

Nos montures

L'ACIER INOXYDABLE



L'acier inoxydable est hypoallergénique. Légères et solides, les montures en acier ont une très bonne longévité et une bonne résistance : elles reprennent facilement leur forme après un choc.

INFORMATIONS PRATIQUES :

Perception Optique | 06 75 97 86 01

16 Allée du Commandant Charcot 11100 NARBONNE



Tous nos verres sont ultra-fins et super légers. Transparent et confortables, vous en oublierez votre monture. Le traitement durcisseur consiste à poser un vernis sur les verres afin d'augmenter leur résistance micro rayures et aux frottements.

✘ FF500
✘ 1400FE

La boutique

VOIR PLUS



NOTRE BOUTIQUE



NOS MODELES OPTIQUES



NOS MODELES SOLAIRES



Les verres

VOIR PLUS

PERCEPTION
- OPTIQUE -

PERCEPTION
OPTIQUE



VOIR PLUS

PERCEPTION OPTIQUE

PERCEPTION OPTIQUE



Style tile n°1 :

STYLE COMTEMPORAIN

Le + design

AMBIANCE : L'ambiance globale de ce style tile tend vers un univers contemporain, moderne, voir légèrement futuriste par ses formes et ses couleurs, captant l'attention de l'utilisateur. On trouve dans cette planche une volonté de mouvement, représentant une identité dynamique, novatrice et avant-garde.

COULEURS : La charte graphique s'articule ici autour de 3 couleurs, toute complémentaire, vive et attractive. Voici leurs significations :

- **LE ORANGE :** Vive, dynamique et chaleureuse cette couleur est souvent associée à la communication et au contact humain. Visuellement le orange se distingue facilement des autres teintes, ce qui lui permet d'attirer le regard. Peu utilisé, c'est un bon moyen de se distinguer de ses concurrents. Perçu comme positive, cette couleur saura apporter de l'originalité à votre identité. Elle est souvent choisie pour mettre en lumière un dynamisme, une créativité, sans pour autant créer un sentiment d'urgence oppressant. C'est une couleur rassurante qui renvoie une image de confiance, et qui pour les boutons optimise le taux de clic.

- **LE BLEU :** Généralement associée à l'apaisement et à la stabilité, la couleur bleue fait aussi référence à la confiance et à la qualité. Il aspire à l'évasion, la tranquillité et à un côté rassurant pour l'utilisateur. Le bleu est l'une des couleurs les plus populaires, neutre et positive, c'est un choix répandu auprès des entreprises car il symbolise la réussite, la connaissance et le professionnalisme.

L'union du bleu au orange est particulièrement pertinente au vu de leur complémentarité colorimétrique. Les deux couleurs partagent leur effet stimulant tout en se complétant : l'énergie du orange vient tonifier la sérénité du bleu, le calme du bleu adoucit le dynamisme du orange.

- **LE BLANC :** Le blanc est ici utilisé en tant que couleur neutre, il permet de créer le contraste afin de ne pas surcharger le design. Souvent associé à la simplicité et à la propreté, ici il épure et allège le contenu.

FORMES : Les formes (boutons, séparateurs...) utilisées sont droites, linéaires, géométriques, elles apportent un aspect structuré au design. Elles transmettent une idée d'organisation, rassurante pour l'utilisateur. Le fait de les incliner légèrement apporte une touche d'originalité et permettra à la marque de se démarquer davantage. Fines et régulières, elles s'accordent au style épuré.

TYPOS : Titre « **OPTICIAN SANS** » : Police proche de celle du tableau de Snellen pour renforcer l'identité et suggérer l'activité exercée. Cette typo est percutante et focalise la lecture sur les informations importantes des H1.

Sous-titre « **Advent pro** » : Police géométrique et attractive utilisée dans les H2, attirant l'attention sur les informations secondaires et donnant envie d'en savoir plus.

Paragraphe « **Josefin Sans** » : Police harmonieuse, sobre et lisible pour le corps de texte, pour fluidifier la navigation.

PICTOGRAMMES : Les pictos choisis sont en accord avec les formes utilisées, ils sont modernes et cohérents avec le style contemporain du style tile.

ILLUSTRATIONS / PHOTOS : Ce style tile est essentiellement illustré par des photos, pour que le client puisse se représenter les produits vendus. Ces photos sont en partie traitée en bichromie pour renforcer l'originalité, les rendre plus attractives et percutantes. On peut imaginer cet effet sur les hovers (animations au survol) ou sur certaines catégories pour ne pas surcharger le design.



NOS
VERRES

SOLAIRE

MONTURE FEMME

Tous nos verres sont ultra-fins et super légers. Transparents, discrets et confortables, vous en oublierez presque votre monture.

EN SAVOIR PLUS
EN SAVOIR PLUS

INFORMATIONS PRATIQUES :

Perception Optique

16 Allée du Champs de Mars

11100 NARBONNE • 06 75 97 86 01



COLLECTION 2022

VOIR
PLUS



OPTICIEEN
— LUNETIER —



Monture —
en bio-acétate
et acier
inoxydable*

— Verre
anti-reflets
anti-rayures
anti-lumière bleue*

* Pour nos montures, nous sélectionnons uniquement des matériaux & composants haut-de-gamme, afin de vous assurer l'une des meilleures qualité du marché.



DES VERRES
DE QUALITÉ



DES MONTURES
DE CRÉATEUR



TEST DE VUE
SUR PLACE

Accueil

— Solaires

Optiques

Matériaux

Contact



Style tile n°2 :

STYLE CLASSIQUE

Le + pro

AMBIANCE : L'ambiance de ce style tile communique un univers plus classique, à la fois chic et sobre. On trouve ici une volonté de structurer les informations, de les ordonner, pour représenter une marque professionnelle, moderne et organisée..

COULEURS : La charte graphique s'établit autour de 2 teintes. Le noir et le blanc, qui sont à la fois opposés et complémentaires, se marient avec toutes les autres couleurs, ce qui permettra de personnaliser facilement le design avec des touches de couleurs ponctuelles (en fonction d'une image, d'un thème, d'une saison ...) et d'attirer l'attention sur les encarts, les photographies et les boutons. Voici leurs significations :

- **LE NOIR :** C'est une teinte neutre et intemporelle, elle représente l'élégance et la simplicité. C'est LA couleur sombre qui s'associe avec toutes les autres. En marketing, cette couleur exprime le pouvoir et la modernité, elle est associée à la puissance, le sérieux et l'audace. Les marques s'en servent donc pour s'affirmer, se positionner en tant que produit haut de gamme.
- **BLANC :** Le blanc est aussi une couleur neutre, elle permet la mise en valeur des autres couleurs. Souvent associé à la simplicité et la modernité, c'est la couleur de l'innocence et du minimalisme. Cette couleur donne également un sentiment de liberté. Elle crée un contraste et attire l'attention en mettant en avant le contenu, tout en épurant le design..

FORME : Les formes utilisées sont droites, fines et linéaires, la mise en page est presque quadrillée, elles apportent une structure au design et guident la navigation. Elles transmettent une idée d'organisation et d'authenticité, rassurante

pour l'utilisateur. Ce sont des formes sobres et minimalistes, qui permettent de faire ressortir certains éléments du contenu.

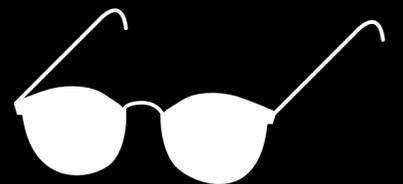
TYPPO : Titre « **Cutive Mono** » : Police de caractères de machines à écrire, utilisée en capitales et en gras pour focaliser la lecture sur les H1.

Sous-titre « OPTICIAN SANS » : Police proche de celle du tableau de Snellen pour renforcer l'identité et suggérer l'activité exercée. Cette typo est percutante et attire le regard sur les informations complémentaires des H2.

Paragraphe « Cutive Monos » : Utilisée en minuscule pour le corps de texte pour une meilleure lisibilité. Le fait de reprendre la même typo que les H1 renforce l'identité. Son empâtement accentue le côté élégant, pro et traditionnel du design.

PICTOGRAMMES : Les pictos choisis sont sobres et en accord avec le reste du contenu. Ils sont à la fois modernes et sophistiqués, ils apportent un côté attractif au design.

ILLUSTRATIONS / PHOTOS : L'accent sera mis ici sur la qualité et l'originalité des visuels. Le reste du design étant épuré, l'attention sera portée sur les photographies et encarts illustrées, permettant à l'utilisateur de se projeter et de lui donner envie d'en voir plus en boutique.



ACCUEIL

NOS SOLAIRES

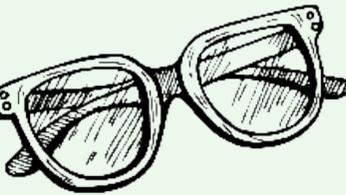
NOS OPTIQUES

NOTRE BOUTIQUE

CONTACT

-  #FF730B
-  #F5A705
-  #000000
-  #7F96FF
-  #5EBE5A

PERCEPTION
- OPTIQUE -



Nous contacter



INFOS PRATIQUES :
Perception Optique
16 Allée du champs de mars
11 100 NARBONNE
06 75 97 86 01

CONTACT

NOS MONTURES EN ACETATE
OPTIQUE FEMME

La cellulose est obtenue à partir d'extraits de coton. Ce matériau est transformé en plaques de différentes épaisseurs, où nous venons découper la face et les branches de nos montures.

Voir plus

Voir plus

RENDEZ-VOUS EN BOUTIQUE



NOS MODÈLES SOLAIRES



NOS MODÈLES OPTIQUES



NOTRE BOUTIQUE

NOS OPTIQUES

Voir plus

NOS SOLAIRES



OUVERT DE 9H00 À 19H30 DU MARDI AU SAMEDI ET DE 10H00 À 19H00 LE LUNDI

Styletile n°3 : **STYLE LUDIQUE**



AMBIANCE : L'univers retranscrit est à la fois attractif, divertissant et coloré. Il inspire la joie et capte l'attention de l'utilisateur. On trouve sur ce style tile une diversité de couleurs, de formes et de motifs qui apportent du dynamisme et communiquent une identité jeune, énergique, atypique et créative. Cette ambiance permet de s'adresser à un public plus large en touchant des consommateurs moins âgés (enfants, adolescents...), tout en conservant le cœur de cible.

COULEURS : La charte graphique s'articule autour de 4 couleurs, voici leurs significations :

- **LE ORANGE :** Vive, dynamique et chaleureuse cette couleur est souvent associée à la communication. Perçu comme positive, elle apportera de l'originalité à votre identité. C'est une couleur rassurante qui renvoie une image de confiance.
- **LE VIOLET :** Le violet est la couleur de l'élégance et de la fidélité, il sert à inspirer la confiance sur vos supports de communications. Symbolisant la créativité, le calme ou le rêve c'est la couleur favorite des campagnes de luxe axées sur des produits de qualité améliorant le quotidien du client.
- **LE JAUNE :** Chaleureuse et joyeuse, c'est une couleur stimulante. Elle est synonyme de dynamisme et de mouvement. Lumineuse, la couleur jaune est associée à la bonne humeur, elle transmet un côté ludique et rafraîchissant. La teinte moutarde est populaire dans le milieu du design graphique, de la mode ou de la décoration.
- **LE VERT :** Le vert représente l'équilibre, l'écologie et l'énergie. C'est le symbole de la fraîcheur, de la croissance et du progrès. C'est la couleur la plus apaisante pour l'œil, symbole de guérison, il a été prouvé qu'elle améliore la vision.

Ces 4 couleurs se complètent toutes colorimétriquement (jaune et violet , orange et vert...). On trouve aussi un parfait équilibre entre les 2 teintes chaudes et les 2 teintes froides. Toutes mélangées, elles forment une palette diversifiée et complète.

FORMES : Les formes ici sont multiples : géométriques, arrondies, droites, inclinées ... Elles communiquent une idée de diversité et une envie de liberté et d'espace. Elles se libèrent des codes : à moitié cachée, dessinée à la main, irrégulière ... elles communiquent un univers dynamique, atypique et créatif.

TYPOS : Titre « **LEO SANS** » : Police moderne, droite, sans empattement. Facile à lire, elle apporte un côté ludique aux titres avec ses caractères asymétriques. En gras et majuscule, elle attire l'attention vers les H1.

Sous-titre « **PESTO** » : Police de caractères fins et réguliers. Elle rappelle le style des machines à écrire. Plus structurée, elle apporte un aspect institutionnel et professionnel, parfaitement adapté aux H2.

Paragraphe « **Raleway** » : Police élégante, sans empattement, utilisé dans le corps de texte pour sa lisibilité, ses caractères aérés et harmonieux.

PICTOGRAMMES : Les pictos sont illustrés, en accord avec l'ambiance générale. Ils sont originaux, personnalisés, et atypiques. Ils apportent un vrai cachet au design du site.

ILLUSTRATIONS / PHOTOS : Les photographies sont colorées, et majoritairement sur fond blanc. Cela permet d'épurer le design , tout en mettant en avant les produits. On trouve également des illustrations modernes et colorées, qui apporte du peps' et rendent le design plus attractif.

↳ Le + original