


brand
book

SOMMAIRE

1 PHILOSOPHIE

La marque Le Collectif des Lunetiers	4
Ce que l'on dit de nous	5
Notre approche de l'optique	6-8

2 IDENTITÉ VISUELLE

Le logo	10
La charte graphique	11-12

3 TON & ÉLÉMENTS DE LANGAGE

L'iconographie - le ton	14
Les partis pris graphiques	15

4 POINTS DE VENTE

Une boutique à votre image	17
La façade	18
Le concept intérieur	19

1 PHILOSOPHIE

1.1 La marque Le Collectif des Lunetiers

1.2 Ce que l'on dit de nous

1.3 Notre approche de l'optique

LE COLLECTIF DES LUNETIERS

Des opticiens libres et passionnés qui ont en commun des valeurs et l'amour du métier.

En s'éloignant de l'image des grandes chaînes nationales, Le Collectif des Lunetiers évoque **une structure souple, une filière courte et des valeurs coopératives au profit des clients.**

Le Collectif des Lunetiers valorise les lunettes en tant qu'objet de passion.

... LE «COLLECTIF», UNE NOUVELLE APPROCHE DE L'OPTIQUE



brand
book

Château d'Olonne



Jassans Riottier



La Garnache



Charolles



Berck-sur-mer



Fleurance



La Guerche de Bretagne



Brissac

CE QUE L'ON DIT DE NOUS

Le Collectif des Lunetiers réunit des opticiens passionnés, éclaireurs de tendances et dénichéurs de modèles innovants ou originaux, qu'ils prennent soin de rendre accessibles au plus grand nombre.

Réunis par la passion du métier et du service, ils connaissent particulièrement bien leurs clients et peuvent ainsi leur proposer des montures qui leur correspondent parfaitement.

Proches de leurs clients et dans un esprit de **commerce de proximité**, ils les conseillent avec plaisir et sélectionnent leurs montures en fonction de leurs personnalités.

Cette **proximité** client portée par Le Collectif des Lunetiers répond à une nouvelle tendance pérenne.

Organisés autour d'un modèle coopératif qui limite les intermédiaires, **ils peuvent proposer à leurs clients les plus beaux modèles de montures au meilleur prix et une sélection de verres fabriqués dans les Yvelines.**

Les lunetiers vous reçoivent dans leur boutique comme si vous étiez à la maison. Le jour où ils ont ouvert leur boutique, ils ont organisé une inauguration à l'occasion de laquelle ils n'ont pu s'empêcher de présenter des modèles incroyables.

Sur les réseaux sociaux, ils vous présentent les dernières tendances, et les nouvelles montures qu'ils ont dénichées. **Et tous les mois, ils soignent leur vitrine pour vous en mettre plein la vue.**

**ALLER CHEZ LE COLLECTIF DES LUNETIERS,
C'EST LA GARANTIE DE TROUVER DES LUNETTES
ORIGINALES ET DE QUALITÉ AU MEILLEUR PRIX.**



ÊTRE À LA UNE DE LA TENDANCE

SUBLIMER L'ORIGINALITÉ :

Le Collectif des Lunetiers c'est la garantie d'une sélection originale et de qualité et des plus grandes marques au meilleur prix grâce à la puissance d'une coopérative.

**brand
book**

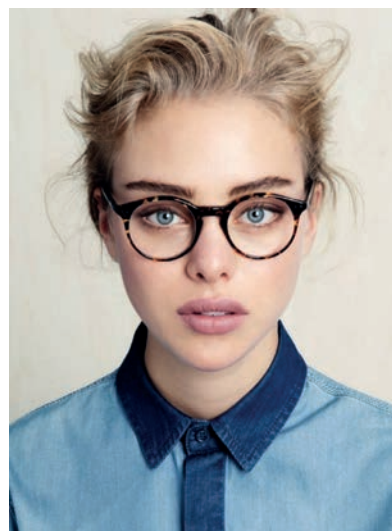
MISSION :

**DÉNICHER & INFORMER
SUR LES DERNIÈRES
TENDANCES**

UN FIL ROUGE : LES NOUVEAUTÉS

On ne se rend pas
chez Le Collectif des Lunetiers
uniquement quand on a besoin de
nouvelles lunettes...

On peut venir y découvrir des exclus,
des coups de coeur et des nouvelles
collections tout au long de l'année...



CE QUI NOUS REND UNIQUES

L'ORIGINALITÉ

Une grande liberté de sélection dans le choix des montures pour que chaque opticien du Collectif des Lunetiers puisse composer l'assortiment qui ressemble au mieux à ses clients.

LE SENS DU SERVICE

Des dispositifs variés pour chouchouter ses clients. Une qualité de service récompensée par l'obtention du label Approuvé par les familles et du prix de la Meilleure satisfaction clients.



L'EXPERTISE

Être expert en santé visuelle, optométriste, visagiste... c'est ça être opticien lunetier. Des hommes et des femmes profondément passionnés par leur métier, avec de vraies personnalités.

RELATION DE PROXIMITÉ

Des conseils et un accompagnement qui font la différence. Une vraie proximité clients pour des équipements sur-mesure et une satisfaction maximum. Cette proximité client portée par Le Collectif des Lunetiers répond à une tendance qui s'avère pérenne.

2 / IDENTITÉ VISUELLE

2.1 Le logo

2.2 La charte graphique

LE LOGO

Le logo est un élément essentiel de l'identité visuelle de notre marque. Afin de garantir une unité graphique, il est essentiel qu'il soit utilisé selon la charte graphique.

Nous privilégions le logo Le Collectif des Lunetiers orange et noir sur fond blanc et blanc sur fond de couleur.



LOGO À PRIVILÉGIER



INCLINAISON DU LOGO

Il peut être utilisé avec une inclinaison de 15°.



OPTIQUE & AUDITION

DÉCLINAISONS DE COULEURS

Le logo se décline dans plusieurs couleurs. Nous privilégions le logo blanc sur un fond de couleur.



PANTONE

1655C

4625C

QUADRI

CO M73 J 98 NO

C30 72 J74 N80

RVB

R235 V96 B18

R66 V31 B16

CHARTE GRAPHIQUE

Taille minimale : pour une bonne lisibilité sur les supports papier, le logo ne doit pas mesurer moins de 12 mm de large. Des dimensions spéciales peuvent s'appliquer pour les supports en ligne et mobiles.

Taille maximale : il n'y a pas de taille maximale définie pour le logo. Assurez-vous qu'il corresponde toujours aux proportions générales de l'objet/support sur lequel il est utilisé.



PROPORTIONS



TAILLE MINIMALE



LES POLICES DE CARACTÈRE

Nous utilisons les polices Supra
et Didot dans nos applications.

LES TITRES ET INFORMATIONS CLÉS EN ITALIQUE :

Utiliser la famille de la police
Didot LT PRO Italique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
àâéèêîôûùœæç
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ
1234567890

TOUS LES AUTRES TEXTES ET CERTAINS TITRES ET SOUS-TITRES :

Utiliser la famille de la police **Supra**

Supra thin	<i>Supra xlight italic</i>
Supra xlight	<i>Supra light italic</i>
Supra light	<i>Supra normal italic</i>
Supra normal	<i>Supra medium italic</i>
Supra medium	<i>Supra demibold italic</i>
Supra demibold	<i>Supra bold italic</i>
Supra bold	<i>Supra xbold italic</i>
Supra xbold	<i>Supra black italic</i>
Supra black	

3 *TON & ÉLÉMENTS DE LANGAGE*

3.1 L'iconographie - le ton

3.2 Les partis pris graphiques

ICONOGRAPHIE

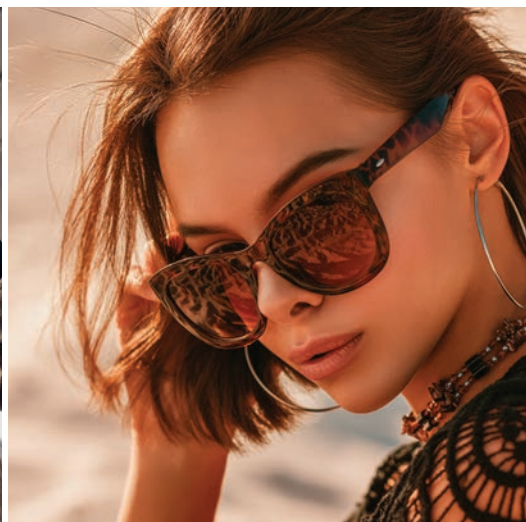
Des portraits élégants de personnes portant des lunettes.

Tous les âges, tous les styles, mais surtout une dimension mode dans l'attitude, le maquillage, la lumière...

Les visuels choisis pourraient tout aussi bien être ceux d'une marque de prêt-à-porter avec une personnalité forte : Mango, H&M, Sezane / Octobre : des enseignes accessibles mais dont la vocation première reste le style. Des portraits idéalement lifestyle VS mannequin studio.



brand
book



TON & ÉLÉMENTS DE LANGAGE

**UN TON DÉCOMPLEXÉ,
DÉTENDU, SOURIANT,
PARFOIS IMPERTINENT**

Le champ sémantique du journalisme de mode/tendances : infos, bons plans, agenda/rdv, dernières tendances, actus.



LE COLLECTIF
DES
LUNETTIERS

LES PARTIS PRIS GRAPHIQUES

UNE COULEUR DOMINANTE UNIQUEMENT

Le orange de la marque complétée par des couleurs pastel et des fonds «matières» nobles comme le marbre gris, le bois, etc.

UNE DIRECTION ARTISTIQUE QUI CAPITALISE SUR :

- Un traité de magazine féminin/shopping mode.
- Des fonds de page blancs.
- Une marie-louise blanche.
- Des visuels mannequins, dans l'esprit des communications de la mode vestimentaire : pas nécessairement très réalistes, plutôt « glamours »

NOUVEAU!

**LE COLLECTIF
DES LUNETIERS**

PROXIMITÉ, PASSION ET AGILITÉ
VOUS ALLEZ ADHÉRER !

LE COLLECTIF
DES LUNETIERS

**LE COLLECTIF
DES LUNETIERS,
UNE MARQUE
ACCESSIBLE**

**C'EST TOUT DE SUITE
PLUS FACILE**

**LES COTISATIONS
LES + BASSES DU MARCHÉ**

2,2%* SEULEMENT

COTISATIONS ANNUELLES		
	FONCTIONNEMENT (PAYS GROUP)	ENSEIGNE (VISION PLUS)
PART FIXE	3 375€ / AN / POINT DE VENTE	0€
PART VARIABLE	DEGRESSIVE DE 1,8% À 0,5% SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES HT	DEGRESSIVE DE 1,8% À 0,5% SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES HT REMBOURSEE SOUS FORME DE COMMUNICATION LOCALE PILOTÉE PAR L'ENSEIGNE

*Marge nette des cotisations du réseau

40 ans
D'EXPERIENCE

400
MAGASINS
PARTOUT EN FRANCE

380 K€ TTC
DE C.A. MOYEN
PAR MAGASIN

**LE PASSÉ
SE CONJUGUE
AU PRÉSENT**

Oui, nos grands-mères étaient belles, cool et branchées. Aujourd'hui, quand la mode et le déco s'accordent sur l'esprit des années 50-60-70, les lunettes suivent sur la même vague : c'est le grand retour des montures épaisses, des formats XXL ou encore des alliances bois et métal. L'indémontable a repris sa place.

ROLLEIFLEX

LOOK BOOK

TOUTES
LES DERNIÈRES
TENDANCES
vues par nos opticiens

**LOOK
BOOK**

TOUTES
LES DERNIÈRES
TENDANCES
vues par nos opticiens

4 *POINTS DE VENTE*

4.1 UNE BOUTIQUE A VOTRE IMAGE

4.2 LA FAÇADE

4.3 LE CONCEPT INTERIEUR

UNE BOUTIQUE À VOTRE IMAGE

UNE LIBERTÉ DE CHOIX

Le Collectif des Lunetiers vous offre une plus grande souplesse pour vous permettre de créer une boutique à votre image.

Le Collectif des Lunetiers vous propose de choisir parmi 2 concepts clés en main ou de laisser parler votre créativité en nous soumettant votre propre concept.

1 LE CONCEPT BOHÈME

Pour les magasins plus généralistes qui souhaitent proposer un large choix de montures à leurs clients.



2 LE CONCEPT COMME À LA MAISON

Pour les boutiques plus «premiums» avec un assortiment de montures plus pointu.



3 LE CONCEPT SUR-MESURE

Pour ceux qui souhaitent exprimer leur personnalité à travers leur concept, c'est désormais possible dans le respect des critères d'exigence de la marque Le Collectif des Lunetiers. Chaque projet sera soumis à la validation du groupe.

LA FAÇADE

PLUS D'AGILITÉ

Vous pouvez indiquer la marque Le Collectif des Lunetiers en majeur et votre nom en mineur, ou inversement en plaçant votre nom en majeur et le nom de marque en mineur.

LE COLLECTIF DES LUNETIERS
MAXIME ARLANDIS



MAXIME ARLANDIS
LE COLLECTIF DES LUNETIERS



5 COLORIS AU CHOIX

Le Collectif des Lunetiers vous propose une déclinaison de couleurs dans l'ère du temps pour un aspect moderne et épuré.

LE COLLECTIF DES LUNETIERS
MAXIME ARLANDIS



NOIR, RAL 9005

LE COLLECTIF DES LUNETIERS
MAXIME ARLANDIS



BLEU GRIS, RAL 5008

LE COLLECTIF DES LUNETIERS
MAXIME ARLANDIS



MARRON, RAL 8019

LE COLLECTIF DES LUNETIERS
MAXIME ARLANDIS



GRIS CLAIR, RAL 7001

LE COLLECTIF DES LUNETIERS
MAXIME ARLANDIS



GRIS ANTHRACITE, RAL 7016

OPTIQUE / AUDITION

Adaptez le logo en fonction de votre activité : Optique ou Optique & Audition.



Optique



Optique & Audition



COUP D'OEIL SUR LA FAÇADE

LE COLLECTIF DES LUNETIERS, DIVES-SUR-MER (14)

« Dans la ville, le challenge c'était aussi d'attirer l'œil, ce que l'on a réussi à faire à travers cette nouvelle façade. Les clients sont curieux et rentrent pour découvrir Le Collectif des Lunetiers. On arrive à faire rentrer une nouvelle clientèle. » Sébastien, opticien Le Collectif des Lunetiers.



LE CONCEPT INTERIEUR

COMME A LA MAISON

Avec Le Collectif des Lunetiers, redécouvrez l'ultra-proximité avec le concept «Comme à la maison». Un concept imaginé à partir des pièces à vivre de la maison pour renforcer l'ADN de la marque. Un espace «cuisine» pour l'accueil et le SAV, un espace «bureau» et «salle à manger» avec des tables hautes pour accueillir vos clients et les codes d'une chambre d'enfant pour que tout le monde se sente vraiment comme à la maison !

LE + DE CE CONCEPT

Ce concept peut être accessoirisé à votre convenance, en fonction de votre clientèle et/ou de votre région pour gagner en proximité et apporter des notes chaleureuses en magasin (carte de la ville, ambiances pop, nude, végétale...).

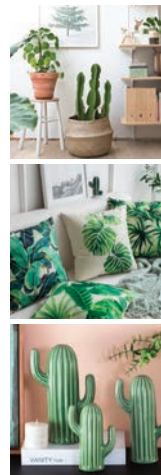
POP



NUDE



VÉGÉTAL



UNE AMBIANCE COMME A LA MAISON

LE COLLECTIF DES LUNETIERS, DIVATTE-SUR-LOIRE (44)



« On se sent vraiment comme à la maison, on a ce côté très chaleureux et convivial qui ressort grâce aux meubles très modernes et épurés, donc avec les clients on est vraiment en mode cocooning et ils le ressentent vraiment. »
Flavie, opticienne Le Collectif des Lunetiers.

