LookVISION

Nº 210 · 20 ENERO/JANUARY · FEBRERO/FEBRUARY 2023



Descubre la diferencia.

Lentes ZEISS SmartLife

Lanzamiento de campaña exclusiva para ópticas **ZEISS Vision Expert**



Lentes ZEISS SmartLife

Experimenta una visión más amplia adaptada a tu estilo de vida conectado y en movimiento.

Lentes ZEISS DriveSafe

Al amanecer o anochecer, con mal tiempo, incluso en la oscuridad. Con menos deslumbramientos para una visión más cómoda y mayor seguridad en la carretera.

Prescribe a tus pacientes la mejor calidad en lentes oftálmicas.

Lentes ZEISS SmartLife

- Descubre el portfolio de lentes más completo, innovador y tecnológico de ZEISS.
- Creado para adaptarse a un estilo de vida conectado y en movimiento.
- Las lentes que se adaptan perfectamente a las necesidades visuales de tus pacientes.

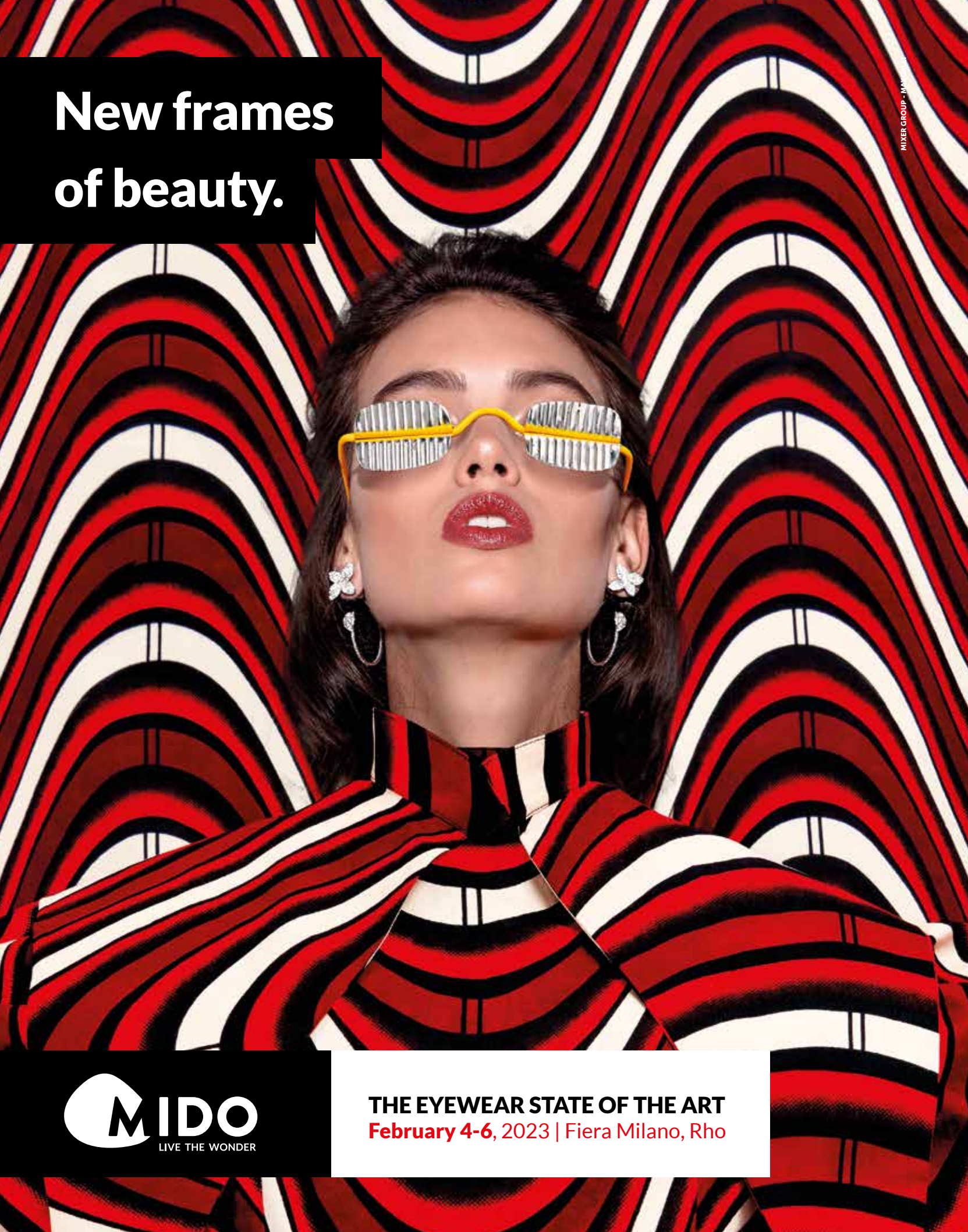
Lentes ZEISS DriveSafe

- Lentes optimizadas para la conducción.
- Ofrecen una visión mejorada en condiciones de baja luminosidad.
- Ayudan a reducir el deslumbramiento y estrés visual al volante.

Síguenos en LinkedIn

ZEISS

Seeing beyond


New frames
of beauty.
MIXER GROUP – MA
MIDO
LIVE THE WONDER
THE EYEWEAR STATE OF THE ART
February 4-6, 2023 | Fiera Milano, Rho



MIDO
LIVE THE WONDER

Pav4 stand P05

faceaface-paris.com / info.es@designeyeweargroup.com / 944 211 776 / SHADOW3 col.2190 SOTSAS1


FACEAFACE
PARIS



©OxibisGroup 2022 - Registered brand - Pictures may differ from actual product - All rights reserved

sumario

10 Editorial

12 Despega con Woow Airlines. Destino: Vacaciones.

14 Silhouette The Wave: el nuevo diseño de gafa sin montura ultraligero.

18 Police, marca del Grupo De Rigo, celebra su 40 aniversario con el modelo Police 40 Limited Edition.

20 Mioptico abre su primera flagship store en Portugal.

22 Prodesign, pon color en tu eyewear.

26 iGreen sorprende con la nueva colección iGreen Bold.

28 Quebramar, una colección fresca como la brisa del mar.

30 Maui Jim: Máximo rendimiento en las actividades al aire libre.

32 Trevi Coliseum, nuevos horizontes en gafas para todos los puntos de vista.

36 Circus MiroJeans: Patterns geométricos y mil colores.

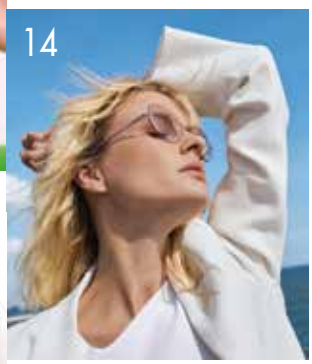
38 Tendencias.

42 Contactología.

44 Entrevista. Amélie Morel. Representante de la cuarta generación de la Maison Morel y continuadora de un legado de casi siglo y medio de pasión por las gafas.

48 "Fiesta del Roscón" de TDSO. La empresa celebra con el sector la festividad de Reyes y da la bienvenida a 2023.

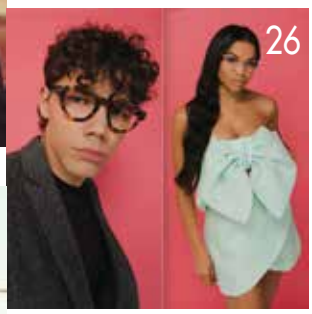




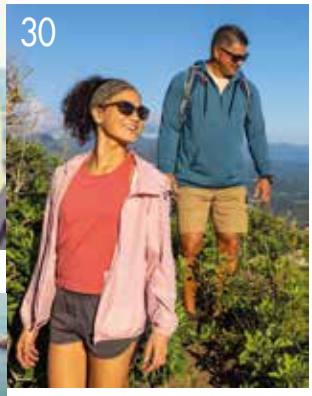














52 Lentes ZEISS SmartLife y DriveSafe, la combinación perfecta para que el usuario de gafas descubra la mejor calidad visual.

54 Vistalia incorpora dos nuevos asociados en Alcoi y Valencia.

55 Brendel Eyewear, confianza natural.

57 opti 2023: Más de 15.500 profesionales asistieron a la feria internacional "Made in Germany".

62 SEIKO lanza su nueva campaña Sensity.

64 Temática Software presenta su demostrador digital de lentes My Buy Pro.

66 evil eye, innovadoras lentes graduadas para todos sus modelos de gafas deportivas.

67 Noticias.

76 Light Without Borders mejora la salud visual de los refugiados de guerra gracias a su clínica móvil.

78 Area98: Saber hacer y color para unas creaciones modernas y sofisticadas.

80 Wireframe, la nueva campaña primavera-verano 2023 de Blackfin.

81 Agenda de Anuncios.

contents

Nº 210 · 20 ENERO/JANUARY · FEBRERO/FEBRUARY 2023

10 Editorial

12 Take off with Woow Airlines. Destination: Holidays.

14 Silhouette The Wave: the new ultra-light rimless eyewear design.

18 Police, a De Rigo Group brand, celebrates its 40th anniversary with the Police 40 Limited Edition model.

20 Mioptico opens its first flagship store in Portugal.

22 Prodesign, put color in your eyewear.

26 iGreen surprises with the new iGreen Bold collection.

28 Quebramar, a fresh collection like the sea breeze.

30 Maui Jim: Peak performance in outdoor activities.

32 Trevi Coliseum, new horizons in glasses for all points of view.

36 Circus MiroJeans: Geometric patterns and a thousand colors.

38 Trends.

42 Contactology.

44 Interview. Amélie Morel. Representative of the fourth generation of Maison Morel and continuer of a legacy of almost a century and a half of passion for glasses.



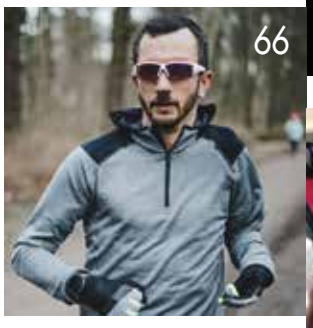




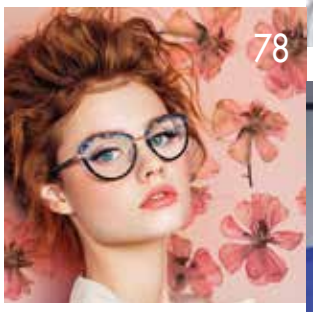














48 "Roscón party" by TDSO. The company celebrates the Three Kings festivity with the sector and welcomes 2023.

52 ZEISS SmartLife and DriveSafe lenses, the perfect combination for the wearer of glasses to discover the best visual quality.

54 Vistalia incorporates two new associates in Alcoi and Valencia.

55 Brendel Eyewear, natural confidence.

57 opti 2023: More than 15,500 professionals attended the international trade fair "Made in Germany".

62 SEIKO launches its new Sensity campaign.

64 Tematica Software presents its digital My Buy Pro lens demonstrator.

66 evil eye, innovative prescription lenses for all your sports glasses models.

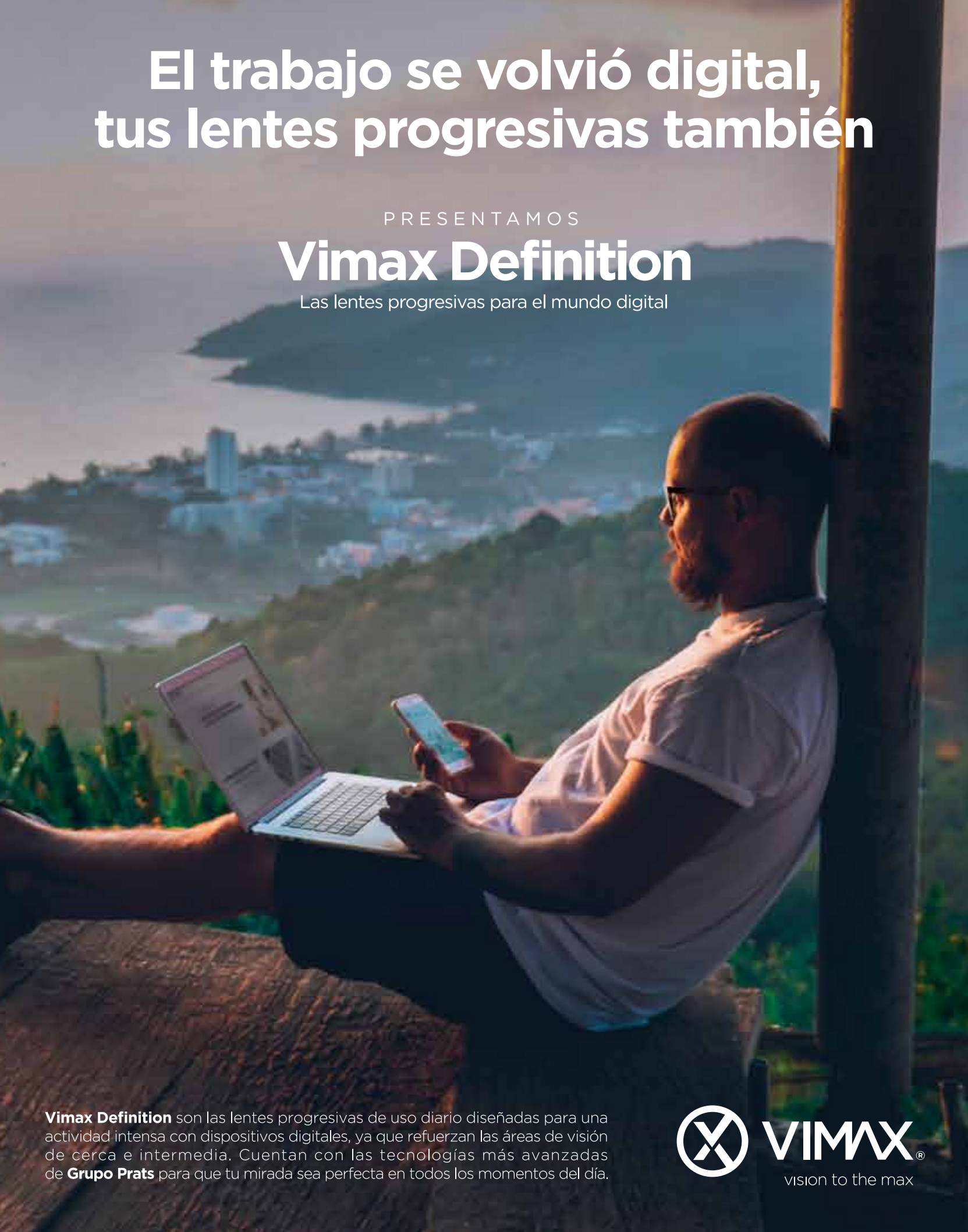
67 News.

76 Light Without Borders improves the visual health of war refugees thanks to its mobile clinic.

78 Area98: Know-how and color for modern and sophisticated creations.

80 Wireframe, Blackfin's new spring-summer 2023 campaign.

81 ADS Agenda.


El trabajo se volvió digital,
tus lentes progresivas también
PRESENTAMOS
Vimax Definition
Las lentes progresivas para el mundo digital
Vimax Definition son las lentes progresivas de uso diario diseñadas para una actividad intensa con dispositivos digitales, ya que refuerzan las áreas de visión de cerca e intermedia. Cuentan con las tecnologías más avanzadas de **Grupo Prats** para que tu mirada sea perfecta en todos los momentos del día.
VIMAX®
vision to the max



NUESTRA PORTADA: Silhouette crea la nueva colección The Wave, compuesta por 16 modelos ultraligeros, sin montura, atemporales, minimalistas y elegantes, en línea con las últimas tendencias e ideales para completar tanto los estilismos elegantes y sofisticados de las ocasiones más especiales, como los looks más casuales del día a día. Sus diseños al aire están disponibles con y sin doble puente, con lentes de diferentes formas e incluso tintadas, y varillas con acabado multicolor que combina y contrasta con un efecto metálico que recuerda a la cresta espumosa de una ola.

LookVISION

Nº 210 · 20 ENERO/JANUARY
FEBRERO/FEBRUARY 2023

Una revista de:
MUNDIPRESS COMUNICACIÓN, S.L.
Director: **Julio Rozas**
Redactora:
Mª Carmen Rodríguez
Colaboradores:
Vivian Watson, Fermín J. Alonso, Esther Batanero y María Gildea.
Cofundador: **Luis Iglesias**

Redacción, administración y publicidad:
c/ Sánchez Díaz, 10 -1º dcha. 28027 Madrid
Tel.: **91 406 18 61** Fax: **91 406 18 62**
mail: **lookvision@telefonica.net**
info@lookvision.es
web: **www.lookvision.es**

RevistaLookvision
@lookvisionrev
revista-lookvision
@revistalookvision

Asesoria fiscal y financiera:
Franpij - Gestión y Análisis, S.L.
Maquetación y preimpresión: **Creapro**
Impresión: **Monterreina**
Depósito legal: M-24975-2001

editorial

Tras opti llega el turno de MIDO 2023

El sector óptico internacional se da cita en Milán para descubrir las novedades de la industria

Inauguramos el año ferial 2023 en opti, que se celebró en los pabellones C1, C2 y C3 del Recinto Ferial de Múnich del 13 al 15 de enero. Alrededor de 15.500 visitantes de 67 países y un total de 307 expositores de 28 países, se dieron cita en la capital bávara. El equipo de la Revista Lookvision estuvo, como cada año, en la feria visitando y compartiendo el evento junto a clientes, amigos y profesionales del sector para compartir con vosotros, estimados lectores, toda la información a través de estas páginas (en el completo artículo que podréis ver en las páginas interiores de esta revista) y en nuestra web www.lookvision.es.

Tras la feria opti llega ahora el turno de MIDO, que se celebra del 4 al 6 de febrero en Fieramilano Rho y en la que participan más de 1.000 expositores procedentes de todo el mundo y que representan a toda la cadena de suministro del sector óptico. Alemania, Francia, Austria, España, Dinamarca, Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Hong Kong, India, Arabia Saudí, Omán, Turquía e incluso Mauricio figuran en la lista. Este año las empresas asiáticas han tenido una excelente respuesta y vuelven a la zona dedicada a sus productos. "Estamos muy satisfechos con la participación de los países asiáticos, especialmente China, Hong Kong, Taiwán, Japón, Corea del Sur, India, Malasia y Tailandia, que, a pesar de las todavía elevadas restricciones de Covid, expondrán en la esta edición del salón", señala Giovanni Vitaloni, Presidente de MIDO.

Milano Eyewear Show –MIDO– es sinónimo de gafas. Desde hace más de 50 años, representa el momento esencial en el que toda la cadena de suministro se reúne para intercambiar ideas, proyectos, perspectivas para el futuro de las gafas en particular y la óptica-optometría en general y, por supuesto, para hacer negocios. Un producto como el eyewear, las gafas graduadas o las de sol, necesita de la interacción y MIDO pretende activar el intercambio entre las personas e impulsar los negocios. Las principales empresas internacionales se reúnen aquí para desvelar sus nuevas colecciones. Además, las marcas ofrecerán soluciones de vanguardia para permitir el cambio hacia la sostenibilidad, desde aplicaciones de seguimiento de la huella de carbono hasta productos de reciclaje o de residuo cero.

Para la edición de 2023, MIDO ofrece un amplio calendario de eventos y actividades, que tendrán lugar durante los tres días de feria a lo largo de sus 6 pabellones, uno más que en la edición de 2022, para acoger al gran número de empresas que estuvieron ausentes en los dos últimos años debido a la pandemia.

La feria también vuelve a su ubicación "tradicional" con stands en los pabellones 1 y 3, 2 y 4, 6 y 10, que albergarán las áreas de exposición: Fashion District, Design Tech, Design Lab, Lenses, FAiR East, Tech, Lab Academy y Start Up. Esta última, introducida el año pasado, acogerá a los actores emergentes en un stand ecosostenible realizado con materiales reciclados y reciclables, en consonancia con el programa de responsabilidad medioambiental del salón iniciado en 2019. También se dedicará a las marcas más nuevas un espacio promovido por ITA (Agencia Italiana de Comercio para la promoción internacional y la internacionalización de las empresas italianas) y por MIDO, que mostrará el trabajo de las start-ups seleccionadas por ITA.

MIDO también persigue la participación activa de los centros ópticos y los expositores: con su Premio BeStore, que otorga un jurado internacional de expertos a las tiendas que ofrecen la mejor experiencia de compra en la categoría "Diseño" y los mejores servicios al cliente en la categoría "Innovación". Además, en su segunda edición, MIDO 2023 también recompensará al stand más sostenible con el premio Stand Up For Green, que reconoce la atención al impacto medioambiental y al uso de materiales. Los galardones se entregan el domingo 5 de febrero, a las 14.00 horas en la plaza del espacio Fashion District (Pabellón 1).

Lookvision, como muchos de vosotros, no falta a su cita anual en Fieramilano Rho y, por tanto, ¡Nos vemos en Milán, en MIDO 2023, los días 4, 5 y 6 de febrero!



Distribuido en España por LaSedeOptica s.l. - www.lasedeoptica.es - info@lasedeoptica.es - Tel.: 91 128 70 16

Despega con WOOW Airlines

Destino: Vacaciones

La nueva colección de WOOW promete lanzarte de viaje al país de las vacaciones y la relajación. La firma francesa celebra su décimo aniversario con cuatro nuevos diseños: Day Off, HoliDays, Party Time y Road Trip, más atrevidos que nunca y haciendo honor a la audacia y extravagancia que caracterizan a la marca.



Como si de una postal se tratara, los materiales y la paleta de colores de la colección son una oda a los atardeceres tecnicolor. Del naranja al lila, sin olvidar nuevos materiales exóticos, WOOW nos invita a hacer un viaje... ¿Qué posibilidades hay de que necesite una maleta extra para llevar todas esas gafas en sus vacaciones? Respire. Déjese llevar. Atrévete con la fiesta, sé atrevido y abraza el lujo. ¡Bienvenido a la segunda colección del décimo aniversario de WOOW!



Day Off: ¡Respira hondo y rompe tu rutina con estilo con DAY OFF! Estas gafas caladas revelan un corte tan precioso como un día libre en mitad de la semana. Colores suaves pero fuertes se encuentran de frente con la sofisticación, acentuada por una sutileza lustrosa. Unas gafas de metal tricolor, que están disponibles en dos formas: una redonda y un estilo ojo de gato.



Party Time: ¡Atrévete a brillar y a celebrar la vida con PARTY TIME! La línea gráfica sin costuras de estas gafas es una invitación a la emoción y la espontaneidad, creando un efecto de acetato bicolor. ¿El broche de oro? Un arco de colores vibrantes que atrae todas las miradas. Unas gafas que están disponibles en dos femeninas formas, un rectángulo femenino y un cuadrado, diseñadas para potenciar el poder y la relajación.



HoliDays: El sol está en el cenit, el cielo se engalana con mil colores vivos y alegres... No cabe duda de que los días de vacaciones nos hacen soñar. Las formas redondas y generosas de estas gafas revelan todas sus sutilezas gracias al ojo de acetato delicadamente suspendido en una barra metálica. Están disponibles en dos versiones, una para hombre y otra para mujer. Unas gafas tan radiantes como el que las lleva.



Road Trip: ¡Sal a la carretera y explora el mundo con ROAD TRIP! El acetato parece viajar a través del cristal de estas gafas arty masculinas, como si te invitara a un viaje. Unas gafas de fuertes contrastes, que combinan metal y acetato y en las que confluyen los colores y el deseo de conocer otros lugares. Disponibles en forma pantos y con marco rectangular.



transitions.com

Transitions es una marca comercial registrada, el *logo de Transitions* y *Transitions Light Intelligent Lenses* son marcas comerciales de Transitions Optical, Inc. utilizadas bajo licencia por Transitions Optical Limited. ©2021 Transitions Optical Limited. El rendimiento fotocromático es influenciado por la temperatura, la exposición a los rayos UV y el material de la lente.
Colores de lentes simulados con fines demostrativos. Pídele a tu profesional de la visión una demostración para experimentar con las lentes Transitions por ti mismo.
Monturas de RAY-BAN® – Lenses *Transitions*® Amber.

The Wave: el nuevo diseño de gafa sin montura ultraligero

Inspirándose en la sensación de ligereza al surcar las olas, Silhouette crea una colección con mucha personalidad que sigue las últimas tendencias.



Silhouette The Wave es una montura ultraligera, al aire, minimalista e ideal para completar tanto los estilismos elegantes y sofisticados de las ocasiones más especiales, como los looks más casuales del día a día.



Los diseños y formas de las Silhouette The Wave están disponibles con o sin doble puente y con lentes de diferentes formas y tintadas para que el usuario pueda escoger la más favorecedora para su rostro.

Silhouette, firma austríaca con más de 55 años de experiencia en el diseño y producción de gafas premium, presenta su nueva colección de gafas sin montura: The Wave, con 16 modelos que capturan la sensación de ligereza de la brisa marina y la luz del sol a media tarde con un diseño al aire, minimalista y elegante.

La colección se convierte en una pieza clave para completar tanto los estilismos elegantes y sofisticados de las ocasiones más especiales, como los looks más casuales del día a día. Con la posibilidad de incluir lentes tintadas y un innovador efecto degradado multicolor, la firma austríaca brinda, una vez más, carácter y personalidad a quien las lleva. Los nuevos modelos de la colección se caracterizan por una varilla con un acabado multicolor que combina y contrasta con un efecto metálico que recuerda a la cresta espumosa de una ola.

Los favorecedores colores de las The Wave siguen las tendencias más actuales, además de elevar y aportar un nuevo significado a la mirada. El color lavanda refleja la ligereza, el naranja la confianza, el azul el coraje y el verde, la independencia. Colores actuales que hacen de las gafas sin montura de Silhouette un complemento irresistible para las personalidades más estilosas.

Los diseños también están disponibles con o sin doble puente y con lentes de diferentes formas y tintadas para que el usuario pueda escoger la más favorecedora para su rostro. Desde la popular forma cat-eye, a formas más ovaladas, rectangulares y triangulares, entre otras. Son la comodidad y estilo con todas las garantías de la firma.

El nuevo modelo The Wave es un claro ejemplo de la firme apuesta de Silhouette por los detalles. Su elaboración artesanal y minuciosa ofrece acabados únicos de una gafa con los más altos estándares de calidad. El resultado, "Una gafa atemporal de líneas limpias que aúna todos los elementos más característicos de los modelos Silhouette" afirma el Director de Diseño Roland Keplinger.

www.silhouette.com
www.facebook.com/silhouette
https://www.instagram.com/silhouetteeyewear



Los nuevos modelos de la colección The Wave se caracterizan por una varilla con un acabado multicolor que combina y contrasta con un efecto metálico que recuerda a la cresta espumosa de una ola.



Colores y diseños actuales hacen de estas gafas sin montura de Silhouette un complemento irresistible para las personalidades más estilosas.



+info



MANGO

Un líder de la moda en el mundo confía en Opticalia para el desarrollo de sus colecciones y de su comunicación global eyewear y sunwear.

Publicidad, producto en exclusiva, formación y digitalización, hacen de Opticalia uno de los grupos de ópticos independientes más importantes del mundo.

2023 VA A SER EL AÑO PARA ESTAR JUNTOS

¿Te unes a Opticalia?

OPTICALIA

www.opticaliaexpansion.com

Tel. 918 065 500

POLICE 40 YEARS

La marca del Grupo De Rigo celebra su 40 aniversario con el modelo Police 40 Limited Edition

Police, una de las marcas estrella propiedad del Grupo De Rigo, líder a nivel mundial en el diseño, la producción y la distribución de monturas de vista y gafas de sol de alta gama, cumple este año 2023 su 40 aniversario e inaugura los festejos de esta efeméride con un modelo de celebración: SPLL60 - Police 40 Limited Edition.



Los imponentes perfiles del frente de acetato se aligeran con el doble puente de titanio. Las decoraciones de la gafa Limited Edition Police 40 homenajean a las emblemáticas alas de águila, símbolo de la marca, y la elegante mezcla de oro con el azul de las lentes representa otra parte distintiva de este modelo.



Las gafas, en cuyas varillas va estampado el logo 40 Years y el número de serie, van en un elegante estuche de cuero con el logotipo "40" y una caja especial desarrollada para la Limited Edition.

En línea con el espíritu contemporáneo de la marca, las atrevidas y emblemáticas gafas conmemorativas del 40 aniversario de Police están adornadas con acabados y materiales refinados. Un modelo único realizado en Edición Limitada: solo hay 1.983 piezas numeradas, en honor del año de fundación de la marca.

La forma cuadrada e imponente del frente de acetato grueso se aligera con el doble puente nasal ajustable, hecho de titanio para ofrecer la máxima ligereza y comodidad. La decoración del frente y las varillas es un homenaje al emblemático símbolo de la marca: las alas de águila. La elegante mezcla de oro en la base azul, implementada para las lentes, representa una parte distintiva en todos los productos de la Limited Edition Police 40 (relojes, perfume y marroquinería). En las varillas de acetato y titanio está estampado el logotipo 40 Years y el número de serie. Las gafas van en un elegante estuche de cuero con el logotipo "40" y el conjunto de gafa y estuche se presenta en una caja especial con elementos de metal dorado desarrollada para la Limited Edition.

Fundada en 1983, Police se consolidó de inmediato por su diseño refinado y estilo icónico, concebido para personalidades libres y atrevidas a las que no les gustan las homologaciones. Gracias a su sólida identidad en constante evolución y a un posicionamiento preciso y consolidado en el mercado, Police se ha transformado a lo largo de los años en una marca de lifestyle que, además de gafas, incluye fragancias, relojes, joyas, ropa y pequeños artículos de marroquinería. En la actualidad, las colecciones de Police se distribuyen en más de 80 países de todo el mundo.

AUDACITY WANTED.



POLICE 40 YEARS

MIOPTICO abre su primera flagship store en Portugal

El Grupo MIOPTICO inauguró el pasado 1 de diciembre su primera Flagship Store en Portugal, en el corazón de la zona principal de Lisboa, en la Avenida da República, con el nombre MEUOPTICO que es con el que opera en el país vecino.



Fachada y detalle interior de la nueva Flaship Store de MIOPTICO en Lisboa.

Con 600 metros cuadrados, el nuevo espacio dedicará unos 150 m2 para uso comercial, con una zona de exposición con el concepto "Precio Net" y una zona de Exposición Premium, así como una sala de convenciones y oficinas de Atención al Cliente, Servicios Administrativos y de Gestión. En la Flagship Store MEUOPTICO, nombre con el que opera la marca en Portugal, el cliente puede disfrutar de una novedad: el Plan de Salud Ocular de por Vida ("PSOVit") que le permitirá al cliente de gafas o lentes de contacto nuevas cada 6, 12 o 24 meses, sin tener que volver a "comprar gafas", incluyendo además un seguro total de las gafas para el mismo período elegido.

MIOPTICO GROUP comenzó a operar en el mercado portugués en julio de 2018 bajo la insignia de MONOPTICEN Paris. En 2022, con el relanzamiento de la marca en Portugal y la entrada de Jorge de Melo como director general, comienza a operar como MEUOPTICO.

La nueva óptica cuenta con las últimas tecnologías y servicios de optometría innovadores ya que su protocolo de consulta incluye la entrega al cliente de un paquete de pruebas complementarias, impresas para que puedan tener su diagnóstico visual real. La flagship tendrá, además de las zonas de colecciones generales y premium, servicio de Optometría, Contactología y asesoramiento de imagen.

"Estar al frente de este proyecto es un privilegio, pero también significa tener una mayor responsabilidad porque el Grupo tiene un fuerte compromiso con todos sus ópticos asociados.

El Grupo está en este sector como uno de los últimos players del mercado y ha tenido un crecimiento vertiginoso en los últimos 12 años, llegando ya a más de 1.000 ópticos en toda Europa y el desafío es lograr el mismo nivel de crecimiento en Portugal e implementar la marca MEUOPTICO como marca nacional", comentó Jorge de Melo, director general de MEUOPTICO en Portugal.



Florent Carrière, CEO de MIOPTICO, con Jorge de Melo y Abel Silva en la inauguración de MEUOPTICO Lisboa.


LACOSTE
LACOSTE
L.12.12
THE NEW PLANT-BASED LOOK
PLANT BASED MATERIAL

prodesign : denmark

Pon color en tu eyewear



Desde hace 50 años Prodesign es sinónimo de gafas de alta calidad. Con un enfoque fiable, desenvuelto, cómodo y práctico, arraigado en su orgullosa historia de diseño danés, crea gafas de referencia a lo largo de generaciones, siguiendo las tendencias de moda y traspasando fronteras.

Esta temporada, Prodesign da un giro a sus creaciones en nombre de la diversidad presentando colores y formas nuevos y atrevidos en algunos de sus conceptos más clásicos. Al agregar a la colección un púrpura llamativo, un verde chillón y un naranja exagerado, rompe sus propios límites y desafía los procedimientos de trabajo habituales.

Prodesign ya es conocido por su capacidad para dirigirse a un gran número de personas, y con los nuevos lanzamientos en este comienzo de año 2023 quiere atraer aún más, sin comprometer nunca su fuerte ADN danés. Firmemente anclada en Dinamarca, con este lanzamiento incluso presenta un concepto que lleva el nombre de su querida ciudad natal, Aarhus.

Para celebrar su 50 aniversario, los diseñadores de Prodesign han revisado el enorme catálogo anterior. Encontraron y seleccionaron algunos de los antiguos y preciados clásicos, les dieron colores y formas nuevos y audaces, y los prepararon para regresar ahora… Vale la pena conocerlos. No renuncies a un clásico: ¡un gran diseño nunca pasa de moda!

▶ DIVIDE

Este concepto característico ofrece formas fuertes tanto para hombres como para mujeres. El hermoso frente de dos colores llama la atención y da nombre a estos modelos Divide. El titanio es ligero y apto para personas alérgicas, y aunque estas formas están llenas de detalles, siguen siendo livianas, lo que las hace cómodas de usar. Se presenta en cuatro formas características: trapecio pequeño y mariposa grande para las mujeres, y forma cuadrada y rectangular para los hombres. Todas las formas son más voluminosas en la parte superior, lo que les da un aspecto ligero y característico.

El detalle del fresado, delicado como los demás, es el efecto sorpresa de este concepto y varía de una forma a otra. Su diseño fuerte añade carácter, mientras que sus líneas suaves y onduladas ponen el toque decorativo. Además, el detalle fresado brinda la posibilidad de una combinación de colores fuertes y alegres, añadiendo también detalles en oro y nácar a las formas femeninas.



Las monturas Prodesign Divide, en titanio y formas para hombre y mujer, destacan por su hermoso y llamativo frente de dos colores que da nombre a estos modelos.

▶ TRIANGLE

Triangle se caracteriza por su bisagra geométrica única, desarrollada especialmente para este concepto. Las bisagras flexibles son resistentes, pero al mismo tiempo delicadas y ligeras, creando una apariencia única que cambia de aspecto según se abran o se cierren las varillas. Este concepto tiene un enfoque técnico: es limpio, minimalista y proporciona soluciones geométricas refinadas. Todos los detalles están pensados y cuidadosamente seleccionados para crear una apariencia única y una gran comodidad.

El acetato, afilado y limpio, se esculpe con cuidado para asegurarse de que la transición del acetato a la bisagra de metal esté perfectamente alineada. Además, las sienes afiladas se desvanecen suavemente en las puntas de los terminales.

Esta línea se presenta en acetatos brillantes y mates con bisagras plateadas y doradas. Entre los muchos colores diferentes, encontrará el acetato naranja característico de Prodesign.



Triangle se presenta en acetatos brillantes y mates, entre ellos el naranja característico de Prodesign, y se caracteriza por sus bisagras geométricas exclusivas plateadas y doradas.

▶ VIVE

Prepárate para una verdadera explosión de color con Vibe (ambiente). Con este concepto presenta cuatro formas clásicas, cada una con una opción de no menos de cinco colores diferentes. Esto hace que sea imposible no encontrar un modelo que encaje a la perfección independientemente de la edad, los rasgos faciales, las preferencias de forma y los colores favoritos. Elija entre dos formas femeninas, una unisex y otra masculina, dejando espacio para los que quieren gafas sutiles y vigorosas, así como para los que anhelan las opciones divertidas y audaces.



Con cuatro formas clásicas, femenina, unisex y masculina, cada una en varios colores diferentes, Vive pone estilo y color en todas las miradas.

▶ AROS

Durante 50 años, Prodesign ha fabricado gafas de calidad para el mundo desde su sede en Aarhus, Dinamarca. Aros es un homenaje a su origen y toma su inspiración de la arquitectura y el diseño danés. Sus líneas geométricas y limpias son una declaración de intenciones. Un gran diseño a veces lleva tiempo, y Aros ha estado desarrollándose durante varios años, porque la artesanía avanzada exige un equipo especial. Pero ahora está aquí, en su diseño geométrico constante con vibraciones nórdicas, listo para conquistar el mundo.

Las formas características se acompañan de una amplia gama de colores atrevidos como el azul, el rojo, el verde y el dorado, perfectos para suavizar y personalizar el aspecto industrial de Aros. El frente está fresado a partir de una placa gruesa de titanio, lo que le da a la forma delgada un perfil ancho. Esto hace posible disimular lentes gruesas sin comprometer una apariencia limpia.



Aros es un homenaje al origen danés de Prodesign y a sus 50 años de historia. Sus líneas geométricas y limpias, fresadas a partir de una placa de titanio, se visten con una amplia gama de colores atrevidos.

GO EYEWEAR GROUP

GO Eyewear Group crea y desarrolla gafas graduadas y gafas de sol que son sinónimo de diseño, tecnología y calidad. Originaria de Brasil, GO Eyewear inició su expansión internacional a finales de 2009, y ahora está presente en todo el mundo. Entre las sucursales europeas, norteamericanas, rusas y asiáticas, GO cuenta con el apoyo de más de 70 agentes y distribuidores cuidadosamente seleccionados. Go Eyewear Group está presente en más de 60 países.

Nuestro grupo reúne todos aquellos ingredientes necesarios para convertirse en uno de los principales actores del mercado óptico internacional, como son, marcas propias, diseño, desarrollo de los productos, fabricación, logística y distribución, elementos clave en el futuro del sector.



JO&MARGOT Milano

Ana Hickmann eyewear

Hickmann eyewear

T-CHARGE EYEWEAR

Bravewear

BULGET OCCHIALI


GO
EYEWEAR GROUP
MEET US AT MIDO
Hall 1 Stand M22 N21
JO&MARGOT
Milano
Ana Hickmann
eyewear
T-CHARGE
EYEWEAR
Hickmann
eyewear
BULGET
OCCHIALI
Bravewear

iGreen Hi-Tech Frames **BOLD**

iGreen sorprende con la nueva colección iGreen **BOLD**

La colección iGreen BOLD, de la empresa italiana Thema Optical, sigue las tendencias y las fusiona con el ADN de la línea iGreen: calidad, ligereza y máxima comodidad.





Las gafas iGreen BOLD son elegantes, caprichosas, perfectas para quienes aman atreverse y buscan un estilo atrevido. De diseño impactante, todas ellas están fabricadas en acetato o bioacetato, una alternativa sostenible y con un menor impacto medioambiental que el acetato tradicional.

Únicas, diferentes, modernas y de plena actualidad, sostenibles en materiales y métodos de producción, las iGreen BOLD se producen bajo demanda: ¡cero stock y cero desperdicio de materias primas y energía!

La nueva colección BOLD incluye doce nuevos modelos, cada uno de los cuales viene en tres colores, formas icónicas y carácter, unisex, para él y para ella. ¡Una colección que no pasa desapercibida! Los doce modelos están presentes en el configurador iGreen Custom y se pueden personalizar en cada detalle.

Moda, color, ligereza y personalización, la nueva colección tiene todas las características peculiares de iGreen. La colección perfecta para quien sigue las tendencias y quiere la calidad Made in Italy.



Las monturas iGreen Bold se producen bajo demanda. Se presentan en doce modelos y formas unisex, para él y ella, cada uno en tres colores que van desde el puro cristal translúcido al negro intenso, pasando por coloridos degradados.

Para descubrir más sobre la colección y conocerla mejor:
https://thema-optical.com/
http://www.igreeneyewear.com/
https://configurator.thema-optical.com/
info.es@thema-optical.com

iGreen
Hi-Tech Frames

BOLD



CREA TUS GAFAS PERSONALIZADAS

Mod. IG4.147 - Copyright @2023 - THEMA OPTICAL srl - www.thema-optical.com



Una colección fresca como la brisa del mar

Quebramar, marca 100% portuguesa creada en la bella localidad de Cascais y una de las firmas que componen el porfolio de Prooptica, mantiene desde sus orígenes una evidente pasión por las actividades náuticas y la frescura propia de la brisa del mar emanando de todas y cada una de sus creaciones.



Actualmente, Quebramar es una marca referente de moda líder en Portugal. Su colección de gafas es como una explosión de frescor natural, con intensos juegos de colores y transparencias que enriquecen el diseño dinámico y relajado. Las gafas presentan un estilo deportivo y casual, inspirado en sus orígenes náuticos. La colección está desarrollada pensando en la comodidad y la adaptación al día a día de una juventud activa y dinámica.

Al igual que la colección, también se han renovado las imágenes de la campaña de gafas Quebramar. La sesión de fotos se realizó en un velero, lo que creó un ambiente muy característico de la marca. El fotógrafo João Portugal capturó la energía única vivida en ese día a través de dos jóvenes relajados y animados luciendo las nuevas monturas y gafas de sol Quebramar.

www.prooptica.es - Tel.: 911 252 571

◀ Las imágenes de la campaña de gafas Quebramar, captadas por el fotógrafo João Portugal, captan la energía náutica de la colección en el rostro de dos jóvenes.



PROOPTICA IBERIA, S.L. | C/ Cardenal Belluga, 6 Entreplanta A 28028 MADRID
Tel.: 911 252 571 | tienda.prooptica.es | www.prooptica.es

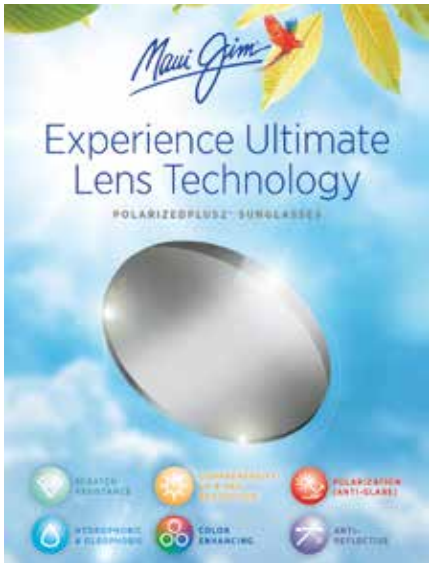
© Lanidor 2023

Máximo rendimiento en las actividades al aire libre

Tanto si se trata de una excursión en barco, un paseo al sol, una carrera por el bosque o una aproximación al verde de un campo de golf, la salud ocular desempeña un papel fundamental en la forma en que pasamos nuestro tiempo al aire libre. Sin embargo, a menudo se subestima la importancia del apoyo visual, por lo que elegir unas gafas de sol de primera calidad resulta esencial.



Seleccionar el mejor par de gafas de sol para cada usuario implica tener en cuenta factores como la actividad que se va a realizar, el rendimiento exigido, las necesidades del estilo de vida del usuario y los materiales de la montura y las lentes. Por este motivo, las gafas de sol Maui Jim ofrecen el más alto grado de comodidad y protección, la más amplia variedad de estilos y materiales, pero, sobre todo, mejoran el rendimiento general del usuario a través de una experiencia visual superior.



Todas las gafas de sol Maui Jim cuentan con lentes PolarizedPlus2® que integran seis novedosas tecnologías patentadas para una visión única: polarización antideslumbramiento, protección integral contra los rayos UV y la radiación visible de alta energía, realce del color, Clearshell® Scratch Resistance (resistencia patentada a los arañazos) y tratamiento que repele el agua y la grasa y anti-reflectante.

Maui Jim PolarizedPlus2®: 1 lente, 6 tecnologías patentadas para una visión sin igual

Todas las gafas de sol Maui Jim están equipadas con lentes PolarizedPlus2®, que eliminan el deslumbramiento y realzan los colores, gracias a la integración de 6 tecnologías distintas en un solo par de gafas:

- POLARIZACIÓN (ANTIDESLUMBRAMIENTO): La película polarizada patentada de alta eficacia elimina el deslumbramiento.
- PROTECCIÓN INTEGRAL CONTRA LOS RAYOS UV Y AEV: Bloquea el 100% de los rayos UV nocivos y reduce la radiación visible de alta energía (AEV). Todas las gafas de sol Maui Jim han sido recomendadas por The Skin Cancer Foundation como un filtro UV eficaz para los ojos y la piel de su alrededor.
- REALCE DEL COLOR: La tecnología patentada de Maui Jim realza la luz natural en lugar de atenuarla, proporcionando un color y una claridad excepcionales.
- CLEARSHELL® SCRATCH RESISTANCE: resistencia patentada a los arañazos para mejorar el rendimiento y la durabilidad en el anverso y el reverso de la lente.
- HIDROFÓBICA Y OLEOFÓBICA: Los tratamientos patentados de las lentes repelen el agua y la grasa.
- ANTI-REFLECTANTE: El tratamiento patentado de la parte posterior elimina la luz reflejada y el deslumbramiento por detrás y por debajo.

Rendimiento mejorado en cualquier condición y para todo el mundo

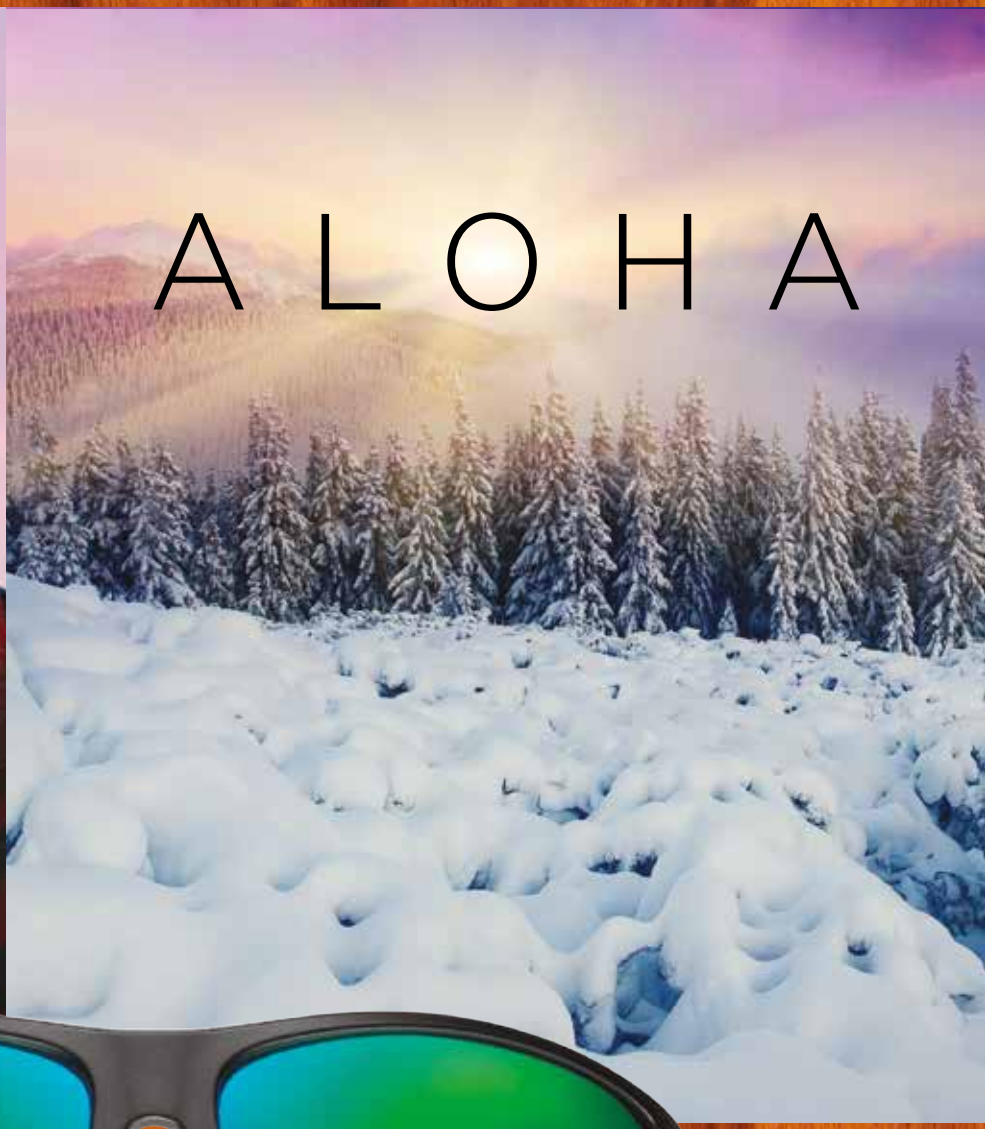
Las lentes Maui Jim están disponibles en cuatro colores base y en una amplia gama de tratamientos espejados y no espejados, para garantizar al usuario la mejor visión en función del tipo de actividad que realice y de las condiciones de luz. El color de lente NEUTRAL GREY ofrece la mayor reducción de luz disponible para la luz solar directa y brillante, excepcional para deportes acuáticos y de nieve. Por su parte, HCL® BRONZE garantiza un contraste excelente para las condiciones de luz variables de cada día. MAUI ROSE® ofrece un sutil tono rosa con el mayor contraste disponible, perfecto para deportes de movimientos rápidos. MAUI HT™ permite la mayor transmisión de luz disponible permitiendo una increíble percepción de la profundidad, ideal para actividades como el golf o siempre que necesites una rápida adaptación a la oscuridad.

La innovación de Maui Jim no se detiene en la tecnología patentada de lentes PolarizedPlus2® o en los diversos materiales de las lentes; de hecho, el 95% de los diseños de Maui Jim se pueden fabricar también con graduación. Su tecnología patentada de lentes graduadas, MauiPassport™, está disponible en diseños monofocales y progresivos y se procesa y compensa digitalmente para obtener la máxima claridad en toda la superficie de la lente y ofrecer un campo de visión más amplio que las lentes convencionales para una claridad de borde a borde. El diseño progresivo, MauiPassport™ 2.0 proporciona una visión a distancia más amplia, maximizada para el uso en exteriores, y es el complemento perfecto para los usuarios graduados que no quieren renunciar a la visión.

Maui Jim®

LENTES DE SOL
POLARIZEDPLUS2®







MODELO : EQUATOR
Disponible para graduar

Va a ser un buen día.

MAUIJIM.COM | GAFAS DE SOL | GAFAS DE SOL GRADUADAS | GAFAS OFTÁLMICAS

Trevi Coliseum

Nuevos horizontes en gafas para todos los puntos de vista

Trevi Coliseum, con sus marcas Clark, Coliseum, Cotton Club y Trevi 1971 estará presente en la feria internacional de Milán, Mido 2023, del 3 al 5 de febrero, en el hall 2, stand D27-D28, para mostrar a sus clientes y amigos, ópticos-optometristas de todo el mundo, sus últimas creaciones en gafas de sol y monturas.



La línea Clark, de Trevi Coliseum, ofrece monturas y gafas de sol para ellas y ellos, entre las que no faltan modelos especiales con clip on.

En Mido Milán, Trevi Coliseum da a conocer en primicia los nuevos lanzamientos de sus reconocidas firmas ópticas, entre ellas Clark, con modelos de sol, vista y monturas con clip on de sol. Clark es la primera marca corporativa que nace como una línea básica de gafas para hombre, mujer y niño, consagrada ya en todo el mundo por su identidad propia y con un posicionamiento que se ha consolidado a lo largo de los años, sabiendo reinventarse, de una simple línea de gafas, a una auténtica marca de estilo de vida de referencia. La colección representa el manifiesto de la vida cotidiana, del estilo urbano al clásico. Reforzado por la correlación entre diseño y precio, alcanza y satisface todos los gustos.

Entre reminiscencias vintage y la estética actual, nació Trevi 1971. La colección que rinde homenaje al pasado, redescubriendo los modelos más icónicos de todos los tiempos: monturas con un diseño sofisticado y detalles extremadamente preciosos. Elevando el estilo retro, la colección sigue el mismo encanto de la época, añadiendo una pizca de inconformismo bohemio. Un poema entre la originalidad y el refinamiento. Versatilidad, resistencia y elegancia son los ingredientes básicos para la creación de cada gafa Trevi 1971. ¿Regla fundamental? La libertad de ser único.

Clase, diseño y grandes formas son las "palabras clave" de la colección Coliseum, que siempre ha sido un símbolo de encanto atemporal. En un matrimonio perfecto entre inspiraciones románticas y toques futuristas, Coliseum fascina con líneas sofisticadas y un encanto glamuroso. Las monturas Coliseum están cuidadosamente elaboradas, tanto en el uso de materiales de la más alta calidad como en la adopción de técnicas innovadoras, en las que el encanto y el dominio técnico se llevan al límite. Esta línea representa la máxima expresión de elegancia entre las colecciones de Trevi Coliseum interpretando los códigos estilísticos de la empresa en clave moderna. La mano de obra de calidad impecable celebra el inconfundible savoir-faire de las tendencias prêt-à-porter del momento. Cada modelo contiene materias primas y acabados de prestigio que dan vida a unas gafas atemporales, con un diseño refinado e incomparable.

www.trevicoliseum.it



Trevi 1971 es pura expresión de la fascinación vintage mientras la elegancia y refinamiento se dan cita en los detalles de la colección Coliseum.

HOYA
FOR THE VISIONARIES

MiYOSMART



Reduce la progresión de la miopía en un 60% de media*

* Lam CSY, Tang WC, Tse DY, Lee RPK, Chun RKM, Hasegawa K, Qi H, Hatanaka T, To CH. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomised clinical trial. British Journal of Ophthalmology. Published Online First: 29 May 2019. The 2-year randomized clinical trial involved 160 children aged 8 to 13.
Lente oftálmica que cumple con los requisitos generales establecidos en el anexo I del Reglamento Europeo 745/2017 sobre dispositivos médicos así como las normas ISO 8980-1 /2/3/4 y 5 e ISO 14889. Número de aprobación de la comunidad de Madrid CPS.: 3938-PS-CM.

MiYOSMART. La forma inteligente de tratar la miopía en niños

Que nada les impida avanzar; ralentiza la progresión de su miopía.

¡RECARGABLE, NATURAL, SOSTENIBLE!

EL SPRAY LIMPIADOR DE GAFAS GLASKLAR LIMPIA Y CUIDA TODO TIPO DE GAFAS, REVESTIMIENTOS Y MONTURAS DE FORMA NATURAL E IMPECABLE. LOS FRASCOS PERSONALIZADOS DE GLASKLAR SON LA PIEZA CLAVE DEL CONCEPTO DE MARKETING ÚNICO DE GLASKLAR, QUE ES UNA FORMA BRILLANTE Y SENCILLA DE PROMOCIONAR SU NEGOCIO Y DE FIDELIZAR A LOS CLIENTES.

EL PIONERO DE UNA SOLUCIÓN DE LIMPIEZA PERFECTA PARA TODAS LAS GAFAS

Si usted se encuentra con Jörg Bartsch, Máster en Optometría y fundador de GLASKLAR, y habla con él sobre su empresa, podría escucharle durante largo rato. Porque se encontrará con una de las pocas personas que han perseguido su visión hasta hacerla realidad. Todo comenzó con un óptico que tenía el deseo de producir el spray limpiador perfecto para gafas.
Uno que limpie sin rayas ni residuos, que esté hecho con ingredientes naturales, que funcione bien en todos los materiales y que sea cómodo de llevar a todas partes. Y, por supuesto, que el frasco sea recargable. Aquí empieza nuestro viaje sostenible.

MADE IN GERMANY – MADE BY US

El frasco de 30 ml está disponible en 12 colores brillantes y es el compañero de viaje indispensable para los usuarios de gafas y otras víctimas de la moda: cabe perfectamente en el bolsillo de la chaqueta o en el bolso. El frasco de 100 ml es perfecto para usar en casa. Los fabricamos nosotros en Alemania, en parte con plástico reciclado y son 100 % reciclables. El pilar principal de nuestra sostenibilidad es la exitosa idea de marketing de GLASKLAR.
Sus clientes volverán a la tienda para rellenar su envase haciendo uso del sistema de recarga, llamado "NachfüllBAR". El ahorro de recursos es un requisito importante del principio de sostenibilidad. GLASKLAR reduce el gasto de energía al mínimo gracias a las cortas rutas de transporte. Producimos casi todos los componentes del sistema en nuestras unidades de producción propias en Colonia y sus alrededores, y el proceso de producción funciona con electricidad verde.

LA MARAVILLA DE LA FIDELIDAD Y EL APRECIO DE LOS CLIENTES

La implementación de nuestro concepto de marketing GLASKLAR en su tienda hará que sus clientes la visiten con mayor frecuencia. Experimentarán su excelente servicio, verán las nuevas tendencias en gafas y harán algunas compras impulsivas.
Además, el concepto GLASKLAR reforzará su imagen de empresario responsable con el medio ambiente y las generaciones futuras. Al final, su cliente se convertirá en embajador de su tienda, lo que se traduce en una gran fidelidad y aprecio por parte de los clientes.

NÚMEROS:

- **aprox. 3600 clientes en todo el mundo**
- **operando en 46 países**
- **tasa de reposición de pedidos del 97 %**

INFORMACIÓN:

- **limpieza de gafas apta para todo tipo de lentes, revestimientos y monturas**
- **ingredientes 100 % naturales**
- **los frascos - 100 % reciclables: impresos con su logo e información en un proceso de impresión serigráfica de alta calidad y larga duración - su tarjeta de visita rellenable**
- **pequeña huella de carbono: producción local y electricidad 100 % verde**
- **la NachfüllBAR (estación de recarga): en muchos colores y diseños - impresa con su logo**
- **Made by us - Made in Germany con los más altos estándares de calidad y los más nuevos estándares de sostenibilidad**

¡LA BASE DE SU ÉXITO!







BUSCAMOS:

- **ópticos apasionados, que crean en un concepto de fidelización sostenible del cliente.**
- **agentes profesionales, que vean el gran potencial de negocio.**

Quedamos a la espera de su consulta.

GLASKLAR International B.V.
international@glasklar.com
www.glasklar.com

MIDO
LIVE THE WONDER
Stand de la feria
4.D18

Consulte nuestro sitio web para obtener más información: www.glasklaroptica.com/es

GLASKLAR

CIRCUS
mirojeans
eyewear

Patterns geométricos y mil colores

MiroJeans Eyewear lanza, de la mano de Natural Optics, su nueva colección Circus. Cada uno de los diseños exclusivos que la componen, tanto de vista como de sol, incluyen formas originales, patterns geométricos y colores muy vistosos.







La colección de monturas y gafas de sol Circus, en metal o acetato, muestra formas originales, diseños exclusivos y colores vivos.

Esta nueva temporada primavera/verano 2023 Mirojeans eyewear vuelve con una nueva tendencia que está arrasando y no podía faltar en las monturas de esta marca tan atrevida, trasladándola a cada uno de los modelos de esta colección y llenándola de formas mucho más originales, colores vivos y vibrantes, patterns geométricos y laminaciones irregulares que aportan toda la diversión del circo a cada una de las gafas que componen este primer lanzamiento.

Diseños exclusivos de edición limitada, creados en diferentes materiales de gran calidad, con acabados únicos y muchas novedades en esta colección única. Innovación en formas, colorido y diferentes calibres para crear monturas mucho más llamativas y originales, nueva línea de acetato HD con degradado de color, nuevas estructuras con metal plano calado, incorporación de una varilla de acetato extrafina en algunos modelos, utilización de nuevos acetatos con patrones geométricos que nos recuerdan a los estampados del circo, nuevos clips solares magnéticos con aro metálico y sujeción superior para un mayor ajuste, entre otros muchos detalles que llevarán a esta colección a ser el mejor complemento de moda de esta temporada, especialmente para los espíritus más atrevidos.

Encuentra CIRCUS de Mirojeans eyewear en todos los puntos de venta asociados al grupo NOG y descubre todas las novedades de esta colección en su instagram (@mirojeanseyewear).



@mirojeanseyewear

LIMITED EDITIONS
EXCLUSIVE **NOG**
naturalopticsgroup.com

Natural Optics

UGO | UNIÓN GENERAL DE ÓPTICA





BOLLÉ

Torus, la máscara premium de Bollé, gracias a su forma tórica y a su montura optimizada, ofrece un campo de visión extra amplio sin distorsiones y proporciona la mejor visión posible a la vez que maximiza el flujo de aire para evitar el empañamiento. La visión permanece igual independientemente de las condiciones meteorológicas gracias a la lente propia de la marca, Volt, desarrollada con inteligencia artificial específicamente para nieve, aumenta la percepción de profundidad, tiene un 100% de protección UV y realza el color en un 30%. La Torus, además, tiene un sistema de cierre con pestillo Bollé Eyelatch y está disponible en siete colores diferentes.
www.bolle.com



MOREL

Viva Magenta, color Pantone de 2023 inspirado en la cochinilla, uno de los tintes más preciados y naturales, es un color vibrante, brillante y lleno de vida al que rinde homenaje la Maison Morel en algunas de sus monturas: 20137K, en tonos rosas, rojos y morados que atrevido en su forma y contrastes aporta un refinado toque de color; 40224N, modelo que enfatiza el color gracias a los collages de acetato a veces translúcidos y encantadores, a veces opacos y asertivos, y el 40203N, generoso en color, explora una paleta en consonancia con el espíritu Viva Magenta. Conclusión: monturas en sintonía con el "Magentaverso".



YALEA

La firma del grupo De Rigo Vision presenta entre sus novedades para este 2023 la gafa de sol SYA106, con frente cuadrado amplio y perfiles gruesos especiales gracias a la magistral combinación de acetatos que crea un juego de colores refinado. Las varillas van personalizadas con el monograma AY en metal dorado.
www.derigo.com



LACOSTE EYEWEAR

De la mano de Marchon eyewear llegan los dos nuevos modelos de sol y graduado de Lacoste eyewear que rinden homenaje a la herencia y a la estética de la "maison" francesa. El look informal, elegante y de inspiración deportiva de ambos modelos, fabricados en acetato de alta calidad, juega con las combinaciones de colores. Tanto la gafa de sol como la de vista tienen un frente rectangular atemporal y las varillas presentan una combinación de bloques de colores con el logotipo Lacoste ampliado colocado en la primera parte. Los modelos se pueden elegir en varios colores de moda, entre ellos: negro, carey o azul marino.
www.lacoste.com - www.marchon.com



CENTROSTYLE

La firma presenta nuevas referencias dentro de su colección de gafas de lectura Reading Easy para la nueva temporada primavera-verano 2023. Los nuevos diseños se presentan con colores divertidos y tonos flúor, perfectos para acompañar los primeros rayos de sol. Destaca el modelo R0350, una gafa tipo pantos que está disponible en colores de tendencia como el amarillo, rosa, verde y naranja. ¿Quién dijo que las gafas de lectura no están de moda? **www.centrostyleproducts.com**



INVU

El primer lanzamiento de INVU en 2023, Ebony e Ivory (Ébano y Marfil), rinde homenaje a dos colores icónicos de moda: blanco y negro. Con un frente atrevido, unas varillas amplias y modernas, ambos modelos son una declaración audaz de moda. Pero el consumidor actual quiere algo más en unas gafas de sol: ambos modelos, de precio muy competitivo, van equipados con lentes ultrapolarizadas patentadas por Swiss Eyewear Group para garantizar una visión nítida y sin reflejos. Las gafas Invu están distribuidas en España por Day & Night.
www.dayandnightimport.com – www.invueyewear.com



SUNGLASSES MODEL: **1899 GOLD**





WEB EYEWEAR

El elegante diseño de la nueva colección WEB EYEWEAR muestra la renovación estética y técnica de la marca a través de unas monturas ópticas que, gracias a un cómodo y sencillo clip-on, son perfectas también para llevar en un espléndido día soleado. Esta montura pantos de carácter unisex (WE5404) está fabricada en acetato, con un estilo clásico que juega elegantemente con los colores y las transparencias. Se caracteriza por un innovador contraste entre la estructura frontal y las varillas, con el icónico torchón de la marca.

www.web-eyewear.com



OXIBIS

Alegre, sorprendente, exótica, romántica e ideal para caras pequeñas es la nueva montura S.Avana, de Oxibis. Propuesta en calibres 45 a 47, fijándonos en su frontal vemos una gafa actual, bellamente colorida en tonos azules, naranjas y verdes con acabados satinados. En cuanto a las varillas, al abrirlas, un segundo color crea una vívida combinación de tonos y una impactante construcción compuesta por dos hilos exteriores y uno interior que crea una línea en tonos a juego o contrastantes a través de la sien calada.

www.oxibis.com







CENTROSTYLE KIDS

Centrostyle presenta, dentro de su colección de gafas para niños entre 5 y 8 años, nuevos modelos con formas divertidas y en tendencia. Estas gafas de sol están fabricadas en policarbonato, un material que las hace muy flexibles y ligeras, para adaptarse al estilo de vida de los más pequeños de la familia. Puedes encontrar algunas de las referencias como los modelos S0466, S0467, S0468 Y S0473, en el catálogo online de la marca:

www.centrostyleproducts.com







RUDY PROJECT

La marca, distribuida en España por RTC, presenta los modelos Spinshield Air y Stardash. La ligereza, el campo de visión ampliado, la visión sin obstrucciones y el diseño resuelto son el corazón de la máscara Spinshield Air. Con sus lentes de alta cobertura, Rudy Project brinda un estilo semi al aire y elegante; además, está adaptada para RX gracias a un optical insert diseñado específicamente para lentes cilíndricas. Por su parte Stardash es un modelo de sol, categoría 4, con protectores laterales extraíbles, de diseño ligero y atemporal para proteger contra los elementos con estilo e inspirado en la icónica forma de lágrima que garantiza una comodidad perfecta y una apariencia audaz para exploradores o quienes buscan un estilo de vida elegante.

www.rtc-optica.com



CENTROSTYLE

La firma italiana, distribuida en España por La Sede Óptica, que siempre ha destacado por su línea de accesorios, presenta ahora la colección joya INNAMORATA, con modelos en metal con detalles en cristal, perlas, con formas geométricas y mensajes de amor, que darán un toque romántico a tus gafas para esta nueva temporada.

www.centrostyleproducts.com

FARMAOPTICS

ópticas con doble garantía de salud

progresivos

¡para los que no paran!



¡PROTÉGETE!

*Entra e infórmate de qué **progresivos** se adaptan a ti*

* Promoción válida desde el 15 de febrero hasta el 31 de marzo de 2023. Lentes orgánicas progresivas sin tratamiento con graduación hasta +/-4 esfera y +/-2 cilindro índice 1.5. Oferta válida para una selección de monturas FMO indicadas en el establecimiento.

Modelo FMO-139

ESTABLECIMIENTO CON: doble GARANTÍA DE SALUD

WWW.FARMAOPTICS.COM

EUROLENT CELEBRA EL QUINTO ANIVERSARIO DE SU LENTE DE ORTOQUERATOLOGÍA ORQ-100, IDEAL PARA MIOPÍAS JUVENILES



ORQ-100 es una lente de ortoqueratología de rotación simétrica para cuya adaptación no es necesario trabajar con caja de pruebas. La adaptación se realiza de forma empírica mediante software en función de la topografía corneal de la córnea que vamos a tratar. Esta lente de contacto se basa en el principio de geometría asférica que Eurolent ha fabricado y distribuido desde hace más de 30 años y que garantiza el mejor ajuste paralelo posible en el área de la "zona de apoyo". Incluye un diseño adaptativo, recientemente desarrollado. Esta geometría distinta a otras lentes del mercado hace de ORQ-100 la lente de elección para miopías juveniles. Es una lente con resultados más predecibles, diámetros mayores que harán la lente más cómoda y estable y utilización de un software de cálculo más avanzado en función de las topografías.

De todas formas, es muy importante la elección del paciente; el tratamiento será muy efectivo hasta 6.00 dioptrías, siempre que el astigmatismo no sea superior a 1.5 dioptrías y la queratometría plana esté comprendida entre 8.40 y 7.00. Fuera de este rango los resultados serán más impredecibles y tendríamos que buscar lentes de la misma familia de adaptación especial.

Para ayudar a los optometristas a realizar estas adaptaciones, Eurolent propone cursos de especialización en los que se verá la forma de actualizar conceptos de la ortoqueratología actual, indicaciones, fijar conceptos en la selección del paciente, cálculo de la lente en base a datos topográficos previos, concretar el proceso de adaptación y revisiones, así como manejar complicaciones. Por supuesto, Eurolent proporciona asesoramiento técnico durante todo el proceso de adaptación; también existe la posibilidad de conexión online para asistencia técnica y seguimiento del caso.

Puedes solicitar información a EUROLENT S.L. Sus departamentos Comercial y Técnico están para ayudarte: **comercial@eurolent.com y consultas@eurolent.com**

ALCON SE ASOCIA CON PLASTIC BANK PARA REDUCIR EL IMPACTO DE RESIDUOS PLÁSTICOS EN LOS OCÉANOS



Como parte del compromiso para ayudar a construir un futuro mejor y más sostenible para el planeta, Alcon se ha asociado con Plastic Bank, una entidad social cuya misión es limpiar los océanos y las vías fluviales alrededor del mundo, para desarrollar un programa conjunto de compensación en el entorno marino.

Esta iniciativa está destinada a conseguir que Plastic Bank retire una tonelada de plástico del océano en comunidades costeras vulnerables por cada tonelada que Alcon utilice en las lentes de contacto y envases PRECISION1TM y DAILIES TOTAL1TM. Esta alianza se establecerá en cerca de 70 países del mundo, entre los que se encuentra España.

"En Alcon, hemos puesto en marcha diversas iniciativas destinadas a construir un futuro más sostenible para todos usando plástico y cartón reciclable en nuestros envases de lentes de contacto. Gracias a esta asociación con Plastic Bank, podremos contribuir, además, al cuidado y protección de nuestros océanos y toda su biodiversidad", ha destacado Inés Mateu, directora del área de Vision Care de Alcon en España y Portugal.

CONÓPTICA SIGUE CRECIENDO EN LAS SOLUCIONES CLEADEW



La gama de productos de soluciones de mantenimiento Cleadew, fabricada por la compañía Opthecs y distribuida por Conóptica en el mercado español, crece de forma exponencial después de su presentación a finales de 2017. La buena acogida entre el sector profesional de los productos Cleadew se debe a la diferenciación que ofrecen estas soluciones en materia de desinfección, comodidad y seguridad en el porte de cualquier tipo de lentes de contacto.

"Desde su lanzamiento en España, las prestigiosas soluciones de mantenimiento Cleadew han ido incrementando su presencia en España de forma exponencial, siendo ahora las preferidas por las principales cadenas y aquellos establecimientos de óptica independientes especialistas en la adaptación de lentes de contacto con parámetros individuales", subraya Enrique Rubio, director comercial de Conóptica.

Después de que Cleadew GP se consolidase como producto de referencia en el mantenimiento de las lentes de Orto-k y Cleadew Soft en el de mantenimiento de lentes blandas con parámetros individuales, ha llegado la gama completa para el mantenimiento de lentes esclerales. El tándem formado por Cleadew SL para la desinfección y Cleadew SLi para el enjuague e inserción de lentes esclerales simplifica el mantenimiento asegurando la máxima desinfección y un inmejorable cuidado.

Ahora, Conóptica y Opthecs presentan una nueva solución de mantenimiento revolucionaria que mejora la comodidad en el porte de las lentes de contacto blandas día a día. La nueva solución Cleadew MPS y su exclusiva formulación hace que el usuario, especialmente aquellos de lentes de contacto de silicona-hidrogel, note una mejora en el confort del uso de la lente día a día, llegando a las dos semanas de uso a unos niveles de mejora de comodidad máximos. La nueva solución Cleadew MPS estará disponible en el mercado español a partir de Enero de 2023. De esta forma Conoptica refuerza su posición como principal distribuidor de Ophtecs /Cleadew en Europa.

LENTES DE FANTASÍA PARA CARNAVAL: UNA OPORTUNIDAD PARA VENDER MÁS



Este año vuelve a celebrarse el carnaval sin restricciones y es muy probable que triunfen los disfraces de criaturas fantásticas. Disop te propone ofrecer las lentes de fantasía como complemento a la caracterización de zombies, vampiros, orcos y cualquier otro disfraz.

El catálogo de Disop tiene una gran variedad de modelos: ojo de cuervo amarillo, bruja negra, diablo rojo, zombi blanco, orco y azul hielo, entre muchos otros. La firma cuenta con diseños muy originales, algunos incluso se iluminan con la luz ultravioleta de las discotecas. Los más populares están disponibles en lentes de reemplazo anual y diario.

Las tiendas recibirán también vinilos de escaparate para informar al usuario sobre esta oferta de lentes de contacto para Carnaval.

Consulte las ofertas y condiciones comerciales con su delegado comercial de Disop o en el teléfono +34 916 612 244.

Confort

Hidratación

LA MÁS COMPLETA*

Salud**

Diseño



NUEVA

Tecnología Avanzada **MoistureSeal®**
+ Nueva Tecnología **ComfortFeel**

La **Tecnología Advanced MoistureSeal®** ofrece mayor retención de hidratación **después de 16 horas**, en comparación con las principales lentes de hidrogel de silicona diarias[1]

La **Tecnología ComfortFeel** libera componentes para favorecer el confort y el cuidado de los ojos, diseñados para ayudar a **proteger, enriquecer y estabilizar** la película lagrimal[2]

Recomiende las lentes de contacto de hidrogel de silicona diarias MÁS COMPLETAS*

* Solo las lentes de contacto ULTRA® ONE DAY de BAUSCH + LOMB ofrecen un sistema completo de hidratación y confort con las tecnologías Advanced MoistureSeal® y ComfortFeel, junto a un diseño completo con Dk/t alto, módulo bajo, bloqueo de radiación UV y óptica de alta definición.

** Las tecnologías del material de las lentes de contacto ULTRA® ONE DAY de BAUSCH + LOMB, junto a la inclusión de determinados componentes para el cuidado de los ojos, actúan de forma conjunta para favorecer un entorno saludable y estable en la película lagrimal y en la superficie ocular.

Las lentes de contacto con filtro UV NO sustituyen a las lentes oftálmicas o gafas de sol con filtro UV, ya que NO cubren por completo el ojo ni la zona circundante. Se debe continuar usando la protección contra la radiación UV que se haya recomendado

1. Schafer J., Steffen R., Reindel W. A clinical assessment of dehydration resistance for a novel silicone hydrogel lens and six silicone hydrogel daily disposable lenses. **2.** Rah M. Ocular surface homeostasis and contact lens design. Fevereiro 2021. Disponible en: https://viendolavida.com/bl-ultra-one-day-tech-talk-ocular-surface-homeostasis/

Las lentes de contacto son productos sanitarios. ULTRA® ONE DAY de BAUSCH + LOMB y MoistureSeal® son marcas comerciales de Bausch & Lomb Incorporated o sus filiales. Todos los demás nombres de marcas/productos y/o logotipos son marcas comerciales de sus respectivos titulares.

© 2022, Bausch & Lomb Incorporated. ® /™ indican marcas comerciales de Bausch & Lomb Incorporated. o sus filiales. Estos productos sanitarios cumplen con la legislación vigente. Consulte las advertencias y precauciones de cada producto en las instrucciones de uso. PPM-ES2112-37



Live the ULTRA **Life.**

BAUSCH + LOMB



Jérôme, Francis y Amélie, cuarta generación de la "Maison Morel".

Amélie Morel

Representante de la cuarta generación de la Maison Morel y continuadora de un legado de casi siglo y medio de pasión por las gafas

Con más de 140 años de historia, Morel es todo un referente en el sector eyewear. Su historia es la de una familia apasionada por su trabajo como fabricante de gafas. La marca francesa es creativa y pionera, dejando su huella a través de modelos icónicos, de los que han vendido millones de unidades por todo el mundo. Actualmente Morel, desde su centro de diseño en Francia, trabaja con directores artísticos, diseñadores y especialistas en color para diseñar el eyewear del futuro, desde la idea inicial hasta el producto terminado. Además, Morel siempre tiene un lugar especial y de orgullo para las mujeres, utilizando todo su ingenio creativo para crear modelos femeninos en línea con las últimas tendencias. En la empresa, además de Jérôme y Francis, Amélie –nuestra interlocutora en esta entrevista– representa el pilar femenino en la dirección de la empresa, una mujer polifacética –presidenta también de Silmo– que, como las gafas de Morel, expresa en todo momento un estilo y personalidad arrolladoras.

La Maison Morel perpetúa una tradición familiar iniciada por Jules Morel en 1880. Jérôme, Francis et Amélie representan la 4ª generación ¿Qué significa para ustedes y para Morel ser los continuadores de tan importante legado?
¡Somos, efectivamente, la 4ª generación de Morel al frente de la empresa! Estamos muy orgullosos de este logro y de lo que nuestra familia ha construido a lo largo de los años. Es importante saber que cada generación ha aprendido de la anterior aportando su propia visión del mercado. Así, si Jules Morel creó la empresa a orillas del lago Les Rousses hace más de 140 años, Marius Morel fue quien puso en marcha su industrialización en Morez. Mi padre, Jacques, y sus hermanos desempeñaron un papel importante en la comercialización de la marca en Francia y en todo el mundo. Jérôme, Francis y yo continuamos el legado, trabajamos la imagen de marca y producto de Morel y controlamos la distribución en todo el mundo.

¿Sobre qué pilares se asienta esta trayectoria de tantos años de continuidad ininterrumpida y éxitos en el mundo de la óptica?
La empresa sigue reinventando el negocio de las gafas sin dejar de ser fiel a sus valores de autenticidad, pasión, audacia, independencia y compromiso. Hoy, la empresa se esfuerza por transmitir la autenticidad de su experiencia mientras desarrolla una sólida red de distribución internacional. Nuestra pretensión es ser reconocidos como el fabricante francés de gafas preferido en todo el mundo. Para conseguirlo, la filosofía de Morel ha sido siempre la de poner el producto y el cliente en el centro de su estrategia. Por lo tanto, nuestras creaciones están pensadas y realizadas en nuestro centro de diseño en Morbier, lo que explica nuestra singularidad. Finalmente, la calidad de nuestros servicios y, en particular, el servicio postventa son importantes para nosotros porque todos nuestras gafas son 100% reparables.

¿Qué significa para Morel y para la industria francesa de gafas ser una de las empresas abanderadas de la región del Haut Jura?
La cuenca del Alto Jura ha visto nacer la industria de las gafas. Es en esta región donde se escribió la historia, se desarrolló el saber hacer y se agruparon todos los actores involucrados en la fabricación de gafas para crear un verdadero polo de excelencia. Siendo fiel a su región de origen desde 1880, Morel ha contribuido en gran medida a preservar y promover el patrimonio y el saber hacer de esta región en todo el mundo.

En 2022 la Maison Morel ganó el plan France Relance logrando el premio de los "territorios de la industria del Jura". Durante el evento usted agradeció al ex Primer Ministro, Jean Castex, su fidelidad a la marca ya que lleva gafas Morel. ¿Qué comentaron?
En la ceremonia expresamos nuestro reconocimiento y orgullo por haber sido premiados por el Gobierno de Francia. Estamos muy orgullosos de esta inversión en nuestra sede en Morbier, para producir monturas de acetato. Por supuesto, felicitamos al Primer Ministro del Gobierno Macron (3 de julio de 2020 hasta el 16 de mayo de 2022) por su fidelidad a la marca Morel.

La Maison Morel está invirtiendo en su centro de Morbier con varios proyectos que incluyen mecanización, digitalización y responsabilidad medioambiental, entre otras. ¿De qué forma se materializan estos proyectos?
Para acompañar el crecimiento de Morel, estamos invirtiendo en nuestros equipos industriales en Morbier (Jura, Francia), región en la que hemos operado durante los últimos 140 años y perpetúa la transmisión de un saber hacer excepcional, adquiriendo controles numéricos de 5 ejes para producir monturas de acetato internamente y generar oportunidades de empleo. En el capítulo de responsabilidad, Morel es socialmente responsable y supera los desafíos globales de nuestro tiempo con nuestra iniciativa de RSE, "Morel Engagement", premiada por la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Enfocamos nuestro compromiso en tres áreas principales: producto, medio ambiente y sociedad. Por ejemplo, hemos equipado el 100% de nuestras monturas con lentes de demostración recicladas y reciclables. También reducimos nuestras emisiones de CO2 y nuestras bolsas para envasar las monturas son biodegradables. En cuanto a medio ambiente, continuamos implementando soluciones sostenibles para reducir nuestro consumo energético. Gracias a la colaboración con un apicultor local, se han instalado 19 colmenas. La miel se cosecha y se embotella "in situ" y se ofrece a nuestros clientes y socios. En 2022, Morel se convirtió en socio de "Plantons pour l'avenir", que trabaja por la gestión sostenible de los bosques. Esta alianza nos permitió participar en seis acciones de reforestación local, plantando más de 7.500 árboles. Además, se avecina un nuevo proyecto para la próxima primavera: instalar en la sede central persianas fotovoltaicas con puntos de carga eléctrica.



El pasado 11 de marzo de 2022 el entonces Primer Ministro de Francia, Jean Castell, fiel usuario de las gafas de Morel, entregó a Amélie Morel el galardón acreditativo del Premio “France Relance”.

Desde un punto de vista societario proporciona un equilibrio entre lo personal y lo profesional. Para ello construimos un restaurante self-service con terraza, un acogedor rincón para coffee breaks, futbolín para reuniones interdepartamentales, clases de yoga y algunos eventos internos como desayuno Morel, BBQ, fiesta de Navidad y algunas cosas más.

Qué representa Morel en el sector óptico internacional? ¿Cuáles son sus principales mercados y qué representa el español? Precisamente centrándonos en España ¿De qué forma están representadas sus marcas en el capítulo de distribución?

La historia de Morel comenzó en 1880 en el corazón del Parque Natural de Haut-Jura, la cuna de las gafas francesas. Nuestra sede todavía se encuentra en Jura, pero nos hemos convertido en una empresa global con 15 subsidiarias y 300 empleados en todo el mundo. El 75% de nuestras ventas se realizan fuera de Francia, gracias a una poderosa distribución que nos permite operar en 90 países y más de 20,000 ubicaciones. Europa y América del Norte son nuestros mayores mercados. Morel España es una de nuestras filiales desde 2018. Stefania Maso es la Country Manager de la empresa. El mercado español representa una oportunidad de crecimiento en el sur de Europa, donde llevamos tiempo observando con creciente interés el mercado.

¿Cuales son las expectativas y previsiones de Morel para este 2023?

Nuestra ambición es ser reconocidos mundialmente como la marca francesa líder en gafas independientes. Audacia y responsabilidad son las palabras clave para 2023. Estamos trabajando en muchos proyectos: nuevos lanzamientos, nuevas colecciones e incluso una nueva colaboración. Desde el año pasado, también hemos remasterizado nuestra comunicación con un nuevo logotipo, que celebra nuestra historia, junto con una convincente campaña publicitaria: "MIRANDO HACIA EL FUTURO DESDE 1880". Por último, pero no menos importante, integraremos tres nuevas filiales para ampliar la familia Morel.

¿Qué marcas componen su portfolio y qué cualidades adornan a cada una de ellas en cuanto a diseño, materiales, fabricación y colaboraciones especiales como la reciente con el célebre arquitecto Jules Nouvel?

Morel sigue creciendo y mejorando cada año, y estamos muy agradecidos a cada uno de nuestros clientes por desarrollar nuestra marca día a día. Nuestras monturas más innovadoras están diseñadas sin comprometer la comodidad, gracias a nuestra tecnología Lightec, ahora presente en todas nuestras colecciones principales. Las versiones actuales de nuestros modelos patentados Lightec utilizan una bisagra flexible sin tornillos. Además, Morel pone su saber hacer en el diseño de gafas de sol, dando como resultado modelos icónicos. La colección de sol está compuesta por gafas hermosas y sofisticadas que garantizan comodidad y protección, tanto para hombres como para mujeres; esta colección asertiva y actual ofrece colores exclusivos, formas ultra elegantes y lentes de alta calidad reconocibles por su revestimiento interior azul antirreflectante y sus lentes polarizadas.

Marius Morel Collection Originale incluye productos icónicos de nuestro saber hacer y relanza modelos vintage, réplicas exactas de los años 50: Mariposas, ojos de gato, pedrería o monturas combinadas, modelos con historia que te permiten viajar en el tiempo. La asociación exclusiva de Morel par Jean Nouvel, reúne dos industrias distintas: arquitectura y gafas. Después de dos años exitosos, la tercera edición se mantiene alineada con el objetivo inicial: combinar líneas arquitectónicas, materiales nobles y 140 años de experiencia en gafas.

En sus colecciones de gafas ¿Apuestan más por el sol o por la vista? ¿Qué papel desempeña en su portfolio cada una de ellas?

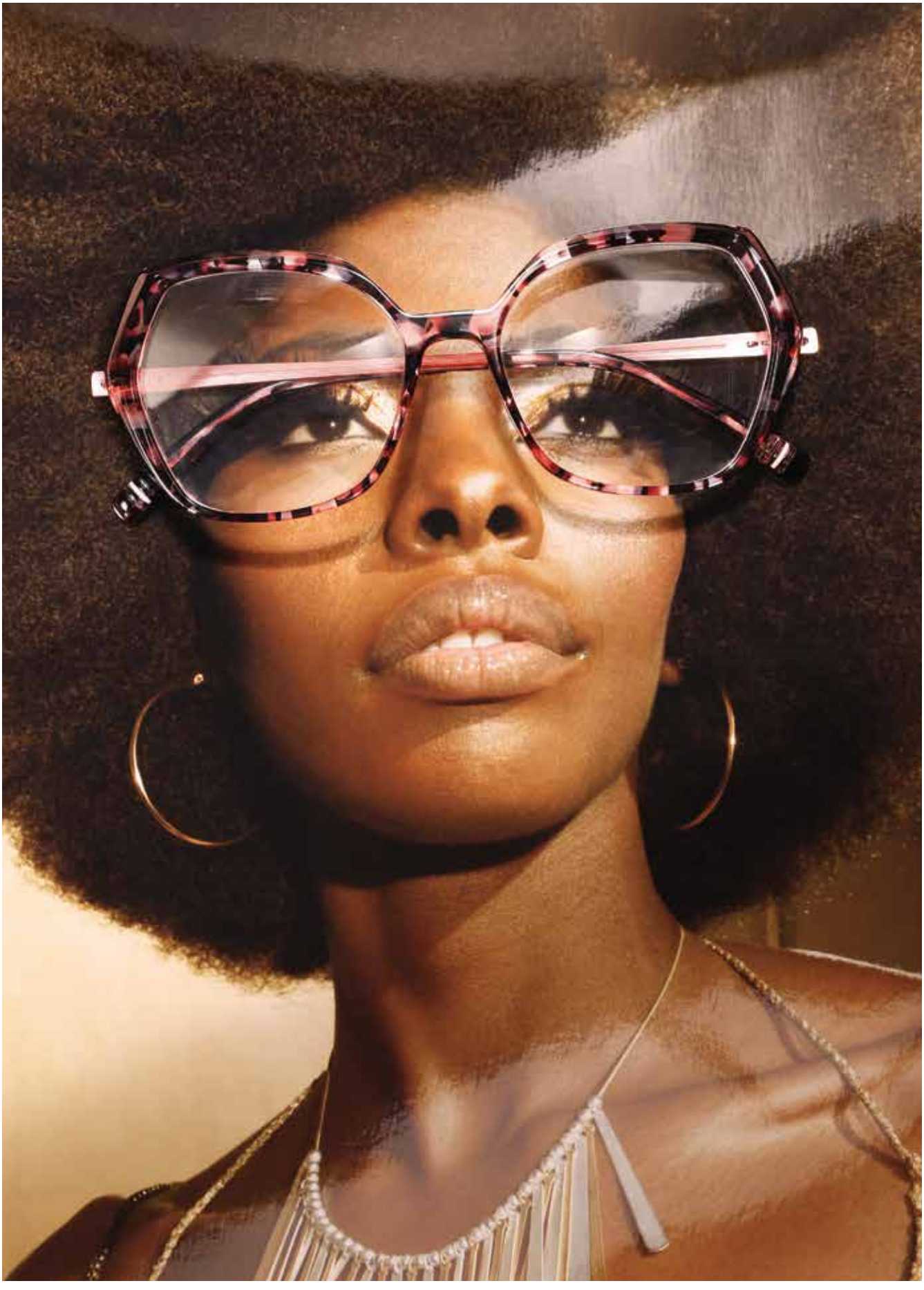
La mayoría de nuestras colecciones son monturas ópticas, pero también tenemos una gama de gafas de sol para satisfacer a hombres y mujeres. La colección de gafas de sol cuenta con lentes de alta calidad, polarizadas y antirreflejantes UV. También disponemos de gafas de sol gracias a nuestra colaboración con Morel by Jean Nouvel y Marius Morel Collection Originale.

¿Qué mensaje le gustaría lanzar a sus clientes ópticos-optometristas y qué objetivos tiene Morel a corto y medio plazo?

La industria se enfrenta actualmente a dos cambios importantes: la concentración del mercado con ópticos que eligen menos marcas para trabajar y la creciente demanda de firmas genuinas y responsables. En Morel, el servicio es una prioridad máxima: desde el servicio posventa, ofertas digitales, capacitación, recomendaciones de merchandising bajo demanda y visitas al estudio y la sede, cada veza ofrecemos más a nuestros clientes asociados. Desde el logotipo hasta la nueva campaña, nuestra estrategia de comunicación y herramientas valoran el anclaje histórico y la artesanía que deseamos transmitir. Todos nuestros servicios son herramientas para apoyar a nuestros ópticos asociados en la narración de la marca y la generación de ingresos. Por el lado de la responsabilidad, Morel es socialmente responsable y supera los desafíos globales de nuestro tiempo con la iniciativa de RSC, “MOREL Engagement”, premiada por la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



Las gafas de las colecciones Morel son reconocibles en todo el mundo por su diseño, calidad, comodidad y protección en los modelos de sol. Su porfolio actual incluye el relanzamiento de modelos vintage y una simbiosis de arquitectura y gafas con su línea Morel par Jean Nouvel.



MOREL

LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880









LOOKING FORWARD SINCE 1880

"Fiesta del Roscón" de TDSO

La empresa celebra con el sector la festividad de Reyes y da la bienvenida a 2023

Después del "impasse" obligado por la pandemia covid, la tradicional "Fiesta del Roscón" de TDSO –Taller de Desarrollo de Sistemas Ópticos– se ha vuelto a celebrar la tarde-noche del pasado 5 de enero en las instalaciones de la empresa en Madrid. A la cita acudieron profesionales del sector óptico, amigos y equipo de la empresa para conmemorar la noche de Reyes y brindar por el nuevo año 2023.



Grandes roscones de reyes presidieron una año más la "Fiesta del Roscón" de TDSO. Paula, la "figurita" de los roscones de Reyes, nos acompaña todos los años con su agradable e inocente sonrisa y nos recuerda el paso del tiempo como vemos en la imagen de 2016 y en la de este año 2023.

El evento anual que TDSO celebra para conmemorar el inicio del nuevo año y la festividad de los Reyes Magos con su equipo, profesionales, clientes, amigos y familiares estuvo presidido, como ya es habitual, por unos grandes roscones rellenos de productos ibéricos, principalmente jamón y lomo, así como por otros de nata para los más golosos. En el ambiente festivo, entrañable y ameno que caracteriza a este simpático evento desde hace años, los invitados tuvieron como anfitrión al propio director-gerente de la empresa, Javier Martín. La "Fiesta del Roscón" fue, una vez más, el argumento adecuado para brindar por el nuevo año 2023 entre la maquinaria de última generación que preside el taller, un completo equipamiento que permite realizar con calidad, eficiencia y rapidez el montaje de todo tipo de monturas: graduadas, de sol y deportivas para buceo, ciclismo, etc. así como soldadura láser para titanio y cualquier otro metal. También cuenta con accesorios para todo tipo de gafas, desde varillas hasta plaquetas, pasando por terminales o tornillería en general y, por supuesto, todo ello dentro de unos valores añadidos de perfección, trabajo de calidad, precios razonables, servicio rápido, sí como un trato personalizado y profesional.

El propio director de TDSO, Javier Martín, nos comentaba durante la "Fiesta del Roscón" que dan un servicio integral de montaje y reparaciones de todo tipo de gafas, tanto a ópticas independientes como a cadenas y grupos de toda España. "Para ello contamos –dijo– no sólo con equipos de biselado de última generación, sino con las lentes y repuestos necesarios en cada caso y con un equipo de profesionales capaces de dar servicio a un gran volumen de trabajo con mucha rapidez, prácticamente en 24 horas, y con un excelente acabado en todos los trabajos que realizamos para lograr la máxima satisfacción de nuestros clientes ópticos. Además, con nuestra experiencia de más de 30 años en el sector y la certificación ISO 9001 garantizamos servicios de calidad adaptados a las normas más exigentes. Nos adaptamos a cada cliente y le conseguimos lo que está buscando o necesite, ya que no todas las ópticas trabajan con todas las marcas. Intentamos responder a cada exigencia por parte de nuestro cliente con el objetivo de ganar su confianza y conseguir su plena satisfacción".

www.tdso-taller.com - tdso@tdso-taller.com - Tel.: 91 381 02 11.





Javier Martín, director gerente de TDSO, con algunos de sus invitados durante la "Fiesta del Roscón".

ESSILOR®
Nº1

MARCA DE LENTES RECOMENDADA POR LOS PROFESIONALES DE LA VISIÓN A NIVEL MUNDIAL*

Lentes Essilor® Stellest™

Ralentizan la progresión de la miopía en un 67% de media**



Lenses Essilor® Stellest™

Ralentizan la progresión de la miopía en un 67% de media,** en comparación con las lentes monofocales, cuando se usan 12 horas al día.

essilor
Stellest™

**En comparación con las lentes monofocales, cuando las usan los niños al menos 12 horas al día todos los días. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Lentes oftálmicas asféricas para el control de la miopía vs lentes oftálmicas monofocales: Un ensayo clínico aleatorio. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472–478. https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401

*Essilor, #1 de marca de lentes recomendada por los profesionales de la visión a nivel mundial – Estudio cuantitativo entre una muestra representativa de 958 profesionales de la visión independientes realizado por CSA en Febrero de 2019 – Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, España, EEUU, Canadá, Brasil, China, India.



TREVI COLISEUM

Clark

Coliseum

Cotton Club

Trevi 1971

Eyewear Trevicoliseum España
Calle Manuel Tovar, 42 - 28034 Madrid
+034 63420 474 | trevicoliseum.spain@gmail.com
trevicoliseum.it



TREVI COLISEUM

Esperamos a nuestros
clientes y amigos MIDO 2023
Hall 2 | Stand D27-F28

Eyewear Trevicoliseum España
Calle Manuel Tovar, 42 - 28034 Madrid
+034 63420 474 | trevicoliseum.spain@gmail.com
trevicoliseum.it

Clark

Coliseum

Cotton Club

Trevi 1971



Lentes ZEISS SmartLife® y Lentes ZEISS DriveSafe®, la combinación perfecta para que el usuario de gafas descubra la mejor calidad visual con la multinacional alemana.

En el inicio de 2023, ZEISS ha configurado para sus partners, los ópticos, y más concretamente para quienes forman parte de la red **ZEISS Vision Expert**, que ya cuenta con más de 250 centros en toda España, una campaña en la que une dos de sus productos más exitosos y contrastados: ZEISS DriveSafe® y ZEISS SmartLife®, respondiendo así a dos de las necesidades visuales más importantes de la sociedad española: una mayor seguridad en la conducción y la mejor adaptación al entorno visual digital y dinámico.

Cada vez más, los usuarios de gafas demandan a los profesionales de la salud visual soluciones de valor que cubran todas sus necesidades visuales, independientemente de su estilo de vida, trabajo o hábitos. **"Los pacientes de hoy demandan de su óptico de confianza, lentes oftálmicas que les aporten la máxima comodidad, nitidez, estética y protección, en cualquier circunstancia o momento de su día a día", señala Santiago Escandón**, Director de Producto y Marketing en ZEISS Vision Care España.

Así, en el inicio del año 2023, y respondiendo a estas necesidades latentes en los usuarios de gafas españoles, ZEISS ha configurado para sus partners, los ópticos que forman parte de la exclusiva red **ZEISS Vision Expert**, una combinación imbatible que une dos de los productos más exitosos y contrastados de la multinacional alemana: **ZEISS DriveSafe®** y **ZEISS SmartLife®**.

ZEISS DriveSafe® + ZEISS SmartLife® marcan la diferencia

En noviembre del año 2022, la Fundación Visión y Vida publicaba su estudio anual sobre el estado de la visión de los conductores en España, con datos correspondientes al año 2021. Los resultados indican que una buena salud visual, y consecuentemente, el uso de las lentes apropiadas, podría contribuir decisivamente a mejorar nuestras cifras de siniestralidad al volante.

Según este estudio de Visión y Vida, el 16.6% de los conductores no sería apto para renovar su licencia si se aplicasen criterios de visión nocturna. Asimismo, el 16.4% de la muestra cree que no tiene una buena visión al volante, un porcentaje que en el caso de los mayores de 65 años asciende hasta el 38%. Los accidentes nocturnos provocan el 37% de las victimas mortales. Y las personas con peor visión tienen hasta tres veces más de accidentes que el resto. Por lo tanto, hay una vinculación evidente entre siniestralidad y mala visión.

Los resultados indican que una buena salud visual, y consecuentemente, el uso de las lentes apropiadas, podría contribuir decisivamente a mejorar nuestras cifras de siniestralidad al volante.

Otros datos, en este caso no estrictamente referidos a siniestralidad, apuntan lo mucho que sus gafas pueden ayudar a los conductores.
En España, en 2021, hubo nada menos que 339,7 millones de desplazamientos.



El 90% de la información que recibimos procede de nuestros ojos, siete de cada diez conductores necesita usar gafas para conducir -y el 85,56% de los mayores de 65 años-, seis de cada diez utilizan lentes progresivas cuando se ponen al volante y según la legislación en vigor, los conductores que requieran equipamientos ópticos para conducir, además de comunicarlo a la hora de realizar su examen psicofísico, dicha necesidad quedará reflejada en su licencia de conducción.

"DriveSafe y SmartLife forman una combinación imbatible. Desde ZEISS, apoyaremos a los ZVE para ayudarles a transmitir al usuario de gafas algo que los profesionales del sector saben muy bien: las lentes ZEISS marcan la diferencia"

Las lentes ZEISS DriveSafe con visión optimizada para la conducción, son la respuesta de la marca alemana al reto de mejorar las cifras españolas de la visión en la conducción, puesto que permiten una visión más nítida en el cuadro de mandos y espejos, una mejor visión en condiciones de baja luminosidad y menos deslumbramientos, especialmente por la noche, el momento de mayor siniestralidad y cuando es más necesario. En los meses de invierno, con días mas cortos y peor iluminación, disponer de unas lentes oftálmicas que mejoren el desempeño visual de los conductores impacta positivamente en la seguridad vial.

Por otra parte, el hecho de vivir en un mundo acelerado, conectados en todo momento con personas, información y objetos, tanto dentro como fuera de la red, ha cambiado definitivamente la forma de mirar de la sociedad. Además, este estilo de vida produce fatiga ocular. En este caso, la respuesta de **ZEISS** se llama **SmartLife®**, un portfolio completo de lentes para todas las edades, que tiene en cuenta en su diseño la forma en que miramos hoy día a través de las lentes de nuestras gafas y las necesidades específicas de los consumidores de hoy en día.

Desde el lunes 16 los centros ópticos, ZEISS Vision Expert, disponen de esta solución complementaria que mejora la vida de todos los consumidores interesados en adquirir los mejores productos ópticos para su visión.

Escandón, Doctor en Optometría y Ciencias de la Visión, refiere además que en este selecto grupo de clientes la atención visual es exquisita ya que todos sus ópticos-optometristas analizan en detalle toda necesidad visual acorde con cada estilo de vida y prescripción obtenida en gabinete. Corresponden a un grupo de profesionales donde la apuesta en salud visual y la formación permanente de sus recursos humanos es una prioridad.

La respuesta de ZEISS se llama SmartLife®, un portfolio completo de lentes para todas las edades, que tiene en cuenta en su diseño la forma en que miramos hoy día a través de las lentes de nuestras gafas y las necesidades específicas de los consumidores de hoy en día.

La campaña, además, tiene como objetivo llevar tráfico de calidad a las ópticas ZEISS Vision Expert, atraer nuevos clientes, aumentar las ventas y el margen a través del producto de valor añadado. Mientras que a su vez, se incrementa el reconocimiento de su marca y de ZEISS Vision Expert. La nueva campaña, que tiene como protagonistas, de manera combinada, a ambas lentes: ZEISS SmartLife® y ZEISS DriveSafe®, dará soporte a los ópticos con formación, marketing online y marketing offline.

"DriveSafe® y SmartLife® forman una combinación imbatible. Desde ZEISS, apoyaremos a los ZVE para ayudarles a transmitir al usuario de gafas algo que los profesionales del sector saben muy bien: las lentes ZEISS marcan la diferencia", termina Escandón.











VISTALIA INCORPORA DOS NUEVOS ASOCIADOS EN ALCOI Y VALENCIA

VISTALIA continua su expansión nacional. El grupo óptico incorpora dos nuevos centros ópticos y auditivos en las localidades de Valencia y Alcoi.

Se trata de ópticas con una amplia trayectoria y referentes en sus poblaciones, que se diferencian por sus valores de profesionalidad, esmerado servicio y alta calidad de sus productos.

Ambos centros se unen a VISTALIA y AUDIOLIFE, en busca de la mayor competitividad y el servicio más personalizado del sector óptico y auditivo.

VISTALIA agradece la confianza depositada en el grupo y continúa ofreciendo al sector óptico una propuesta personalizada de evolución y crecimiento conjunto.

VISTALIA

vistalia.es

BRENDEL
EYEWEAR

Confianza natural

En esta ocasión, el mundo de la moda nos adentra más en la naturaleza y nos acerca la moda a la tierra. Los modelos Brendel Eyewear abren las puertas a un nuevo resplandor de diseños para la naturalidad femenina.



Sutilmente, nos conectamos con prados, bosques y espacios abiertos y, en parte, con nosotras mismas de una manera orquestada y coordinada a través de múltiples colores, pero todos ellos tenues y armoniosos, con estilos sobrios y elegantes, siluetas generosas y detalles fluidos, una conciencia de estilo inspirada en la naturaleza que se convierte en confianza natural en una misma. La colección Brendel eyewear para esta temporada también sigue esta tendencia y aporta un nuevo resplandor a la naturalidad femenina a través de Natural Confidence 2.0.

La narración de los diseños: declaraciones claras en sus facetas más atractivas, contadas a través de formas perfeccionadas, desde atrevidas hasta minimalistas, tallados sofisticados de bordes suaves y agradables al tacto, combinados con varillas anchas o sin pretensiones de moda. En algunos modelos, elegantes inserciones de acetato, acentos de color en los aros y remaches decorativos se elevan a la posición de un "instante favorito". Los tonos de colores, de pálidos a oscuros, adoptados de la naturaleza, así como un intenso juego de tonos entre los frentes y las varillas, otorgan una delicada ligereza a los modelos con una presencia expresiva, ya sea moteada, transparente, monocromática o en armoniosos gradientes de color. Las variantes de gafas de sol de alta calidad se presentan con looks carismáticos con lentes degradadas.

Determinada por una fabricación excepcional para una perfecta comodidad, la continuación de Natural Confidence en su nueva colección también es convincente: diseños de una elegancia eternamente femenina, sensualidad vivaz y conciencia de estar segura de sí misma.

La declaración de principios está subrayada por una gran variedad de materiales diferentes, atractivos diseños y patrones fascinantes que llaman la atención por su originalidad e insuperable y delicada elaboración. El concepto de contrastes de color acentúa efectivamente las formas en el corazón de la colección de esta temporada.





La colección Brendel Natural Confidence 2.0, aporta un nuevo resplandor a la naturalidad femenina con gafas de siluetas generosas, atractivos diseños sobrios y elegantes y colores tenues y armoniosos.

SNOOP!

Reg. Sanitario 8441

La gafa SNOOP! es el resultado de estudios aportados por profesionales de la visión, oftalmólogos y ópticos-optometristas, así como por los fabricantes, para que sea la montura idónea para los peques. Además, al estar fabricada en Grilamid base 5,5m/m, un material ultraligero y resistente a impactos y torsiones, se adapta perfectamente a la anatomía facial de niñas y niños.

Comprometidos con la excelencia, SNOOP! ofrece un amplio surtido de gafas y colores infantiles para todos los gustos.





SNOOP! ha diseñado y confeccionado tus gafas con puente invertido



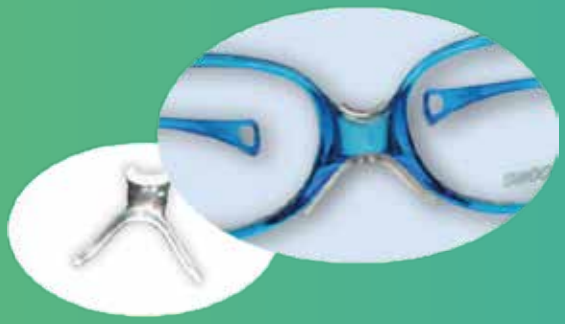
6 tamaños - 7 colores para complacer tu gusto



Las gafas SNOOP! son: ligeras, flexibles y resistentes

SNOOP! robustece su gafa pensando en los niños





Con Puenteduo, una solución adicional para una mejor adaptación

SNOOP!
SNOOP Glasses S.L.
C/ Arado 3, Of. 4. 47014 Valladolid
Tlfs.: 34 646340095 - 34 983376053
pedidos@snoop.es - www.snoop.es

opti 2023

Más de 15.500 profesionales asistieron a la feria internacional “Made in Germany”

Del 13 al 15 de enero, el recinto ferial de Múnich se convirtió en un espacio inspirador para los contactos internacionales, las ventas, la transmisión de tendencias a través de nuevos formatos y la promoción de la innovación dentro de la industria óptica y el diseño.



Los pabellones C1, C2 y C3 de los recintos feriales de Múnich acogieron opti 2023. La edición de este año se celebró del 13 al 15 de enero en un ambiente concurrido y positivo.

opti inspiró y puso a la familia de la óptica oftálmica en disposición de cooperar con éxito y aumentar los pedidos de principios de año. Con un aumento de visitantes del 19,2% en comparación con el año anterior, opti mantiene un espíritu optimista. Este año, alrededor de 15.500 visitantes de 67 países y un total de 307 expositores de 28 países, se dieron cita en Múnich para disfrutar de la variada oferta actividades innovadoras para la divulgación de conocimiento, la venta y el intercambio de ideas en un ambiente positivo y enriquecedor.

“¡opti ha vuelto y va camino del éxito! Han concluido tres inspiradores días de feria con visitantes y expositores de todo el mundo. Me gustaría dar las gracias explícitamente a todos los que han creído en opti con nosotros y han hecho posible el éxito. Ver al sector unido de nuevo en un ambiente tan estupendo ha sido mi punto culminante”, afirma Klaus Plaschka, Director General de GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH.

La nueva constelación de pabellones creó una atmósfera especial. “La feria está viva. ¡Y de qué manera! Para mí, opti ha sido el relanzamiento con éxito de una feria esencial para la industria óptica en Múnich. El reducido número de pabellones, que en mi opinión estuvieron muy concurridos, contribuyó a crear una agradable sensación de feria. A pesar de todas las circunstancias, el ambiente siempre positivo nos hace albergar esperanzas de un año comercialmente exitoso”, señala Thomas Truckenbrod, Presidente de la Asociación Central de Ópticos y Optometristas.

Una impresión que ha sido confirmada también por los expositores como Karsten Möhrer, director de ventas de gafas de Eschenbach Optik: “Las ventas por persona que nuestro equipo de ventas ha alcanzado en opti 2023 son muy satisfactorias. Gracias a nuestro concepto de stand adaptado, conseguimos absorber de forma óptima la frecuencia de visitantes en Múnich. La participación de Eschenbach en opti 2023 fue, por tanto, todo un éxito”.



Lookvision estuvo presente en opti 2023, tanto con su equipo como con la revista expuesta en el lugar destinado a la prensa internacional.

Un programa innovador

Las conferencias y debates llevados a cabo dentro del SUSTAINABILITY HUB y el MYOPIA HUB, ofrecieron a los visitantes interesados la oportunidad de informarse sobre tendencias, métodos de investigación y tecnologías, así como de debatir en grupo cuestiones y retos individuales, con respecto a la gestión de la miopía. Además, las visitas, organizadas por epitop GmbH y otros expositores, abordaron diversos temas clave de la óptica oftálmica, como por ejemplo "Smart imaging in ophthalmic screening". De este modo, opti dio importantes impulsos al mercado. En particular, el 78% de los visitantes consideraron que las actividades organizadas por opti en cuanto a la gestión de la miopía eran muy relevantes para su vida profesional diaria, y en lo que respecta al MYOPIA HUB, espacio patrocinado por Hoya, más de tres cuartas partes de los encuestados otorgaron a opti la máxima puntuación.

Las sesiones de redes sociales también tuvieron gran éxito, de la mano de Sarah Schleicher, óptica alemana y bloguera de gafas (19.000 seguidores de Instagram) y la óptica francesa Anne-Sophie Lapetite (100.000 seguidores de Instagram) de AnSoStyle respondiendo a preguntas sobre cómo gestionar las redes sociales de los negocios de óptica.

Promoción de los nuevos talentos

Otro momento destacado fue la entrega del segundo opti BOX AWARD, un premio que se otorga a jóvenes creadores. En esta edición el ganador ha sido LARS Brillen – Swiss Made, una start-up que ha puntuado con sus monturas impresas en 3D y presta atención a la atemporalidad y la sostenibilidad. Su elección ha corrido a cargo de un jurado internacional de expertos que premia



Espacios como opti Myopia Hub, Impression YES Independent Design Area y YES Lounge, Sustainability Hub, opti Lounge y opti Boxes fueron lugares destinados al relax, así como a conferencias, debates y presentaciones.























Un total de 15.500 visitantes de 67 países y 307 expositores de 28 países se dieron cita en opti. Lookvision tuvo la oportunidad y el placer de saludar a algunos de sus numerosos clientes y amigos que acudieron a la feria de Múnich.





















Detalle de algunas de las empresas y marcas, tanto internacionales como españolas, que expusieron en opti.

con este galardón a diseñadores emergentes por sus productos únicos, evaluando los nuevos criterios de "innovación", "diseño", "funcionalidad" y "sostenibilidad".



Ceremonia de entrega del opti Box Award, premio que se otorga a jóvenes creadores. En esta edición el ganador ha sido la start-up LARS Brillen – Swiss Made.

LARS Brillen sigue así los pasos de la diseñadora de gafas Beate Leinz, ganadora del primer opti BOX AWARD. El equipo ganador de LARS Brillen comentó: "Viajamos a opti para aprender: queríamos presentar nuestra colección y recibir comentarios sobre nuestra bisagra patentada y nuestros modelos. El hecho de que recibiéramos tantos comentarios maravillosos sobre nuestra colección durante los tres días, mantuviéramos muchas conversaciones interesantes con clientes potenciales, pudiéramos debatir cuestiones técnicas con otros diseñadores de productos e intercambiar ideas sobre las últimas tecnologías, e incluso pudiéramos viajar de vuelta a Berna con el opti BOX Award en el bolsillo, ¡supera todas nuestras expectativas!".

opti 2024 – la industria mira hacia adelante

Tras una edición exitosa, los profesionales del sector ya piensan en la siguiente: El 83% de los visitantes espera con impaciencia la próxima edición de opti. Por ello, la organización de la feria alemana ya ha anunciado las fechas para el próximo año: opti 2024 tendrá lugar en Múnich del 12 al 14 de enero de 2024.



El equipo de opti da las gracias a expositores y visitantes emplazándoles para la próxima edición, que tendrá lugar del 12 al 14 de enero de 2024. Danke! Thank you! Grazie! Merci! Gracias! Teşekkür ederiz! Bedankt! 谢谢!



¿SOCIOS?

ABRE TU FRANQUICIA ALAIN AFFLELOU

5 RAZONES PARA FRANQUICIARTE CON ALAIN AFFLELOU

- PORQUE SOMOS LA FRANQUICIA LÍDER DEL SECTOR
- PORQUE TE ACOMPAÑAMOS EN TODO MOMENTO
- PORQUE NOS COMPROMETEMOS CONTIGO Y TU NEGOCIO
- PORQUE TENEMOS LA MEJOR OFERTA COMERCIAL
- PORQUE SOMOS EL GRUPO QUE MÁS INVIERTE EN PUBLICIDAD DEL MERCADO

Descubre más en: www.afflelou.es/franquicia

SEIKO lanza su nueva campaña SENSITY

El año 2023 ha comenzado para SEIKO de una manera tan especial como sus lentes fotocromáticas. Febrero ha sido el mes elegido por la compañía japonesa para lanzar su campaña SEIKO Sensity, que viene cargada de novedades espectaculares, tanto para el profesional de la visión como para el consumidor final.



SEIKO Sensity son las lentes fotocromáticas que reaccionan a la luz, oscureciéndose en exteriores con rapidez y aclarándose, del mismo modo, en entornos de interior. Esta tecnología permite al consumidor una comodidad extra, sin necesidad de llevar una doble lente. Además, las lentes SEIKO Sensity están disponibles en tres tonos naturales -gris, verde y marrón- dando opciones al cliente a la hora de elegir su lente.

La importancia de un tono natural, a la par que atractivo, es vital para que el usuario sienta esa necesidad de adquirir este producto. A esta naturalidad, en línea con la moda, se suma la comodidad de llevar una sola lente, sin tener que cambiar de gafa en entornos oscuros y claros. Por eso, tamién es importante que la tecnología de las fotocromáticas sea eficaz y cambie rápidamente al aclararse y al oscurecerse en espacios con diferentes condiciones de luz. Sin duda, requisitos que cumplen las SEIKO Sensity.



Las lentes fotocromáticas Sensity, de Seiko, reaccionan a la luz oscureciéndose en exteriores con rapidez y aclarándose, del mismo modo, en interior.

Garantía de Satisfacción para el consumidor final
La campaña SEIKO Sensity viene acompañada de novedades tan importantes y atractivas como la Garantía de Satisfacción para el consumidor final. Las inseguridades y prejuicios que pueden acompañar a los nuevos usuarios de la tecnología Sensity ya no serán un problema, pues durante el periodo de campaña –1 de febrero hasta el 30 de abril–, SEIKO se compromete al cambio de las lentes en un periodo de 30 días desde el momento de la compra, en caso de insatisfacción del consumidor. SEIKO aplica en esta garantía una seguridad para el consumidor final y una ventaja de venta para el profesional de la visión. Pero, además, aplica también un método que permite al consumidor probar la nueva experiencia de poseer unas Sensity, tecnología de la que SEIKO presume y está convencido de la satisfacción final del usuario cuando las pruebe.

"Las lentes SEIKO Sensity han sido, desde su primera fabricación, una apuesta por aunar moda, comodidad y protección en una misma lente. Igual que cambia la sociedad, también lo hacen las necesidades de los usuarios, y las lentes Sensity de SEIKO agrupan multitud de ellas, como es la comodidad de tener dos lentes en una sola. Además, en esta campaña que ahora lanzamos, no sólo rejuvenecemos nuestro target, que apuesta por ser la lente elegida por usuarios para todas las edades, si no que, también, incluimos la garantía de satisfacción, que hasta ahora no es común en este tipo de productos. Esto aporta un plus al usuario para probar la experiencia de llevar unas lentes fotocromáticas con la última tecnología", apunta Patricia Conejero, directora de Marketing SEIKO España.

Protección UV, un requisito imprescindible para el usuario.
La concienciación por la salud visual ha aumentado en la población en los últimos años, exigiendo nuevas necesidades en las lentes de gafa, como es la protección UV. Las lentes SEIKO Sensity cuentan con este tratamiento. En entornos con máxima intensidad de luz, las lentes SEIKO Sensity se oscurecen rápidamente, proporcionando no sólo la comodidad visual al usuario, sino también una protección extra ante la luz ultravioleta.
www.seikovision.com/es



SEIKO
SENSITY

¿TE GUSTARÍA PROBARLAS?

Descubre la experiencia Sensity, las lentes fotocromáticas de Seiko que reaccionan a la luz en cada momento. Ahora, también, con Garantía de Satisfacción.

SEIKO

PRECISION FOR VISION

TEMÁTICA Software presenta su demostrador digital de lentes My Buy Pro



My Buy Pro es un asistente que permite al óptico optometrista ayudar a sus pacientes a elegir la lente que mejor se adapta a sus necesidades, comparando las distintas opciones disponibles en la óptica.

Para ello, My Buy Pro simula situaciones y ambientes reales con distintas gamas de lentes con diferentes tratamientos y espesores.

Todo esto contribuye a una mejor experiencia de compra por parte del paciente a quien se le aporta más información sobre el producto que está comprando.



Los ópticos que usan habitualmente **My Buy Pro** obtienen mejores resultados de venta porque pueden demostrar digitalmente sus recomendaciones de lentes y tratamientos.

Lentes progresivas

- Progresivas
- Personalizada
- Interior

Diseño / Espesor

- Diseño Lente
- Espesor Lente

Lente especial

- HOA
- Fotocromática
- Polarizada

Opciones adicionales

- Luz azul
- Tratamiento

Pide tu demostración escribiendo un email a: comercial@tematicasoftware.com

NOVEDAD

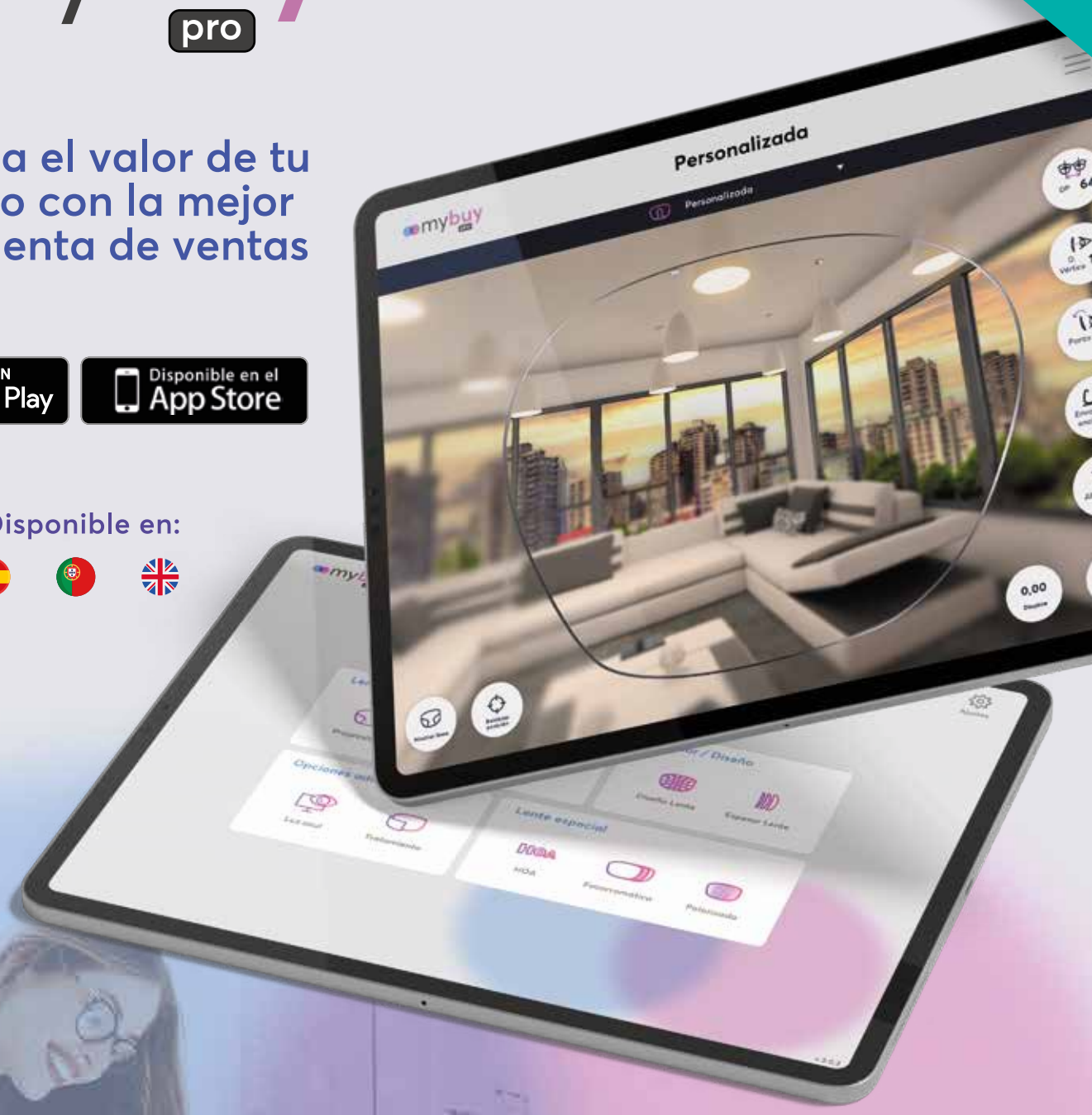
mybuy pro

Aumenta el valor de tu encargo con la mejor herramienta de ventas

DISPONIBLE EN Google Play

Disponible en el App Store

Disponible en:



Para más información
tematicasoftware.com

¿Hablamos?

comercial@tematicasoftware.com

www.tematicasoftware.com

tematica

SIEMPRE AYUDANDO A LA ÓPTICA

Innovadoras lentes graduadas para todos sus modelos de gafas deportivas

La combinación de la tecnología más avanzada de las lentes evil eye y las opciones de RX disponibles, ofrecen una visión perfecta para aumentar el rendimiento de los amantes del deporte.



Las lentes graduadas de las monturas evil eye están desarrolladas y producidas en Silhouette Vision Lab (Austria) bajo los más elevados estándares de calidad, ligereza, comodidad y protección.

evil eye, firma austríaca especializada en el diseño y producción de gafas deportivas, perteneciente a Silhouette International, ofrece lentes graduadas con prestaciones excepcionales para que los amantes de cualquier deporte disfruten de una visión perfecta. Así, la marca desarrolla y produce todos sus modelos en Silhouette Vision Lab bajo los máximos estándares de calidad, ligereza, comodidad y protección. La producción unificada de la montura y las lentes consigue que todos los modelos evil eye se adapten perfectamente a las necesidades individuales de cada usuario y ofrezcan una experiencia visual superior. "Todos los modelos pueden adaptarse a las necesidades visuales individuales de cada usuario", explica Daniel Saurug, Product Manager de evil eye.

Para hacerlo, evil eye ha desarrollado procedimientos para crear lentes deportivas graduadas muy ligeras, delgadas y resistentes. La montura, elaborada con el ligero material PPX desarrollado por evil eye, cuenta con un marco de soporte con puntos optimizados que permite el ajuste perfecto de la lente. El conjunto de este sistema también reduce el peso de la gafa, aumenta el campo de visión y ofrece una estética con líneas más limpias. "Las gafas evil eye son muy ligeras y se adaptan perfectamente a la forma de mi cabeza, facilitando mi rendimiento cuando corro" explica el corredor Johannes Bossell.

Diferentes opciones RX para una visión perfecta

evil eye ofrece lentes graduadas para todos sus modelos, ya sea con graduación directa en la montura, adaptador o clip-in interior. Gracias a su apuesta por la innovación, ofrece lentes perfectamente optimizadas e individualizadas para la montura desde un único proveedor. Incluso con curvaturas en base 6, 8 y 10 y valores de corrección altos. Disponibles con lentes progresivas y monofocales: Panorama Sport. Además, es posible graduar las lentes con la tecnología vario y LST propia de la marca, que intensifica los contrastes, armoniza las fluctuaciones de luz extrema asegurando una visión cómoda en todo momento e incrementando el poder de concentración.

El especial desarrollo de la lente se ha tenido en cuenta para cada modelo evil eye. Producidas en el Silhouette International Lens Lab de la sede central de la empresa en Linz, evil eye es capaz de garantizar unos estándares máximos y un control de calidad constante. Siempre ofreciendo un amplio abanico de posibilidades en soluciones especiales. Y, como es lógico, la filosofía evil eye también se extiende a un excelente servicio postventa.

evil eye también se preocupa por el medio ambiente. Por ello la marca austríaca produce todas sus gafas bajo el certificado TÜV, que garantiza el surtido de energía mediante el uso de instalaciones solares y electricidad verde. Con el fin de minimizar su huella de CO2, también se lleva a cabo una colaboración con una central eléctrica renovable. El proyecto cuenta con la certificación Gold Standard y suministra más de 23.000 MWh de energía limpia al año que, como resultado, ahorra 25.568 toneladas de emisiones de CO^2 anuales.



La producción unificada de la montura y las lentes consigue que todos los modelos evil eye se adapten perfectamente a las necesidades individuales de cada usuario, faciliten el rendimiento al correr y ofrezcan una experiencia visual superior, como reconoce el corredor Johannes Bossell.

www.evileye.com
www.instagram.com/evileye.eyewear
www.facebook.com/evileye.eyewear

Cool Vision acude a Mido 2023: Hall 2, stand SU01

Cool Vision, marca de Camaron Visión, está presente en el pabellón 2, stand SU01, de Mido 2023, feria internacional de Milán que se celebra del 4 al 6 de febrero. Desde su stand en Mido, esta nueva start-up española presenta sus colecciones de gafas de sol y monturas al sector óptico internacional, dando a conocer de este modo sus nuevas creaciones tanto a los ópticos-optometristas españoles como a profesionales internacionales, ópticos y distribuidores, que acuden a la feria de Milán. La cálida acogida que van a recibir por parte de Alberto Camarón y su equipo quienes visiten su stand, se verá realzada y compensada con el atractivo de conocer una línea de gafas cuyo clasicismo vintage actualizado a las tendencias vanguardistas de hoy está consiguiendo ser un referente en el sector por la calidad de sus fabricados, sobre todo en acetato Mazzucchelli, así como por una excelente relación diseño-calidad-precio-servicio.

En el inicio de su tercer año de andadura en el sector óptico, Cool Vision sigue siendo fiel a sus principios de crear gafas atemporales que reinterpretan a la perfección los clásicos de hoy y de siempre. De este modo, todas y cada unas de sus monturas y gafas de sol responden a las demandas actuales de ellas y ellos, de un público alternativo que viste de moda el rostro con propuestas clásicas e innovadoras al mismo tiempo, con notas de estilo "chic-juvenil-glamuroso" y un look actual, elegantemente discreto, ideal para espíritus libres de todas las edades.

Recuerde, tiene una cita con Cool Vision en Mido 2023, del 4 al 6 de febrero en el Hall 2, stand SU01. www.camaronvision.com



Modelo y maquilladora: "Jara Totto"

De Rigo y Twinset firman un acuerdo de licencia para la colección Twinset Milano



El Grupo De Rigo, uno de los líderes mundiales en el sector de las gafas, y Twinset S.p.A., empresa propietaria de la firma italiana de ropa de mujer del mismo nombre, anuncian un acuerdo de licencia mundial para el diseño, la producción y la distribución de monturas de vista y gafas de sol bajo la marca Twinset Milano.
Gracias a este acuerdo se combina la sólida experiencia en diseño de De Rigo con el estilo elegante y refinado de Twinset Milano para dar vida a una colección femenina y romántica, que reinterpreta los códigos de la marca con modelos versátiles y detalles refinados. La primera colección creada en colaboración por las dos empresas estará disponible a partir de marzo de 2023 a través de la red de distribución De Rigo y en las boutiques Twinset Milano.
"Estamos muy contentos con este acuerdo y estamos seguros de que juntos lograremos metas importantes y desafiantes a nivel internacional. Esta alianza representa para De Rigo un paso más en su plan de desarrollo, fortaleciendo y ampliando la oferta de productos en el segmento femenino", ha señalado Michele Aracri, director general de De Rigo Vision.

Cione comienza un roadshow con sus partners ZEISS y Coopervision

Cione comienza el año con una acción formativa, junto con dos de sus partners, el fabricante de lentes de contacto, Coopervision y el de lentes oftálmicas, ZEISS. Así, el grupo óptico pone en marcha un RoadShow con nueve fechas en toda España, entre los días 17 de enero y 7 de febrero.
La contactología está creciendo a un buen ritmo, y continúa siendo una de las áreas de negocio con más posibilidades de desarrollo presente y futuro, mientras que la lente oftálmica es el producto estrella de la óptica. Teniendo ambas realidades en cuenta, expertos de Coopervision y ZEISS van a introducir a los ópticos de Cione en las distintas plataformas de producto que tienen disponibles para ellos, mostrándoles todas aquellas indicaciones que pueden contribuir a un manejo experto y mucho más productivo.



"La formación es la clave para diferenciarse y proponer las mejores soluciones personalizadas a cada paciente, de acuerdo con las novedades de producto", señala Miguel Ángel García, director general de Cione.

Clara Magnanini, nueva directora de comunicación de Grupo Marcolin



Marcolin ha anunciado el nombramiento de Clara Magnanini como directora de Comunicación del Grupo, con efecto inmediato. Desde su nuevo cargo en Marcolin y reportando directamente a Fabrizio Curci, CEO y Gerente General, Clara Magnanini asumirá el liderazgo del Departamento de Comunicaciones, recientemente establecido, con responsabilidad de comunicación corporativa, marketing, comunicación digital, y eventos. Clara también coordinará las actividades de Gestión ESG del Grupo (por sus siglas en inglés Environmental, Social and Governance).
Clara Magnanini se une a Marcolin tras una importante trayectoria dentro del mundo de la comunicación formando parte de importantes empresas de automoción de lujo y Made in Italy. Tras su experiencia inicial en Milán en una agencia de eventos y relaciones con los medios, en 2003 se unió a Maserati, en el Departamento de Comunicación, pasando a Automobili Lamborghini como Gerente de Relaciones Públicas de Italia y el Sur de Europa en 2007, y desde 2016 como directora de Marca Global y Comunicación Corporativa. Originaria de Módena, se graduó en Derecho con una maestría en comunicación, es periodista independiente y profesora de Periodismo de Marca en la Scuola Holden de Turín.

Alex Txikon y evil eye eyewear consiguen un nuevo hito en el Manaslu



A la tercera ha ido la vencida. Alex Txikon, atleta del equipo evil eye eyewear, ha logrado hollar el Manaslu (8.163 metros de altura sobre el nivel del mar) por primera vez en la historia en una expedición puramente invernal. El cambio de estrategia, y la ventana de buen tiempo que se les ha presentado han sido clave para poder lograr el objetivo. El equipo liderado por Alex Txikon enfocó de manera diferente el reto de este año. La experiencia aprendida durante los dos primeros intentos en los anteriores años los llevó a decidir que tenían que estar preparados para la primera oportunidad que se les presentara, y no la han dejado escapar. Los modelos evil eye que han acompañado al alpinista en esta aventura han sido: elate.o pro, traileye ng pro y la máscara peaksight. Todos ellos garantizan las prestaciones técnicas y las opciones de personalización más avanzadas, diseñadas para brindar los mejores resultados en la práctica de deportes tan exigentes como el alpinismo.

Menos de 60 horas Alex y sus compañeros de cordada han necesitado para ascender a la cima y regresar sanos y salvos hasta el campo base. El frío extremo, el hielo y el virulento viento les han acompañado durante todo el trayecto. De hecho, las temperaturas han llegado a descender hasta los -45º, y las rachas de viento han alcanzado hasta los 50km por hora. En condiciones así es indispensable que disponer del mejor equipamiento para practicar deporte con seguridad, disfrutar de la experiencia y seguir superándose día a día. Todos los modelos de gafas deportivas evil eye, marca perteneciente a Silhouette International, están diseñadas para ofrecer los mejores resultados al practicar cualquier tipo de deporte, sin importar lo exigente que sea y ofreciendo así una protección óptima en todo momento.

www.evileye.com
www.instagram.com/evileye.eyewear
www.facebook.com/evileye.eyewear

Multiópticas y la Universidad CEU San Pablo entregan las Becas Mó Talent Way



Multiópticas hizo entrega de sus Becas de Ayuda al Estudio Mo Talent Way el pasado 7 de diciembre durante el Acto Académico de Celebración de la Inmaculada, que tuvo lugar en la Facultad de Farmacia de la Universidad CEU San Pablo. Estas becas forman parte del proyecto MO Talent Way, una iniciativa impulsada en octubre por Multiópticas y la Universidad CEU San Pablo con el objetivo de apoyar económica y profesionalmente a alumnos destacados del Grado en Óptica y Optometría de la CEU San Pablo y del Técnico Superior en Audiología Protésica, impartida en el ISEP CEU. Las becas fueron concedidas por Salomé Suárez, directora de Relaciones Corporativas y responsable de la Fundación Multiópticas y Belén Martínez, coordinadora de Recursos Humanos de Multiópticas. Los alumnos premiados fueron: Antón Antonov Benevski, Carlota Sánchez Rubio, Juan Bronte Vallinas, Alba María Mellado Cuevas, Alejandra Hernández Caballero, Nieves Chazarra Giménez y David Lalama Carrera.

A través de esta iniciativa, el grupo óptico pretende ofrecer a los estudiantes de ambas titulaciones la posibilidad de, una vez finalizados sus estudios, continuar su desarrollo profesional ejerciendo como optometristas y audioprotesistas en establecimientos asociados a Multiópticas. Para ello, MO Talent otorga anualmente siete becas valoradas en 3000€ cada una dirigidas a alumnos del Grado en Óptica y Optometría, impartido en la Universidad CEU San Pablo y Técnico Superior en Audiología Protésica, impartido en ISEP CEU.

El tratamiento antirreflejante Shamir Glacier Expression™, elegido Producto del Año 2023

Los consumidores han premiado la innovación del nuevo tratamiento antirreflejante Shamir Glacier ExpressionTM otorgándole el galardón al Producto del Año 2023, en la categoría de Óptica. Este año la gala del Gran Premio a la Innovación se celebró el pasado 14 de diciembre, en la Torre Glòries de Barcelona, y allí se dieron a conocer los productos más innovadores elegidos por más de 10.000 consumidores. El acto estuvo dirigido por Blanca Gener, directora general del certamen, junto al cineasta y humorista José Corbacho. Ambos hicieron que aquella noche fuera divertida, especial y única para cada uno de los premiados.



En la categoría de Óptica, Shamir Glacier Expression™ ha sido Elegido Producto del Año 2023, con una elevada valoración de producto por parte de los usuarios, por sus novedosas mejoras ópticas en el tratamiento antirreflejante, que revierte en elevados beneficios para el portador de las lentes: mejora la sensibilidad al contraste y la transmisión de luz para obtener una visión más clara y nítida, reduce hasta en un 70% los reflejos de la luz visible al ojo humano respecto a un tratamiento antirreflejante estándar, permitiendo mayor transparencia de la lente y el 99% de los ópticos que lo probaron reportan una mejora del confort y agudeza visual.

Alumnos del Grado en Óptica de las Universidades de Alicante y Zaragoza visitan las instalaciones de Prats





Durante el pasado mes de diciembre, los estudiantes de Grado en Óptica y Optometría de la Facultad de Ciencias de Alicante y los de la facultad de Ciencias de Zaragoza visitaron las instalaciones de Prats dedicadas a la fabricación de lentes oftálmicas.

Durante estas visitas guiadas por la fábrica, los estudiantes pudieron ver todo el proceso de manufactura de las lentes producidas en Industrias de Óptica Prats. Una vez finalizado el recorrido, se impartió una charla donde se resolvieron dudas y los estudiantes pudieron ampliar y comentar las cuestiones que les surgieron tras la visita.

"Desde Grupo Prats siempre buscamos fortalecer el vínculo universidad-empresa como complemento imprescindible en la formación de los estudiantes. De este modo, buscamos despertar aún más su interés en esta profesión", señalan desde la compañía.

FARMAOPTICS

ópticas con doble garantía de salud







COMPROMISO SOSTENIBLE

En FARMAOPTICS seguimos comprometidos con nuestro planeta. Por eso, una vez más, los estuches y gamuzas están hechos con materiales biodegradables.

¿QUIERES SABER MÁS?

CONTACTA CON NOSOTROS Y COMPRUEBA TODO LO QUE FARMAOPTICS PUEDE HACER POR TI

Tel. 973 39 20 47 farmaoptics@farmaoptics.com





Cottet Óptica y Audiología, patrocinador del KH-7 Epsilon Team en el Rally Dakar 2023

Cottet Óptica y Audiología ha patrocinado por segundo año consecutivo el equipo KH-7 Epsilon Team en el Rally Dakar 2023 que se ha llevado a cabo en Arabia Saudí del 31 de diciembre de 2022 al 15 de enero de 2023. En esta 45ª edición del rally, el más duro de todos, Cottet además de incluir su imagen en el camión y en la equipación, se ha encargado de realizar un riguroso estudio visual y auditivo a los miembros del equipo para que estos puedan afrontar una de las pruebas deportivas más exigentes en las mejores condiciones.

El equipo KH-7 Epsilon Team está formado por los veteranos Jordi Juvanteny y José Luis Criado, que suman 63 experiencias en esta competición, 27 de las cuales las han llevado a cabo juntos. Este año, por segunda vez, contarán con Jordi Ballbé, con el que tratarán de hacer historia y completar la 45ª edición de la mítica prueba en la cabina de un camión equipado con un propulsor alimentado por hidrógeno, tecnología desarrollada por Repsol.

Con esta colaboración Cottet quiere concienciar de la importancia de revisar la visión y la audición para una conducción más segura, por lo que Cottet como experto en audiología y óptica, proporcionará a los integrantes del KH-7 Epsilon Team una equipación visual personalizada con gafas de gran calidad y eficiencia Evil Eye, marca austriaca especializada en visión deportiva para otorgar máxima seguridad y cuyas lentes proporcionan una visión de alto contraste con una nítida percepción del ambiente. Además, dispondrán de máscaras de ventisca Bollé, que se ajustan a la perfección para afrontar situaciones extremas en la arena del desierto. "Es un placer poder colaborar un año más con este equipo, sobre todo teniendo en cuenta el tipo de prueba que es y la tecnología "verde" que están desarrollando. Sin duda, tener una buena visión y audición es fundamental en todas las competiciones y más en esta tan sumamente exigente. Ofrecer nuestro conocimiento en el mundo de la visión y la audiología en esta competición, es una gran experiencia. Este mensaje es nuestro objetivo, concienciar a todo el mundo de la importancia de las revisiones periódicas y llevar unas gafas o lentes de contacto bien graduadas para este fin, además de unas buenas gafas de sol para conducir cuando se requiera" ha destacado Alex Cottet, vicepresidente de Cottet.

In Memorian: Pedro Díaz. El sector óptico pierde un excelente profesional



"Peter eres muy grande". Familiares y amigos no podemos decir otra cosa tras la pérdida de un gran profesional y una persona especial de sonrisa única: Pedro Díaz, que nos dejó el pasado 30 de diciembre. Referente en el ámbito comercial de la óptica, Pedro será recordado siempre por su sonrisa, su buen humor, optimismo y, por supuesto, por su profesionalidad. Apasionado con su trabajo, disfrutaba cada día de las visitas a sus "amiguetes", con los que compartió confidencias y risas durante casi cuatro décadas. También fue un visionario con un sueño que estaba cumpliendo: KURKO VISIÓN, donde sus hijos siempre mantendrán su esencia con inmenso orgullo.
Ahora descansa en su Era, en su amado pueblo, Robledo del Mazo (Toledo), su lugar preferido en el mundo… "Tu sonrisa nos guiará siempre",
"'Rufinos', aprovechad la vida con una sonrisa" (Pedro Díaz Muñoz).
Desde la revista Lookvision sentimos su pérdida y nos sumamos al duelo de sus familiares, amigos y de todos los que, como nosotros, tuvimos la suerte de conocer a Pedro. DEP.

VisionLab comienza con la graduación virtual y en remoto en España

VisionLab ha comenzado a realizar graduaciones virtuales, gracias a una tecnología pionera en España que permite la refracción a distancia. Esta tecnología, disponible en su óptica de Callao y que se incorporará de forma progresiva en el resto de ópticas de la marca, pretende mejorar la atención y el servicio al usuario y reducir de forma significativa el tiempo de espera y graduación, en aproximadamente veinte minutos. Para ello, una vez que el usuario entra en la óptica y es atendido y recogen sus datos y estilo de vida, será graduado en remoto, a través de una pantalla y un dispositivo digital, por uno de los más de 300 ópticos con los que cuenta la compañía en toda España.



Además, el proceso siempre contará con la opción de un asesoramiento personal con el óptico de cada centro. De esta manera, la compañía pretende ofrecer un servicio de máxima calidad y próximo, y también mucho más ágil gracias a la nueva tecnología.
VisionLab, que cuenta en la actualidad con 111 centros propios en España y Portugal, y con un equipo de más de 500 profesionales, siempre ha apostado por la innovación y la tecnología para ofrecer soluciones que refuerzan la calidad del servicio.

Gran éxito de 'Miradas del mundo', de Ruta de la Luz



La exposición solidaria, 'Miradas del mundo' ha obtenido un gran éxito, social y de ventas, en su presentación en una de las salas del Círculo de Bellas Artes. Prácticamente la totalidad de los 85 cuadros, óleos y acuarelas, obra de 5 artistas: José Antonio de Santos, Juan Ara, Gadea Rodríguez, Pedro Ballarat y Fernando Gaforio se han vendido, con lo que su fin solidario: sufragar la continuidad del proyecto de salud visual que la Fundación Cione Ruta de la Luz emprendió el año pasado en colaboración con la Fundación Gomaespuma, en Dierembering (Senegal), está asegurada. En torno a 500 personas pasaron a lo largo de la tarde del 16 de diciembre por el Círculo de Bellas Artes, por lo que la exposición también ha servido para la captación de nuevos socios.
El presidente de la Ruta de la Luz, Ismael García Payá, daba las gracias "a los cinco artistas que se han volcado de manera espectacular con esta exposición". García Payá se congratulaba de que, por fin, se hayan podido recuperar los proyectos internacionales de manera presencial. "Sólo en este año, la Ruta de la Luz ha podido llevar a cabo 7.130 revisiones visuales y entregar de unas 8.000 gafas, en España, y en otros 8 proyectos más fuera de nuestras fronteras", terminaba.
Miguel Ángel García, director general de Cione, se mostraba muy orgulloso de que, a las puertas de su 50 aniversario, "Cione siga siendo capaz de generar ideas y convertirlas en realidad para ayudar a los demás desde nuestra Fundación".

De Rigo adquiere la división eyewear de Rodenstock

De Rigo Vision S.P.A., una empresa familiar líder a nivel mundial en el mercado del diseño, producción y distribución de gafas de alta calidad, ha firmado un acuerdo para adquirir la propiedad total de la división Eyewear de Rodenstock. Por su parte, el Grupo Rodenstock es uno de los líderes mundiales en innovación para la salud ocular y fabricante de lentes oftálmicas biométricas mediante el desarrollo de tecnologías líderes en el mercado. Está previsto que la transacción se complete a finales del segundo trimestre de 2023.

La adquisición de Rodenstock Eyewear forma parte del plan estratégico de De Rigo para ampliar su expansión y crecimiento internacional en el segmento de las gafas de primera calidad. Con ello se pretende reforzar la plataforma de distribución del Grupo en Europa Central y, en particular, en el mercado alemán, que ofrece grandes oportunidades de crecimiento para De Rigo. La integración de la división Eyewear de Rodenstock en el negocio de De Rigo reforzará la red de ventas a través de recursos adicionales, experiencia y una amplia red en Alemania, así como en los mercados internacionales. Además, la adquisición incluye las dos marcas de alta calidad Rodenstock Eyewear y Porsche Design Eyewear, que completarán la cartera de productos existente de De Rigo. Esto afianzará la posición de De Rigo en el mercado de las gafas de primera calidad y diversificará aún más su oferta. Esta transacción marcará el próximo capítulo de su continua y exitosa colaboración, ya que ambas empresas trabajarán en estrecha colaboración para garantizar una transición fluida y la continuidad de negocio de sus empleados, clientes y socios comerciales.

"Estoy muy orgulloso de anunciar este acuerdo con Rodenstock, con quien compartimos los valores de excelencia operativa y un enfoque de negocio centrado en los clientes y las personas: las claves del éxito de nuestras empresas. Estamos encantados de complementar nuestra cartera de productos premium con las prestigiosas marcas de Rodenstock, y de lograr nuevos éxitos en el negocio de las gafas. Confiamos en que, sobre la base de nuestra plataforma y red globales, seremos capaces de respaldar el crecimiento continuo del negocio y de sus marcas", ha declarado Maurizio Dessolis, Executive Vice Chairman de De Rigo Vision.





HOYA realiza una donación a la Federación Española de Bancos de Alimentos



HOYA, la empresa japonesa especialista en investigación y desarrollo de lentes oftálmicas, despedía 2022 contribuyendo a la lucha contra el hambre, realizando una donación de mil euros a la Federación Española de Bancos de Alimentos, FESBAL.
Empleados de la compañía japonesa quisieron sumarse a este propósito y gracias a sus aportaciones lograron recaudar mil euros, que HOYA donaba a la entidad sin ánimo de lucro FESBAL. Esta entidad persigue combatir el hambre, la pobreza y el desperdicio de alimentos mediante su aprovechamiento y reparto a las personas más necesitadas, contribuyendo, además, a mejorar el medio ambiente.
La Federación Española de Bancos de Alimentos ya cuenta con más de un millón de beneficiarios, a través de sus 54 Bancos de Alimentos Asociados. Además, gracias a sus objetivos solidarios, le otorgaron el reconocimiento Príncipe de Asturias a la Concordia 2012, así como el Premio Alimentos de España 2020 por su labor en la lucha contra la pandemia del COVID-19.

Indo cierra su campaña Magical World con una gran valoración por parte de los ópticos

Indo inició la campaña Magical World el pasado mes de julio y durante estos meses los ópticos han podido disfrutar de promociones en producto de alta gama. Durante diciembre los ópticos que participaron en la campaña han podido disfrutar de sus regalos, entre los que ha habido viajes a Londres para conocer el mundo mágico de Harry Potter.



Indo ha realizado una encuesta de valoración de todas las acciones que engloban la campaña y la valoración por parte de los ópticos, con un 9,1, ha sido muy positiva. "En esta ocasión, la magia nos ha permitido estar aún más cerca de los ópticos gracias a las dinámicas de gamificación y promociones que los han ido sorprendiendo durante los últimos meses. El feedback recibido nos anima a seguir construyendo nuevas campañas que ayuden a los ópticos a impulsar su negocio y dinamizar su día a día", comentan desde la compañía.

Marcolin y Harley Davidson renuevan su acuerdo de licencia hasta 2027



Marcolin y Harley-Davidson Motor Company han anunciado la renovación de su acuerdo de licencia para el diseño, la fabricación y la distribución a nivel mundial de las monturas ópticas y gafas de sol de la marca Harley-Davidson®. Este nuevo acuerdo incluye ahora la incorporación de las gafas de sol Performance y Protective, especialmente diseñadas para la práctica del ciclismo.
La colaboración, iniciada en 2013 tras la adquisición de Via International por parte de Marcolin, contempla una posterior ampliación de seis años hasta el 31 de diciembre de 2027. Además de la fabricación de las gafas Harley-Davidson para hombre y mujer, ambas empresas introducirán un segmento de productos globales, con las gafas de sol performance y protective, especialmente diseñadas para ciclistas. Marcolin aportará su experiencia en las gafas de lujo y de moda y la combinará con las rigurosas pruebas necesarias para satisfacer las normas de las gafas protectoras para crear gafas especialmente diseñadas para ciclistas. Todas las gafas Harley-Davidson de Marcolin incluirán elementos icónicos como la sutil incorporación del logo, detalles inspirados en las motos y diseños inspirados en la marca.

Campaña Mango by Opticalia: Diseño y moda para todos



En Opticalia dan la bienvenida al 2023 con una promoción de gafas graduadas para todos: mujeres, hombres y también para niños, porque, sea cual sea tu edad, hay unas gafas Mango para ti desde 99 € con cristales graduados y antirreflejante incluido. Con la campaña, presente en grandes medios (televisión, prensa, soportes digitales y RRSS) Opticalia quiere dar protagonismo a las monturas para potenciar el estilo de cada persona, independientemente de su edad.

En el spot se observan juegos de miradas entre los protagonistas y la complicidad que se crea entre ellos cuando descubren que llevan gafas Mango. Cada personaje destaca por un estilo propio que define las distintas tendencias en gafas para este 2023. Las monturas de la colección Mango están fabricadas con materiales de primera calidad y con una atención especial a los detalles. Dentro de esta promoción destacan también monturas de la colección Mango Committed, la línea sostenible de Mango, fabricadas con acetato de celulosa, un plastificante ecológico derivado de fuentes naturales, que reduce la contaminación durante todo el ciclo de vida del producto. Tanto los estuches como las gamuzas, bolsas y etiquetas se han fabricado con materiales reciclados, conformando un proyecto global hacia un desarrollo más sostenible.

Varilux® refuerza su imagen de marca en televisión, medios digitales y redes sociales



Durante los meses de febrero y marzo, la marca nº1 de lentes progresivas a nivel mundial, contará con una importante presencia en televisión y medios digitales. A partir del 13 de febrero, la campaña no solo se podrá ver en los canales de los principales grupos de comunicación del país, como Atresmedia, Mediaset o diferentes cadenas temáticas; sino que se suma también a las nuevas formas de comunicar hoy en día: medios digitales, plataformas de vídeo y redes sociales. De este modo, la marca de lentes progresivas más recomendada por los profesionales de la visión, se acerca también al público más conectado que, cada vez más, elige los medios digitales, tanto para informarse como para consumir.

¿Qué beneficios tiene para tu negocio?

Según un estudio realizado entre más de 100 consumidores, 9 de cada 10 consumidores elige lentes Varilux®, y pueden ser más gracias a esta nueva campaña de comunicación, que dará a conocer la marca a nuevos potenciales consumidores. Sin duda, un empuje de visibilidad que podrá generar tráfico a tu óptica. Los resultados del estudio realizado, en el que más de 100 personas fueron equipadas con lentes Varilux®, son completamente concluyentes: tras dos semanas usándolas y regresando después a sus lentes "de siempre", el 83% de los usuarios afirmó que Varilux® es mejor, y un 80% dijo echar de menos las lentes Varilux® tras volver a las que usaba antes.

A juzgar por estos datos, y con más de 60 años en el mercado, Varilux® se posiciona como la marca más solicitada por los consumidores y la que más notoriedad tiene en España. Una popularidad que se verá reforzada gracias a la campaña "Ver sin límites".

Compromiso del Grupo Safilo en 2023: posicionar a sus clientes ópticos-optometristas en el centro de su negocio

El Grupo Sáfilo, uno de los actores clave de la industria del eyewear por su diseño, fabricación y distribución de monturas de vista y sol, cascos y gafas de protección quiere consolidar en el 2023 su posición de socio preferente para sus clientes ópticos-optometristas, situándolos en el centro de su negocio y ofreciéndoles las herramientas y el servicio necesarios para crecer juntos.

Desde 2020, la compañía invierte en una transformación digital sin precedentes, que la sitúa a la cabeza del sector tanto en su cadena de suministro, como en su nivel de servicio. Todo soportado bajo la plataforma B2B, You&Safilo, que ha demostrado ser la herramienta más eficaz e intuitiva del sector, disponible 24/7 para ayudar al cliente óptico en sus gestiones diarias, desde recambios de fornituras o el uso de la garantía de cuatro años de Sáfilo, con el simple envío de una imagen.



La estrategia para consolidar su negocio pasa por distanciar el foco del retail, desde la decisión estratégica en 2019 de desarticular sus tiendas físicas, Sáfilo tiene claro que no quiere ser competencia de sus clientes sino su socio preferente, y por eso, marca un claro camino en el que se compromete a no adquirir cadenas de ópticas.

Pedro Rubio, Commercial Head para Iberia y Grecia del Grupo Sáfilo, destacó: "El momento positivo que está viviendo la compañía es gracias a tres frentes claros: por un lado, la transformación digital que ofrece una herramienta como You&Safilo para nuestros clientes, por otro, el mejor servicio de piezas y fornituras de la historia de la compañía y un rico porfolio de marcas, que cubre todas las necesidades y todos los perfiles de consumidor. Nosotros solo vendemos más, si nuestros clientes venden más".

Alain Afflelou lanza el segundo cómic "Guardianes de la Visión" para concienciar sobre la salud visual infantil



Los 'Guardianes de la Visión' de Alain Afflelou vuelven a enfundarse su traje de superhéroes con gafas para emprender una nueva misión y detener los planes malvados del villano Dióptricus. El cómic, creado por el dibujante murciano Salva Espín y que muestra los consejos de salud visual desde una perspectiva lúdica y divertida, está disponible, gratis, desde principios de enero en todos los centros Afflelou.

Hace un año, la compañía lanzaba una nueva categoría, "Kids&Teens", destinada a los más pequeños, acompañada por la presentación del primer cómic 'Guardianes de la Visión'. Con esta iniciativa, el grupo óptico tiene como objetivo concienciar a los padres de la importancia de realizar revisiones visuales periódicas a sus hijos, además de impulsar a los más jóvenes a adoptar por sí mismos hábitos visuales saludables, a través de un canal lúdico, como el cómic, y del ejemplo de héroes y superhéroes.

La sobrexposición de niños y jóvenes a las pantallas digitales terminan forzando su visión, lo cual es especialmente preocupante en edades tempranas y requiere modificar sus hábitos respecto a los dispositivos digitales para que se utilicen con la distancia, la iluminación y el tiempo adecuados. Teniendo en cuenta que estas dinámicas continuarán en el futuro, ahora más que nunca, son imprescindibles las revisiones cada vez más periódicas de su visión.

Por ello, Alain Afflelou, a través de su fundación, lleva ya 23 ediciones recordando la importancia de las revisiones de la vista a los niños. La prevención resulta fundamental, es por ello que, cada inicio del curso escolar, la compañía realiza exámenes visuales a niños y adolescentes y entrega gafas graduadas a los niños, entre 5 y 7 años que las necesiten, en el marco de la Campaña Escolar en Favor de la Salud Visual de la Fundación Afflelou. Durante septiembre y octubre de 2022, las ópticas Afflelou realizaron más de 13.000 revisiones visuales a niños en edad escolar, y entregó más de 5.000 gafas graduadas.

Nuevo catálogo y nuevos productos para tu óptica

rPET post-consumer

Neceseres multiusos

Diferentes medidas y formas con la imagen de tu óptica.

Gamuzas Opticlean

Impresas a doble cara y a todo color con la mayor calidad fotográfica.



Fundas acolchadas

100% personalizables con la doble función de limpiar y proteger.

MANUFACTURAS ARPE · PRODUCTOS ÓPTICOS SOSTENIBLES · MANUFACTURAS ARPE ·

OEKO-TEX® STANDARD 100 20170K0460 AITEX

Global Recycled Standard C-0000150 INTERTEK

Arpe® 30 Years

info@arpe.es | arpe.es | 93 793 76 77

Le lente MiYOSMART de HOYA, galardonada con 'The Lens Award' en los Optician Awards de Reino Unido



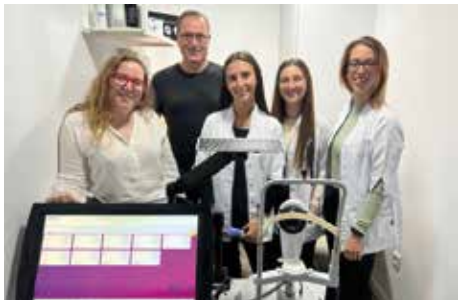
HOYA ha sido premiada por su lente oftálmica MiYOSMART con el reconocido galardón 'The Lens Awards'. El premio fue entregado al equipo de HOYA Reino Unido en la prestigiosa gala Optician Awards 2022, celebrada en Londres a finales de noviembre. Este galardón es el tercero consecutivo recibido en este certamen pues ya ha sido reconocida en ediciones anteriores con el premio a 'Proveedor del año' y 'Lente del año'.

Los Optician Awards se celebran desde hace más de 20 años en Reino Unido y son considerados toda una institución en el mundo de la óptica, con una gala que acoge a más de 500 asistentes cada año. No es el único galardón con el que cuenta MiYOSMART. En 2018 recibió el Grand Prize, Grand Award y la Gold Medal en la 46th Edición de la Exhibición Internacional de Invenciones de Ginebra y en 2020 recibió el reputado Silmo D'Or en París.

Dos millones de lentes MiYOSMART han sido adquiridas por padres de todo el mundo, eligiendo esta lente oftálmica de HOYA para tratar la miopía de sus hijos, confiando en su eficacia probada. La lente oftálmica de HOYA para combatir la miopía es capaz de ralentizar la progresión de ésta en un 60% de media, tal como se comprueba en los resultados de su estudio científico de dos años. Además, un tercer estudio de seis años, el más largo hasta ahora en lente oftálmica, confirmó no sólo su eficacia sostenible en el tiempo, sino también la ausencia de efecto rebote en aquellos usuarios que dejaron de usar esta lente con tecnología DIMS.

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO – MiYOSMART no ha sido aprobado para la gestión de la miopía en todos los países, incluidos los EE. UU., y actualmente no está disponible para la venta en todos los países, incluidos los EE. UU.

La tecnología WIVI Vision llega a las ópticas del grupo ClaraVisión



WIVI Vision ha alcanzado un acuerdo con el grupo óptico ClaraVisión para expandir su solución tecnológica orientada a la evaluación y tratamiento de las disfunciones visuales entre la red de ópticas que la compañía tiene en España (160), con el propósito compartido de ofrecer la máxima calidad y la última tecnología en salud visual y mejora de la eficiencia de la visión.
Con esta alianza, Grupo ClaraVisión, dispondrá del servicio diferencial de WIVI Vision con el que ofrecer a sus clientes un servicio de detección precoz y tratamiento en un contexto en el que se viene produciendo un aumento significativo de las disfunciones visuales. En una fase inicial, la solución de WIVI Vision se implementará en las dos ópticas referencia del grupo en Ontinyent (Valencia) y Granada (en la calle Recogidas, 59). La plataforma ofrecida por WIVI Vision mide hasta 50 parámetros de cinco áreas visuales y analiza si alguien presenta disfunciones visuales. Además, las corrige a través de entrenamientos personalizados con videojuegos en 3D que el propio software aplica y va ajustando al usuario en tiempo real. WIVI Vision cuenta con la homologación CE y es un producto con clase médica aprobado por el Ministerio de Sanidad.

Ganador del Silmo Academy



SILMO Academy se ha fijado como objetivo apoyar a los profesionales de la óptica oftálmica en su búsqueda de la excelencia. Desde 2016 y cada año, SILMO Academy apoya un proyecto de investigación en el campo de la óptica y las ciencias de la visión.
En esta ocsión ha resultado ganador el investigador Denis Sheydikhovich, del Instituto de la Visión, con su proyecto "Impacto del envejecimiento visual en la movilidad en un entorno real". Seleccionado por el Consejo Científico, recibió el jueves 8 de diciembre una beca de 10.000 euros para invertir en su investigación.
El proyecto ganador ha sido realizado en la estación de tren SNCF y se refiere a la mejora de los soportes de información visual para las personas mayores.

Vuarnet Maximus RX Shield, pantalla con prescripción integrada

Fruto de su partenariado con Maximus Optics, la firma francesa presenta Vuarnet Maximus RX Shield, monopantalla con prescripción 100% integrada y la primera y única del mercado con módulo RX integrado que ofrece un amplio campo de visión tanto panorámico como vertical y periférico. Muy resistente y ligera, brinda la mejor protección contra impactos y una comodidad sin igual. Disponible en monofocal y progresiva, es compatible con el 85% de las prescripciones. Gracias a una formulación especial, ofrece una protección superior y un excelente rendimiento visual en condiciones climáticas y de luz extremas, así como



una comodidad excepcional gracias a su peso pluma; además, utiliza tecnología "free form" y un prisma giratorio para compensar la fuerte curvatura de la pantalla única. Gracias al diseño de Shield Maximus RX, el grosor de los bordes de la pantalla es muy fino, al margen de la potencia de la receta; esto le da una estética de "cristal solar plano" y sus lentes progresivas Dynamic Range ofrecen una geometría que proporciona la solución perfecta para la visión de lejos y media distancia, ideal para la mayoría de los deportes y actividades al aire libre. www.vuarnet.com

Vimax anuncia el ganador de su último sorteo



Vimax ha anunciado el ganador del mes de diciembre de la tercera y última cafetera SMEG sorteada. En esta ocasión la agraciada ha sido Óptica Estación, de la localidad valenciana de Foios. ¡Enhorabuena!
¿Será este el último de los sorteos de Vimax?… Estate atento a las novedades porque… ¿Quién sabe?…
¡Felicidades a todos los que ya disfrutáis del mejor café con Quarz Airon y VIMAX!


MOD. 51218 - 200
BETTY BARCLAY
EYEWEAR

LIGHT WITHOUT BORDERS

Mejora la salud visual de los refugiados de guerra gracias a su clínica móvil

Light Without Borders es una pequeña ONG española que realiza revisiones optométricas y oftalmológicas a personas procedentes de países en guerra y conflictos que viven en los campos de refugiados de Grecia. Recientemente, tras muchos años de esfuerzo y gracias al apoyo de la fundación suiza SUYANA, la organización sin ánimo de lucro, ha conseguido el sueño de tener una clínica móvil.



La pequeña ONG española Light Without Borders, que realiza revisiones visuales a personas procedentes de países en guerra, gracias al apoyo de la fundación suiza sin ánimo de lucro SUYANA, ha conseguido el sueño de tener una clínica móvil.

Gracias a la clínica móvil, bautizada como Papa Musa en honor a un refugiado afgano al que prestaron ayuda durante varios años, LWB puede ofrecer servicios gratuitos de optometría y oftalmología en campos de refugiados donde la ayuda médica está restringida o es casi inexistente. LWB atiende a personas, de Afganistán, Siria, Irak, Pakistán, Congo, Camerún, Palestina e Irán, entre otras nacionalidades. Colaboran con los líderes de diferentes comunidades, así como organizaciones médicas y ONGs en los campos de refugiados. También cuentan con un equipo de traductores refugiados que viven en los campos para poder comunicarse con las personas a las que visitan en la clínica. La clínica móvil cuenta con todo el material necesario para realizar revisiones optométricas y oftalmológicas: Autorefractómetro, retinoscopio, caja de prueba, test de lejos y cerca, lámpara de hendidura portátil y oftalmoscopio directo e indirecto que facilitan la labor de los voluntarios en las expediciones.

En las revisiones aparecen desde refracciones bastante simples, a elevados astigmatismos, miopías magnas, una gran mayoría de niños con estrabismo y cataratas en estado avanzado, entre otras patologías. Una vez realizado el test se les proporciona el equipamiento que necesitan: una gafa de cerca, de lejos, de sol y lágrimas artificiales. Por ello, todas las aportaciones y colaboración de empresas y firmas del sector óptico son bienvenidas para que esta ONG siga desarrollando su labor humanitaria. Además, en un siguiente nivel del proyecto y gracias al apoyo del nuevo socio, la Fundación SUYANA de Suiza, a los refugiados que necesiten una intervención se les podrá realizar en el Athens Eye Hospital (privado) ya que los refugiados no tienen derecho a este tipo de servicio.

El proyecto de Light Without Borders es posible gracias a los voluntarios que dedican su tiempo a apoyar este proyecto humanitario. Así, Desde la ONG Light Without Borders hacen un llamamiento a optometristas y oftalmólogos que quieran colaborar como voluntarios y aportar su conocimiento, su tiempo y su solidaridad, apoyando la labor de: Luz Carmona, presidenta de LWB y voluntaria en el terreno desde hace seis años, y Marina Martín, miembro y voluntaria optometrista que colabora y ha estado en numerosas expediciones. Desde la Organización animan a todos los interesados a formar parte de esta red solidaria, como ya han hecho algunos optometristas Españoles: Marta Triquell y Maite Sanz entre otras o el cirujano oftalmólogo José María Vilchez, así como voluntarios de otros países. Por supuesto, también es fundamental la colaboración y donación de material de empresas y firmas del sector. “Es una experiencia inolvidable poder dar luz a los ojos de quien peor lo ha pasado e intenta ofrecerle una nueva vida”, valora Marina Martín, optometrista y voluntaria de la ONG.

Más información en las redes sociales de la ONG: (@lightwithoutborders en Facebook e Instagram), en su grupo de Teaming (www.teaming.net/lightwithoutbordersorg?lang=es_ES) o en su página web: www.ligthwithoutborders.org.es



El proyecto de Light Without Borders es posible gracias a los voluntarios que dedican su tiempo a apoyar este proyecto humanitario. Desde la Organización animan a profesionales y empresas a formar parte de esta red solidaria, agradeciendo también su apoyo profesional y donación de material y equipos.

ACTIVE Frames

CRECE CONTIGO

Funny COLOURS EDITION

MIDO

LIVE THE WONDER

Pabellón 3 - Stand G01 - H12

Pabellón 1 - Stand G02 - H01



SCAN ME

centrostyle

around people

Distribuido en España por LaSedeOptica s.l. - www.lasedeoptica.es - info@lasedeoptica.es - Tel.: 91 128 70 16

Area98

Saber hacer y color para unas creaciones modernas y sofisticadas

Area98 cierra un año de ilusión y confianza, con la esperanza puesta en el nuevo 2023 después del regreso a las ferias de óptica, que tanto echamos de menos en los dos últimos años de pandemia, donde sus marcas han vuelto a sorprender gratamente al sector óptico internacional.



Cuando se utiliza el color como principal fuente de inspiración, todo toma forma de la manera más natural posible y es ahí donde expresar la creatividad se vuelve tan fácil como respirar. En Area98 lo saben bien y la creatividad, el ingenio y la búsqueda continua de la novedad son los pilares sobre los que giran todas las marcas que han dado a conocer a la empresa en el mundo. Es el año de Area98: novedades, mucho color pero sobre todo mucha dedicación que siempre lleva a explorar mundos nuevos y así dar lugar a creaciones cada vez más modernas y sofisticadas. Cada marca es un mundo enriquecido por una filosofía específica seguida con gran constancia y precisa dedicación: ¡descúbrelas todas y déjate seducir por estas gafas únicas!



Coco Song, marca creada por Area98 como indiscutible reina de la elegancia, se ha enriquecido con modelos de irrepetible singularidad gracias a las preciosas sedas orientales que, combinadas con plumas, flores secas y piedras semipreciosas, crean verdaderas joyas para llevar a diario. En la imagen, el elegante modelo Moonlight Shadow.



Cuando la frescura se une al oro de 24 quilates, llega CCS para la mujer actual que, entre sedas y flores secas, juega con acetatos brillantes e irrepetibles. Otro aspecto destacado de esta marca es la técnica del transfer-paper, que hace que las monturas de metal sean tan coloridas y frescas como quien las lleva. Modelo CCS178, con acetato en tonos efervescentes y un toque de oro de 24 quilates que no pasa desapercibido.



Irreverente y salvaje como sólo ella sabe ser: La Matta se confirma como una marca irrepetible que eligen y aman las mujeres que saben lo que quieren y cómo conseguirlo, que no tienen miedo de atreverse a sacar su lado único y provocativo. Monturas en las que el animalier de colores vivos se mezcla con los tonos de moda y se embellece con trabajos de esmalte y acetato que recrean en las varillas pequeñas joyas para la vista. Un ejemplo es el modelo LMV3343, en el que la elección del animalier se ve reforzada por colores vibrantes únicos.



Combinaciones fuera de lo común y colores extravagantes: ¡Kaos siempre sabe cómo sorprender! Para los espíritus libres que adoran mostrar su singularidad también a través de monturas que saben jugar con todo lo que es el color y el contraste. Contrastes y extravagancia también en el modelo KKV554: ¡sólo para quienes quieren ser atrevidos!



¡Arte, arte y más arte! Genesis Art es, por excelencia, un homenaje a la creatividad de los artistas de cada día, que quieren poder llevar algo único que realce su lado más creativo. Colores y geometrías que dibujan excéntricas formas de diseño: ¡Genesis Art es puro arte para llevar! Como el modelo GV1579, facetas audaces y colores que destacan para los verdaderos espíritus artísticos.



C/ Las Gardenias, 23 - 28925 ALCORCON (Madrid) - Tlf. **916 418 906**
info@eurolent.com - www.eurolent.com

Wireframe

la nueva campaña primavera-verano 2023 de Blackfin

El color marca un nuevo capítulo. El fondo delimita un espacio tridimensional mínimo del que emergen las gafas, protagonistas absolutas de la nueva campaña de comunicación de Blackfin para la primavera-verano 2023.









Las gafas, por su diseño, geometrías, formas y colores son las protagonistas de la campaña de Blackfin para esta primavera-verano.



Como en la construcción de una interfaz gráfica, el esquema arquitectónico de fondo se convierte en el marco esencial que conecta la estructura conceptual con el proyecto visual. Un elemento funcional, útil para acentuar la atención sobre el producto, sobre el diseño y los detalles cromáticos a través de la personalidad de cuatro modelos que interpretan el espacio en el que se mueven.

De la mano de Giovanni De Sandre, la campaña fotográfica es la plataforma con la cual la madurez estilística de la empresa llega al siguiente nivel: el producto vuelve a estar en primer plano, donde una gama de tonos saturados, metalizados y matizados resalta, a través de líneas armoniosas y originales, la geometría de las formas.

www.blackfin.eu



Las fotografías de Giovanni De Sandre ponen a las monturas y gafas de sol Blackfin en primer plano.

AVM 1959 Spa

Multinacional Italiana, busca agentes comerciales para cubrir vacantes en las zonas de Cataluña, Centro y Levante.

Las personas interesadas, deben enviar su C.V. a la siguiente dirección:
comercial.es@avm1959.it



www.avm1959.it

NOVA OPTICA, S.L.
IMPORTACIONES DE ÓPTICA

Por ampliación de líneas y nuevas colecciones, entre otras: Harry Potter, Looney Tunes y Dc Comics

Precisa: comerciales, en exclusiva o multicartera, para distintas zonas de España.

Se requiere experiencia en ventas sector óptico.

Interesados enviar currículum vitae a: ana@novaoptica.info

SHI eyewear

Somos una empresa española que distribuye Kelinse Eyewear, XIT Eyewear, Löki Eyewear y Archy Welfare. Estamos buscando comerciales con experiencia en el sector óptico y ganas de embarcarse en un proyecto diferente.

Si te apetece unirte al equipo y formar parte del proyecto, manda tu CV a shieyewear@gmail.com

---

Por jubilación se vende STOCK de 45.000 gafas de calidad Óptica.

Se puede ver en el QR adjunto.

Precio 1 euro por gafa, por la compra total. NEGOCIABLE

Interesados contactar en los teléfonos:
646 340 095
y 983 376 053
o en: jrg@jrg.es

AC OPTICAL GROUP

Fabricante y distribuidor consolidado con más de una década de experiencia en ofrecer las mejores soluciones a profesionales ópticos, quiere reforzar su red de comerciales en todo el territorio nacional y Portugal.

¿Qué busca?

Agentes comerciales autónomos multicartera, con experiencia en el sector óptico. Gran capacidad resolutiva, autonomía, organización, dotes de comunicación y muchas ganas de crecer. Si cumples estos requisitos y quieres formar parte de un equipo en pleno crecimiento, ¡en AC Optical estarán encantados de conocerte!

Contacto:

joaquin.fernandez@acopticalgroup.com
+34 637 08 99 73
www.acopticalgroup.com

SNOOP!®

Gafas de niño con puente invertido

Precisa comercial multicartera para las zonas de:

• MADRID Y CENTRO

• LEVANTE – ANDALUCÍA

• CATALUÑA – ARAGÓN

Muestrario: Una bandeja y una carpeta con complementos, gamuzas, etiquetas, etc.

Alta comisión más incentivos trimestrales por alcanzar objetivos

Interesados contactar con Javier Ramos en el tel.: 609 84 26 00

evil eye

true sport eyewear

Made in Austria

Tecnología innovadora, la mejor calidad y perfecta armonía de diseño, materiales y óptica. Las gafas deportivas ***evil eye*** garantizan la más alta protección y la mejor visión en cualquier deporte.



evileye.com
/evileye.eyewear




Varilux®
Essilor®
#1 marca líder de lentes progresivas
en el mundo*
*Datos de Euromonitor 2021: valor de venta en las categorías de lentes para gafas y marcas de lentes progresivas.
**9 de cada 10 consumidores eligen las lentes Varilux® después de probarlas durante dos semanas. Estudio de privación Varilux®, tercero independiente, Francia, 2020 (n=102).
© Essilor International – julio de 2022 – Essilor®, Varilux® son marcas comerciales de Essilor International.
Ver los detalles.
Ver sin límites.
9 de cada 10 consumidores
eligen lentes Varilux®**
essilor
essilor.es