

DES LUNETTES SUR-MESURE GRÂCE AUX TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES

Créée en février 2014 par Pierre Andrieu et Thierry Alliotte (79), **NetLooks** propose un nouveau concept de lunettes sur-mesure à partir d'une numérisation du visage en 3D. Après plus d'un an de R&D, le premier magasin d'optique Netlooks a ouvert ses portes à Nancy le 5 mai 2015. Portrait d'une innovation de rupture, avec les fondateurs.



Thierry Alliotte (79)
Président d'IHS Project
Co-fondateur de NETLOOKS

BIO EXPRESS

Thierry Alliotte (79) a débuté sa carrière en 1982 dans les activités biomédicales du Groupe AIR LIQUIDE.

En 1995, il fonde à Nancy la société AUXILIA MEDICAL, spécialisée dans l'assistance médico-technique à domicile, puis le Groupe IPSanté en 2008, offrant une gamme complète de prestations de santé à domicile sur toute la France. C'est dans ce cadre qu'il s'est intéressé au développement d'outils de télé-santé. Après avoir cédé ses parts à un fonds d'investissement, il rejoint la société PHARMAGEST en janvier 2012, pour y créer la branche e-santé, qu'il va diriger pendant deux ans. Il intervient également en tant qu'investisseur et Business Angel auprès de plusieurs startups spécialisées dans les technologies numériques appliquées au domaine de la santé. En février 2014, il s'associe avec Pierre Andrieu pour lancer le projet NetLooks.

Pouvez-vous nous présenter NetLooks ?

La vocation de NetLooks est d'imaginer, développer et commercialiser de nouveaux produits et services dans le domaine de l'optique lunetterie. Notamment en proposant aux clients des montures sur-mesure, façonnées à la main en France, permettant :

- de créer son propre modèle de monture
- d'optimiser l'acuité
- d'accroître le confort
- de choisir son look
- à des tarifs accessibles (à partir de 179 €)
- dans des délais maîtrisés.

A l'issue d'une année de développement, NetLooks a ouvert son premier magasin début mai à Nancy. Le client y découvre un service totalement nouveau, basé sur une innovation brevetée associant :

- un système de prise de mesures morphologiques en 3D
- un module de création de monture en 3D
- un système d'essayage virtuel en 3D.

Le concept de NetLooks intègre toutes les compétences du secteur de l'optique lunetterie : de la conception 3D, du design jusqu'à la fabrication et la vente des montures. L'entreprise a obtenu en mars 2015 le label Entreprise Innovante par BPI France.

Concrètement, comment ça marche ?

C'est très simple ! Le visage du client est numérisé en 3D par un système optique, qui permet l'acquisition de plusieurs millions de données en quelques secondes. Le « scan » est réalisé très facilement avec une tablette tactile équipée d'un objectif un peu particulier, développé par une startup californienne.

Il en résulte un avatar 3D sur lequel on crée sa propre monture, avec l'aide de l'opticien, et on

la visualise en temps réel à l'aide d'un module d'essayage virtuel. Près d'un million de combinaisons de formes, couleurs, motifs, branches personnalisées... sont possibles.

Le système prévoit automatiquement une adéquation parfaite entre les dimensions de la monture et la morphologie du visage, au millimètre près, supprimant les effets indésirables d'une adaptation approximative d'un modèle existant (vision floue, champ réduit, altération des distances...).

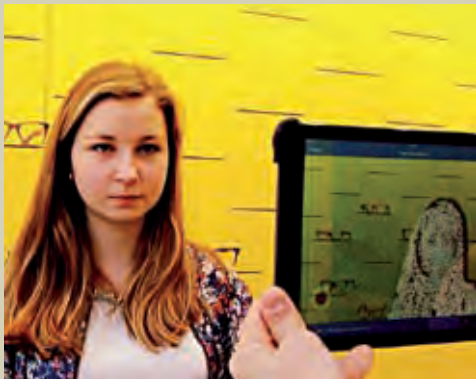
La monture est ensuite façonnée à l'unité dans des ateliers en France, et livrée au point de vente sous une quinzaine de jours. Le matériau est de grande qualité : il s'agit d'acétate de cellulose, ou fleur de coton, avec au moins 75 % de coton « bio ». La monture est facturée au client entre 179 € et 299 €. Pour les verres, nous avons noué un partenariat avec Essilor et ses 5 800 références.

Qu'est-ce qui vous a conduit à imaginer ce projet ?

On est parti du constat que les montures sont souvent mal adaptées au porteur : elles sont trop grandes ou trop petites, trop lourdes, glissent sur le nez, marquent le nez, creusent les tempes, etc. Une adaptation approximative de la monture génère une gêne visuelle pouvant conduire jusqu'à l'inadaptation du porteur :

- verres décentrés : vision floue, champ de vision réduit, prismes posturaux...
- troubles visuels : altération des distances, maux de tête, etc.

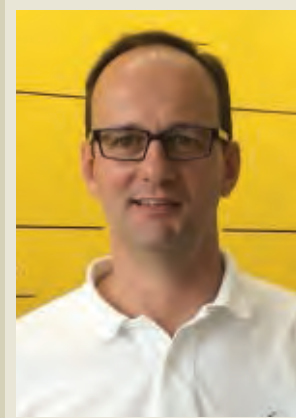
L'explication est simple : un stock moyen de magasin d'optique est constitué de 1 000 montures (500 destinées aux hommes et 500 aux femmes), et paradoxalement ce n'est pas suffisant pour répondre aux besoins du client.



La 1^{re} étape de conception d'un modèle sur-mesure passe par la numérisation du visage pour reconstituer un avatar en 3D.



Conception d'un avatar 3D.



Pierre Andrieu
Co-fondateur
Dirigeant de NETLOOKS

BIO EXPRESS

Pierre Andrieu, physicien, débute sa carrière dans l'enseignement. Il découvre le monde de l'optique lunetterie en donnant des cours d'optique théorique pour des opticiens. Fort de cette première expérience, il décide en 2001 de créer à Nancy, l'ESOL, Ecole Supérieure d'Optique et de Lunetterie. Le centre de formation forme des opticiens et des optométristes. Le modèle ESOL sera par la suite déployé dans d'autres villes de l'hexagone pour mailler le territoire. En 2011, il cède ses parts à un fonds d'investissement et puis quitte son groupe deux ans plus tard. En partenariat avec Thierry Alliotte, il élabore un modèle de rupture en optique lunetterie pour créer NetLooks en février 2014.



Pour la 2^e étape de création, l'opticien et le client co-construisent la monture et choisissent la face, les branches, la plaque d'acétate.



L'essayage virtuel permet enfin de se voir en 3D avec la création.

Prenons l'exemple d'un porteur fondant son choix sur la forme et la couleur :

- Si la collection est articulée autour de 10 formes, son choix se limitera à 50 montures.
- Sur un panel de 10 couleurs, son choix se restreindra à 5 montures de taille standard.

La seule prise en compte de ces deux critères a fait fondre le choix du porteur de 500 à 5 montures. L'introduction d'un critère supplémentaire

lié aux dimensions de la monture induit au final un choix par défaut pour le porteur.

A l'opposé, nous avons voulu replacer le client au centre du dispositif, en prenant en compte toutes ses attentes par la possibilité de co-crée sa monture sur-mesure alliant confort, adaptation parfaite, design séduisant et choix quasi infini de combinaisons. Grâce à NetLooks, le client peut s'offrir pour un prix abordable une monture totalement personnalisée et de grande qualité, fabriquée en France.

Comment le concept a-t-il été accueilli par la clientèle ?

Nous avons maintenant quelques mois de recul après l'ouverture du premier magasin. Le concept suscite un intérêt indéniable. Les clients sont étonnés et agréablement surpris.

Nous avons eu beaucoup d'articles de presse et de reportages pour présenter notre concept. Il y a donc eu un effet curiosité et les clients se sont déplacés pour découvrir le concept. Mais au-delà de l'effet curiosité, les réactions sont encourageantes. Nos visiteurs sont étonnés de se visualiser en 3D et de créer leur monture personnalisée en quelques clics. Ce côté ludique leur plaît. Ils apprécient aussi le choix quasi infini de montures, la qualité du Made in France et les prix accessibles. Le démarrage de l'activité est conforme aux attentes et aux espérances.

Et comment voyez-vous la suite ?

Le point de vente de Nancy est un magasin pilote. Si les résultats positifs se confirment, nous souhaitons déployer NetLooks sur tout le territoire, dans les villes de plus de 150 000 habitants. Dans l'année à venir, nous prévoyons d'ouvrir deux magasins, puis trois l'année suivante. Nous ne voulons pas brûler les étapes et préférons

maîtriser notre croissance. Les villes ciblées en priorité dépendront principalement des opportunités de cellules commerciales à saisir : nous cherchons des surfaces de vente d'environ 100 m².

Les premiers points de vente ouvriront sous forme de succursales, mais nous misons sur un déploiement en franchise ou licence par la suite.

A terme, la technologie nous ouvrira des perspectives bien au-delà du magasin d'optique. ■

EN BREF

- Février 2014 – Création de NetLooks – R & D du concept
- Juin 2014 – Dépôt de brevets – Label Entreprise Innovante
- Mai 2015 – Ouverture du point de vente pilote à Nancy
- Septembre 2015 – Développement du réseau