

MAISON LISSAC 1919

Lissac réaffirme son héritage et sa singularité : la marque patrimoniale devient MAISON LISSAC 1919

L'enseigne centenaire fait évoluer son identité pour conjuguer haute expertise optique, élégance accessible et expérience chaleureuse. Plus qu'une nouvelle signature, **MAISON LISSAC 1919** dévoile une plateforme de marque globale et un concept magasin réinventé comme une véritable maison de famille.

Un repositionnement stratégique : la préférence de marque

Issue de plusieurs mois d'études approfondies, d'écoutes clients et de groupes de consommateurs menés partout en France, cette nouvelle plateforme de marque répond à une conviction fondamentale : dans un marché saturé, **il ne suffit plus d'être connu, il faut être choisi.**

Une identité qui conjugue héritage, élégance et proximité

Ce renouveau ne vise pas à réinventer l'enseigne, mais à révéler avec clarté et modernité la richesse de son patrimoine centenaire.

- « **Maison** » réaffirme la valeur ajoutée du conseil, le savoir-faire lunetier, la relation humaine chaleureuse et l'expérience sur-mesure pour toute la famille.
- « **1919** » valorise un capital historique de plus d'un siècle, gage de légitimité, d'expertise optique et d'innovation continue.

MAISON
LISSAC
1919

Une maison de style, une maison d'émotions

« Nous avons pris le temps de nous replonger dans l'ADN de Lissac. L'objectif n'était pas de changer qui nous sommes, mais de révéler notre singularité avec plus de force et de modernité. Maison Lissac 1919 incarne cette alliance parfaite entre exigence technique, élégance et chaleur humaine. »

Martine Loyer, Directrice Générale Groupement Optic 2000



MAISON LISSAC 1919

Le magasin : premier canal d'expression et d'émotions

Le point de vente physique devient le canal prioritaire de communication de l'enseigne. Un lieu pour prendre le temps de choisir. Élaboré à partir du magasin pilote de la rue de Vaugirard à Paris et déployé également rue de Rivoli, le concept architectural réinvente le parcours client autour de codes chaleureux, différenciants et mémorables. Le concept sera déployé progressivement sur l'ensemble du réseau.

- **Expérience sensorielle « cocon »** : Essences de bois, moquettes moelleuses, fauteuils enveloppants, luminaires sculpturaux et papiers peints design réinventent les codes traditionnels de l'optique pour offrir une parenthèse intime et raffinée.
- **Agilité et personnalisation locale** : Avec 62 % des points de vente situés en cœur de ville, chaque boutique adopte des variations de palettes de couleurs ajustables selon son quartier et sa zone de chalandise.
- **Savoir-faire et accompagnement des familles** : Des espaces pensés pour que petits et grands bénéficient d'un accompagnement personnalisé, fidèle à la tradition d'expert enfant et famille de la marque.

« Les retours enthousiastes de nos clients sur ce nouveau concept valident notre démarche : ils découvrent un lieu à la fois élégant et chaleureux, pensé pour toute la famille. Notre ambition est d'offrir à chacun un accompagnement sur mesure : répondre aux besoins visuels et à l'affirmation de leur style. »

Anne-Charlotte Guillaud, Directrice de l'enseigne Maison Lissac 1919



MAISON LISSAC 1919

Des services et des expertises pour toute la famille

Parce qu'une monture est à la fois un révélateur de style et une réponse médicale précise, Maison Lissac 1919 réaffirme l'excellence de son offre :

- **Le Studio Lissac : le sur-mesure mode.** En associant modélisation 3D et façonnage artisanal dans notre atelier de Clamart, Maison Lissac est la seule enseigne en France à proposer du sur-mesure sur l'ensemble de son réseau (dès 365 €).
- **L'expertise des cas complexes.** À travers le « sur-mesure médical », les opticiens apportent une réponse technique personnalisée aux morphologies spécifiques et aux besoins optiques les plus exigeants.
- **La santé visuelle.** Un savoir-faire centenaire pour accompagner chaque étape de la vie : myopie, basse vision, presbytie, contactologie.
- **L'accompagnement enfants :** Référence de la vue des plus jeunes, la marque propose des montures ergonomiques et ultra-résistantes, spécialement conçues pour s'adapter à leur morphologie en croissance et suivre leur quotidien mouvementé.

Maison Lissac 1919 - Chiffres & dates clés

- 250 magasins en France (dont 10 à La Réunion) — 62 % implantés en cœur de ville
- 18 centres Lissac Audition
- 1919 : Georges Lissac ouvre son premier magasin à Paris.
- 1938 : Ouverture du 1er « mégastore » optique, rue de Rivoli à Paris.
- 1968 : Lancement de la 1ère prise en charge de la basse vision en France.
- 1970 : Création de la 1ère collection de montures dédiée aux enfants.
- 1997 : Création de l'Académie Georges Lissac dédiée à la transmission des savoir-faire.
- 2011 : Démocratisation des montures sur-mesure et personnalisables.
- 2026 : Évolution stratégique de la marque qui devient MAISON LISSAC 1919.

