

# lafont.

— la gazette —

Lafont Paris Frühjahr/Sommer 2019

Henri Matisse, Nicolas de Staël... Sie lieferten die künstlerische Inspiration für Art Director Thomas Lafont und seine neue Werbekampagne Lafont Paris Frühjahr/Sommer 2019.

Farben, fließende Formen und gebogene Linien wurden aufeinander abgestimmt und ergeben zusammen mit der Fotografie ein harmonisches und künstlerisches Ganzes. Die Neuheiten von Lafont Paris werden durch diese bild- und farbreiche Inszenierung perfekt zur Geltung gebracht. Es dominieren Stilisierung und Farbe.



Diese neue Kampagne von Lafont Paris verdeutlicht das in jeder Kollektion wiederzufindende Lafont-Ideal: Farben und weiche Linien. Erneut entführt uns Thomas Lafont in die Welt französischer Lebenskunst à la Lafont.

## Und wie gestaltet sich das neue Jahr für Sie?

### Grafisch mit Décor

Mal strukturiert, mal unstrukturiert? Lust auf Farben und Motive für einen außergewöhnlichen Look? Dann heißt Ihr Modell dieses Jahr Décor! Ineinandergreifende Formen und ein Material-Mix aus Azetat werden Sie an dieser grafischen und farbreichen Fassung faszinieren!



### Vintage mit Django

Ein arbeitsreiches Jahr steht bevor? Dann passt Django zu Ihnen, die neue rechteckige Brille für den trendigen Akademiker-Look. Viel Volumen für diese Vintage-Brille mit einem Hauch Originalität.



### Geschmackvoll im Trend mit Déclic

Ihnen gefallen runde Brillen, aber Sie bevorzugen quadratische Formen? Suchen Sie nicht länger, die hexagonale Fassung von Déclic wartet nur auf Sie. Die glänzende und matte Metallausführung garantiert einen unverwechselbaren Stil, mit dem Sie das neue Jahr als Trendsetter modebewusst angehen!



## Mein Leben mit lafont !



Mary Lou Schatan - Schatan Optical Gallery

### Was war Ihre erste Begegnung mit dem Haus Lafont?

Das war damals, als ich mit Lafont zum ersten Mal eine unabhängige Kollektion in meiner Galerie ausstellte. Ich freute mich so, eine einzigartige Brillenkollektion anbieten zu können, die in Frankreich von modebewussten Frauen und Männern getragen wird. Dazu wirkten die außergewöhnliche Verkaufsstelle und die bunten Pop-Art-Punkte wie ein Magnet auf die Kundschaft.

### Womit hebt sich Lafont Ihrer Meinung nach von anderen Marken ab?

Wenn ich an Lafont denke, denke ich an Farbe. Die Farbigkeit der Gestelle und der Farbkombinationen der verschiedenen Azetat- und Metallmaterialien. Die Farben in den Verkaufsstellen, wo wir unsere Produkte präsentieren. Die Farben der ausgezeichneten Kataloge, Fotos und Designprodukte. Die Farben der Messestände bei der Vision Expo, bei der sich Lafont dadurch von allen anderen Anbietern abhob. Farbe macht glücklicher und Farbe macht Lafont für uns zu etwas Besonderem.

### Inwiefern wirkte sich die Marke Lafont positiv auf Ihren Kundenstamm aus?

Lafont wirkte positiv auf unsere Kundenzahlen, weil die Gestelle von extrem solider Qualität sind und dem Kunden einfach gut passen. Außerdem wollen unsere Kunden eine Auswahl an Farben haben und Lafont bietet wirklich viele Farbmöglichkeiten. Und zudem ist unser Handelsvertreter Lyndsey hinreißend, er ist immer für uns da, wenn wir unser Jahresevent für unsere Lafont-Stammkunden organisieren. Inzwischen haben wir begeisterte Lafont-Brillen-Sammler.

### Haben Sie ein absolutes Lieblingsmodell?

Meine Lieblingsbrille von Lafont ist die Special Edition Brooklyn Empire State. Sie ist einzigartig, eine wahnsinnig gute Darstellung der Stadt New York und dazu hat sie diesen wunderbaren Touch von Art Déco!