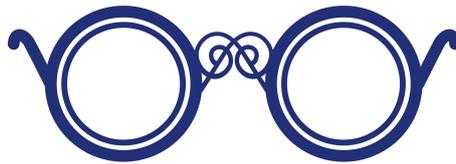


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

LUNETTERIE

Janvier 2021 – Mars 2021



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

Produit

Mega Optic mise sur la livraison en 24 heures pour promouvoir son nouveau progressif

07/01/2021 | 14:00

Le verre Agila HD de Mega Optic est un progressif fabriqué en France et certifié Origine France Garantie. Il s'agit d'un verre FreeForm surfacé en face arrière et disponible en 2 indices (1,5 et 1,6) et 2 hauteurs de couloirs (Agila HD et Agila HD Mini).

Agila HD offre une vision binoculaire optimisée en fonction de l'amétropie du porteur. Les champs vision de loin et vision de près sont élargis, et les aberrations sont réduites en périphérie. Par ailleurs, Agila HD dispose du traitement antireflet hydrophobe Aura.

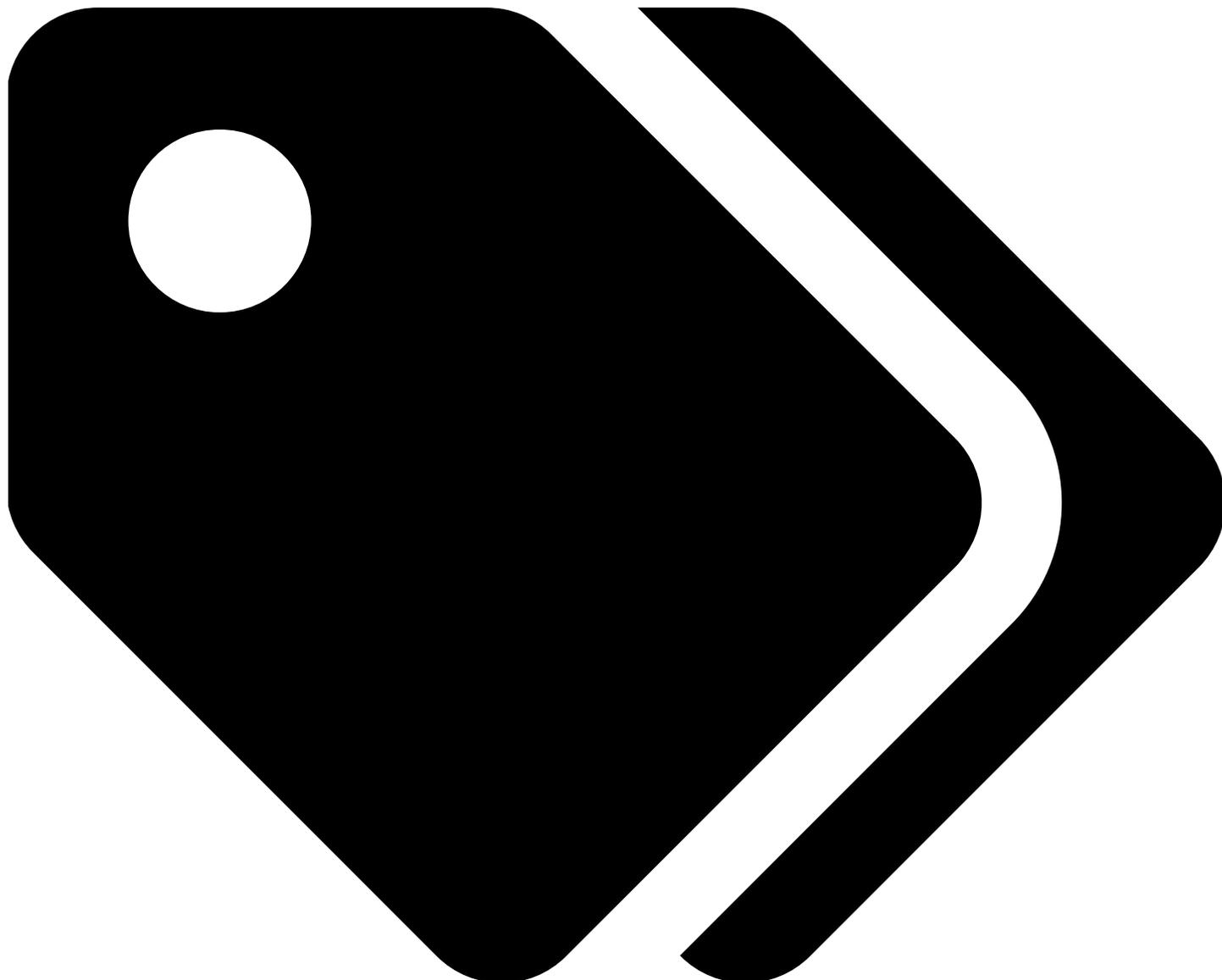
Pour promouvoir son nouveau progressif, Mega Optic mise sur un nouveau service de livraison en 24 heures pour toute commande passée avant 19 heures en France métropolitaine. Le verrier souhaite ainsi proposer aux opticiens une offre impactante pour les porteurs dans les situations d'urgence (perte, casse, vol...) sur l'ensemble du territoire.

Atol lance des lunettes intelligentes destinées aux enfants dyslexiques

PEGGY BARON

LE 12 FÉVR. 2021

f v □ □



#ENFANTS #INCLUSION #INNOVATION #LUNETTES

Atol les Opticiens propose la dernière innovation d'Abeye, une start-up de la Med-Tech qu'elle incube depuis 2018, un dispositif inédit pour faciliter la lecture aux enfants dyslexiques.

La dyslexie, trouble de l'apprentissage reconnu par l'Organisation Mondiale de la Santé, concerne environ 6 à 8% de la population française, soit en moyenne deux enfants par classe. A ce jour, Atol les Opticiens est la seule enseigne d'optique au monde à proposer cette innovation destinée aux enfants dyslexiques, de fabrication française.

Des lunettes pour aider à la lecture

Les premières lunettes électroniques d'aide à la lecture Lexilens ont été développées après deux ans de R&D, en s'appuyant sur la découverte de deux chercheurs en physique des lasers de l'Université de Rennes, Albert Le Floch et Guy Ropars. Ces derniers ont été récompensés par l'Académie Nationale de Médecine le 20 décembre 2020. Conçu et fabriqué en France, le dispositif est dans un premier temps à destination des enfants. La marque devrait lancer un modèle adulte dans les prochains mois.

« Nous sommes fiers d'avoir conçu avec notre start-up Abeye, financée et incubée par et chez Atol les Opticiens, des lunettes à verres électroniques Lexilens destinées aux dyslexiques pour les aider dans la lecture. Nous espérons pouvoir faciliter la vie des enfants en leur apportant plus de sérénité. Lexilens illustre parfaitement l'ADN d'Atol les Opticiens dont la stratégie est d'œuvrer pour améliorer la santé et le bien-être de tous et à tous les moments de la vie. Nous avons souhaité que cette innovation profite aussi à l'industrie française puisque cette lunette intelligente, remplie de technologies, est de conception et de fabrication française. C'est un parti-pris pour démontrer que nous sommes encore capables d'innover et de produire dans notre pays » Eric Plat, Président Directeur Général d'Atol les Opticiens.



Participer à l'inclusion des enfants

Lexilens répond à un enjeu sociétal en favorisant l'inclusion des personnes souffrant du trouble de la dyslexie soit près de 8 millions de Français. Confusion entre les lettres et les mots, difficultés d'apprentissage, sentiment d'échec, manque de confiance en soi, la dyslexie est un trouble de l'apprentissage fréquent et répandu. Ce trouble cognitif persistant est caractérisé par de grandes difficultés dans l'acquisition et dans l'automatisation des mécanismes nécessaires à la maîtrise de l'écrit (lecture, écriture, orthographe...). Les tests réalisés en laboratoire puis en conditions réelles sur plus de 200 personnes, montrent des résultats prometteurs en termes de fluence et de confort de lecture pour une grande majorité des testeurs. Parmi les corollaires : des résultats scolaires en hausse, un goût pour la lecture pour certains, une confiance en soi accrue, et des enfants plus épanouis dans un climat familial apaisé.



Des verres actifs intelligents pour aider les dyslexiques

Les verres sont pilotés par un dispositif électronique logé dans les branches, activable par une simple pression sur un bouton de mise en marche. Lors de la première prise en main, la lunette se connecte à une application smartphone en Bluetooth qui guide l'utilisateur dans le paramétrage de Lexilens. Après ce réglage, l'effet est immédiat : les lettres se détachent mieux, les lignes se séparent et la lecture devient plus facile avec moins d'efforts. Lexilens peut également intégrer un clip pour une mise à la vue, en cas de besoin de correction visuelle.

Lexilens a été récompensé du Silmo d'Or en 2019, d'un Innovation Award au CES 2020 et du Trophée de l'innovation LSA 2020.

Le décryptage éco. Le fabricant de lunettes Krys relocalise une partie de sa production dans les Yvelines

L'opticien Krys préfère la France à l'Asie. Il relocalise une partie de sa production dans son usine de Bazainville. Pourquoi ce choix ? Le décryptage éco de Fanny Guinochet.

00'00
02'00

<iframe src="https://emb Copier

Copié dans le presse-papier !



Fanny GuinochetfranceinfoRadio France

Mis à jour le 12/02/2021 | 12:12

publié le 12/02/2021 | 11:57

PartagerTwitter[Envoyer](#)

LA NEWSLETTER ACTUNous la préparons pour vous chaque matin

France Télévisions utilise votre adresse email afin de vous adresser des newsletters. Pour exercer vos droits, [contactez-nous](#). Pour en savoir plus, [cliquez ici](#).



Au siège du groupe Krys, à Bazainville (Yvelines), en avril 2017. (THOMAS SAMSON / POOL)

C'est le lancement d'une nouvelle gamme de verres à "très forte valeur ajoutée" qui a poussé Krys à rapatrier une partie de sa fabrication en France. Il veut maîtriser tous les processus de fabrication. Le lunetier veut éviter

les retards de livraison, les malfaçons. Produire en France est une sécurité, une garantie d'efficacité. Et puis, ces dernières années, les salaires en Asie ont beaucoup augmenté, la main-d'œuvre n'est plus aussi bon marché qu'auparavant.

Krys va produire 300 000 verres de plus par an dans son usine de Bazainville, dans les Yvelines, plutôt qu'en Asie, et créer ainsi une vingtaine de postes. Et ce n'est qu'une première étape : d'ici deux ans, l'opticien envisage d'aller encore plus loin dans le "rapatriement" de ses activités avec à la clef, une cinquantaine d'emplois en plus.

Un mouvement qui prend de l'ampleur

Krys n'est pas un cas isolé, la crise a mis au grand jour des problèmes de transport avec l'Asie, des risques de pénurie de produits, de dépendance économique. Sans oublier, la déperdition environnementale ou encore le comportement des consommateurs, qui sont de plus en plus sensibles au "made in France".

Tous ces éléments font réfléchir les chefs d'entreprises, et ils sont de plus en plus nombreux à franchir le pas, et à rapatrier leurs productions. C'est le cas par exemple de Lama France, qui fabrique des cartouches d'encre, et qui a décidé de produire non plus en Chine mais dans la banlieue lyonnaise et de réduire ainsi son bilan carbone.

Toutes les activités ne sont pas "relocalisables"

Même chose pour le fabricant de jouets Lunii : en juillet dernier [il a abandonné l'empire du milieu pour Bayonne](#). Citons également X-FAB, fournisseur de composants électroniques pour l'automobile, qui rapatrie une partie de son activité de Malaisie à l'Essonne. Peu connues, ces PME qui relocalisent, recréent des emplois partout dans les territoires

Peut-on relocaliser toutes les activités ? Non, il serait illusoire de penser qu'on pourra tout produire dans l'hexagone. C'est pour cela d'ailleurs que le gouvernement concentre ses aides sur des productions à haute valeur ajoutée. Il soutient en priorité les projets dans des secteurs stratégiques comme la santé, l'agroalimentaire, ou encore l'électronique. Dans le plan de relance, un milliard d'euros est prévu pour les relocalisations.

Vous portez des lunettes ? Ces verres nouvelle génération vont vous changer la vie !

Si vous cherchez des verres entièrement adaptés à votre vue et vos besoins, Krys a imaginé pour vous des verres ultra-personnalisés qui vont vous changer la vie ! Reflets, lumière bleue, rayures, salissures... Tous vos petits tracas du quotidien liés à vos lunettes ne seront plus qu'un mauvais souvenir !

par **Helena Ergisi**

Créés le 09 février 2021,



Publi-rédactionnel

Krys, l'enseigne d'optique et d'audition bien connue des Français, lance de nouveaux verres Origine France Garantie baptisés **Signature Krys**. Avec cette nouvelle génération de verres, Krys entend bien offrir un nouveau confort visuel à tous les porteurs de lunettes. On vous donne six bonnes raisons de craquer pour ces verres ultra personnalisés !

1. Ils sont beaucoup moins salissants

En option, les verres Signature de **Krys** peuvent également être dotés du traitement CLEAN. Il s'agit d'un traitement anti-salissure qui fait toute la différence. Saleté, eau, gras... Vous allez l'adorer car vous passerez beaucoup moins de temps à nettoyer vos lunettes. Un traitement parfait pour ceux qui n'aiment pas avoir les lunettes sales !

2. Ils sont dotés d'un traitement antireflet

Grâce au traitement antireflet, la qualité de vision et le confort visuel sont nettement améliorés. Constitué de couches superposées, fines et invisibles, il fait disparaître tous les reflets lumineux qui se forment à la surface du verre. Vous distinguez plus de détails et la nuit en voiture, vous n'êtes plus gêné.e par les autres automobilistes.

3. Ils protègent vos yeux de la lumière bleue

Pour protéger vos yeux des écrans, les verres Signature de [Krys](#) sont également équipés d'un traitement anti-lumière bleue. Ils ont été développés pour tous ceux qui travaillent et passent du temps sur leur ordinateur ou leur smartphone, et permettent de prévenir et lutter contre la fatigue oculaire.

4. Ils possèdent une protection 100% UV

Protéger ses yeux du soleil est indispensable ! Même si on ne s'en aperçoit pas vraiment, les effets des rayons UV sur les yeux sont extrêmement nocifs et peuvent entraîner des anomalies ophtalmiques. C'est pourquoi les verres Signature [Krys](#) sont systématiquement dotés d'une protection 100% UV pour vous protéger au quotidien.

5. Ils sont fabriqués en France

Vous privilégiez le Made in France ? Ça tombe très bien, [Krys](#) est la première enseigne d'optique à fabriquer ses propres verres en France. Aujourd'hui, 80% des verres sont labellisés Origine France Garantie. La fabrication a lieu depuis maintenant 20 ans dans leur usine située à Bazainville (78).

6. Ils sont beaucoup moins salissants

En option, les verres Signature de [Krys](#) peuvent également être dotés du traitement CLEAN. Il s'agit d'un traitement antisalissure qui fait toute la différence. Saleté, eau, gras... Vous allez l'adorer car vous passerez beaucoup moins de temps à nettoyer vos lunettes. Un traitement parfait pour ceux qui n'aiment pas avoir les lunettes sales !

B. Censier (Krys) : "Nous comptons nous différencier sur le marché de la vente de verres avec une offre sur mesure"

Posté le 25-03-2021

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)

[Email](#)

[Imprimer](#)



En tant qu'acteurs de santé, les opticiens ont dû s'adapter aux mesures gouvernementales affectant leurs magasins sur le territoire. Bruno Censier, directeur de la marque Krys revient sur la stratégie déployée pour maintenir le lien avec les clients, le renforcer et se démarquer sur le marché de la fabrication de verres.

Décideurs. Quels nouveaux services avez-vous développé pendant la période de fermeture en mars/avril dernier ?

Bruno Censier. Notre première préoccupation a été de livrer tout ce qui avait été commandé, ce qui a été réalisé en trois semaines, grâce à un important travail de communication local. Nous avons également survalorisé des services qui existaient déjà mais peu utilisés, tels que les livraisons à domicile ou le paiement à distance.

Puis, afin de se préparer à la réouverture normale de nos magasins, nous avons musclé à la fois le click&collect et notre service de prise de rendez-vous. Ce dernier service a toujours existé chez Krys mais il n'était pas adapté à un accroissement très important de leur volume que l'on prévoyait, assez naturellement, à la reprise normale de l'activité. Nous avons donc noué un partenariat avec la société qui a développé la solution calenDoc afin de personnaliser notre propre système de prise de rendez-vous, enrichi en fonction des besoins du moment. Par exemple, dès mars 2020, la personne pouvait envoyer ses documents de mutuelle afin que l'opticien puisse commencer à établir le dossier et limiter le temps de présence de la personne ensuite en magasin. Nous sommes ainsi

passés d'un service basique adapté à 350 prises de rendez-vous enregistrées sur le site chaque année à 1,3 million de demandes de rendez-vous entre juin et décembre 2020.

Comment avez-vous adapté votre stratégie e-commerce ?

Notre stratégie digitale repose sur une stratégie de drive-to-store. L'e-commerce n'est donc pas notre priorité. En ligne, nous misons en revanche sur la contactologie qui a réalisé un bond de 200 à 300% pendant trois mois en 2020. Comme les usagers ne pouvaient plus se rendre en magasin pendant cette période, ils ont surconsommé la contactologie et nous avons gagné de nouveaux clients.

"Nous avons redonné ses lettres de noblesse à la prise de rendez-vous, il s'agit d'une vraie renaissance"

Sur notre stratégie digitale, Krys.com, nous avons en revanche développé de nouveaux services. Nous avons tout d'abord rappelé à nos clients que l'optique n'était pas concerné par les fermetures. Notre service de click&collect a d'ailleurs été largement mis en avant pendant cette période. Pour mémoire, chez Krys, chaque achat online est forcément attribué au magasin le plus proche. Nous avons donc redonné ses lettres de noblesse à la prise de rendez-vous, comme je l'ai dit. Il s'agit d'une vraie renaissance et nous comptons bien capitaliser dessus en mettant en avant que pour le client, c'est la garantie de la maîtrise de son temps, car il est pris à l'heure.

Peut-on imaginer un parcours d'achat *full digital* pour des lunettes de vue ?

La technologie n'est pour l'heure pas encore prête mais elle le sera un jour. Réaliser un examen de vue complet à distance n'est pas encore possible même si des expérimentations ont lieu. Elles ont leurs limites. D'ici quatre à cinq ans, cette technique devrait être prête. En termes d'innovation, nous sommes en veille forte sur ce sujet car cela révolutionnera notre métier. Quant aux montures, Krys propose déjà depuis plusieurs années des essayages virtuels de lunettes.

Prendre soin des gens et le « Made in France » font partie des attentes des français depuis le début de la crise sanitaire. Quelles sont les promesses de Krys dans ces domaines ?

Début février, nous avons lancé une grande campagne pour les verres « Signature Krys ». Une innovation que nous préparons depuis deux ans et dont la promesse consiste à proposer des verres ultra personnalisés ainsi qu'un parcours d'achat associé au choix de ces verres. Pour parvenir à les fabriquer sur mesure, nous allons plus loin dans la réalisation des tests. Historiquement, les questions posées par les opticiens de France, lors du choix des verres et montures, étaient destinées à bien comprendre les besoins et les activités. Aujourd'hui, nous voulons aller plus loin en analysant les capacités visuelles, car chaque personne est différente. Certaines penchent la tête à droite ou à gauche pour lire par exemple.

"Il ressort d'une étude que 75% des gens n'ont rien compris des verres qu'ils ont acheté"

En tant que distributeur mais aussi fabricant de verres, nous allons récolter ces données très personnalisées pour retravailler le design des verres afin qu'ils s'adaptent parfaitement à leurs futurs propriétaires. Cette offre « Signature » s'inscrit donc dans une stratégie de différenciation dans la manière de vendre des verres car il ressort d'une étude que 75% des gens n'ont rien compris des verres qu'ils ont acheté. Avec cette nouvelle offre, nous cassons également le marché, car le prix est le même quelle que soit la correction. Le client peut ensuite, s'il le souhaite, ajouter des options supplémentaires pour gagner en esthétique ou en confort. Dans 80% des cas, ces verres Signature sont certifiés « Origine France garantie ».

VIDÉO. Des lunettes pour enfants dyslexiques ? Une invention 100% française.

Grâce à ces lunettes, les lettres apparaîtraient « nettes et détachées », facilitant ainsi la lecture pour celui qui les porte.

Publié le 24 mars 2021 | Mis à jour le 24 mars 2021



Photo : Lexilens

Axel Leclercq

Et si une simple paire de lunettes connectées pouvait faciliter la lecture aux enfants dyslexiques ? Telle est la formidable idée d'Abeye, une start-up localisée en Bretagne. Explications.

Grâce à ces drôles de lunettes baptisées Lexilens, non seulement les enfants dyslexiques liraient plus facilement mais, en plus, ils liraient mieux. Leur secret ? Elles filtrent les images miroir.

En termes de lecture, des images miroir sont par exemple le p et le q ou le b et le d. Le cerveau d'une personne dyslexique ne parvient pas à les distinguer, ce qui rend la lecture beaucoup plus lente et complexe.

Michael Kodochian, PDG de Abeye, dans une vidéo de présentation :

« Lexilens, c'est des lunettes qui filtrent les images parasites. Les lettres sont bien nettes, sont bien détachées, de telle sorte que l'effet est instantané et la lecture est facilitée. »

Ces lunettes 100 % made in France sont nées en collaboration avec des universitaires de Rennes. Elles sont équipées de verres électroniques qui corrigent instantanément la vision. Pour les utiliser, il faut les connecter à une application smartphone via bluetooth.

Made in France : le lunetier Maison Bourgeat relance sa production

MONIQUE CLEMENS, CORRESPONDANTE BESANÇON Le 14/03 à 09:00

Les montures fabriquées à Morez (Jura) seront vendues dans les cinq magasins parisiens ouverts sous l'enseigne Maison Bourgeat.

L'opticien parisien Harry Bessis relance l'atelier lunetier Maison Bourgeat dans le Jura. Il va injecter 500.000 euros pour relancer une production destinée exclusivement à son réseau de boutiques, sans intermédiaire.

Après avoir levé 1,5 million d'euros à l'automne 2020 auprès de business angels, Harry Bessis enclenche les investissements industriels. Cet opticien de formation fait maintenant le pari de relancer l'atelier Maison Bourgeat, dans la [vallée lunetière de Morez](#)(Jura).

Dans ses grandes heures, cet atelier, né en 1879, a fabriqué des montures métalliques pour Balmain, Lanvin ou Saint-Laurent. Il était en liquidation judiciaire en 2017, lorsque Harry Bessis l'a repris. Un an plus tôt, l'opticien parisien avait racheté **une boutique atelier de lunetterie sur-mesure rue Saint-Honoré, à Paris**, elle aussi en liquidation judiciaire, et il avait vu dans la manufacture jurassienne l'occasion de relancer la production en France.

LIRE AUSSI : [Pianos Pleyel relance la production Made in France](#)

Le projet a pris plus de temps que prévu. A Paris, où il gérait plusieurs boutiques, Harry Bessis a dû faire face aux réformes successives touchant le remboursement des lunettes, puis au mouvement des « [gilets jaunes](#) », puis à la crise [Covid](#). Et à Morez, après l'échec d'une première reprise, il a fallu convaincre le lunetier qui, le premier, avait racheté l'atelier à la famille Bourgeat de repartir avec lui pour former les premiers salariés.

Production Made in France

L'opticien parisien Harry Bessis relance l'atelier lunetier Maison Bourgeat dans le Jura. Il va injecter 500.000 euros pour relancer une production destinée exclusivement à son réseau de boutiques, sans intermédiaire.

Après avoir levé 1,5 million d'euros à l'automne 2020 auprès de business angels, Harry Bessis enclenche les investissements industriels. Cet opticien de formation fait maintenant le pari de relancer l'atelier Maison Bourgeat, dans la [vallée lunetière de Morez](#)(Jura).

Dans ses grandes heures, cet atelier, né en 1879, a fabriqué des montures métalliques pour Balmain, Lanvin ou Saint-Laurent. Il était en liquidation judiciaire en 2017, lorsque Harry Bessis l'a repris. Un an plus tôt, l'opticien parisien avait racheté **une boutique atelier de lunetterie sur-mesure rue Saint-Honoré, à Paris**, elle aussi en liquidation judiciaire, et il avait vu dans la manufacture jurassienne l'occasion de relancer la production en France.

LIRE AUSSI : [Pianos Pleyel relance la production Made in France](#)

Le projet a pris plus de temps que prévu. A Paris, où il gérait plusieurs boutiques, Harry Bessis a dû faire face aux réformes successives touchant le remboursement des lunettes, puis au mouvement des « [gilets jaunes](#) », puis à la crise [Covid](#). Et à Morez, après l'échec d'une première reprise, il a fallu convaincre le lunetier qui, le premier, avait racheté l'atelier à la famille Bourgeat de repartir avec lui pour former les premiers salariés.

Production Made in France

Le projet prend enfin forme. Avec la levée de fonds et le soutien des collectivités locales, Harry Bessis annonce injecter 500.000 euros pour réhabiliter le site, acquérir trois machines de fabrication de montures plastique et embaucher les trois à quatre premiers salariés.

LIRE AUSSI : [Lunetik casse le prix des lunettes grâce à l'upcycling](#)

Son modèle économique de l'atelier reposera sur la vente exclusive des montures fabriquées à Morez dans les cinq magasins parisiens ouverts sous l'enseigne Maison Bourgeat. Dont la boutique atelier de la rue Saint-Honoré où Oscar Esteves, meilleur ouvrier de France, assure toujours la fabrication sur mesure. « *Le seul moyen de couvrir les frais de l'usine, c'est de produire à 100 % pour ce parc de magasins qui sera son client unique* », assure Harry Bessis.

L'enseigne proposera trois gammes : le sur-mesure, le sur-mesure industrialisé, et même des modèles à 95 euros pour **l'offre sans reste à charge, habituellement fabriqués en Chine** . « *On va pouvoir produire de la lunette 100 % française de qualité et à tous les prix en supprimant tous les intermédiaires.* » Il vise de **4.000 à 4.500 montures fabriquées à Morez d'ici à fin 2021** et de 30.000 à 40.000 par an, à terme, avec un effectif de 10 à 15 salariés.

Solidarité avec les entrepreneurs

Dans cette période difficile, les entrepreneurs et dirigeants de TPE-PME ont plus que jamais besoin d'être accompagnés. Le site Les Echos Entrepreneurs apporte sa contribution en proposant informations et témoignages gratuitement pour les prochaines semaines.

>>> Pour rester informés de l'actualité entrepreneurs et startups, pensez à vous abonner à [notre newsletter quotidienne](#) et/ou à la [newsletter hebdomadaire Adieu la crise !](#)

Optique : Krys se tourne vers le made in France

Par **Rédaction Entreprendre** - 13/03/2021



in optician shop- glasses for sale in wall rack

Une partie de la production de l'opticien va être rapatriée en France. N°2 en France derrière Optical Center, Krys a décidé de relocaliser au sein de son usine historique située dans les Yvelines, à Bazainville, qui compte 450 salariés.

Plusieurs emplois seront créés. Au total, ce sont 300 000 verres haut de gamme supplémentaires qui seront produits en France. Cette relocalisation a un coût pour Krys : 3 millions d'euros. La région Ile-de-France a participé à hauteur de 600 000 euros. Ce choix fort permettra à l'opticien de créer des emplois en France, mais aussi d'avoir une plus grande maîtrise sur la qualité et les délais de livraison de sa nouvelle gamme de verres.

« *La crise du Covid nous a fait toucher du doigt les problématiques de logistique internationale, et le fait de produire plus en France nous permet de régler ces problèmes-là* », précise Christophe Lallau, le directeur du site de Bazainville à France info. Krys ne compte pas s'arrêter en si bon chemin : plusieurs autres projets de relocalisation sont à l'étude.