

lafont.

— la gazette —

lafont Issy & La

Envie de fraîcheur, de montures légères, pop et colorées ? Découvrez les nouveautés Issy & La ! Pour cette saison, la collection Issy & La se développe en métal comme en acétate. La finesse devient une évidence. Nos best-sellers Clic et Déclic se déclinent avec des inserts d'œil aux teintes vives et naturelles. Cette collection en « E » donne le ton ! Epic, Echo, Express : autant de nouveautés fraîches et dynamiques.

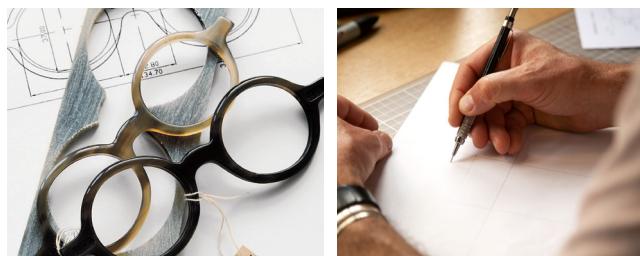
Les collections Issy & La proposent des montures au mix & match créatif.



Le Studio lafont

L'indépendance créative fait partie de l'ADN de la marque et son studio en est le pilier. Pour une marque à la création forte, le Studio est au cœur de notre Maison. À sa tête, Thomas Lafont, le Directeur artistique de la Maison depuis de nombreuses années. Le Studio est en charge du développement de deux collections annuelles et de l'univers de marque.

Pour le développement des collections, Thomas s'entoure de designers, de graphistes et d'illustrateurs. Le bureau d'étude de notre partenaire jurassien nous accompagne également depuis de nombreuses années dans le développement et la production de nos collections. Les couleurs et les motifs des collections sont créés en interne et réalisés en exclusivité pour nos collections. L'univers de la marque est décliné par le Studio au travers des campagnes de communication, des vitrines de boutiques et des décors de stand.



Cette approche libre et indépendante fait partie des valeurs de la Maison et participe à l'univers Lafont. Cette liberté de création rend la Maison Lafont si identifiable.

Ma vie en lafont !

Mr. Hideki Haruyama d'Inspirail situé à Tokyo dans le quartier de Seijo Setagaya.

1) Quel est votre premier souvenir Lafont ?

À mon arrivée, Inspirail proposait déjà des modèles Lafont. J'ai pour la première fois visité le stand Lafont au Silmo 2001, où j'ai été touché par l'attitude chaleureuse et conviviale du personnel Lafont.



Une passion pour Lafont est ensuite née parmi le personnel d'Inspirail, qui l'a à son tour communiquée à nos clients. Je me souviens comme si c'était hier de la rapidité à laquelle Lafont s'est imposé comme une marque incontournable pour notre boutique.

Nous ne comptons plus les fans de Lafont parmi notre clientèle !

2) Qu'est-ce qui distingue Lafont, à vos yeux ?

Lafont se distingue incontestablement par son design et ses couleurs. Lafont propose des collections distinguées, sensibles avec une certaine idée du chic parisien. J'apprécie également que la marque n'hésite pas à utiliser de nouveaux matériaux et faire appel à de nouvelles technologies dans les réalisations. Je garde un réel attachement à l'esprit Lafont !

3) Qu'est-ce que Lafont a apporté à votre clientèle ?

Lafont est une marque absolument essentielle à nos yeux, en particulier pour le public féminin. Au Japon, les hommes représentent généralement un pourcentage élevé de la clientèle des opticiens ; dans notre cas toutefois, les femmes en représentent à peu près la moitié et se tournent principalement vers nous pour nos modèles Lafont. Nous cherchons à aller droit au cœur de nos nouveaux clients !

Une fois conquis, ils reviennent volontiers chez nous et demandent par exemple : « avez-vous reçu des nouveautés Lafont ? ». Lafont reste la marque préférée de nos clientes !

4) Parmi toutes les montures, quelle est votre préférée ?

Je pourrais en citer un grand nombre auxquelles je suis personnellement attaché : Minos, Katy, Star et Princesse. Et ma liste ne s'arrête pas là !

Je ressens une tendresse toute particulière pour Roxanne : Laurence Lafont, Mme Mineshima et moi-même portions ce modèle au salon Silmo, ce qui nous a valu d'être photographiées devant le stand Lafont en notre qualité de « Trio Roxanne ». Un beau souvenir !