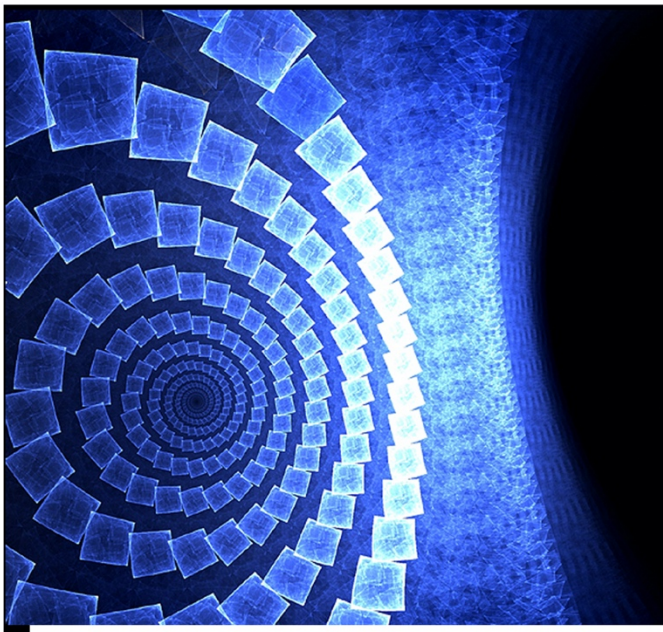


SÉMIO CONSULT®

Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

LUNETTERIE

Avril 2021 – Juin 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

Arbent - Sonia B Design ou l'excellence des lunettes faites à la main

Dans Haut-Bugey - Jura 07h40 - 27/04/2021 Par La Voix de L'Ain 0 Commentaire

Pas moins de 30 modèles de lunettes sortent des ateliers chaque année. - Photo : Jocelyne Chabod

Malgré la crise sanitaire, l'entrepreneuse Sonia Bichat continue de faire prospérer sa marque de lunettes. Un savoir-faire devenu l'exigence des clients.

Depuis sa création en 2004, l'entreprise Sonia B Design n'a cessé de grandir. Sonia Bichat, la gérante, a même créé sa marque éponyme de lunettes en 2017. Récompensée de multiples fois, tant au niveau départemental que régional, elle a atteint son objectif avec la labellisation Origin'Ain en 2019. La jeune femme fabrique des lunettes écoresponsables en matière recyclée et propose des styles et couleurs uniques. Ces lunettes faites main sont classées produits haut de gamme en montures optiques et solaires hommes et femmes. Au total, neuf collaborateurs travaillent dans cette entreprise et Sonia supervise tous les postes. "*J'aime tout regarder, tout suivre, même depuis chez moi*", explique Sonia Bichat. Tous les modèles exposés dans le

showroom sont de sa création, et les nouveautés sont constantes, puisqu'environ 30 modèles sont mis sur le marché chaque année !

Le procédé de fabrication doit être strictement respecté, et Sonia garde le secret du sien jalousement. Seule chose que l'on sait, tous les produits utilisés sont naturels. La matière provient des chutes de fabrication et, selon la devise de Sonia : *"Rien n'est perdu, tout est utilisé."* La fabrication, la décoration, le montage des branches, les pièces de finition, tout est réalisé selon son cahier des charges. Pour certains travaux de finition, de décoration, tous les additifs utilisés sont produits à partir de résines naturelles. "*C'est un travail exigeant en chronologie et en qualité*, explique Sonia Bichat. *Toute manipulation est importante sachant qu'une paire de lunettes exige plus de cinquante passes.*" Tous ces modes opératoires sont exécutés rigoureusement afin d'éviter toute pollution. Grâce à cette exigence, "*les clients désirent tous les produits made in France"*, aime répéter Sonia.

Une fermeture "brutale"

En raison de la pandémie débutée en 2020, l'entreprise a été fortement perturbée et a dû fermer pendant 2 mois. Cette fermeture obligatoire "*a été brutale et difficile à assumer*" pour la jeune femme. Malgré ça, les commandes ont été maintenues et la production n'a pas baissé par rapport aux années antérieures. Un point noir demeure pourtant. "*Les difficultés restent avec les clients étrangers, les salons importants à l'étranger ont tous été annulés. La profession a été lourdement pénalisée*", regrette la commerçante. Paris, Milan, Berlin, New York, les professionnels ont fait une croix sur les principaux salons du secteur. "*La pandémie a ainsi provoqué un blocage immédiat à l'exportation.*" Sonia relève toutefois que cette contrainte sanitaire et les difficultés d'approvisionnement ont permis "*de prendre conscience que les produits fabriqués en totalité en France étaient maintenant exigés par la clientèle. Le sérieux des fabrications est remis en valeur, et la clientèle d'opticiens ou d'indépendants apprécie ces références.*"

Audrey Cattoz, militante du produire en France

Abonnés

Portrait Il y a dix ans, cette Lyonnaise a créé KLS Lunettes, associant fabrication locale et nouvelle expérience client. Depuis, l'entrepreneuse a ouvert six magasins d'optique dans la région. **Les ressources de la France, notre enquête.**

Ève Guyot, correspondante à Lyon, le 02/04/2021 à 15:56 Modifié le 02/04/2021 à 16:01

Lecture en 4 min.

Il y a des centaines de combinaisons possibles, mais une seule pour accompagner son carré brun et ses yeux gris d'aujourd'hui. Audrey Cattoz porte sur son nez une paire de lunettes papillon à la teinte rouge pigmentée. *« Le modèle grenade, quelque chose de sensible mais vitaminé »*, tient-elle à préciser dans un rire pincé. Avant d'ajouter : *« quand on porte des lunettes, on raconte une histoire »*.

i Pourquoi lire La Croix ?

La Croix met en lumière la dimension spirituelle des hommes et des événements.

Voilà une dizaine d'années que cette créatrice lyonnaise propose à ses clients de raconter la leur, grâce à des modèles « sur mesure », dont elle contrôle entièrement la fabrication. Ses lunettes sont dessinées, usinées, montées dans la région et désormais vendues dans six boutiques, dont quatre à Lyon et deux en Isère. *« C'est simple, je peux vous donner le nom de toutes les personnes qui ont touché chacune de ses paires »*, confie-t-elle, alors qu'elle inspecte son atelier-boutique de la Part-Dieu, dont l'accueil a tout d'un salon de thé, jusqu'aux canapés capitonnés et aux tasses à l'ancienne.

Cette démarche pour l'industrie locale et responsable a valu à l'entrepreneuse de 48 ans, de recevoir, le mois dernier le prix Philibert Vrau décerné par les Entrepreneurs et dirigeants chrétiens (EDC). *« Je le prends avec beaucoup d'humilité,* confie-t-elle à mi-voix, *je suis encore toute petite dans l'écosystème »*. Son concept baptisé KLS Lunettes (Konnexion Lunettes Solidaires) avait déjà reçu le label « Novacité, entreprise innovante » délivré par la chambre de commerce et de l'industrie, avant d'être adoubé par la mairie, en obtenant l'indice « Lyon, ville équitable et durable » dès 2012.

Newsletters La Croix

L'édition de 19H

Chaque soir, l'essentiel de l'actualité du jour.

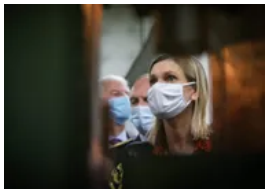
Votre adresse e-mail

Je m'inscris

Savoir-faire jurassien

Si elle porte des lunettes depuis l'âge de sept ans, Audrey Cattoz n'est pas attirée par le monde de l'optique avant les années 2000, où elle se met par hasard à commercialiser des machines dans les industries lunetières de la région. Alors qu'elle se prend de passion pour *« un secteur fascinant »*, la jeune femme découvre une véritable désertification industrielle causée par les délocalisations. Dans le massif jurassien, qui regorgeait autrefois de manufactures familiales prospères, les entreprises ferment les unes après les autres. Et elle ne le supporte pas. *« Je leur criais en vain : vous ne pouvez pas arrêter, ce que vous faites est trop beau ! »*, se souvient-elle.

À lire aussi
Coup de fouet réussi pour l'industrie



Mais cette arrière-petite-fille de soyeux lyonnais a le *made in France* dans le sang. Elle se saisit d'un crayon et d'un papier et investit le salon familial pour dessiner ses propres modèles. L'ancienne étudiante en école de commerce ne connaît pas grand-chose au design, mais a de l'expérience dans le monde de la finance, du marketing, de l'industrie et un large réseau dans l'univers de la lunette. De quoi monter un dossier solide pour se lancer. *« On avait déjà perdu l'industrie du textile, de la chaussure et j'en passe. Il n'était pas question de laisser disparaître celle de la lunette »*, lâche-t-elle aujourd'hui.

Audrey Cattoz évoque ensuite une *« traversée du désert »*. Elle ne parvient pas à réunir l'argent dont elle a besoin pour sa première collection. À la veille de la date butoir, la commission d'une vente provenant de ses précédentes activités lui est versée de manière providentielle. Elle interprète cela comme un signe. Ces *« épreuves inspirées par Dieu »* – selon ses termes –l'encouragent à poursuivre la vente à domicile de ses produits, fabriqués par de petites usines locales, jusqu'à créer son premier atelier-boutique dans le troisième arrondissement de Lyon.

Expérience personnalisée

Au départ, les vieilles machines lyonnaises que la professionnelle a rachetées sont installées au sous-sol, *« mais le loyer, le bruit et la poussière ont vite posé problème »*, se souvient-elle en riant. Les montures sont désormais découpées, courbées et anglées à Oyonnax, dans l'Ain, où le créateur Décoracet fournit aussi ses fameuses plaques d'acétate aux tissus incrustés et pigments en tout genre, qui font le bonheur de la créatrice. C'est aussi un point de plus pour son originalité dans un secteur ultra-compétitif – il existe 12 000 magasins d'optiques en France – *« mais où l'on vend partout les mêmes paires »*, estime-t-elle.

En dix ans, la créatrice et son associée opticienne, Servane Teisseire, ont développé la marque en franchise dans quatre boutiques à Lyon, une à La Verpillère et l'autre à Bourgoin-la-Grive, en Isère. Chaque point de vente écoule entre 700 et 1 000 paires par an. Audrey Cattoz a aussi répandu sa vision nouvelle de l'expérience client : ses équipes sont formées à la « morphopsychologie », concept qu'elle a longuement étudié, afin d'identifier des lunettes en *« parfaite harmonie »* avec la personnalité de celui ou celle qui les porte.

« Une génération à convaincre »

« Ailleurs on achète en fonction du prix ; ici, je veux qu'on achète en fonction du ressenti », affirme l'entrepreneuse qui assure une rémunération juste à tous les niveaux en fixant un prix de 179 € pour chaque paire. Ce prix abordable ne lui permet pas encore de se rémunérer correctement.

→ ANALYSE. Le boom de la création d'entreprise ne se dément pas

Ce jour-là, dans la boutique, une cliente a parcouru 200 kilomètres en train pour trouver la sienne. Parce que la route est aussi très longue jusqu'au succès du *made in France*, Audrey Cattoz propose aux entrepreneurs locaux de se serrer les coudes. Ainsi, dans sa boutique de la Croix Rousse, elle a

invité une quinzaine de jeunes créateurs de la région, dans le prêt à porter, la cosmétique ou la bijouterie. *« Il y a dix ans, personne ne croyait à la réindustrialisation en France. Aujourd'hui, on a toute une génération à convaincre ! »*. Et si la professionnelle intervient régulièrement dans des écoles supérieures, la mère de famille, elle, transmet déjà les bases de l'entrepreneuriat responsable à ses quatre adolescents.

Économie - Social

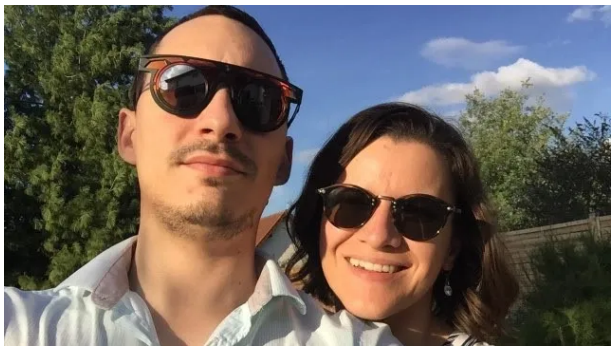
Dossier : La nouvelle éco, comment le coronavirus bouleverse l'économie

La nouvelle éco : dans le Grand Reims, le made in France fait les affaires des Binocles par Emeline

Mardi 20 avril 2021 à 3:38 - Mis à jour le mardi 20 avril 2021 à 10:15 - Par Vianney Smiarowski, France Bleu Champagne-Ardenne

Reims

Installé à Tinqueux dans le Grand Reims depuis huit ans, le lunetier Les Binocles par Emeline a profité du premier confinement pour se réinventer. L'atelier rémois, spécialisé dans le sur mesure a su rebondir et multiplier ses ventes par trois.



Les Rémois Lucas Brunet et Emeline Sordé, les fondateurs des Binocles par Emeline - Lucas Brunet

"Sur la partie professionnelle, on est passé de 100 montures par mois à 300 montures par mois, en seulement six mois de temps", dit Lucas Brunet, l'un des fondateurs des Binocles par Emeline. A Tinqueux, l'atelier du lunetier tourne à plein régime. Les Binocles par Emeline propose des lunettes sur mesure, fabriquées dans le Grand Reims, pour les particuliers et les opticiens.

L'engouement pour la fabrication française

Depuis l'épidémie de Covid-19 et les confinements, la petite équipe des Binocles par Emeline a vu du changement dans les attentes de ses clients. *"L'engouement pour la fabrication française, clairement"*, dit Lucas Brunet. La demande est forte.

Pour afficher ce contenu Instagram, vous devez accepter les cookies **Réseaux Sociaux**.

Ces cookies permettent de partager ou réagir directement sur les réseaux sociaux auxquels vous êtes connectés ou d'intégrer du contenu initialement posté sur ces réseaux sociaux. Ils permettent aussi aux réseaux sociaux d'utiliser vos visites sur nos sites et applications à des fins de personnalisation et de ciblage publicitaire.

J'autorise

Gérer mes choix

Avec le premier confinement, les lunetiers rémois en ont aussi profité pour repenser leur façon d'aborder leur activité. *"On a développé une nouvelle gamme de lunette, on a revu tout le concept de A à Z. On a revu tout le concept de fabrication pour essayer d'avoir un coût produit qui soit accessible à n'importe quelle personne"*, poursuit Lucas Brunet.

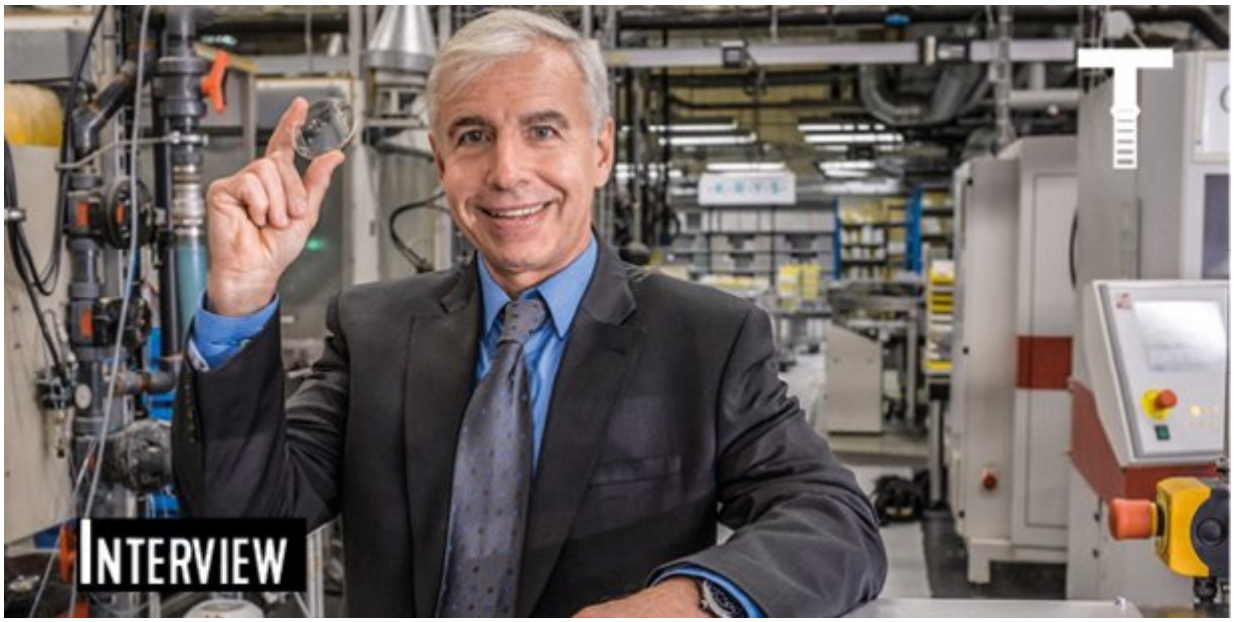
On sait d'où ça vient, on sait comment s'est fait

Fabrication de lunettes dans l'atelier des Binocles par Emeline à Tinqueux dans le Grand Reims. - Lucas Brunet

Le résultat est payant. Le savoir faire et l'originalité des lunettes sur mesure des Rémois est très demandé. Les ventes ont décollé et l'équipe des Binocles par Emeline ne voit que des avantages à la fabrication locale et artisanale. *"On sait d'où ça vient, on sait comment s'est fait. On n'a pas ou peu de problème de livraison et puis on participe localement à l'activité de nos commerçants"*, dit Lucas Brunet.

« Il existe un intérêt collectif à réindustrialiser la France », Jean-Pierre Champion (Krys Group)

Par **Patrick Cappelli** | 23/04/2021, 11:44 | 2073 mots
Lecture 10 min.



Jean-Pierre Champion, directeur général de Krys Group (Crédits : Presse)

Pionnier du made in France et unique opticien à fabriquer ses verres dans l'Hexagone, Krys Group est leader du marché et a été élu, en 2019, enseigne d'optique préférée des Français. Jean-Pierre Champion, directeur général, explique comment le fabriqué français peut rimer avec compétitivité. (Interview issue de « T » La Revue de La Tribune – N°2 Décembre 2020)

LA TRIBUNE - Krys Group est le seul opticien à fabriquer ses verres. Quelles sont les caractéristiques de ce groupement ?

JEAN-PIERRE CHAMPION - C'est un groupement coopératif né en 1966, leader sur le marché de l'optique, qui emploie 6 500 personnes pour un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros en 2019. Nous avons récemment démarré une diversification dans l'audioprothèse avec Krys Audition. Notre portefeuille de marques comprend Krys, Vision Plus, Lynx Optique et Krys Audition. Krys est le navire amiral du groupe, positionné sur le « More Value for Money », dont le sens est un peu différent du français « rapport qualité-prix ». Lynx Optique est axé sur le prix et vise les budgets plus modestes. Vision Plus est une enseigne d'hyperproximité, implantée dans les villes moyennes. Notre

modèle est celui de l'entrepreneuriat, puisque tous nos magasins sont détenus par des entrepreneurs indépendants. À la différence d'une franchise, les propriétaires de magasins sont également actionnaires de la tête de réseau.

Où produisez-vous vos verres ? Avec quels moyens humains et matériels ?

Nous avons fait le choix d'une usine unique à Bazainville (Yvelines), qui emploie 450 personnes pour une production de 1,5 million de verres par an. C'est une goutte d'eau dans la production mondiale, mais cette goutte est française.

En ce qui concerne la distribution, avez-vous des magasins dans d'autres pays ?

Oui, en Pologne, en Belgique et au Maroc. Nous n'en sommes qu'au début de notre expansion internationale. Nous avons deux types de diversification : l'audioprothèse en France et l'optique à l'international.

Dans l'optique, il existe plusieurs types de groupements : intégrés, franchisés et coopératifs. Pourquoi avoir choisi ce dernier ?

Parce qu'il est assez simple de trouver 50 directeurs de magasins de qualité, mais c'est déjà plus compliqué d'en trouver cent. Et il est impossible d'en trouver mille. Avec nos 1 400 points de vente, le modèle coopératif est le plus performant. De plus, les bonnes pratiques circulent beaucoup mieux entre les adhérents. Enfin, nous encourageons nos associés à multiplier le nombre de leurs magasins. Nous n'avons mis aucune limite à leur taille, contrairement à d'autres.

R-Evolution Style : Nathalie Blanc, la lunette haut de gamme made in France

Mode - Accessoires - Shopping

Publié le 21/05/2021 à 08:11

(ETX Studio) - Nathalie Blanc a créé sa marque de lunettes haut de gamme en 2015, misant sur un style audacieux et raffiné, et prônant avant tout le made in France. Pour **Paris Modes Insider**, elle revient sur les nombreux avantages, du design à la qualité des matériaux, et l'importance, d'acheter français.

FASHION NETWORK

R-Evolution Style - Nathalie Blanc, la lunette haut de gamme made in France

00:02:03

Nathalie blanc, la lunette haut de gammesa force : être opticienne avant d'être designerson style : audacieux et raffiné« la simplicité est-ce qu'il y a de plus difficile à dessiner »son mantra : le made in francele made in france ça veut dire quoi ?un manifeste à défendre ?une lunette bio ça existe ? interview nathalie blanc, créatrice de lunettes :je me suis beaucoup battue pour le made in france, ce qui n'est pas toujours évident :contraintes de prix, il y avait 200 usines il y a 50 ans, il en reste 12.tout est fait en france dans mes produits.c'est aussi des usinages qui sont à la limite de l'orfèvrerie, avec beaucoup d'étapes faites à la main, qui rendent les produits autrement plus beaux et élégants qu'une fabrication chinoise.je pense qu'il ne faut pas laisser partir ces dernières usines qui restent.il faut les défendre et la façon de les défendre, c'est aussi de dire aux gens

acheter français !vous prenez une lunette faite en chine et une lunette faite en france.c'est le jour et la nuit. les matériaux sont très, très beaux. le façonnage est très, très beau. voilà, c'est le berceau de l'optique depuis trois ou quatre siècles, et ce savoir-faire qui se passe de père en fils ou de père en fille, quand on les perd, c'est trois générations pour récupérer ce savoir-faire.donc il ne faut pas les laisser partir, il faut les garder. il faut les protéger.j'ai fait des lunettes en algues marines, c'est du recyclage d'algues, etc.on a quelques modèles, en algues marines dans notre collection.le souci, c'est que pour l'instant, c'est une matière qui bouge encore beaucoup.donc, elle se déforme. ce n'est pas encore totalement abouti, mais ça existe.vraiment, je m'attache à en mettre de façon régulière dans mes collections.musique libre de droit : rising up-instrumental version by ofrin-artlist

Copyright : Paris Modes Productions

VIDÉOS

VOIR PLUS DE VIDÉOS ›

PARTAGER

Hauts de Bienne

Jura. A Morez, l'entreprise Vuillet-Vega représentera le Jura au Palais de l'Elysée à Paris

Les 3 et 4 juillet 2021, avec l'entreprise Jeujura, Vuillet-Vega feront partie des 126 entreprises françaises retenues à l'Elysée pour défendre la production française.

La monture Maryline Rol 30 (©Vuillet Vega)

Par **Monique Henriet**

Publié le 22 Juin 21 à 15:53

Voix du Jura

Suivre

Les **3 et 4 juillet 2021**, aura lieu la deuxième édition de la « **Grande Exposition du Fabriqué en France** » qui se tiendra au **Palais de l'Elysée**, sous l'égide du Ministère de l'Economie et des Finances.

Par la mise à l'honneur de **126 entreprises Françaises**, toutes catégories confondues et issues de tous les départements et territoires de Métropole et Outre Mer, ce rendez-vous annuel a pour but de **défendre la production Française** et d'en **montrer les savoir-faire**, la qualité et le dynamisme.

À lire aussi

Entre rêve et industrie : Jeujura,une histoire de famille qui dure…

L'exposition est **ouverte au public et gratuite** (réservation sur le site elysee.fr).

Cécile et Gérard Vuillet sont particulièrement heureux et fiers que l'entreprise **Vuillet Vega** ait été choisie avec **Jeujura**, pour représenter le Département

du Jura.

Entreprise du patrimoine vivant

Pour l'entreprise lunetière de **Morez** :

> C'est une nouvelle reconnaissance de notre engagement à fabriquer en France depuis 1843 et six générations.

Vuillet Vega a obtenu le **Label d'Etat** « **Entreprise du Patrimoine Vivant** » depuis 2006 (première session) et fêtera, cette année, les 10 ans de la certification « **Origine France Garantie** » pour ses quatre collections : **Gérard Vuillet, Prestige, Prima Linea et Sign**.

En hommage à Maryline Monroe

Le produit exposé est une monture de lunettes appelée Maryline (en hommage à **la plus célèbre des myopes Marilyn Monroe**).

Elle a été **conçue comme un bijou, en plaqué or**. Chaque branche est ornée d'une pierre (oxyde de zirconium ou diamant selon la demande) qui oscille au moindre mouvement de la personne qui la porte.

La création puis la fabrication de cette monture a requis la mise en œuvre de **compétences techniques et technologiques particulières** et une extrême précision dans la réalisation du système de suspension de la pierre qu'on réservait, jusqu'alors, à l'horlogerie.

Or Bleu, la paire de lunettes made in Guadeloupe bientôt à l'Élysée

La création de Bellatrix et Phytobokaz a été sélectionnée pour la Grande exposition du fabriqué en France, qui aura lieu les 3 et 4 juillet à L'Élysée.

La Grande exposition du fabriqué en France est un événement qui a pour but de mettre à l'honneur les entreprises, les artisans, les producteurs et les industriels qui s'engagent dans la fabrication française. Sa deuxième édition, ouverte au public, aura lieu les 3 et 4 juillet à L'Élysée. Parmi les 126 produits retenus pour y figurer, du côté des produits guadeloupéens, c'est la lunette Or Bleu du lunetier Bellatrix qui a été retenue.