Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Lunettes

Date : Avril 2018 – Octobre 2019
Proposé par : SémioConsult®
Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD
Contact : info@semioconsult.com

SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes. Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille-clients des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

www.semioconsult.com

MODE

ATELIERS BAUDIN

Des lunettes créées les yeux dans les yeux

Inaugurée en 2016, cette discrète échoppe parisienne des beaux quartiers s'appuie sur les derniers savoir-faire jurassiens pour créer des montures sur mesure en corne ou en écaille.

Discrétion oblige, Guillaume Clerc ne communique pas le moindre nom des célébrités qui lui confient la réalisation d'une paire de lunettes sur mesure. Il ne vous confie pas plus son portrait car le succès des Ateliers Baudin ne tourne pas autour de sa tête, mais du visage de chacun de ses clients, habillé d'une monture unique, en corne ou en écaille, et qui lui semble immédiatement la sienne. Et pas celle de quelqu'un d'autre. « *La création d'un tel objet implique une rencontre*, explique cet opticien-lunetier de formation. *Il faut cerner la personnalité de chacun, essayer de comprendre comment il vit, ce qu'il aime, et lui suggérer une forme adaptée à son style, façonnée dans une matière naturelle et vivante que l'on sélectionne, affine, cisèle, polit, chauffe et patine à la main pour lui donner une âme. Cette réalisation est une aventure basée sur la relation humaine. On imagine ensemble un modèle qui ne va plus le quitter pendant des années… Il m'est arrivé parfois de dire non lorsque la personne ne saisissait pas bien la différence avec une monture de série moulée à la chaîne par des machines.* » Au premier regard, cette différence ne saute pas aux yeux car Ateliers Baudin n'est pas un lunetier créateur de binocles cherchant à en mettre plein la vue. Son style se voulant même des plus classiques, la patte maison réside dans d'infimes adaptations en fonction du regard, de l'arête nasale, des sourcils, des oreilles, du profil dans sa globalité. « *J'ai exercé mon œil, je me suis intéressé aux gens* », dit encore Guillaume Clerc qui a travaillé pour des grandes maisons à Genève, Londres et Paris, avant de se lancer dans cette petite entreprise avec l'appui d'un financier sensible à la sauvegarde des traditions et des savoir-faire de la lunetterie artisanale des environs de Morez. Là-bas, dans sa région natale, qui était naguère le berceau de cette industrie française, le Parisien d'adoption a déniché une poignée de complices qui n'ont pas compté les années d'apprentissage dans des petits ateliers sur le déclin afin de maîtriser la multitude de secrets donnant jour à une paire à nulle autre pareille, du choix de la matière brute à l'ajustage ultime. L'objet peut effectuer un à deux allers-retours au maximum entre Paris et le Jura au fil des essayages intermédiaires, sur une durée maximale de trois semaines entre la première esquisse et le rendu final. ***Frédéric Martin-Bernard***

Ateliersbaudin.com

La création de la paire de lunettes débute par une esquisse sur papier, une prise de mesures très élaborée et le choix de la matière. La précision de l'artisan est telle que le rendez-vous suivant ne réclame que de micro-ajustements.

JEAN-LOUIS GUEGAN/GAMMA ; DR

Collection

Very French Gangsters présente sa collection Made In France pour les enfants

08/06/2018 | 16:30

Modèle solaire Very French Gangsters

A l'approche de l'été, Very French Gangsters dévoile sa nouvelle collection solaire Made In France pour les enfants. La marque a opté pour des modèles ludiques et tendances adaptés aux besoins des plus petits.

Les montures sont commercialisées au prix public conseillé de 179 euros.

Modèle solaire Very French Gangsters

Associée à la société oyonnaxienne Optisun, la fabrication est assurée en France et en conformité avec les normes françaises et internationales afin de garantir la sécurité des enfants. La création de chaque modèle nécessite pas moins de 30 étapes.

Des montures solaires pour les plus jeunes

Écrit par la Rédaction

Réagissez !

Identifiez-vous pour poster des commentaires

XiTi

Insolite. Des lunettes de soleil fabriquées… avec des moules et des huîtres de Normandie !

La marque Friendly Frenchy a fait appel à un laboratoire de Caen pour développer ses lunettes de soleil conçues avec des coquillages normands. C'est l'accessoire de l'été !

Publié le 12 Août 18 à 12:04

À Caen (Calvados), la matière des lunettes en coquillages a été développée pour la start-up Friendly Frenchy. (©Charlaine Croguennec)

Près de **Caen (Calvados)**, un laboratoire a développé la matière des **lunettes de soleil** de la marque française Friendly Frenchy avec des coquilles d'**huîtres**, de **moules** et de **Saint-Jacques** de **Normandie** ! Un accessoire de l'été inventé par les deux créateurs de **Friendly frenchy**, Sandrine Guyot et Laurent Pezé, installés en Île-de-France.

> *Après avoir essayé plusieurs laboratoires, nous avons retenu celui de Caen pour mettre au point notre matière, souligne Laurent Pezé. Nous voulions créer une matière innovante et 100% bio sourcée pour développer un accessoire du bord de mer utile, valorisant les savoir-faire français et défendant l'économie circulaire.*

Des lunettes écolos

La plupart des lunettes de soleil sont réalisées à base de ressources fossiles comme le pétrole et sont fabriquées en Asie. Ce que voulaient éviter les deux créateurs.

Avant de lancer leur start-up, Sandrine Guyot travaillait dans le développement durable et Laurent Pezé dans la gastronomie événementielle. « Nous avons réussi à allier nos deux univers avec ces lunettes en coquillages : le développement durable et la gastronomie ! »

» LIRE AUSSI : Gisements de coquillages en Normandie : les meilleurs endroits pour pêcher en toute sécurité

Des coquillages recyclés

Voici les lunettes en coquilles Saint-Jacques de Normandie de Friendly Frenchy. (©Charlaine Croguennec)

Ces lunettes innovantes sont 30% plus légères que des lunettes de soleil classiques. « Que ce soit pour les lunettes avec des moules, des huîtres ou des Saint-Jacques, le bio-plastique laisse entrevoir la nuance de chaque coquillage », présente Laurent Pezé.

Si le bio-plastique des lunettes de Laurent et Sandrine a été développé près de Caen, leurs lunettes sont fabriquées dans le Jura. Quant aux coquillages, ils sont récupérés auprès de professionnels normands et bretons.

> *Nous avons sélectionné les coquillages dont la production et la consommation sont les plus importantes en France, précisent les deux créateurs. Ils proviennent des déchets de production des professionnels de la pêche et de l'agroalimentaire encore très peu valorisés à ce jour.*

De 80 à 115 euros

Les lunettes se vendent à 80 euros pour les premiers prix et jusqu'à 115 euros. « Une paire de lunettes a été faite spécialement pour l'association Surfrider foundation Europe. Nous reversons 10 euros à l'association par paire de lunettes vendues afin de financer leurs actions de protection du littoral et de sensibilisation du public à la problématique des déchets aquatiques. »

Un engagement indispensable pour Sandrine et Laurent qui veulent faire de la marque Friendly frenchy une marque de bord de mer made in France et respectueuse de l'environnement.

» LIRE AUSSI : Sable, galets, coquillages… Que pouvez-vous ramener de la plage ?

« Pour le moment, nous sommes présents sur la côte Atlantique de la Bretagne au pays Basque chez une quinzaine d'opticiens qui ont su nous faire confiance. Nous serons également présents sur la côte normande dès l'année prochaine ! », promet Laurent. En attendant, pour les Normands, les lunettes sont évidemment en vente en ligne !

En parallèle des lunettes en coquillages, en vente depuis le début de l'été 2018, les deux entrepreneurs ont lancé une gamme de draps de bains en coton bio, de tee-shirts avec le duo d'artistes nantais The Feebles et des handsurfs en bois. Le tout 100% made in France, bio et écolo !

» LIRE AUSSI : Née en Normandie, la marque de prêt à porter Voisinage se réinvente avec une nouvelle collection

Manon Loubet 14actu

Insolite 14actu Normandie Caen

Lunette De Soleil
+ de 300 Articles Sport Hiver Ici Sport Vacances Hiver à Prix Web sport-hiver.meilleurvendeur.com
OUVRIR

Newsletter
Recevez chaque jour 10 infos proches de vous

Collection

Supercent dévoile une nouvelle marque Made In France pour les indépendants

21/09/2018 | 17:15

Collection « Instinct »

Supercent, la centrale née en mars 2016 de l'alliance stratégique entre le Groupe All et Luz, annonce le lancement d'une marque exclusive Made In France, nommée Bleu Blanc Vous. D'après les résultats du 3e « Observatoire des Français et l'optique » réalisé par l'institut QualiQuanti pour Supercent, seuls 53% des Français estime que les indépendants ont une offre plus large et plus différenciée.

Pour pallier cette carence d'image et répondre aux besoins des Français, Supercent a lancé la marque Bleu Blanc Vous qui met à l'honneur « l'art des lunettes françaises ». Les collections annuelles capsules seront distribuées en exclusivité pour les opticiens All et Luz.

Collection 2019 Bleu Blanc Vous « Instinct »

Réalisée avec L'Amy, la première collection 2019 Bleu Blanc Vous nommée « Instinct » se décline en 3 lignes : naturel, sauvage et cosmic. Elle comprend 6 modèles pour les femmes et 5 pour les hommes, déclinés chacun en 3 coloris. La cible : les porteurs âgés de 25 à 45 ans. Les premières livraisons sont prévues en janvier 2019.

Collection 2019 Bleu Blanc Vous « Instinct »

Collection 2019 Bleu Blanc Vous « Instinct »

Écrit par la Rédaction

News en relation

Groupe All et Luz dévoilent les contours de leur alliance stratégique - 16/06/2016

Réagissez !

2 commentaires

Identifiez-vous pour poster des commentaires

XiTi

Jeudi 25 octobre 2018 13:26 - Deauville

Insolite. Les lunettes en coquillage arrivent à l'office de tourisme de Trouville [1]

La monture des lunettes Friendly Frenchy est fabriquée à base de coquilles (huîtres, moules, Saint-Jacques).© OUEST-FRANCE

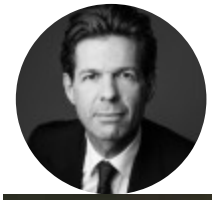
La société Friendly Frenchy qui fabrique des lunettes de soleil avec des coquilles recyclées a désormais un point de vente à Trouville. Elles ont été présentées lors de la course La Trouvillaise.

Friendly Frenchy fabrique des lunettes de soleil dont la monture est composée de coquilles recyclées. Coquilles d'huîtres, de moules et de saint-jacques sont réduites en poudre et mélangées à une huile végétale pour composer cette matière écoresponsable et 100 % naturelle de ces lunettes*made in France* .

Elles ont été présentées lors de la course La Trouvillaise et sont désormais en vente à l'office de tourisme de Trouville-sur-Mer (Calvados). Pour poursuivre son engagement dans le développement durable, la Ville est en partenariat avec cette entreprise. Trente kilos de coquillages collectés auprès des poissonniers et restaurateurs de Trouville-sur-Mer seront envoyés à l'entreprise pour une phase de test. Peut-être qu'à terme, ces lunettes seront en grande partie composées de coquillages trouvillais...

Louise DELÉPINE. Ouest-France

Nathalie Blanc Paris Crée Des Paires De Lunettes Haute Couture « Made In France » Aimées Par Les Célébrités



Christian Razel *31 janvier 2019*
Founder at www.RoccaBaracca.com : Experience the French Art de Vivre, stay in distinctive residences, enjoy exclusive private events, all with our Owners Club. linkedin.com

Quatre ans après avoir lancé sa marque de lunettes de luxe, Nathalie Blanc a reçu le prix spécial du jury 2018 avec un Silmo d'Or lors du Salon international des Professionnels de l'Optique et de la Lunetterie. Cette créatrice française plébiscitée par les opticiens du monde entier connaît une croissance fulgurante de sa start-up.

Rencontre avec Nathalie Blanc, fondatrice et créatrice de la marque de lunettes Nathalie Blanc Paris.

Quel est l'ADN de Nathalie Blanc Paris ?

Nathalie Blanc : Mon ADN ? Le chic français, bien sûr ! Enfant, je détestais tout ce qu'on me posait sur le nez. Je trouvais toutes les lunettes inélégantes et pataudes. Dès l'adolescence, l'idée de bousculer le monde fermé de l'optique est devenu une obsession. Au collège, mes amies voulaient être avocates ou journalistes. Je voulais dessiner de jolies montures pour ne plus jamais avoir à me cacher derrière les lunettes des autres.

Depuis le lancement de ma marque en 2015, Nathalie Blanc Paris, je dessine des lunettes à la fois sages et effrontées avec des lignes audacieuses. J'ai imposé l'idée d'une qualité irréprochable. Ce n'était pas négociable. La fabrication de mes lunettes "made in France" s'est imposée toute seule. L'artisanat et le savoir-faire français sont réputés dans le monde entier et demeurent indétrônables. Aujourd'hui, mes montures taillées avec précision sont conçues pour épouser parfaitement les courbes du visage.

Comment avez-vous créé la renommée de la marque qui porte votre nom ?

N.B : Si de nombreux opticiens dans le monde sont aujourd'hui mes ambassadeurs, c'est parce qu'ils savent que je ne me suis pas décrétée designer du jour au lendemain. Je viens du monde de l'optique. Chausser une lunette sur un visage, l'ajuster, c'est un exercice assez complexe… Cette expérience est essentielle dans le succès de Nathalie Blanc Paris. Avant de dessiner ma première monture, j'ai vu des milliers de nez, de regards. J'ai réglé, corrigé… Quand on dessine des lunettes, le sens du design est aussi important que l'expérience des visages.

Mes lignes très techniques et précises ont permis à mes produits de ne pas s'attarder dans le stock des opticiens.

Nathalie Blanc Paris a eu une chance phénoménale : beaucoup de célébrités, des comédiens, des journalistes, de grands chefs de cuisine ont passionnément aimé mes lunettes. Ces gens pensent peut-être que mes montures symbolisent le luxe français.

Cet élan incroyable m'a permis de développer la communication de façon très rapide. Le Salon mondial de l'optique a propulsé la renommée de ma marque. Nathalie Blanc Paris a remporté le Silmo d'Or en septembre 2018, la plus prestigieuse de toutes les reconnaissances dans notre secteur d'activité. Alors que nous étions en compétition avec les plus grandes marques internationales, le jury nous a donné le prix de la plus belle collection de l'année ! Quelle fierté pour mes équipes. Une sacrée consécration pour la petite collégienne qui n'aimait pas les lunettes des autres…

Nathalie Blanc et son Silmo d'Or

Comment avez-vous réussi à financer le développement de votre entreprise ?

N.B : Le financement de la première étape de ma start-up a été réalisé auprès des « friends and family ». L'image exceptionnelle de notre jeune marque nous a permis d'obtenir un prêt auprès de la BPI. Compte tenu de notre fort développement, la société va devoir trouver un partenaire financier pour séduire de nouveaux territoires et conquérir de nouveaux marchés. C'est un moment important de la vie de l'entreprise. Il ne faut pas se tromper.

Quelle est l'histoire que vous racontez aux Millennials ?

N.B : Nous sommes très présents sur les réseaux sociaux notamment sur Instagram et Facebook. La compréhension de ces plateformes de partage est primordiale pour une start-up en pleine expansion. J'ai parlé de la chance de pouvoir compter sur des « people early adopters », mais je dois aussi avouer que c'est grâce à ces outils de communication que j'ai pu atteindre une population plus jeune et plus large. Aujourd'hui, je suis souvent ébahie lorsque je vois des jeunes fashionistas de 17 ou 20 ans qui se passionnent pour mes dernières créations.

Elles m'envoient des posts de Berlin, Moscou, Los Angeles, Séoul, Kyoto. La semaine dernière, une bloggeuse californienne très connue posait avec mes lunettes devant la mythique colline d'Hollywood…

Vous imaginez, pour une marque qui n'existait pas voici quatre ans… Aujourd'hui, dans mon bureau de création, ça grouille, ça invente, ça fourmille d'idées. Je travaille avec des blogueuses et des influenceuses. Je leur dessine parfois une paire de lunettes. Elles nous permettent de gagner en visibilité et en notoriété auprès de ces jeunes qui ne lisent plus de magazines, ne regardent plus la télévision et s'informent via des canaux différents. Si j'étais ethnologue, je dirais que les Millennials fonctionnent de façon tribale. Il est donc très important de déchiffrer leurs codes, leurs rituels, afin de leur proposer des créations qui leur correspondent. Les réseaux sociaux sont le meilleur outil de compréhension de cette génération. Nous avons tous intégré cette réalité dans notre jeune entreprise.

Quelle est votre politique de Recherche et Développement ?

N.B : Je travaille avec mes fabricants français sur chaque couleur, chaque arrondi, chaque nez. Ces séances durent parfois huit ou dix heures. Le résultat est stupéfiant. Ils sont les meilleurs au monde. Grâce à eux, je développe de nouvelles couleurs, uniques, qui sont la propriété de Nathalie Blanc Paris. Ma marque et mes modèles ont été déposés à l'INPI.

J'ai beaucoup cherché à développer la qualité et l'originalité des verres solaires avec Carl Zeiss et Divel. Chaque paire de verres est équipée d'antireflet, ce qui permet une haute protection de la rétine. Nous avons lancé des tris dégradés qui n'existaient pas, des verres photochromiques dégradés. Nos demandes, parfois originales, poussent les usines à se dépasser. C'est dans cette confrontation, je dirais même dans cette coproduction entre le designer et le fabricant, qu'on arrive à repousser les limites du possible : à l'issue de l'échange, une solution technique émerge. Et ça change tout dans la monture. Elle devient sublime. Je vais vous étonner, mais ces longues heures dans ces ateliers dépositaires de la tradition lunettière française sont les moments que je préfère dans mon métier.

Comment exportez-vous vos savoir-faire à l'international ? Quels sont vos réseaux de distribution ?

N.B : Nous distribuons de trois façons différentes : soit avec un réseau d'agents, soit avec un réseau de distribution, soit avec des masters licences. Aujourd'hui, nos lunettes sont vendues dans plus de 800 points de ventes, principalement en Europe. Nathalie Blanc Paris commence son développement aux États-Unis, en Israël, au Canada, en Australie. Nous sommes sur des projets bien avancés avec la Russie et la Corée. La quasi-totalité de nos points de vente sont des opticiens. Il nous arrive cependant de choisir comme « écrin » de célèbres concept-stores comme le Nomad Hotel à Los Angeles.

Quel est votre style, votre signature ?

N.B : Nathalie Blanc Paris a vu le jour grâce au soutien que ma famille et mes amis m'ont apporté en particulier au début de l'aventure. Toutes mes créations portent les prénoms de mes proches (Suzanne, Madeleine, Eric, Fanny, etc…). Comme un remerciement… Tous ceux qui m'entourent, copains, créateurs, collaborateurs, comptables, stagiaires, amis opticiens, ont une lunette à leur nom. C'est un mantra chez nous ! Autre détail : dans le design de mes montures, vous retrouverez toujours deux ronds pleins symbolisant les rivets et un rond creux au bout de la branche. Une référence aux trois petits points de notre logo. Notre signature.

Quelles sont vos sources d'inspiration ?

N.B : L'inspiration me vient principalement en flânant dans les brocantes, en observant les lunettes que portent les gens dans la rue, mais aussi en regardant des photos anciennes et les vieux films de Renoir, Capra, Lubistsh. Retourner dans le passé me permet de mieux comprendre les modèles qui ont suscité des coups de foudre. Chaque époque, des années 30 aux années 2000, se réinvente et réinterprétant des montures du passé.

Notre société a fait des collaborations avec les marques de prêt-à-porter Swildens, Michel Klein et Rouje. Ces partenariats me permettent de m'aérer l'esprit en conciliant ma vision avec l'esprit et l'univers d'une autre marque.

Présentez-nous votre nouvelle collection

N.B : Ma nouvelle collection se compose de modèles en métal et en acétate. Élégantes et épurées, les lunettes métal sont le fruit d'un travail aussi minutieux que complexe. Fabriquées intégralement en France, les montures sont traitées à l'or fin 22 carats et regorgent de petits détails :

- la spatule bicolore au bout des branches est assortie aux verres solaires. Les formes hautes rappellent les montures des années 70 tandis que les versions rondes avec nez droit sont structurées et audacieuses.
- les « pilotes » sont serties d'acétate coloré qui leur donne une touche plutôt branchée. Nous utilisons des matières nobles, naturelles et recyclables comme l'acétate de cellulose, à base de fleur de coton et d'algue marine.

Lors de mes pérégrinations dans le Jura, j'achète souvent de vieux stocks d'acétate. Des plaques de plusieurs mètres de long, fabriquées après-guerre dans les vieux ateliers des lunettiers de la région d'Oyonnax, "La Mecque" de la lunette française. Ces plaques sont d'une qualité extraordinaire et d'une beauté subjuguante. Tradition et modernité : l'excellence française que j'ai toujours rêvé d'incarner !

Début 2019, nous avons lancé une collection pour adolescents : « Blanc… » Curieusement, l'offre était assez réduite pour les 13-17 ans. J'ai voulu y remédier en créant une ligne de lunettes pétillante, moderne et fonctionnelle. Elle s'adapte au quotidien parfois agité des ados et à leur goût prononcé pour le beau et le branché…« Blanc… » commence tout juste à être commercialisé et c'est déjà un vrai succès…

Nathalie Blanc Paris a aussi un projet important en gestation : une éblouissante collaboration avec l'immense bijoutier de la place Vendôme, Lorenz Baümer, pour le Silmo 2019 : une lunette-bijou… magnifique et surprenante.

Suivez l'actualité de Christian Razel et de RoccaBaracca sur http://www.linkedin.com/in/christian-razel-4ab08281/ et www.roccabaracca.com

MCLAREN VISION COLLECTION : LES LUNETTES DE VUE ET DE SOLEIL MADE IN FRANCE

McLaren ne compte pas que sur ses supercars pour faire son business. La preuve aujourd'hui, car la firme britannique nous présente sa première gamme de lunettes de soleil et de vue : la « McLaren Vision Collection ». Pour la réaliser, les designers de McLaren ont travaillé avec le Groupe L'Amy, lunetier français depuis 1810, pour créer une collection qui comprend les gammes Core, Premium et Bespoke.

1

Voir la galerie photo

Lunettes McLaren Vision Collection

Disponibles en lunettes de soleil ou avec verres correcteurs, tous les modèles des différentes gammes se caractérisent par un design sportif et des matériaux de pointe qui reflètent les automobiles **McLaren**.

Conçues pour offrir du confort et de l'élégance aux hommes et aux femmes, les lunettes sont disponibles dans une vaste gamme de finitions et de couleurs, y compris les teintes traditionnelles **McLaren,** telle la couleur orange. Les montures contemporaines et distinctives proposent un design « *flottant* » unique, grâce auquel les verres sont suspendus à la monture par deux points de contact seulement, ce qui permet de maximiser la vision et le confort.

Les prix des lunettes McLaren Vision Collection

Les prix de la gamme **Core** de la **McLaren Vision Collection** commencent à partir de 290 €, plus verres. Les produits de la gamme, qui comprennent le titane dans leur construction, sont disponibles en quatre formes de cadres pour les lunettes de soleil et de vue. Tous les modèles, avec ou sans rebord, présentent des charnières flexibles et des branches super confortables. Chacun des cinq verres solaires Leica peut être combiné avec des branches de couleurs différentes qui comprennent le noir en association avec le gris, le jaune, le rouge ou l'orange, offrant ainsi aux propriétaires de McLaren la possibilité de « *coordonner subtilement la couleur* » avec leur voiture.

La collection Premium, qui a reçu le prix **SILMO** d'Or pour la catégorie 'Monture innovation technologique' lors de sa présentation en avant-première en 2018 au Salon de l'Optique de Paris, **SILMO**, est proposée à partir de 990 € et incarne la précision technique de **McLaren** avec des matériaux de pointe et un design de la monture qui relâche la tension des verres et assure au porteur un confort maximal. La partie avant de la monture est en titane imprimé 3D, les branches en titane surmoulé et les pattes et les charnières en titane pur. Avec trois formes différentes disponibles pour les lunettes de soleil et de vue, les acheteurs peuvent choisir parmi les cinq types de verres solaires Leica. Une gamme complète de couleurs et de finitions est disponible pour les branches.

La gamme **Bespoke** est le nec plus ultra de la collection « ***McLaren Vision*** », avec des montures en titane spécialement conçues pour s'adapter à leurs utilisateurs. Pour ce faire, il suffit d'effectuer un scan 3D du visage du porteur pour permettre d'imprimer en 3D une monture en titane sur mesure. Le prix de la gamme **Bespoke** débute à partir de 1 800 €.

MIKE FLEWITT, CEO DE MCLAREN AUTOMOTIVE :

« *Les designers de McLaren Automotive et du Groupe L'Amy ont combiné leurs expertises pour créer des gammes de produits uniques qui établissent de nouveaux standards pour des montures de lunettes de pointe. Utilisant pour la première fois dans l'industrie des nouvelles technologies telles que l'impression en 3D pour les cadres en titane et des verres solaires Leica, la collection 'McLaren Vision' incarne*

l'innovation en matière de design et l'excellence technique de pointe qui sont au cœur de l'ADN de la marque McLaren. »

[L'industrie c'est fou] 100% Made in France, ces lunettes sont fabriquées en bois et en pierre

SIMON CHODORGE PUBLIÉ LE 18/09/2019 À 07H30

MADE IN FRANCE L'entreprise Wave of Wood a fabriqué des lunettes pour lancer des regards de pierre... 100% Made in France, elles doivent être présentées le 27 septembre.

© Wave of Wood

SUR LE MÊME SUJET

[Sortie d'usine] Comment l'opticien Lissac fabrique des montures de lunettes sur mesure

D'où vient la montre fabriquée à partir de matériaux recyclés portée par Emmanuel Macron au G7 ?

[Sortie d'usine] Shelter, les lunettes artisanales made in Annecy

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN FLIPBOARD EMAIL

Le salon SILMO de la filière optique se déroule du 27 au 30 septembre à Paris. À cette occasion, Wave of Wood va présenter un nouveau type de montures : des lunettes en pierre. Basée à Chaumes-en-Retz (Loire-Atlantique), près de Nantes, la jeune entreprise défend le 100% Made in France.

DES FOURNISSEURS FRANÇAIS DE L'ESSENCE À L'ÉTUI

Les deux opticiens Antoine Gouviac et Sébastien Bourdon ont créé Wave of Wood en 2015. Au départ, l'entreprise s'est concentrée sur les lunettes en bois avec des montures en chêne, en hêtre ou encore en noyer. De la matière première jusqu'à l'étui, la marque souhaite défendre les fournisseurs français : les essences proviennent de forêts françaises éco-gérées à l'exception des bois exotiques, les clous sont fabriqués par la clouterie lyonnaise Rivierre (Rhône), les verres viennent de Novacel à Château-Thierry (Aisne) et le cuir des boîtiers viennent d'une tannerie de Cholet (Maine-et-Loire).

Pour sa collection baptisée "Minéral", Wave of Wood a convoqué un nouveau matériau : la pierre naturelle. Et pourtant, les montures s'en sortent avec un poids d'environ 20 grammes, c'est-à-dire presque aussi léger que les lunettes en bois.

DES FEUILLES DE PIERRE SOUPLES

Le secret de fabrication ? Des feuilles de pierre souples posées sur les traditionnelles montures en bois et conçues par Stoneleaf, une autre entreprise française. Fondée en 2013, celle-ci est basée à Saint-Maurice (Val-de-Marne) et intervient habituellement dans le secteur de l'ameublement et de la construction.

Stoneleaf travaille notamment des blocs d'ardoise et de mica, "deux types de schiste ayant la particularité de se présenter sous un aspect feuilleté, explique la société. Sur le bloc d'ardoise ou de mica, un agglutinant est posé de manière homogène. L'agglutinant est ensuite recouvert de fibre de verre. Une fois que la fibre de verre a séché, elle est manuellement retirée. C'est lors de cette extraction que les différentes strates du bloc restent fixées à l'agglutinant. Le bloc est véritablement délité. La fibre de verre et ensuite recouverte d'une résine qui pénètre dans la pierre et renforce sa structure."

(Les lunettes Wave of Wood sont toutes fabriquées à Chaumes-en-Retz en Loire-Atlantique. Crédit : Wave of Wood)

Les lunettes “Minéral” seront proposées en trois pierres différentes à partir de fin septembre 2019 : ardoise, marbre brut ou mica. Plusieurs couleurs seront disponibles pour chaque pierre, en version optique ou solaire. Les montures seront présentées au stand 5J081 au salon SILMO.

Chaumes-en-Retz : après les lunettes en bois, les lunettes en pierre !

Dimanche 8 septembre 2019 à 6:05 - Par Paul Sertillanges, France Bleu Loire Océan, France Bleu

Depuis leur atelier à Chaumes-en-Retz, ces deux opticiens produisent des centaines de lunettes en bois depuis quelques années. Fin septembre 2019, ils vont commercialiser leur nouvelle création : les montures en pierre.

La feuille de roche est collée sur des couches de bois. © Radio France - Paul Sertillanges

Arthon-en-Retz, France

Pourquoi pas ? Antoine Gouviac s'est lancé, en 2014, avec un associé, dans l'aventure "Wave of Wood" : créer des lunettes en bois 100% *made in France*. Cinq ans plus tard, alors que **ses montures se vendent partout en France**, il s'apprête à faire entrer sur le marché son nouveau concept : les lunettes en pierre.

Pas beaucoup plus lourd, ni plus cher

Non, elles ne pèsent pas un kilo. *"On est un tout petit peu plus lourd, sachant que notre monture la plus lourde, dans la collection minérale, aujourd'hui, elle est aux alentours de 20 grammes",* note Antoine Gouviac. La raison ? Elle n'est en fait pas à 100% en pierre, **c'est un mélange avec du bois : une feuille, très fine, de roche constitue la première couche**.

Concernant le prix : c'est cher, mais le chiffre ne s'envole pas pour autant. ***"Ce sera entre 320 et 400 euros pour une monture optique, en pierre"***, continue l'opticien ; sachant que l'entrée de gamme de ses lunettes en bois est située à 220 euros. Les systèmes de remboursements fonctionnent, comme n'importe quelle autre monture, précise-t-il.

Antoine Gouviac peut passer jusqu'à 40 heures de travail sur une paire. © Radio France - Paul Sertillanges

La commercialisation de ces lunettes en pierre est prévue pour fin septembre, à l'occasion du mondial de l'optique, du 27 au 30 septembre, en région parisienne.