



Ayant été confronté à des problèmes de vue durant son enfance, **FLORENT GRELLET** s'intéressera par la force des choses très tôt au métier d'opticien. Après un BEP, un bac professionnel en microtechnique option Optique et un BTS OL au lycée Victor Bérard de Morez, il travaille en magasin de 1991 à 2013, alternant magasins indépendants et enseignes nationales. Mais plus intéressé par le monde artistique, c'est vers la création de montures qu'il décide de se tourner. Il intègre alors une couveuse d'entrepreneurs à Cannes pendant deux ans, grâce à laquelle il trouve un atelier au Cannet (06). Là, il investit dans des machines et débute une activité de montures sur mesure. Au prochain Silmo, il présentera aux opticiens sa première collection solaire, sous la marque Dokomotto.





## C COMME CRÉATION

La dimension créative du métier d'opticien a toujours intéressé Florent Grellet. « Durant mes études, nous avons fondé le Club Création Lunettes avec d'autres étudiants. On se réunissait pendant nos temps de repos et avions accès à l'atelier de l'école. Notre approche a séduit Guy Charlot qui nous a invités à présenter nos créations au Silmo. J'ai également participé au concours de design organisé par les lunetiers de Morez, où j'ai remporté un premier prix avec une monture en métal. »

## P COMME PRUDENCE

Comme tout entrepreneur, Florent Grellet s'investit à fond dans son projet. Pour autant, il avance avec prudence. « Les banques sont frieuses compte tenu de l'environnement économique actuel. Je me suis donc appuyé sur un financement personnel pour réaliser ce projet. Je suis adhérent d'une Scop qui m'aide à consolider les différentes étapes pour avancer pas à pas. Certes, nous sommes en période de crise, mais les clients aisés continuent de dépenser et recherchent des produits haut de gamme. Jouer sur les volumes ne m'intéresse pas, je préfère mettre en avant le design, le produit rare. »

## R COMME RENCONTRE

**Si Florent Grellet travaillait jusqu'ici dans le champ de la monture sur mesure, c'est grâce à une rencontre avec un fabricant lors du dernier Mido que l'idée de créer une collection a vu le jour. « Le segment de la monture sur mesure est difficilement viable car cette activité demande énormément de temps et une recherche de clientèle de tous les instants. Au Mido, j'ai rencontré Jean-Luc Gaillard de la société Eyebrowear : une entreprise familiale à l'écoute de ses clients, capable de fabriquer des petites séries qui n'a pas hésité à me faire des facilités de paiement pour lancer la production. Quand j'ai trouvé un interlocuteur dans la même optique pour la matière première, j'ai senti que c'était le moment d'y aller et je me suis lancé. J'ai plongé dans les croquis que j'avais déjà en stock et nous avons finalisé le choix des montures et des couleurs exclusives au printemps. La fabrication s'est terminée au début du mois de juillet. »**

## C COMME COLLECTION

La collection Dokomotto se compose de 16 modèles en acétate (dont les 2/3 pour une cible féminine), déclinés chacun en 3 à 5 couleurs. Les modèles aux couleurs exclusives sont réalisés en 15 pièces, et 50 pièces pour les couleurs plus "classiques" comme le noir ou l'écaille. « Pour l'heure que du solaire, mais la gamme optique suivra. Je compte commercialiser 600 montures cette année en avançant doucement mais sûrement. »

## D COMME DISTRIBUTION

**Qui dit collection haut de gamme, dit distribution sélective. « Le but n'est absolument pas d'être partout, au contraire. Je privilégie les opticiens indépendants qui proposent des produits créateurs, des collections pointues. J'ai déjà commencé à démarcher également des magasins de mode haut de gamme à Monaco, ou les boutiques des grands hôtels, comme l'hôtel du Cap-Eden-Roc à Antibes avec lequel nous travaillons depuis peu. Cet été, je vais aller à la rencontre de certains opticiens pour présenter la collection, en France, mais aussi en Belgique, en Suisse et peut-être au Canada. Je travaille aussi à un développement de la collection au Japon, un pays qui compte de nombreux fans de montures et de produits français. »**

## M COMME MADE IN FRANCE

Dès le début du projet, Florent Grellet était très attaché à proposer des produits made in France. « Il n'y a que les chamoisines et la matière première qui viennent de l'étranger (l'Espagne et l'Italie), tout le reste est produit en France. C'était très important pour moi parce que je souhaite plus tard proposer mes produits à l'export. La "french touch" au niveau de la création et de la qualité des produits français est très vivante dans certains pays. On peut encore fabriquer des collections en France, malgré ce qu'on entend dire çà et là. Certes une production française coûte plus cher, mais ce n'est pas que du business, il y a un vrai lien entre les acteurs pour que le projet fonctionne. La proximité permet aussi de suivre de près toutes les étapes et d'être très réactifs quand il le faut. Des qualités impossibles à l'autre bout du monde. »

## H COMME HAUT DE GAMME

**Si la collection propose des designs innovants et des couleurs exclusives, avec un travail mettant en valeur le savoir-faire des lunetiers français, Florent Grellet a voulu pousser encore plus loin les limites du haut de gamme. « La collection se compose uniquement de séries limitées et numérotées, comme pour les grands vins ou les belles voitures. Je me suis également rapproché d'une entreprise allemande, Tesa VeoMark, pour mettre au point un certificat d'authenticité grâce à un flash code qui identifie le produit. J'ai voulu combattre d'entrée de jeu les copies et la contrefaçon, une pratique hélas courante dans notre secteur. Pour mes clients, c'est aussi un moyen de les rassurer et de justifier le prix, compte tenu du travail effectué. »**

## P COMME PROFESSION

S'appuyant sur son expérience du secteur, Florent Grellet a une vision tranchée de la profession actuelle. « Je pense qu'il faudrait avant tout une réforme de la formation et revenir à un apprentissage plus profond du produit. Il faut que les opticiens aillent au-delà des prix et des offres commerciales. Je pense sincèrement que, par exemple, l'offre de deuxième paire n'est plus possible. Elle dévalorise totalement le travail de l'opticien. Est-ce que les opticiens vont s'en sortir face aux attaques actuelles des mutuelles et du législatif ? Je ne sais pas. »

## S COMME SILMO

L'intégralité de la collection sera présentée aux visiteurs du Silmo, en septembre prochain. « Je garde le souvenir d'une expérience très

agréable lorsque j'ai présenté mes créations d'étudiant. J'espère qu'il en sera de même cette année, et que les visiteurs seront séduits par la collection. Dans tous les cas, c'est toujours un moment important pour tous les professionnels de l'optique. »