



ongreen

PRESS RELEASE JUIN 2018

LA COLORISTE RÉALISTE

Sahra Lysell sait qu'elle a un travail hors norme. En effet, il ne doit pas y avoir beaucoup de marques dans la branche optique qui emploient un concepteur de couleurs senior à plein temps, et encore moins depuis plus de vingt ans. Mais le fait que la marque Danoise ait embauché Sahra, qui non seulement est un des membres les plus anciens de la compagnie, mais surtout un pilier indispensable de l'équipe de design, montre bien qu'Ørgreen prend le sujet des couleurs très au sérieux.

Flashback une vingtaine d'années en arrière où Ørgreen s'imposa comme la marque leader de lunettes de soleil et de correction en Scandinavie. Créée par un groupe d'amis motivés et stylés mais avec peu d'expérience dans le domaine, Ørgreen comprend vite que son USP consisterait à proposer des montures colorées pour hommes. À l'époque, la plupart des lunettes masculines étaient très classiques. Ou totalement excentriques. Sentant qu'il devait y avoir une clientèle désireuse de quelque chose d'un peu plus intéressant qu'une paire de lunettes en écaille sans pour autant ressembler à Elton John, Ørgreen se mit à expérimenter avec la couleur. S'inspirant des costumes masculins, l'extérieur du cadre resterait relativement sobre alors que l'intérieur serait plus prononcé - tout comme un costume Saville Row qui révèle une doublure de soie rouge, turquoise ou vert émeraude en l'ouvrant.

Avec un background dans le domaine de la mode et son excellente connaissance de l'industrie, Sahra s'avère être la candidate idéale pour rejoindre l'équipe et définir les combinaisons de couleurs qui fonctionnent – c'est ainsi que naît sa carrière (inhabituelle). Mais que fait exactement un designer coloriste ? Alors que pour certains vient à l'esprit la roue des couleurs, pour Sahra, le processus créatif est plutôt intuitif. « La couleur est pour moi synonyme d'émotion », dit-elle « Je ne gère pas bien la routine, donc je l'approche différemment à chaque fois ». S'inspirant de tout - une promenade dans les ruelles aux maisons multicolores de Copenhague, un film, une photo d'un cimetière mexicain ou même une playlist - Sahra se concentre avant tout sur les couleurs, et très important, les mariages de couleurs qui d'après elle pourraient harmoniser. Autre aspect crucial : la durabilité, les montures Ørgreen étant des produits haut de gamme et onéreux. Laissant de côté les tendances de la mode, elle fait confiance à son instinct et sa connaissance approfondie du marché.



ØRGREEN
PRESS RELEASE
JUIN 2018

«Le design et la couleur font partie de la société », explique Sahra. « Les différences culturelles en matière de goûts et préférences individuelles varient énormément d'un bout du monde à l'autre ». Un facteur très important pour Ørgreen qui se voit comme une marque internationale. Elle évoque les matières métalliques utilisées pour les branches: le marché chinois préfèrera un soupçon de rouge dans l'or - une référence à l'histoire impériale chinoise – alors que les Scandinaves opteront pour l'or blanc. Il est également important que les teints de peau soient pris en compte - après tout, une paire de lunettes se porte dans le visage et encadre les yeux. Nous sommes loin des films d'époque où les secrétaires démodées jetaient sauvagement leurs lunettes à terre, suscitant ainsi des réactions du genre « Mais que vous êtes belle, Miss Smith ! » ; aujourd'hui, une paire de lunettes est un exhausteur de beauté qui, en soulignant la couleur des yeux et du teint, remplace parfois même le maquillage. C'est pourquoi, Sahra s'inspire également des nuances de couleurs dans le maquillage, les montures colorées ayant un rôle semblable.

Ensuite il s'agit de concrétiser toute cette théorie. Pour Sahra, l'étape suivante, de nature plus technique, est l'une des plus excitantes. Chaque cadre en titane Ørgreen est peint à la main avec des peintures durables aux normes légales et environnementales et doit respecter le coloris défini par Sahra. Heureusement, son étroite collaboration avec les usines au Japon lui permet de matérialiser tous ces objectifs. En effet, pour ses montures en titane, Ørgreen travaille avec les meilleures usines au monde : avec plus de 100 processus distincts ainsi qu'une expertise et précision inégalée, chaque monture est fabriquée à la main en prenant soin que la coloration finale atteigne le même niveau de qualité que le produit fini. Toujours très patients, les interlocuteurs de Sahra ont l'habitude de recevoir des accessoires comme une plume rayée ou une boule de Noël accompagnées d'instructions pour transformer ces coloris en coloris. « Ils me prennent sûrement pour la femme la plus agaçante au monde », confie-t-elle avec un soupçon de fierté.

« mais les résultats sont excellents ».

Alors, que prévoit l'avenir pour ce monde coloré d'Ørgreen ? Sahra est très excitée à l'idée de pouvoir s'essayer à tout un ensemble de nouveaux matériaux. Le succès de l'entreprise repose en grande partie sur des montures en titane mais s'oriente depuis peu vers l'acétate plus classique, ouvrant de nouvelles possibilités en terme de coloris et impliquant plus de travail graphique. Sur une note plus futuriste, Ørgreen a introduit l'impression 3D dans la collection Quantum avec une technologie de pointe utilisée pour fabriquer des montures en polyamide supportées par des branches en titane. La fabrication de ce matériau est si innovant que Sahra fait partie des pionniers en terme de développement de coloris et techniques, toujours en collaboration avec ses usines partenaires qui eux aussi s'approprient ces nouveautés. On dirait que son poste hors norme a encore quelques années devant lui



ØRGREEN
PRESS RELEASE
JUIN 2018

«Less is more» est la philosophie derrière l'élégance minimalistre d'Ørgreen. Couleurs innovatrices, détails subtils et matériaux exceptionnels, sont les traits distinctifs qui définissent cette marque avant-gardiste animée par une curiosité inégalée et un profond désir de faire les choses autrement.

Conçu au Danemark et fabriqué à la main au Japon, Ørgreen est une marque de lunettes haut de gamme à la renommée mondiale. Lancée à Copenhague en 1997, Ørgreen est actuellement vendu dans plus de 50 pays à travers le monde.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter:
Eja Johansen / PR & Communication Manager / eja@orgreenoptics.com / +45 3336 4995

[DOWNLOAD INFO AND IMAGES HERE](#)