



# L'OPTIQUE, C'EST CHIC!

Mykita fait de l'œil aux fashionistas *Par Laurent Dombrowicz*

**Si la plupart** des marques de luxe confient les licences de leurs lunettes à un triumvirat transalpin (Safilo, Luxottica et Marcolin), force est de constater que ces produits à forte marge bénéficiaire ont tendance à tous se ressembler. Seule identité : un logo qui vient habiller une branche standard en acétate. Ces cent grammes de luxe démocratique, les consommateurs les trouvent chez tous les opticiens, dans les enseignes multimarques et les duty-free des aéroports du monde entier. À l'opposé de ce système parfaitement huilé, une poignée de puristes a fait le pari de la créativité et d'une distribution ultra sélective. Parmi ces frondeurs, la société allemande Mykita qui réussit ce pari radical avec brio. Fondée en 2003, la marque a d'emblée joué sur la sonorité japonaise de son nom, lequel trouve pourtant ses origines dans le langage populaire de l'ex-RDA. "*Kita*" signifie en effet "crèche" ou "jardin d'enfants", et le nom Mykita fait donc référence aux gazouillis des bambins de l'ère Honecker qui peuplèrent autrefois les locaux aujourd'hui *über high tech* de la société.

Limitant le nombre de pièces fragiles qui les constituent, les lunettes Mykita, technologiquement très avancées, conjuguent design et fonctionnalité. Poids minimal et résistance accrue : logiquement, le succès arrive en moins de deux ans. Mais, décidément exigeants, les dirigeants refusent le chant des sirènes de la diffusion à trop grande échelle. Tous les modèles sont conçus et réalisés à Berlin avec une charte de qualité drastique. Récemment, la marque a néanmoins développé des partenariats avec une poignée de créateurs parmi les plus talentueux et les plus insolents. C'est ainsi que le masque contre les rayonnements intergalactiques *Turi* imaginé par Romain Kremer pour son dernier défilé va sans nul doute couvrir le visage des pop stars les plus visionnaires. Quant au modèle imaginé par Bernhard Willhelm, tout droit sorti de l'imaginaire des *seventies*, il a directement atterri sur le nez d'une Sarah Jessica Parker format 4X3 pour l'affiche de *Sex and The City 2*. Preuve absolue que succès public et caution mode peuvent faire bon ménage.

[www.mykita.com](http://www.mykita.com)