers dans les ateliers d'usinage de pièces métalliques et plastiques.

L'entreprise est reprise en 1923 par André, Léon et Gaston, trois des quinze enfants du patriarche. Un quatrième, Marcel, continuateur de la boulangerie au n°204, est le père des jumeaux Georges et Bernard, fondateurs de la société Paget Frères (n°18 rue Louis Grandchavin Morez), fabricants d'outillages, machines et autres fournitures pour la lunetterie. Alain et Gérard, les enfants de Bernard sont toujours les continuateurs de cette belle société d'outillage)

La société Les Fils d'Albin Paget édifie en 1925 une nouvelle usine au n°15 rue Emile Zola .La fabrication se consacre alors aux lunettes solaires et optiques, en métal puis en plastique. En 1965, les trois fils d'André Paget plantent le nouveau flambeau de la société dont la raison sociale devient Albin Paget SA. Clément, prend la Direction générale et contribue avec ses frères à l'essor de l'entreprise. Les agrandissements, transformations et acquisitions se succèdent. L'usine intègre peu à peu les travaux de sous-traitance. En 1985, le

Les Champions de la lunetterie

siège social est déplacé au n° 221 rue de la République où sont construits les locaux administratifs et directoriaux. En 1990, les dirigeants créent Paget diffusion puis Paget Optik à Cologne. En 2003, Paget Group devient la société de distribution intégrée au Groupe Albin Paget en fusionnant les deux entités acquises.

L'affaire est florissante. En 2009, Paget Group commercialise les montures fabriquées par ses ateliers sous les griffes : Inès de la Fressange, Torrente, Georges Rech, New Man et Miniman. Le service commercial se partage la distribution France avec deux réseaux et une Administration des Ventes intégrée qui gère aussi les relations dans plus de 40 pays auprès de distributeurs, ou en direct avec les opticiens locaux.

En 2013, le groupe est repris par un duo d'associés, Thibaut Mortier et Jean-Michel Werling, qui ambitionnent de développer l'international sur cinq ans à travers l'exploitation de nouvelles licences et de marques propres. Ils envisagent d'étendre un accord de distribution avec Victor & Rolf aux Etats-Unis et en Amérique du Sud (gamme optique et solaires des stylistes néerlandais Viktor Horsting et Rolf Snoeren).

Malheureusement, l'affaire tourne court : la lunetterie Albin Paget est placée en liquidation judiciaire. En redressement depuis le 27 juin 2014, accompagnée du départ de 32 personnes en décembre, elle est contrainte de fermer ses portes le 10 juillet 2015, avec le renvoi au chômage de tout le personnel de production et distribution encore en place.

L'Atelier Paget

Le hasard et les bonnes relations passées sont toujours utiles pour générer un futur prometteur. Une heureuse rencontre au Silmo 2015 a enclenché un processus de remise en route d'un atelier de fabrication de lunettes à Morez. Frédéric Poux, Pdg du groupe Alain

Les Champions de la lunetterie

Afflelou, croise Jean-Michel Werling sur le stand de sa centrale d'achats. Il avait créé la griffe Afflelou en 2014 et cherchait à produire en France avec le label Origine France Garantie (OFG) pour assurer la traçabilité de la production. Pendant longtemps, le distributeur approvisionnait comme beaucoup d'opticiens ses lunettes chez Paget qui détenait la licence entre autres Inès de la Fressange (dorénavant fabriquée chez Globex SAS et commercialisée par Cristaflor). Affecté par la fin définitive du Groupe morézien, il propose à son ancien dirigeant de l'aider dans l'achat de machines et de mobilier récupérés lors de la vente aux enchères des Paget. Quelques-uns de ses collaborateurs sont sollicités pour travailler dans une nouvelle entité. L'Atelier Paget naît de cette triple collaboration et le soutien moral de la population. Le local est trouvé au n°18 rue de la République à Morez, dans les surfaces louées à la communauté de communes Arcade. C'est l'ancien bâtiment de Pierre Finasse (cette structure a rejoint la holding Comotec en 1995, acquise en 2016 par la société italienne Visottica, qui consolide ainsi son leadership mondial dans les composants métalliques et les solutions sur mesure pour le secteur optique).

En 2018, la société recense plus de trois donneurs d'ordres en plus du groupe Afflelou qui lui commande des lunettes premium, alors que ses besoins s'élèvent à 500 000 pièces (20% de la demande globale). La petite unité, qui envisage de s'étendre au premier étage du bâtiment actuel, sous-traite les branches et procède à la fabrication de montures en acétate, contrôlée partiellement par des machines numériques (les lunettes en métal qui exigent trop de personnel est abandonnée). L'entreprise travaille avec des designers free-lance spécialisés dans le dessin de collections de montures qui suivent la mode au plus près !

La collection Afflelou Paris, fabriquée dans l'Atelier Paget, porte dorénavant à l'étranger les couleurs et la qualité de la production

Les Champions de la lunetterie

morézienne. Il faut espérer que la direction d'Afflelou ne sera pas tentée de nouveau par les promesses lointaines des pays asiatiques !

Applications Lunetières

(La Mouille)

René Malfroy avait assis sa solide réputation d'outilier et de Directeur hors pair chez L'AMY de Morez. Mettant à profit son expérience acquise sur le tas et son sens inné de la " chose " mécanique, il crée en 1968 son entreprise Sarl Applications Lunetières à la Mouille, retrouvant les lieux originels de ses aïeux lointains.

Son fils, Jean Yves Malfroy, reprend l'affaire en 1982. A ses qualités naturelles transmises par le père et son esprit d'entreprise, le nouveau gérant voue son temps, son énergie et ses connaissances techniques au développement continu de sa fabrique de lunettes jusqu'à nos jours.

Ses efforts se déploient aussi à Champagnole au n° 3 rue Baronne-Delort où la fratrie reprend et exploite l'importante usine de lunetterie Girard. Cette société, fondée en 1922 par l'industriel morézien Henri Girard, était à l'origine destinée à la fabrication d'articles métalliques pour la coiffure féminine (bigoudis, barrettes, pinces guiches, épingles et pinces à cheveux). En 1948, la Sarl se lance dans la fabrication de montures métalliques de lunettes de soleil : la production atteint 4 millions de pièces en 1962. Après une succession d'extensions des bâtiments, l'entreprise décide en 1986 de se consacrer uniquement à la production de lunettes optiques. Après plusieurs changements de raisons sociales, la maison et sa centaine d'employés font partie de la Sarl Applications Lunetières en 1991. Son siège social est alors la Mouille et le gérant Jean Yves

Les Champions de la lunetterie

Malfroy. Mais après un redressement judiciaire en septembre 1999, suivi d'un plan de continuation en avril 2001, la liquidation est effective à la fin de cet exercice. 66 personnes sont alors mises au chômage.

Cependant les affaires continuent pour les Malfroy. En 2000, les surfaces libres des Ets Prost-Boucle, au n° 4 rue de l'Eglise à Longchaumois, sont louées puis rachetées en 2003. Quelques presses et autres outillages font partie de l'acquisition initiale, et un seul rescapé intègre la firme. L'atelier se consacre au taillage de verres de présentation, verres minéraux et gabarits, sous l'autorité de Jean Marc Mandrillon.

L'usine de la Mouille, sise au n° 88 route La Fin, abrite toujours le siège social de la SAS Applications Lunetières et les services de fabrication des montures métal. Un bureau technique élabore les plans (dessins, gammes d'opérations et outillages) dont le design est défini par le client. Les ateliers produisent les composants de la lunette (nez, vis, charnières, etc.), effectuent les traitements des opérations sous-traitées et la finition pour labelliser le made in France requis par les donneurs d'ordre.

Optic 2R (Censeau)

La société Optic 2R, constituée en 2005 est l'addition de plusieurs maisons : celles de Claude Rivière, Optic 2R et Sommet Top avec la Sarl Pierre Gaulaz de Morez qui déménage pour Censeau en 1991.

L'association des trois entités s'explique brièvement ainsi :

L'entreprise Gaulaz, continuation de la discrète fabrique de recouvrement en celluloïd de Pierre Gaulaz (manchons, cercles) implantée au n° 100 de la République à Morez, puis dans un atelier de

Les Champions de la lunetterie

l'Avenue de la Gare au début de la guerre 39-45 où les machines de fraisage et les gabarits d'assemblage sont déplacés.

La descendante Paulette Gaulaz épouse Jean, un des cinq enfants des Romanet (les carillons Ets Gaston Romanet) domiciliés au n° 18 rue Louis Grandchavin (à cet endroit s'installera plus tard les Ets Paget Frères (outillage.) Au moment du partage en 1976, la famille décide de scinder l'entreprise en deux parties. L'une d'elles, dirigée par Claude Rivière, l'époux d'Annick, la fille de Jean Romanet, est créée à Censeau : elle s'appellera Sarl Optic 2R (les deux R de Romanet et Rivière) qui fusionnera avec l'ancienne maison Gaulaz et Sommet Top (fabrique de lunettes en métal). Initialement prévue pour élaborer des sous-ensembles (Optic 2R), l'entreprise fabrique des lunettes complètement finies au n° 17 rue du Magasin de Censeau. Elle est dirigée actuellement par Annick et Sandrine Rivière, respectivement Pdg et DG.

Daloz-Créations

(Saint-Claude)

et **Sunoptic.Com**

(Yonnax)

Daloz-Créations née en 1996 à Saint-Claude, fusionne avec le groupe Bacou en 2001 pour former le groupe français Bacou-Daloz. Celui-ci occupe une position de rang mondial dans la production et distribution d'Equipements Individuels de Protection(EPI) et veut se recentrer sur l'activité lunetière qui manquait dans sa stratégie. Mais en 2006, le groupe se sépare de sa filiale Christian Daloz Sunoptics.

Les évolutions de ces sociétés sont décrites en parallèle :

Les Champions de la lunetterie

En 1957 Christian Dalloz fonde son entreprise éponyme de fabrication de composants industriels en plastique. La Sofraf, société spécialisée dans les gants et lunettes de protection fabriqués à Morez, des casques et autres vêtements de sécurité produits en Saône et Loire, est acquise en 1984 par le groupe Bacou lorsque Noël-Georges Grenier de France Gol (cité précédemment) cède ses parts au moment de son départ en retraite (le destin de la Sofraf s'arrête en 2003 quand le groupe centralise ses moyens en Bourgogne). Dans les années 80, Bacou SA se spécialise dans la production d'équipements de protection oculaire en plastique.

En 2001, Christian Dalloz et le groupe Bacou fusionnent et l'entrée en Bourse accompagne le changement d'appellation Bacou-Dalloz. Mais ce nom reste peu connu et cette situation freine son développement. La société s'engage dans une politique de réduction de sa dette et finalise en 2004 la cession de sa filiale de distribution Abrium au fonds d'investissements Butler Capital Partners. Un nouveau nom plus évocateur, plus doux, plus facile à prononcer est lancé sur le marché en 2007: Sperian dont le nouveau logo « S » orange et chaleureux symbolise « la vie protégée par les deux bras de couleur bleue de la technologie ». En 2010, Honeywell regroupe Sperian Protection avec Honeywell Safety Products sous le nom de Honeywell Safety Products. Ainsi naît une nouvelle ère de l'histoire de Bacou que nous laissons de côté.

Quant à la maison Christian Dalloz, elle termine son parcours chez Bacou-Dalloz pour reprendre son indépendance en 2006 :

Depuis 1996 la société jurassienne Christian Dalloz est en activité à Saint-Claude sur la route de Genève. A compter de 2003, Henri Meillat qui a œuvré dans la société aux côtés du fondateur depuis 18 ans, comme Directeur Général de Christian Dalloz Sunoptics, dirige la maison et ses établissements secondaires :

Les Champions de la lunetterie

-Daloz-Créations, depuis 2003 rue des Condamines à Oyonnax ; il ferme en 2006 lors de la séparation.

-Christian Daloz Sunoptics au n° 555 rue de la Calatière également à Oyonnax. Cette société ouverte en 2003 chez Bacou-Daloz n'atteint pas le niveau de rentabilité désiré et se traduit par une perte (elle provoque le départ du groupe et un plan de redressement et d'apurement du passif en 2010). Henri Meillat reprend la filiale et en devient le PDG. Avec 114 emplois et un chiffre d'affaires de 9 millions € (dont 90% à l'export vers de grands lunetiers italiens, autrichiens et américains,) elle continue sa production de verres solaires pour les marchés de la mode et du sport jusqu'en 2014. Bruno Cornet est le nouveau président depuis octobre 2016.

Signalons la mise en route en octobre 2006 d'un show-room à Paris de Sunoptic.com, une société de vente à distance sur catalogue qui propose les marques Sunoptic et Montana Eyewear.

Les Champions de la lunetterie

Un jour Morez plongeait dans les froides ténèbres.
A l'ombre des Muguettes et des sommets en fleurs
L'œil brillait dans la tombe et regardait funèbre
Les ateliers jonchés de lunettes en pleurs.

Mauvais signes ?

Vers l'ombre des usines
En ruines,
Dévale des collines
L'écho sourd des machines
De Chine
Est-ce le chant du Cygne ?

N'ayons crainte, la relève est assurée par ailleurs !

Les Distributeurs français Autres

(Hors Ain et Jura)

Les lunetiers n'ont pas déserté le Haut-Jura et l'Ain pour s'éparpiller à travers la France. La jeunesse des sociétés créées sur le territoire signifie que le métier a besoin de prendre le pouls des faiseurs de mode et de se rapprocher d'une clientèle primesautière à l'intérieur des grandes villes de l'Hexagone. Pour éviter *ad nauseam* une avalanche de présentations qui seraient toutes semblables, nous nous contenterons d'en dresser la liste accompagnée éventuellement de commentaires laudatifs quand des changements de marques ou de dénominations le justifient. Ces sociétés sont jeunes en général (moins de 20 années) et paraissent florissantes en 2019 grâce au dynamisme de leurs dirigeants, presque tous designers à l'écoute au plus près des artistes en tous genres et du show-biz.

Quelques sociétés sont éliminées de la présentation : celles qui ont été radiées du Registre du Commerce au cours des exercices 2017 à 2019 (abandon, faillite,...)

Les Champions de la lunetterie

Bio Express

Lunettes 3 Mai : fondée en 2012 la société de Jean-Philippe Douis à Nantes a démarré sous d'autres appellations : l'usine Nao Ned (Nantes en Breton) au n°6 rue Gambetta où la marque éponyme y est proposée ; en parallèle LGB Eyewear à Pradines (Cf. ci-dessous) distribue ces lunettes singulières avec une autre marque Vue DC (prononcer vue d'ici !). En 2019, l'atelier des montures Naoned est installé au n° 3 rue Bertrand Geslin.

A.P.O. Agence Pour l'Optique à Sorgues (Var) dirigée par son président Georges Bleivas est créée en 2013. Sa marque Eye's Design est une collection de montures légères en Beta titanium aux couleurs satinées ou appuyées, évoquant l'élégance ou le caractère et qui s'articule autour d'une barre encadrant le visage.

L'agence est également distributeur pour les Dom-Tom des marques des sociétés DJ Optique (Eye Func, Johann Von Goisern, Made in Italy), French Rétro, Variation Design (BOvéLO, Gens du Monde, V.Design)

ACHD à Paris 5° au n° 18 rue Domat est lancée en 2010 par Amaury Cagniard. Ce créateur parisien et touche-à-tout conçoit des bijoux, des parfums et des lunettes design en acétate, corne et métal pour une clientèle urbaine, branchée mais sans frime ni chiqué. Il signe sa propre collection d'accessoires exclusifs (pochettes, ceintures en cuir de Pise,..). Sa marque vintage de lunettes de vue et de soleil Amaury Eyewear voit le jour en mars 2012. Elle offre six teintes sobres pour neuf modèles de montures réalisées ...dans le Jura. La rencontre d'Amaury Cagniard et d'Hervé Domar marque son parcours. C'est un créateur (Paris 6°) de parfums de niche, de bijoux fabriqués à la main et de lunettes (acétate, strass Swarovski, corne). ACHD sert de

Les Champions de la lunetterie

vitrine pour la marque Hervé Domar Paris (Hervé Domar/Pierre Hardy est distribuée par Comino -Cf.ci-dessous)

Alcad/Azr à Saint Donat sur l'Herbasse (Drôme), société active depuis 1987. Sa dénomination précise est Azuréeenne Lunettes & Cadeaux (ALCAD). Azr et Azuréeennes sont les marques de la maison dédiée aux lunettes de sports (vélo, plongée,...), masques et casques de ski, etc...

Alizés Optique à Grésy sur Aix (Savoie) où le couple Arbey Daniele et Fabrice démarrent la société en septembre 2013. Elle est spécialisée dans la vision de près et a pour vocation de représenter des marques d'optique dont la particularité est d'innover grâce à des brevets et dépôts de marques originaux tels les Clic Products à connexion magnétique, les Seeoo rétro genre pince-nez de naguère en acier à ressort, les pliantes Roav équipées de mini-charnières et I Need You (Cf.I Need You Allemagne)

Amenapih à Paris depuis 2012, la maison de la gérante Jennifer Collinet est connue pour ses bracelets et bijoux Hipanema, ses vêtements chics de la marque Amenapih comme le sac Eagle en soutien aux victimes du Népal. En 2016, elle lance la première collection de lunettes de soleil Amenapih Eyewear en collaboration avec le designer Damien Fourgeaud : rondes à verres colorés, montures en écaille et classiques.

Ampeinte Lunetterie Sarl à Besançon où sa gérante Jacqueline Simone Vuillier-Devillers a démarré son activité à la fin 2009. Elle y propose une collection de lunettes optiques et solaires :

- Mise au Green pour les hommes en adéquation avec la marque de vêtements sportswear représentée par le logo trois vaches brodées, connue dans le monde grâce aux sportifs tels Sébastien Loeb le conquérant des rallyes, Thierry Omeyer le champion de hand-ball

Les Champions de la lunetterie

alsacien. La société Mise au Green s'est associée en 2010 avec Ampreinte qui s'exprime à travers un renouvellement permanent des montures *Designed in Besançon* subtilement travaillées et colorées.

- Annabelle KOOK destinée aux femmes
- In Fine, gamme optique.

Angel Eyes Sarl fondée à Courbevoie par un diplômé en pharmacie Gad Guigui en 2007. D'abord gestionnaire d'une société de distribution en France de collections de montures sous licence, le gérant s'implique ensuite dans la création de ses partenaires, franchit les étapes vers l'international et saute le pas en 2010 en créant une collection à son image.

Ses marques originales sortent de l'ordinaire :

- Feakshow, inspirée du cinéma hollywoodien et de la mode rétro des années 40 à 60. L'acteur François Berléand en est un des fans !
- Vinyl Factory qui offre des styles variés de lunettes vintage inspirées par les icônes de la musique.

Anne et Valentin à Toulouse : deux opticiens lancent leur marque éponyme dans les années 90 avec des lunettes colorées en plastique et métal aux formes sinon incroyables mais inédites par leurs concepts et designs : coupes géométriques rondes, carrées ou papillons en rupture avec le classicisme. Fabriquées en France, les collections renouvelées fréquemment ne prennent aucune ride avec le temps. Une boutique s'est installée depuis 2000 dans le quartier prestigieux du Marais à Paris.

AO Eyewear dont la collection de lunettes de soleil est distribuée par Serus Distribution à Carvin Pas-de-Calais depuis le début 2015. La marque American Optical, créée en 1883 a participé aux efforts des deux guerres mondiales et équipe l'US Air Force depuis 1958. Sur le nez de Neil Armstrong en 1969 sur la Lune elle est aussi portée par

Les Champions de la lunetterie

Robert de Niro et autres grands noms du cinéma. La solaire AO Original Pilot de la marque American Optical (intégrée à Carl Zeiss filiale de Carl Zeiss) est fabriquée et assemblée sous contrat militaire à Southbridge dans le Massachussetts ; 100% Made in USA avec un design inchangé depuis 1958, elle se compose d'une monture et des branches droites en acier, disponibles en trois coloris gold, silver et chrome mat.

A noter! Un certain William Beecher, président jusqu'en 1862 de son entreprise du Massachussetts, aurait inventé et mis au point des machines en 1843 permettant de fabriquer les premières lunettes de soleil en acier puis en or. Il y conçoit les premières lunettes de soleil au monde. Le brevet de protection contre les UV est déposé en 1913.

Aqualung à Carros Alpes Maritimes est connue pour ses équipements de plongée dont le détenteur du commandant Jacques-Yves Cousteau. Commencée sous le nom de La Spirotechnique il y a 70 ans elle adopte son nouveau nom en 1998 qui signifie « poumon aquatique ». Filiale d'Air Liquide elle acquiert Pelagic Pressure Systems en 2015 et lance l'année suivante sa gamme d'ordinateurs de plongée. Fin 2016 elle est cédée au fonds d'investissement Montagu Private Equity. Le capitaine de frégate Jean-Luc Diainville est DG pour la zone Europe/Moyen Orient/Afrique (EMEA).

Le groupe qui gère une quinzaine de filiales dans le monde a diversifié ses activités. La société propose depuis une décennie des articles pour la natation de loisirs dont les lunettes sous la marque Aqua Sphère (anti buée et verres courbés brevetés pour un champ de vision élargi). Etablie à Gênes en 1998 elle est le premier fabricant de matériel de natation pour le fitness et les loisirs, les exercices aquatiques et le triathlon. Un partenariat avec le nageur olympique Michael Phelps est conclu en 2014 sous la griffe du champion.

Les Champions de la lunetterie

Arsène Paris dans le 17^e arrondissement est distribuée par P.L.Y. Company en activité depuis 2012. Elles ont été dessinées par la fondatrice Muriel Faugeras, inspirée comme tant d'autres par les années 20 et les exploits du gentleman cambrioleur Lupin.

La collection de vue et solaire, est résolument mixte. La marque donne une allure effrontée avec ses lignes géométriques, rétro chic et inattendues en acétate.

Art'Monium-La galerie d'Art Optique à Conflans Sainte Honorine (Yvelines) est née de Philippe Vinet en 1990. D'abord dans la finance chez Diloptic-Vendôme en 1983, il décide en 1990 de se spécialiser dans la création de lunettes et met en œuvre le concept Art'Monium, une galerie itinérante chez des opticiens sélectionnés pour leurs goûts artistiques. Elle sert de base de lancement à de jeunes créateurs d'avant-garde.

Il crée ses propres marques : Art'Kentiel, Art'Monika et Sign'Art (Ces deux dernières ont disparu de son catalogue en 2019 comme One to One) et distribue les marques Cyril Xémard, Evatik, Klik, Oliviero Contini, Génésis, La Matta et Kaos (ces deux marques ont été élaborées par Elisio Tessaro et Sylvia Paasch-Oberstein au début du siècle). Les quatre dernières sont aussi distribuées en Italie par Area 98 SRL.

Aspex Europe implantée à Serris (Seine-et-Marne), Sarl active depuis 2004, est dirigée par Nonu Ifergan le fondateur. Le groupe Aspex, créé en 1965, est un important distributeur de lunettes de vue et solaires, servant les marchés d'Amérique et d'Europe (plus de 50000 clients dans plus de 80 pays). Il détient des brevets exclusifs novateurs tels le clip magnétique et le métal à mémoire de forme dont Turboflex qui permet aux branches d'effectuer une rotation à 360°.

Les Champions de la lunetterie

Les marques de la société comprennent BMW eyewear (avec le logo sur les branches et les plaquettes), Easy Clip, Easy Twist, Greg Norman, Ichill, Magnetwist, Paradox, Pentax, Takumi.

AVB Atelier du Vieux Bourg à Ploërmel (Morbihan). Citée pour sa représentation de lunettes pré-montées, l'entreprise produit depuis 40 ans des cordons et des chaînettes. Parmi les trois principaux fabricants français d'accessoires elle entre en concurrence avec Julbo de Longchaumois (Jura).

Azur Diffusion Marseille est une société fondée en 2005 par Lionel Lucchini, fils d'opticien. La marque porte son nom et intègre les tendances à la mode. Les quatre collections en acétate ou métal sont classiques ou rétro.

Bal Créations à Ambazac (Haute-Vienne) créée en juillet 2016 par Anne Lise Zualors Bertrand qui a remporté le concours des étudiants en optique "Delabre Lunettes". Elle fabrique elle-même ses montures sur-mesure, donc artisanales, dessinées par l'opticien avec le futur porteur. Les montures Bal Créations (marques éponyme et Zualors) sont en acétate ou corne de buffle et la jeune cheffe d'entreprise peut à la demande y ajouter des incrustations et suggérer des bijoux assortis (colliers, bracelets,...).

Baroptic France à Plomodiern est le dédoublement en 1994 de la première société fondée à Barcelone en 1993 par Philippe Barbier et Daniel Rault. Baroptic est la contraction des noms des deux créateurs. Approvisionnée au début en Espagne, l'entreprise a diversifié la provenance de ses montures de marques Baroptic et ses clips solaires Cuba Libre. Elle fournit aussi des accessoires divers (décors de vitrine,...)

BB Studio Diffusion à Deauville(Calvados) ou B.Barn's Lunettes créé en 2017 est un établissement secondaire de l'entreprise BBStudio

Les Champions de la lunetterie

Diffusion de Paris spécialisée dans le secteur de l'optique depuis 2014. Cette marque de haute lunetterie Made in France allie la créativité du design contemporain et le savoir-faire d'antan. La collection Barn's Egerie est disponible en trois lignes de lunettes. Deux autres références sont proposées : B.Barn's Lunettes en série limitée et Bern's lunettes sur mesure.

Blackstone Distribution SAS à Saint-Rémy-les-Chevreuse (Yvelines) est lancée en 2008 par Lucia Perez Almodobar pour commercialiser ses collections colorées en acétate et métal au look étonnant. Les marques sont :

- 4 contre 1 en référence à ses filles, elle-même et son mari.
- 41 Eyewear pour des lunettes équipées de verres aux textures et couleurs singulières.
- George, Gina & Lucy, une marque allemande influente dans la maroquinerie et la lunetterie depuis 2004 pour les jeunes filles (formes rétro et charnières épaisses proches des Jacquie Ooh de Ray-Ban).
- Life Italia Kids, conçues en Italie par la société Life.

Braun Classics à Ormesson sur Marne (Val-de-Marne) créée par Reinhold Braun en 1993 (siège à Munich) propose deux marques allemandes: Braun Classics et Dolabany du designer et producteur Mark Dolabany.

Brightandson Eyewear à Levallois Perret (Hauts-de-Seine) est la suite logique du succès enregistré depuis plus de 30 ans dans le prêt à porter par le Groupe Brighton. La gamme de lunettes optique Brightandson Eyewear est lancée en 2013. L'esprit vintage et tendance se retrouve sur les modèles solaires polarisés.

Bruno Chaussignand à Nyons (Drôme) est lancée par un ancien élève de l'ENOL (Ecole Nationale d'Optique Lunetterie) de Morez. Grâce à

Les Champions de la lunetterie

sa lunette conçue en 1995 en bois d'olivier, il remporte le prix du jeune créatif au concours national de lunetterie du Jura puis le grand prix des lunetiers en 1996. Elu coup de cœur au Silmo 1997, il est considéré aujourd'hui comme un des meilleurs designers du pays avec Time Out sa ligne contemporaine fabriquée à la main et empreinte de la culture française.

CCO Créations à Vittel (Vosges) est connue d'abord sous le nom de Country Club Optique ; en 1997 la société de Philippe Leleu change de positionnement et devient Création Concept Optique en 2000. La marque historique est la lunette optique Bleu Ciel, suivie par la gamme solaire et cinq autres nouveautés distribuées en nom propre. En 2002 El Nino cible les femmes avec sa monture architecturale avec les branches réalisées comme une œuvre d'art (son homologue masculin sortira en 2009). Paprika est livrée pour les enfants en 2003 pour la rentrée scolaire. Le fondateur a deux filles Clémence et Margaux ; celle-ci imagine la griffe Clémence & Margaux en 2012. La lunette optique Val & Cie de style rétro pour les hommes est lancée en 2016.

Central Vision à Aubervilliers (Seine-Saint-Denis) est une Sarl immatriculée en 2004. Les marques solaires proposées par le gérant Chengzhu Bai sont Rosalba (dépôt en 2015) et New Vision, remplacée par Isoka en 2018.

Chamborelle Création SAS à Crégy-les-Meaux (Seine et Marne) est établie en mars 1986 et présidée par Alain Boulas depuis le début 2017. Ses montures originales sont fabriquées en France : Chamborelle Eyewear très travaillée, Junkana très colorée pour les enfants, Mikata et Kahéo Eyewear lancée en 2008 à Moirans, innovante avec ses clips amovibles permettant de changer le décor des branches, chacune intégrant deux micro-ressorts.

Les Champions de la lunetterie

Clary Optic-Fitovers à Neuilly Plaisance (Seine-Saint-Denis) a débuté son activité en mai 2003. La société présidée par Gérald Smith commercialise des lunettes polarisées pour protéger le cristallin et la rétine sur la neige, l'eau et pendant tout sport de plein-air. Elle distribue des sur-lunettes américaines fabriquées en Italie : Clari-Fitovers, Jonathan Paul et Fitovers.

Classic Line à Pantin (Seine-Saint-Denis), immatriculée en décembre 1995 est dirigée par Marcelle Tordjman depuis 2003. Les marques de montures solaires ou optiques distribuées sont : John & Jess (acétate et métal), Titane Line, Horn Line, Wood Line, Hyro Jeans, Hyro Maxcobalt.

CLSO à Bordeaux (Gironde). Fondé en 1950, ce Comptoir de Lunetterie du Sud-Ouest est spécialisé dans le domaine de la fabrication et distribution de montures pré-montées, des lunettes solaires, des lunettes de sport, des sur-lunettes, des accessoires (étuis, chaînettes,...) et de l'outillage. Les marques déployées portent le nom éponyme CLSO et Centrostyle. La maison est dirigée depuis 2006 par son président Olivier Dupard.

Collectif Shelter SAS à Cran-Gevrier(Haute-Savoie) est né d'un pari en 2013 à côté du lac d'Annecy dans un atelier d'ébénisterie Les deux premiers dirigeants, ébénistes de formation, Julien Lamotte et Florent Chouzy développent le concept de la production de montures solaires en bois recyclé de marque Shelter(en référence à la chanson des Rolling Stones) 100% made in Haute-Savoie. Le nouveau président Etienne Hamon de la Thebaudière depuis 2018, également inspiré par la nature environnante, poursuit l'activité, appuyé par de nombreux soutiens notamment sur la toile Internet.

Les Champions de la lunetterie

Collin Guy à Bagnolet (Seine-Saint-Denis) créée en 1975 propose des lunettes sans fioritures, modernes, rétro ou strass pour tout le monde (lunettes de maquillage, pliantes, face à main...). Les marques sont tout simplement Collin Guy et Guy Collin.

Comino à Paris est née en 2004 de l'initiative de Patricia Sanchez et Alexandra Bertrand, ses gérants. La société, dont le nom rappelle une île de l'archipel maltais, a amorcé son développement avec la marque Cutler and Gross (Cf. distributeurs anglais). Elle distribue également des lunettes haut de gamme de créateurs dont la plupart sont fabriquées en France, Italie et Japon :

-Ahlem Eyewear élaborée par la créatrice Ahlem Manai-Platt depuis Los Angeles et déclinée en lignes nommées d'après un quartier parisien.

-Coblens Eyewear (Cf. Allemagne)

-Eyevan 7285, marque japonaise au style rétro mais épuré, créée en 1972, arrêtée en 1985 et relancée en 2013 d'où la référence des deux dates.

-Hervé Domar/Pierre Hardy (Cf. ACHD France autres)

-Kikies (Cf. ci-dessous),

-Lool Eyewear (Cf. distributeurs ibériques)

-Sintillia. La monture, un bijou modernisé de la chaînette, est fabriquée à la main dans le Jura.

Création libre à Colmar (Haut-Rhin) est inaugurée en avril 2008 par son fondateur Philippe Heyer. Il conçoit sa propre marque Krom Eyewear depuis 2016 : lunettes sans vis ni charnières à partir d'une feuille plate. Le prototype est réalisé localement ; la découpe des montures en inox, le polissage, la coloration, le précintrage sont exécutés dans le Jura. La collection de 18 références est terminée en Alsace avant expédition en France et à l'étranger. La société représente aussi les marques allemandes

Les Champions de la lunetterie

Toms-Design et Swap-It fabriquées à Lüedenscheid dans le Sauerland (Allemagne).

Cristaflor Group à Saint-Pierre-d'Irube (Pyrénées-Atlantiques) présidé par Roland Lacommere forme un groupe constitué en 1977 de trois sociétés françaises :

-Cristaflor et Globex à Saint-Pierre-d'Irube, Odys Vision à Angresse (Landes). La famille Lacommaire est aussi aux commandes : Pierre pour Globex et Murielle pour Odys.

-Cristaflor née en 1977 pour la distribution de lunettes solaires pour l'enfant, l'adolescent et l'adulte dans le style sport ou mode. Elle commercialise les collections J.Sun, M & G, Molyneux, Roadson (polarisant et photochromique) et depuis 2009 Serge Blanco. Ines de la Fressange, qui avait quitté le giron d'Albin Paget (Morez) en 2016, fait partie du catalogue Cristaflor ; la marque est fabriquée par Globex, comme Serge Blanco, M & G, Molyneux.

-Globex, concepteur et distributeur depuis 1949, est le spécialiste optique du groupe. En 1954 Globex devient lunetier et innove en France en sous-traitant une partie des fabrications au Japon et en distribuant des lunettes de marques : Maggy Rouff (l'architecte de la couture dans les années 30) et Edward Molyneux (créée en 1906, son nom fait référence au styliste et parfumeur Captain Molyneux), respectivement produites par les usines Landry et Calamand à Oyonnax. Globex achète une société aux USA qu'elle revend en 1968 et crée l'entreprise de lunettes Optar absorbée en 1970 par sa maison-mère Globex.

-Odys Vision, créée en 2004, s'est spécialisée dans la vente des montures 2^{ème} paire (vue et soleil) et entrée de gamme. L'offre aux

Les Champions de la lunetterie

opticiens concerne les produits Odys Vision, Côté Vue, Xélis. La société est partenaire d'Essilor et BBGR respectivement avec Maximiz et Digipack (externalisation du taillage des verres et montage à distance pour les opticiens).

Dailytec à Lille, dirigée par Baudouin Dupont, est immatriculée en 1996. Elle distribue des montures de marque et clips solaires sous les marques Dailytec et Toplight.

Design Eyewear Group à Paris (absorption des anciennes sociétés Architectures et Expressions implantées à la même adresse au n°189 rue d'Aubervilliers dans le 18^e) est le regroupement de plusieurs entreprises qui distribuaient des marques intégrées mais agissant de façon presque autonome. Lars Flyvholm préside aux destinées de la firme depuis 2017. Dans plus de 40 pays, dont les Etats-Unis et l'Asie, le groupe poursuit son expansion grâce à une stratégie d'expansion basée sur des canaux spécifiques aux marques polyvalentes allant du design français au style nordique :

-Face à Face créée à Paris en 1995 rejoint le groupe en 2016. Les montures sont fabriquées en France, Italie et Corée du Sud. Elles étaient distribuées auparavant par la société Architectures ainsi que Woow.

-Woow fondée en 2012 intègre le groupe en 2016. La marque a l'esprit fun anglais, combinaison de London Beat et Paris Fashion, qui adopte en 2018 les formes des années 70 et 80.

-In Face est créée en 1987 par un opticien danois. La société éponyme était implantée à Lille avant sa reprise en 2016 et utilisait des technologies éprouvées de la lunetterie.

-Kilsgaard Eyewear fondée en 2008 arrive dans le groupe en 2017. La marque danoise, classique et branchée s'inspire de l'ambiance

Les Champions de la lunetterie

londonienne avec une touche des années 70, tout en respectant le classicisme du pays nordique.

-Niefties est fondée en 2017, l'année de son intégration dans le groupe Design Eyewear (auparavant la société Expressions distribuait toutes les marques ci-dessus sauf Niefties). Les montures pour adultes aux traits fins sont repérables par des détails astucieux telles les rayures des branches.

Dex Productions à Evreux (Eure), dirigé par Hugues Poillerat depuis 2008, s'est imposé la mission de produire des lunettes intemporelles de qualité à une clientèle qui souhaite s'affranchir des codes. La lunette Struktur de fabrication normande est l'aboutissement d'une œuvre créative et d'une réalisation en acétate aux coloris déclarés exclusifs.

DJ Optique à Saint-Herblain (Loire-Atlantique) a été évoquée précédemment. La société, dirigée par Jacques Melou depuis octobre 2007, est spécialisée dans la distribution de lunettes correctrices et solaires. Elle représente les marques Eye Func (Pays-Bas), Johann Von Goisern (Autriche), Made in Italy (Italie) que l'Agence Pour l'Optique à Sorgues (A.P.O.) fournit aux Dom-Tom (Cf. ci-dessus).

DLT Optic à Bezons(Val-d'Oise) lancée en 2008 et gérée par Djamel Zeboudj. Ce distributeur de lunettes pour tous, fournit les marques DLT et Zéta (type percé avec des reliefs sur les branches).

Dugo à Aubervilliers(Seine-Saint-Denis) dirigée par Cal Tchneng depuis 2014 commercialise des montures optiques et de soleil : Dugo, FBI, Polarone, Titon 1888.

Eloïse à Verneuil- sur- Seine (Yvelines) est une société inspirée par des réalisateurs de la Nouvelle Vague pour les femmes. Coloris

Les Champions de la lunetterie

subtils et des écailles se mêlent harmonieusement rappelant que la marque Eloise Eyewear est née en Espagne en 2015.

Eschenbach Optik France à Plaisir (Yvelines) est dirigée par Uwe Schultze depuis 1995. L'entreprise représente les marques et le savoir-faire germanique décrits dans le chapitre dédié à Eschenbach Optik GmbH (Distributeurs Allemagne).

Europ Technic Sarl à Balma (Haute-Garonne) dirigée par Danièle Coursier est une entreprise familiale spécialisée dans l'optique depuis 1990. Outre des accessoires, son activité concerne le processus complet de la conception à la commercialisation de lunettes de vue, solaire et sport. La maison affirme que la fabrication totalement intégrée dans les ateliers n'aurait rien à envier aux maîtres jurassiens ! Initialement vendue sur un marché de « bouche à oreille » puis par des représentants multicartes, les lunettes bénéficient d'un réseau français grâce à la logistique de l'International Frame Company à Aubagne (IFC).

Les marques de montures sont : Europ Technic, Ginko, Pauder, Rialto, Piwée, Wicklow.

EVCPE à Seignosse (Landes), gérée par Vincent Evain, est importateur/exportateur depuis 2013 de marques italiennes et parisiennes :

-Epos Milano, dénommée ainsi en mémoire d'un archéologue anglais qui inspira un couturier créateur de lunettes intemporelles, en général de formes rondes, discrètes et au charme rétro.

-Legend of Paris au design style rétro en optique et solaire.

-David Marc fabriquée en Italie par deux designers italiens de Rome, Marco et David, passionnés l'un par la mode, l'autre par les matériaux. La production David Marc Eyewear faite à la main est

Les Champions de la lunetterie

avant-gardiste et intemporelle ; elle s'inspire des années 40 américaines.

Event Distribution à Beaupréau (Maine-et-Loire), gérée par Emmanuel Cartier depuis juin 2011, distribue des montures de niche provenant des Pays-Bas. Les marques de lunetterie optique indépendante distribuées sont la Bloomdale très tendance et The Black Label (TBL) emblématique dans une veste en titane fin japonais.

Eye for Eye à Saint Avold (Moselle) (Cf. distributeurs luxembourgeois)

Eye Love View Sarl à Aix en Provence (Bouches-du-Rhône) depuis 2011 (maison créée à Meyrargues en 2004). Christian Meynard, son gérant, commercialise des cartes-loupes au format d'une carte de crédit réalisée en polycarbonate et des lunettes d'usage temporaire pour la lecture et les travaux manuels.

Eyers Sarl à Marseille (Bouches-du-Rhône), est dirigée par son gérant Jean-Marie Martinant de Preneuf depuis juin 1996. Elle distribue des lunettes de marques Eyers Action, Eyers Dreamwear et Lacey en Europe.

Eyes Label à La Chapelle d'Armentières (Nord), fondée en 1998 par Francis Delhaize a pris le nom d'Eyes Label. Elle fait fabriquer ses modèles. Dans la continuité sa nouvelle gérante Hélène Barbier enrichit et distribue 5 marques propriétaires de 800 modèles originaux (dont 80% en métal): Imagine-toi pour les jeunes, Montmartre Lunettes pour les hommes, Originals plutôt sportif, Imagine et Vertical-e, deux collections colorées pour les femmes cherchant à se faire remarquer.

Les Champions de la lunetterie

Eye-Web à Paris, fondée en 2008 est partenaire de distributeurs européens à qui elle achète des surplus de marques de lunettes prestigieuses pour les proposer à des tarifs compétitifs sur sa plateforme Internet. Son gérant est Jonathan Sabaa. Créée en France, la ligne unisexe Iron Paris, d'influence vintage mais moderne, est mise en avant par le site et se décline en teintes diverses combinant métal et acétate. La marque italienne Gianfranco Ferré, synonyme de raffinement, a fait son retour en France en 2017 avec ses montures à double pont, mais rejoint le Grupo Optim espagnol après un passage par Eye-Web.

FJO Sarl à Bussy-Saint-Georges (Seine-et-Marne) (Cf. Locaplast même adresse ci-dessous)

FMI (Fabrique de Mode et d'Industrie) est créée à Paris en 2002. Forte de son expérience, la société gérée par Serge Mitry distribue des marques de lunettes de créateurs :

-Vanni fondée en 1991 par Giovanni Vitaloni, propose des montures italiennes pour le groupe Nico-Design (Cf. Autres distributeurs italiens). La collection contemporaine, colorée et avant-gardiste porte la mention Made in Italy sur ses branches

-Dérapage anticonformiste avec ses branches demi-flex avec deux lignes : Tornado sans soudure dotée de micro-rivets et Molecube avec ses charnières brevetées en Italie.

-XIT aux formes géométriques en acétate aux couleurs vives et écailles singuliers : (les Freeks se distinguant par une asymétrie entre les deux yeux) et métal(Combo).

Francis Klein à Paris est spécialisée dans la lunette ancienne de luxe sur-mesure donc unique et signée, principalement destinée aux femmes où le strass Swarovsky se mêle au cuir, au strass et aux clous. Les montures dessinées dans l'atelier familial sont produites en France par des artistes proches de la haute couture, connus pour leur

Les Champions de la lunetterie

savoir-faire dans la gravure, la pose de bijoux et autres spécialités telle le dessin au laser.

La société est créée par Francis et son épouse Michèle en 1970 ; leurs filles Dixie et Betty (présidente depuis mars 2018) poursuivent son développement en conservant les valeurs initiales : artisanat et personnalisation des montures.

François & Sébastien à Treize Vents(Vendée) propose des lunettes en bois depuis 2013 après la rencontre de deux amoureux du design : Sébastien Geslin (Pdg), ancien fabricant de kayaks, devenu maquettiste et designer pour Hermès, Lanvin et Louis Vuitton, et François Dublé, orfèvre en organisation et marketing. Les montures utilisent le noyer, l'érable, le chêne fumé et des charnières en laiton. Lancée en 2017 la marque François & Sébastien change de nom et devient Sébastien Geslin. La collection optique et solaire écoresponsable, destinée aux opticiens haut de gamme, se compose de 4 formes modernes et 11 finitions ; elle bénéficie de plusieurs innovations (réglage des branches et système pour faciliter l'insertion des verres) et chaque modèle porte le prénom de personnages historiques.

Frédéric Beausoleil à Paris a vu ses premières créations en 1987 naître dans l'atelier d'un maître artisan. Les montures, la plupart en acétate, se singularisent par des détails atypiques et un style chic rétro au design insolite.

Outre la marque Frédéric Beausoleil la maison propose :

- Lunor (Cf. distributeur Allemagne)
- AudiVue qui intègre une aide auditive sur une monture pourvue de manchon réglé sur mesure.
- Studio FB aux lignes intemporelles brossées à la main, qui empruntent l'aspect du bois.

Les Champions de la lunetterie

French Rétro à Paris 19° est le siège de l'entreprise Danils créée en 2015 et présidée par Ilan Benhamou. Son établissement secondaire rue des Ecouffes en plein cœur du Marais depuis juillet 2016 est spécialisé dans le commerce de détails d'optique de la marque French Rétro, dans le style John Lennon. Le premier concept store a ouvert en juillet 2016. La maison commercialise des lunettes optiques et solaires en acétate, métal et combiné.

Frod's Distribution à Arnières-sur-Iton (Eure) est animée depuis 2010 par Florent Robaut, un opticien lunetier qui met en avant le savoir-faire français ; il est l'initiateur d'un concept éco citoyen qui consiste à utiliser de l'acétate produit en France : pas de solvants et emploi de colorants alimentaires (label Origine France Garantie). Les collections de la marque Frod's Lunetterie pour femmes et pour hommes sont en harmonie avec la French Attitude à un prix équivalent au milieu de gamme asiatique à qualité équivalente.

Furcom Vision à Aubervilliers (Seine-Saint-Denis) est depuis 2010 un grossiste spécialisé en lunettes solaires, optiques et prémontées de marque Furcom (gérante Xixi Ling).

Gaston ETC (Sarl) au Mans (Sarthe) est née en 2017 de la volonté de Benjamin Mézière qui, fort de son expérience en magasin d'optique spécialisé en lunettes de créateurs, décide de créer sa propre marque Gaston Eyewear. Après deux années de commercialisation, ses premiers modèles atypiques et intemporels, imaginés et manufacturés en France, n'ont pas encore succombé au diktat de la mode !

GB Lunetterie à Montargis(Loiret), anciennement à Chatenoy est dirigée par Geoffroy Balzeau. Elle distribue des montures, de l'outillage, des verres solaires, des lentilles d'optique et divers petits matériels d'optique.

Les Champions de la lunetterie

Gipsy Caravan Sarl à Saint-Cloud (Hauts-de-Seine) puis Paris, dirigée depuis 2012 par Nathalie Blanc. Après des études d'opticien lunetier elle s'investit dans les montures de lunettes pour la jet set grâce à un carnet d'adresses très fourni, entretenu par ses relations et son mariage avec Eric Brunet journaliste.

Elle signe avec la marque française de Johanna N'Jill Swildens en 2006 ; la collection mélange les genres avec des motifs animaliers pour hippie chic (12 modèles de solaires et 6 d'optiques). Elle propose également les lunettes de Michel Klein, un créateur du prêt-à-porter, d'accessoires et de lunettes élégantes intemporelles, véritables bijoux au goût des amateurs de luxe et de design.

En 2015 elle lance Nathalie Blanc Paris, sa propre collection de lunettes optiques, modernes et impertinentes.

Globex SAS à Saint-Pierre-d'Irube (Cf. Cristaflor-Autres distributeurs France).

GMT Outdoor à Roubaix (Nord), présidée par la société Steca depuis 2014 est créée en 1984. Son activité concerne la vente en gros de produits divers dont les matériels d'optiques (lunettes de protection, de visée et montures de marques Wildey-x).

Go France à Trouy (Cher) immatriculée en 2016 est la partie France du Go Eyewear Group originaire du Brésil, dédié à la création, la production et la distribution de montures. La présentatrice de télévision et mannequin Ana Hickmann, qui a développé sa marque de vêtements et de bijoux, s'est lancée dans la lunetterie solaire et de vue. Depuis 2009 la société s'étend en Europe. Les marques mises en avant sont :

- la collection AH comme Ana Hickmann pour les femmes,
- T-Charge, monture née en 2010 pour les hommes plutôt dandys ; les modèles combinent l'acétate, le titane, la fibre de carbone ou le bois.

Les Champions de la lunetterie

- Bulget, Bulget Kids.

Gunnar Optik France à Marseille (Bouches-du-Rhône), est une antenne hexagonale depuis 2007 en France de la **Gs** cofondée en Californie en 2005 par Joe Croft et Jennifer Michelsen. C'est le leader mondial des lunettes pour écrans, précurseur d'une technologie anti-lumière bleue brevetée, avec les verres qui aident à la concentration naturelle, réduisent la fatigue oculaire, améliorent le contraste. Les montures Gunnar sont légères et leurs branches ultraplates en acier, habillées d'un revêtement en fibre de carbone, sont commodes sous un casque d'écoute.

H.Mahéo à Béziers (Hérault), créée en 1987 par Hervé Mahéo, fournit des lunettes dont les marques tendances s'adressent aux enfants et adultes. La société propose quatre marques : H.Mahéo (entrée de gamme), RV Barcelona (collection colorée lancée en 2013), Koopy(en acétate très colorée pour les enfants depuis 2012), RV Teen's (pour les ados chez les opticiens en 2017).

Hervé Domar Paris Distribution à Paris (Cf. ACHD France Autres)

Hexagone Lunettes à Treillières (Loire-Atlantique)(Cf. Roussilhe - Distributeurs et sous-traitants de l'Ain))

Hilco Europe à Pau (Pyrénées-Atlantiques) est une société en collaboration avec la Blue Point Capital Partners ; elle fait partie de Hilco Vision le fournisseur international de solutions de soins de la vue dont le siège social est situé à Plainville, dans le Massachusetts.

La maison-mère des Etats-Unis dispose de filiales aux USA et au Royaume-Uni, Allemagne, Australie, Chine, Pays-Bas. En 2015 Hilco Vision a acquis Breitfeld & Schliekert (B & S) qui, avec le distributeur Optiplus (accessoires de lunetterie), Proteye (lunettes de sécurité et

Les Champions de la lunetterie

sportives) forment Hilco Benelux. Hilco propose des lunettes de soleil de Jonathan Fitovers équipées de verres gris polarisés qui se posent sur les lunettes de vue.

Outre les lunettes, Hilco se concentre sur les outils professionnels et les accessoires grand public (soins oculaires).

Honeywell Safety Products à Villepinte (Seine-Saint-Denis) fait partie de Honeywell Europe qui préside cette société localisée près de Roissy depuis 2002. L'unité est spécialisée dans la fabrication sous-traitée à Morbier de lunettes de sécurité dotées de verres correcteurs (Cf. Dalloz-Créations- Les sous-traitants du Haut-Jura).

Horn & Cie à Saint-Antoine-du-Rocher (Indre-et-Loire) est une société maîtrisant la fabrication de montures solaires et de vue depuis 2008. Son fondateur Laurent Travers, après vingt années dans le métier est un ancien MOF (Meilleur Ouvrier de France) de Morez. Il utilise la corne de buffle, de zébu, de bœuf irlandais et l'acétate qu'il façonne sur mesure. Sa marque HornandCo gravée sur les branches réédite des lunettes anciennes d'exception.

Icare-ATM à Bitche (Moselle), dirigée par Dominique Wald depuis 2005, est un laboratoire spécialisé dans la fabrication de lunettes de protection médicale à verres plombés correcteurs (marque Hilco). Elle fait partie de la société Panoples qui depuis plus de 30 ans regroupe des sociétés de distribution de produits d'optique et travaille en partenariat avec Essilor. (La marque Willey X de lunettes de protection est reprise par Shamir en 2018 –Cf ci-dessous)

ICBG Sarl à Chaon (Loir-et-Cher), créée en 2000 et gérée par Bruno Gangneux détient les licences de marques de provenances diverses :
-Eté : consacrées aux enfants, certaines plaquées de plumes sous acétate aux couleurs fluorescentes fabriquées en Touraine.

Les Champions de la lunetterie

- Tam-Tam : Pour vous protéger efficacement du soleil tout en restant branché...le rayon lunettes solaires de Tam Tam.
- Kowalsky : fait main en Allemagne par les opticiens Wolff depuis 1968.
- Von Bogen : de provenance allemande.
- Classic Forever.
- Eye society.

Import Lunette à Bagneux (Hauts-de-Seine), dédiée au commerce de gros et présidée par Elisabeth Nouzille depuis son immatriculation en 2015, distribue la marque Polar de Serengeti Eyewear (Cf. Bushnell Outdoors Products).

In Bô à Les Voivres (Vosges) est gérée par Aurèle Charlet, Antoine Cochennec et Quentin Le Jannou. Cette jeune entreprise née en 2016 étudie et fabrique des produits en bambou et fibre naturelle : d'abord dans un garage pour produire des planches de surf puis de ski et de vélos en bambou, la société se lance dans la lunette en bois en 2017 de marque In Bô. Les collections Optiques en bois sombre (chêne graphite et coffee) répondent bien aux attentes des opticiens qui recherchent des modèles classiques et rétro. Les verres polarisés des Solaires sont fabriqués chez Christian Dalloz dans le Jura (Cf. Sunoptic.com).

En 2019, une concurrence de plus se met en place dans ce domaine des faces et des branches en bois : celle de Jean-Baptiste Bouvier, un Jurassien audacieux, qui démarre à Grande-Rivière une fabrication encore artisanale de lunettes à partir de douelles d'anciens fûts de chêne de vigneron !

Infield Safety GmbH à Habsheim (Haut-Rhin), dirigée par Nicolas Bialy, est depuis septembre 2017 la branche commerciale France de la société mère de Solingen (Allemagne). Filiale du groupe Essilor,

Les Champions de la lunetterie

elle est spécialiste depuis 1990 des équipements de protection individuelle (EPI) en particulier pour les problèmes liés à la vue en situation de travail. Les stocks et la logistique sont désormais recentrés en Allemagne. Les marques disponibles sont Infield, Exor, Optor, Raptor, Terminator et Windor.

Inov'Optic Company Frames à Sorbey (Moselle)(Cf. Wagner + Kühner Gmbh à Bad Kreuznach-Allemagne Autres) est gérée par Philippe Bill depuis 2014. Outre la marque Paradoxe Créateur, elle distribue More and More, S.Oliver, Liebeskind et W.K de Wagner + Kühner Gmbh.

Inov'Optic Company Frames à Sorbey (Moselle)(Cf. Wagner + Kühner Gmbh à Bad Kreuznach-Allemagne Autres) gérée par Philippe Bill depuis 2014. Outre la marque Paradoxe Créateur, elle distribue More and More, S.Oliver, Liebeskind et W.K commercialisées par Wagner + Kühner Gmbh.

Intertitane à Paris est animé par son gérant Kok Diep depuis 2014. Son expérience l'autorise à proposer des montures fonctionnelles conçues et fabriquées en titane et acétate sous sa marque éponyme.

Izipizi à Paris depuis une décennie disposait d'établissements, fermés successivement (See Up ABC en 2012, See Concept en 2015 et Izipizi en mars 2018). Le Président actuel Quentin Couturier installé au n° 19 rue Blanche commercialise sa marque pour les besoins classiques : bébé, enfants, de vue sur écrans, solaires, etc...

Jaunath S.L. à La Massana (Principauté d'Andorre) : société d'import-export, elle est spécialisée en optique : lunettes loupes et de lecture prémontées en plastique.

Jean Philippe Joly Sunglasses à Champigny (Marne) est inspirée par son artisan créateur depuis 1999, influencé par ses pérégrinations à travers le monde, en particulier à New-York. Son expérience s'est

Les Champions de la lunetterie

enrichie du savoir-faire italien (acétate Mazzucchelli); ses séries limitées de lunettes optiques et solaires expriment sa sensibilité aux volumes et aux couleurs.

Jen Mood à Paris, immatriculée depuis 26 ans (1992) est gérée par la créatrice de bijoux Jen Mood, la marque de montures et d'accessoires made in France (colliers, sautoirs, chaînettes, sacs, boucles d'oreilles,...).

Jeremy Tarian à Paris est distributeur de la marque sous licence IC ! Berlin (Cf. Allemagne Autres distributeurs).

Jfrey, Boz, Volte-Face et Sky Eyes (Bli-Bdp) à Marseille (Bouches-du-Rhône) est animée depuis 2006 par son gérant Jean-François Rey. Sa société SAS Bli-Bdp est spécialisée depuis 25 ans dans les créations, fabrications, commercialisations, exportations et distributions de monture optiques et lunettes de soleil aux Etats-Unis, Allemagne, Canada.

Les deux passionnés, Joëlle et Jean-François, fondent leur marque en 1995 en adoptant la technicité des lunetiers du Jura pour se singulariser avec des collections optiques et solaires utilisant tous les matériaux : acétate, métal plié, titane, fibre de carbone, bois et cuir. Leurs créations haut de gamme originales aux charnières innovantes et branches ajourées sont signées Boz Eyewear, Sky Eyes. Les griffes Volte-Face et JF Rey sont évoquées chez Optisun (Cf. Optisun et Lytot -Distributeurs et sous-traitants de l'Ain).

JHB (Ets Julien Buffard) à Flayosc (Var), créé en 1992 fournit à ses clients opticiens, outre des lunettes de sécurité et de maquillage, des clips solaires à ressort et relevables de marque JHB. Stéphane Pitre en est le gérant depuis 2013.

Les Champions de la lunetterie

Kaigan Sarl à Marseille (Bouches-du-Rhône), distributeur et créateur de lunettes tendance et design, fondée par Tony Gouin en 1998, est gérée par Antonio Gouin depuis la fin 2003. Son designer international Pascal Lacotte, qui fit ses premières armes chez Alain Mikli et Jean-François Rey, participe à ses côtés à la diversification de ses collections solaires et optiques.

En 2011 Kaigan développe la collection Vincent Kaes en utilisant les technologies et techniques des années 60 : charnières rivetées et martelées à la main.

Le savoir-faire de Tony Gouin en matière de design conduit le collectionneur de lunettes anciennes Charles Mosa à collaborer avec Kaigan pour revisiter les modèles anciens dans un esprit vintage. Des montures mythiques de diverses époques s'offrent un saut dans le passé avec la collection Charles Mosa composée de milliers de pièces remises en état pendant des années.

La maison Kaigan représente aussi les montures solaires de la société australienne AM Eyewear fondée en 2003. Fabriquées en Italie leur design coloré est inspiré par le soleil et le style propre aux surfeurs séduisants de l'hémisphère sud.

Karu Design à Pointe-à-Pitre (Guadeloupe) est en place depuis 2003. Depuis l'origine son gérant Patrick Riffault et son frère opticien Damien fabriquent des lunettes de marque Inoxia, Persépolis et Karu Design.

K-Eyes à Le Muy (Var) depuis 2004 est dirigée par Sylvie Kharboutli qui crée et distribue des lunettes originales de vue et de lecture colorées et design pour tous les amateurs discrets ou impertinents.

Ki et la SAS à Treillières (Loire-Atlantique) est née en 2010 à Pornic de l'amitié entre David Angibaud, Anne-Charlotte Le Grand, Alix Gayet-Laraison. Ils apportent au marché de la puériculture la french touch avec la monture Diabola réversible extra-souple

Les Champions de la lunetterie

s'adaptant à la morphologie des bébés. Avec le succès de l'émission les Maternelles sur France 5 et le trophée du design de Nantes, l'aventure de la marque Ki et La se poursuit avec la nouvelle collection Le Kapel... mais ce sont des chapeaux anti-UV haute protection !

Kikies à Henonville (Oise) est créée en 2014 par Nicolas Emeriau et Camille. Aidés par le designer Damien Fourgeaud, ils repensent le concept de lunette de glacier et lancent leur première collection en 2015. La monture en acétate haut de gamme est fabriquée à Oyonnax et distribuée par Comino à Paris (Cf. ci-dessus).

KNCO à Guichainville (Eure), l'ex Karavan & Co née 1966 en Normandie est une société créatrice et distributrice Karavan, Karavan Kids, K-lab, Axebo, François Pinton précédemment chez Le Lab Eyewear à Paris (marque avant-gardiste transmise de génération en génération depuis 1953 et initiatrice des modèles de Grace Kelly, Jackie Kennedy, Aristote Onassis), Evolun, John Lennon, Kaliboo, Barbapapa, Catimini, Jacadi Paris, Monsieur Madame).

Le groupe, dirigé par Jean-Michel Costasèque depuis 2010 et Philippe Guillen (ancien président de Folomi), opère en B to B avec ses sociétés Lunettes Folomi, Lun'Art, Axebo et Karavan Production. La firme dispose depuis 2016 d'un établissement secondaire à Paris qui commercialise en gros les différentes collections.

Depuis 1980 elle travaille avec les couturiers pour qui elle étudie et réalise leurs collections de lunettes : Daniel Hechter, Sonia Rykiel, Yves-Saint Laurent, etc...

La marque Karavan en acétate est lancée en 1966 par Jean Lempereur. Aujourd'hui elle se décline en plusieurs collections aux tonalités vives et aux lignes branchées, papillons, rectangulaires, ovales et rondes. Le label « petite enfance » de Logo (Bam'Boo pour

Les Champions de la lunetterie

les 0-36 mois et Barabapapa pour les 2 à 5 ans) a intégré Karavan & Cie en 2015.

Karavan Production rachète en 2013 le groupe Buffard ; il est composé des trois sociétés Lun'Art, Folomi, Axebo (anciennement dans le Jura à La Doye les Rousses puis St Laurent en Grandvaux). La firme est plutôt spécialisée dans le métal avec ses marques Laguiole, Axebo, John Lennon et Evolun alors que Karavan affiche une expertise en acétate.

La Maison des Collections sur site Web a décidé de lancer une série de marques de haute renommée, initiées par des artistes et autres designers décidés à concevoir des lunettes chics et futuristes :

-Victoria Beckham, la chanteuse, designer, femme d'affaires dans le prêt-à-porter et les accessoires n'hésite pas à affirmer vouloir créer un empire ! Les lunettes de la starlette n'ont pas de prix ou plutôt elles en ont un lié à l'élégance des montures fabriquées en Italie et à la prétention de l'ancienne Spice girl.

- Frency and Mercury lancée au Japon par M.Eque, un ancien designer et contrôleur du lunetier Salt Optics (Cf. ci-dessous), qui puise son savoir-faire dans celui ancestral des artisans japonais. Ses modèles, en titane et acétate, sont soulignés d'or et d'argent.

- Karen Walker Eyewear, est une ligne optique au charme rétro est lancée en 2006 la néo-zélandaise éponyme.

- Gray ant, lunettes chics et futuristes nées en 2004 d'un duo américain avant-gardiste (Grant Krajecki et Nathalie Levy), s'inspirent du style des années 70. L'assemblage est confié aux Italiens et les services de Zeiss sont mis à contribution pour créer les verres.

Les Champions de la lunetterie

-Le Specs, lunette solaire australienne des années 80 est relancée en 2006. Futuriste et rétro avec sa monture épaisse en œil-de-chat, ses verres fumés aux contours sophistiqués, elle gagne le cœur des stars (Rihanna, Sofia Richie,...) bien que pas chère !

-Irresistor, lunette coréenne ultra futuriste de Séoul présente de grands verres plats et lignes anguleuses ou rondes, revendiquant une dimension post-moderne. Le modèle intelligent Stardust doté de Led, titulaire du German Design Award 2017, concilie esthétisme et connectique.

-Project Produkt, un équilibre entre design, qualité et prix, est une marque de l'opticien Coréen Lee Hyun-Ho, lancée en 2014. Chaque année le concept change, rock, glamour ou funk. Le créateur collabore avec des designers de renom et des créateurs de mode de vêtements.

Le Lab Eyewear à Paris est un distributeur installé depuis 2010 dans le 12° puis en 2015 rue Tronchet dans le 8°. La boutique atypique, dirigée depuis l'origine par Cédric Flores, est une maison qui commercialise des lunettes à forte personnalité. Les marques représentées sont d'origine italienne et japonaise :

-Bob Sdrunk lancée par un dessinateur italo-australien, inspiré par les accessoires vintages à la devanture d'un magasin à New-York. Revisitant les modèles rétro, il crée sa première collection en 2009.

-Illesteva, une griffe new-yorkaise conçue par deux designers Daniel Silberman et Jus Ske, riche en coloris variés, parfois customisée, et renouvelée à chaque nouvelle saison. D'inspiration des années 50, elles sont adoptées par Rihanna, Beyoncé, Paris Hilton, Lady Gaga et bien d'autres artistes qui apprécient les lunettes de soleil en acétate tendance et branché fabriquées à la main en Italie ;

Les Champions de la lunetterie

-Jacques Marie Mage, marque très haut de gamme californienne au style rétro, créée par le Français Jérôme Mage en quantité limitée et produite à la main au Japon.

-Saraghina (vendue dans un étui en forme de boîte à sardine d'où le nom espagnol) fabriquée à Rimini depuis 2014, mais abandonnée en 2019.

-Linda Farrow évoquée ci-dessus (Cf. Distributeurs anglais)

Les Formidables à Besançon (Doubs), gérée par Olivier Cessoni, est la nouvelle dénomination de BCS Optique fondée en 2003. La firme est spécialisée dans la création originale de lunettes pour enfants. La collection au design coloré bénéficie d'une technologie brevetée, validée sur le plan ophtalmologique, permettant le taillage de verres complexes. En 2010 la société a bénéficié de la nomination au Silmo d'Or qui récompense l'inventivité de ses dirigeants.

LGB Eyewear à Pradines (Loire) immatriculée en 2012 et gouvernée par Christophe Boulanger est évoquée ci-dessus (Cf. Lunettes 3 Mai) et au chapitre sur les distributeurs de l'Ain (CF. Asart Sarl à Oyonnax). La société distribue les marques Naoned et Vue DC.

Liniu à Aix-sur-Vienne (Haute-Vienne) est gérée depuis sa création par David da Silva. La marque de même nom made in France concerne des lunettes personnalisables par aimantation depuis 2014.

Locoplast à Bussy St-Georges (Seine et Marne) est une société née en 1973 ; gérée depuis 2009 par Jean-Paul Deveney, elle est spécialisée dans la fabrication d'optique, accessoires de lunetterie et bijoux fantaisie. Sa filiale FJO distribue ses produits sous licence auprès des opticiens. Ses marques sont celles de FJO : Locoplast, FJO, Kid Reader, Sea River et les cordons attache-lunettes Rocord 3 en 1.

Look Vision à Domont (Val-d'Oise), mise en route en 1999 est dirigée par Shiwei Yang depuis 2004. Sa faculté à renouveler le design de ses

Les Champions de la lunetterie

montures est un atout pour cette entreprise en pleine croissance qui possède son propre atelier de montage de ses verres qu'elle commercialise dans toute l'Europe. Ses marques Le Ducat, Xénith, Marie-Claire, Le Tanneur, tendance, Tendance Vintage, Tendance solaire, Tendance nouvelle, Les Crobs, Georges Rech (chez Albin Paget avant sa fermeture), Robert Bacoli s'adressent à une large palette de porteurs sans prétention affichée.

Lou Création à Puget-sur-Argens (Var) est une histoire de famille ; 3 opticiens frère et sœurs se partagent depuis 2015 l'activité de création de lunettes de vue originales : Lou Création et Lou Titanium, pour hommes et femmes discrets en soixante modèles, déclinées en une dizaine de textures, coloris et cerclages variés. Fabrice Debarros est gérant de l'entreprise.

Lulu Frenchie à Lyon (Rhône) est dirigée par Paul Morlet depuis la création de la maison en 2010. Dès sa création elle est devenue le premier annonceur de lunettes de soleil personnalisées en Europe avec des logos, des messages et des images n'affectant pas la vision. Lulu Frenchie a été utilisée pour leur publicité par de grandes sociétés telles McDonalds et Playstation.

Lunetloop à Toulon (Var), tenue par son fondateur Jean-Marc Dias depuis 2004 propose des créations originales en lunettes de soleil et de presbytie. A la même adresse sa société Isla Verde, grossiste importateur des marques Lunetloop (lunettes loupes de lecture) et Sinieri (lunette solaire polarisée) de Kristian Olsen Denmark, est aussi distributeur de Chick Occhiali pour les enfants ; ses charnières rendent la face et les branches indépendantes et interchangeables.

Lunet'Mod France International (Sarl) à Tarare (Rhône) est créée en 1986. Reda Bouldi, son gérant depuis 2004, représente les marques Lunet'Mod (enregistrée en 1993), Titan'Mod (2000) et Oxford, Hooper, Lord's, Embiance, Arpège.

Les Champions de la lunetterie

Lunette Créateur à Montrouge (Hauts-de-Seine) lancée en 2015 par un opticien diplômé en optométrie cherchant à promouvoir les lunettes de créateur auprès d'une clientèle pointue qui évite les lunettes de grande distribution. Il présente les marques Apro Spectacles (Cf. Autres productions italiennes), Giorgio Nannini, Iyoko Inyake, Onirico Eyewear, Sartorial Eyes.

Lunettes Visage Eyewear à Sanary-sur-Mer (Var) depuis 2007 développe la distribution de lunettes percées et cerclées sous le nom de marque de la société dirigée par Gérard Felis, un opticien expérimenté. Sa collection en acier chirurgical et titane est déclinée en 30 modèles proposés en couleurs variées : Visage Eyewear (percées ou nylon) et Visage Vintage (cerclées).

Lunithe à Paris, dirigée par Jeanne Lefrançois (Pdg) et son frère Guillaume (DG), date de 2014. Sans vis, bio-inspirée par les feuilles des arbres, la monture en acier extra-léger et souple est assemblée par embrèvement, « à la croisée des temps ».

LVD Consulting à Villmanoché (Yonne) est présidée par Daniel Louveau depuis les débuts de la société en 2014, auréolé de ses expériences successives acquises chez Lafont, Beausoleil, Alain Mikli, Face à Face, Chez Colette et Mauboussin. En 2015 l'entreprise Westgroupe (présidée par Michael Suliteanu), chef de file de la lunetterie au Canada, décide de renforcer sa présence sur l'Hexagone et confie la distribution de ses collections pour femmes Fysh et Evatik à LVD Consulting. Cette marque destinée aux hommes est représentée également chez Art'Monium. Depuis 2018 la maison a ajouté la marque italienne Silvan Heach.

MB Production à Nantes (Loire-Atlantique), fondée en 1990 par Pierre Maiche et Frédéric Beausoleil (Cf. ci-dessus sa société à Paris) fabriquait les marques des autres. Depuis 2018 Pierre Maiche, gérant

Les Champions de la lunetterie

depuis 2010, retrouvant les fondamentaux de son métier de lunetier s'est lancé dans la réalisation de sa propre marque La Luzeronde en acétate de cellulose, faisant de la maison nantaise la seule usine de l'ouest de la France qui produit des montures solaires dans les ateliers de Chantenay sur la rive droite de la Loire à Nantes et les commercialise sur le Web.

Macojet France à Massy (Essonne) créée en 2016 et gérée par Corinne Roques représente en France les marques du groupe italien Jet Set Eyewear (Cf. Italie autres distributeurs)

Magnys à Ecully (Rhône), start-up lancée en 2016 par Denis Thoral, propose la commercialisation d'une offre monture et verres pour presbytes, s'adaptant à chaque morphologie. Les lunettes sont disponibles chez les opticiens sans ordonnance, mais ne sont remboursées. L'innovation consiste à procéder très rapidement au centrage des verres dégressifs Proximag en face de chaque pupille. La société a lancé en 2018 une gamme solaire à travers plus de 300 points de vente en France, Allemagne et les pays du sud de l'Europe.

Maison Salanson à Le Cannet (Alpes-Maritimes) est née en 2015 de la volonté de Florent Grellet, un ancien élève du LPO Victor Bérard de Morez, après vingt années de pratique de la lunetterie en magasin. Même si le nom de sa marque Dokomotto semble sortir du Japon, la fabrication est hexagonale ; ses lunettes, futuriste et rétro en acétate optique et solaire, dessinées dans son atelier près de Cannes, sont fabriquées à la main à Oyonnax en séries limitées et millésimées.

Managelia One à Tours (Indre-et-Loire) est installée depuis 2012 et dirigée par Jacques Inizan. Elle se propose de distribuer la marque Dokomotto (voir ci-dessus) et les lunettes Ranger by Randolph de la société américaine Randolph Engineering située à Randolph près de

Les Champions de la lunetterie

Boston (Massachusetts). Cette entreprise familiale fut créée en 1973 par un ancien navigateur de la Royal Air Force Jan Waszkiewicz. Associée à l'Armée américaine en 1978, la firme (seule société de fabrication de lunettes en métal aux USA) a produit l'Aviateur HGU-4 destinée aux pilotes de chasse.

Maudal SAS à Paris immatriculée en 1985 est présidée par Harry Lasry depuis novembre 2004. Elle est spécialisée dans le commerce des lunettes haut de gamme de la conception à sa diffusion en Europe, Asie, Amérique. Elle représente la maison de lunetterie française Harry Lary's, fondée par Thierry Lasry le père de Harry. Elle propose des montures aux formes futuristes et intemporelles, bénéficiant d'un succès fulgurant en 2008 aux USA. Deux collections, entièrement réalisées à la main en France, se composent de 8 modèles conçus chaque année : Harry Lary's et Thierry Lasry Sunglasses.

Maui Jim France à Castelnau le Lez (Hérault), immatriculée dans l'Hexagone en 1998, est gérée depuis 2009 par Michael Dalton. L'origine de la marque Maui Jim date de 1980 à Lahaina (Comté de Maui) dans l'Etat d'Hawaï (USA) où le « soleil cruel » éblouissait les plagistes. En 2015 la griffe s'implante dans le monde entier chez les opticiens spécialisés dans les lunettes de luxe où elle dispose d'un corner dédié. Equipée du verre technique PolarizedPlus2 la collection, toujours conçue et testée à Maui, comprend 125 modèles de lunettes solaires.

En février 2018 la société étend sa gamme à 56 montures optiques dotées de six matériaux de verres brevetés, fabriqués à Peoria dans l'Illinois puis à Braunschweig (Allemagne). La MauiPassport Everiday est conçue pour tous les jours ; les porteurs de la MauiPassport Office l'utilisent devant leur écran d'ordinateur.

Les Champions de la lunetterie

Maya Optic à Lyon (Rhône), présidée par Yann Chevalier depuis sa création en 2017, est spécialisée dans la vente en ligne de matériel d'optique.

Medi-Vision à Vourles (Rhône) est créée en 1994. Présidée par la société holding Pacifical, elle est dirigée par Alain Lepetit. L'entreprise est spécialisée dans la commercialisation auprès des pharmacies de lunettes de protection oculaire de lecture Medi-Vision et Seecare pour écrans.

Meima à Paris fondée en 2002 est animée depuis par son gérant et designer Anthony Meimaroglou depuis 2005. A ses débuts, ce créateur d'abord stagiaire dans une petite structure, acquiert en 1992 des machines d'occasion dans le Jura sur lesquelles il fabrique des prototypes envoyés à Karl Lagerfeld, chez Chloé à l'époque, et Christian Lacroix qui lui confie la conception et la réalisation des montures de leur marque. Lassé de ses activités débordantes dans la Haute-couture, il se lance dans la fabrication de montures avec des plaques épaisses d'acétate de 8 mm, inspiré par son imagination et un styliste flamand Bruno Pieters, qui dessine les collections de Hugo Boss.

Minima SAS à Linas(Essonne) née en 1979 est considérée comme la spécialiste de la monture percée sans contour. Son président Maurice Timon depuis 2010, fort d'une expérience de 15 années dans la distribution de lunettes de haute technologie, décida de concevoir des « lunettes de demain » dont le premier modèle vit le jour en 1994. Le succès immédiat de la marque Minima se confirme aujourd'hui dans le monde où les innovations sont vendues dans plus de 70 pays.

MPG France à Paris (Cf. MPG distributeurs autrichiens) représente MP Group depuis 2013. Le gérant est Dietmar Hermus à partir de 2018.

Les Champions de la lunetterie

MPL Vision à Sainte-Foy les Lyon (Rhône) dirigée par Hilde Lardet depuis 2008 après Philippe Lardet, créateur en décembre 2005 de la Sarl. La société propose ses lunettes loupes de marque Louise et Moi. La collection colorée et tendance Ynexx Design participe au système dépôt-vente, sans avance de trésorerie, qui autorise des échanges.

MR.Optique à Saint-Tropez (Var) société de distribution en gros, créée en 2012, est présidée par Pierre Rivière. Les montures en acétate sont proposées sous les marques Saint-Tropez Lunettes et Les Voiles de Saint-Tropez.

MSK Eyewear à Dieulefit (Drôme), dirigée par Stéphane Jalouzet depuis 2004, est une entreprise grossiste à la recherche depuis 1993 de créateurs de lunettes de luxe, donc sophistiquées. Elle puise ses marques en Suisse, Royaume-Uni, Japon et USA :

-Marni, déjà évoquée chez Marchon Eyewear, joue sur unicité de son design avant-gardiste et des coloris saturés qui séduisent une clientèle cosmopolite.

-Clayton Franklin réalisée au Soleil Levant où chaque monture est traitée comme un bijou et appréciée par les icônes raffinés du grand Art.

-Bruno Chaussignand de fabrication française, caractérisée par ses coupes sculpturales et un style rock pour la ville.

-Blake Kuwahara, fondée en 2014 pour les artistes, la collection éponyme du fondateur de la firme multidisciplinaire de design, la Focus Group West à Los Angeles ; ce docteur en optométrie est le créateur en 1992 des lunettes Kata Eyewear.

-Matsuda Eyewear qui mêle l'architecture à la mode est considérée comme une œuvre d'art chic, simple et de bon goût, aux métaux précieux que les collectionneurs s'arrachent sur la Toile Internet.

-Götti, précédemment chez Oskar et Cie à Paris (Cf. Götti-Distributeurs suisses). Cette dernière était spécialisée dans les

Les Champions de la lunetterie

instruments d'optique et le matériel photographique et représentait avant sa radiation les marques Anne et Valentin (Cf. ci-dessus), IC ! Berlin Brillen GmbH (Cf. Allemagne autres distributeurs), Lindberg (montures ultralégères sans vis conçues au Danemark).

-Vera Wang, newyorkaise, ancienne patineuse de haut niveau, créatrice de couture chez Ralph Lauren, spécialisée dans les robes de mariée, elle respectait mode et fonction aux designs irréprochables ;elle a disparu en 2019 de la liste des marques de MSK Eyewear.

-Massada (Cf. distributeurs anglais).

MyBinocle.com à Nanterre (Hauts-de-Seine) co-fondée en 2015 par Nathalie Raccah et Stéphane Elofer (PDG), est spécialisée dans la vente à distance sur catalogue. La société se propose de mettre en vente les lunettes inutilisées par les internautes qui peuvent commercer sur le site Internet avec l'aide d'opticiens.

MyMonture.com à Saint-Martin-Boulogne (Pas-de-Calais) née en 2012, présidée par Sébastien Gras, est le siège de l'entreprise Ansepiat dont l'activité est le commerce de détail d'optique. Elle propose des lunettes en ligne économiques grâce à des prix négociés avec les fournisseurs.

N Step à Voiron (Isère), présidée par Charlotte Halgrain est fondée en 2017. Cette société commercialise des articles de sports et des lunettes de soleil sous la marque Gloryfy Unbreakable, créée au Tyrol à Mayrhofen en 2006 par Christoph Egger et produites en série à partir de 2010. Tous les composants, y compris les verres, sont fabriqués avec le polymère NBFX incassable.

Näkö Design à Feytiat (Haute-Vienne) est née en France bien que son nom soit finlandais (Näkö signifie vision). Les modèles proposés par

Les Champions de la lunetterie

son gérant Stéphane Serve depuis 2009 sont colorés et plutôt excentriques.

Nanovista à Paris créée en 2016 et présidée par Alberto Paulet Vazquez est spécialisée dans le commerce de détail d'optique principalement pour les enfants (Cf. Nanovista-Groupe GVO distributeurs ibériques).

Neozz à Colomby-sur-Thaon (Calvados), gérée par Nicolas Caudron depuis 2011 est immatriculée depuis 2009. Cette société de distribution en optique-lunetterie commercialise la marque espagnole Neozz pour enfants.

New time à Aubervilliers (Seine-Saint-Denis) est une société de distribution en gros de montures et accessoires divers depuis 1996. Son gérant Jianyun Lin depuis 2004 représente les marques :

-Alentia

-Moski Paris de la lunetterie parisienne Moski créée en 2004, modernisée en 2016, fabriquée en série limitée, distribuée on-line pour les usagers en recherche d'un look vintage-rétro repéré discrètement par le M de Moski dessiné au bout de la branche.

-Aïe Eyewear déjà évoquée chez Altitude Eyewear de Prémamanon (Cf. Distributeurs du Jura) dont le dernier modèle Chouchou séduit les opticiens et les enfants.

Nowakreation à Limoges (Haute-Vienne) est une société grossiste présidée depuis sa création à la fin 2011 par Dominique Nowak.

Elle distribue en exclusivité la marque Roger, de l'opticien et designer hollandais Roger Hoppenbrouwers dont les réalisations depuis 2007 sont signalées comme très tendance, riche en couleurs et utilisant les dernières innovations dans ce domaine.

Nowakreation distribue aussi les collections de Cidi Eyewear Design à Segusino (Italie): Up-Level et 3 Momi ultralégères. Elle-ci a bénéficié

Les Champions de la lunetterie

d'un Silmo d'or en 2013 pour un brevet de branches substituables grâce à un procédé unique de charnière injectée dans une monture flexible en TR90. La firme a également introduit les cercles interchangeables sur une monture déclinée en 12 coloris.

Lafont-O.PH.L.SA à Issy-les-Molineaux (Hauts-de-Seine) (Optique et initiales de Philippe et Laurence) dont voici la brève histoire :

En 1923, Louis Lafont ouvre son magasin d'optique à Paris. Son savoir-faire se transmet de génération en génération. En 1972 la marque Lafont est créée par son petit-fils Philippe Lafont (PDG décédé en 2017) et Laurence son épouse. Cette société familiale compte aujourd'hui 120 salariés dans le monde (dont 45 au siège à Issy-les-Molineaux). Elle est reconnue comme l'une des maisons créatrices les plus douées, tant par l'originalité des modèles que des motifs exclusifs comme la panthère en acétate certifiée OFG (Origine France Garantie). La firme parisienne dispose d'un service de création, propose 120 modèles (une trentaine de nouveaux chaque année, le prochain étant certainement le plus beau de la gamme !), de 200 combinaisons de couleurs, possède cinq boutiques dont un atelier de fabrication sur-mesure, multiplie les collaborations avec Chanel et Hermès, fait fabriquer 330 000 montures par an, exporte dans 45 pays... et s'approvisionne toujours chez son sous-traitant Thierry de Morbier qu'elle soutient pour sa tradition lunetière, sa technologie et sa modernité.

Les marques Lafont :

Issy & là, Jean Lafont Paris, Lafont, Lafont Kids, Lafont réédition

Octika Eyewear à Mauguio (Hérault) ouverte en 2001 pour se positionner sur le créneau de la 2° paire et présidée depuis 2004 par Stefano Cinquegrana. Après la réussite du lancement de la collection IK Occhiali, les marques se succèdent avec IK Acétate, IKids, Osmose Optique(2009), Osmose Polarized (2012). Un déménagement s'impose

Les Champions de la lunetterie

avant 2013, date de l'ouverture d'une antenne de distribution en Espagne et au Maroc. Une plate-forme de commandes en ligne octika.com est mise en place en 2014. Les gammes Osmose Polar Clip et Osmose Reading sont lancées en 2017.

Octo verso Eyewear à Paris, récente maison dans la vente au détail d'optique, est gérée depuis le début 2016 par Anthony Uzan. Elle commercialise ses marques Octo Verso et St Scott.

OKO Paris Lunetterie à Ivry sur Seine(Val-de-Marne) créée en 1998 par David Beddok et Philippe Zeitoun, deux opticiens passionnés de mode. La marque Oko, évoluant dans un univers décalé est dessinée en France. La collection très colorée s'est enrichie peu à peu des griffes originales Oko by Oko Paris, Mymuse by Oko, Moko by Oko et Kid'Ok.

Onika à Annecy (Haute-Savoie) née en 1991 est gérée par David Kaim depuis 2013. La firme fabrique et distribue de nombreux accessoires de lunetterie dont ses lunettes de natation Caïman et Caïman Junior. Elle dispose d'une société Onika Suisse Sarl à Meyrin.

Opéra Vision-L'Opticien du Sport à Paris, où se sont succédé trois générations, a été créée en 1934. En 1988 la maison est reprise par Marc et Françoise Bergogné pour lui donner une orientation sportive. Animée aujourd'hui par Gérard Bergogné Marc Chistian, la firme fréquentée par les champions de tous niveaux et dans tous les sports, promeuvent beaucoup de marques en particulier :

- Barz Optics de la firme australienne de Burleigh Heads dans le Queensland, fondée en 1996 par Kevin Barr, un ancien champion de surf devenu détaillant, représentant les lunettes Oakley et autres accessoires, avant de développer les lunettes de protection Arfa dans l'usine de Currumbin en collaboration avec l'industrie optique. Des variantes de ce modèle sont fabriquées pour Arnette, Hilfiger, Smith

Les Champions de la lunetterie

Optics, H2O Optics et Bollé déjà évoquées lors de l'examen des compagnies Luxottica, L'Amy, Safilo et Bushnell Outdoor Products.

-Climax, lunettes moto vintage produites en Espagne à Barcelone depuis 1940.

-Pro Vision de la Sarl L'Orangé Optique à Longpont sur Orge (Essonne) dirigée par Fabrice Message opticien depuis 2009.

OPTA Filao à Bagnolet (Seine-Saint-Denis) établie par une opticienne Caroline Abram est gérée depuis 2008 par Annette Hoffman.

La conceptrice se forme d'abord chez divers créateurs et ouvre en 1998 à Dakar un atelier artisanal de fabrication de face-à-main, loupes, chaînettes. Charmée par Miami, où South Beach l'inspire avec ses papillons et leurs couleurs, elle crée sa propre marque éponyme en 2008.

Après une rencontre au Salon de l'Optique à Paris de Gianluca Gualandi de Bologne, dit Tailla (sa mère est couturière dans la haute couture) elle collabore avec ce créateur de lunettes de niche et d'accessoires pour développer sa marque Caroline Abram consacrée à la femme. La marque pour hommes Tailla Eyewear dessinée et imaginée par Tailla en 2016 fait partie de son catalogue.

Poussée par des clients attentifs à son art, elle décroche un prix de la meilleure création en 2014 avec sa ligne Les Têtes à Lunettes pour les enfants.

Opti3-Colorclip à Paris, dirigée par Jean-Louis Negroni date de 1992.

En 2010 Opti3 a racheté les activités de Colorclip et étend ainsi sa gamme aux clips solaires sur ses lunettes produites sur mesure. La firme est à l'origine du concept « Les découpées » pour personnaliser la forme des verres sur montures percées en acétate. La découpe peut être réalisée chez l'opticien à qui la firme fournit le De quoi faire (machine, logiciel,...) s'il souhaite une taille particulière, reproduire un modèle ou dessiner le sien.

Les Champions de la lunetterie

Optidiff à Perpignan (Pyrénées Orientales) gérée par Jean Armengaud depuis 2010, partenaire des Opticiens Lunetiers Sans Frontières, représente sous licence la marque Monkeyglasses et Xavier Garcia de l'entreprise éponyme de Barcelone (Cf. Distributeurs ibériques)

O'ptika Lab SAS à Paris est en activité depuis 2013 et exerçait dans la fabrication de lunettes (Mise en liquidation judiciaire en août 2018).

Optima Sun à Bon Accueil (Landes) représente les marques de lunettes de soleil Dareven en acétate made in France. La Polar fait aussi partie du catalogue de la maison.

Opti'Môm Tropicque à Paris, ouverte en 1985 par un opticien Joseph Sabban, créateur et fabricant de lunettes pour enfants depuis 1974. La collection Tropicque (pour corriger les tropies) crée le marché français dans la grande distribution. En 1994 le produit sur mesure décroche le Trophée d'Argent du Silmo, suivi en 1996 par le Grand Prix français du Design. En 1998 la maison est distinguée par la Chambre de Commerce de Paris avec la Nef d'Or. Une monture optique SMT plus sans aucune pièce est lancée en 2004, suivie en 2008 par La Baby pour les 0 à 5 ans et la Môm pour les âges suivants. Elles sont déclinées en gamme solaire pour les 0-8 ans en 2009 avec adaptation possible d'un masque de sport (Ski, piscine). La charnière fusible Fuz' échangeable équipe les collections métal et plastique en 2012. Le président de la firme est Yossef Sabban depuis 2005.

Optique distribution à Boulogne (Hauts-de-Seine) créée en 1992 est gérée par Albert Ouaknine depuis 2000. L'entreprise offre une gamme complète de filtres protecteurs solaires, polarisant,... et des lunettes de protection, de sport, sur lunettes et grossissantes (marque Vision Project).

Les Champions de la lunetterie

Origineyes à Mulhouse (Haut-Rhin) de Christophe Mouty commerce l'optique au détail depuis 2013. Il confie le design de ses lunettes originales à Damien Fourgeaud qui collabore aussi avec Dior et les sociétés Kikies à Henonville et Amenapih à Paris (voir ci-dessus). La collection du lunetier fabriquée en bois ou en corne de buffle d'eau dans une démarche écoresponsable porte des noms de lieux célèbres de Paris. Trois gammes de montures sont proposées : Lunette Corne, Lunette WoorN qui associe le bois pour la face et la corne pour les branches. Sur la limited Series née en 2015 le titane des branches est habillé par du cuir de python ou de lézard.

OWP France à Noisiel (Seine-et- Marne) est gérée par Werner Paletschek depuis 2004. Optische Werke Passau d'origine allemande est fondée en 1947 par Hans Strätz et Franz Fremuth. Construite près du Danube, elle est frappée par une grave inondation en 1950 et un incendie en 1956 ; une nouvelle usine est construite en 1960. Des lunettes extravagantes en celluloid y sont fabriquées. Des filiales sont mises en route aux Pays-Bas et en France où la collection OWP design entre dans le segment Premium en 1981 et couvre le monde entier dans les années 90. La marque sous licence Mexx est lancée en 1998 et la collection Strenesse de la créatrice de mode Gabrielle Strehle en 2006. La firme crée une filiale OWP USA Inc. à Boston en 2008. En 2010 la maison élargit son portefeuille avec la lunette urbaine Metropolitan Eyewear. La fabrique de verres Op. Couture Brillen rejoint la société en 2015.

Ozed Eyewear Company à Lyon (Rhône), fondée en 2012 par ses deux créateurs de startup Matthieu Delhaye et Baptiste Notter, présente une collection de lunettes de soleil et de vue en bois(bambou, bouleau) vendues en ligne et en magasins d'optique dédiés au sport de glisse par un réseau riche d'une centaine de revendeurs multimarques sur l'Hexagone et 20 à l'étranger. Fabriquées à la main en Asie avec des matériaux labellisés

Les Champions de la lunetterie

écoresponsables, elles sont assemblées en France. Les dirigeants sont associés à des rappers (Joey Starr), des surfeurs (Oxmo Puccino), des artistes (Vincent Kassel, Gérard Depardieu). Arthur Daviet et Lucas Manfredi sont gérants depuis juillet 2018.

Pacific Trade Sarl à Aubervilliers (Seine-Saint-Denis) créée en 1997 est gérée par Shangzhong Xia depuis 2009. Société-relais de la France pour Pacific Trade Europe Sa, (dont le siège est espagnol et qui négocie avec les pays partenaires transpacifiques avec une présence physique aux USA), distribue des matériels optiques de marques diverses : Archipelago, Stig, Jacobsen, Gini Vega, Delight, John Brandon, Seductiv, Trëndy, Trio, Pacific Group.

Paname à Toulouse (Haute-Garonne) créée en 2014 par trois amis Nicolas Loison, le designer Damien Sawyer de Flab Design et Jérémy Pelletier, un ancien de la société Angel Eyes Sarl de Courbevoie (Cf. ci-dessus) en charge de la distribution de la collection William Morris sur le territoire puis de l'animation de la marque Vinyl Factory. Ils sont Parisiens d'où le nom choisi pour promouvoir leur marque Paname.

Peter & May Walk à Paris est cofondée en 2014 par l'opticien Xavier Matrand et Laura Le Bihan, la fille du fondateur des boutiques de mode Marc Le Bihan. Ils lancent des modèles épurés, nommés en fonction d'un morceau de musique. D'où le nom de la marque qui s'inspire de la chanson Water May Walk. Expressions de coup de cœur, les volumes sont confidentiels mais les lunettes figurent dans le grand magasin Isetan à Tokio et au Kazakhstan dans un concept-store. L'acétate italien de Mazzucchelli est la matière préférée pour les modèles optiques et solaires où le rétro domine. Les fabrications Made in Jura sont réalisées en petites séries entre Oyonnax et Morez dans les micro-usines où le savoir-faire n'est pas une posture mais un patrimoine ancestral en train de s'effiloche. Le développement

Les Champions de la lunetterie

limité de cette maison de lunetiers-créateurs est concomitant du réseau d'opticiens axé sur le haut de gamme.

Pierre Eyewear à Dourdan ((Essonne) est une marque et un nom ! Pierre Cariven découvre le monde de l'optique aux Etats-Unis où il contribue pendant dix ans au développement des collections Lacoste, Nin Ricci et L'Amy. A son retour en France il laisse libre cours à son inspiration et crée en 2007 sa propre collection de « lunettes fortes en caractères pour des personnalités bien trempées ». Chaque monture innovante et atypique, fabriquée à la main en France, porte la marque du créateur : Pierre Eyewear, Bandapart, P3, Pierre and Sun, Pierre métal et Histoire de voir dont voici un bref historique :

Designer très actif le designer Pierre Cariven crée en 2005 la société New International Vision. En octobre 2017 cette société de distribution, également à Dourdan, rachète la marque de lunettes Histoire de Voir, fondée par Stéphane Sarnin. Cette firme est spécialisée dans le travail du cuir, peu usité dans la lunetterie, ce qui monte d'un cran le niveau de la collection pour la positionner sur le segment du luxe.

Plasteca Sarl à Linas (Essonne) ouverte en janvier 2000 est gérée par Maurice Timon. Elle propose la collection de la marque italienne Lamarca fabriquée à la main aux environs de Venise dans le respect des traditions lunetières.

Promotiva à Collias (Gard) immatriculée en 2017 est le spécialiste des lunettes bas de gamme et de la deuxième paire gratuite, en optique et solaire. Les marques proposées sont dénommées naturellement Deuxioo à mémoire de forme, Wikiboom incassables pour les enfants, Sun Eclipse en Grilamid TR90 avec face polarisée et aimantée ou miroitée, Aircolor ...

Les Champions de la lunetterie

...et Anthony Delon 1985, une gamme luxe pour tous les genres. Après celle de son père Alain Delon Paris (disparue du répertoire) la marque du fils est lancée en 2018 avec son partenaire Promotiva en référence à l'année de la mise sur le marché du blouson en cuir éponyme.

Quiksilver Roxy Eyewear à Saint-Jean de Luz (Pyrénées Atlantiques) dont le PDG Pierre Agnès a gravi les échelons jusqu'à sa disparition en mer à Hossegor au début 2018.

Son aventure débute vers 1987 chez Quiksilver France où il se consacre au design de la marque australienne née en Australie en 1976. D'abord une griffe réputée de vêtements, de chaussures et d'accessoires de surf, snowboard et skateboard, connue par son logo (une vague et une montagne en arrière-plan), elle passe sous pavillon américain. Pierre Agnès crée alors à Capbreton sa propre maison baptisée Omareef spécialisée dans la fabrication de combinaisons de surf, de montres de plongée et de lunettes (le créateur est lui-même capitaine des équipes de France de surf dans les années 80). Quiksilver propose de vendre ses produits sous licence puis lui rachète son entreprise en 2002. Il est alors nommé DG adjoint, restructure le marketing, développe les surfs shops, grimpe les échelons et prend en 2005 la présidence de Quiksilver Europe puis de l'ensemble mondial en 2015.

Malgré quelques difficultés et l'acquisition échouée de la reprise des skis Rossignol (revendue au Groupe Macquarie), l'entreprise est rebaptisée Boardriders Inc en 2017, regroupant DC Shoes, Quiksilver, Roxy pour les femmes. Les lunettes sont fabriquées par injection de Grilamid et dotées de charnières flexibles et de verres polarisants.

En avril 2018 Boardriders fusionne avec son concurrent australien Billabong ; le géant constitué est désormais présent dans plus de 100 pays avec 7000 points de vente. Oaktree Capital détient 90% du nouveau capital.

Les Champions de la lunetterie

Reading à Ollioules (Var) est une jeune société novatrice née en 2015 pour tenter de régler le problème du mal des transports. Les fondateurs Hubert et son fils Antoine Jeannin baptisent leurs lunettes Boarding glasses utilisant un liquide bleu pour générer un horizon artificiel qui met fin au conflit sensoriel responsable de l’embarras. La petite entreprise Boarding Ring a reçu le prix de l’innovation pour l’équipement maritime au Mets d’Amsterdam en 2013. Elle travaille aussi sur le mal des casques de réalité virtuelle (Boarding Var) en insérant une information lumineuse dans le champ de vision.

Readloop à Paris créée en 2013 est animée par deux opticiens-designers Laurent Amar et Eric Saadoun. La maison propose des lunettes loupes ou prémontées vintage : de lecture, de soleil et de protection (conduite et écran). La marque est présente dans plus de 20 pays dans le monde avec Read Loop Comfort, Read Loop Digital anti fatigue et la solaire Read Loop Sunrise, toutes en polycarbonate injecté avec branches à charnières flexibles.

Rezin à Paris immatriculée en 2015 est gérée par Paul Bienstman, Clément Daniel et Etienne Malec. Outre leurs montres en bois assemblées dans un esprit rétro par un horloger de haut vol, leur collection éponyme de montures ultra-minces fabriquées à la main utilise des essences de bois, de la pierre et du titane.

Rudy Project France à Monaco est fondée en 1985 par Rudy Barbazza. La marque italienne Rudy Project distribue le modèle Tralyx qui se distingue par la légèreté de sa monture grâce au Grilamid indéformable, son écran qui change de teinte en fonction des conditions lumineuses. La maison propose des casques et des lunettes de soleil et de sport (montagne, ski, vélo, golf...), ainsi que les lunettes de vue avec la marque Rydon Carbon (verres de prescription interchangeables, extrémités de branches et embout nasal réglable,...)

Les Champions de la lunetterie

Sabine BE-Sabinor à Orléans (Loiret) née à Los Angeles, est inspirée depuis 2013 depuis trois décennies par l'opticienne Sabine Bégault-Vagner. Elle développe depuis 2014 une marque de mode et d'optique fabriquée en France, portant sur 500 points de vente dans le monde (dont 200 en France et 80 en Italie) sa vision du design des lunettes haute-couture. Les 48 modèles en acétate proposés autour d'une palette de couleurs (blanc, rouge, bleu nuit) se déclinent comme le Be du verbe être : Be Happy, Be Addict, Be Whaouh,...pour toute la génération de la communauté ...BE ! Ils sont caractérisés par des ronds et des carrés ; la spatule sur la branche de droite est ronde alors que celle de la gauche est carrée ; les rivets sur la face avant adoptent aussi cette altérité géométrique très délicate à réaliser.

Salt Optics à Paris, représente Salt Optics Inc. implantée en Californie (Cota Mesa). Ses deux représentants en France Aaron Behle et Jason Regehr depuis 2017 ont pour mission d'intensifier la présence de la maison mère sur le vieux continent en s'appuyant sur une offre de 60 modèles optiques et 48 solaires fabriqués au Japon, renouvelée annuellement et alimentée par des collaborations comme celle de la marque US Aether au galbe classique de style aviateur inspiré des modèles glacier, façonnées en bêta-titane.

Sebastien Geslin à Treize Vents (Vendée), nouveau nom de la société François & Sébastien (Cf. Ci-dessus)

Shamir France à Collégien (Seine-et-Marne), créée en 2005 est une filiale de Shamir Optical Industry Ltd., l'un des principaux fabricants mondiaux de lentilles progressives, fondé en 1972 et basé en Israël (Essilor est actionnaire à 50% à parts égales avec le Kibboutz Shamir). Shamir est le distributeur officiel des montures Wiley X en France, reprises à Icare-ATM en 2018.

Les Champions de la lunetterie

Slapsee France à Paris depuis 2018 propose des lunettes de soleil SlapSeePro de la société néo-zélandaise SlapShades. Elles sont pliables et clipsables, ne glissent pas et ne se perdent pas ! Elles fonctionnent grâce à un pont de nez articulé et des bras à ressort permettant de les plier à volonté et de les solidariser au poignet ou ailleurs d'un seul geste. Étudiée en 2012 à Wellington par la créatrice Ashleigh Ogilvie-Lee, le lancement officiel date de 2016.

Socodeix Groupe à Houdan (Yvelines) immatriculée en 1992 est gérée depuis 2004 par Patrick Uzzan, opticien et l'ami d'enfance associé Laurent Cohen. L'affaire débute par la distribution d'étuis et installe Socodeix sur le marché de la lunette. Plus tard le succès de la lunette Pokemon pour enfants s'enchaîne avec la marque Jean Reno dessinée par la designer Cendrine Obadia. La ligne contemporaine Ziggy destinée aux femmes originales est lancée en 2007. La ligne Reykjavik Eyes, en béta titane et fabriquée au Japon, conçue par l'Islandais opticien ingénieur designer Gunnar Gunarson, entre en 2012 dans le portefeuille du Groupe Socodeix qui devient son distributeur exclusif sur l'Hexagone. La marque italienne fashion de solaires Snob Milano rejoint la collection en 2016. La Facel Vega chic, rétro et vintage, rappelle l'univers de l'illustre automobile française.

Solveig Optique Sarl à Bellefontaine (Vosges), dirigée par Franck Belaj, est spécialisée dans le commerce de détail d'articles orthopédiques et médicaux depuis 2006. La collection de lunettes flexibles à mémoire de forme est proposée en acétate et titane.

Sporoptic Pouilloux SA- Comitec SA à Meaux (Seine-et-Marne) était filiale depuis 2009 de la société Mikli Diffusion France SAS (Cf. Alain Mikli) constituée en 1957 à Paris. C'est la découverte de verres optiques nocturnes par Joseph Hatchiguan et Roger Pouilloux qui

Les Champions de la lunetterie

donne d'abord naissance à la marque Skylynx Acier, partenaire des Jeux Olympiques de Los Angeles en 1984. La marque est rebaptisée Vuarnet après la victoire du champion à Squaw Valley. La firme Sporoptic Pouilloux SA redevient indépendante en 2013. Elle fabrique des lunettes pour les jeunes et les sportifs, commercialisées via un réseau d'opticiens dans l'Hexagone et à l'export. Vincent Cassel est l'égérie de la marque Vuarnet en 2017.

Les verres sont fabriqués depuis 1986 à Nanteuil les Meaux dans les murs de la société Comitec ou « manufacture Vuarnet » dirigée par Thierry Bouché ; elle est la seule usine française à produire des verres solaires minéraux.

Dominique Alba, évoqué plusieurs fois dans ce survol des lunetiers, est le président du conseil de surveillance de Comitec SA depuis 2013.

Stepper France à Chartres (Eure-et-Loir) est une filiale de Stepper Eyewear LTD qui la préside. La marque de montures optiques est commercialisée dans l'Hexagone depuis une quinzaine d'années. Le concepteur et opticien allemand Hans Stepper a créé en 1970 le concept du design à partir du pont en améliorant le confort et en réduisant le poids de la monture. Outre la marque éponyme, la société distribue les marques Stepper'S et Eclectic Collection.

Sunoptic.com à Paris (showroom) (Cf. Dalloz-Créations et Sunoptic.Com .Distributeurs et sous-traitants du Jura).

Surfer Deluxe à Levallois-Perret (Hauts-de Seine) est la création du designer Damien Fourgeaud évoqué plusieurs fois dans les pages précédentes. En résumé son parcours peut susciter des vocations et de la jalousie tant ses réussites le portent très haut dans la liste des créateurs de mode :

Il entre en 2001 chez Dior avec son diplôme de Designer Produit Industriel de Créapole à Paris où il apprend le métier aux côtés de

Les Champions de la lunetterie

John Galliano en dessinant des montres et des lunettes. Fort de son expérience chez Quiksilver (Cf. supra) et O'Neill son concurrent, il se met à son compte en 2009 et propose ses services aux marques pour développer leurs futures collections. Il collabore avec Cébé (Cf. Bushnell) puis en 2010 chez Oxbow Eyewear (une griffe de référence dans le domaine des sports de glisse, née en Normandie en 1985) pour redéfinir les lignes d'Opal (Cf. Opal & Cie). Il est contacté par Lissac pour développer le service de création de montures sur-mesure « La Mezzanine de Lissac » (rebaptisé depuis Le Studio Lissac) et lance sa propre collection en 2012. Christian Lacroix, Bally, Carven, OriginEyes (Cf. supra) font appel à son talent. Les années suivantes ce sera Kikies (Cf. ci-dessus), Elarie (lunettes connectées et à réalité augmentée), Jimmy Fairly, Fossil, etc...

The Caste à Paris, fondée fin 2007 par Stéphane Devort, distribue ses collections lifestyle et rock'n roll optiques et solaires. Ses marques : Spektre (anarchique et glamour née en 2009), Zeffer, Nine Accord, Jono Hennessy (la plus ancienne marque australienne dont l'influence est liée au surf), Carter Bond, Simple (elle utilise l'acétate Mazzuchelli dessiné à Paris et façonné à la main en Italie).

Tonysame à Montreuil (Seine-Saint-Denis) créée à la fin 2017 est présidée par Sandrine Vigier. La jeune maison cultive la valeur sûre de l'art japonais, dans un style épuré et très attaché au blanc, selon un concept basé sur les notions de prismes, de reflets et de convergences... qui aident certainement le client à faire son choix sur ces montures nippones !

Très Chic à Lille (Nord) qui représente en France les marques suivantes de Funk Food (Cf-Allemagne Autres distributeurs): Dieter Funk, Eye Tec (Japon), Sashees Schuster (Kinsau Bavière), Willems Eyewear(Stuttgart) et Wonderglasses(Stuttgart).

Les Champions de la lunetterie

Trevi Coliseum Srl à Saint-Paul-Cap-de-Joux (Tarn) qui distribue les marques Clark, Coliseum, Cotton Club (Cf. Trevi Coliseum - Italie autres distributeurs).

Union Jack Eyewear à Treillières (Loire-Atlantique) gérée depuis 2015 par Maxime Rolandeau. Les marques Black Label, William Morris, Charles Stone By sont évoquées au chapitre dédié à Roussilhe (Cf. les Distributeurs de l'Ain).

Urband à Toulon (Var) est fondée en 2005 par Cyril Vigier, ancien directeur export d'une société leader dans la création de lunettes. Ses nombreux voyages ont influencé sa collection conçue comme un métissage des tendances ressenties dans les grandes villes qui rappellent l'origine du nom d'Urband (mélange d'Urbain et Band). La maison de Toulon, gérée depuis mai 2014 par Kong Yang, propose les marques : Eyelet, Glossi, Nature Eyes, Urband Paris.

Les marques : Eyelet, Glossi, Nature Eyes, Urband Paris.

Variation Design à Flers en Escrebieux (Nord) fondée en 2003 par Dominique Varlet et son épouse. Associés à des designers audacieux ils développent la marque V.Design s'inspirant de la nature et de l'architecture, déclinée en plus colorée pour les enfants avec V.Design Kid's. La BOvéLO plus mesurée dans ses couleurs participe au renom international de la société avec la nouvelle marque Gens du Monde. Tous les modèles sont essentiellement réalisés en métal et en France.

Vision Concept à Elbeuf-sur-Seine (Seine-Maritime) créé en décembre 2009 par Christophe Lavie (il a exercé plus de 20 années en Normandie) propose des lunettes sur mesure en 2016. Sa marque Reg'Art propose une collection pour femmes, fabriquée à la main en France ; les montures utilisent l'acétate, la plume, la dentelle de Calais, etc...

Les Champions de la lunetterie

Visionalis à Saint-Martin d'Auxigny (Cher) présidée par Olivier Thiebot développe depuis 2017 des départements dédiés aux sports et aux loisirs. La marque Visionalis, outre les lunettes de protection de la vue et de la boîte crânienne, la maison étend son offre à l'aide auditive et les masques de plongée.

Visioptis à Pégomas ((Alpes-Maritimes) fait partie des trois structures d'Opal (Demetz, Opal, Visioptis) depuis 2018 (Cf. Opal & Cie).

Vue DC à Port-Fréjus (Var) (Cf. Lunettes 3 Mai, LGB Eyewear ci-dessus et Asart Sarl à Oyonnax-Cf. Autres sociétés de l'Ain)

Waiting for the Sun à Paris présidée par Julien Tual fonda la société en 2010 avec son ami Antoine Mocquard. Elle est considérée comme l'une des pionnières en lunettes de soleil en bois et s'impose sur le marché grâce à une technologie brevetée sur ce matériau écoresponsable, biodégradable à base de sciure. Les lunettes sont commercialisées en ligne et chez des revendeurs spécialisés en France (700 opticiens). La maison est passée à la vitesse supérieure en 2017 et 2018 avec trois boutiques ouvertes en Ile de France à mi-chemin entre point de vente et un showroom.

Wave of Wood à Chaumes -en- Retz (Loire-Atlantique) est créée en 2015 par Sébastien Bourdon qui la préside et Antoine Gouviac, deux opticiens lancés dans la fabrication de lunettes en bois (ébène, chêne, hêtre,...de couleurs différentes évitant l'emploi de la teinture). Comme le nom de la marque l'indique « vague de bois » rappelle leur passion commune pour le surf. Le rappeur Joey Starr est l'ambassadeur involontaire de la marque !

WoodLun's à Quintenas (Ardèche) fondée en 2014 par Julie Cherpe et Erwan Méléard s'inscrit dans une démarche de développement durable. Les lunettes en bois local sont fabriquées sur place, à la

Les Champions de la lunetterie

main dans un large choix de modèles optiques et solaires, déclinées en 4 coloris.

Xavier Derome à Bracieux (Loir et Cher) est lancée par ce fils d'artisan-lunetiers qui a travaillé au début de son parcours dans la maison familiale puis a créé sa première marque X Création Mandragore en 1996. Sous son propre nom il collabore avec les sociétés liées à la mode dont Chanel, Dior et la designer Aurélia Brenner pour sa marque Derome Brenner. Pionnier dans le collage selon le procédé du « mille feuilles » il décline ses collections en juxtaposant les motifs, les formes et surtout les couleurs en jouant avec les contrastes. Outre sa marque Xavier Derome il a mis au point en 2014 une paire de lunettes simplifiée PlasticdeLux sans charnière ni visserie en utilisant des machines à commandes numériques performantes.

Xenon à Saint-Georges-sur-Cher (Loir et Cher) est créée en 2005. Gérée par Pascal Erulin, elle est spécialisée dans la production et la vente de lunettes personnalisables à l'unité pour les enfants (marques Toikidi et Ctouvu entièrement fabriquées en France)

Les entreprises moribondes ou disparues de la vallée de Morez et de ses environs ne sont pas oubliées. Leur nombre et leur qualité justifieraient d'aborder leur parcours et pour certaines leur destin dans les groupes qui les ont absorbées ou abandonnées. Mais cette rétrospective nous conduirait à ouvrir un nouveau chapitre tourné sur un passé que les Moréziens ont rayé de leurs préoccupations actuelles !

Les Champions de la lunetterie

INDEX n ° 1

Quelques définitions

Explicitons brièvement quelques termes utilisés dans la profession. Sans entrer dans des développements juridiques ardues, retenons les définitions essentielles suivantes :

-Le **distributeur** est l'entreprise qui produit les lunettes ou un de ses composants; on l'appellera dans le langage courant le lunetier ou fabricant. Il peut produire sous licence (Cf. ci-dessous) ou être propriétaire de sa marque.

-La **marque**, référence générale, permet de distinguer le produit (la monture) de celui de la concurrence : elle peut être le fait d'un designer, d'une maison de mode, d'une société de renom (ex : Fred ou Tag Heuer). Achetée à prix d'or, elle peut prendre une valeur commerciale importante. Le droit de la marque confère à une entreprise (Ex : Logo) le monopole d'exploitation donc de fabrication ou (et) distribution de ce produit. La marque peut-être propre au fabricant (il en est le propriétaire) ou sous licence.

-La **griffe** est une signature temporaire sur un produit de la marque. C'est aussi le dessin ou logo reconnaissable : un oiseau, une flèche, un symbole, la patte propre à une entreprise qui la distingue de la concurrence, particulièrement utilisé pour les lunettes de luxe. La griffe a une notoriété forte. Elle n'est pas le reflet de la tendance : elle fait la tendance !

-l'**enseigne** appartient à un même propriétaire et désigne un ou plusieurs points de vente. On la confond souvent en termes de langage à la marque.

-La **licence** se concrétise par un contrat entre une société et un propriétaire de marque : concession de licence de marque (ex : Kenzo) entre un distributeur ou licencié (ex : L'Amy group) et le licencieur ou concédant (ex : LVMH) qui est le titulaire du droit pour cette marque (ex : Kenzo renouvelé depuis 2003 avec LVMH). Le licencié se voit concéder le droit d'utiliser la marque (moyennant une rémunération, des royalties versées en fonction d'un pourcentage du chiffre d'affaires). La licence l'autorise à fabriquer des montures et de les livrer à des intermédiaires, telles les centrales d'achats. Le propriétaire qui confie l'exploitation exclusive sous licence à un fabricant peut redouter d'en tirer un profit plus faible

Les Champions de la lunetterie

que s'il avait lui-même fait le travail. Un mauvais C.A. se répercute sur la redevance due.

-La **franchise** est un contrat entre un franchiseur (ex : Grand Optical) (enseigne ou groupement d'achats) et des opticiens franchisés. (La centrale d'achats est un organisme qui centralise les achats pour un ensemble d'entités indépendantes en cherchant à obtenir les meilleures conditions commerciales liées essentiellement aux volumes traités). Les franchisés bénéficient du savoir-faire de l'enseigne et de la marque de son franchiseur contre versement d'un droit d'entrée dans le réseau et d'une redevance annuelle. Les montants sont élevés, ce qui explique la concurrence entre les réseaux de franchisés (ex : Grand Optical, Générale d'Optique), les centres mutualistes (ex : Les Opticiens Mutualistes), les enseignes coopératives (ex : Atol, Krys Group) et ... les indépendants qui préfèrent la gestion autonome sans le souci du respect des quotas de vente et des prix imposés par la tête du réseau. Ils peuvent choisir leur propre politique commerciale et choisir les collections de leurs montures. Ils bénéficient eux aussi de l'appui de centrale d'achats (groupe One, groupe Alliance Optique, Cercle Optique).

Relations entre protagonistes de l'optique

Ce sont : le créateur de la marque, le distributeur, le fabricant, les centrales d'achats, l'opticien, le client final.

Le paysage de l'optique et des solaires ressemble étrangement à un oligopole où les grandes sociétés en petit nombre se partagent le gâteau des lunettes sur un monde innombrable de clients, à travers une toile d'araignée qui la relie aux mastodontes internationaux. Pour l'acheteur final, il n'y voit que des montures par milliers dont les choix presque infinis peuvent satisfaire le plus riche comme le moins fortuné. Pour l'opticien, il en connaît suffisamment les usages pour éviter les fausses bonnes affaires (un prix faible est souvent un signe de mauvaise qualité) ou trop alléchantes quand c'est la marque et ses illusions (bien-être, effet de mode, snobisme,...) qui conditionnent le prix.

Alors que de nombreux fournisseurs proposent des lunettes dont ils sont propriétaires de la marque (exemples : Airlight de Lamy Fidéla, Nomad de Morel France) ; d'autres plus nombreux, le licencier ou concédant, offrent des produits sous licence, comme les parfums ou les montres. Le principe d'une licence est de céder les droits de la marque sur le produit qui est distribué par le licencié ou distributeur. Les droits

Les Champions de la lunetterie

d'exploiter un concept, une marque sont cédés à celui-ci qui est redevable d'une compensation dont le montant dépend de la notoriété du produit. Cette solution est intéressante pour la personne ou l'entreprise qui ne souhaite pas investir dans le processus d'élaboration (design, développement, distribution) et surtout qui ne dispose pas lui-même du savoir-faire !

Les types de licenciés sont multiples et leur but initial est de faire de l'argent ou (et) d'asseoir leur image de marque :

-C'est le cas des artistes, chanteurs, mannequins, comédiens, ... le showbiz en général (Johnny Hallyday, Adriana Karembeu, etc...) qui seraient bien incapables de fabriquer une branche de lunettes et d'en assurer la distribution sauf s'ils consacraient leur temps à cette activité.

-C'est aussi la solution retenue par les milieux de la mode qui élargissent leur catalogue de marques de vêtements en proposant des lunettes, en général de luxe avec des prix en corrélation avec ceux des habits. Ils élaborent le design ou le sous-traite chez des artistes reconnus avec un budget conséquent, et laisse l'aspect technique aux fabricants, les maîtres du savoir-faire que l'utilisateur ignore et dont il se soucie comme de sa première chemise !(Les opticiens ne connaissent pas toujours le lieu précis où sont fabriquées les montures. Les distributeurs indiquent parfois le département français mais ne dévoilent pas le nom du lunetier qui élabore le produit)

-C'est encore la méthode employée par les sociétés dévolues au développement financier de leur affaire en rachetant des entreprises. Le cas de LVMH est caractéristique d'une recherche permanente d'affaires capables de dégager des bénéfices grâce à leurs marques spécifiques (et abandonnant stratégiquement les secteurs qui avaient fait leur fortune, telle la grande distribution par exemple). Ainsi La licence des lunettes des sociétés d'horlogerie Fred ou Tag Heur a été confiée puis retirée à Logo, le fabricant jurassien de haute technicité.

En résumé, le circuit des ordres d'achat et de vente des montures est généralement le suivant, bien que des solutions spécifiques à certaines enseignes dérogent à ce modèle :

-Une société dite de lunetterie ou distributeur dispose de ses marques propres et de marques sous licence. Ainsi, ce n'est pas la société Chanel qui dessine les lunettes ; elle en sous-traite la conception et la fabrication à un leader mondial de la lunetterie haut-de-gamme à qui elle impose un cahier des charges strict (lieu de fabrication, interdiction de soldes, validation des prix,...), assorti de royalties alléchantes pour la griffe.

Les Champions de la lunetterie

-Le licencieur(LVMH) signe un contrat de licence de marque qui lui appartient(Fred) avec un distributeur(Logo) qui va réaliser les opérations multiples et très techniques de fabrication puis d'expédition. La répartition des rôles est claire : les maisons supervisent et les fabricants produisent et vendent pendant cinq à dix ans à des centrales ou groupements d'achats.

-Les opticiens s'approvisionnent en montures auprès des centrales d'achats.

L'opticien sous franchise vend la monture au client final et les livrent aux conditions des contrats négociés (type de lunette, volume annuel exigé, prix du réseau,...).L'opticien non franchisé obéit aux règles du réseau dont il adopte les avantages de la mutualisation des efforts de formation, de communication et de négociation centralisée des prix (coopérative et centres mutualistes)

L'opticien indépendant profite des avantages des groupements d'opticiens regroupés qui lui offrent des conditions avantageuses liés aux volumes négociés par l'ensemble des adhérents.

Les Champions de la lunetterie

INDEX n° 2

MARQUES et SOCIETES

La marque propriétaire ou sous licence est pointée sur la ligne de la société (lunetier ou représentant d'une autre maison) qui la distribue en France (et éventuellement à l'étranger). La table des matières (principale ou secondaire) est indiquée dans la colonne Chapitres (ou paragraphes)

Ex: Airlight Fidela 1820 Les Majors

Ex: Lightec Morel france Jura

MARQUES	SOCIETES	CHAPITRES
---------	----------	-----------

Les Champions de la lunetterie

3Momi	Novakreation	France Autres
4 contra 1	Blackstone Distribution	France Autres
41 Ey wear	Blackstone Distribution	France Autres
A V Robertson	Linda Farrow	Royaume Uni
A D Lib	Charmant France	Les Majors
Adidas Eyewear	Silhouette France	France Autres
Adidas Originals	Italia independant France	Italie
After	Adcl Aplus	Les Majors
Agatha Ruiz de la Pr	Grupo Optim	Espagne
Agnes B.	Grasset Associés Lunettes	Les Majors
Ahlem Ey wear	Comino	France Autres
Aïe- et Aïe Eyewear	Altitude Eyewear et New Time	Jura
Aircolor	Promotiva	France Autres
Airlight	Fidela 1820	Les Majors
Akarti	Netoptic SA/NV	Belgique
Alain Mikli	Mikli Diffusion	Les Majors-Luxottica
Alan Lauper	Jaytesa Uno	Espagne
Albedo	Imagine 98 SRL	Italie
Alentia	New Time	France Autres
Alexander Mcqueen	Kering Eyewear	Les Majors
Altitude	Altitude Eyewear	Jura
Altuzarra	Kering Eyewear	Les Majors
AM Eyewear	Kaigan	France Autres
Amaury	ACHD	France Autres
Ana Hickmann	Go France	France Autres
Anacolé	Anacolé	Ain
Andy Wolf	Andy Wolf Fashion Gmbh	Espagne
Anglomania	AVM 1959 SpA	Les Majors
Annabelle Kook	Ampeinte Lunetterie	France Autres
Anne et Valentin	Anne et Valentin	France Autres
Anthony Delon 1985	Promotiva	France Autres
AO Eyewear	AO Eyewear	France Autres
Apro Spectacles	Lunette Créateur	France Autres
Aquasphère	Demetz Optique- Opal & Cie	Les Majors
Aquavista	Nanovista-Groupe GVO	Espagn

Les Champions de la lunetterie

Archipelago	Pacific Trade Sarl	France Autres
Aristar	Charmant France	Les Majors
Armand Basi	Grupo Optim	Espagne
Arnette	Luxottica	Les Majors
Aviator	Vuillet vega	Jura
AviatorGoogle	Demetz Optique- Opal & Cie	Les Majors
Axebo	KNCO	France Autres
Axel S	Axel S. Modebrillen Gmbh	Allemagne
Azr/ Azuréennes	Alcad/Azr	France Autres
Azzaro	Grosfilley Lunettes	Ain
Azzedine Alaïa	Kering Eyewear	Les Majors
B.Barn's Lunettes	BB Studio	France Autres
Bassh	Seaport-ODLM	Les Majors
Baars Eyewear	Baars Eyewear	Ain
Bal Créations	Bal Créations	France Autres
Baldessarini	Licefa Gmbh	Allemagne
Balenciaga	Marcolin	Les Majors
Bally / Balmain	L'Amy Group	Les Majors
Banana Moon	Visioptis	France Autres
Bandapart	Pierre Ey wear	France Autres
Barbapapa	KNCO	France Autres
Barn's Egerie	BB Studio Diffusion	France Autres
Barn's Lun. sur mesure	BB Studio Diffusion	France Autres
Baroptic	Baroptic France	France Autres
Barz	Opéra Vision	France Autres
Battatura	Battatura	Autres pays européens
Bbig	Bbig	Autres pays européens
Bellinger	Bellinger	Autres pays européens
Berlin Eyewear	MPG France	France Autres
Betty Barclay	Visioptis	France Autres
Bi-Mini/Bînoche	Bînoche	Belgique
Blac	Bellinger	Autres pays européens
Black Label	Union Jack Eyewear	France Autres
Blackfin	Blackfin by Pramaor SRL	Italie
Black Kuwahara	MSK Ey wear	France Autres
Blauer	Have a Dream	Italie
Bleu Ciel	CCO Création Concept optique	France Autres
Bloomdale	Event distribution	France Autres
Blueberry	Menrad the Vision	Les Majors

Les Champions de la lunetterie

BMW Eyewear	Aspex Europe	France Autres
Bob Sdrunk	Le Lab Ey wear	France Autres
Bollé	Bushnell Outdoor Products	Les Majors
Bonnie	Hexagone Lunettes	France Autres
Borbonese	Macojet France	France Autres
Boarding Glasses/Ring	Reading	France Autres
Botega Veneta	Kering Eyewear	Les Majors
Boucheron	Kering Eyewear	Les Majors
Bovélo	Variation Design	France Autres
Boz Eyewear	Jfrey, Boz, Volte Face et Sky Eyes	France Autres
Braun Classics	Braun Classics	France Autres
Brendel	Eschenbach Optik	Allemagne
Brightandson Eyewear	Brightandson Eyewear	France Autres
Brioni	Kering Eyewear	Les Majors
Bruno Banani	Trends & More Eyewear Gmbh	Allemagne
Bruno Chaussignand	Bruno Chaussignand / MSK Eyewear	France Autres
Bulget / Bulget Kids	Go France	France Autres
Burberry/ Bulgari	Luxottica	Les Majors
Bx. Eyewear	Bx. Eyewear Inspirations	Allemagne
Byblos	Macojet France	France Autres
Caiman/Caiman Junior	Onika	France Autres
Caipirinha	Kypers	Espagne
Calvin Klein	Marchon France	Les Majors
Caroline Abram Paris	Opta Filao	France Autres
Carrera	Safilo France	Les Majors
Cars	Opal	Les Majors
Carter Bond	The Caste	France Autres
Cartier	Kering Eyewear	Les Majors
Carven	Seaport-ODLM	Les Majors
Catherine Deneuve	Marcolin	Les Majors
Catimini	KNCO	France Autres
Cavallo Bianco	Have a Dream	Italie
Cazal	Cazal Eyewear	Allemagne
CC2L	CC2L	France Autres
Cébé	Bushnell Outdoor Products	Les Majors
Centrostyle	CLSO	France Autres
Cerruti 1881	L'Amy Group	Les Majors
Chamborelle Eyewear	Chamborelle Création Sas	France Autres
Cham'Lunettes	Cham'Lunettes Distribution	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Champion	Demetz optique de sport	Les Majors
Chanel	Luxottica	Les Majors
Change Me	Vistan	Allemagne
Chantal Thomass	Grosfilley Lunettes	Ain
Charles Mosa	Kaïgan	France Autres
Charles Stone Ny	Union Jack Eyewear	France Autres
Charmant Z/ Titanium	Charmant France	Les Majors
Charriol Genève	Grosfilley Lunettes	Ain
Chevignon	L'Amy Group	Les Majors
Chez Colette	Eye for Eye	France Autres
Chick Occhiali	Lunetloop	France Autres
Chloé	Marchon France	Les Majors
Chopard	De Rigo France	Les Majors
Chris M	Vue DC	France Autres
Christian Lacroix	Mondottica France	Les Majors
Christopher Kane	Kering Eyewear	Les Majors
Clari-Fitovers	Clary Optic-Fitovers	France Autres
Clark	Trevi Coliseum Srl	Italie
Classic Forever	ICBG Srl	France Autres
Clayton Franklin	MSK Eyewear	France Autres
Clemence et Margaux	CCO Création Concept optique	France Autres
Clic Prod/I See You	Alizes Optique	France Autres
Climax	Opéra Vision	France Autres
Clyde	Hexagone Lunettes	France Autres
Coblens Eyewear	Comino	France Autres
Coconut	Kypers	Espagne
Cocosung	Area 98 Srl	Italie
Cogan/Cogan Power D	Cogan Yves -Mondottica	Les Majors
Coliseum	Trevi Coliseum Srl	Italie
Collection Cabrio	Hoet	Belgique
Collin Guy	Collin Guy	France Autres
Colorcube	Licefa Gmbh	Allemagne
Comfort Col. By Optis	Optiswiss France Sarl	France Autres
Complices	Globex	France Autres
Côté Vue	Odys Vision Sas	France Autres
Cotton Club	Trevi Coliseum Srl	Italie
Courrèges	Luxottica	Les Majors
Cressi-Sub	Demetz optique de sport	Les Majors
Ctouve	Xenon	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Cuba Libre	Baroptic France	France Autres
Cutler & Gross	Comino	France Autres
Cyril Xémard	Armonium-La galerie d'art optique	France Autres
C-Zone	Hexagone Lunettes	France Autres
Dailytec	Dailytec	France Autres
Daikuiri	Kypers	Espagne
Damien Fourgeaud	Surfer Deluxe	France Autres
Daniel Hechter	MPG France	France Autres
Dareven/Darev. Night	Optima Sun	France Autres
David Marc	EVCPE	France Autres
Davidoff Eyewear	Menrad The Vision	Les Majors
De Stwl	Cabon France/Eurovisie World Wide BV	France Autres
Délight	Pacific Trade Sarl	France Autres
Demetz	Demetz optique de sport	Les Majors
Demi	Quick Optic Sprl	Belgique
Dérapage	FMI	France Autres
Derek Lam	Modo Eyewear SRL	Italie
Deuzioo	Promotiva	France Autres
Diane de Carlo	Grupo Optim	Espagne
Didier Voirol	Metalartconcept	Suisse
Die Maus	IVKO Gmbh-Opal	Les Majors
Diesel	Marcolin	Les Majors
Dieter Funk	Tres Chic	France Autres
Dilem	Oxibisgroup	Jura
Dior	Safilo France/LVMH	Les Majors
Disney Princess	Opal	Les Majors
DLT	DLT Optic	France Autres
Dokomotto	Maison Salanson/Managelia One	France Autres
Dolabany	Braun Classics	France Autres
Dolce Gabbana	Luxottica	Les Majors
Dorillat	Dorillat	France Autres
Dosuno	Nanovista-Groupe GVO	Espagne
Dragon	Marchon France	Les Majors
Dries Van Noten	Linda Farrow	Royaume Uni
Dsquared	Marcolin	Les Majors
Ducati	Mondottica France	Les Majors
Dunhill	De Rigo France	Les Majors
Dutz	Cogan Yves -Mondottica	Les Majors
Dynasty	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne

Les Champions de la lunetterie

Easy Clip/ N Twist	Aspex Europe	France Autres
Easy -Read	Eye Love View Sarl	Luxembourg
Easytwist	Aspex Europe	France Autres
Eclectic Collection	Stepper France	France Autres
Eclipse	Promotiva	France Autres
Eco	Modo Eyewear SRL	Italie
Eden Park	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Eigensign	Licefa Gmbh	Allemagne
El Nino	CCO Création Concept optique	France Autres
Eleven Paris	Opal	Les Majors
Elie Saab	Safilo France/LVMH	Les Majors
Elle	Charmant France	Les Majors
Eloïse	Eloïse	France Autres
Embiance	Lunet'Mod France International	France Autres
Emergence	Modern'Optique	Ain
Emilio Pucci	Marcolin	Les Majors
Emmanuelle Khanh P.	Emmanuelle Khanh Paris	Les Majors
Emporio Armani	Luxtottica	Les Majors
Enricco Cecchi	Visioptis	Les Majors
Entourage of 7	Bellinger	Danemark
Epos Milano	EVCPE	France Autres
Erdem	Linda Farrow	Royaume Uni
Eric Forsans	Kara	Jura
Ermenegildo Zegna	Marcolin	Les Majors
Escada	De Rigo France	Les Majors
Esmerelda	Cham'Lunettes Distribution	Ain
Esprit	Charmant France	Les Majors
Été	ICBG Sarl	France Autres
Etnia Barcelona	Etnia Barcelona	Espagne
Etro	Marchon France	Les Majors
Europ Technic	Europ Technic	France Autres
Evatik	Art'monium-La galerie d'Art Optique	France Autres
Everest	Visioptis	Les Majors
Evolun	Knco	France Autres
Exalt Cycle	Have a Dream	Italie
Exalto	Oxibisgroup	Jura
Exor	Infield Safety Gmbh	Allemagne
Eye Func	DJ Optique	France Autres
Eye Love View	Eye Love View Sarl	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Eye Society	ICBG Sarl	France Autres
Eyeful	Eye Design	Ain
Eyelet	Urband	France Autres
Eyers Action/Dreamw.	Eyers Sarl	France Autres
Eye's Design	APO -Agence pour l'Optique	France Autres
Eye-Tec	Très Chic	France Autres
Eyevan	Comino	France Autres
Face & Cie	Zenka Diffusion	Jura
Face à Face	Design Eyewear Group	France Autres
Facel Vega	Socodeix Groupe	France Autres
Façonnable/pr garç.	Seaport-ODLM	Les Majors
FBI	Dugo	France Autres
Fendi	Safilo France/LVMH	Les Majors
Fiction	L.A.Eyeworks	Ain
Fineline	Eschenbach optik france	Allemagne
Fitovers	Clary Optic-Fitovers	France Autres
FJO	Locaplast	France Autres
Flair	Flair Modellbrillen	Allemagne
Flexon	Marchon France	Les Majors
Fleye	Fleye	Danemark
Forbes	Grupo Optim	Espagne
Foxboro	BL Optque	Jura
Francis Klein	Francis Klein	France Autres
Franck M	AFM Optic	Jura
François & Sébastien	François & Sébastien	France Autres
François Pinton	Knco	France Autres
Freakshow	Angel Eyes	France Autres
Fred	Marcolin/ Thélios/Logo	Les Majors
Frédéric Beausoleil	Frédéric Beausoleil	France Autres
French Night	Code ADN	Jura
French Rétro	French Rétro	France Autres
French Vintage	Lesca lunettier	Allemagne
Frenzy and Mercury	La Maison des Collections	France Autres
Frod's Lunetterie	Frod's Distribution	France Autres
Frozen	Opal	Les Majors
Funk Food	Très Chic	France Autres
Furcom	Furcom Vision	France Autres
Furla	De Rigo France	Les Majors
Fysh UK	LVD Consulting	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Gant	Marcolin	Les Majors
Gaston Eyewear	Gaston ETC	France Autres
GB Lunetterie	GB Lunetterie	France Autres
Génésis	Art'monium-La galerie d'Art Optique	France Autres
Genesis Easy	Area 98 Srl	Italie
Genny	Macojet France	France Autres
Gens du Monde	Variation Design	France Autres
George Gina & Lucy	Blackstone Distribution Sas	France Autres
Georges Rech	Look Vision	France Autres
Gérard Vuillet	Vuillet Vega	Jura
GF Ferré	Grupo Optim	Espagne
Gigi Barcelona/ Lab	Gigi Barcelona	Espagne
Ginko	Europ Technic	France Autres
Gino vega	Pacific Trade Sarl	France Autres
Giorgio Armani	Luxottica	Les Majors
Giorgio Nannini	Lunette Créateur	France Autres
Givenchy	Safilo France	Les Majors
Gloryfy Unbreakable	N Step	France Autres
Glossi	Urband	France Autres
Gold & Wood	Wood Optic Diffusion	Luxembourg
Götti	MSK Eyewear	France Autres
Gouv/Au/ Gouverneur	Gouverneur Audigier	Jura
Greg Norman	Aspex Europe	France Autres
Grey Ant	La Maison des Collections	France Autres
Gseh Collection by Op.	Optiswiss France Sarl	France Autres
G-Star Raw	Marchon France	Les Majors
Gucci	Kering Eyewear	Les Majors
Guess/by Marciano	Marcolin	Les Majors
Gunnar	Gunnar Optiks France	France Autres
Guy Laroche	Grasset Associés lunettes	Les Majors
H.Mahéo	H.Mahéo	France Autres
H.I.S.	MPG France	France Autres
Hackett London	Mondottica France	Les Majors
Haffmans & Neumeist.	Haffmans & Neumeister	Allemagne
Hally & Son	AVM 1959 SpA	Les Majors
Harry Lary's	Maudal Sas	France Autres
Havaianas	Safilo France	Les Majors
Hélios	Look Occhiali	Italie
Hello Kitty	Opal	Les Majors

Les Champions de la lunetterie

Henau	Henau International BVBA	Belgique
Henko	Opal	Les Majors
Henry Jullien	L'Amy Group	Les Majors
Hervé Dom./Pierre H	Comino	France Autres
Hervé Domar Paris	ACHD	France Autres
Hickmann	Go France	France Autres
Hipanema	Amenapih	France Autres
Histoire de Voir	Pierre Eyewear	France Autres
HoetCout./Eyewear	Hoet	Belgique
Hoffmann Natural E.	Hoffmann Natural Eyewear by Iveko Gmbh	Allemagne
Hooper	Lunet'Mod France International	France Autres
Horn Line	Classic Line	France Autres
Hugo Boss	Safilo France	Les Majors
Humphrey's	Eschenbach optik france	Allemagne
Hyro Jeans	Classic Line	France Autres
Hiro Maxcobalt	Classic Line	France Autres
IC ! Berlin	IC ! Berlin Brillen Gmbh	Allemagne
Ican	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne
ICBG Kids-Tam Tam	ICBG Sarl	France Autres
Ichill	Aspex Europe	France Autres
Ihuman	Code ADN	Jura
Ik Acétate/Occhiali	Oktica Eyewear	France Autres
IKKS	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Illesteva	Le Lab Eyewear	France Autres
Imagine/ Imagine-Toi	Eyes Label	France Autres
In Bö	In Bö	France Autres
In Face	Design Eyewear Group	France Autres
In Fine	Ampreinte Lunetterie	France Autres
Ines de la Fressange	Globex/ Cristaflor	France Autres
Infield	Infield Safety Gmbh	France Autres
Inoxia	Karu Design (Guadeloupe)	France Autres
Intertitane	Intertitane	France Autres
Invu/Swisseyewear	Swiss Eyewear Group	Suisse
Invu Ultra Polarized	Adcl Aplus	Les Majors
Invu Ultra Polarized	Adcl Aplus	Les Majors
Iron Paris	Eye-Web	France Autres
Irresistor	La Maison des Collections	France Autres
Isoca	Central Vision	France Autres
Issy & Là	Lafont-O.Ph.L. SA	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Italia Independent	Italia Independent France	France Autres
Iyoko Inyake	Lunette Créateur	France Autres
Izipizi	Izipizi	France Autres
J.Sun for Kids/ Sport	Christaflor	France Autres
J.F.Rey/Petite	Jfrey, Boz, Volte Face et Sky Eyes	France Autres
Jacadi	Knco	France Autres
Jacques Marie Mage	Le Lab Eyewear	France Autres
Jaguar Eyewear	Menrad The Vision	Les Majors
Janosch	IVKO Gmbh-Opal	Allemagne
Jara	Jaytesa Uno	Espagne
Jay's	Trends & More Eyewear Gmbh	Allemagne
Jazava Orgami Design	Cabon France/Emmerich Fashion Gmbh	France Autres
JC Levet/Sport	BL Optique	Jura
Jean Charles de Lemps	Modern'Optique	Ain
Jean Philippe Joly	Jean Philippe Joly Sunglasses	France Autres
Jean Reno by Cendr. O	Socodeix Groupe	France Autres
Jen Mood	Jen Mood	France Autres
Jeremy Scott	Linda Farrow	Royaume Uni
Jetset	Macojet France	France Autres
Jette	Licefa Gmbh	Allemagne
JHB Solaire	JHB Ets Julien Buffard	France Autres
Jimmy Choo	Safilo France	Les Majors
Johann Von Goisern	DJ Optique	France Autres
John & Jess	Classic Line	France Autres
John Brandon	Pacific Trade Sarl	France Autres
John Lennon	Knco	France Autres
Jono Hennessy	The Caste	France Autres
Jooly	Oxibisgroup	Jura
Joop!	Menrad The Vision	Les Majors
Jos Eschenbach	Eschenbach optik france	Allemagne
Joshi	Cabon France/Emmerich Fashion Gmbh	France Autres
Julbo	Julbo	Jura
Junjana	Chamborelle Création Sas	France Autres
Just Cavalli	Marcolin	Les Majors
Juyar Sport	Juillard Lunettes Sarl	Jura
Kaenon	Knitoptic Europe	France Autres
Kahéo Eyewear	Chamborelle Création Sas	France Autres
Kaleos	Kaleos	Espagne
Kaliboo	Knco	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Kamaeleon	Bellinger	Danemark
Kaos	Art'monium-La galerie d'Art Optique	France Autres
Kaos	Area 98 Srl	Italie
Karavan/ Kids	Knco	France Autres
Karaverso	Kara	Jura
Karaoyoko/ Kids	Kara	Jura
Karen Walker	La Maison des Collections	France Autres
Karl Lagerfeld	Marchon France	Les Majors
Karu Design Collection	Karu Design (Guadeloupe)	France Autres
Kenzo /Kids	L'Amy Group	Les Majors
K-Eyes	K-Eyes	France Autres
Khaleda Rajab	Linda Farrow	Royaume Uni
Ki et Là	Ki et Là Sas	France Autres
Kid by Oko	Oko Paris lunetterie	France Autres
Kid Reader	Fjo Sarl- Locaplast	France Autres
Kid's Line	Classic Line	France Autres
Kikies	Comino	France Autres
Kilsgaard	Design Eyewear Group	France Autres
Kinto	Netoptic SA/NV	Belgique
Kioto Niakamura	MPG France	France Autres
Kirk Originals	Kirk Originals	Royaume Uni
Kitamura Domont	Dorillat	France Autres
K-Lab	Knco	France Autres
Klik	Art'monium-La galerie d'Art Optique	France Autres
Knobloch	Demetz optique de sport	Les Majors
Koali	Morel France	Jura
Komono	Baumvision Europe	Autriche
Komorebi	Komorebi Eyewear	Belgique
Koopy France	H.Mahéo	France Autres
Kosby	Seaport-ODLM	France Autres
Kowalski	ICBG Sarl/ RK Design Optik Gmbh	Allemagne
Krom Eyewear	Création Libre	France Autres
L.A.Eyeworks	L.A.Eyeworks	France Autres
La Matta	Area 98 Srl/Art'monium-La Galerie d'Art	Italie
Laceyes	Eyers Sarl	France Autres
Lacoste	Marchon France	Les Majors
Lacroix	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Lafont Paris	O.Ph.L-Lafont SA	France Autres
Lafont pour Enfants	O.Ph.L-Lafont SA	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Lafont Réédition	O.Ph.L-Lafont SA	France Autres
Lamarca	Plasteca Sarl	France Autres
Lanvin	De Rigo France	Les Majors
Lapö	Opal	Les Majors
Laura Biagiotti	Macojet France	France Autres
Le Ducat	Look Vision	France Autres
Le Sepcs	La Maison des Collections	France Autres
Le Tanneur	Look Vision	France Autres
Le Temps des Cerises	L'Amy Group	Les Majors
Leader	Demetz optique de sport	Les Majors
Legende de Paris	EVCPE	France Autres
Leisure Society	Baumvision Europe	Autriche
Les Crobs	Look Vision	France Autres
Les Formidables	Les Formidables	France Autres
Les Lunettes de Louis	LGB distribution	France Autres
Les Millesimes	Roussilhe Sas	Ain
Les Pop	Roussilhe Sas	Ain
Les Triplés	Adcl Aplus	Les Majors
Les Voiles de St Tropez	MR. Optique	France Autres
Lesca	Lesca Lunettier	Allemagne
Levi's	Grasset Associés Lunettes	Les majors
Levi's	Grupo Optim	Espagne
Liebeskind	Inov'Optic	France Autres
Life Italia Kids	Blackstone Distribution Sas	France Autres
Lightec	Morel France	Jura
Lillebi	IVKO Gmbh-Opal	Allemagne
Linda Farrow	Linda Farrow	Royaume Uni
Linda Farrow	Le Lab Eyewear	France Autres
Lindberg Acetenium	Lindberg	Danemark
Line Art Charmant	Charmant France	Les Majors
Liniuu	Liniuu	France Autres
Little Eleven Paris	Opal	Les Majors
Little Paul & Joe	Seaport-ODLM	Les Majors
Liu Jo	Marchon France	Les Majors
Locaplast	Fjo Sarl- Locaplast	France Autres
Longchamp	Marchon France	Les Majors
Look/Look at Me	Look Occhiali	Italie
Lookkind	Look Occhiali	Italie
Look Eyewear	Comino	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Lord's	Lunet'Mod France International	France Autres
Loris Azzaro Paris	Grosfilley Lunettes	Ain
Lou Création/Titan.	Lou Création	France Autres
Loubsol	Loubsol SA	France Autres
Louise et Moi	MPL Vision	France Autres
Love Moschino	Safilo France	Les Majors
Lozza	De Rigo France	Les Majors
Lucchini	Azur Diffusion	France Autres
Lulu Castagnette	Opal	Les Majors
Lulufrenchie	Lulu Frenchie	France Autres
Lunet'Mod	Lunet'Mod France International	France Autres
Lunettes Kollektion	Lunettes Kollektion	Allemagne
Lunettes Visage Eyew.	Lunettes Visage Ey wear	France Autres
Lunithe	Lunithe	France Autres
Lunor	Frédéric Beausoleil	France Autres
Luxottica	Luxottica	Les Majors
Lytot	Lytot	Ain
M & G	Globex/ Cristaflor	France Autres
M.Kenics	Opal	Les Majors
M.B. Production	M.B. Production	France Autres
Mad in Italy	DJ Optique	France Autres
Maggy Rouff	Globex/ Cristaflor	France Autres
Magnetwist	Aspex Europe	France Autres
Maje	Mondottica France	Les majors
Malt	Netoptic SA/NV	Belgique
Manhattan	Kypers	Espagne
Marc Cain	Trends & More Eyewear Gmbh	Allemagne
Marc Jacobs	Safilo France	Les Majors
Marc o Polo	Eschenbach optik france	Allemagne
Marc Stone	Swiss Eyewear Group	Suisse
Marchon Airlock	Marchon France	Les Majors
Mares	Demetz optique de sport	Les Majors
Mariano di Vaio	AVM 1959 SpA	Les Majors
Marie Claire	Looik Vision	France Autres
Mariza	Adcl Aplus	France Autres
Marius Morel/ 1880	Morel France	Jura
Markus Lupfer	Linda Farrow	Royaume Uni
Markus T	Markus -T	Allemagne
Marmillon lunettier	AFM Optic	Jura

Les Champions de la lunetterie

Marni	Marchon France	Les Majors
Marni	MSK Eyewear	France Autres
Martin & Martin	Martin & Martin & Co. Kg	Allemagne
Martine Forsans	Kara	Jura
Maryll	AFM Optic	Jura
Massada	MSK Eyewear	France Autres
Materika	Look Occhiali	Italie
Matsuda	MSK Eyewear	France Autres
Matthew Williamson	Linda Farrow	Royaume Uni
Matttew	Matttew	Belgique
Mauboussin	Adcl Aplus	France Autres
Maui Jim	Maui Jim France	France Autres
Max Mara	Safilo France	Les Majors
Max & Co	Safilo France	Les Majors
Maybach	IVKO Gmbh-Opal	Allemagne
MCM	Marchon France	Les Majors
MCQ	Kering Eyewear	Les Majors
Medi-Vision	Medi-Vision	France Autres
Meima	Meima	France Autres
Même	Cogan Yves- Mondottica	Les Majors
Memomac Flexiforme	Metalartconcept	Suisse
Menrad the Vision	Menrad The Vision	Les Majors
Metalartconcept	Metalartconcept	Suisse
Michael Kors	Luxottica	Les Majors
Michel Klein	Gipsy Caravan Sarl	France Autres
Mikata	Chamborelle Création Sas	France Autres
Mila ZB	AVM 1959 SpA	Les Majors
Mimt	Quick Optic Sprl	Belgique
Minima	Minima Sas	France Autres
Minivi	FMI	France Autres
Miraflex	Demetz optique de sport	Les Majors
Mise au Green	Ampreinte Lunetterie	France Autres
Missoni	AVM 1959 SpA/ Safilo	Les Majors
Miu Miu	Luxottica	Les Majors
Mmissoni	AVM 1959 SpA/ Safilo	Les Majors
Modern'Optique	Modern'Optique	Ain
Modo	Modo Ey wear SRL	Italie
Moko by Oko	Oko Paris lunetterie	France Autres
Moleskine	Seaport-ODLM	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Mollerus	Cabon France/Emmerich Fashion Gmbh	France Autres
Molyneux	Globex/ Cristaflor	France Autres
Momodesign	Have a Dream	Italie
Moncler	Marcolin	Les Majors
Moncler	Moncler Lunettes SRL	Italie
Monkeyglasses	Optidiff	France Autres
Monsieur Madame	Knco	France Autres
Montana Eyewear	Sunoptic.com	France Autres
Montblanc	Marcolin	Les Majors
Montmartre Lunettes	Eyes Label	France Autres
Moody	Eye for Eye	France Autres
More & More	Inov'Optic	France Autres
Morgan	Menrad The Vision	Les majors
Morrisson	Trends & More Eyewear Gmbh	Allemagne
Moschino	Safilo France	Les Majors
Moski Paris	New Time	France Autres
Mozart	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne
Mugler	L'Amy Group	Les Majors
Mykita	Mykita Gmbh	Allemagne
Mykita & B. Willhelm	Mykita Gmbh	Allemagne
Mykita/Damir Doma	Mykita Gmbh	Allemagne
Mykita+ Maison Marg.	Mykita Gmbh	Allemagne
Mykita Mylon	Mykita Gmbh	Allemagne
Mymuse by Oko	Oko Paris lunetterie	France Autres
N° 2	Nako Vision	France Autres
Näkö	Nako Vision	France Autres
Nannini	Demetz optique de sport	Les Majors
Nanobaby	Nanovista-Groupe GVO	France Autres
Nanoptical	Nanovista-Groupe GVO	France Autres
Nanosol	Nanovista-Groupe GVO	France Autres
Naoned	3.Mai / LGB Ey wear	France Autres
Natan	Binôche	Belgique
Nathalie Blanc Paris	Gipsy Caravan Sarl	France Autres
Nature Eyes	Urband	France Autres
Nautic	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne
Nautica	Marchon France	Les Majors
Nemezis Paris	Eye for Eye	France Autres
Neozz	Neozz	France Autres
Neubau Eyewear	Silhouette France Sarl	France Autres

Les Champions de la lunetterie

New Balance	L'Amy Group	Les Majors
New York Yankees	Opal	Les Majors
Nici	IVKO Gmbh-Opal	Allemagne
Nifties	Design Eyewear Group	France Autres
Nike Vision	Marchon France	Les Majors
Nina Ricci	De Rigo France	Les Majors
Nine Accord	The Caste	France Autres
Nino	CCO Création Concept optique	France Autres
Noego	Parasite Design	Ain
Nomad	Morel France	Jura
Nooz	Binoptics Sprl	Belgique
Nuances	Globex Sas	France Autres
Oakley	Luxottica	Les Majors
Oblue	Opal	Les Majors
Octo Verso	Octo Verso Eyewear	France Autres
Office	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne
OG X Collection	Oliver Goldsmith Spectacles	Royaume Uni
Öga	Morel France	Jura
Oko by Oko Paris	Oko Paris lunetterie	France Autres
Olik	Jaytesa Uno	Espagne
Oliver Peoples	Mikli Diffusion France	Les Majors
Oliviero Contini	Area 98 Srl/Art'monium-La Galerie d'Art	Italie
Onirico Eyewear	Lunette Créateur	France Autres
Onono	IC ! Berlin Brillen Gmbh	Allemagne
Oply	Aleph Vision	France Autres
Opposit/ Teen	AVM 1959 SpA/ Safilo	Les Majors
Opticunion	Opticunion Gmbh	Allemagne
Optika	Supervision	France Autres
Optisun	Optisun	Ain
Optor	Infield Safety Gmbh	France Autres
Orgreen	Orgreen Optis	Danemark
Originals	Eyes Label	France Autres
Origineyes	Origineyes	France Autres
Orlebar Brown	Linda Farrow	Royaume Uni
Osmose	Octika Eyewear	France Autres
Owlet	Opal	Les Majors
Oxford	Lunet'Mod France International	France Autres
Oxibis	Oxibisgroup	Jura
Oxydo	Safilo France	Les Majors

Les Champions de la lunetterie

Ozed Eyewear	Ozed Ey wear Company	France Autres
P3	Pierre Eyewear	France Autres
Pacific Group	Pacific Trade Sarl	France Autres
Paddington/Miraculous	L'Amy Group	Les Majors
Paname	Paname	France Autres
Paprika	CCO Création Concept optique	France Autres
Paradox	Aspex Europe	France Autres
Paradoxe Créateur	Inov'Optic	France Autres
Paragraphe	Modern'Optique	Ain
Parasite Design	Parasite Design	Ain
Parisline	Halatsis Frères	Ain
Pauder	Europ Technic	France Autres
Paul & Joe	Seaport-ODLM	France Autres
Paul Frank	Baumvision Europe	Autriche
Pentax	Aspex Europe	France Autres
Perfecto by Schott	Adcl Aplus	France Autres
Persépolis	Karu Design (Guadeloupe)	France Autres
Persol	Luxottica	Les Majors
Peter & May	Peter & May	France Autres
Phillip Lim	Linda Farrow	Royaume Uni
Photographe Collect.	Oliver Goldsmith Spectacles	Royaume Uni
Pica Pica	Jaytesa Uno	Espagne
Pierre and Sun	Pierre Eyewear	France Autres
Pierre Cardin	Safilo France	Les Majors
Pierre Eyewear	Pierre Eyewear	France Autres
Pierre Hardy	Hervé Domar Paris Distribution	France Autres
Pierre Métal	Pierre Eyewear	France Autres
Piwatoo	Adcl Aplus	France Autres
Piwee	Europ Technic	France Autres
Placebo Eyewear	BL Optique	Jura
Plastic de Luxe	Xavier Derome	France Autres
Polar	Import Lunette	France Autres
Polaroïd	Safilo France	Les Majors
Polarone	Dugo	France Autres
Police/Kid	De Rigo France	Les Majors
Paul Ralph Lauren	Luxottica	Les Majors
Pomellato	Kering Eyewear	Les Majors
Popline	Italia Independent France	France Autres
Prada	Luxottica	Les Majors

Les Champions de la lunetterie

Prada Linea Rossa	Luxottica	Les Majors
Prestige	Vuillet Vega	Jura
Prima Linéa	Vuillet Vega	Jura
Pro design	Design Eyewear Group	France Autres
Pro Vision	Opéra-Vision-L'Opticien du Sport	France Autres
Progear	Novacel	France Autres
Project O	Parasite Design	Ain
Projekt Produkt	La Maison des Collections	France Autres
Prova	MPG France	France Autres
Proximo/ Colour	Opal	Les Majors
Puma	Kering Eyewear	Les Majors
Quicksilver	Quicksilver Roxy Eyewear	Belgique
R.O.S. Révolution Opt.	Demetz optique de sport	Les Majors
Rag and Bone	Safilo France	Les Majors
Ralph	Luxottica	Les Majors
Ralph Lauren	Luxottica	Les Majors
Randolph	Managelia One	France Autres
Raptor	Infield Safety Gmbh	France Autres
Ray-Ban	Luxottica	Les majors
Rebel	Morel France	Jura
Rec-Specs	Demetz optique de sport	Les Majors
Red Bull Spect	MPG France	France Autres
Reg'Art	Vision Concept	France Autres
Revo	Menrad The Vision	Les Majors
Reykjavik Eyes	Socodeix Groupe	France Autres
Rezin	Rezin	France Autres
RH+	AVM 1959 SpA	Les Majors
RG 512	Seaport-ODLM	France Autres
Rialto	Europ Technic	France Autres
Rip Curl	Adcl Aplus	France Autres
Rip Curl	Swiss Eyewear Group	Suisse
Rischio/ Junior	Jaytesa Uno	Espagne
River Woods	Quick Optic Sprl	Belgique
Roadson Photochr.	Cristaflor	France Autres
Roadson Polarisant	Cristaflor	France Autres
Roav	Alizes Optique	France Autres
Robert K	RK Design Optik Gmbh	Allemagne
Robert La Roche	Robert Laroche	Autriche
Robert Rudger	Area 98 Srl	Italie

Les Champions de la lunetterie

Roberto Bacoli	Look Vision	France Autres
Roberto Cavalli	Marcelin	Les Majors
Rochas	L'Amy Group	Les Majors
Rocord 3 en 1	Locaplast	France Autres
Roger	Nowakreation	France Autres
Rosalba	Central Vision	France Autres
Rosignol	Italia Independent France	France Autres
Roxy	Quicksilver Roxy Eyewear	France Autres
Roy Robson	Vistan	Allemagne
Royal Muse	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Rudy Project	Rudy Project France	France Autres
Rumeur	BL Optique	Jura
Ruud Van Dyke	MPG France	France Autres
RV Barcelona	H.Mahéo	France Autres
RV Teen's	H.Mahéo	France Autres
S.O.	Solveig Optique Sarl	France Autres
S.Oliver	Inov'Optic	France Autres
Sabine BE	Sabine BE	France Autres
Safilo	Safilo France	Les Majors
Saint-Laurent	Kering Eyewear	Les Majors
Saint-Tropez Lunettes	MR. Optique	France Autres
Salt	Salt Optics	France Autres
Salvatore Ferragamo	Marchon France	Les Majors
Sandro	Mondottica France	Les Majors
Sartorial Eyes	Lunette Créateur	France Autres
Sasheeschuster	Tres Chic	France Autres
Schott NYC	Adcl Aplus	France Autres
Sea River	Fjo Sarl- Locaplast	France Autres
Seawest	Adcl Aplus	France Autres
Sébastien Geslin	Sébastien Geslin	France Autres
Séductiv	Pacific Trade Sarl	France Autres
Seecare	Medi-Vision	France Autres
Seeoo	Alizes Optique	France Autres
Seiko	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Serengeti	Bushnell Outdoor Products	Les Majors
Serge Blanco	Globex Sas- Cristaflor	France Autres
Sferoflex	Luxottica	Les Majors
Shelter	Collectif Shelter Sas	France Autres
Silhouette	Silhouette France Sarl	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Silvian Heach	LVD Consulting	France Autres
Simple	The Caste	France Autres
Sinieri	Lunetloop	France Autres
Sir Oliver	Inov'Optic	France Autres
Scaga	Marchon France	Les Majors
Sky Eyes	Jfrey, Boz, Volte Face et Sky Eyes	France Autres
Slapsee	Slapsee France	France Autres
Smith	Safilo France	Les Majors
Snob Milano	Socodeix Groupe	France Autres
Solar	Julbo	Jura
Solveig	Solveig Optique Sarl	France Autres
Sonia Rykiel	L'Amy Group	Les Majors
Sonia Rykiel/Enfant	L'Amy Group	Les Majors
Special Eyes	Special Eyes Sas	Jura
Spect	MPG France	France Autres
Spektre	The Caste	France Autres
Spider Man	Opal	Les Majors
Spine	Cogan Yves- Mondottica	Les Majors
Sport Clip	Optique Distribution	France Autres
Sport Col. By Optiswiss	Optiswiss France Sarl	France Autres
Spyder	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne
St Scott	Octo Verso Eyewear	France Autres
Star Wars	Opal	Les Majors
Starck Eyes	Mikli Diffusion France	Les Majors
Starvision	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Stella Mccartney	Kering Eyewear	Les Majors
Stepper/ Stepper's	Stepper France	France Autres
Stig Jacobsen	Pacific Trade Sarl	France Autres
Struktur	Dex Productions	France Autres
Studio FB	Frédéric Beausoleil	France Autres
Sun Blade	Eye Love View Sarl	France Autres
Sunoptic	Sunoptic.com	France Autres
Superdry Optical	Menrad The Vision	Les Majors
Swap-It	Création Libre	France Autres
Swarovski	Marcolin	Les Majors
Swildens	Gipsy Caravan Sarl	France Autres
Tabata	Demetz optique de sport	Les Majors
Takumi	Aspex Europe	France Autres
Tag Heuer	Marcolin/Thélios/Logo	Les Majors

Les Champions de la lunetterie

Tara Jarmon	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Target	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne
Tarian	Jeremy Tarian	France Autres
Tartine & Chocolat	Opal	Les Majors
T-Charge	Go France	France Autres
Technisub	Demetz optique de sport	Les majors
Tec Baker	Mondottica France	Les majors
Ted Lapidus	L'Amy Group	Les majors
Tehia	Grosfilley Lunettes	Ain
Tendance/Nouvelle	Look Vision	France Autres
Tendance Solaire	Look Vision	France Autres
Tendance Vintage	Look Vision	France Autres
Terminator	Infield Safety Gmbh	France Autres
Tête à Lunettes	Opta Filao	France Autres
The Black Label	Event Distribution	Pays-Bas
The Book Club	La Maison des Collections	France Autres
The Row	Linda Farrow	Royaume Uni
Theo/ Eye-Witness	Theo	Belgique
Thierry Lasry Sunglas.	Maudal Sas	France Autres
Tiffany & Co	Luxottica	Les Majors
Timberland	Marcolin	Les Majors
Titane Line	Classic Line	France Autres
Titanflex	Eschenbach optik france	Allemagne
Titan'mod	Lunet' Mod France International	France Autres
Titon	Dugo	France Autres
Titon 1888	Dugo	France Autres
Tod's	Marcolin	Les Majors
Toikidi	Xenon	France Autres
Tom Davies	To Tom Davies Limited	Royaume Uni
Tom Ford	Marcolin	Les Majors
Tom Tailor	Visioptis	Les Majors
Tomas Maier	Kering Eyewear	Les Majors
Tom'Design	Création Libre	France Autres
Tommy Hilfiger	Safilo France	Les Majors
Toms Eyewear	Baumvision Europe	Autriche
Tonino Lamborghini	AVM 1959 SpA/ Safilo	Les Majors
Tonysame	Tonysame	France Autres
Toplight	Dailytec	France Autres
Tr 90	Kypers	Espagne

Les Champions de la lunetterie

Traction Productions	Victor Gros Distribution Sas	Jura
Traxion	Victor Gros Distribution Sas	Jura
Trëndy	Pacific Trade Sarl	France Autres
Trioio	Pacific Trade Sarl	France Autres
Tropique	Opti'Mom Tropique	France Autres
Trudi	AVM 1959 SpA/ Safilo	Les Majors
Tulipe Noire	Cabon France/Emmerich Fashion Gmbh	France Autres
Tusa	Demetz optique de sport	Les Majors
Univet	Novacel	France Autres
Urband Paris	Urband	France Autres
V.Design/Kids	Variation Design	France Autres
Val & Co	CCO Création Concept optique	France Autres
Valentino	Luxottica	Les Majors
Vanessa & Mehdi	Vanessa & Mehdi	Ain
Vanni	FMI	France Autres
Vaude	IVKO Gmbh-Opal	Allemagne
Versace	Luxottica	Les majors
Versport	Nanovista-Groupe GVO	France Autres
Vertical-e	Eyes Label	France Autres
Very French Gangsters	Very French Gangsters	France Autres
Vespa	Grasset Associés lunettes	Les Majors
Vicomte A.	Grosfilley Lunettes	Ain
Victoria Beckham	La Maison des Collections	France Autres
Vienna Design	MPG France	France Autres
View	Demetz Optique Sport	Les majors
Vincent Kaes	Kaïgan Sarl	France Autres
Vinyl Factory	Angel Eyes	France Autres
Vision Project	Optique Distribution	France Autres
Visionalis	Visionalis	France Autres
Vistan	Vistan	Allemagne
Viveur	Viveur Sunglasses	Italie
Vivienne Westwood	AVM 1959 SpA/ Safilo	Italie
Vogue Eyewear	Luxottica	Les Majors
Volte Face	Jfrey, Boz, Volte Face et Sky Eyes	France Autres
Von Arkel Switzerland	Von Arkel Switzerland	Suisse

Les Champions de la lunetterie

Von Bogen	ICBG Sarl	France Autres
Von Zipper	Vonzipper	Portugal
Vuarnet	Sporoptic Pouilloux SA	France Autres
Vue DC	LGB Eyewear/Vue DC	France Autres
Vulkan	IVKO Gmbh-Opal	Allemagne
Vulkani	IVKO Gmbh-Opal	Allemagne
W.K.	Inov'Optic	France Autres
Waiting for The Sun	Waiting for The Sun	France Autres
Waldorf	Visioptis	Les majors
Wave of Wood	Wave of Wood	France Autres
Web	Marcolin	Les Majors
Whistler Hills	Adcl Aplus	France Autres
Wicklow	Europ Technic	Royaume Uni
Wikiboom	Promotiva	France Autres
Wildey-X	GMT Outdoor	France Autres
Wiley X	Shamir France	France Autres
Will Anderson	Optic Duroc	France Autres
Willems Eyewear	Tres Chic	France Autres
William Morris	Roussilhe Union Jack Eyewear	Ain
Windor	Infield Safety Gmbh	France Autres
Wonderglasses	Tres Chic	France Autres
Wood Line	Classic Line	France Autres
Woodlun's	Wood Lun's	France Autres
Woow	Design Eyewear Group	France Autres
Xavier Derome	Xavier Derome	France Autres
Xavier Garcia	Optidiff	France Autres
Xélis/Design/Kids	Odys Vision Sas	France Autres
Xélis Solaires	Odys Vision Sas	France Autres
Xénith	Look Vision	France Autres
X-Ide	Imagine 98 SRL	Italie
Xit	FMI	France Autres
X-One	Grosfilley Lunettes	Ain

Les Champions de la lunetterie

Ynexx Design	MPL Vision	France Autres
You's Amsterdam	Cabon France/Emmerich Fashion Gmbh	Ain
Youpi!	Cabon France/Emmerich Fashion Gmbh	Ain
Zadig & Voltaire/Kids	De Rigo France	Les Majors
Zeffer	The Caste	France Autres
Zen Barcelona	Zen Barcelona	Espagne
Zenka/Zenkid's	Zenka Diffusion	Jura
Zentyp	Zenka Diffusion	Jura
Zeta	DLT Optic	France Autres
Ziggy by Cendrine O.	Socodeix Groupe	France Autres
Zilli	Grosfilley Lunettes	Ain
Zodiac	Neostyle Gmbh & Co-KG	Allemagne
Zutalors	Bal Crésation	France Autres

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie

INDEX n ° 3

Sources et Bibliographie

Annuaire de France Optique (www.france-optique 2019)

Ouvrages :

Morez, Vallée des Entrepreneurs de Bernard GABRIEL-ROBEZ 2009

Je me souviens de Noël Georges Grenier 2017

Revues et Journaux :

- Bien Vu (www.bienvu.ws)
- Les Annonces de l'Optique (www.pressoptic.fr)
- Acuité (www.acuite.fr)
- Le Progrès du Jura
- Divers revues de mode : Vogue, Elle magazine, Marie Claire,...

Sites Internet des sociétés de Distributeurs et des Marques

Les Champions de la lunetterie

Alors que Morez, l'ancienne capitale de la lunette, somnole sur les rives de la Bienne qui la traverse, des maisons concurrentes naissent et se développent dans le monde et en particulier en Europe. Les marques se sont multipliées par centaines et font l'objet de licences qui valent d'un distributeur à un autre au gré des humeurs de leur propriétaire.

L'ouvrage présente au fil de l'eau l'histoire succincte des distributeurs, mastodontes ou modestes sociétés, éparpillés en Europe. Le parcours des entreprises de l'Ain et du Jura est spécialement évoqué en honneur au savoir-faire de leurs fondateurs au cours des siècles écoulés. Leurs rivaux ont su tirer parti de l'expérience et de la tradition ancestrale des créateurs de montures française au début du 19^e siècle, transmise par des générations de maîtres- lunetiers.

Bernard GABRIEL-ROBEZ, Morézien et ancien élève 1954 de l'École Nationale d'Optique de la ville (LPO), Ingénieur 1959 de l'INSA de Strasbourg (ex-ENSAIS), est l'auteur d'ouvrages sur les entreprises industrielles et commerciales.

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie

Les Champions de la lunetterie