

## L'UNIVERS DU LUXE ADAPTÉ À L'OPTIQUE

Attirée par le monde de la santé et douée pour le commerce, Sandrine Da Costa Pereira a pour objectif d'adapter les codes du luxe à la profession d'opticien. Installé à Paris dans le fameux «triangle d'or», son magasin, The House of Eyewear, draine une clientèle internationale, haut de gamme.

**Sandrine  
DA COSTA  
PEREIRA**

### Mon parcours

Au départ, je voulais être médecin mais je me suis orientée vers le métier d'opticien dont l'aspect paramédical me plaisait. Lors de l'examen de vue, on touche vraiment à la santé. Au fil du temps, je me suis découvert un goût pour le commerce. Mon attirance pour l'univers du luxe m'a amenée à suivre une formation diplômante à HEC.

### Ma méthode de vente

La qualité d'accueil est absolument essentielle. Nous passons du temps à découvrir notre client (sa vie, ses besoins visuels, ses goûts). Nous analysons ensuite l'ordonnance et faisons un examen de vue, en particulier pour les étrangers. A partir de là, nous proposons notre choix de cinq montures. Le bon modèle est toujours parmi eux.

### Le Silmo

J'adore me promener au Village pour sentir les tendances. Si j'ai mes fournisseurs attirés, j'ai parfois un coup de cœur pour une nouvelle collection. Le Silmo est pour moi un rendez-vous annuel important.

### Ma Centrale

Je suis adhérente depuis le début à la centrale CDO dont j'ai beaucoup apprécié l'appui en particulier dans les moments difficiles. Notre attachement est très fort avec eux.

### Ma communication

J'ai créé ce nom (avec l'aide d'un professeur à HEC) The House of Eyewear (à la place de «Les plus Belles Lunettes du Monde» pour toucher une clientèle internationale et ça fonctionne bien. En effet, mon premier outil de communication est mon magasin (situé en face d'Europe 1). C'est ensuite le choix de produits que l'on trouve rarement ailleurs. Enfin j'utilise beaucoup les réseaux sociaux, Facebook et autres. Je considère en effet que le luxe n'est pas incompatible avec Internet.

### Ce dont je suis fière

C'est d'abord d'être installée dans le fameux «triangle d'or» et que mon entreprise fonctionne bien. C'est ensuite que la clientèle, même étrangère, revienne nous voir. Je me rends compte aussi que les marques se battent pour être présentes chez nous.

### Mes projets

Avec des amis, j'aimerais créer un magasin du même style à l'étranger. Au Moyen Orient par exemple. Il faut dire que je suis un peu déçue par la tournure que prend la filière optique en France et par la lourdeur des règlements de toutes sortes.

### L'évolution du métier

Les jeunes s'installent souvent beaucoup trop tôt, sans aucune expérience. Enfin, on prend trop de libertés (c'est un euphémisme) avec les mutuelles complémentaires. Tout cela décrédibilise le métier.

### Les syndicats

Il n'y a aucune cohésion entre eux et de ce fait, ils finissent par être nuisibles à notre profession. Au mieux ils ne servent à rien c'est pourquoi je ne suis adhérente à aucun.

### Mon coup de gueule

Mon magasin est atypique mais je ne suis adhérente à aucune Ocam et je ne fais pas le tiers payant. Selon moi, c'est la solution de facilité pour des gens non compétents. Cela participe à la dégradation de l'image du métier.

### Ma clientèle

Nous avons une clientèle haut de gamme, très internationale (Asie, Russie et Moyen Orient) que nous essayons de recevoir de façon vraiment chaleureuse. Notre prix moyen est très élevé avec une forte proportion de solaires.

### Mon équipe

Nous formons une équipe très performante, trois en tout. Mon assistant, Benjamin travaille avec moi depuis six ans dans un climat de confiance totale. J'ai recruté par ailleurs une excellente optométriste, Charlotte. Je passe personnellement beaucoup de temps à la formation de mon équipe.

27/08/1979  
Naissance à Paris (Seine)

199/2000  
Faculté de Médecine à Paris

2001/2004  
Optique Dordéans à Montreuil (Seine-Saint-Denis)

2003  
BTSOL au Lycée Fresnel à Paris en alternance

2005  
Jean-Luc et Antonia Sachs (O 2000, Paris 5<sup>e</sup>)

2006/2008  
Stages dans plusieurs magasins parisiens

2008  
Rachat de «Les Plus Belles Lunettes du Monde» rue du Pont Neuf (Paris 1<sup>er</sup>)

2011  
Création rue François 1<sup>er</sup> (Paris 8)

2012  
Diplôme Advance Certificate of Luxury (HEC)

2013  
Vente du magasin du Pont Neuf et Création de l'enseigne «The House of Eyewear»

Propos recueillis par Georges de La Motte Collas