

Look VISION

N° 212 · MAYO/MAY · JUNIO/JUNE 2023

YALEA

Here I am.



Ariadne and Cindy for Yalea



centrostyle®
around PEOPLE

45 años trabajando
por la salud visual infantil



Centrostyle, en colaboración con ópticos optometristas especializados en salud visual infantil, desarrolla soluciones a medida de los más peques. Demostramos nuestro compromiso con la colección Active Frames y soluciones para gabinete y terapia visual.

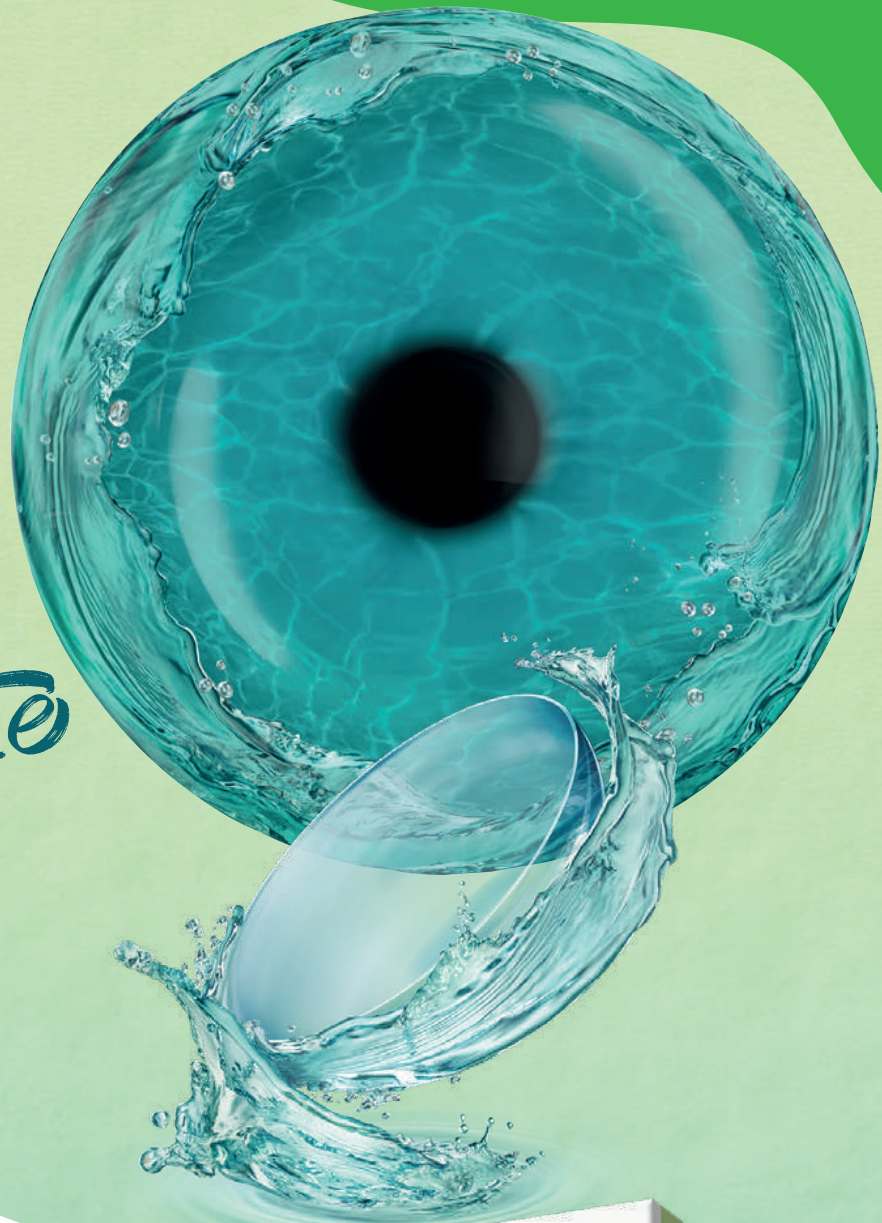
Distribuido en España por LaSedeOptica - info@lasedeoptica.es

BAUSCH+LOMB

Bio
true

ONEday Lenses

Tus ojos
se merecen
confort durante
todo el día



Por la compra de
2 cajas de 90
lentes de contacto
Biotrue® ONEday
llevate este

Flotador*



www.viendolavida.com

*Campaña válida hasta final de existencias

© 2023, 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. CFB-ES2302-28

BAUSCH+LOMB
Ver mejor. Vivir mejor.



WILLIAM MORRIS / LN50278C3_LN50287C1

WILLIAM MORRIS | LONDON

Design Eyewear Group
presenta sus 2 nuevas marcas en el mercado español
William Morris London y Charles Stone New York

WILLIAM MORRIS | **LONDON**

CHARLES STONE
ORIGINAL NEW YORK EYEWEAR

Design Eyewear Group Iberica
Calle Alcalde Felipe de Uhagón, 9-5 E / 48020 Bilbao
tel +34 944 211 776 / info.es@designeyeweargroup.com



QUARZ AIRON^{UV+}

Solo refleja tu sonrisa



QUARZ XTRAMAX^{UV}

Máxima resistencia



QUARZ BLUE^{UV}

Protección azul



QUARZ XTREM^{UV}

Tu visión limpia sin reflejos



QUARZ DRIVE^{UV}

Conduce sin deslumbramientos



QUARZ SUN^{UV+}

Protección solar



*El respaldo de una gran familia,
la tecnología más avanzada.*

En tratamientos antirreflejantes
de última generación.
100 % ingeniería Prats.



10 Editorial

12 Colección Silhouette Purist, más única que nunca con la innovadora técnica Color Groove.

14 ¡Green lanza su nueva serie 10. ¡Auténtica novedad de 2023!

18 Iris, un icono de ProDesign, reeditado para conmemorar el 50º aniversario de la marca danesa.

20 Yalea, diseños de sol con estilo para realzar el rostro de la mujer moderna.

21 ELLExELLAS: Yalea participa en el ELLE Women's Day 2023, evento que premia el talento femenino.

22 Mini Eyewear, colorea tu vida.

24 Suitto presenta la nueva colección Suitto Sybarite.

26 Tendencias.

30 Ana Hickmann: Architecture Collection fusiona feminidad, líneas futuristas y grandes estructuras de acetato.

31 Bravewear: ¡Sin reglas, sin límites! ¡Sencillamente, sé tú mismo!

32 Llega la nueva y floreada colección Monsine Bloom.

40 Cómo cuidar los ojos de la alergia primaveral.

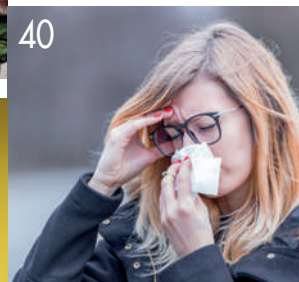
41 Ray-Ban Wayfarer Carbon Fiber: Una edición limitada para celebrar el 75º aniversario de Ferrari.

42 EssilorLuxottica presenta sus innovaciones en gafas y lentes.

44 Duyos: Una nueva marca impactante.

46 Silmo Singapur, el recién nacido de la Familia cumplió sus promesas y objetivos.

48 Vistalia celebra su 16º Convención Nacional.



50 Hoya Vision Care lanza las lentes solares MiYosmart.

52 Farmaoptics presenta su nueva marca exclusiva de gafas Sió Eyewear.

54 El estudio de la miopía en la infancia de AMIRES, con la colaboración de ZEISS, subraya la necesidad de revisiones visuales infantiles periódicas.

58 Expocecop congrega a más de 350 profesionales y celebra su 27 aniversario en Benidorm.

60 Contactología.

62 La Fundación Alain Afflelou presenta los resultados de la caravana solidaria El Desierto de los Niños.

63 Face à Face: la fascinación de un nuevo look en gafas de sol.

64 El alcalde de Las Rozas visita Cione con motivo del 50º Aniversario de la cooperativa.

66 Silhouette La Ligne, un nuevo modelo que eleva todas las miradas.

67 Noticias.

77 Ciolab y el sueño español.

78 Light Without Borders realiza una nueva expedición de la ONG a los campos de refugiados de Grecia.

79 Prooptica dedica una colección de gafas a Dielmar, la más prestigiosa marca de sastrería portuguesa.

80 Agenda de Anuncios.

contents

Nº 212 · MAYO/MAY · JUNIO/JUNE 2023

10 Editorial

12 Silhouette Purist collection, more unique than ever with the innovative Color Groove technique.

14 iGreen launches their new 10 series. A real novelty for 2023!

18 Iris, a ProDesign icon, reissued to commemorate the 50th anniversary of the Danish brand.

20 Yalea, stylish sun designs to enhance the face of the modern woman.

21 ELLExELLAS: Yalea participates in ELLE Women's Day 2023, an event that rewards female talent.

22 Mini Eyewear, colour up your life

24 Suito presents their new Suito Sybarite collection.

26 Trends.

30 Ana Hickmann: Architecture Collection fuses femininity, futuristic lines and protruding, oversized acetate frames.

31 Bravewear: No rules, no boundaries! Just be Yourself!

32 The new and flowery Monsine Bloom collection arrives.

40 How to take care of the eyes from spring allergies.

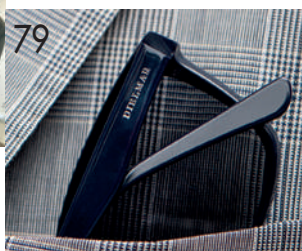
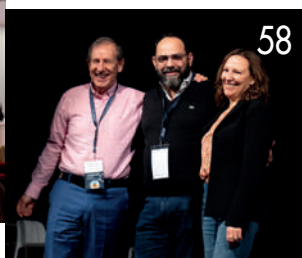
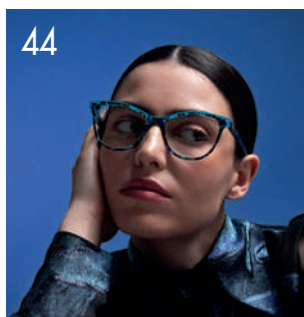
41 Ray-Ban Wayfarer Carbon Fiber: A limited edition to celebrate the 75th anniversary of Ferrari.

42 EssilorLuxottica presents their innovations in eyewear and lenses.

44 Duyos: A new shocking brand.

46 Silmo Singapore, the newborn of the Family fulfilled their promises and objectives.

48 Vistalia celebrates their 16th National Convention.



50 Hoya Vision Care launches MiYosmart sun lenses.

52 Farmaoptics presents their new exclusive brand of glasses Sió Eyewear.

54 The AMIRES childhood myopia study, in collaboration with ZEISS, underlines the need for regular children's vision check-ups.

58 Expocecop brings together more than 350 professionals and celebrates their 27th anniversary in Benidorm.

60 Contactology.

62 The Alain Afflelou Foundation presents their results of the El Desierto de los Niños solidarity caravan.

63 Face à Face: the fascination of a new look in sunglasses.

64 The Mayor of Las Rozas visits Cione on the occasion of the 50th Anniversary of the cooperative.

66 Silhouette La Ligne, a new model that raises all eyes.

67 News.

77 Ciolab and the Spanish dream.

78 Light Without Borders carries out a new NGO expedition to the refugee camps in Greece.

79 Prooptica dedicates a collection of glasses to Dielmar, the most prestigious Portuguese tailoring brand.

80 ADS Agenda.

Maui Jim® 
LENTES DE SOL
POLARIZEDPLUS2®



MODELO : CLIFF HOUSE
Disponible para graduar

... un buen día.

SOL | GAFAS DE SOL GRADUADAS | GAFAS OFTÁLMICAS



NUESTRA PORTADA: Las modelos Ariadne Artiles y la icónica Cindy Crawford ilustran nuestra portada luciendo su esplendida belleza y realizándola con gafas de sol Yalea, marca propia del Grupo De Rigo, caracterizadas por sus amplias formas geométricas y detalles decididos: encolados con acetatos muy coloridos y cautivadores, juegos de transparencias y contrastes en unas gafas elegantes, de líneas limpias, ideales para realzar todos los rostros femeninos y poner una pincelada de distinción, refinamiento y buen gusto.

LookVISION

Nº 212 · MAYO/MAY
JUNIO/JUNE 2023

Una revista de:
MUNDIPRESS COMUNICACIÓN, S.L.

Director: **Julio Rozas**
Redactora:

M^a 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**

Asesoría fiscal y financiera:

Franpij - Gestión y Análisis, S.L.

Maquetación y preimpresión: **Creaprop**

Impresión: **Monterreina**

Depósito legal: M-24975-2001

Lookvision sigue en Portugal

¡Bienvenidos a vuestra revista! Bem-vindo à sua revista!

Me complace presentar el relanzamiento de Lookvision para y por el sector óptico portugués. Proseguimos nuestro periplo informativo en Portugal, revitalizando un nombre, una marca como Lookvision, que bien conoce el sector portugués después de casi diez años llegando a sus establecimientos y oficinas. De momento comenzamos con la edición online desde: www.lookvision.pt de la mano de Maria Manuela, en Lisboa, y del equipo de la revista madre en Madrid abriendo así un puente de colaboración entre ambos países y mercados hermanos y complementarios.

Tras el "impasse" casi obligado por la pandemia covid-19, en esta primavera 2023 reiniciamos nueva andadura de Lookvision en Portugal sin intermediarios, con un diseño moderno y atractivo, una información independiente, veraz y rigurosa y con el carisma, ambición y profesionalidad acreditadas. Desde su nacimiento hace casi un cuarto de siglo, la revista Lookvision se ha convertido en un referente en el sector óptico en España y con sus casi diez años de presencia en Portugal, creemos que también tiene un hueco en los corazones de los profesionales portugueses, un hueco que queremos seguir llenando con los fines de la publicación: informar, divulgar y entretener, siendo el cauce para acercar la información y, en lo posible, conectar con todos los actores implicados en el mundo de la óptica: ópticos-optometristas, contactólogos, audiólogos y, por supuesto, fabricantes, distribuidores e importadores.

Trataremos de transmitir y difundir la información de un modo profesional, pero sobre todo entretenido y ameno, en un formato con un diseño atractivo, vistoso y moderno en el que queremos contar con la participación y apoyo de todos vosotros: los profesionales, los auténticos artífices de la buena marcha del sector y de sus éxitos. Desde internet (www.lookvision.pt), por el momento, la revista llega a Portugal y a todo el mundo, en portugués, con los contenidos que genera el sector óptico internacional y nacional, así como los que lleguen gracias a la participación de todos vosotros, lectores, profesionales y expertos conocedores de un mercado y de una profesión que cuida la salud ocular de los ciudadanos, vela por la protección de un sentido fundamental como la vista y, por qué no decirlo, pone en el rostro un complemento de moda que realza la personalidad. Nosotros, desde Lookvision, os animamos a que participéis proponiendo temas de interés general, inquietudes y sentir del sector óptico-optométrico y enviándonos colaboraciones, noticias y artículos que publicaremos gustosa y desinteresadamente en este medio de comunicación que, desde este momento, es el vuestro.

Agradecemos vuestra colaboración y apoyo porque sois los auténticos conocedores y protagonistas del sector mientras nosotros solamente ejerceremos el mero papel de informadores de vuestro sentir e inquietudes profesionales, pero más apegados a una dimensión práctica en la que la moda y las tendencias tendrán un papel destacado. En todo caso, el interés social será el fruto de la simbiosis entre vosotros: ópticos-optometristas y empresas del ramo en general y vuestra revista Lookvision.

Estamos seguros que hay innumerables posibilidades de colaboración que podemos aprovechar en el ejercicio de cada una de nuestras profesiones. La nuestra es una aportación modesta, como periodistas e informadores, aunque esperamos cumplir con los objetivos y desafíos a los que nos enfrentamos con una gran dosis de ilusión, experiencia y profesionalidad informativa.

Las diferentes secciones de la revista son muy variadas y en ellas tendrán cabida todos los temas y noticias que vayan aportando los lectores. Además de entrevistas, noticias de actualidad, colaboraciones profesionales, moda y tendencias, también contiene una sección fundamental como el Tablón de Anuncios en el que incluimos vuestras ofertas y demandas de trabajo, compras, traspasos y ventas, de forma totalmente gratuita, que contribuye a fomentar la participación y que sea un punto más de interactividad con los lectores. Basta con que nos enviéis esos comunicados mediante la forma más rápida y efectiva como el correo electrónico, el email (contactos@lookvision.pt), continuamente abierto a la comunicación entre lectores y revista.

Para terminar quiero agradecer, en nombre propio y en el del equipo de redacción, el interés con que acojáis todos vosotros: ópticos-optometristas, empresas, instituciones y organismos esta renovada revista Lookvision, una publicación actual, moderna, entretenida y amena que llega hasta vosotros con gran entusiasmo y con los brazos abiertos. Esperamos no defraudaros en esta nueva etapa de Lookvision y contar con el apoyo que nos demostráis en los mercados de Portugal y España. Muchas gracias también por vuestro ánimo, confianza y apoyo.

Julio Rozas
Director

editorial

**Ninguna aventura es un obstáculo.
Explora tu mundo con las lentes
iD LifeStyle 4.**

Fácil de adaptar,
fácil de prescribir.

HOYA
FOR THE VISIONARIES

Silhouette®

Colección Purist, más única que nunca con la innovadora técnica Color Groove

Silhouette, firma austríaca referente en el diseño y producción de gafas premium, presenta su nuevo modelo Purist con el efecto Color Groove. Es la representación del minimalismo, máxima personalización, ligereza y confort tan significativos de la marca con un innovador acabado de color que eleva cualquier mirada.



La colección Silhouette Purist permite personalizar la mirada eligiendo entre una gran variedad de formas, como los expresivos estilos oversize y cat-eye para mujer, o los sofisticados y sutilmente diferentes diseños geométricos para hombre. Estas formas, combinadas con Color Groove, dan un nuevo giro a los famosos diseños de Silhouette para conseguir una mirada tan luminosa y única como el que las lleva.

Inspirada en las ilusiones ópticas, la característica Color Groove se añade con exquisita artesanía al borde de la lente. Utilizando la última técnica hand-applied, los tonos se aplican a mano y mediante agujas ultrafinas alrededor de la lente para crear una ilusión visual única. Con esta técnica, los elementos contrastados cambian según dónde se mire, creando espectros fascinantes inspirados en el arte de la luz.

La innovadora técnica Color Groove está disponible para todas las colecciones al aire de Silhouette, en 8 colores exclusivos y únicamente con lentes Silhouette. Cada 100% Silhouette (lente+montura) se fabrica en la sede central de Austria. Personalización al máximo nivel: más 16.000 combinaciones, 8 Color Groove, 400 formas de lentes y 5 colores diferentes en lentes tintadas. Para crear estilos tan únicos como quien las lleva.

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



Silhouette Purist personaliza las miradas con estilos oversize y cat-eye para mujer, o geométricos para hombre. Estas formas, combinadas con Color Groove, consiguen miradas luminosas y únicas en el rostro de ellas y ellos.



Silhouette

EMPOWERED
BY LIGHTNESS

iGreen lanza su nueva serie 10 ¡Auténtica novedad de 2023!

iGreen, Marca de Thema Optical, lanza su nueva serie 10, compuesta por 17 modelos en cuatro colores cada uno, para un total de 68 combinaciones, en diseños para mujeres, hombres, unisex y niños/adolescentes. Con formas contemporáneas y de plena moda, los nuevos modelos iGreen 10 son el resultado de una continua investigación y desarrollo para ofrecer lo mejor en términos de estilo y funcionalidad.



Ha habido en la historia de iGreen momentos y lanzamientos importantes y la presentación de la línea iGreen 10 es uno de estos. Hay y habrá un antes y un después con esta nueva colección dotada de una novísima varilla delgada que da a cada gafa un look fresco e innovador. Su sistema de conexión sigue siendo el mismo de los modelos que ya forman parte de la colección, garantizando la intercambiabilidad de las varillas de forma mucho más versátil.

Los modelos iGreen 10 son ligerísimos y están realizados en material inyectado bio-based (Rilsan G850), tanto en frente como en varillas, de base biológica y de bajo impacto medioambiental para satisfacer la creciente demanda de productos sostenibles. Por su parte, los terminales están realizados en CP (acetato inyectado). Elegir iGreen 10 significa escoger un producto de alta calidad, sostenible, totalmente innovador que ha recuperado los requisitos que ha hecho tan popular como reconocida a esta colección: la ligereza, la comodidad y la elasticidad.



Formas actuales en diseños para hombres, mujeres, niños/adolescentes y unisex, colores de tendencia y un total de 68 combinaciones destacan en los modelos de la colección iGreen 10. Además, son ligerísimos, sostenibles y muy cómodos de llevar.



Nuevas, modernas, de
tendencia y con la misma
calidad de siempre

iGreen 10

la novedad para 2023



Formas contemporáneas
y de tendencia para hombre,
mujer y niño



La VARILLA FINA para un estilo INNOVADOR Y
LIGERO. El enganche es el mismo que el de los demás
modelos de la colección, lo que permite que la varilla sea
INTERCAMBIABLE como todas las varillas de iGreen



17 modelos nuevos
en cuatro colores cada uno



Modelos superligeros en material de origen natural con
un impacto medioambiental bajo (Rilsan G850,
con exclusión de los terminales)

iGreen 10: calidad SOSTENIBLE perfecta para los clientes que están cada vez más
ATENTOS a los TEMAS MEDIOAMBIENTALES. LIGEREZA, CALIDAD, SOSTENIBILIDAD

Para descubrir más sobre la colección y conocerla mejor: <https://thema-optical.com/> <http://www.igreeneyewear.com/> / <https://configurator.thema-optical.com/> Teléfono atención al cliente: + 34 931 816 472



*Hoy es el día. Elige empezar a crecer.
Empieza a formar parte del grupo líder.*



+info

OPTICALIA



Elige tener publicidad

Hacemos una gran inversión publicitaria en televisión, radio, redes sociales, medios digitales... Porque nuestro objetivo es ayudarte a impulsar tu negocio. Publicidad nacional, local, geolocalizada y personalizada a tu medida.

Elige tener un programa de formación para ayudarte a vender más

Queremos que estés en constante avance profesional, por eso para nosotros la formación del personal es fundamental. Contamos con un programa formativo líder en el sector y un equipo de profesionales que te van a ayudar a aplicar fórmulas comerciales actuales, que mejoren la rentabilidad de tu negocio.

Elige tener marcas en exclusiva

Nuestro equipo de diseñadores desarrolla colecciones para primeras marcas internacionales como Mango, Pull&Bear, Custo Barcelona, El Ganso, Pedro del Hierro o Victorio & Lucchino. Marcas exclusivas que te permiten diferenciarte de la competencia ofreciendo una propuesta de valor relevante.

Elige conservar tu independencia

En un mercado óptico cada vez más competitivo es necesario estar unido para poder competir. En Opticalia apostamos por tu independencia con las grandes ventajas de formar parte de un gran grupo internacional.

Elige tener una imagen moderna y actual en tu óptica

Sabemos que es muy importante que la experiencia de tu cliente sea siempre la mejor y aquí influye también la imagen de la óptica. Hemos desarrollado un gran proyecto de diseño que adapta el establecimiento a los nuevos hábitos de compra.

Si has llegado hasta aquí, ya has empezado a elegir.

Llámanos e infórmate.

Tel. 918 065 500



prodesign : denmark
AUTHENTIC EYEWEAR FOR GENERATIONS

IRIS , un icono de ProDesign reeditado para conmemorar el 50^a aniversario de la marca danesa

Prodesign Denmark nació en 1973 en la ciudad de Aarhus, Dinamarca, sobre la base de la creación de gafas de diseño innovador enfocado tanto en la funcionalidad como en la expresión visual. Lo que comenzó hace 50 años se ha convertido ahora en la marca más importante de Dinamarca en gafas de diseñador.

Coincidiendo con su 50 aniversario, Prodesign lo celebra rindiendo homenaje a algunas de sus monturas más icónicas al lanzar esta nueva colección cápsula. Su equipo de diseño danés ha asumido el reto de rediseñar estos ICONOS del pasado. Unas veces simplemente añadiendo materiales y técnicas nuevas e innovadoras y otras reinterpretando un concepto original o añadiendo nuevas formas y colores.

IRIS

Cuando IRIS se lanzó por primera vez, hace casi 20 años, cautivó al mundo. Este concepto súper femenino, con ornamentación cortada con láser, es una pieza de joyería eyewear, exclusiva y decorativa con elevado nivel de detalle. No solo encantó a las usuarias, sino que en 2006 IRIS 5104 fue nominada para un Silmo d'Or.

Hoy, IRIS sigue siendo uno de modelos favoritos entre muchos otros, y ahora ProDesign presenta una versión actualizada de este icónico concepto. Viene en tres formas femeninas: una basada en la forma original 5104, un cuadrado más profundo y un gran ojo de gato. Todas las formas han sido diseñadas para complementar a la perfección los detalles originales de la varilla floral.

Material mejorado

La montura original estaba hecha de acero inoxidable, pero con este lanzamiento la marca danesa lo ha actualizado a titanio. De este modo crea una versión más exclusiva para la mujer moderna y preocupada por la calidad.



Monturas Iris 1 col.9221; Iris 2 col 3721 e Iris 3 col 4121, de diferentes formas y con sus características varillas florales.

Paleta de colores refinada

El titanio permite una gama más amplia de colores IP (chapado iónico) vibrantes y profundos y tonalidades chapadas en oro. Esto, combinado con los terminales de acetato demi realizados a mano, añade una gama de colores súper femenina a este concepto. Algunos tonos son similares al original, mientras que otros tienen un toque actualizado y muy moderno.

Fiel al original

IRIS era una gafa única y lo sigue siendo, por lo que solo se han añadido algunas mejoras. El frente curvo se ha perfeccionado para que sea más cómodo de llevar y un nuevo ángulo definido en la sien permite un mejor ajuste. Los detalles ornamentales son los mismos, pero ahora los nuevos y vibrantes terminales de acetato añaden un acabado más exclusivo.

“IRIS es un verdadero icono. Cuando se lanzó, destacó en el mercado por su ornamentación femenina y nivel de detalles, y aún lo hace hoy. Le he dado un toque moderno, que respeta el diseño original. IRIS es una montura llamativa y una elección de gafas que siempre será recordada”, dice Nicoline Brock Jensen, diseñadora.



La nueva colección Iris se ha visto enriquecida y ampliada con una espléndida y femenina línea de gafas de sol.

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**



Lentes 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.



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>



Y A L E A

Diseños de sol con estilo para realzar el rostro de la mujer moderna

Elegante, femenina y colorida. La nueva colección de Yalea, marca del Grupo De Rigo, tiene una personalidad fuerte, definida, y con el propósito de promover a las mujeres contemporáneas, premiando su singularidad y belleza natural. Las gafas son fáciles de llevar y han sido diseñadas para enmarcar y realzar el rostro de todas las mujeres.



Elegantes formas redondeadas suavizan el look ojo de gato de estas gafas de sol pertenecientes a la colección de sol Yalea para esta temporada.



Gafas de sol con elegantes formas de amplios perfiles cuadrados, hexagonales, redondeados y ojos de gato para vestir con estilo todos los rostros femeninos y poner una pincelada de estilo y color. Los acetatos de los frentes, en colores sólidos, moteados o transparentes, solos o combinados con metal y decoraciones exquisitas, algunas de ellas revestidas con esmalte de colores, predominan en la nueva colección Yalea.

Los modelos, 10 de sol y 15 de vista, son modernos y de gran calidad. Cada par de gafas es único en su categoría y relata la historia de una mujer especial, como especiales son todas las mujeres, tanto como las embajadoras de la firma eyewear Yalea: la modelo Ariadne Artiles y la icónica modelo Cindy Crawford que ilustran la imagen principal luciendo su esplendida belleza realzada con modelos de sol caracterizados por sus amplias formas geométricas y detalles decididos: encolados con acetatos muy coloridos y cautivadores, juegos de transparencias y contrastes, para unas gafas elegantes y de líneas limpias.

El compromiso de Yalea con los proyectos relacionados con el apoyo y el empoderamiento de las mujeres en el mundo sigue adelante: de Stronger Women, Stronger Nations en Nigeria a I was a Sari en India, proyectos alineados con la misión de la marca de apoyar el crecimiento, la afirmación y la independencia femeninas.



La distinción, refinamiento y buen gusto de estos modelos de sol Yalea queda patente en sus formas geométricas, amplias y coloridas, en acetatos moteados y transparentes, algunos encajados en perfiles de metal, con varillas y puentes en el mismo material.

Yalea participa en el ELLE Women's Day 2023 evento que premia el talento femenino

Yalea, marca que promueve a las mujeres contemporáneas apoyando su libertad de elección, fomentando su talento y premiando su belleza personal, ha sido socia por segundo año de ELLE Women's Day, un evento organizado por ELLE España para celebrar a las mujeres fuertes, valientes y extraordinarias.



Pilar Alegre, ministra de Educación, flanqueada por Cristina Martín Conejero, CEO de Hearst España, y Benedetta Poletti, directora Editorial de Hearst España y directora de ELLE.



Johanna Ortiz, Premio Diseño de Moda, recibió el galardón de manos de Isabel Preysler luciendo un look de la galardonada.

En el transcurso del evento, que tuvo lugar en El Beatriz Madrid y fue presentado por Cristina Gullón, se celebró también la III edición de los ELLE Women Awards, que reconocen, premian y homenajean a mujeres por su liderazgo en la sociedad y su contribución para visibilizar el talento femenino. Los premios fueron precedidos de varias ponencias y mesas redondas en las que, bajo el lema “ELLEx Ellas”, participaron mujeres relevantes de la escena empresarial, social e institucional que dejaron su testimonio feminista, recordaron el camino recorrido y lo que queda por hacer; entre ellas, Roberta Metsola, Presidenta del Parlamento Europeo; Pilar Alegre, Ministra de Educación; Carme Artigas, Secretaria de Estado de Digitalización e IA; Sara García, Bióloga Molecular, investigadora del CNIO y astronauta en reserva de la Agencia Espacial Europea; Ester García Cosín, CEO de Havas Media Group; Nieves Álvarez, modelo y empresaria; Marisa Soletto, directora de la Fundación Mujeres, y Benedetta Poletti, directora de ELLE España.



Barbara De Rigo.

Barbara De Rigo, CMO de De Rigo y Presidenta de la Fondazione De Rigo H.E.ART, participó en la mesa redonda “Diversidad, libertad y compromiso: lo que realmente importa” junto a Sara Khadem, ajedrecista iraní exiliada en España, y Marzieh Hamidi, campeona afgana de taekwondo exiliada en Francia. En su intervención, Barbara De Rigo recordó los valores éticos de Yalea y el apoyo que presta la marca al proyecto “Stronger Women, Stronger Nations”

de Women for Women International en Nigeria y Afganistán. Una ayuda concreta de Yalea a las mujeres en dificultades en países afectados por la guerra.

Miss Violina fue la encargada de poner el punto musical a la jornada con varias apariciones a lo largo de la ceremonia y el broche final a esta jornada llena de empoderamiento femenino lo puso la Ministra de Educación, Pilar Alegre. La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, clausuró el evento y la última parte de este día dedicado a las mujeres fue la entrega de los premios que las homenajean, los Eye Women Awards que, en esta tercera edición, han reconocido y premiado a: Laura Pausini, Premio Trayectoria Musical; Julissa Reynoso, Premio Trayectoria Profesional; Inma Cuesta, Premio Trayectoria Cinematográfica; Johanna Ortiz, Premio Diseño de Moda; y Vicky Martín Berrocal, Premio Trayectoria Empresarial.



Dos de las galardonadas con los Eye Women Awards: Laura Pausini, Premio Trayectoria Musical, e Inma Cuesta, Premio Trayectoria Cinematográfica.

MINI EYEWEAR

Colorea tu vida

Desde que el primer automóvil salió de la línea de producción, en 1959, el MINI ha sido sinónimo de nuevas perspectivas y pensamiento innovador. Los mundos de color en los que siempre se han movido los coches, demostraron el coraje de ser diferentes, al igual que ahora lo son los modelos de la nueva colección MINI Eyewear.



Combinaciones atrevidas, poco convencionales o clásicas también se encuentran en la colección MINI Eyewear. Con el imprescindible know how Eschenbach Optik, en cooperación con MINI, ha estado transfiriendo el sentido de la vida de la marca a su colección de gafas desde 2019.



La nueva colección de gafas Mini Eyewear llega con el know how Eschenbach Optik en una gama de modelos atemporales y colores atrevidos.

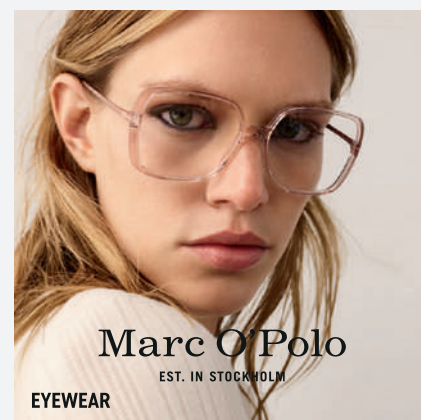
Con 12 monturas nuevas y dos llamativos modelos de gafas de sol, MINI Eyewear se centra en un diseño atemporal y colores atrevidos. El rojo chile se encuentra con el verde “British Racing Green”. Los emocionantes colores recuerdan la inconfundible paleta de colores de MINI. Ya sea con modelos redondos, angulares o nylor, la colección permite expresar la propia personalidad de sus usuarios. Las monturas geométricas de acetato y los modelos de acero inoxidable con elementos “retro” reflejan el estilo de vida de los espíritus libres.

MINI Eyewear se ha empeñado en enfrentarse a los crecientes desafíos ecológicos y utiliza el material sostenible Biotate en el concepto Sustainable Originals. El complemento sostenible, conservando los recursos del acetato de siempre, convence por sus colores en acabados mate y brillante. Los modelos abren nuevos caminos para el futuro de la marca.

Los destacados modelos de Spring Stories también abren nuevas perspectivas. Ya sean formas sobredimensionadas o formas cuadradas de llamativo diseño, los modelos unifican el espíritu de la época actual con el diseño del pasado. Los modelos de gafas de sol también reflejan MINIness en formas con carácter fuerte y una estética gama de colores.

¡El mundo es colorido y lo es aún más con MINI Eyewear!

ESCHENBACH



Eschenbach: calidad, fiabilidad, rentabilidad.

Eschenbach Optik, SL

Tel: 934.233.112 • www.eschenbach-eyewear.com • mail@eschenbach-optik.es

Suitto

La marca presenta la nueva colección Suitto Sybarite

El domingo 16 de abril, en la localidad de Caldes d'Estrac, Suitto junto con Carolina Lober, presentó la nueva colección Suitto Sybarite inspirada en la repostería internacional. En el evento fueron invitadas las ópticas oficiales Suitto de la comarca del Maresme y un reducido grupo de profesionales de la gastronomía y del mundo de la óptica.



Ivan Rayo, co-fundador de Suitto, junto a Daniel Baixeras, Carolina Lober, Txell Valls, Rita Balzi y miembros del equipo, durante la presentación de la colección Suitto Sybarite.

En el espacio multidisciplinar Àgape, edificio histórico de Caldes d'Estrac, el chef Oriol Escribà cocinó en directo un menú basado en productos de la comarca y especialmente beneficiosos para la visión fusionando moda, óptica y gastronomía de proximidad. El maridaje de vinos corrió a cargo de Nydia Vargas, de Ramsurt Wines, especialista en vinos de viticultura sostenible. La pastelera Adri Alves, de Cucos Origenes, nos deleitó con su versión ecológica, sin edulcorantes ni colorantes artificiales, del postre siciliano Cassata, postre que da nombre a un modelo de montura de la colección Suitto Sybarite.

La colección Suitto Sybarite quiere reivindicar la montura como el principal complemento de moda. Las monturas nos visten la mirada, reforzando y proyectando nuestra imagen personal y también profesional. Del mismo modo que cada vez más queremos conocer la calidad y el origen de lo que comemos, también debemos conocer la calidad y origen de las monturas que usamos. Suitto tiene fábrica propia en Barcelona para ofrecer al óptico profesional servicio post venta sin límite de tiempo, fabricando monturas de calidad y comercialmente protegidas, ayudando al óptico profesional a diferenciarse de los canales de venta masificados.



Diversos momentos del evento de Suitto en el que fueron invitadas la ópticas oficiales de la marca de la comarca del Maresme, así como profesionales de la gastronomía y del mundo de la óptica.

Suitto[®]

Sybarite



www.suittoeyewear.com

TENDENCIAS [TRENDS]



LOZZA

Esta colección de Lozza es una mezcla única de líneas sobrias y modernas, materiales sofisticados y modelos refinados de estilo contemporáneo con alma retro. Compuesta por 33 modelos que incluyen gafas de sol y monturas ópticas, expresa la estética contemporánea y el diseño atemporal de la marca: las reinterpretaciones de modelos emblemáticos como Zilo están acompañadas de nuevas propuestas vanguardistas. Sus refinados detalles, como las decoraciones con efecto cachemir combinadas con la icónica orla de 5 líneas, los fresados y el monogram "L" insertado en los frentes, brindan a estas gafas un look moderno y reconocible. www.derigo.com



ANDY WOLF

Andy Wolf representa un diseño de gafas excepcional retomando temas clásicos y reinterpretándolos a su manera. En abril de este 2023 la marca de gafas lanza nuevas formas con clip-on, pero dándoles un giro particular. Fieles al lema "Mis & Match", los clips no siguen la forma de las gafas, como de costumbre, sino que las transforman en una forma completamente nueva. Los clips están cuidadosamente hechos a mano en la propia fábrica de la empresa en el Jura francés y están equipados con lentes solares de Zeiss. www.andy-wolf.com

NEYETURE

Las nuevas cadenas de la firma (REF. 74090 - REF. 74092), con elementos de madera, están elaboradas artesanalmente en colores inspirados en la naturaleza y siguiendo la normativa europea Reach, que asegura que no contengan elementos nocivos para el medio ambiente y las personas. Las cadenas se presentan empaquetadas individualmente en una caja regalo fabricada con componentes naturales. www.centrostyleproducts.com



LACOSTE

La icónica marca francesa, presenta dos modelos de gafas de sol (L6000S y L6001S) y uno de graduado (L2920) elaborados con resina Arkema Pebax® Clear 1200, un material que contiene carbonos avanzados de origen biológico obtenidos a partir de semillas de ricino. La nueva colección L.12.12 lleva el nombre del icónico polo L.12.12 creado hace más de 90 años por René Lacoste, mostrando el ADN de la marca con las combinaciones cromáticas, el mítico cocodrilo y el petit piqué. La nueva colección propone siluetas sofisticadas, materiales variados y motivos inconfundibles, con un estilo que se encuentra a medio camino entre el legado deportivo y el encanto urbano, decorada con detalles históricos como el mítico logotipo del cocodrilo y la marca Lacoste claramente visible en las varillas. www.lacoste.com



RODENSTOCK

De la mano de Servision llega el concepto T-Lite de Rodenstock con monturas que celebran el minimalismo y la ligereza. Gracias a una tecnología de acristalamiento especial e innovadora de Rodenstock, la lente de la gafa solo está sostenida por la montura en la parte superior, pareciendo flotar, y sin tonillos visibles. La forma moderna de la lente completa el diseño y convierte las gafas en una obra maestra. El procesamiento de titanio y polímero semitransparente de alto rendimiento RXP® ofrece ligereza y un alto grado de comodidad de uso gracias a un buen ajuste, el equilibrio perfecto entre un aspecto sin montura y varillas flexibles.



SERENGETI

Ethan, de diseño unisex angular con el característico puente de cerradura es atemporal, es una de las novedades de Serengeti. Estas gafas están diseñadas para que siempre vayas a la última. Las encuentras disponibles en todas las opciones de colores de lentes minerales de Serengeti, desde el azul degradado polarizado al Sedona. Base curva 6, tamaño mediano y lentes minerales y fotocromáticas para unas gafas que están realizadas con acetato eco-friendly y están disponibles en graduadas. www.serengeti-eyewear.com




addictive



MARCA DE GAFAS DEPORTIVAS ESPAÑOLA
EXCEPCIONAL SERVICIO POST-VENTA (24/48H)
ÓPTIMA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO
GRADUAMOS NUESTRAS GAFAS DE MANERA
SENCILLA Y FÁCIL PARA EL ÓPTICO
ASESORAMIENTO CONTINUO VIA MAIL O WHATSAPP
PRODUCTO MONTADO Y LISTO PARA ENTREGAR
MATERIAL PARA ESCAPARATE Y REDES SOCIALES
PATROCINIO DE JUGADORES WPT
FEDERACIONES Y ENTIDADES DEPORTIVAS VINCULADAS
LLEVAMOS TRÁFICO A TU ÓPTICA



 @addictive_technical_eyewear
@gafasaddictive

 Addictive Technical Eyewear
 676 768 636 Tel. 918 837 117

www.gafasaddictive.com
info@gafasaddictive.com

TENDENCIAS [TRENDS]



FLAIR

Con la colección primavera/verano 2023, Flair presenta las monturas exclusivas Art Couture 9122 y 9124 que combinan un diseño lineal y alegre con un todo armonioso. Ambos modelos se caracterizan por formas claras, diseño depurado y beta titanio de alta calidad. En esta línea Art Couture, el modelo 9122 retoma el concepto principal de superficies en movimiento y un estilo plano. Esta línea tiene en cuenta su aspecto joyero gracias a una piedra de zirconita engastada en la varilla del modelo 9124. El colorido vistoso subraya el valor del modelo con la más alta calidad Made in Germany.

www.flair.de



CENTROSTYLE

Las gafas de lectura se han convertido en un complemento de moda más, conscientes de ello, Centrostyle están renovando sus referencias con diseños llamativos y llenos de color que marcan la diferencia. Así, la firma presenta tres nuevos modelos dentro de su colección Reading Smart (R0433, R0434 y R0434). Se trata de tres gafas de estilo vintage con diferentes formas: mariposa, cuadrada y rectangular, con colores muy divertidos y en plena tendencia esta temporada como el morado, verde, rosa... sin olvidarnos del negro para los usuarios más clásicos. Los diferentes modelos están disponibles tanto en acabado brillo como mate.

www.centrostyleproducts.com



J.F. REY WHISPER

Teniendo en cuenta que el diseño minimalista consiste en ir a lo esencial y reducirse a la máxima discreción, el diseño de Whisper juega con una estética muy clara y actual para realzar las formas con sutileza y finura. Estas nuevas monturas femeninas de vista J.F. Rey adoptan un estilo suave cuyo diseño resalta la forma redonda, sencilla, atemporal y siempre contemporánea. Realizados en metal fino, los modelos adquieren colores inesperados, matices que coquetean con las tendencias actuales y una exuberancia alegre y jovial. Azul lavanda, rosa fucsia, lila, rojo amapola o naranja albaricoque: las paletas de tonalidades favorecen los colores Pop y Eyeshadow, combinando hermosos y creativos contrastes en el frente.

www.jfrey.fr



COOL VISION AIR

Air by Cool Vision fusiona flexibilidad y comodidad con ligereza y elegancia en unas monturas de finísimos perfiles de acero ultrafino utilizado en la industria aeronáutica: ligero, resistente, seguro, hipoalergénico, estable e indeformable. La colección se presenta en 10 modelos con diferentes formas, varios colores y una estructura sin tornillos. Con los modelos de la colección Air, Cool Vision amplía su portfolio de best-sellers en esta línea en la que funcionalidad, estética, diseño y tecnología armonizan en una montura minimalista, de moderno clasicismo y, como en todas las creaciones de Camarón Visión, utilizando los mejores materiales, incorporando cuidados detalles, y ofreciendo una excelente relación calidad-precio, así como un insuperable servicio postventa.

www.coolvision.es - www.camaronvision.com



STYRPE

La firma de gafas deportivas, distribuida por La Sede Óptica, presenta nuevos modelos destinados al ciclismo. Los nuevos diseños tipo pantalla son graduables, muy ligeros y perfectos para montar en bici. Styrpe 08, el modelo de mayor tamaño de la nueva colección de ciclismo, está diseñado para ofrecer la máxima protección manteniendo la ligereza, a pesar de su gran tamaño, tiene un agarre perfecto y está disponible en cuatro colores y cuatro tipos de lente. Styrpe 09, modelo de menor tamaño y muy ligero, tiene puente nasal ajustable y ventilación superior en las lentes que facilita la circulación de aire y evita el empañamiento. Es muy versátil y ofrece gran rendimiento en distintas disciplinas deportivas. Ambos diseños están fabricados en TR-90, un material muy ligero y flexible, y cuentan con lentes que ofrecen un 100% de protección UV.

www.styrpe.es



MOREL

El saber hacer de Maison Morel se pone de manifiesto de nuevo en la colección Azur. Informales pero chic, auténticos y decididamente modernos, estos modelos de sol combinan tendencia y tecnicidad. Son gafas de diseñador con lentes de Divel Italia, de muy alta calidad (polarizantes, antirreflejos interiores, categoría 3). La gafa 80088A de acetato 100% y forma generosa, refleja una suave combinación de colores Carey rosa y negro, a veces translúcidos, como pétalos de flores que han volado y aterrizado en un negro intenso. Por su parte, el modelo 80019A, también de acetato 100%, tiene un look retro masculino y varillas flex sin tornillos ni soldaduras para mayor comodidad.



PORSCHE DESIGN

La colección Porsche Design Carbon Fiber impresiona con su combinación perfecta entre deportividad y elegancia. Es una inspiración no solo de la Patrick Dempsey Edition, sino también de nuevas formas y la evolución del concepto de su colección regular. El diseño se ha perfeccionado aumentando las superficies de las varillas, ofreciendo más espacio al carbono y potenciando su aspecto característico. Las monturas de la recién revisada Carbon Fiber Series ahora se ven más deportivas, aún conservando un grado de discreción. Las varillas, de carbono, acero inoxidable y goma blanda, garantizan una ajuste perfecto y una comodidad de uso óptima, siendo perfectas para quien quiera combinar calidad de visión máxima con un estilo deportivo.



FERRAGAMO

¡Descubre la nueva Ferragamo Titanium Collection! Encuentra tu modelo favorito entre las gafas de sol SF298S, con cristales de forma rectangular y una cinta para la cabeza de acetato en la barra superior de doble puente, y los nuevos modelos de graduado que incluyen el SF2566 cuadrado, el SF2567 ovalado y el SF2574 estrecho rectangular, todos ellos con la parte delantera en un colorido esmalte, y el SF2926 ovalado combina un frente de acetato con varillas de titanio. La nueva Ferragamo Titanium Collection está distribuida por Marchon Eyewear.

www.marchon.com
www.ferragamo.com



EXALTO

Exalto, firma del grupo francés Oxibis, renueva los clásicos de la serie 65N con formas actuales, puras y elegantes, en metal y acetato. En las versiones metálicas destacan los colores y acabados: careys, mate, cepillados, efecto cuerno, madera o carbono, tonos sobrios en los frentes, luminosos en la charnela y refinados en las varillas. En los modelos de acetato la comodidad y la elegancia de la nueva e inédita charnela flexible son imprescindibles en la colección, con acetatos cepillados, extruidos, careys, translúcidos, multicapas y de elegantes colores. En tono sobre tono, o en contraste, la espiga metálica y la exclusiva charnela de doble hilo confirman la elegancia del modelo o le dan un toque deportivo sutil y luminoso.

www.exalto.fr - www.oxibis-group.com



MAUI JIM

La firma presenta dos nuevos modelos inspirados, una vez más, en la maravillosa naturaleza hawaiana. Con lentes SuperThin Glass y tecnología PolarizedPlus2®, Lychee ofrece una óptica nítida y 100% protección frente a los rayos UV, en un dramático ojo de gato con las esquinas acentuadas hacia arriba reflejando las hojas puntiagudas de su homónimo. Por su parte, el estilo Mamane, inspirado en la planta Mamane, cuenta con lentes PolarizedPlus2® en un armazón de acetato de alta densidad con detalles seductores. Mamane crea una dimensión sutil con un frente de montura tallado que refleja el pliegue de los pétalos de la flor, mientras que las lentes se expanden en una cautivadora forma de mariposa que recuerda a los racimos de flores. www.mauijim.com



TORO DE OSBORNE

La prestigiosa marca Toro de Osborne, distribuida en exclusiva por Gafas Looking, impulsa su imagen con una colección de gafas de lectura y de sol caracterizadas por la elegancia, el diseño atemporal y una impronta única en sus diseños. Un marcado estilo en colores y formas hacen que esta marca sea única. Buen ejemplo es la gafa Solaz, montura unisex de policarbonato con frontal en rojo transparente brillo y varillas de color granate más intenso con un detalle final en los terminales de goma color rojo. En gafas de sol la gama se compone de diseños frescos, más atrevidos, aunque también clásicos, como la gafa Roches, de estilo aviador, con montura de policarbonato, estampado de carey en tonos marrones y doble puente metálico.



LITHE

Negro y rojo se dan cita en la última propuesta de gafas Lithe β-titanium. Atrevido pero discreto debido a su filigrana y detalles estéticos, y equipado con la solución patentada Lithe "the Ring", el β-titanio japonés muestra su mejor cara en esta creación de Visibilía. De exquisito diseño, el titanio que perfila los contornos de este modelo 16033-555, también se reviste de detalles de acetato translúcido. Es imbatible por su comodidad y por ofrecer un montaje de lente muy fácil para el óptico-optometrista. A quienes les gusta pasar desapercibidos y desean una experiencia de uso perfecta, aquí tienen una montura hecha especialmente para ellos y para satisfacer sus gustos. www.visibilía.es

Ana Hickmann

eyewear



Architecture Collection fusiona feminidad, líneas futuristas y estructuras de acetato sobresalientes y de gran tamaño

Con sus diseños llamativos en materiales de alta calidad, la colección Primavera/Verano 2023 de Ana Hickmann explora construcciones elegantes y detalles arquitectónicos, imaginados a través de referencias a las icónicas pirámides de Egipto.

Confianza, feminidad, una expresión de individualidad y un diseño llamativo, las gafas de sol y las monturas ópticas de la gama definen una nueva elegancia lujosa, para mujeres que quieren expresar delicadeza y estilo. Cristales elegantes, detalles biselados a la moda y una paleta de colores únicos e individuales, explorados en combinación, son aspectos destacados que debe buscar en esta deslumbrante línea de gafas.



AH9386

Las audaces y glamorosas gafas de sol cuadradas estilo AH9386 cuentan con los nuevos detalles escultóricos en forma de V para las varillas, inspirados en las formas icónicas de las pirámides egipcias. La montura viene en una gama de colores llamativos que incluyen un efecto verde moteado que marca tendencia.



AH9368

Una edición especial para la temporada, el modelo AH9368 es un estilo de gafas de sol cuadradas de gran tamaño que expresa glamour y lujo. La montura está decorada con una flor de cristal en las esquinas superiores del frente, un adorno que resalta la artesanía y una elegancia de moda única.



AH9376

Un emocionante estilo de gafas de sol de gran tamaño, a la vanguardia del segmento de moda de la colección. Inspirado en los estilos cuadrados de la década de 1970, esta montura de acetato fresco y grueso se ofrece en cinco combinaciones de colores diferentes, que incluyen negro y turquesa o hermosos tonos degradados.

Bravewear



NO RULES, NO BOUNDARIES! JUST BE YOURSELF!

¡Las posibilidades son ilimitadas con las gafas BRW! La colección Primavera/Verano 2023 de gafas de sol y de vista destacan los éxitos de algunos clásicos atemporales de todos los tiempos, reelaborándolos con nuevos colores y materiales contemporáneos innovadores para crear un estilo retro, urbano y fresco, que es audaz e inequívocamente "callejero". Toques vintage, formas de gafas expresivas y una paleta de colores que es moderna, vanguardista y ecléctica, BRAVEWEAR lo ha vuelto a hacer con sus diseños de gafas llenos de confianza y estilo. Con algunas de las formas llamativas más buscadas de la temporada, como el aviador y el cuadrado, expresadas en diseños geniales o coloridos para él y para ella, BRW también ofrece detalles sorprendentes a través de las características de cada montura, desde efectos de 'corte' en lentes hasta iteraciones inteligentes del tema del ojo de la cerradura retro.



BRW9034

Un look retro urbano de género fluido y fresco en la colección de gafas de sol para Primavera/Verano 2023. El modelo de acetato BRW9034 se caracteriza por una forma de ojo cuadrada favorecedora y bien proporcionada, imaginada como el ajuste perfecto para el conjunto de conoedores de la calle.



BRW9032

Una montura de acetato unisex de gran tamaño, audaz en su estilo retro, con varillas de acetato gruesas que son realmente imponentes. Inspirada en la forma clásica de aviador, el diseño de un solo puente logra la individualidad y un ambiente juvenil especial y único.



BRW9037

El modelo BRW9037, un moderno estilo "callejero" pantos que cuenta con un efecto de ojo de cerradura, viene en los colores atemporales favoritos de Black, Crystal y Tortoise. La montura tiene un borde ligeramente grueso, pero es perfectamente ligera, funcional y cómoda de llevar.

BLOOM

MONSINE

Monsine, de la mano de Natural Optics Group, presenta la nueva colección BLOOM para esta temporada primavera/verano 2023. Compuesta por modelos muy variados, de vista y de sol, la línea llega llena de color, detalles únicos y flores, muchas flores.



La belleza y perfección de la naturaleza llega a la colección femenina Bloom de Monsine en forma de gafas de sol y vista con detalles únicos y flores, muchas flores.

Tras la llegada de la nueva temporada, y como no podía ser menos, llega también la nueva colección de Monsine. Una apuesta muy cautivadora, con nuevos modelos ideales para el público más femenino y delicado, como podemos ver a través de cada pieza de esta colección, inspirada en colores y texturas que nos recuerdan a las flores y a la belleza y perfección de la naturaleza.

Trasladando este concepto y la tendencia más actual a su producto, Monsine lanza nuevos modelos con muchos más detalles, que convierten cada montura en una pieza única. Como, por ejemplo, la incorporación de sofisticados embellecedores con diamantes en los codos, detalles de color pintados a mano en algunas monturas de metal, nuevos clips solares magnéticos con aro metálico que simulan los pétalos de una flor o nueva varilla bold con embellecedor metálico en modelos de acetato y varilla con logo integrado en icónicos modelos de sol de acetato.

La colección está formada por veinticuatro modelos muy variados, en elegantes colores y con detalles únicos, utilizando aceros y acetatos con acabados y tratamientos artesanales, que llevan a Monsine a ser una marca con una gran combinación de estilo, elegancia y lujo, para ofrecer al público femenino un complemento perfecto, a la altura de cualquier pieza de joyería.

La nueva colección Bloom de Monsine puede encontrarse en todos los puntos de venta asociados al grupo NOG, arropado por el amplio abanico de servicios y elementos de publicidad exclusivos para mejorar su experiencia de compra y que, sin duda, conseguirán cautivar todas las miradas.

Puedes ver las novedades de la colección en sus redes sociales (@monsineeyewear)

NATURAL OPTICS GROUP

Servicios profesionales para ópticas

Impulsa tu negocio y rentabiliza tu óptica con la mejor tecnología y un equipo de expertos

El Grupo donde el óptico puede hacer de óptico
Descubre todo lo que podemos ofrecerte

¿Quieres formar parte del grupo líder en crecimiento con más de **700 ópticas** asociadas en España?



COMUNICA
Tus servicios



ATRAE
Nuevos Clientes



VENDE
Más y mejor



FIDELIZA
A tus clientes

PARA MÁS INFORMACIÓN VISITA
NUESTRA WEB







Etnia
Eyewear
Culture

Kate HVWH

etnia  BARCELONA

¿QUÉ SIGNIFICA CIOLAB?

¡Laboratorio y productos de última generación!

- Somos calidad, progreso e innovación.
- **Tenemos el laboratorio más premium del sector** y la maquinaria más moderna para estar siempre a la vanguardia.
- Disponemos de productos tan disruptivos como Diamond, un progresivo de primer nivel que proporciona una gran calidad visual y enormes campos visuales, incluso en intermedio, además de eliminar todo rastro de balanceo.
- **Contamos con las tecnologías más avanzadas:** Surface Point y Extra Redux, la tecnología de lenticularización más top del mercado.
- Ofrecemos, incluso, los mejores servicios y cuidamos hasta el más mínimo de los detalles.

¡Servicio express!

- Somos rápidos, eficaces y de confianza.
 - Fabricamos progresivos monofocales y bifocales y los entregamos en 24 horas en Península y Baleares.
- ¡No queremos que esperes! ¡Tú eres lo primero!**

¡El mejor taller de montaje!

- **Somos resolutivos.**
- No importa que no tengas un taller de montaje. Montamos tus lentes. **En Ciolab, lo hacemos por ti.**
- Tranquilidad para ti y para tu negocio.

¡Biselado de muy alta calidad!

- Somos versátiles.
 - Gracias a una maquinaria proveniente del futuro, tus lentes quedarán perfectas en poco tiempo, incluso en remoto.
- Profesionalidad y garantía asegurada.**

¡Españoles!

- Y, como no, **somos 100% marca España.**
- Diseñamos y producimos nuestras lentes en Valencia y comercializamos nuestros productos y servicios por toda la Península y Baleares.





LO QUE NOS HACE
DIFERENTE EN
CIOLAB ES...

1

... que te ofrecemos productos revolucionarios y los mejores servicios.

2

... que te entregamos nuestros productos en 24 horas en Península y Baleares.

3

... que te montamos tus lentes siempre que lo necesites.

4

... que biselamos tus lentes, ofreciendo un acabado perfecto y rápido, incluso en remoto.

5

... que somos 100% marca España. Desde Valencia a Península y Baleares.

Conócenos en
www.ciolab.es

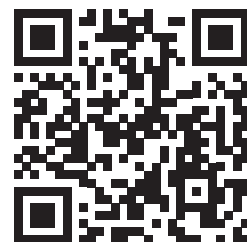
Life for your eyes!

Nueva COLECCIÓN

FMO



Escanea para ver
la colección *solar*
de **FMO**



ÓN
D

FARMA⁺OPTICS

ópticas con *doble* garantía de salud



Descubre los nuevos modelos y hazte con tus gafas para este **verano**.



Estilo y frescura

Colores y estilos en tendencia con un aire elegante, sello de identidad de la **marca**.



Cómo cuidar los ojos de la alergia primaveral

Las alergias son un problema clásico de primavera y, al contrario de lo que pueda parecer, los ojos no están libres de padecerlas. De hecho, su incidencia es alta y la llamada conjuntivitis alérgica es una de las enfermedades habituales de este tipo de cuadros estacionales.



Según datos de la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica (SEAIC), los trastornos causados por pólenes afectan a más de 8 millones de personas en el país. La Organización Mundial de la Salud confirma la magnitud del problema: la alergia es la cuarta enfermedad más relevante del mundo y sugiere que en el año 2050 más de la mitad de la población padecerá alguna.

La alergia ocular en la mayoría de los casos no reviste gravedad, pero los ojos pueden verse afectados por molestas alteraciones como la irritación o inflamación, dolencias que se pueden evitar, minimizar o aliviar con gestos sencillos. De ahí la importancia de prestar atención a la salud visual durante la llegada de la primavera y el buen tiempo, avisan desde Óptica & Audiología Universitaria.

Qué es y cuáles son sus síntomas

Las alergias oculares ocurren por un proceso tan fácil que eso también explica su elevada incidencia. En la primavera aumenta la concentración de alérgenos como el polen, que queda suspendido en el aire y entra en contacto con el globo ocular, en concreto con la membrana llamada conjuntiva. El resultado es una irritación de los ojos, que a su vez se defienden liberando la histamina, una sustancia que acaba provocando la hinchazón de la zona, explica Alicia Escuer, directora técnica y de formación de Óptica & Audiología Universitaria.

El nombre de esta infección común es conjuntivitis alérgica o queratoconjuntivitis atópica, generalmente provocada por el polen pero que también puede ser provocado por factores siempre presentes, pero más intensos en primavera como el polvo o la caspa de las mascotas. Los principales síntomas son el escozor y el picor de los ojos, pero también se pueden presentar secreciones viscosas, inflamación leve de los párpados, sobre todo por las mañanas, ojos llorosos, enrojecimiento e incluso visión borrosa. Estos efectos molestos son la respuesta del sistema inmune, que solo se activa en determinadas personas. Es muy diferente a la conjuntivitis perenne que se puede dar durante todo el año y puede tener orígenes víricos o bacterianos.

Claves para combatir las alergias oculares

No siempre es posible librarse de la conjuntivitis alérgica. Sin embargo, bastará con aplicar unos consejos simples para mejorar el cuidado de los ojos. Alicia Escuer, directora técnica y de formación de Óptica & Audiología Universitaria apunta los principales:

- **Horas de mayor riesgo.** Las plantas liberan el polen por la mañana, normalmente antes de las 10.00, y a última hora de la tarde, entre las 19.00 y las 21.00 horas. Por lo tanto, es aconsejable limitar las actividades al aire libre en estos horarios de mayor riesgo.
- **Uso de gafas de sol.** Las lentes de protección solar también evitan que el polvo y el polen puedan contactar con los ojos. Incluso son efectivas contra los ácaros. Por eso Escuer, sugiere siempre el uso de gafas de sol en esta época.
- **Lágrimas artificiales.** Otra medida importante es recurrir a las lágrimas artificiales como las que se venden en Óptica Universitaria ya que aportan beneficios tanto porque ayudan a eliminar los alérgenos de los ojos como porque alivian la irritación y humedecen el ojo seco, puntualiza Escuer.
- **Detecta tu problema.** Será muy útil informarse acerca de la alergia que se padece y conocer sus causas para poder evitarla o combatirla de manera eficaz.
- **Mientras conduces.** Siempre es recomendable llevar las ventanillas subidas, aunque nos apetezca disfrutar de la brisa primaveral. Así evitaremos que entren las partículas de polen en el coche y con ello, la irritación ocular.
- **La higiene es muy importante.** Hay que tener mucha precaución con la higiene de los ojos. Mejor no tocarlos ni frotarlos con las manos, que debes lavarte frecuentemente. Asimismo, se aconseja ventilar la casa y limpiarla a fondo para evitar la presencia de ácaros que propicien la aparición de alergias.
- **Busca ayuda.** Aplicar compresas frías en los ojos puede ayudarte a aliviar el picor y el enrojecimiento. Si la situación no mejora es mejor que acudas a un especialista.

Ray-Ban Wayfarer Carbon Fiber

Una edición limitada para celebrar el 75º aniversario de Ferrari

Fabricadas con materiales de vanguardia, las nuevas Ray-Ban Wayfarer Carbon Fiber para Scuderia Ferrari, están inspiradas en el mundo de la Fórmula 1. Esta edición limitada de uno de los modelos Ray-Ban más icónicos del mundo se lanza con ocasión del 75º aniversario de Ferrari.

Las nuevas Wayfarer Carbon Fiber son ultraligeras, resistentes y tan elegantes como la carrocería aerodinámica de los coches de Fórmula 1, se inspiran en los materiales y el diseño adrenalínico de los circuitos de F1. Ray-Ban se suma así a la celebración del aniversario de la marca automovilística proponiendo los ribetes elípticos, las almohadillas nasales de goma antideslizantes y los extremos de las varillas en el “amarillo Módena” inconfundible de Ferrari, el color emblemático del aniversario. El escudo de Ferrari está presente en la lente y en la placa que aparece en la varilla, convirtiendo a este ejemplar icónico en una exclusiva leyenda del automovilismo.

Este modelo realmente exclusivo se presenta en un estuche de piel especial con una particular textura de fibra de carbono, un certificado de edición limitada del 75º aniversario y una caja prémium, con lo que estamos ante un auténtico artículo de coleccionista.



Leclerc y Carlos Sainz, pilotos de la escudería Ferrari de Fórmula 1, lucen el icónico modelo Ray-Ban Wayfarer Carbon Fiber conmemorativo del 75º aniversario de Ferrari.



El diseño de edición limitada Wayfarer Carbon Fiber destaca por su diseño ultraligero y elegante y está inspirado en los materiales característicos de los circuitos de F1.

EssilorLuxottica presenta sus innovaciones en gafas y lentes

El grupo EssilorLuxottica presentó recientemente en un press day, celebrado en el Espacio Monbull de la madrileña calle Jorge Juan, sus nuevas colecciones de eyewear, así como las últimas innovaciones en lentes para esta temporada primavera-verano 2023.



Los medios de comunicación, entre ellos Lookvision, hemos tenido la oportunidad de conocer en primera mano las novedades de las nuevas colecciones de EssilorLuxottica.

La colección **Persol** lanza modelos sofisticados y únicos con un estilo imperecedero. La artesanía italiana se muestra en su máximo esplendor en gafas de sol y monturas en las que el metal, acetato y acero se trabajan de manera magistral en formas clásicas tipo pantos, piloto y redondas. **Oakley** presenta su línea de gafas para ciclismo inspirada en el Tour de Francia, dentro de la cual destaca un modelo diseñado por el ciclista Mathieu van der Poel, diseños específicos para running y otros deportes urbanos, así como modelos diseñados para el estilo de vida del que un buen ejemplo el modelo BXTR, inspirado en Baxter Street, un popular destino para el skate en Los Ángeles. Esta montura, con una combinación de colores ochentera, es ideal para la práctica del skate y deportes de bajo impacto. La firma también presentó su edición especial para Moto GP con diseños creados por los pilotos Marc Márquez y Maverick Viñales, entre otros.

La colección **Arnette** está dirigida al público más juvenil, con looks urbanos inspirados en la música, el deporte y arte callejeros. Los nuevos modelos juegan con combinaciones de colores y acabados de tendencia, tanto en lente como en montura. A destacar el Modelo LIL SNAP que da una nueva vida a un icono Flashback de los 90, un diseño con montura envolvente y lentes espejo, ahora de un bioplástico amable con el planeta. Por su parte, **Vogue Eyewear** ha presentado la última colección en colaboración con Hayley Bieber con modelos muy favorecedores y femeninos con un toque rock chic. A destacar el diseño creado en conmemoración al 50 aniversario de la marca: una forma oversize tipo mariposa disponible en diferentes tonalidades.

Ray-Ban renueva algunos de sus diseños más icónicos como Wayfarer y Club-Master en su línea Mega, con varilla más ancha y combinaciones de color atrevidas, tanto en la parte interna como externa de la montura. Están disponibles en gafa de sol y en montura de graduado. La línea Unbound, dirigida a la generación Z, destaca por los juegos de color atrevidos y juveniles. **Dolce & Gabbana** presenta su línea Elastic, caracterizada por el diseño geométrico y los bordes cuadrados. Las varillas son anchas y se adornan con un estampado que evoca el icónico logotipo elástico de la marca. Además, presenta modelos muy femeninos tanto de vista como de sol con formas mariposa, ojo de gato o piloto en tonos muy veraniegos como el rosa, amarillo o azul cielo.

Miu Miu rebaja las tonalidades en sus nuevos diseños, con monturas delgadas y translúcidas y formas de tendencia. **Prada Línea Rossa** continúa en su línea

con gafas ergonómicas y un ajuste perfecto con diseños que se adaptan tanto a la práctica deportiva como al lifestyle. Por su parte, la colección **Prada** viene con diseños tipo ojo de gato, formas cuadradas y rectangulares y modelos con grandes dosis de colores veraniegos como el naranja o el lima. La colección de **Emporio Armani** se llena de formas geométricas en modelos de acetato y de metal que juegan con las superposiciones y los colores, muchos de ellos inspirados en la colección de joyas de la marca y otros de estilo más deportivo. **Giorgio Armani** destaca con su línea sostenible con diseños tanto para hombre como para mujer. Además, reversiona algunos de sus modelos más icónicos haciendo referencia también a su colección de joyas.

Oliver Peoples, como cada temporada, destaca por sus diseños de acetato y titanio japonés de alta calidad. Mención especial merece su colaboración especial con la firma de moda KHAITE compuesta por formas vintage con un estilo distintivo a la par que duradero y materiales exquisitos. Un año más, la firma vuelve a colaborar con Brunello con diseños masculinos muy especiales y materiales de alta calidad. **Polo** llega con su línea sostenible, con formas clásicas como el ojo de gato, pantos y formas redondeadas, en diseños de metal y acetato. **Ralph Lauren** ofrece modelos inspirados en la pasión del diseñador por el mundo ecuestre con detalles que imitan a los estribos y otros diseños que hacen un guiño al mundo automovilístico. **Michael Kors** apuesta por la logomanía en diseños oversize en formas redondeadas, tipo mariposa y ojo de gato en las que el logo de sus míticos bolsos se inserta en diferentes partes de las gafas como en el frente, las varillas o incluso en la lente. **Versace** destaca principalmente por sus detalles icónicos como la Medusa y la Greca, que se incrustan en diferentes formas estilos aviador, cat-eye, cuadrados y los característicos Medusa Biggie.

Con respecto a las colecciones de gafas infantiles, destacan las de **Vogue Eyewear** con colores muy divertidos y detalles translúcidos. Por su parte, **Versace** y **Dolce & Gabbana** presentan sus líneas Mini Me con diseños muy similares a los de sus colecciones de adultos con formas tipo piloto, cat eye y redondas y atrevidos estampados como el animal print o los cuadros. **Emporio Armani**, por su parte, presenta modelos con clip on y diseños inspirados en el mundo de los Pitufos.

Respecto a la gama de lentes **Essilor** destacó sus lentes **Transitions** disponibles en una amplia gama de colores ideales para la temporada estival como el zafiro, amatista, esmeralda o ámbar, para graduar incluso con altas graduaciones sin renunciar a la estética.



Además de presentar las colecciones de sol y monturas, EssilorLuxottica dio a conocer las novedades en gafas infantiles y lentes oftálmicas.

LUZ BAJO CONTROL.™

Transitions™
Signature® GEN8™

[transitions.com](https://www.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® – Lentes Transitions® Emerald. Las lentes Essilor® se consideran como dispositivos sanitarios según el reglamento de la UE 2017/745.

duyos

Una nueva marca impactante

En 2023 Prooptica celebra su 30 aniversario y aprovecha la efeméride para lanzar la colección Duyos Eyewear, fruto de su alianza con Juan Duyos, diseñador madrileño muy relevante en la moda española.



La mujer Duyos es una creativa romántica, típicamente urbana, de mirada juvenil y versátil. Le encanta probar cosas diferentes y arriesgarse a la hora de vestir, porque puede –y sabe– mezclar muy bien los colores, estampados, texturas y superposiciones, sin perder la armonía.

Para el CEO de Prooptica, Luis Justino, “La marca Duyos nos permite reforzar el crecimiento sostenido en el mercado ibérico, reforzando el amplio portafolio de marcas portuguesas que han tenido mucho éxito también en España. Juan Duyos, además de ser una personalidad vibrante y comprometida, es un nombre destacado en la moda española, lo que nos permitirá reforzar nuestra apuesta por marcas propias y licenciadas que representen con notoriedad la moda y la cultura de sus países de origen”.



Es la primera vez que Prooptica presenta una marca española y, como dice Luis Justino, CEO de la empresa: “Estamos muy emocionados con el impacto que tendrá en todo el mercado ibérico, no en vano Juan Duyos ha construido una carrera con un estilo propio y reconocible basado en el uso personal de colores, tejidos, formas y volúmenes, siempre con una perspectiva disruptiva y futurista, y quisimos llevar su estilo único a la línea de gafas. El diseñador ha estado involucrado en todo el proceso de diseño y publicidad de la marca, lo que hace que esta colaboración sea muy relevante e interesante”.

La colección, íntegramente dedicada a la mujer, destaca por sus estampados y juegos de colores intensos. Está inspirada en las últimas tendencias y combina un diseño único con la conjugación de tonalidades, transparencias, estampados y neón, creando piezas disruptivas e irreverentes, pero siempre elegantes y sofisticadas, siguiendo la línea e inspiración de la marca Duyos.

Cada modelo ha sido diseñado con altos estándares de calidad y una increíble atención a los detalles. El equipo de diseñadores se caracteriza por ser pionero en el estudio del color, por lo que la selección de colores fue rigurosa y minuciosa, combinando más de 200 referencias de colores inspiradas en el mundo de la moda. Las monturas están fabricadas con materiales de alta calidad y ofrecen una resistencia superior, proporcionando el máximo confort y durabilidad.



La colección Duyos Eyewear incluye monturas y gafas de sol muy femeninas, elegantes, sofisticadas, de diseño único, juegos de colores actuales y materiales de máxima calidad.



prooptica®
full eyewear concept

30 años

SILMO SINGAPUR

El recién nacido de la Familia SILMO cumplió sus promesas y objetivos

SILMO Singapur se celebró del 12 al 14 de abril de 2023 en el Centro de Exposiciones y Convenciones Suntec Singapore. Organizado conjuntamente por SILMO International y MP Singapur, el salón óptico dio la bienvenida a más de 250 marcas internacionales y locales, de más de 15 países, representando a todas las líneas de productos de la industria de la óptica y las gafas.



Los directivos de Silmo París, Eric Lenoir, director general, y Jérôme Colin, con organizadores del salón óptico de Singapur.

Un total de 2.175 visitantes profesionales, ópticos-optometristas y grupos de compra tuvieron la oportunidad de descubrir lo último en gafas, productos ópticos y tecnología. Con un 50% de asistentes procedentes del extranjero, la primera edición de SILMO Singapur confirma su ambición de convertirse en el nuevo lugar de encuentro empresarial del Sudeste Asiático. De los 44 países representados, los cinco primeros fueron: Malasia, China, Australia, Vietnam e Indonesia.

La exposición contó con tres espacios únicos que tienen como objetivo explorar las tendencias futuras y la innovación en el sector de las gafas y el cuidado de la vista: FUTUROLOGY, SILMO Trends y SILMO Talks.

FUTUROLOGY abordó el tema de la tecnorresponsabilidad desde el punto de vista de las innovaciones y tendencias que paulatinamente darán forma al futuro de la óptica y las gafas. SILMO Trends mostró las tendencias y novedades de 2023 y cómo el diseño está moldeado por nuestro entorno y la sociedad, mientras que SILMO Talks profundizó en las mejores prácticas, la sostenibilidad y el medio ambiente.

SILMO Academy, una plataforma de conferencias que se llevó a cabo al mismo tiempo que la exposición y estaba dirigida principalmente a optometristas y ópticos, brindó a los participantes la oportunidad de obtener información clave y las mejores prácticas por parte de expertos de renombre de todo el mundo. El simposio científico, de dos días, exploró temas como el manejo de la miopía, el estilo de vida y la práctica oftálmica, así como la atención primaria. El programa de SILMO Academy estuvo organizado por la Asociación Internacional de Óptica (IOA), organismo que también prestó su apoyo a SILMO Singapur al igual que la Asociación de Optometría de Singapur (SOA), la Junta de Turismo de Singapur (STB), el Instituto de la Visión de la India (IVI) y los Dispensadores Ópticos de Australia (ODA), entre otros.

SILMO Singapur volverá a celebrarse en Singapur el próximo año, del 24 al 26 de abril de 2024. Para más información sobre SILMO Singapur, visite: www.silmosingapore.com



Además de la exposición de marcas y empresas, Silmo Singapur contó con tres espacios únicos: FUTUROLOGY, SILMO Trends y SILMO Talks. También destacó la plataforma de conferencias SILMO Academy.

SILMO

OPTICS &
EYEWEAR
PARTNER
SINCE 1967

PRESENTA

GENERACIÓN SILMO

29 SEPTIEMBRE
2 OCTUBRE
2023

SILMO

Paris

THE OPTICAL FAIR

MÁS INFORMACIÓN EN [SILMOPARIS.COM](https://www.silmoparis.com)



VISTALIA[®] CELEBRA SU 16^a CONVENCION NACIONAL

VISTALIA[®] y audio))life celebraron con gran éxito su 16^a Convención Nacional en las espectaculares instalaciones de Terra Mítica en Benidorm. Ante más de 150 asistentes entre asociados, partners y proveedores, el grupo empresarial desveló sus novedades y propuestas para el 2023.

La jornada comenzó con la Expo VISTALIA[®] y audio))life donde se presentaron las últimas colecciones de sus marcas NUDOS, STIMMERS y VISa VIS. Además, los proveedores preferentes,

Essilor, Zeiss, Indo, CooperVision, Disop, GN Resound y Bernafon entre otros, presentaron sus lanzamientos en exclusiva para el grupo.

Enrique Escolano, CEO de VISTALIA[®] y audio))life, agradeció a todos los asociados su confianza año tras año y dio la bienvenida a las nuevas incorporaciones desde distintas zonas de España, destacando el crecimiento y la consolidación del grupo a nivel nacional, así como sus valores diferenciales y sus propuestas estratégicas de futuro.



Mikel Urdiain, Director Comercial del grupo, presentó un completo plan de marketing y comunicación, además de los servicios personalizados que aporta el grupo, sobre todo potenciando la presencia y competitividad de sus asociados, en el ámbito on-line.

El objetivo del grupo es seguir creciendo de forma ordenada y en base a su excelente servicio y atención personalizada hacia los ópticos-optometristas y audiólogos.

Para ello VISTALIA® sigue apostando por un plan de formación exclusivo en 2023 que seguirá poniendo el foco en el máximo cuidado de la salud visual y auditiva y en la optimización de las ventas.

El congreso contó con la participación de la orquesta sinfónica de Utiel, que brindó un espectáculo audio – visual inolvidable para todos los asistentes y que sin duda reforzó su concienciación sobre la importancia de su labor profesional en el ámbito de la óptica y la audiolología.

VISTALIA® y audio))life han vuelto a demostrar que son un referente en el sector. Cada vez más profesionales de óptica y audiolología así lo reconocen.



HOYA Vision Care lanza las lentes solares MiYOSMART

HOYA Vision Care ha anunciado el lanzamiento mundial de su gama MiYOSMART solar, una combinación de protección frente a la luz solar intensa con gestión de la miopía, que estará disponible en 30 países en los próximos meses. La nueva gama solar incluye las lentes oftálmicas fotocromáticas MiYOSMART Chameleon y las lentes oftálmicas polarizadas MiYOSMART Sunbird.



Las nuevas MiYOSMART Chameleon y las lentes oftálmicas polarizadas MiYOSMART Sunbird continúan la misión de MiYOSMART de gestionar la miopía infantil a través de la tecnología D.I.M.S., a la vez que proporcionan protección extra frente a la luz solar intensa. Estos dos nuevos productos, junto con las lentes oftálmicas transparentes MiYOSMART -que se comercializan desde 2018-, ofrecen a los niños la libertad de participar cómodamente en las actividades que les gustan, tanto en interiores como al aire libre, sin comprometer su visión.

Protección solar y gestión de la miopía

MiYOSMART Chameleon y MiYOSMART Sunbird proporcionan protección frente a la luz solar intensa mientras tratan el defecto refractivo miópico y ralentizan su progresión gracias a la tecnología D.I.M.S. Las nuevas lentes oftálmicas utilizan la tecnología D.I.M.S, la misma empleada en las galardonadas y no invasivas lentes oftálmicas transparentes MiYOSMART, que han demostrado ralentizar la progresión de la miopía en un 60% de promedio en niños de 8 a 13 años.

Gracias a la tecnología de las lentes fotocromáticas HOYA, MiYOSMART Chameleon es una solución todo en uno para la gestión de la miopía y la protección solar en las actividades al aire libre. La lente fotocromática se adapta rápidamente al nivel de luz solar y vuelve a su transparencia en interiores en cuestión de segundos.

Por otro lado, MiYOSMART Sunbird es el complemento ideal de las lentes oftálmicas transparentes, para una protección adicional frente a la luz solar intensa y al deslumbramiento. Además, con ellas se perciben los colores vibrantes y se obtiene un rico contraste en condiciones de luz brillante, lo que permite a los niños disfrutar plenamente de su actividad en el exterior.

“Es muy importante proteger la visión de los niños. Si actuamos hoy, les daremos más oportunidades mañana”, afirma Frederiek YSEBAERT, Director General de la Unidad de Negocio de Cuidado Pediátrico de HOYA Vision Care. “Con el lanzamiento de las lentes oftálmicas de sol MiYOSMART, inspiradas en nuestras conversaciones con los profesionales de la visión, hacemos posible que los niños de todo el mundo puedan pasar más tiempo al aire libre mientras protegen sus ojos de la luz solar intensa, maximizando los beneficios de la tecnología D.I.M.S sobre la progresión de la miopía”, concluye.

Junto con el lanzamiento de la gama solar MiYOSMART, HOYA Vision Care inicia su campaña mundial “Protege su forma de ver el mundo”, dedicada a concienciar sobre la importancia del tiempo al aire libre y la protección solar en los niños. Pasar tiempo al aire libre puede ralentizar la progresión de la miopía en los niños y por eso, es el tratamiento común más recomendado por los profesionales de la visión para tratar la miopía. Sin embargo, como la mayor parte de la exposición al sol se produce antes de los 21 años, es necesario prevenir desde la infancia los daños oculares a largo plazo, con una protección solar eficaz y fiable desde niños. Esto es, además, especialmente importante en los niños miopes que utilizan colirios de atropina para el tratamiento de la miopía y en aquellos que son sensibles a la luz.



Desde 2018, dos millones de pacientes de más de 30 países se han beneficiado del uso de lentes oftálmicas MiYOSMART. Con el lanzamiento de las nuevas lentes oftálmicas MiYOSMART Chameleon y MiYOSMART Sunbird, HOYA Vision Care continuará ayudando a combatir y gestionar el creciente problema de la miopía en todo el mundo.



Protege su forma de ver el mundo con **MiYOSMART Chameleon.**

Lentes oftálmicas eficaces y no invasivas para la gestión de la miopía, con protección frente a la intensa luz del sol. ¹⁻⁴

Tecnología DIMS para ralentizar la progresión de la miopía ¹

Tecnología fotocromática – aclarado en interiores en segundos ⁵

Para más información sobre las lentes oftálmicas MiYOSMART, visita Miyosmart.es

Myopia care for kids.



HOYA
FOR THE VISIONARIES

1. Lam CSY, Tang WC, Tse DY, et al. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomised clinical trial. Br J Ophthalmol. 2020;104(3):363-368.
2. Lakkis C, Weidemann K. Evaluation of the performance of photochromic spectacle lenses in children and adolescents aged 10 to 15 years. Clin Exp Optom. 2006;89(4):246-252.
3. Renzi-Hammond LM, Hammond BR Jr. The effects of photochromic lenses on visual performance. Clin Exp Optom. 2016;99(6):568-574.
4. Wu PC, Kuo HK. Effect of photochromic spectacles on visual symptoms and contrast sensitivity of myopic schoolchildren treated with low dose concentration atropine. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2016;57:2484.
5. HOYA data on file. Lens performance validation test for MiYOSMART photochromic lenses – activation and deactivation. 02/2023. Tests were conducted at room temperature (23 °C).

Farmaoptics presenta su nueva marca exclusiva de gafas Sió Eyewear

Sió Eyewear es la nueva marca de gafas de Farmaoptics que comunica personalidad, transmite elegancia y desprende una belleza natural que se adapta a todos los géneros. Diseños atemporales y a la vez inmersos en el presente. Esta nueva marca nace de la voluntad de continuar avanzando y de ampliar el catálogo de marcas propias en colecciones de gafas de graduado y de sol del grupo.



Eyewear se incorpora al catálogo para añadir un plus al producto y atender las demandas del mercado actual y del sector óptico. Se ha desarrollado con un estilo distintivo, donde los detalles adquieren protagonismo en cada uno de los modelos que la componen. Los frontales y los terminales de las varillas incorporan la fusión de láminas de acetato de diferentes colores o estampados. Las almas de las varillas se han diseñado en exclusiva para la marca. El logo Sió se ha incrustado en los terminales de las varillas y en los modelos de metal, en las plaquetas.

Sió Eyewear es la nueva marca exclusiva de Farmaoptics que une diseño, tendencia y confort para ofrecer la mejor experiencia a quienes lleven estas gafas.

Con Sió Eyewear Farmaoptics da un paso más y crea una marca exclusiva que avanza en diseño para conseguir unos modelos de extraordinaria belleza y con una gran relación entre calidad-precio. El grupo de ópticas se ha inspirado en el río Sió que, en su recorrido hasta desembocar en el Segre, atraviesa la localidad de Agramunt. Y es de esa proximidad, entre el río Sió y la sede de la central de Farmaoptics, de donde surge el nombre de la nueva marca Sió Eyewear. La central de Farmaoptics se encuentra situada en un entorno privilegiado, una zona entre el espacio urbano y los campos de cereal, dónde desde su posición se observa el tramo natural del río y su entrada a Agramunt. Desde Farmaoptics se aprecia toda esa generosidad que nos ofrece la naturaleza y que convierte al río Sió, en un símbolo de identidad de los ciudadanos de Agramunt y de los municipios por donde pasa.

La nueva marca Sió Eyewear de Farmaoptics se ha diseñado a partir de la fluidez y maleabilidad del agua. Se han utilizado líneas curvadas, redondas para definir su imagen y crear el logotipo. Las diferentes tonalidades de azul se han convertido en protagonistas de la marca. La fusión de colores y el movimiento que proporciona el agua de río otorga sobriedad y elegancia a la representación gráfica del nombre.

Actualmente Farmaoptics cuenta con la marca propia FMO, una línea básica de gafas graduadas y de sol enfocada a todos los targets y con una extraordinaria rotación dentro del punto de venta. Sió



Sió Eyewear se incorpora al catálogo de Farmaoptics para añadir un plus a su portfolio y atender las demandas del mercado actual y del sector óptico gracias a su estilo distintivo, detalles cuidados, colores actuales y materiales de calidad.

FARMAOPTICS

ópticas con *doble* garantía de salud

Visión más allá del SOL



¡PROTÉGETE!



**SOLARES
GRADUADAS O POLARIZADAS**

***Este verano...
¡no te pierdas nada!***

Montura FMO modelo FMO-S47

* Promoción válida desde el 1 de abril hasta el 31 de agosto de 2023. Oferta válida para una selección de monturas FMO indicadas en el establecimiento.

ESTABLECIMIENTO CON:



WWW.FARMAOPTICS.COM



El estudio de la miopía en la infancia de AMIRES, con la colaboración de ZEISS, subraya la necesidad de revisiones visuales infantiles periódicas

La Asociación de Miopía Magna con Retinopatía (AMIRES) presentó, en fechas pasadas, los resultados de su estudio de 'Prevalencia de la miopía en la segunda infancia en la ciudad de Madrid', que ha llevado a cabo en colaboración con ZEISS, entre otros patrocinadores.



AMIRES es una asociación de pacientes declarada de utilidad pública, que coincide con ZEISS en su afán de promover la investigación para la mejora de la salud visual a cualquier nivel y, en este caso de manera concreta, en lo que tiene que ver con la miopía y la miopía magna.

El objetivo principal del estudio ha sido el de conocer el grado de incidencia de esta patología visual al inicio y al final de la Educación Primaria, evaluar si existe un incremento significativo acorde con las estimaciones conocidas y evaluar las posibles causas que ayuden a determinar políticas de actuación concretas para dar un paso más en las demandas de campañas de prevención e información.

Santiago Escandón, Head of Product & Marketing Manager de Carl Zeiss Vision España, empresa patrocinadora del estudio, subrayó la necesidad de contar con datos nacionales, que aporten información sobre la prevalencia de la miopía en la edad infantil, puesto que “no siempre se puede extrapolar la realidad de otros países a la nuestra” y porque esos datos, entre otros “son la base de una futura estrategia de prevención de la progresión de la miopía en España”.

Resultados del estudio

La muestra del estudio se ha compuesto de 2.616 niños y niñas de 2º y 6º de primaria pertenecientes a 39 centros educativos de la ciudad de Madrid (14 públicos y 25 privados o concertados), y sus familias. Según los datos que aporta la empresa Demométrica, a la que AMIRES ha confiado el desarrollo estadístico, la prevalencia de la miopía en los alumnos de 2º de Primaria es sido del 6.5%, prácticamente triplicándose en los alumnos de 6º de primaria para llegar al 18,7%. El 0.57% de los escolares de 2º de Primaria sufrían Miopía Magna (más de 6 dioptrías). En el caso de los estudiantes de 6º de Primaria, el porcentaje igualmente se triplicó, llegando hasta el 1.37%. El estudio no aporta datos concluyentes en cuanto a la segmentación por sexo. En el caso de los alumnos/as de 2º de Primaria, la prevalencia de miopía era mayor en los niños (52.9% frente al 47.1%), Sin embargo, en los de 6º de Primaria sucedió lo contrario, siendo mayor la prevalencia en niñas 57% frente al 43%

de los niños. El estudio ha comprobado que hay una prevalencia de la miopía Infantil en Madrid significativa según los distritos, siendo más alta en los distritos con menor IDH (Índice de Desarrollo Humano del Ayuntamiento de Madrid), es decir, en aquellos que cuentan con menos recursos económicos.

Otro dato relevante que se deduce del estudio es que el 56.5% de los niños/as con miopía no usaban gafas de 2º de Primaria no usaba ningún tipo de corrección visual. En sexto de Primaria, el porcentaje era del 41.5%. El porcentaje también es más acusado en los distritos con un IDH más bajo.

La prevalencia de la miopía en niños/as que pasan una cantidad considerable de tiempo al aire libre centrando la vista en objetos lejanos es bastante menor que en aquellos que no lo hacen. Los niños y niñas de sexto de primaria cuyos padres manifiestan que no pasan ninguna hora haciendo actividades al aire libre tienen una prevalencia de la miopía que llega al 40,3%. Otro apunte interesante que se deduce del estudio es que aquellos niños que usan las pantallas a primera hora de la mañana, o última de la tarde, la prevalencia de la miopía es superior que en aquellos que no lo hacen.

Conclusiones

Como conclusiones, el presidente de AMIRES afirmó que se debe abordar la prevención de la progresión de la miopía no solo desde el ámbito de la salud, sino también dando cabida a la comunidad educativa para una detección temprana de los problemas visuales. En cuanto a los consejos de salud que se desprenden de los resultados están la recomendación de que los niños/as pasen más tiempo al aire libre o aumentar la distancia a la que utilizan sus dispositivos electrónicos a 40 centímetros. “El estudio muestra que debemos profundizar la colaboración entre la comunidad educativa y los profesionales de la salud visual si queremos minimizar el impacto de la miopía en nuestro país en los próximos años, insistiendo en la mejora del protocolo de revisiones visuales infantiles, un mensaje que ZEISS va a trasladar al sector óptico”, termina Santiago Escandón.



RODENSTOCK



SERVISIÓN

Calle Poeta Joan Maragall, 60, 2ª Planta
28020 Madrid, España | Tfn.: +34 911 805 594

Cómo la óptica en la nube lo está cambiando todo

En el mundo actual, trabajar desde cualquier lugar es una necesidad para muchas empresas, incluyendo las ópticas. Por este motivo, TEMÁTICA ofrece My Cloud, la evolución a la nube de VISUAL, que permite gestionar la óptica desde cualquier lugar.

My Cloud funciona gracias a que VISUAL está instalado en un servidor remoto, lo que aumenta la seguridad y reduce los costes. Los propietarios de ópticas pueden acceder a los datos y a la gestión de su negocio desde cualquier dispositivo con conexión a internet, 24 horas al día, los 365 días del año. Además, la comodidad que ofrece My Cloud es inigualable, ya que no se requiere presencia física en la óptica para acceder a los datos o para realizar cualquier gestión.



Otra ventaja de My Cloud es que el mantenimiento de los servidores lo asume TEMÁTICA. Ellos se encargan de actualizar los sistemas operativos, versiones de VISUAL, licencias de acceso al cloud, ciberseguridad y demás labores de mantenimiento de los servidores.

La tecnología cloud ofrece seguridad, escalabilidad y eficiencia para la gestión de los datos de las ópticas, permitiendo acceso en línea y en cualquier momento.

Las ópticas gestionadas en la nube están revolucionando la forma de trabajar gracias a sus avanzadas características de seguridad y escalabilidad, convirtiéndose en la opción óptima para empresas que buscan mejorar su eficiencia y colaboración. Con acceso en línea y desde cualquier lugar, los ópticos pueden gestionar sus datos de forma más eficiente y colaborar en tiempo real para brindar un mejor servicio a sus clientes.

Las ópticas que estén interesadas en dar el salto a la nube pueden contactar con TEMÁTICA, pues My Cloud es la solución ideal para controlar su información y mejorar su gestión en cualquier momento y desde cualquier lugar.



 mycloud

GESTIONA TU ÓPTICA DESDE CUALQUIER LUGAR

La evolución
a la nube de

 **visual**

OFERTA ESPECIAL

VENTAJAS DE MY CLOUD



ACCESO 24/7

Accede a la gestión y datos de tu óptica desde cualquier dispositivo con conexión a internet las 24h los 365 días del año.



SEGURIDAD

¡Olvídate de virus y discos dañados! Nuestros servidores cuentan con la última tecnología en ciberseguridad, garantizando siempre la protección de tus datos.



VISUAL SIEMPRE ACTUALIZADO

Accede a todas las novedades de **VISUAL** con las actualizaciones automáticas de My Cloud.



COPIAS DE SEGURIDAD AUTOMÁTICAS

Tu base de datos estará siempre segura y actualizada gracias a las copias de seguridad automatizadas.



Para más información:
tematicasoftware.com

¿Hablamos?

 **tematica**

SIEMPRE AYUDANDO A LA ÓPTICA

EXPOCECOP

congrega a más de 350 profesionales y celebra su 27 aniversario en Benidorm

EXPOCECOP se celebró durante los días 11 y 12 de marzo en una ubicación ideal, el Hotel Grand Luxor en Benidorm, superando todas las expectativas y recibiendo un total de más de 350 profesionales del sector y más de 30 proveedores destacados.



Jorge Rubio, CEO del Grupo CECOP, con su esposa Milagros Ramos, óptica-optometrista, y Alejandro García, Country Manager de CECOP en España, durante la apertura de EXPOCECOP. El evento se celebró en el hotel Grand Luxor, en Benidorm.

“**U**n viaje a través del tiempo: origen y futuro” ha sido el lema que ha identificado esta edición, en la que se han destacado los hitos más importantes de CECOP y la evolución de la óptica desde sus inicios.

“La fusión de un átomo (Milagros Ramos) y la energía (Jorge Rubio) da lugar a la materia (CECOP)”, con esta metáfora Alejandro García, Country Manager de CECOP en España, hizo la apertura de EXPOCECOP 2023. García destacó el gran crecimiento que ha tenido la compañía en los últimos años, mencionando sus programas de fidelización FRC y VIVECECOP entre los que se han entregado a sus ópticos más de 2.5 mm €, el plan de relevo generacional y los nuevos servicios digitales, así como nuevo programa Alumni/CECOP.

Por su parte Jorge Rubio, CEO del Grupo CECOP, de la mano de su esposa Milagros Ramos, óptica-optometrista, aprovecharon esta ocasión para subir al escenario y agradecer a todos asociados y proveedores su lealtad al grupo. “Hablar de CECOP para mí es muy fácil porque es mi vida, los 27 años lo reflejan todo. Le doy las gracias a nuestros asociados, proveedores y a todo el equipo, porque sin vosotros hubiera sido imposible estar aquí ahora y llegar a este momento”, señaló Jorge Rubio.

Un evento donde más de 30 proveedores de CECOP de todas las áreas de productos, incluyendo lente oftálmica, monturas, contactología, audología, maquinaria y servicios a medida

para los ópticos, presentaron sus novedades y productos con ofertas exclusivas. Además, para CECOP es esencial acompañar a sus asociados en su desarrollo profesional. Es por ello por lo que, durante el congreso, se llevaron a cabo conferencias y jornadas clínicas impartidas por expertos de gran reconocimiento en el sector.

Charlas y formaciones de la mano de prestigiosos profesionales

El sábado 11 de marzo Lluís Martínez Ribes, revolucionó el auditorio con su conferencia “No sé por qué, pero tu óptica me pone” una charla inspiradora desde el rigor de la neurociencia. Martínez Ribes es socio cofundador de M+F y académico en diversas escuelas de negocio internacionales, además fue nombrado “Retail Innovation Expert” por la Comisión Europea en el año 2013.

Asimismo, Juan Bolívar Parra aportó un valor añadido de innovación, a través de la MasterClass de Orto-K: Protocolos en toricidad y manejo de revisiones de seguimiento. Una de tecnología avanzada de lentes de contacto y que actualmente es la principal elección para el control de miopía en niños y adolescentes. Bolívar Parra es experto en Optometría Clínica y se ha desarrollado profesionalmente en la detección precoz de alteraciones retinianas y la contactología.

El Domingo 12 de marzo, Teyma Valero profundizó en un aspecto clave determinante de la calidad visual, con su ponencia

“Retina multicolor”. Valero es experta en Investigación y Optometría Clínica. Ponente en diversos cursos y congresos nacionales e internacionales y profesora asociada de la Universidad Europea de Madrid y de Salus University.

Rafael Cambrodí a través de su charla “Protocolo Optométrico en la detección precoz del glaucoma”, hizo hincapié en la importancia del papel del óptico-optometrista para el diagnóstico temprano de esta enfermedad visual. Cambrodí es experto en Optometría y Ciencias de la Visión, vicepresidente del Colegio de Ópticos-Optometristas de la Comunidad Valenciana y presidente de la Sociedad de Optometría y Contactología de la Comunidad Valenciana.



Alejandro García (arriba), Country Manager de CECOP en España, en la presentación de EXPOCECOP 2023 y diversos momentos de las charlas y formaciones celebradas para acompañar a los asociados en su desarrollo profesional.



EXPOCECOP contó con la presencia de más de 350 profesionales y 30 proveedores de CECOP de todas las áreas del sector, que presentaron sus novedades y productos con ofertas exclusivas a los asociados del grupo.

Por su parte, Diego López Alcón, presentó la innovadora metodología “Gracias y por culpa de las lentes esclerales”, donde enfatiza sobre los aspectos más importantes en la adaptación de estas lentes, y mostró las últimas novedades y conocimientos basados en las investigaciones científicas publicadas recientemente.



NUEVA HERRAMIENTA PARA PERSONAS QUE DESCONOCEN SI SON APTAS PARA USAR LENTILLAS



Aunque en España, el 4,74% de la población entre 15 y 64 años usa lentillas, lo que significa que hay más de 1,5 millones de usuarios de lentes de contacto, existen ciertos miedos compartidos a la hora de dar el paso y someterse a la primera adaptación.

Desinformación, bulos y falta de asesoramiento son algunos de los frenos que, en primer lugar, impiden muchas veces al usuario dar el paso y comenzar a usar lentillas y, en otros, a seguir utilizándolas, sucediendo el tan conocido abandono.

A pesar de ello, España es el 5º país de Europa con un mercado mayor de lentes de contacto (en valor) y su crecimiento es imparable (más de 60.000 nuevos usuarios en 2022). Se trata de un incremento del 9,5% en valor respecto a 2021, según Euromcontact (la asociación europea de fabricantes de lentes de contacto). Las lentillas con mayor crecimiento en 2022 son las diarias o de un solo uso, con un incremento del 19,4%. Las lentes diarias multifocales crecen el 22,3% abriéndose paso entre los presbíteros. Las lentillas mensuales, junto a las lentes convencionales, que incluyen blandas y RPG mantienen un crecimiento por encima del 4%. Por su parte, las soluciones de mantenimiento se estabilizan en sus cifras de venta. Factores como el buen tiempo, el deporte, la vida de ocio y la estética son clave para este sector en alza.

Por ello, y con intención de ayudar tanto al usuario como al profesional de la visión a dar sus primeros pasos en el mundo de la contactología, el Fórum de Contactología y Visión y Vida lanzan la primera herramienta que, por medio de un simple test, permitirá saber si eres un buen candidato a usar lentillas y si estas se adaptan a tus necesidades visuales. Y lo hacen justo ahora, coincidiendo con la conmemoración del Día Mundial de las Lentillas, fecha en la que nació Leonardo da Vinci, cuyos inventos pueden considerarse precursores de las actuales lentes de contacto.

CONÓPTICA Y OCULUS PRESENTES EN EL FÓRUM CLARAVISIÓN 2023



En fechas pasadas se ha celebrado, de forma presencial, el Fórum Claravisión 2023 en Madrid. El Grupo ha dado este año un paso más allá en su apuesta por la formación y la profesionalidad en el sector al más alto nivel presentando un completo programa de ponencias simultáneas en cinco áreas diferentes, con tres salas de optometría, una comercial y una de audiología. Entre ellas destacó la ponencia sobre lentes esclerales que realizaron Javier Rojas y Karen Carrasquillo, bajo el título “Qué tienes que saber para adaptar esclerales”, esta formación se completó con un taller clínico. La presencia de Karen Carrasquillo en el evento se consiguió gracias a la confluencia de valores entre Grupo Claravisión y Conóptica y al acuerdo entre BostonSight y Conóptica para impulsar el campo de las lentes esclerales a nivel de formación en Europa. En virtud de este acuerdo, Conóptica fabricará y distribuirá las lentes BostonSight Scleral y PROSE en España, Portugal y Marruecos en 2023, y su ampliación a otros mercados europeos en el futuro. “Colaborar en su realización y disfrutar del altísimo nivel del programa creado por Claravisión para su Fórum 2023, ha sido un verdadero privilegio para nuestra compañía”, señala Enrique Rubio, Director Comercial de Conóptica.

Durante la mañana del segundo día del Fórum Claravisión se realizaron talleres con instrumental en directo, teniendo lugar la ponencia de Antonio Verdejo: “Manejo integral en paciente con sequedad ocular e irregularidad corneal” abordado con el equipo OCULUS Keratograph 5M. Además, los asistentes pudieron trabajar con el OCULUS Myopia Master con módulo GRAS, Pentacam con su módulo CSP, Keratograph 5M y su módulo de ojo seco JENVIS PRO, y el versátil OCULUS Easygraph.

ALCON ORGANIZA “OFTA TALKS” PARA DEBATIR SOBRE LA SUPERFICIE OCULAR Y EL OJO SECO



Alcon continúa reforzando su compromiso con la formación a través de su Programa de Desarrollo Profesional (PDP), que en esta ocasión se ha dirigido a profesionales de la oftalmología bajo el título de ‘Ofta Talks’ que se ha celebrado en Alcalá de Henares. Con el eslogan “¿Ves la punta del iceberg, o lo ves todo?”, los profesionales allí congregados debatieron acerca de algunas patologías directamente relacionadas con el ojo seco y otras con un vínculo menos evidente con el estado de la lágrima y la superficie ocular.

Se estima que 1 de cada 4 personas sufren sequedad ocular, y la mayoría puede tener problemas al realizar tareas diarias y que, en España se calcula, hasta un 30 % de las personas que acuden a una lo hacen por esta causa. Pero esta enfermedad puede ser solo la punta del iceberg, la parte que se ve, ya que detrás del ojo seco puede haber diferentes intervenciones y factores de riesgo u otras patologías que lo provocan o lo empeoran, y que tienen que evaluarse para evitarlo o tratarlo adecuadamente. Durante este simposio, la Dra. Cristina Peris, especialista en córnea y cirugía refractiva, habló sobre el queratocono y cómo esta irregularidad en la superficie ocular puede conducir al ojo seco. La segunda ponencia, “Superficie ocular y preoperatorio de la catarata”, liderada por el Dr. Nicolás Alejandro, oftalmólogo en el Hospital Universitario Fundación Jiménez Díaz, expuso cómo irregularidades en la superficie corneal pueden condicionar a la planificación quirúrgica. El Dr. José Manuel Benítez del Castillo, vicepresidente de la Sociedad Española de Oftalmología, ha impartido la ponencia sobre el manejo del ojo seco iatrogénico y el Dr. Fernando Llovet habló de cómo la cirugía refractiva, tanto corneal como Implanto-Refractiva, pueden ser causa de un incremento del ojo seco. Complementaron el panel de expertos el Dr. David Galarreta, y el Dr. Gorka Martínez, cirujano oculoplástico especialista en blefaroplastial.

CONÓPTICA PRESENTA SU SUS CURSOS REGULARES PARA MAYO Y JUNIO



Conóptica ofrece cursos regulares 100% subvencionados durante los meses de mayo y junio. De este modo prepara la llegada del verano presentando las nuevas fechas de formación de sus cursos regulares sobre los temas más actuales en la contactología. Si quieres

formarte sobre alguna de estas áreas: queratocono, lentes permeables corneales y/o esclerales, topografía y Orto-k, ahora es el momento.

Conóptica te subvenciona al 100% los cursos y por un pequeño importe puedes beneficiarte de la inscripción Live Experience. Si te inscribes en esta modalidad, además de la formación, tendrás la oportunidad de realizar una adaptación tutorizada. En esta adaptación se incluyen los seguros de abono (SA) sin cargo y recibirás un Pack Live Experience (adaptador + filtro amarillo) también sin cargo. La compañía también sigue preparando seminarios especiales Contact Lens Lovers y sesiones especiales de Contact Lens & Optometry Business con invitados muy especiales que irá anunciando a lo largo de los últimos meses del año. **Más información e inscripciones en: www.conoptica.es/es/servicios/formacion.**

MIOPTICO



¡SEGUIMOS

1090
ÓPTICAS
ASOCIADAS

CRECIENDO!

ÚNETE
al grupo de imagen y
TE REGALAMOS

✓ un año de prueba
GRATIS
✓ el **RÓTULO**

“

“Desde 2014 formo parte del grupo MIOPTICO. Me motivó formar parte de él la confianza y la transparencia del equipo humano porque es consciente de las dificultades que atraviesa el sector, consiguiendo ser competitivo frente a promociones comerciales muy agresivas de la competencia. Una de las ventajas que ofrece, es la libertad que te da a la hora de elegir la mercancía que considero más apropiada para mis clientes. En 12 meses ya había incrementado las ventas un 30%.

Animaría al óptico-optometrista que está pensando en formar parte del grupo MIOPTICO, ya que verá un incremento de negocio y encontrarán un gran GRUPO HUMANO Y PROFESIONAL que le ayudarán en todo momento.”

Francis Crespo

Asociada de MIOPTICO CC L'Altet Cocentaina

¡Hablamos?

T. 911 266 296 | info@mi-optico.com

Antonio Cavero, 74. 28043 Madrid



www.mi-optico.com

La Fundación Alain Afflelou presenta los resultados de la caravana solidaria El Desierto de los Niños

La Fundación Alain Afflelou ha presentado en el madrileño Circuito del Jarama-RACE los resultados de la edición 2023 del Desierto de los Niños, una caravana solidaria que ha llevado ayuda visual, así como gran cantidad de material escolar y deportivo a personas desfavorecidas de diferentes poblaciones de Marruecos.

En esta edición, celebrada durante la Semana Santa, participaron 164 personas y 46 coches.



Con una caravana formada por un total de 46 vehículos, ha tenido lugar la decimoséptima edición del Desierto de los Niños, que en 2023 ha retornado a sus habituales fechas de la Semana Santa. En la misma han participado 161 personas, de las cuales 48 eran niños menores de 14 años. Los vehículos de la gran aventura infantil, encabezados en esta ocasión por el Hyundai IONIQ 5 100% eléctrico, han realizado casi 2.000 km por territorio marroquí, en una semana repleta de anécdotas y enriquecedoras vivencias. El recorrido comenzaba y finalizaba en Tánger, punto de embarque y desembarque de la caravana. Por el camino se han realizado casi 2.000 km.

En el aspecto solidario, el punto fuerte de la edición 2023 ha sido la puesta en marcha del proyecto “Un bosque en el desierto”, realizado por la Red de Concesionarios Hyundai y gracias al que se plantará un palmeral de 500 palmeras en la localidad de Fezzou. Con esta acción se pretende mejorar el futuro de la zona con un palmeral que, en unos pocos años, dará dátiles, una de las pocas fuentes de ingresos de esta recóndita zona del desierto. Se ejecutará por fases, para garantizar el éxito del palmeral. La primera fase, realizada con la llegada del Desierto de los Niños a Fezzou, ha consistido en una plantación simbólica de 46 palmeras, una por cada uno de los coches. La siguiente fase consiste en la construcción de un pozo y en la canalización de su agua para poder regar las palmeras.

El Desierto de los Niños repartió una gran cantidad de material escolar y deportivo en las zonas por las que pasó la caravana.

Excelente labor de la Fundación Alain Afflelou

Otra acción solidaria de gran valor que se realiza en El Desierto de los Niños es el que aportan los ópticos de la Fundación Alain Afflelou que, un año más, emprendieron este viaje a bordo de un Hyundai Staria 4x4. Durante tres días, los seis ópticos de Alain Afflelou revisaron la vista de 490 personas residentes en Fezzou y en otros pueblos cercanos como Merzouga y Erfoud. Hay que tener en cuenta que los habitantes de estas poblaciones del desierto de Marruecos conviven diariamente con una alta exposición al sol y, por tanto, padecen dolencias visuales a lo largo de su vida. Los ópticos voluntarios trataron casos de miopías de hasta 29 dioptrías y astigmatismos de 8 dioptrías. Estas personas con graduaciones tan altas están prácticamente ciegas y no han llevado gafas nunca. Además de las revisiones, se entregarán 203 gafas de sol y 287 gafas graduadas. Indo Optical colaborará con la Fundación Afflelou donando los cristales para las gafas.

“La Fundación Afflelou participa en esta iniciativa desde hace más de una década con la labor excepcional de los ópticos-optometristas de Alain Afflelou. La importancia de su trabajo en estas zonas desérticas es clave para poner en valor la importancia de la salud visual. Podemos afirmar que unas gafas, ya sean graduadas o incluso de sol, pueden cambiar la vida de las personas. Esta misión nos anima a volver cada año a Marruecos para seguir trabajando para eliminar las barreras que impiden a las personas ver y oír bien”, asegura Susana Ortega, directora de la Fundación Afflelou.

Empresas patrocinadoras

Fiel a su cita anual con El Desierto de los Niños desde la primera edición, Hyundai ha estado representada por una buena parte de su gama SUV 4x4, con varias unidades del Tucson y del Santa Fe, más el monovolumen Staria. Han participado un total de 20 vehículos de la marca. Además, Hankook se ha unido este año a la caravana del Desierto de los Niños: Un total de 23 vehículos iban equipados con neumáticos de la firma coreana. Hay que destacar también la presencia, una vez más, del RACE y de Cífal Madrid, que en esta ocasión han repartido chalecos y brazaletes reflectantes. Pero no sólo eso: se han elaborado unos paneles informativos para concienciar a los niños de las pequeñas poblaciones del desierto en materia de movilidad y seguridad vial, para cuando circulen como peatones o como ciclistas. Y cómo no, Promyges 4x4 ha vuelto a equipar a la caravana del Desierto de los Niños con todo el material necesario para que la aventura llegue a buen puerto.



Imágenes de la presentación de la edición 2023 de El Desierto de los Niños a los medios de comunicación, entre ellos Lookvision; foto “de familia” de los organizadores y patrocinadores y el organizador de la caravana, Nacho Polo, con Susana Ortega, directora de Personas, Sostenibilidad y Fundación Afflelou.

La fascinación de un nuevo look en gafas de sol

Para esta nueva colección de gafas de sol, los diseñadores de Face à Face continúan explorando el movimiento artístico italiano Memphis desde un punto de vista cinético integrando en esta línea solar, lúdica y poética, cuatro diseños sorprendentes y atrevidos.



Face à Face se inspira en el movimiento artístico Memphis, surgido en Italia a partir de los años 80 y con el objetivo de reinventarlo, para dar vida a cada uno de estos diseños innovadores que, impregnados de una energía rebelde, ofrecen un nuevo look.

Desde las curvas esculpidas en forma de arcoíris de la audaz NOVVA hasta la energía sobrealimentada de la sutil y extravagante ASHOKA, esta colección tiene la intención de reinventar la realidad y ampliar sus límites en gafas de sol y monturas que coquetean con la magia y lo improbable.

La alusión al movimiento Memphis se multiplica y expresa mediante una paleta muy peculiar: materiales ultragráficos que contrastan con colores sólidos, amenizados por confrontaciones burlonas diseñadas como un juego y un diálogo visual.

Reinventate, reinventalo todo. Rompe los códigos y ve más allá de los límites de lo posible con Face à Face.

ASHOKA



¡Atrévete a ser cualquier cosa y reinventate con ASHOKA! Estas gafas de sol, muy femeninas y glamurosas, hechas a mano en Francia y presentadas en dos formas: un ojo de gato y un cuadrado, ofrecen un tributo nítido y vibrante al trabajo de Ettore Sottsass y un guiño a su lámpara homónima: alocadas, exageradas, pero perfectamente equilibradas, parecen haber sido esculpidas a partir de los materiales, con sutileza. Son una declaración de moda en gafas de sol, una creación espectacular para lucir como una obra de arte vanguardista.



NOVVA

¡Sumérgete en los explosivos cielos estrellados de NOVVA! El diseño de estas gafas de sol es divertido y elegante, y promete lanzarte lo más cerca posible de las estrellas. Como una supernova en expansión, estas gafas hechas a mano en Italia, con bisagra de cinco piezas, detalle geométrico-chic en la sien y dos formas escultóricas unidas específicas de Memphis: un hexágono y un círculo, revelan su originalidad a través de su forma escalonada esculpida en forma de arco iris. ¿Listo para tu inminente despegue a la bóveda celestial?



SHADOW

¡Gafas sofisticadas para el hombre decidido! Face à face es también ideal para el hombre que está listo para adoptar un nuevo enfoque de las gafas de sol que es tan sofisticado como carismático. Estos modelos de sol elaborados con precisión a mano en Italia, en acetato bicolor con bisagra de cinco piezas tres formas sofisticadas y extra elegantes, revelan una lente que parece flotar en medio del marco. Sólido y elegante, el modelo SHADOW juega con las apariencias para ayudarte a salir de las sombras: ¡sólo muéstrate!



STELLA

¡Explora el cosmos con STELLA! En una interacción de triángulos giratorios, este concepto de diseño facetado y puntiagudo evoca las puntas de una estrella... Alternando colores en relieve, éstos dan forma al marco del frente para enfatizar mejor la narración de su historia: ¡Una estrella ha nacido! Estas gafas de sol hechas a mano en Italia, en acetato bicolor con bisagra de cinco piezas y en dos formas: hexagonal y ojo de gato, parecen haber caído del cielo para aterrizar en tu rostro y darte el estilo que te mereces. ¡Reinventate como una estrella y luce un look estelar!

El alcalde de Las Rozas visita Cione con motivo del 50º Aniversario de la cooperativa

El alcalde de Las Rozas, José de la Uz, acompañado por Mercedes Piera, concejal de Economía; Jaime Santamarta, concejal de Medio Ambiente, y Ana Isabel Pita, directora de las Rozas Innova, visitaron el pasado 26 de abril la sede de Cione Grupo de Ópticas, con motivo del 50º Aniversario de la cooperativa que, desde Las Rozas, distribuye más de un millón de pedidos anuales para 1.100 ópticas en España y Portugal.



En su visita a la sede de Cione, la delegación municipal encabezada por el alcalde de Las Rozas, José de la Uz, fue recibida por Miguel Ángel García, director general de la cooperativa y otros miembros de su equipo directivo.

La delegación municipal encabezada por el alcalde de Las Rozas, José de la Uz, fue recibida por Miguel Ángel García, director general de Cione; Florencio Dopacio, director Financiero, y por Felicidad Hernández, directora de Comunicación y RSE. Además de celebrar la efeméride, ambas delegaciones han sentado las bases de futuras colaboraciones, tanto a nivel tecnológico, como de fomento del empleo, y también en materia de cooperación, puesto que uno de los proyectos que más ha calado en los municipios es el área de innovación y la labor social que lleva a cabo la Fundación Cione Ruta de la Luz. Después de visionar un video resumen de lo que es Cione hoy día, y de su historia, medio siglo después de expedir su primer pedido en la madrileña calle de Alcalá, alcalde y concejales realizaron una visita guiada por las instalaciones de la cooperativa en su sede central en la calle de José de Echegaray, 7, del municipio roceño, inaugurada en 1999.

Así, alcalde, concejales y directora, conocieron de primera mano el corazón de Cione y los diferentes departamentos de la compañía, donde sus respectivos responsables explicaron los detalles de su día a día, aportando información sobre los datos y volumen de negocio. En primer lugar, la delegación municipal visitó el taller y el almacén. Cione dispone de 3.000 m² de almacenaje desde los que realiza la distribución de productos ópticos a sus asociados en tres ubicaciones, dos en Madrid y una más en Canarias, con el que presta el servicio más completo del sector óptico. El almacén central de Cione es precisamente el de Las Rozas. Está totalmente robotizado y apoyado por el mejor programa de gestión del mercado. Allí, los municipios roceños conocieron la capacidad tecnológica de Cione.

En el año 2022, Cione distribuyó más de un millón de pedidos entre sus asociados, con cerca de 350.000 expediciones, todas con origen en el municipio madrileño. Ya en el taller, la comitiva roceña se interesó por este servicio en el que se realizan montajes y reparaciones de monturas de gafas y lentes oftálmicas con servicio de entrega de 24 a 48 horas, así como el biselado remoto de las lentes, que es uno de los servicios que más ha crecido en Cione. A continuación, visitaron el SAS (Servicio de Atención al Socio), donde diez profesionales toman los pedidos y asesoran a los ópticos que forman parte de una cooperativa que hoy cuenta con más de 900 socios, y cerca de 1.100 ópticas, en España y Portugal

Por último, alcalde, concejales y directora conocieron de primera mano la labor humanitaria que lleva a cabo la Fundación Cione Ruta de la Luz, con proyectos de mejora de la salud visual para personas el riesgo de exclusión social en países de todo el mundo, y también en España, de manera que también en este sentido se han establecido vínculos que pueden fructificar en el futuro.

“Las Rozas es una ciudad que combina la calidad de vida de todos sus vecinos con políticas para atraer inversión y actividad empresarial. Por eso somos uno de los mayores motores económicos de la Comunidad de Madrid, con más de 11.000 empresas y somos la sede de importantes empresas multinacionales y grupos como CIONE, el mayor grupo de ópticas de España que cumple 50 años desarrollando sus iniciativas de innovación y sostenibilidad, lo que le sitúa a la cabeza en su sector”, señalaba el alcalde de Las Rozas, José de la Uz.

Miguel Ángel García, director general de Cione, agradecía la visita de la delegación municipal de Las Rozas. “Nos han hecho sentir el apoyo de gobierno municipal, y hemos sentado las bases para futuras colaboraciones, tanto en materia de empleo como en innovación y avances tecnológicos, por lo que les estamos muy agradecidos”, señalaba el director general.



El alcalde de Las Rozas y sus acompañantes conocieron el corazón de Cione y los diferentes departamentos de la compañía, donde sus respectivos responsables explicaron los detalles de su día a día.

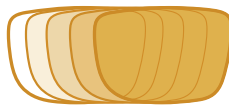
// SEIKO VISION
SPECIALIST //

PROTECCIÓN SOLAR
PRECISAMENTE
ADAPTADA A TUS NECESIDADES

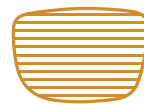
SOLUCIONES SOLARES SEIKO



MÁS DE 210
COLORES



LENTE
FOTOCROMÁTICAS



LENTE
POLARIZADAS

SEIKO

PRECISION FOR VISION

Silhouette®

La Ligne, un nuevo modelo que eleva todas las miradas

La firma austríaca presenta La Ligne, un diseño en forma de mariposa con un aro que delinea cuidadosamente la lente y que está disponible en diferentes colores. Un modelo novedoso y exclusivo que marcará la diferencia en cualquier look.



Silhouette aplica la tendencia eyeliner, con un aro de color que perfila cada lente, a su nueva colección de gafas La Ligne. Minimalismo, color y estilo para la mujer elegante y actual.

Silhouette, firma austríaca referente en el diseño y producción de gafas premium, presenta el nuevo modelo de su icónica y atemporal colección de gafas graduadas al aire Titan Minimal Art (TMA). Con un aro que perfila cuidadosamente cada lente, el modelo La Ligne adapta la tendencia de aplicar el eyeliner por encima del párpado para la mujer más actual. Es la combinación perfecta entre minimalismo, color y estilo que marcará tendencia esta temporada.

La Ligne es una declaración de estilo de la emblemática colección TMA de Silhouette, que desde hace más de 55 años ha causado revuelo en el sector de la moda. La ex diseñadora jefe de Silhouette, Dora Demel, ya aprovechó este efecto de delinear el ojo en las décadas de 1970 y 1980 para hacer brillar la mirada del usuario.

Los delicados aros con estructura tridimensional que perfilan parcialmente la lente elevan cualquier mirada y le aportan un aspecto fresco y renovado. Un diseño en forma mariposa que resalta las facciones de cada rostro y brinda carácter y personalidad a quien las lleva. Los aros y varillas de estas favorecedoras gafas están producidos a partir de una sofisticada combinación de materiales de alta tecnología, como el titanio de alta calidad y el SPX®+, un material muy resistente patentado por la firma.

El diseño también se caracteriza por los colores frescos y brillantes de los aros, que mantienen la sensación de ligereza singular de la firma. El usuario puede escoger entre un azul luminoso, una tonalidad lima, un rosa orquídea o el clásico negro. Es el accesorio perfecto para hacer brillar todas las miradas.

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



Con un diseño en forma de mariposa, las monturas Silhouette La Ligne también se caracterizan por los colores frescos y brillantes de los aros que hacen brillar las miradas femeninas.

HOYA lanza su nueva campaña solar “Buscadores del Sol”

HOYA Lens Iberia ha lanzado su nueva campaña solar “Buscadores del Sol” coincidiendo con la estación primaveral y el horario de verano. Estará vigente hasta el 30 de septiembre y en ella HOYA pone el foco principal de comunicación en la importancia de cuidar la visión en el exterior y busca la concienciación del usuario por la protección visual ante la luz intensa del sol, que puede provocar graves enfermedades oculares de las que la población aún no es lo suficientemente consciente. Las lentes solares, a pesar de considerarse en ocasiones como un accesorio de moda, son más importantes por su función como barrera protectora de nuestra retina y córnea.

Teniendo en cuenta este aspecto, HOYA lanza sus ofertas de Dúo K Color, permitiendo al usuario hacerse con un segundo par de lentes de color, por la ad-

quisición de un primer par. Esta promoción beneficia tanto al usuario que lo adquiere, como al óptico que las proporciona, rentabilizando su negocio mientras protege la salud visual de sus clientes.

Buscadores del Sol, os estábamos esperando...

HOYA adelantaba el anuncio de su campaña con la publicación de un teaser en sus redes sociales, que acercaba una campaña fresca, joven y dinámica, dirigida a profesionales y consumidores. Bajo el hashtag #InTheSunnyDaysHOYA, la empresa invitaba ya a disfrutar de los días de sol con la mejor protección y las lentes solares de HOYA a través del vídeo: <https://youtu.be/ozdaX-Kxb-g>

Dúo K Color 2023, la mejor combinación para tus clientes



HOYA pone a disposición de sus clientes una amplia variedad de combinaciones de lentes, pensadas para dar solución a las necesidades visuales de los usuarios. Además, la campaña presta formaciones a sus clientes de la variedad de lentes solares de HOYA incluidas en los Dúo K Color.

HOYA participó en Expocecop 2023 con un guiño a sus orígenes



Los días 11 y 12 de marzo se celebró Expocecop 2023 en el Hotel Grand Luxor de Benidorm, Alicante, que tuvo como hilo conductor: Un viaje a través del tiempo: Origen y futuro. En el evento, asociados del Grupo conocieron las propuestas de los más de 30 proveedores que participaron en esta edición, entre ellos HOYA. El amplio stand de la empresa japonesa líder en fabricación e investigación de lente oftálmica, presentó a los asistentes su gran variedad de productos de alta calidad y tecnología puntera. El stand de la compañía se convirtió en toda una experiencia para el usuario, que no sólo conoció de primera mano los diferentes servicios y productos de HOYA, sino que, además, marcó una experiencia simbólica con la presencia de una japonesa natal. La mujer de origen nipón entregaba a cada usuario que lo deseara un pergamino con su nombre en alfabeto japonés, como guiño a la cultura y arte del país.

Durante la jornada del domingo 12 de marzo, el Key Account Manager de HOYA Lens Iberia, Rodrigo Alonso, presentó una de las conferencias programadas para Expocecop 2023, con el título “Más con menos. Estrategia de valor: la clave del futuro de la óptica”. En ella, Rodrigo Alonso abordó una de las temáticas de mayor preocupación para el óptico, centrándose en la rentabilidad y los precios. El posicionamiento comercial y las necesidades del cliente y sus prioridades, marcadas por su estilo de vida, fueron algunos de los factores que se tuvieron en cuenta a la hora de abordar esta temática.

La FMP y Addictive renuevan su acuerdo de colaboración

La Federación Madrileña de Pádel –FMP– ha renovado por un año más su acuerdo de colaboración con Addictive, una firma de gafas técnicas deportivas para multitud de deportes, entre ellos el pádel que cuenta con el respaldo de un grupo óptico que permite ofrecer los mejores materiales en monturas y lentes, incluso la posibilidad de graduarlas.

Gracias a esta renovación, Addictive continuará siendo el patrocinador de las diferentes ligas de veteranos y veteranas de la FMP y les seguirá dando nombre en 2023. Como patrocinador de las mismas, premiará además a los mejores jugadores de cada mes de las ligas, a partir de marzo, con un par de gafas. Addictive continúa siendo también uno de los colaboradores principales del Circuito de Veteranos FMP 2023, en el que entregará gafas como premio en las tres pruebas de este año.



Además, tal y como ya se hizo el año pasado, se asignarán 10 becas de lentes de contacto para menores, de un año de duración. A estas becas, se suman otras 2 de gafas graduadas. Estas becas, para jugadores madrileños de categoría alevín, infantil, cadete y junior, cubren las necesidades de lenti-llas o gafas graduadas durante un año, periodo en el que el jugador deberá lucir en sus equipaciones de juego el logo de Addictive. La asignación de las becas la realizará la Federación Madrileña de Pádel considerando los méritos deportivos de los jugadores así como el volumen de participación en las pruebas del circuito nacional, circuito autonómico madrileño y la liga de menores.

Natural Optics Group mejora la experiencia de los clientes de sus ópticas con su asistente de ventas virtual



La experiencia del cliente no es solo un conjunto pasos a seguir, la clave está en las emociones. ¿Cómo se siente el cliente cuando visita una óptica? En cada momento podemos mejorar o deteriorar la percepción que tienen de nuestra marca. Por lo tanto, hay decisiones importantes que tomar para crear una experiencia adecuada, y esas decisiones influyen en el éxito que tendrá tu negocio. Por eso, Natural Optics Group apuesta por ofrecer una experiencia de compra única mediante su asistente de ventas virtual, una herramienta novedosa que permite asesorar a los clientes de forma más personalizada e interactiva, que junto a sus protocolos de trabajo se convierten una potente solución para tener clientes satisfechos y más convencidos de su decisión. El asistente de ventas NOG funciona como un complemento a la venta, es una extensión del propio programa de gestión adaptado para que sea utilizado en tabletas y ordenadores conectándose al WIFI de la misma óptica. Su objetivo es asesorar a los clientes de forma más individualizada, haciéndolos partícipes en el proceso de compra sin dejar de atender sus necesidades específicas con un diseño sencillo e intuitivo. Al mismo tiempo, también permite a los profesionales de la óptica, conocer mejor a sus clientes y así diseñar recomendaciones personalizadas y exclusivas para ellos, sin dejar de lado la automatización de algunas fases del proceso de compra y del cierre de presupuesto.

El grupo Rodenstock apuesta por España



El Grupo Rodenstock, líder global en innovación en salud ocular y uno de los principales fabricantes de lentes del mundo, y tras la incorporación de Ido Optical, consolida su presencia en España con su marca Rodenstock y su filosofía: B.I.G. VISION® FOR ALL, lanzada en 2020, que apuesta por entregar una precisión visual superior y comodidad para todas las personas del mundo. Después, en 2022, Rodenstock lanzó su innovadora tecnología B.I.G. NORM®, lentes biométricas basadas en inteligencia artificial.

El Grupo Rodenstock se fundó en 1877 y tiene su sede en Múnich (Alemania). La empresa emplea a unas 5.100 personas en todo el mundo, mantiene 5 centros de producción para garantizar el suministro global y

está representada por varias oficinas de ventas y socios distribuidores en más de 85 países. Un gran equipo de expertos del departamento de investigación y desarrollo de la planta de Múnich trabaja en la innovación de nuevos productos y apuesta por la ingeniería 100 % alemana.

Crecimiento en España y trayectoria innovadora

La empresa alemana aspira a lograr un crecimiento significativo en el mercado español. Por ello, el grupo se está haciendo cargo de la marca y quiere llevarla al más alto nivel. Rodenstock se apoya en sus laboratorios españoles y mundiales para toda su cadena de valor, prestar servicios y mantener la esencia de la calidad e ingeniería alemana. Un equipo de profesionales lleva trabajando desde hace un tiempo en España para preparar la introducción de las lentes biométricas inteligentes en el país.

Lanzamiento de su marca global B.I.G. VISION® en España

Con su única filosofía B.I.G. VISION® FOR ALL, Rodenstock introdujo un cambio de paradigma en el sector. El fabricante de lentes reconoce que cada persona y cada ojo son únicos y diferentes. Por ello, Rodenstock es la primera empresa que mide cada ojo

individualmente y determina así la biometría de todo el ojo. Esto incluye la longitud del ojo y varios miles de puntos de datos que entran directamente en la producción de lentes, algo único en el sector. Rodenstock confía en sus laboratorios españoles e internacionales para toda su cadena de valor, para dar servicio y mantener la esencia de la calidad y la ingeniería alemana. Además, un equipo de profesionales trabaja en España desde hace tiempo para potenciar la introducción de esta nueva tecnología en el país.

En la actualidad, Rodenstock cuenta con más de 530 patentes y más de 200 solicitudes de patente pendientes en todo el mundo para innovaciones en lentes e instrumentos ópticos, y continuará trabajando para satisfacer las necesidades de los usuarios de lentes con el máximo nivel de innovación y los mejores productos.

Para más información sobre Rodenstock, visita: www.rodenstock.com/es y en sus redes sociales. Instagram: [rodenstock_es](https://www.instagram.com/rodenstock_es) - Facebook: www.facebook.com/RodenstockES

Servicio de atención al cliente:
900 102 189. info@rodenstock.es

Lara Marogna, nueva directora de desarrollo de producto y estilo de Grupo Marcolin



Marcolin anuncia el nombramiento de Lara Marogna como nueva directora de desarrollo de producto y estilo del Grupo. Desde su nueva posición, Lara Marogna supervisará la gestión y el desarrollo de las colecciones de gafas del Grupo, reportando directamente a Fabrizio Curci, CEO y Gerente General y trabajando en estrecha colaboración con la dirección creativa y los departamentos de estilo de las marcas del portfolio. El equipo liderado por Lara implementará un enfoque similar a nivel creativo para maximizar el potencial de cada marca en los distintos segmentos.

Lara Marogna, originaria de Belluno, se incorporó a Marcolin en 2011; Estudió Diseño Industrial en la Universidad IUAV Ca' Foscari de Venecia y luego continuó su formación artística, primero en el sector de la joyería y luego en la industria de las gafas.

MIOPTICO patrocinador del Mundial de Hockey Hielo

Del 16 al 22 de abril se ha celebrado el Campeonato del Mundo de Hockey Hielo 2023 (División II Grupo A), el mayor evento deportivo del año para el hockey hielo español, organizado por la Real Federación Española de Deportes de Hielo (RFEDH) bajo el paraguas de la International Ice Hockey Federation (IIHF) y que ha contado con la colaboración de MIOPTICO. El evento, que se ha celebrado en el 100 aniversario de la adhesión de España como país miembro de la Federación Internacional de Hockey Hielo (IIHF), ha enfrentado a los equipos de España, Australia, Croacia, Israel, Islandia y Georgia.



MIOPTICO, que ya ha colaborado con numerosos deportistas de deportes de agua, equipos de rugby y baloncesto apoya de nuevo el deporte. En esta ocasión se entregó a los deportistas y a los invitados VIPS unas gafas de sol polarizadas de la colección exclusiva diseñada por Jesús Segado para MIOPTICO. Además todos los que adquirieron su entrada en taquilla recibieron una tarjeta con promociones especiales.

La Universidad Complutense de Madrid visita Industrias de Óptica Prats



Los alumnos de 2º curso del Grado de Óptica y Optometría de la Universidad Complutense de Madrid visitaron las instalaciones de Prats en Madrid dedicadas a la fabricación de lentes oftálmicas. Los estudiantes pudieron observar de primera mano, cómo la teoría que se les imparte en las clases se aplica de forma práctica en los procesos de fabricación de las lentes, en uno de los laboratorios de producción de lentes oftálmicas más avanzados y automatizados del sector a nivel mundial.

La visita consistió en un recorrido por la fábrica, seguido de un seminario donde se expusieron las diferentes tecnologías con las que trabaja la compañía. La jornada finalizó con una amena comida con los responsables y representantes de la empresa y el alumnado y profesores de la universidad. Con esta visita queda patente que Grupo Prats siempre busca estimular el vínculo universidad-empresa como complemento a la formación de los profesionales del futuro.

Presentadas en Zaragoza las VII Jornadas de la SEEBV que se celebrarán en octubre



Zaragoza acogerá los próximos días 20, 21 y 22 de octubre de este año la séptima edición de las Jornadas de la Sociedad Española de Especialistas en Baja Visión –SEEBV–. Por primera vez la capital aragonesa acogerá este encuentro que congrega a más de doscientos especialistas en un tema de vital trascendencia para las personas afectadas por baja visión. El encuentro reunirá a ópticos-optometristas, oftalmólogos y otros profesionales del sector de la visión en unas jornadas de novedoso

formato que permiten dar a conocer y profundizar en la problemática de la baja visión.

El pasado 27 de marzo se reunieron en Zaragoza cerca de una veintena de profesionales de empresas implicadas en el sector a las que se les dio la oportunidad de conocer, tanto la propia sede del evento (la histórica Cámara de Comercio de Zaragoza) como un avance de los formatos y actividades que se van a desarrollar y que van a suponer un antes y un después en las reuniones de la SEEBV por su estructura y organización completamente novedosas para la Sociedad. Fueron anfitriones de la reunión el presidente de la SEEBV, Ernesto Marco, acompañado de los miembros de la junta: Ana Martínez y Silvia de la Llama que transmitieron su entusiasmo en una reunión que va a ser un importante revulsivo para la sociedad y para el sector de la visión en general.



SEIKO presenta su nueva campaña solar



SEIKO anunció el inicio de su campaña de sol, vigente desde el 1 de abril hasta el 31 de agosto, que persigue proporcionar a los usuarios la protección solar necesaria para sus ojos. La exposición a la luz solar sin protección vuelve vulnerables a nuestros ojos frente a los dañinos rayos UV, riesgos que pueden minimizarse con el uso de gafas de sol con protección, como las lentes solares de SEIKO. Además, la nueva campaña solar permite la doble pareja para el usuario con el suplemento de color sin ningún cargo, siendo un factor importante para el óptico en concepto de oportunidad de venta.

Las soluciones solares de SEIKO ofrecen a los usuarios más de 210 colores de moda a elegir, para una protección y un diseño perfecto. Además, SEIKO cuenta con soluciones tan atractivas para su campaña solar como sus lentes polarizadas PolarThin, para una visión sin reflejos y con sus lentes fotocromáticas Sensity 2, diseñadas específicamente para adaptarse rápidamente al entorno, con un rendimiento visual fiable en cualquier condición de luz.

Con esta campaña, SEIKO dispone de materiales visuales para el óptico, tanto para el punto de venta como en formato digital, como apoyo a su negocio y venta.

Industrias de Óptica Prats patrocina la 4ª edición del Fórum de Gafas, Lentes y Monturas



Un año más, Industrias de Óptica Prats patrocina y está presente en la cuarta edición del Fórum de Gafas, Lentes y Monturas que organiza la Asociación Española de Fabricantes de Óptica –AEO–. Durante el evento se presentarán una serie de tres webinars dedicados a la protección solar en el sector óptico en los que se explicará cómo trabajar y afianzar la venta de la categoría de las gafas de sol desde el gabinete hasta el punto de venta. El tipo de lentes que dan mejor respuesta para cada paciente y sus necesidades y otras técnicas de venta destinadas a mejorar los resultados en el ámbito de la comercialización de gafas de sol.

Tras la celebración del primer webinar el pasado 14 de marzo, a cargo de Txell Valls y con el título: “Tips para atraer clientes de gafas de sol”, los dos siguientes son el 9 de mayo, impartido por la Dra. Aurora Torrents: “Necesidades de protección solar por tipología de paciente y recomendaciones según sus necesidades visuales”, y el 30 de mayo por parte de Mónica Mendoza: “Las técnicas de venta para las gafas de sol”.

Kering Eyewear adquiere UNT



Kering Eyewear ha firmado un acuerdo para adquirir el 100% del capital social de la empresa francesa UNT, Usinage & Nouvelles Technologies, con el fin de reforzar su posición en el sector de las gafas de lujo. Fundada en 1989 en Morbier, Borgoña-Franco Condado, en el este de Francia, UNT es un actor clave en la fabricación de componentes metálicos y mecánicos de alta precisión para todo el sector de las gafas de lujo. UNT ha sido, de hecho, un socio comercial clave y duradero de Manufacture Kering Eyewear para el suministro de sus componentes y Kering Eyewear y UNT comparten la misma visión y valores de excelencia, artesanía, innovación y sostenibilidad. La transacción está sujeta a la autorización de las autoridades de competencia pertinentes y se espera que se complete en este segundo trimestre de 2023.

“Nos complace dar la bienvenida a UNT a la familia Kering Eyewear. Admiro sinceramente el excelente trabajo que UNT ha realizado hasta ahora y estamos entusiasmados de embarcarnos en este nuevo viaje con un socio de confianza y profundamente valorado. Siendo un proveedor a largo plazo y de alta calidad de Manufacture Kering Eyewear, esta nueva adquisición representa la oportunidad de crear una plataforma integrada de gafas de lujo con las mejores capacidades de fabricación, instalaciones y talentos, además de apoyar y elevar aún más el distrito de Jura”, ha declarado Roberto Vedovotto, Presidente y Director General de Kering Eyewear.



Natural Optics Group refuerza su red de asociados en el País Vasco

Natural Optics Group (NOG) afianza su presencia en el País Vasco con la incorporación de los 5 centros de Luyando Ópticos y de Optika Mungia, ópticas de referencia en sus localidades.

Luyando Ópticos trabaja para ofrecer servicios relacionados con la salud visual y auditiva desde hace más de cuatro décadas. Entre sus especialidades destacan el trato individual y personalizado a sus clientes y la amplia gama de productos que ofrecen. Tienen presencia en la provincia de Álava, con sus establecimientos situados en Vitoria-Gasteiz, el primer centro en inaugurarse, Laudio (Llodio), y Amu-

rrio; y en Vizcaya, con ópticas en Orduña y Zalla.

Con más de 50 años de experiencia, **Optika Mungia**, situada en la calle Aita Elorriaga, 20, Mungia, está especializado en adaptación de lentes progresivas Varilux, así como de lentes de contacto. Además, cuentan con las últimas novedades de las primeras marcas en monturas en el mercado óptico.

De este modo, NOG sigue creciendo a lo largo y ancho de España. Desde finales de 2022, rompió la barrera de los 700 puntos de venta asociados, número que sigue creciendo cada día.

La historia de Cottet en Madrid, presente en la exposición "Madrid / Moda a pie de calle" de Joana Biarnés



Cottet Óptica y Audiología, empresa familiar fundada en 1902 (120 años de historia) estará presente en la exposición "Madrid / Moda a pie de calle", una muestra dedicada a la obra de la fotógrafa Joana Biarnés (Terrassa, 1935-2018), que se lleva a cabo en la Sala Canal de Isabel II, en Madrid, del 28 de febrero al 23 de julio de 2023. La exposición, comisariada por Josep Casamartina i Parassols, incluye más de un centenar de fotografías que muestran la evolución de la moda y de la sociedad durante los sesenta y principios de los setenta, así como una representación de Madrid, de sus calles, barrios y gentes, una constante en toda la trayectoria de la fotógrafa como creadora.

Cottet está presente en la exposición con instantáneas tomadas por Joana Biarnés en los certámenes Guapa con Gafas, un importante evento organizado por Renato Cottet coincidiendo con las fiestas de San Isidro que causó furor durante las décadas de los 60 y 70 en la capital española. Las imágenes de Biarnés presentes en la exposición no solo retratan el look, las tendencias y la actitud de las participantes, sino también la atmósfera y la estética de la época.

Como parte de la celebración del 120 aniversario que ha llevado a cabo con diversas acciones durante todo el 2022, Cottet ha querido apostar por la cultura realizando una donación a la fundación Photographic Social Vision, coorganizadora junto a la Comunidad de Madrid, de la exposición y coeditora del libro que difunde el legado único e irreplicable de Joana Biarnés dedicado a la moda. Una muestra del compromiso de la marca y la familia Cottet con

la promoción y el desarrollo de la fotografía como arte. Este donativo es también, un reconocimiento al legado de Cottet Madrid que ha celebrado 90 años desde la apertura de su primera tienda en 1932 en el corazón de la ciudad, en la Calle Príncipe, 15. La historia de una familia y de un negocio líder en el sector de la óptica y la audiología.

Cambio de liderazgo en opti: Cathleen Kabashi asume la dirección de la feria



GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH ha anunciado que Cathleen Kabashi asume la dirección de opti con efecto inmediato. De este modo, Kabashi es la nueva responsable del futuro y el desarrollo de la feria internacional de óptica y diseño de Múnich. La anterior responsable, Bettina Reiter, se traslada dentro de GHM a la feria FAF. Como asesora ferial y, posteriormente, directora de iba, la feria líder mundial de la industria panadera y pastelería, Kabashi ha contribuido de forma significativa al desarrollo y la internacionalización de esta feria líder desde 2007. En 2021, Kabashi asumió el cargo de directora de división de ferias B2B en GHM, cargo que seguirá desempeñando paralelamente. Kabashi ha trabajado en red e intercambiado intensamente con la industria oftalmológica, especialmente en el último año: "Estoy deseando llevar a opti hacia un futuro lleno de éxitos en una cooperación de confianza con las asociaciones y organizaciones de la industria óptica y, por supuesto, con los expositores de la feria. Mi especial agradecimiento a Bettina Reiter, que ha dirigido opti con éxito durante años y ahora desea un cambio, que aceptamos con mucho gusto. Me alegro especialmente de que deje opti en una sólida posición de partida. El objetivo para 2024 es elevar aún más el perfil de opti como el evento al que acuden las startups y los gigantes establecidos de la industria".

responsable, Bettina Reiter, se traslada dentro de GHM a la feria FAF. Como asesora ferial y, posteriormente, directora de iba, la feria líder mundial de la industria panadera y pastelería, Kabashi ha contribuido de forma significativa al desarrollo y la internacionalización de esta feria líder desde 2007. En 2021, Kabashi asumió el cargo de directora de división de ferias B2B en GHM, cargo que seguirá desempeñando paralelamente. Kabashi ha trabajado en red e intercambiado intensamente con la industria oftalmológica, especialmente en el último año: "Estoy deseando llevar a opti hacia un futuro lleno de éxitos en una cooperación de confianza con las asociaciones y organizaciones de la industria óptica y, por supuesto, con los expositores de la feria. Mi especial agradecimiento a Bettina Reiter, que ha dirigido opti con éxito durante años y ahora desea un cambio, que aceptamos con mucho gusto. Me alegro especialmente de que deje opti en una sólida posición de partida. El objetivo para 2024 es elevar aún más el perfil de opti como el evento al que acuden las startups y los gigantes establecidos de la industria".

Design Eyewear Group Francia se instala en el corazón de París



Design Eyewear Group crea y comercializa marcas icónicas de gafas, vendidas en todo el mundo por ópticos premium desde hace más de 50 años y durante los últimos 7 años el Grupo ha inspirado sus creaciones en las ciudades más importantes del mundo y hoy, para afirmar su desarrollo, Design Eyewear Group France se instala en el corazón de la vibrante y moderna ciudad de París, que refleja perfectamente el estilo de las marcas francesas: Alium, Face a Face y Woow. Es un entorno perfecto, lleno de vida e inspiración de tendencias, para alcanzar los objetivos más ambiciosos de Design Eyewear Group France y afirmar la identidad de todas sus marcas. La nueva oficina de DEG está ubicada en el 4th arrondissement parisino: 22 Rue Saint Martin, 75004 París.



El diseño excepcional define la cartera de marcas dinámicas de Design Eyewear Group, que se inspiran en el arte, la innovación y la tendencia al tiempo que ofrecen

un valor excepcional. Con sede en Aarhus, Dinamarca, la empresa emplea a más de 250 personas y tiene oficinas locales en París, San Francisco, Bilbao y Londres. El diseño es el corazón de la empresa y un gran diseño es lo que define a todas sus marcas, como: ProDesign Denmark, Face a Face, Woow, Nifties, Infance, Kilsgaard, Alium, William Morris y Charles Stone, todas ellas versátiles y claramente posicionadas: desde un audaz diseño francés hasta un estilo escandinavo limpio. www.designeyeweargroup

FREE LAND

BARCELONA ART DESIGN

VISIBILIA ESPAÑA, S.A. | tel: +34 93 425 04 04 | comercial@visibilia.es | www.visibilia.es | https://freeland-bcn.com | https://instagram.com/freelandbarcelona/



Para Silhouette, cada gota cuenta. El Grupo lidera el camino hacia la conservación sostenible del agua



La conservación del agua es prioridad para Silhouette Group. Por ello, filtra y reutiliza varias veces el agua que utiliza y la vierte con seguridad una vez tratada con sus dos sistemas de tratamiento de aguas. La firma austríaca solo evacua las aguas residuales de producción que cumplen con los requisitos legales de seguridad, incluyendo aquellas que requieran de tratamientos adicionales. La empresa controla de cerca los contaminantes de las aguas residuales de su planta de producción. Su temperatura, pH y volumen son controlados constantemente, al igual que sus concentraciones de níquel, cobre y cromo. Además, estas aguas se drenan a través de un canal separado antes de entrar en el sistema público de alcantarillado. Esto permite almacenar en contenedores seguros cualquier sustancia que pueda contaminar el suministro local de agua.

Silhouette Group también lucha para generar aguas libres de microplásticos. A través de su ciclo de producción cerrado de última generación, la empresa se compromete a capturar todos los microplásticos generados durante su proceso de producción. De este modo, Silhouette garantiza que el 0% de los microplásticos generados lleguen al suministro local de agua y que todos los residuos sean recogidos y reciclados correctamente. Asimismo, Silhouette cuida del agua que se utiliza para regar las zonas verdes de la sede central ubicada en Linz, Austria. Sus jardines se riegan sin desperdiciar ni gota de agua potable, ya que, gracias a la excavación de tres pozos subterráneos, la empresa consigue ahorrar hasta 400.000 galones de agua potable cada año. Como la capa superficial del suelo se ha restaurado a su estado natural, el agua utilizada para el riego se devuelve de forma orgánica a su lugar de origen, infiltrándose hasta la capa freática.

Morel abre su 15ª filial: Morel Alemania-Austria



El deseo de Morel es ser reconocido como el fabricante de gafas independiente francés preferido en todo el mundo. Para ello continúa con su estrategia de potenciar su distribución con el establecimiento de filiales internacionales, incluyendo la creación de una 15ª filial: Morel Alemania-Austria, que tendrá su sede en la ciudad de Herdecke, municipio de Renania del Norte-Westfalia, situado al sur de Dortmund. Gracias a esta nueva filial, los clientes alemanes y austríacos podrán beneficiarse de un servicio más cercano y rápido gracias a un procesamiento de pedidos y tiempos de entrega optimizados: las monturas Morel ahora se enviarán directamente desde Francia.

Una nueva plataforma B2B, www.mymorel.com, también permitirá a todos los clientes alemanes y austríacos: descubrir todo el catálogo Morel y hacer su pedido online, ver y descargar todas las herramientas de comunicación de la marca, beneficiarse de las ventajas del programa de fidelización mymorel, acceder al servicio de atención al cliente 24 horas al día, 7 días a la semana, incluida la garantía digital, el seguimiento de la entrega y el acceso a las facturas, etc.

Durante más de 140 años, la marca Morel ha sido sinónimo de autenticidad, pasión, audacia, independencia y compromiso. Al reforzar su estrategia de distribución con la creación de Morel Alemania-Austria, Maison Morel da una señal clara para el futuro y subraya su compromiso con sus clientes.

Mirojeans apuesta por el marketing de influencers en su primera edición de la Mirojeans Week

Mirojeans, la marca más juvenil y atrevida del grupo Natural Optics Grup, ha sorprendido a sus seguidores con la celebración de su primera edición de la Mirojeans Week en marzo de 2023. Durante una semana, la marca ha realizado macro sorteos en Instagram, ofreciendo a sus seguidores la oportunidad de ganar gafas cada dos horas. Para lograr una mayor visibilidad, Mirojeans ha apostado por el marketing de influencers, sorteando los premios desde perfiles de personas influyentes en la plataforma. Gracias a la alta participación, la marca ha conseguido dar un salto en cuanto a notoriedad de marca, entre un público muy activo en redes sociales, compartiendo sus valores y demostrando que Mirojeans trabaja un producto en tendencia y de calidad. Además, ha conseguido generar un mayor número de visitas a las ópticas asociadas al grupo, ya que son las encargadas de vender, en exclusiva, la marca de Mirojeans.



HOYA, patrocinador oficial en la IX Jornada sobre inserción laboral de la Facultad de Óptica y Optometría



HOYA estuvo presente en la IX Jornada sobre Inserción Laboral de la Facultad de Óptica y Optometría, organizada por la Universidad Complutense de Madrid para los estudiantes del grado de Óptica y Optometría. Esta jornada tiene como objetivo acercar a los estudiantes del grado, y otras titulaciones relacionadas, a la vida laboral del óptico optometrista, desde diferentes perspectivas. HOYA patrocinó este encuentro, al que acudió, también, como ponente en el programa de mesas de debate.

Carolina Rodríguez, Eye Care Business Manager de HOYA Lens Iberia, presentó a los estudiantes la figura del óptico optometrista en HOYA, donde se presta servicio y apoyo a los establecimientos sanitarios de óptica y se fabrican algunas de las lentes oftálmicas que el fabricante pone a su disposición.

La investigación es parte esencial de la filosofía de HOYA, para ofrecer la última tecnología y mejor calidad en lente oftálmica. Una de las investigaciones más fructíferas de la compañía japonesa ha sido la solución revolucionaria para la gestión de la miopía infantil, MIYOSMART.

La participación de HOYA en estas jornadas supone una aproximación de la industria a los futuros profesionales de la visión para juntos, trabajar por la salud visual de la población.

ZEISS lanza su campaña solar: “La protección que se adapta a ti”

ZEISS Vision Care España ha lanzado en abril su nueva campaña de lentes solares: “La protección que se adapta a ti”, con el objetivo de llevar tráfico de calidad a las ópticas adheridas al programa ZEISS Vision Expert (ZVE) y de atraer y fidelizar hacia el punto de venta a nuevos clientes que actualmente no compran sus gafas de sol en las ópticas, incrementando con ello la conversión y las ventas de productos de valor añadido. La nueva campaña estará activa entre abril y julio de 2023 y propone una combinación proactiva en las ventas de ZEISS SmartLife y el amplio e innovador portfolio de lentes solares ZEISS.

La exitosa gama de lentes SmartLife permite a los pacientes una visión despejada en todas direcciones que mejora la claridad de visión. Diseñadas para usuarios de gafas conectadas y en movimiento, sea cual sea su edad, la gama cuenta

con protección UV total, hasta los 400 nanómetros, gracias a la Tecnología ZEISS UV Protect que incorporan todas las lentes transparentes de la marca.

Cabe mencionar que en esta primera oleada de campaña se trabaja en una comunicación más en profundidad y desde un punto de vista más técnico sobre las soluciones solares ZEISS. Los consumidores podrán encontrar una amplia variedad de colores y tonos para estar a la moda. Además de las lentes envolventes que permiten un rendimiento visual óptimo para los entusiastas del deporte y las actividades al aire libre, ZEISS cuenta con una solución para cada necesidad con productos como ZEISS Duravision Sun UV, ZEISS AdaptiveSun, ZEISS Photofusion X, ZEISS Skylet, SkyPol y Polarizados y ZEISS Sport.



“La campaña aporta soluciones de valor, que cubren todas las necesidades visuales del consumidor de hoy, adaptadas a su estilo de vida. La hemos diseñado para que el óptico aumente su rentabilidad, los ingresos y el margen, mediante soluciones de calidad y valor enfocadas a consumidores que no buscan precio. La campaña se apoya en la diferenciación que aporta la combinación de producto ZEISS y el know how de los ópticos ZVE a los que ayudamos a presentarse, también ante la comunidad digital, como los expertos en óptica que son, centrados en la calidad y salud visual de la mano de ZEISS”, afirma Santiago Escandón, Director de Producto y Marketing en ZEISS Vision Care España.

Alain Afflelou lanza Plan Protect



Alain Afflelou presenta el Plan Protect, una iniciativa pionera en el sector que ofrece a las empresas la posibilidad de cuidar de la salud visual de sus trabajadores con condiciones y servicios exclusivos. Genesal Energy, grupo empresarial gallego dedicado al sector de la energía distribuida, es la primera compañía en adherirse a este nuevo programa.

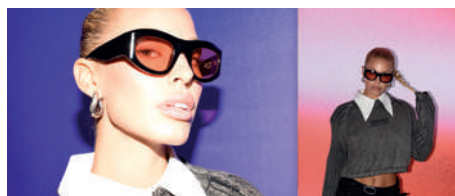
Aquellos empleados que utilizan dispositivos digitales de forma intensa en su trabajo tienen una mayor exigencia visual y por ello, podrían experimentar afecciones como mayor cansancio, sequedad ocular o incluso, trastornos del sueño o alteraciones en el estado de ánimo. Los síntomas de la fatiga visual digital son transitorios y pueden revertirse adoptando buenos hábitos visuales y apoyándose en soluciones como gafas y lentillas diseñadas específicamente para esta actividad.

Gracias al programa Plan Protect, los expertos en salud visual de Alain Afflelou realizarán un examen visual premium a la plantilla de las empresas adheridas, prestando especial atención a su puesto de trabajo. Tras la revisión en la óptica, se ofrecerá el producto más adecuado a su perfil y necesidades, subvencionado por la empresa.

La adhesión de Genesal Energy al Plan Protect es una muestra del compromiso de la compañía por proteger la salud visual de las personas que conforman la plantilla, contribuyendo a mejorar su calidad de vida dentro y fue-

ra del trabajo. Una apuesta que forma parte del ambicioso plan de innovación que tiene la compañía. “Iniciativas como esta ayudan a las empresas a cuidar de la salud visual de sus empleados. Un cuidado fundamental teniendo en cuenta todos los efectos negativos que tiene la exposición continuada a las pantallas y que afectan a su productividad en el trabajo y, sobre todo, a su calidad de vida. Desde Afflelou esperamos que Genesal Energy sea la primera de muchas empresas en apostar firmemente por unirse a este proyecto”, afirma Eva Ivars, consejera delegada de Afflelou, a quien vemos en la foto con Julio Arca, CEO de Genesal Energy.

Jessica Goicoechea, presente en la fiesta de GIGI Studios para celebrar su entrada en Eyewear Club



GIGI Studios se convierte en la primera marca independiente presente en Eyewear Club, un ecommerce multi-marca focalizado en gafas de sol de marcas de diseño y moda para hombre y mujer. La entrada en este e-retailer se celebró con una gran fiesta en Barcelona. A la fiesta asistieron más de 200 personas en la mítica Sala Plataforma, que contó con DJ Toccoororo a los platos. Previamente a la fiesta, se organizó una cena exclusiva para 30 invitados seleccionados entre los que se encontraba la influencer y empresaria Jessica Goicoechea, además de otros rostros conocidos como Sofia Coelho, Gigi Vives, Nina Urgell y Coco Constans, entre otros.

INDO lanza su marca en Brasil



Indo ha iniciado su expansión internacional en Latinoamérica con el lanzamiento de su marca en Brasil: “Empezar a comercializar la marca Indo en Brasil es el primer paso de un proyecto más global de expansión de la marca en otros mercados. Brasil es un país muy relevante para el negocio, en donde, además, INDO guarda un gran reconocimiento de marca debido a la presencia pasada. Ello, junto con el apoyo del grupo, nos ha hecho apostar por el país como primer paso en este proyecto”, señalan desde la marca.

La comercialización de la marca Indo en Brasil viene sujeta de una sólida apuesta comercial, así como una producción local de todos sus productos. Además, la empresa ha planificado una serie de iniciativas de marketing y publicidad para dar a conocer la marca sus productos y servicios en el mercado brasileño.

El CEO de Indo, Enric Florensa, ha expresado su entusiasmo por la expansión en Brasil, señalando que la empresa está comprometida con el crecimiento sostenible y el éxito a largo plazo. Además, ha afirmado que Indo está en una posición privilegiada para ofrecer soluciones innovadoras y personalizadas a las necesidades de los clientes brasileños.



Opticalia celebra la primavera con un 2x1 en gafas de sol de marca

Las gafas de sol vuelven a nuestras vidas ahora que llega el buen tiempo. Para celebrarlo, Opticalia presenta una nueva promoción de 2x1 en sol de marca. Perfecta para aquellos que siguen las tendencias y, a la vez, quieren cuidar su salud visual.

Con esta promoción, el grupo Opticalia nos da la oportunidad de elegir dos gafas de sol y pagar solo una. Seleccionando entre un amplio catálogo de diseños de sus marcas exclusivas, como Mango, Pull&Bear, Pedro del Hierro, Victorio&Lucchino, Custo Barcelona o The Look, su marca propia.

Las tendencias que nos presenta para esta primavera/verano van desde los modelos más atemporales

de la colección Mango, hasta los más vanguardistas de Custo o The Look. Destaca la estética propia de los 2000, con formas preppy y una explosión de color en tonos como el rosa, el turquesa o el verde. Y entre ellos, el color estrella del próximo verano: el blanco.

En cuanto a las formas, las gafas de acetato con forma cat eye se renuevan de forma más contundente y exagerada. Así como las ovaladas, tanto para hombre como para mujer. Destaca la tendencia maximalista, con monturas contundentes, varillas anchas y logos tamaño XL.

Todas estas tendencias ya están disponibles en la web de Opticalia y en todas sus ópticas. Es el momento de descubrirlas y disfrutar de su promoción 2x1.

YALEA refuerza su compromiso con el proyecto "Stronger Women, Stronger Nations"



Yalea, la marca de gafas del Grupo De Rigo que promueve el empoderamiento femenino en todo el mundo, renueva su compromiso con la organización humanitaria Women for Women International que, desde 1993, se ha comprometido a apoyar a las mujeres de 14 países del mundo afectados por conflictos para que puedan reconstruir sus vidas de manera independiente. Y lo hace adoptando un proyecto en concreto: llevar apoyo a las mujeres afganas privadas de los derechos más básicos.

De Rigo, con su marca Yalea, ha decidido colaborar de nuevo con Women for Women International en 2023 apoyando la inscripción de 125 mujeres en el programa "Stronger Women, Stronger Nations" en Afganistán. Esta asociación permitirá que mujeres marginadas de la provincia de Parwan, en el este del país, participen en un programa formativo de empoderamiento social y económico de 12 meses centrado en temas como las habilidades empresariales, la educación financiera, la capacitación laboral, la toma de decisiones en el hogar, la salud y el bienestar, la gestión del estrés y los primeros auxilios psicológicos, las redes de apoyo y la concienciación de derechos. El programa también proporciona un espacio seguro para que las mujeres se reúnan y se apoyen mutuamente para escapar del aislamiento que están sufriendo.

"Como mujer y como empresaria, me siento particularmente orgullosa de estar una vez más junto a Women for Women International, ofreciendo en este caso una contribución tangible para mejorar las condiciones de vida de las mujeres afganas.", afirma Barbara De Rigo, directora de marketing de De Rigo.

Prats lanza su nuevo catálogo 2023

Grupo Prats estrenó nuevo catálogo el 1 de abril. En este catálogo se amplía la familia Vimax, con un nuevo diseño Work, y con nuevas gamas de producto. Asimismo se lanzan dos diseños nuevos y diferentes para la gestión de la miopía: Vimax Pc: la lente progresiva ocupacional especial para monitores; Myop Kids: la lente para la gestión de miopía, con tecnología DCMO, y Defocus Kids: la lente para la gestión de miopía, con tecnología DEFOCUS, de desarrollo Prats.



En su línea de respeto hacia el medio ambiente, dentro de un marco ecológico y sostenible, este año sólo se han impreso los catálogos PVO Y PVP. El resto de materiales se han editado en formato digital. Esta iniciativa se suma a otras ya implantadas anteriormente, como el uso de materiales biodegradables en sus tarjetas de garantía. Prats sigue siendo el fabricante nacional líder, puntero en diseño y fabricación de lentes free-form, con los más altos estándares de calidad y nivel tecnológico en todos los procesos. Su propio equipo de I+D le ha permitido desarrollar diseños propios tanto de superficies ópticas, como de tratamientos antirreflejantes. Actualmente Prats dispone de cuatro Laboratorios de Producción y distribuye sus productos en 22 países.

Fundación Multiópticas nombra a los miembros de su nuevo patronato



Fundación Multiópticas, entidad sin ánimo de lucro comprometida desde hace más de 17 años en la ayuda a comunidades y personas en situaciones desfavorecidas, ha presentado a los nuevos miembros que conformarán el nuevo patronato de la Fundación. La presidencia la encabezará José María Herce, junto con Nuria Fossas como vicepresidenta y se completará con los vocales: Miguel Ángel Ablanado, M^a Carmen Tena, Raquel Martínez Gervilla, Yolanda Gené e Ignacio Vidal. Este nuevo patronato estará al frente de la organización durante los próximos 5 años.

Cada uno de los 7 nuevos miembros del Patronato de la Fundación cuentan con una gran experiencia y recorrido profesional en Multiópticas. El nuevo presidente, José María Herce, lleva trabajando 35 años en la compañía, tiene varios establecimientos en la provincia de Cádiz y participa de manera habitual en numerosos proyectos solidarios de la cooperativa. Nuria Fossas, la nueva vicepresidenta, previamente patrona de la Fundación en los años 2011 y 2012 y dueña de seis establecimientos en la provincia de Barcelona, demuestra su aptitud para el puesto a través de sus 36 años de experiencia trabajando para Multiópticas, ocupando los últimos 10 el puesto de consejera. En cuanto a los nuevos vocales, también cuentan con una larga trayectoria en la compañía, dirigiendo establecimientos en todos los puntos de España e involucrados activamente en iniciativas y proyectos solidarios.

Nuevos neceseres para tu óptica.

Arpe®

para complementar tus Gamuzas y Fundas.

Neceseres multiusos

Diferentes medidas y formas con la imagen de tu óptica.

 rPET post-consumer



OEKO-TEX®
STANDARD 100
20170K0460 AITEX



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

MANUFACTURAS ARPE
PRODUCTOS
ÓPTICOS
SOSTENIBLES
MANUFACTURAS ARPE

Marcolin presenta las novedades de sus marcas



La compañía ha presentado recientemente, en el transcurso de un press day realizado en la sede de Área Comunicación Global en Madrid, las novedades de sus marcas más icónicas para la próxima temporada. Siendo colecciones para el otoño-invierno, destacan por su colorido, con diseños apetecibles y juveniles.

Web Eyewear presenta monturas y gafas de sol con formas elegantes y de estilo clásico como los diseños tipo piloto y pantos con puente de cerradura. Tom Ford ofrece diseños clásicos renovados y elevados a niveles de lujo en los diferentes estilos presentados. Guess llega con siluetas audaces y colores vibrantes, jugando con los diseños de una forma única y dinámica, dejando ver la parte más colorista y original de la marca.

La elegancia distintiva de Zegna se combina con la excelencia tecnológica en la nueva colección de la firma. A destacar la gafa de sol Zegna Luce, con montura articulada de acetato de Mazzucchelli de base biológica que se pliega en la palma de la mano. Moncler sigue un camino y un enfoque de diseño que hunde sus raíces en el deporte y se nutre del estilo; sus diseños combinan materiales de alta calidad con siluetas y detalles llamativos. Max Mara presenta diseños oversize muy femeninos que evocan glamur y elegancia y son ideales para cualquier ocasión. En la nueva colección Max&Co destacan las formas juveniles, tanto en graduado como en gafas de sol con lentes de atrevidas tonalidades y acetatos de efectos traslúcidos y llamativos estampados. Los altos estándares de calidad de los materiales distinguen a las nuevas monturas y gafas de sol de Timberland, ideales tanto para las actividades outdoor como para los entornos urbanos.

Eco Eyewear colabora con Waste Free Oceans



Con motivo del Día de la Tierra 2023, que se celebró el 22 de abril, Eco presentó su colaboración con Waste Free Oceans para la limpieza de ríos y playas en la República Dominicana. En otoño Eco patrocinó la limpieza de ríos y playas en este país, un esfuerzo combinado de varios meses en el que participaron cientos de voluntarios. En colaboración con Waste Free Oceans, la firma ha evitado que más de 10 toneladas de plástico acabaran en el mar Caribe. "Eco Eyewear y Waste Free Oceans establecieron su asociación allá por 2021 con la creación de unas gafas de sol fabricadas con plástico oceánico. Ahora, además de limpiar ríos y playas de la República Dominicana, hemos llamado la atención del gobierno sobre la urgencia de dotar a la región de instalaciones de reciclaje. Continuaremos esta fructífera colaboración con Eco en los próximos años para seguir mejorando nuestra labor de limpieza y desarrollar productos de alta calidad fabricados con plástico reciclado", afirma Alexandre Dangis, de Waste Free Oceans.

HOYA se une a Etnia Barcelona Fundación para mejorar la salud visual

HOYA anuncia su colaboración con Etnia Barcelona Fundación en una acción que tiene como objetivo la mejora de la salud visual de niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad en la ciudad de Barcelona. El compromiso de ambas organizaciones por la mejora y la concienciación por la salud ocular ha configurado la sexta

edición del proyecto social "Te miramos a los ojos", en el que HOYA colabora con la donación de las lentes. La acción contará con estudiantes y profesores voluntarios de la Facultad de Óptica y Optometría de Terrassa de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) y del Instituto Salvador Seguí de Barcelona. Las acciones se desarrollan en distintos centros abiertos de Barcelona y zona metropolitana una vez al mes.



Los estudiantes universitarios realizarán los cribajes visuales, optometristas voluntarios prescribirán la solución óptica adaptada a su diagnóstico y los alumnos del ciclo formativo en óptica de anteojería se encargarán de realizar el montaje de las lentes en las monturas aportadas por Etnia Barcelona, completando todo el proceso.

Kaleos toma París durante la Semana de la Moda



Con motivo de la Semana de la Moda de París, la marca de gafas Kaleos de Barcelona se trasladó a La Ville Lumière con una Pop-Up Store situada en el corazón del famoso barrio bohemio Le Marais. La firma presentó toda su colección y la marca al público internacional

que se encontraba en la ciudad para la semana de la moda. La primera presentación de la marca Kaleos en París se celebró con un cóctel en el que las personas invitadas pudieron ver la colección y probarse los productos Kaleos. Para esta ocasión, quienes pasaron por la tienda durante los cuatro días que estuvo instalada la Pop-Up Store, recibieron un regalo especial: un tulpán naranja de la marca como un bonito gesto al más puro estilo parisino.

El diseño "Piuma" de Out Of gana el Red Dot Design Award 2023



La gafa Piuma, de la firma italiana de gafas deportivas Out Of, ha sido galardonado con el prestigioso Red Dot Award, ProductDesign, en la categoría de gafas. Piuma, que significa "pluma" en italiano, con 16,8 gramos, es

la gafa de sol deportiva más ligera disponible actualmente en el mercado, un 30% más ligera que su principal competidor. Fabricada en Grilamid con infusión de carbono, Piuma no sólo es ligera, sino también duradera y flexible, lo que la convierte en la elección perfecta para atletas y entusiastas del deporte. Este modelo viene con la lente solar especial "The One" de Out Of, polarizada y fotocromática, que se adapta a las diferentes condiciones de luz, garantiza una visión clara y cómoda en todos los entornos y ofrece una protección y visibilidad superiores. Fabricada en Italia, Piuma es un verdadero ejemplo de artesanía italiana y atención al detalle. "Estamos encantados de recibir el Red Dot Design Award por nuestro modelo Piuma. Nos apasiona crear gafas que combinen funcionalidad y estilo, y este premio es un testimonio de nuestro compromiso con la excelencia", señalan desde la compañía. Más info: www.out-of.com

Ciolab y el sueño español

Ciolab es una empresa valenciana de montaje, distribución y fabricación de lentes oftálmicas que ha logrado posicionarse como uno de los más grandes referentes de su sector en España.



La empresa valenciana Ciolab fabrica lentes monofocales, progresivas y bifocales muy avanzadas, dando el mejor servicio en lo que a calidad, precio y tiempos de entrega se refiere.

La ciencia avanza a pasos agigantados. Son muchos los sectores que han experimentado un crecimiento notable en los últimos años. Uno de los más destacados es la industria óptica y oftálmica, una industria que debe gran parte de su desarrollo a empresas como Ciolab.

Creada en 2011 en la ciudad de Valencia, Ciolab es considerada como uno de los mayores casos de éxito de la industria en España. Dicha compañía surgió inicialmente como un taller de montaje y distribuidores de lentes oftálmicas. 8 años después, la empresa dio un giro de timón y se sumó a la producción de lentes con el fin de dar el mejor servicio en lo que a calidad, precio y tiempos de entrega se refiere. Todo esto ha sido posible gracias a una maquinaria de última generación que permite fabricar lentes monofocales, progresivas y bifocales muy avanzadas, lo que se traduce en un porfolio de diseños muy variado para todo tipo de usuarios.

Pero el secreto de su fama no solo radica en sus productos, sino en un servicio de entrega rápido y sin esperas, una atención al cliente personalizada y cercana, y un servicio postventa a la altura de las necesidades de los clientes.

Tal es el éxito cosechado desde sus inicios que incluso programas de televisión como “¿Qué quieres ser de mayor?” de TVE han querido conocer, de primera mano, las entrañas de este laboratorio, así como indagar en las claves de su popularidad.

En resumen, Ciolab ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos y demandas del sector y ponerse a la vanguardia en lo que a productos y servicios se refiere demostrando, como muchas otras compañía ya lo han hecho, que el sueño español también existe.

www.ciolab.es



Calidad, vanguardia e innovación se dan cita en las lentes de Ciolab fabricadas con la tecnología más avanzada y la maquinaria más moderna.

Light Without Borders

Nueva expedición de la ONG a los campos de refugiados de Grecia

Light Without Borders, pequeña ONG española que realiza revisiones optométricas y oftalmológicas a personas procedentes de países en guerra y conflicto que viven en los campos de refugiados de Grecia, ha llevado a cabo una nueva expedición a los alrededores de Atenas para realizar revisiones visuales a los refugiados instalados en esa zona.



Luz Carmona y Teresa Giménez, con dos colaboradores de LWB, ante la clínica móvil desplazada a los campos de refugiados de Grecia

La última expedición de Light Without Borders, organizada por la presidenta y creadora de la ONG, Luz Carmona, ha contado con la participación de las ópticas-optometristas Marina Martín, que colabora con el montaje de las gafas en el taller TDSO, y Teresa Giménez, del centro óptico y auditivo Visioralia en Aspe. Con la clínica móvil Papa Musa, adquirida gracias a la ayuda de la fundación Suiza Suyana y equipada con el gabinete adecuado, han ofrecido servicios gratuitos de optometría y oftalmología en esos campos de refugiados donde la ayuda médica está restringida o es casi inexistente. LWB ha atendido a personas de Afganistán, Siria, Irak, Pakistán, Congo, Camerún e Irán, entre otras nacionalidades. La clínica móvil tiene todo el material necesario para realizar revisiones, el cual les ha sido donado: 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 de las expediciones, voluntarios que pueden aportar sus conocimientos y ayuda colaborando con Light Without Borders para mejorar la salud visual de los más desfavorecidos.

Tras resurgir con la Clínica Móvil Papa Musa, Light Without Borders acoge a voluntarios optometristas y oftalmólogos, sobre todo españoles, que se desplazan a Grecia para realizar las revisiones visuales; una labor muy necesaria ya que muchas de estas personas nunca se han realizado un examen visual o han perdido sus gafas en el trayecto a Europa y la vista es fundamental para ellos y para poder seguir adelante.

En esta ocasión, Luz Carmona estuvo acompañada por Teresa Giménez, para quien era su primera expedición y comentaba: “No sé por qué será, pero Luz Carmona tiene algo que te atrapa. Con pocas palabras me convenció enseguida para lanzarme a esta expedición como voluntaria para trabajar como optometrista en los campos de refugiados de Grecia. Necesitaba urgentemente para las expediciones de febrero y marzo un optometrista dispuesto a embarcarse en esta aventura y a mí se me encendió ese chip que te dice alguna que otra vez en la vida que tienes que hacer algo diferente. No sabía qué me iba a encontrar, pero allí estaba Luz para ayudarme en esta andadura”.

Y lo que Teresa se encontró, como ella misma señala, fue: “Una clínica móvil con material suficiente para realizar revisiones visuales con stock de monturas, gafas de sol, gafas premontadas, una optometrista dispuesta a trabajar y Luz Carmona como directora del proyecto fue suficiente para una semana increíble de trabajo que se me hizo cortísima. Visitamos dos campos de refugiados: Malakasa y Ritsona. Me sorprendió el nivel de se-

guridad en los campos, la diversidad de nacionalidades que habitan en él y la cantidad de necesidades que tienen, tanto materiales como emocionales. Sensaciones encontradas, emoción por la labor realizada y rabia por no poder hacer más. Con esa desazón me retiraba cada día. Mi misión era realizar revisiones visuales para detectar problemas refractivos y poder solucionarlos con gafas, así como detectar patologías que remitiría después a una clínica oftalmológica en Atenas, donde con la ayuda de la fundación Suyana se haría efectiva la cirugía de cataratas o estrabismo. Me encontré también con mucha necesidad de gafas: más de la mitad de los pacientes visitados necesitaban gafas graduadas; en algún caso se resolvió de manera inmediata con gafas premontadas para la lectura y en el resto de los casos se eligieron las monturas para después preparar las gafas en España y enviarlas desde el taller de montaje de TDSO, en Madrid, del que se ocupa Marina Martín, de nuevo a Grecia para repartirlas.

Tras la experiencia vivida en esta expedición de la mano de LWB, Teresa Giménez finalizó diciendo: “Tengo que agradecer la ayuda de unos voluntarios también refugiados que me facilitaron la comunicación. Gracias a David, Otto y Ashmed por sus traducciones, así como a Luz, sin quienes hubiera sido imposible la comunicación. Llegué con una mochila cargada de monturas y gafas de sol donadas para la expedición y con la mente abierta para recibir emociones e historias y me fui con otra mochila de monturas para preparar y con la sensación de que el trabajo no acaba aquí. ¡Hay tantas cosas por hacer! Sin duda, después de estas acciones hay un antes y un después. Por mucha información que tengamos sobre un acto, un suceso, una noticia impactante os aseguro que hasta que no te involucras personalmente no entiendes el alcance de la realidad. Gracias Luz Carmona por la oportunidad de poner mi granito de arena en esta expedición y ver desde otra perspectiva mi labor como optometrista”.

Con el testimonio de Teresa y desde el equipo de Light Without Borders hacen un llamamiento a optometristas y oftalmólogos que quieran colaborar como voluntarios y aportar su conocimiento, su tiempo y su solidaridad. Y si quieren colaborar de otra forma, esta ONG también está recopilando lentes y monturas para realizar las gafas que entregan en cada expedición.

Compartir a través de las redes sociales (@lightwithoutborders en Facebook e Instagram y en su grupo de Teaming: www.teaming.net/lightwithoutbordersorg

Si estás interesado en ir como voluntario escribe a: lightwithoutbordersngo@gmail.com



Diversos momentos de las revisiones visuales efectuadas por las optometristas de Light Without Borders.

DIELMAR

eyewear

Prooptica dedica una colección de gafas a la más prestigiosa marca de sastrería portuguesa

En el año de su 30 aniversario, Prooptica presenta una nueva colección totalmente dedicada a la marca de sastrería más prestigiosa de Portugal: Dielmar. Así como los artesanos de la sastrería dedican su pasión, destreza y habilidad, mejorando cada detalle, la nueva colección de gafas ha puesto detalles en sus piezas que hacen de Dielmar una marca de elegancia.



Fundada el 12 de mayo de 1965, Dielmar es una marca 100% portuguesa que inició su pequeña sastrería tradicional en Alcains, Castelo Branco. Es una fecha lejana pero memorable que marcó el inicio de una de las casas de moda masculina más prestigiosas. El nombre surgió de las primeras sílabas de los nombres de sus cuatro fundadores –Dias, Hélder, Mateus y Ramiro– y se ha traducido, a lo largo de estas décadas, en una firme alianza entre calidad, excelencia y elegancia. Así, después de más de 50 años, Dielmar es una marca reconocida y de prestigio internacional.

Integrada en el Grupo Valérius en 2022, la marca pasó por un plan de revitalización que, aprovechando el know-how, la pasión, la habilidad y la dedicación de su equipo, permitió la implementación de técnicas productivas más eficientes.

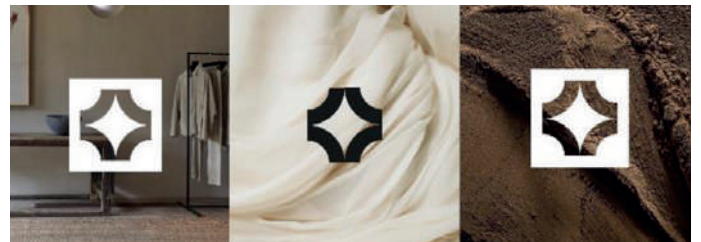
La colección Dielmar Eyewear, que ahora lanza nuevos modelos de gafas, nació en 2008, con un diseño atemporal y pensado para el día a día del hombre contemporáneo. Las piezas son sencillas y suaves, con detalles y un acabado impecable. Los colores tienden a ser monocromáticos, pero siempre elegantes y cuidadosamente seleccionados para un hombre confiado y seguro de sí mismo.

Y en este sentido, la marca también pasa por un proceso de rebranding, presentando un logo más suave y sencillo, fiel a los principios y estándares de calidad de la marca, interpretado por la geometrización de un símbolo que nace de las formas de los 5 escudos en una única forma geométrica.



Las gafas Dielmar son sencillas y elegantes, de acabado impecable y colores monocromáticos, para el hombre actual y seguro de sí mismo.

prooptica® 30 años
full eyewear concept



Las marcas Prooptica, que este año cumple su 30º aniversario, y Dielmar, con una historia de más de 50 años, unen su know-how en una colección de gafas elegantes y masculinas.

AGENDA DE ANUNCIOS [ADS AGENDA]



AREA98, empresa italiana consolidada en el sector internacional de gafas nicho, **BUSCA:**

Agente comercial con experiencia para la zona Norte de España – Castilla y León.
Se ofrece importe fijo y comisión. Cartera de clientes ya disponible y referencias CECOP.

Interesados enviar currículum vitae a:
area98jordi@gmail.com
o llamar +34 652 28 56 91




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



ill.i **Kartell eyewear** **Stella McCartney** **MILAZH** **rh+**

www.avm1959.it

SILHOUETTE OPTICAL ESPAÑA S.A.

PRECISA COMERCIAL PARA CANARIAS

Por Jubilación del actual

Marcas:



Se ofrece: contrato laboral, cartera de Clientes, producto premium y vehículo

Se requiere: experiencia comercial en el sector óptico, capacidad de gestión y decisión y habilidades en el entorno digital

Interesados enviar curriculum: office@es.silhouette.com

Distropvision

Por ampliación de su red comercial precisa **Agentes comerciales autónomos** para la representación de sus marcas en varias zonas de España



Interesados enviar c.v. a info@distropvision.es
o llamar al teléfono **983 31 38 28**



Country Manager España

Nuestro lema: "25 años y la misma mirada de niño". Y tú, ¿cuál será tu mirada al leer la oferta que te ofrecemos?

Opal Demetz busca un Country Manager, con base en Madrid, para gestionar nuestra filial española y desarrollar actividad en el territorio.
Si desea unirse a nuestra empresa en crecimiento con un producto prometedor y un futuro seguro, ¡no dude en postularse!

Tu misión:

Como Líder Local, marcas el ritmo del desarrollo de la filial, en colaboración con el Director de Ventas Internacionales y el Delegado de Ventas de Exportación. Garantizas el buen funcionamiento de las operaciones gracias a tus habilidades directivas y tu conocimiento del sector de actividad.

Liderarás el equipo administrativo local y los comerciales encargados de desarrollar su zona geográfica en España. Junto con el equipo, deplorará la estrategia adecuada para desarrollar el mercado español. Seguirás los objetivos marcados por el departamento comercial. Serás responsable de reclutar y desarrollar representantes de ventas locales. Acompañado por los servicios de apoyo con sede en Francia (Back office, Logística, marketing y comunicación), garantizarás la correcta aplicación de las normas y procedimientos.

Finalmente, serás el responsable de supervisar la correcta gestión contable, de inventarios y financiera de la filial española.

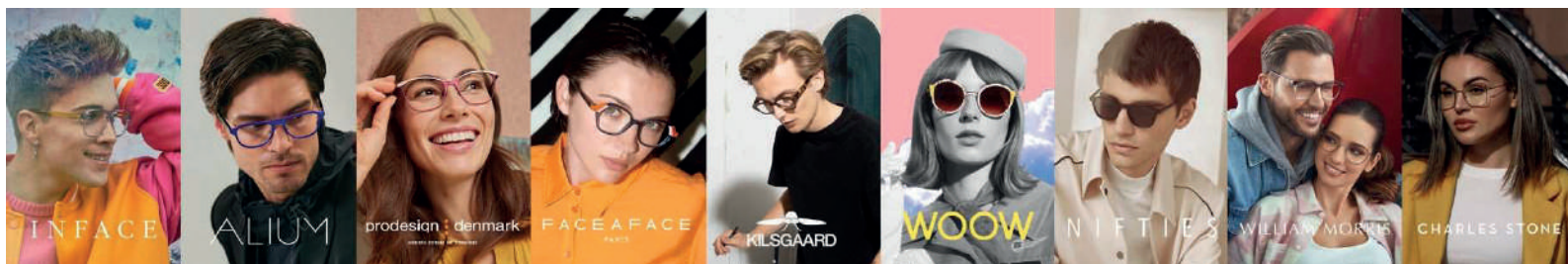
Zonas de movimiento:
Toda España y viajes puntuales a Lyon, Francia

Compensación total:
Salario fijo + variable

Tendrás un coche de empresa, un ordenador portátil y un teléfono. (Permiso de conducir en vigor solicitado al tomar posesión del cargo.)

El perfil deseado:
Debes ser bilingüe, español-francés. El inglés también es muy deseado. Con experiencia en un puesto similar, idealmente en el sector de las gafas.
Se requiere un fuerte espíritu emprendedor y comercial.

Envía tu CV + carta de presentación a la siguiente dirección: recrutementfdv@opal.fr



Design Eyewear Group Ibérica

Precisa agentes comerciales para diferentes regiones de España, por ampliación de líneas

Design Eyewear Group desarrolla y comercializa monturas emblemáticas a nivel internacional en ópticas de calidad en la búsqueda de tendencias, arte, tecnología y creación de valor para nuestros clientes.

Creamos y desarrollamos 9 marcas diferentes y únicas que tienen su propia Identidad: **FACE A FACE, ALIUM, WOOW, Kilsgaard, ProDesign Denmark, Inface, Nifties, William Morris y Charles Stone.**

Para fortalecer nuestra red de ventas, buscamos personas con alto sentido de la responsabilidad ,dinámicas y el deseo de participar en un proyecto excitante con marcas de alto potencial.
Fecha de incorporación a partir del 2 de mayo de 2023:

La primera fase de entrevistas tendrá lugar digitalmente por MStTeams en forma continua a partir del 1 de abril de 2023.

Pueden enviar solicitud en CV por correo electrónico a:
Jaione Martínez: jai@designeyeweargroup.com





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

f, @ /evileye.eyewear



Varilux® XR series™



La mejor lente progresiva
Varilux® de todos los tiempos*

Disponible a partir del 8 de Junio

