

LES NOUVELLES DU MOIS

Art Optician Design : attention les yeux



A produits d'exception, espace d'exception. Au 14 de la rue du Pont neuf à Paris, dans le 1^{er} arrondissement, la lunetterie a trouvé son écrin depuis février. Née de la rencontre de deux opticiens dans le vent, Dominique Ribeiro da Costa et Ricardo Navarro, cette boutique ne ressemble à aucune autre. Entre luxe et magie, elle érige quasiment les lunettes au rang d'œuvre d'art. L'ambiance n'est d'ailleurs pas sans évoquer une galerie d'art. On y retrouve, entre un salon vip et les bornes high-tech Activisu « les plus belles lunettes du monde », selon l'intitulé du concept. Starck en tête, mais aussi, entre autres, Cavalli, Prodesign, Koali, Richmond ou Oakley se partagent les lieux. Une ambiance quasi futuriste à voir absolument. ►

Oakley Europe et Cissé : prolongations



Oakley est à l'optique ce que Cissé est au foot : toujours en avant. D'où la bonne entente de ce tandem formé en 2005. Ce partenariat est prolongé jusqu'à 2008. Entre-temps, une édition spéciale du modèle Oildum est programmée pour 2006. L'attaquant qui évolue dans le championnat anglais va apporter son précieux concours au perfectionnement de ce modèle.

Plus généralement, le buteur de Liverpool continuera de s'impliquer dans le marketing et les relations publiques d'Oakley. Funambule des terrains, Cissé avoue se retrouver complètement dans l'esprit de cette marque à mi-chemin de la mode et de la technologie. Une idylle qui a de beaux jours devant elle. ►

Les bonnes ondes de Vuarnet



Tout l'hiver Vuarnet est présent dans les stations de ski via les stations de radio. Une campagne de sensibilisation à la protection des yeux a débuté mi décembre. Menée jusqu'au 30 avril 2006 dans toutes les grandes stations alpines, elle se manifeste de trois façons. En parrainant quotidiennement la météo, en distillant, par le biais des ambassadeurs de la marque, Mathias Wecksteen et Guerlain Chicherit, des conseils de pro en matière de glisse, et en organisant un jeu concours avec équipements Vuarnet à la clé. Les auditeurs peuvent retirer leurs cadeaux chez les opticiens dépositaires, habillés pour l'occasion aux couleurs de la marque. Cette campagne s'inscrit dans une nouvelle et vaste politique de communication à travers laquelle Vuarnet entend bien faire savoir qu'elle a du savoir faire. ►



ISO : en piste pour le dépistage

Présent à Paris, Lyon, Toulouse et Nantes, l'ISO prépare au BTS d'opticien lunetier. En plus de l'enseignement, cette école pilote diverses opérations humanitaires. Sur l'initiative d'Alexandra Gibouin, en poste à l'ISO, l'institut de formation s'est temporairement transformé en centre de dépistage. Il a accueilli les Joyeux Petits Souliers, une association ukrainienne qui organise des ballets. Actuellement en tournée en France, la troupe a été passée en revue, soit au total une cinquantaine de personnes. Résultat du dépistage : 5 myopies (dont une de -2,75 D), une hypermétropie et plusieurs cas de presbytie ont été diagnostiqués. Les personnes concernées ont ensuite choisi leurs montures parmi une sélection offerte pour l'occasion par les sociétés Morel et Optique Vudac. Quant aux verres, ils ont été gracieusement fournis par Indo, également partenaire de cette action humanitaire. La troupe est d'ores et déjà attendue lors de sa prochaine visite en France. ►