

Installé dans une ancienne manufacture à Kreuzberg, le lunetier Mykita se distingue dans un secteur saturé par les licences des maisons de luxe... Cette marque berlinoise, indépendante, s'est imposée sur la scène mode internationale par sa capacité à innover, et son esthétique affirmée.

Les fondations de l'entreprise, créée en 2003 par Harald Gottschling, Daniel et Philipp Haffmans et Moritz Krueger, sont empreintes de liberté et de créativité, du Zeitgeist berlinois. Autodidactes, les quatre amis commencent leur activité sans idées reçues ni modèles particuliers, et proposent des collections aux inspirations industrielles, « handmade in Berlin ».

Settled in an old factory in Kreuzberg, the Mykita eyewear manufacturer distinguishes himself in a sector saturated by luxury brands ... This independent Berlin brand has established itself on the international fashion scene thanks to its ability to innovate, and its affirmed aesthetic. The foundations of the company, created in 2003 by Harald Gottschling, Daniel and Philipp Haffmans and Moritz Krueger, are marked by freedom and creativity, from the Berlin Zeitgeist. Autodidacts, the four friends begin their activity without preconceived ideas or particular models, and propose collections with industrial inspirations, Handmade in Berlin.



UNE APPROCHE VISIONNAIRE DE LA MATIERE

Dès ses débuts, Mykita utilise des matériaux surprenants, réalisant des montures à partir de plaques d'acier inoxydable, qui sont « aussi légères qu'une feuille de papier ». C'est une première, il faut donc à l'équipe inventer ses modes de fabrication et ses propres outils. Ces lunettes sont montées sans vis, ni joints soudés, et, comme on peut le voir dans une vidéo sur le site de la marque, elles requièrent pourtant un véritable savoir-faire, où la main de l'homme joue toujours un rôle.

En 2010, la jeune entreprise commence à utiliser un nouveau matériau : le Mylon. Elle utilise la technique d'impression 3D « frittage sélectif par laser » (Selective Laser Sintering, SLS), qui permet de former l'objet couche par couche, par des passages de laser sur de la poudre (chez Mykita, de polyamide). Ensuite, la future monture est peaufinée par les artisans. Les montures créées ainsi sont adaptables, durables, et particulièrement légères. Cette collection se voit qualifiée de « the future look of sports », et remporte de nombreux prix (German Design Award, Materialica Design + Technology Award...).

Chez Mykita, le travail de la matière est toujours associé à une recherche design poussée. Si Moritz Krueger, le directeur artistique, aime la high tech, il n'est jamais dans le gadget ou la démonstration technique. Le travail des formes est résolument moderne, comme les campagnes de communication de la marque, réalisées en collaboration avec des artistes comme Mark Borthwick (et elles aussi régulièrement saluées par des prix).

A VISIONARY APPROACH OF MATERIAL

From the beginning, Mykita uses surprising materials, making frames from stainless steel plates, which are «as light as a sheet of paper». This is a first, so the team have to invent its production methods and its own tools. These glasses are assembled without screws, or soldered joints, and, as can be seen in a video on the brand website, they still require a real know-how, where the hand of the man always plays a part.

In 2010, the young company begins to use a new material: Mylon. It uses the «Selective Laser Sintering» (SLS) 3D printing technique, which allows to form the object layer by layer, by laser passes on powder (in Mykita, polyamide). Then, the future mount is refined by the craftsmen. The eyeglasses frames created in this way are adaptable, durable, and particularly light. This collection is called «the future look of sports», and wins numerous awards (German Design Award, Materialica Design + Technology Award ...).

At Mykita's, working material is always associated with a thorough design research. If Moritz Krueger, the art director, likes High Tech, he's never into the gadget or the technical demonstration. The work of forms is resolutely modern, like the brand's communication, carried out in collaboration with artists like Mark Borthwick (and they are also regularly awarded).



UNE DEMARCHE ASSUREE

Les lunettes ont cette particularité d'être à la fois liées à la santé et à la mode. Sans schizophrénie, Mykita soigne les deux aspects, et échange volontiers avec différents experts.

Par exemple, Mykita a intégré à sa boutique de Paris un laboratoire de la firme Zeiss. Cet atelier d'optique créé en 1846, aujourd'hui connu du grand public pour ses objectifs photographiques haut de gamme et reconnu internationalement pour son expertise, partage avec Mykita la qualité *made in Germany*. La clientèle parisienne peut ainsi échanger avec l'optométriste pour trouver une monture parfaitement adaptée à ses verres et à son visage.

Côté mode, Mykita multiplie les collaborations avec des marques mode pointues et prestigieuses : Tim Coppens, Ambush, Bernhard Willhelm, Damir Doma, Maison Margiela...

AN ASSURED APPROACH

The glasses have that particularity of being both related to health and fashion. Without schizophrenia, Mykita cares for both aspects, and willingly exchanges with different experts.

For instance, Mykita integrated a laboratory of the firm Zeiss into its shop in Paris. This optical workshop created in 1846, now known to the people for its high-end photographic objectives and internationally recognized for its expertise, shares with Mykita the made in Germany quality. The Parisian clientele can thus exchange with the optometrist to find a frame perfectly adapted to the glasses and the face.

On the fashion side, Mykita multiplies collaborations with fashion and prestigious fashion brands: Tim Coppens, Ambush, Bernhard Willhelm, Damir Doma, Maison Margiela ...



LA MYKITA HAUS : ETRE TOUS ENSEMBLE. UNE CLE DU SUCCES ?

La marque indépendante, qui maîtrise en interne toutes les étapes depuis la conception à la commercialisation, a décidé en 2014 de regrouper l'intégralité de ses équipes dans un seul lieu, et pas n'importe lequel. Le bâtiment de cinq étages, aujourd'hui classé, était à l'origine en 1905 un atelier de fabrication métallique, dans le quartier préféré des artistes et marchands. Il a connu différents occupants, dont la papeterie Pelikan qui a laissé son logo ailé et doré à l'entrée. Au rez-de-chaussée se trouvent aujourd'hui le showroom et l'académie Mykita (centre de formation). Dans les étages : l'atelier, le service qualité, prototypage, corporate design, marketing/RP, centre logistique, le service ventes internationales et au détail. Ainsi, les idées ne mettent jamais longtemps à circuler.

En utilisant des matières inhabituelles dans la lunetterie, faisant appel à des technologies avancées en les couplant avec des savoir-faire artisanaux, laissant toujours la part belle au design et maîtrisant toute la chaîne de production (internalisée à Berlin), Mykita conçoit des pièces hautement qualitatives, qu'on retrouve sur le nez d'amateurs de mode exigeants.



© mykita.com dossier de presse



© mykita.com dossier de presse

THE MYKITA HAUS : ALL TOGETHER. A KEY TO SUCCESS ?

The independent brand, which in intern, masters all stages from design to marketing, decided in 2014 to group all of its teams in one place. The building of 5 floors, now classified, was originally in 1905 a metal fabrication workshop, in the favorite district of artists and merchants. He had various occupants, including the Pelikan stationery which left its winged and gilded logo at the entrance. Downstairs are now the showroom and the Mykita Academy (training center). Upper floors: workshop, quality department, prototyping, corporate design, marketing / PR, logistics center, international sales department and retail. Thus, ideas never take time to circulate.

By using unusual materials in eyewear, advanced technologies coupled with craftsmanship, and always leaving the emphasis on design and mastering the entire production chain (internalized in Berlin), Mykita designs articles highly qualitative, found on the nose of sophisticated fashion lovers.