

# LES ANNONCES DE L'OPTIQUE

LE PREMIER MENSUEL GRATUIT



## IBS LENSES™

IMPROVED BALANCE SYSTEM

Les premiers verres correcteurs à double impact visuel et postural



www.ibs-lenses.com | www.optiswiss.com

**optiswiss**  
original since 1937

## DOSSIER



### SUR-MESURE: LE PRIX DE L'EXCEPTION

Hier réservé à quelques rares privilégiés, le sur-mesure propose aujourd'hui des déclinaisons accessibles à tous. Non sans questionner au passage le statut du luxe et les nouveaux modes de consommation.



#### «Sur-mesure de masse»

Qui est le point commun entre Georges Simenon, Le Corbusier, Yves Saint Laurent, Pei (l'architecte de la pyramide du Louvre), François Mitterrand, Henri Salvador, Jacques Chirac, Jacky Onassis, l'acteur Jean-Pierre Marielle, le regretté Henry Chapuis et encore l'ancien patron de Renault Louis Schweitzer? A un moment de leur vie, ils ont porté – ou portent encore pour ceux qui sont bien vivants – des lunettes sur-mesure, faites pour eux et seulement pour eux par la maison Bonnet. Les uns et les autres sont passés entre les mains expertes de cette famille où l'on se dit «artisans-lunetiers» de père en fils. Têtes couronnées, chefs d'Etat, acteurs, musiciens, stars du showbiz, industriels ou hommes d'affaires, pendant longtemps seuls les grands de ce monde et les personnalités connaissaient le sens de l'expression sur-mesure. Et pour cause: porter des binocles estampillés exemplaire unique n'était pas à la portée de toutes les bourses. C'est de moins en moins vrai aujourd'hui, à l'heure où l'esprit «sur-mesure» gagne du terrain en lunetterie. Cela dit attention, ne confondons pas tout: il y a sur-mesure et sur-mesure. Tout comme le mot luxe, mis à toutes les sauces, l'expression sur-mesure (ou ses équivalents italiens – sartorial – et anglais – bespoke) – fait à ce point rêver que beaucoup de l'approprient un peu indument. Donc, gare aux abus de vocabulaires qui vident de sa substance un terme qui désigne, au sens strict, une pièce unique, semblable à aucune autre. Toute relative, la démocratisation du sur-mesure prend donc plusieurs formes qui correspondent à divers degrés de technicité, de savoir-faire et, bien sûr, de prix. Ce qu'on pourrait appeler, avec Robert Rochefort, de l'Obscuro (l'Observatoire Société et Consommation), le premier niveau du «sur-mesure de masse», c'est la modularité.

## DOSSIER SUR-MESURE: LE PRIX DE L'EXCEPTION



#### «Le goût des belles choses»

Si certaines marques, fabricants et enseignes cultivent, d'une façon ou d'une autre, des initiatives autour du sur-mesure, bien des opticiens également font valoir en la matière un savoir-faire. En réalité, ce sont ceux qui mettent en pratique le sur-mesure tel que les puristes le conçoivent, à savoir la création ex-nihilo d'un objet unique, à lui autre pareil. On a cité la maison Bonnet en commençant car ils ont pigé sur ce que mais ils sont loin d'être les seuls sur le créneau de ce qu'on peut appeler, par référence à la haute couture, la haute lunetterie. Et ce partout en France, Paris n'ayant pas le monopole du savoir-faire en matière «de regard dessiné au millimètre» – comme dit Bruno Chaussignand. Dans son atelier duplex de Montpellier, ce quadra à l'air juvénile réalise des modèles ornés de poudre de soie, de peau de zèbre ou d'appa. Basé à Deauville mais rencontré sur le Sismo, l'opticien Bernard Benouaicha, alias B'Barne, est un autodidacte du design qui dessine des modèles à la demande avec l'appui technique de certains Meilleurs Ouvriers de France. «Contrairement à ce que l'on croit, mes clients ne recherchent pas l'esthétique ou l'extravagant. Le goût des belles choses leur donne surtout l'envie de posséder un bel objet rien qu'à eux, comme on collectionne une pièce de design ou un tableau. Le choix du sur-mesure correspond à une quête émotionnelle», assure cet opticien intrinsèque, dont les yeux pétillent quand il montre son book. Mais revenons-en aux Meilleurs Ouvriers de France, ceux qu'on désigne communément par l'abréviation MOF. Eux aussi sont des représentants qui accompagnent l'esthétisme des comportements. Comme nous l'explique l'un d'eux, Xavier Cristini: «En faisant un produit spécifique, on valorise nos clients. Ils se

#### «Le choix du sur-mesure correspond à une quête émotionnelle».

sentent plus beau d'avoir un produit plus beau». Cela dit, quand on pense sur-mesure on pense forcément esthétique alors que c'est aussi une réponse technique. «Entre les accidentés de la vie ou les gens qui ont une morphologie bien particulière, on apporte des solutions techniques à des problèmes humains et ça c'est notre plus belle carte de visite», poursuit Xavier Cristini. Le Lyonnais Florentin Robert, qui n'est pas MOF lui-même, mais a beaucoup appris à leur contact, insiste quant à lui sur le fait que à l'école des MOF – on apprend à considérer la lunette comme une œuvre d'art. À la tracer comme un bijou. Pour d'autres, à l'image de Julien Crétin, installé à Saint-Etienne, le sur-mesure est profondément ancré dans l'histoire, relié à un passé de techniques: «Je suis la 3<sup>e</sup> génération d'opticiens dans la famille et c'est peut-être pour ça que j'ai une conception un peu à l'ancienne du métier. Je veux dire par là que la dimension confection du métier, artisanale même, compte beaucoup à mes yeux. Je joue à fond la carte de la personnalisation, qu'il s'agisse d'impression de peinture, de gravure des verres ou encore de pose de diamants. Au-delà de l'aspect artisanal, ce qui importe pour moi c'est de pouvoir maîtriser tous les maillons de la chaîne. Je ne sous-traite rien, n'externalise pas. Mes clients sont très sensibles à cette approche globale de mon métier». Mémo avis pour Dries Kessouh, basé dans les environs de Nantes, qui se définit volontiers comme un «opticien technicien» et qui pense sur-mesure non à partir de la monture mais des verres. Et pour cause, la parole est son terrain de jeu: «La partie mise en œuvre, réalisation, transformation du travail m'a toujours passionné. Dans mon atelier, qui est au centre du magasin, je peux valider ma passion pour les lunettes précises et complexes, autrement dit pour des montures uniques car totalement personnalisables. Cet espace-atelier est perçu très positivement par la clientèle. Ceux qui me connaissent déjà apprécient ce côté technicien. Pour ceux qui me découvrent, c'est une source d'étonnement. Nous avons aujourd'hui, grâce à divers fabricants, les outils pour nous exprimer pleinement dans ce que nous faisons, autant en profiter. D'abord cela justifie le prix de vente de nos produits mais cela a aussi une valeur pédagogique».

## DOSSIER SUR-MESURE: LE PRIX DE L'EXCEPTION

#### «Jouissance intérieure»

Le prix, justement, parlons-en. Les tarifs des opticiens qui font du sur-mesure leur cœur de métier sont variables. Ils sont établis en fonction de la notoriété de l'opticien, de la difficulté de la commande et des matériaux utilisés, précieux ou non. Dans le cadre du projet Mezzanine de Lissac, l'offre débute à 420 euros. Chez Florentin Robert, ce service commence à partir de 375 euros. Dimension patrimoniale oblige, la maison Bonnet présente en moyenne des prix plus élevés, à l'échelonnant entre 650 et 3500 euros, suivant que la monture est à base d'acétate ou d'écaillé. Bernard Benouaicha, l'opticien de Deauville, démarre, lui, à 2500 euros. Chez les opticiens parisiens Pierre-Mathy et Mérovitz, joint la réputation

de la personne se définit par rapport à elle-même, l'offre essayant de tenir compte de son histoire personnelle. La personnalisation de la consommation donne un rôle actif au consommateur: celui de pouvoir élaborer son propre schéma de consommation. Sociologue et philosophe, Gilles Lipovetsky va encore plus loin. Il voit un signe typiquement d'époque: «Ce qui importe dans le sur-mesure, qu'il soit total ou dérivé, ce n'est pas de créer l'autre mais de se faire plaisir. La jouissance est intérieure et ça c'est le propre de l'hypermodernité». De fait, le sur-mesure impose un autre rapport aux choses: la perception du produit et l'expérience d'achat n'ont plus rien à voir avec ce que l'on observe dans la grande distribution. Plus le niveau de sur-mesure est élevé, plus on s'éloigne de la notion de produit pour évoluer vers celle d'objet, voire celle de pièces, un vocabulaire plus propre à l'artisanat d'art et à l'art tout court. De même l'expérience d'achat est incomparable: le temps passé avec l'opticien tisse un autre genre de lien, plus affectif et donc plus profond que dans la distribution mass-market. Et dans ce nouveau rapport, humainement plus riche, plus nourri, prend racine une fidélisation à long terme. Spécialiste internationalement reconnu des marques, Jean-Noël Kupferer en est convaincu: «ceux qui interviennent dans le sur-mesure ont saisi les opportunités pour développer des expériences plus riches, uniques et pertinentes et, en retour, créent à long terme fidélité et valeur pour les consommateurs». Pour Daniel Bâ, directeur-fondateur de l'Institut QualiQuant, il ne fait pas de doute non plus que le sur-mesure matérialise «une relation privilégiée, exclusive installée avec l'offreur». Quelle que soit sa gradation, basique ou ultime, le sur-mesure illustre donc l'évolution progressive de ce qu'on pourrait appeler une économie du consommable, où tout se vaut plus ou moins, vers une économie de la rareté où chacun peut se faire une vue sur-mesure, à sa mesure et, pour les plus privilégiés, à sa mesure.

n'est plus à faire, on atteint facilement les 20 000 euros la pièce. En clair, il n'y a pas de regrets: tout dépend de la carte de visite de l'opticien auquel le client s'adresse et de ses desiderata. Au-delà des questions financières, comment expliquer, de façon générale, que le sur-mesure se massifie, ou tout au moins se démocratise à travers la marqueterie, l'habillage et donc la lunetterie? Au Crédex, on avance une explication avant tout sociale: «Le passage de l'individu à la personne correspond à un changement dans le mode de perception des produits de la part des consommateurs. Alors que l'individu se définit par rapport à l'autre, ce qui se traduit par une offre cherchant à le séduire et à le flatter en le différenciant,

