

Chevillard-Lissac : 80 ans d'audace et un regard vers l'avenir

Pionnier de l'optique à La Réunion depuis 1946, Chevillard-Lissac célèbre huit décennies d'expertise. Loin de se reposer sur son héritage, la maison prouve qu'on peut souffler 80 bougies tout en propulsant les tendances de demain. Pour marquer ce cap, l'enseigne déploie un dispositif d'envergure alliant mode, création artistique, technologie IA et expérience client : un véritable élan tourné vers les 80 prochaines années.

80 ans de proximité et une vision qui ne cesse de se réinventer

Avec **plus de 500 000 clients accompagnés sur quatre générations**, l'enseigne est une institution. Depuis 1946, Chevillard-Lissac a toujours su évoluer en accompagnant les besoins des Réunionnais à travers un panel d'**expertises** : basse vision (4 magasins certifiés), corners audio intégrés dans 3 points de vente, contactologie, sport à la vue, etc.

Ce nouveau chapitre, placé sous le signe de l'audace, réaffirme une conviction forte : l'expertise est le moteur même du style. Une quête d'excellence qui porte déjà ses fruits : **la confiance des clients** reste la plus belle récompense de la maison, avec une **note Google de 4.8/5** et un taux de recommandation exceptionnel de 94%.

« Chevillard-Lissac n'est pas seulement une enseigne, c'est une maison qui grandit avec vous depuis 1946. Notre fierté est avant tout humaine et locale : nous avons vu La Réunion se transformer et notre plus belle réussite est d'avoir su rester proches de vous, génération après génération. » — Antoine DEMONGEOT, Directeur commercial.

2026 : une année de célébrations

Pour ancrer cet anniversaire dans le quotidien de l'île, l'enseigne déploie un dispositif massif et bilingue (Français/ Créole) :

- **Visibilité maximale : un plan de communication massif** en TV, radio et Digital, ainsi qu'un film institutionnel qui met en lumière les valeurs de la maison. Une campagne d'affichage, conçue par des Directeurs Artistiques locaux, complète ce dispositif.
- **Proximité client : un dispositif de marketing direct** permet de remercier la fidélité des clients historiques et d'accueillir les nouvelles générations.

Une soirée événement avec un show disruptif

Point d'orgue des festivités, la soirée du 25 avril a transformé le Musée Stella Matutina en un laboratoire de mode et de technologie. Devant un public d'influenceurs et de partenaires, Chevillard-Lissac a dévoilé sa vision du futur à travers des expériences inédites :

- **Le Défilé "Du Flou à la Netteté"**. Imaginé avec les artistes locaux Houzefa, Lébon et Studio Odyssee, ce show conceptuel sur un plan d'eau a illustré la mission de l'opticien : les mannequins, silhouettes initialement floues, retrouvaient clarté et structure grâce à l'intervention des opticiens du réseau, défilant eux-mêmes pour incarner leur rôle d'experts.
- **Bar à Meta & IA** : un espace dédié aux essayages virtuels via l'intelligence artificielle, plaçant l'enseigne à la pointe de la "Fashion-Tech".
- **Expérience Iris** : chaque invité a pu capturer la beauté unique de son iris, repartant avec une œuvre d'art personnalisée.
- **Bar à boucles** : une animation mode pour parfaire le style des convives.



Chevillard-Lissac en 2026 : une force locale

- 10 magasins de proximité sur toute l'île
- 3 centres audio intégrés
- 1 centre logistique