

Look **VISION**

N° 224 - 20 ENERO/JANUARY 20 - FEBRERO/FEBRUARY 2025



A Breakthrough in Sustainable Eyewear - Empowered by Lightness.

Silhouette introduces the first-ever eyewear collection made with bio-circular material.

LA GAMA MÁS AMPLIA DE LENTES MULTIFOCALES PARA ASTIGMATISMO DISPONIBLE

CONSTANTE¹ ESTABLE² INMEDIATA

Un avanzado diseño de lente que combina el revolucionario confort de la Tecnología MoistureSeal^{®,3} la geometría de estabilización del Diseño OpticAlign^{™1} y el probado Diseño 3-Zone Progressive[™] para conseguir una visión estable y clara a todas las distancias¹

Bausch + Lomb ULTRA[®]
Multifocal for Astigmatism



Tecnología MoistureSeal[®]

Mantiene el 95% de la hidratación de la lente durante 16 horas⁵

Diseño 3-Zone Progressive[™]

Visión clara y constante de cerca, intermedia, y lejos¹

Diseño OpticAlign[™]

Visión estable, con una rotación de $\leq 5^\circ$ en el 95% de los usuarios⁴

El **94%** coincide en que las lentes de contacto ULTRA[®] Multifocal for Astigmatism de Bausch + Lomb son sencillas de adaptar⁴

1. Reindel WT, et al. Impact of multifocal power profiles on visual outcomes. Contact Lens Spectrum 2016;31(13):32-35.
2. Schaffer J, Steffen R. Early clinical experience with Bausch + Lomb ULTRA Multifocal for Astigmatism contact lenses. Review of Optometry. Jun 2019; 34.
3. Steffen R, et al. Clinical performance of samifcon A silicone hydrogel contact lenses. Contact Lens Spectrum. Special Edition 2014. Página 36.
4. Hovinga K, et al. Foundational Technologies Behind an Innovative Soft Multifocal Toric Contact Lens. Review of Optometry. Jun 2019; 27-28.
5. Reindel WT, Steffen R, Mosehauer G. Digital device users with dry eyes weigh in on a novel silicone hydrogel lens. Contact Lens Spectrum. Special Edition 2016. Página 30

© 2024, 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. ULPO037IB.24



Live the ULTRA Life.

BAUSCH + LOMB

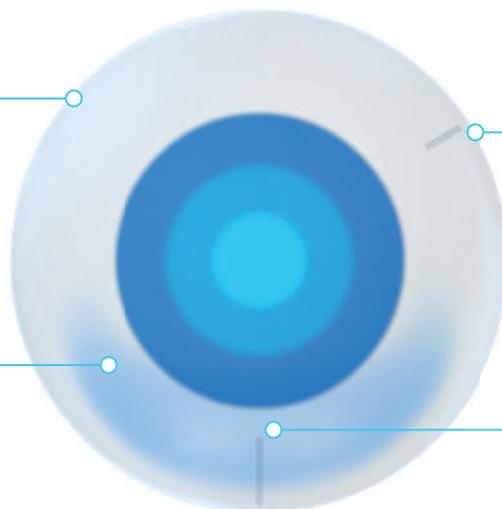
EN STOCK Y LISTA PARA ENVIAR

DISEÑO OPTICALIGN™

Estabilidad y visión nítida desde el primer momento²

Borde fino para reducir la interacción entre la lente y los párpados⁴

Diseño de prisma balastrado evolucionado en el hemisferio inferior para estabilizar la lente con el parpadeo natural del ojo⁴



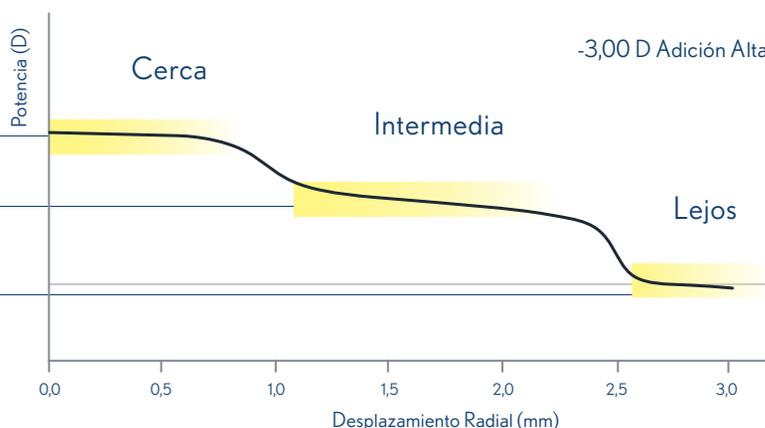
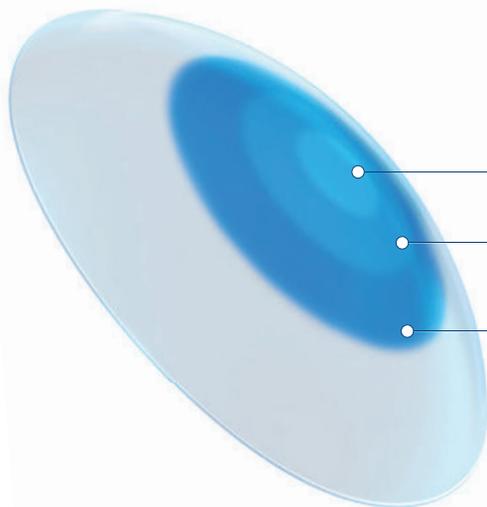
La **marca indicadora del eje** señala el eje de la potencia⁴ (en este ejemplo, a 30°)

Rotación \leq a 5° Para el 95% de los usuarios²

DISEÑO 3-ZONE PROGRESSIVE™

Visión clara y constante a todas las distancias²

3 zonas de visión distintas con potencias constantes
Transición suave entre las zonas para facilitar la adaptación¹



AHORA,
LA ADAPTACIÓN ES
MÁS FÁCIL CON LA APP:



DISPONIBLE EN
App Store

DISPONIBLE EN
Google Play





Pav 4 stand Q05 Q09
Milan 8.-10.2.2025





FACE A FACE

PARIS



Follow us on    

TREVICOLISEUM

Esperamos a nuestros
clientes y amigos Mido 2025
Hall 2 | Booth C33 C39 D34 D40

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

Clark


Coliseum


Cotton Club

Trevi 1971



Clark
Clip on

trivicoliseum.it

4g of lightness

Tectonic Series

Cromalyt® + β Titanium
Patented screwless hinge
Partially bio-based

Hubbie YWBR

lool[®]

BUILT TO
BE LIGHT

Etnia
Eyewear
Culture

10 Editorial.

12 J.F. REY lanza su nueva colección solar. Star Era. Modern Icons.

14 Coco Song rinde homenaje al teatro Kabuki en su nueva campaña.

16 Silhouette "Clear Sky", gafas sostenibles con material bio-circular.

20 HOYA amplía el rango de potencia en sus lentes transparentes MiYOSMART.

22 Etnia Barcelona presenta su colección primavera-verano bajo la mirada de Txema Yeste.

24 Entrevista. Nicola del Din, CEO de Blackfin.

30 "100 Años de Ideas Progresivas". PRATS cuenta los secretos que han convertido a la empresa en centenaria.

32 Throttleman. Estilo relajado y actitud audaz.

34 DITA-Lancier, la excelencia en gafas de clasicismo atemporal.

35 Vistalia continúa su expansión nacional.

36 evil eye pathline air pro: Ventilación 3D, óptima para un máximo rendimiento.

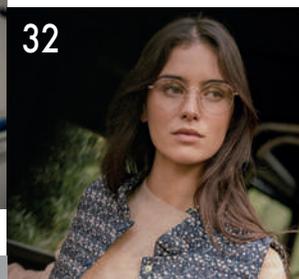
37 Tendencias.

41 El plan anual de Visual Merchandising en la óptica. Por Rita Balzi.

44 Aspinal of London, Range Rover y Defender llegan a España tras el acuerdo entre Eyespace y Europa Eyewear.

48 KALEOS colección mujer primavera-verano 2025: La Revelación.

50 Progear Eyeguard, gafas deportivas con tecnología avanzada.



52 Noticias.

57 Mr. Boho: la firma presenta "Loud", su nueva colección primavera/verano25 que llega para hacer mucho "ruido" en el sector óptico.

62 Una exposición prologada a los efectos reflectantes de la nieve puede causar lesiones oculares.

63 Hawkers lanza su nueva colección de gafas de esquí fabricada en Italia.

66 MiYOSMART estrena nueva web para reforzar su compromiso en la lucha contra la miopía infantil.

67 Erkers, exclusividad artesanal basada en una tradición de 145 años de historia.

68 opti Munich desvela las tendencias ópticas para 2026.

70 "Ver para Crecer" lleva a cabo en Tenerife una acción con personas con diversidad funcional.

72 Dutz Eyewear: Tendencias sin etiquetas y diseños que rompen esquemas en su colección primavera/verano.

73 VisionLab presenta Kümer IA, las nuevas lentes con IA creadas, fabricadas y testadas en España.

74 Innovación, formación y sostenibilidad: los pilares de MIDO 2025.

75 Iceberg lanza la nueva colección eyewear junto a AVM 1959.

76 TDSO celebra el año nuevo y la festividad de Reyes con su tradicional "Fiesta del Roscón".

78 Audiología.

80 El Grupo Optim lanza en MIDO la colección Coca-Cola Eyewear.

81 Agenda de Anuncios.

contents

Nº 224 · 20 ENERO/JANUARY 20 - FEBRERO/FEBRUARY 2025

10 Editorial.

12 J.F. REY launches their new solar collection. Star Era. Modern Icons.

14 Coco Song pays tribute to Kabuki theatre in their new campaign.

16 Silhouette 'Clear Sky', sustainable eyewear with bio-circular material.

20 HOYA extends the power range of their MiYOSMART clear lenses.

22 Etnia Barcelona presents their spring-summer collection under the watchful eye of Txema Yeste.

24 Interview. Nicola del Din, CEO of Blackfin.

30 "100 Years of Progressive Ideas". PRATS tells the secrets that have made the company one hundred years old.

32 Throttleman. Relaxed style and bold attitude.

34 DITA-Lancier, eyewear excellence in timeless classicism.

35 Vistalia continues their national expansion.

36 evil eye pathline air pro: 3D ventilation, optimal for maximum performance.

37 Trends.

41 The annual Visual Merchandising plan in optical shop. By Rita Balzi.

44 Aspinal of London, Range Rover and Defender arrive in Spain after the agreement between Eyespace and Europa Eyewear.

48 KALEOS women's spring-summer 2025 collection: The Revelation.

50 Progear Eyeguard, sports glasses with advanced technology.

52 News.



41



48



57



62



63



67



70



72



75



80



76

57 Mr. Boho: the firm presents 'LOUD', their new spring/summer25 collection that is set to make a lot of 'noise' in the optical sector.

62 Prolonged exposure to the reflective effects of snow can cause eye injuries.

63 Hawkers launches their new collection of ski goggles made in Italy.

66 MiYOSMART launches a new website to reinforce their commitment to the fight against childhood myopia.

67 Erkers, exclusive craftsmanship based on a 145-year tradition.

68 opti Munich unveils the optical trends for 2026.

70 'See to Grow' carries out an action in Tenerife with people with functional diversity.

72 Dutz Eyewear: Trends without labels and designs that break new ground in their spring/summer collection.

73 VisionLab presents Kümer IA, the new IA lenses created, manufactured and tested in Spain.

74 Innovation, training and sustainability: the pillars of MIDO 2025.

75 Iceberg launches the new eyewear collection together with AVM 1959.

76 TDSO celebrates the New Year and the Epiphany with their traditional 'Fiesta del Roscón'.

78 Audiology.

80 The Optim Group launches the Coca-Cola Eyewear collection at MIDO.

81 ADS Agenda.

MIDO
LIVE THE WONDER

En la foto: Nueva colección de monturas en Aluminio y Beta Titanio con clip solar imantado.

Vuelve el MIDO del 8 al 10 de FEBRERO y todas las miradas estarán puestas en nuestro Stand. Les esperamos en el Pabellón 3 - Stands M02 N01 M10 N092 con muchas novedades sorprendentes.

LaSede Óptica

centrostyle[®]
around PEOPLE

www.lasedeoptica.es - 91 128 7016 - info@lasedeoptica.es



NUESTRA PORTADA: Con la imagen de Arizona Muse, modelo y defensora global de la sostenibilidad y cara de la campaña "The World We Want to See", nuestra portada presenta en primicia la colección Silhouette "Clear Sky". Esta nueva línea de la marca austríaca referente en el diseño y producción de gafas premium, integra innovación y sostenibilidad al ser la primera del mundo en emplear el material circular SPX Green+. "Clear Sky" ofrece 8 diseños únicos: desde las monturas femeninas de gran tamaño y los estilos vintage hasta los elegantes cat-eye y las formas rectangulares clásicas. Cada pieza es una expresión de estilo moderno y sostenible.

LookVISION

Nº 224 · 20 ENERO/JANUARY 20 -
FEBRERO/FEBRUARY 2025

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 -1^o 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: **Creapros**

Impresión: **Monterreina**

Depósito legal: M-24975-2001

editorial

El sector óptico descubre las novedades de la industria en opti y MIDO 2025

Comenzamos el año 2025 con buenas expectativas y asistiendo, como cada año, a dos de las ferias referentes del sector óptico: opti en Múnich y MIDO en Milán, que este año se celebran solo con una semana de diferencia entre ambas. opti abrirá sus puertas del 31 de enero al 2 de febrero y MIDO, por su parte, tendrá lugar del 8 al 10 de febrero.

La primera parada de este año óptico en cuanto a ferias del sector se refiere será opti Múnich, un evento en el que a lo largo de tres días y distribuidas en cuatro pabellones podremos encontrar las novedades de todo el espectro óptico: desde monturas de gafas de sol, lentes de contacto, Baja Visión, construcción de tiendas, TI, instrumentos, marketing y ventas, accesorios, equipos técnicos y formación profesional. Así, la feria ofrece un punto de encuentro entre los líderes del mercado, pero también las empresas emergentes y los profesionales del sector.

Los pabellones C1 y C2 albergarán las áreas de diseño y monturas, donde se darán a conocer todas las tendencias para 2026. El pabellón C3 acogerá el nuevo centro de información, conocimiento y redes de opti: el opti HUB ARENA, un espacio donde se estimula la comunicación y el intercambio entre los visitantes, fomentando la creación de redes, sinergias y las nuevas ideas y, por supuesto, la oportunidad de hacer negocios. Los cuatro HUBs, opti FUTURE VISION HUB, opti MYOPIA HUB, opti NEXT GENERATION HUB y opti SUSTAINABILITY HUB, serán una gran fuente de información y conocimiento para todos los profesionales que visiten opti. En el pabellón C4 se ubicará TOMORROW VISION, un espacio conjunto de nueve fabricantes líderes de lentes de contacto, que presentará a ópticos y optometristas las grandes ventajas de las lentillas. Además, en opti también habrá momentos de diversión, destacando la tradicional opti Party, que tendrá lugar el 31 de enero a partir de las 19.00 h.

Milán será el segundo punto de encuentro para el sector óptico en el primer trimestre de 2025. Así, MIDO abrirá sus puertas para dar la bienvenida a más de 1.200 expositores procedentes de más de 50 países a lo largo de 7 pabellones del recinto ferial de Milano Rho. El pabellón 1 albergará el Fashion District, el área dedicada a la moda y al lujo en el sector eyewear. Los pabellones 2 y 4 se encontrarán las áreas Design y Design Tech, dedicadas a las últimas innovaciones. El pabellón 3 es el área dedicada a las lentes, la tecnología e innovación. El pabellón 6 es el espacio de las áreas Academy, Start Up y MIDO Tech. Por último, los pabellones 5 y 7 acogerán el FAiR EAST, que acogerá a grandes y pequeñas empresas del sector óptico asiático.

Además de las áreas de exposición, MIDO destaca también por su oferta formativa, así la feria ofrecerá una amplia variedad de talleres, seminarios, conferencias y mesas redondas, lo que la convierte en una oportunidad esencial para que los profesionales se informen, se actualicen y aprendan.

Asimismo, como cada año, MIDO premiará a ópticos y expositores con sus galardones Best Store, CSE Award y Stand Up For Green. El premio Best Store Award, que este año celebra su 10^o edición, reconoce al mejor centro óptico a nivel internacional y se divide en las categorías de Diseño e Innovación. Por otra parte, los expositores de MIDO 2025 podrán presentar sus candidaturas para optar al Premio CSE - Certified Sustainable Eyewear, creado por MIDO con ANFAO y Certottica, premia y evalúa la sostenibilidad en el sector de las gafas a nivel internacional.

La Revista Lookvision, como siempre, estará presente en ambas citas para ofrecer todas las novedades y tendencias que vienen en próximos números de la revista, tanto de España, como de Portugal, así como en nuestra web (www.lookvision.es y www.lookvision.pt) y en nuestras redes sociales: Facebook (Revista Lookvision y Lookvision Portugal), Instagram (@revistalookvision y @lookvision_portugal), X (@LookvisionRev) y LinkedIn (Revista Lookvision y Lookvision Portugal).

REFOCUSING
ON **HUMANS**

MAXGALLI - MIKESGROUP - PH. ULI WEBER



A NEW EYEWEAR PERSPECTIVE.
FEBRUARY 8-10, 2025 | Fiera Milano, Rho



Nueva colección solar

STAR ERA. MODERN ICONS

Los tiempos cambian, pero los iconos perduran, siguen inspirando y fascinando. Esta idea ha guiado la creación de la nueva colección de gafas de sol, en la que J.F. REY adapta el glamour atemporal con influencias modernas para crear 17 modelos para hombre y mujer, todos atrevidos, distintivos e inolvidables.



Para ilustrar esta colección, la campaña STAR ERA. MODERN ICONS destaca una serie de retratos inspirados en el mundo del espectáculo, subrayando el carácter único y asertivo de las creaciones. Sobredimensionados y saturados de brillo, los modelos femeninos combinan sofisticación y emoción en estilos tan únicos como las mujeres que los llevan. Para los hombres, la colección presenta nuevas combinaciones de materiales y tecnologías exclusivas, donde la fuerza y el refinamiento se manifiestan en cada detalle.

Colección mujer

Esta línea se distingue por un estilo audaz, impulsado por colores vibrantes, siempre cambiantes y formas esculturales con un glamour deslumbrante. La imaginación se une a la elegancia de forma sorprendente, creando diseños únicos y cautivadores. Decididamente J.F. REY, atrae las miradas con un look espectacular. La colección explora el acetato en todas sus formas, demostrando una creatividad sin límites.



Bianca y Barbara son modelos de amplias proporciones geométricas y diseño refinado, de presencia espectacular, realizados por un acabado tallado a mano similar al diamante, gradaciones translúcidas y tonos holográficos.

Atrevidas en sus proporciones y geometría, las gafas Bianca, Barbara y Betty, presentan un diseño refinado, realizado por un acabado tallado a mano esculpido como un diamante de múltiples facetas y gradaciones translúcidas. Por su parte, las gafas de sol Babette y Bryn combinan el acetato refinado y el metal lujoso en una estética audaz, armoniosa y muy creativa cuyo diseño geométrico resalta una paleta de suntuosos colores, que van desde el minimalismo chic y los tonos monocromáticos hasta la opulencia hechizante: escalas de fusión, gradaciones translúcidas y toques brillantes. Por último, los modelos Britany, Bridget y Baby son pura innovación artística y artesanía excepcional al estar diseñados utilizando una triple laminación de acetatos que crea un efecto de grosor al superponerse en las esquinas del ojo, mientras los colores gráficos y artísticos resaltan las composiciones de acetato añadiendo un toque exclusivo y único a estas formas retro, mientras el frente y las varillas se realzan con detalles de metal satinado, una firma icónica de la colección que confiere a las monturas su carácter distintivo y atemporal.



Una estética audaz, armoniosa y creativa destaca en las gafas de sol J.F. Rey Babette y Bryn, en perfecta combinación de acetato y metal. Su diseño geométrico resalta una paleta de suntuosos colores.

Colección hombre

La gama de gafas de sol para hombre encarna la fuerza y la sofisticación, combinando la excelencia artesanal con lo mejor de la tecnología moderna. Creaciones únicas, estéticas y de alto rendimiento, que se distinguen por nuevas combinaciones de materiales y diseños innovadores.

Funcionales y elegantes, ofrecen un estilo moderno y una calidad excepcional, aumentando la confianza del usuario. Ya sea la estética radical, audaz y elegante de Bryan, Bradley y Bart, modelos inspirados en la cultura tecno, que reflejan un espíritu de libertad creativa y un estilo de vida dinámico, fieles a la identidad visual de J.F. REY, o el look moderno, sofisticado y original de Bruce y Brandon, modelos híbridos en acetato y aluminio que combinan tecnología moderna y espíritu retro, o las gafas de sol Burt, Bill, Byron y Brody, de estilo retro, diseño sofisticado y técnico con frente de acetato y una estructura de carbono de una sola pieza que es a la vez resistente y ultraligera. Ligeras, cómodas y duraderas, cada uno de estos modelos para hombre está equipado con cristales de sol de nylon polarizado de categoría 3.



Bridget es un modelo distintivo y atemporal realizado con una triple laminación de acetatos que se resaltan con colores gráficos y artísticos. El frente y las varillas se realzan con detalles de metal satinado.

Brandon y Burt, de marcado estilo retro, son dos excelentes exponentes de la colección masculina J.F. Rey de sol. Brandon está realizado en acetato y aluminio mientras Burt es de acetato y una estructura de carbono de una sola pieza.



Coco Song rinde homenaje al teatro Kabuki en su nueva campaña

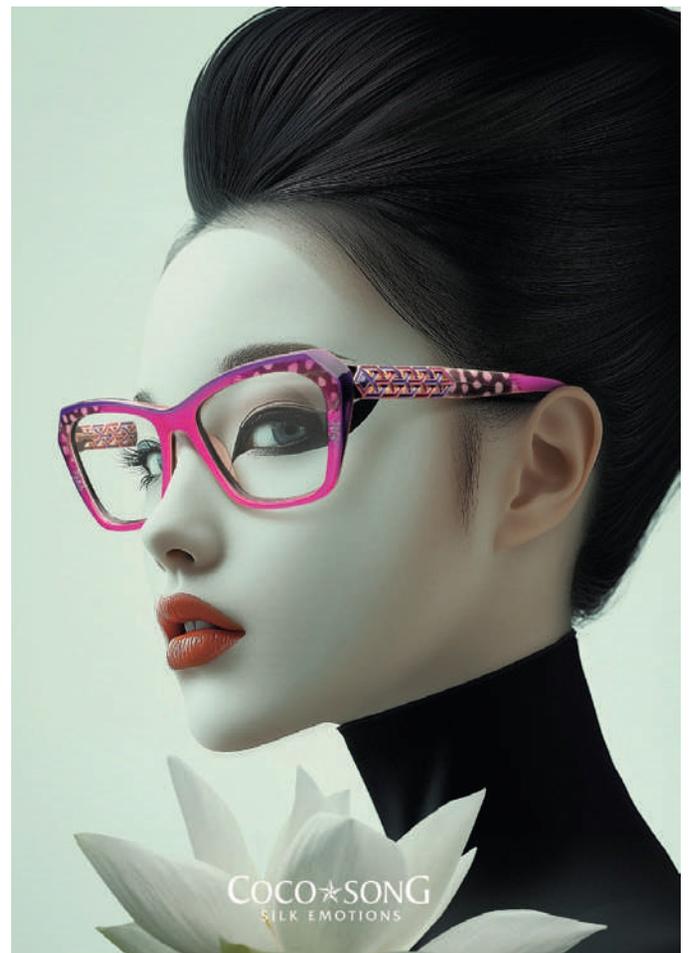
Coco Song, la histórica marca de Área 98, reconocida por su artesanía exclusiva y sus inserciones en materiales tan especiales como como la seda, las plumas y las flores deshidratadas, presenta en MIDO 2025 su nueva campaña primavera/verano 2025 inspirada en el arte del teatro Kabuki.



La fuente de inspiración para la última colección de la marca Coso Song es el género teatral Kabuki, que forma parte del patrimonio cultural japonés desde el siglo XVII y de la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO.

El Kabuki, con sus elaborados trajes, su llamativo maquillaje y sus escenografías cargadas de símbolos, se refleja en los detalles de la colección Coco Song primavera/verano 2025. Máscaras blancas se mezclan con colores vibrantes y contrastes audaces, convirtiendo cada montura en una celebración de la estética oriental reinterpretada a través de una lente contemporánea.

Desde hace más de 20 años, Coco Song lleva la esencia de la cultura oriental a sus colecciones, ofreciendo a cada mujer gafas que cuentan historias auténticas y personales. En MIDO 2025, la marca te invita a explorar un mundo de elegancia, arte y simbolismo.



El diseño "Don't Change. Col 2." es una montura con una sutil forma mariposa fabricada en acetato laminado con preciosas inserciones de flores deshidratadas, seda y plumas en el frontal y las varillas.



"Double Happiness. Col 3." es una montura con perfil geométrico y llamativos detalles en varillas y frontal; se presenta en una tonalidad viva como es el lila.



"Rainbow Blues. Col 3.", tipo pantos, combina en su frontal y varillas incrustaciones de flores deshidratadas y seda en color verde con acetato en color habana.

Boris M. Stolle
Sales representative

Lena Eberhardt
Graduate of the B.Sc. in Optometry
at Aalen University



WE ARE opti

THE INTERNATIONAL TRADE SHOW
FOR OPTICS & DESIGN

31.01. – 02.02.2025

MUNICH

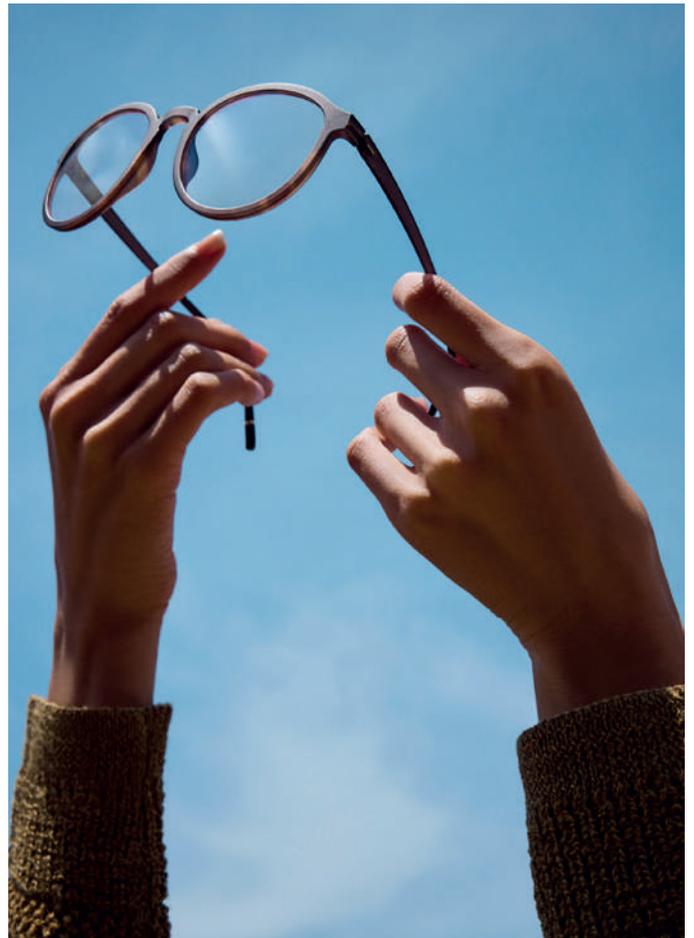
www.opti.de

Silhouette®

"Clear Sky"

gafas sostenibles con material bio-circular

Silhouette, firma referente en el diseño y producción de gafas premium, reafirma su liderazgo con el lanzamiento de "Clear Sky", una colección revolucionaria de gafas que integra innovación y sostenibilidad. Esta nueva línea es la primera en el mundo en emplear el material bio-circular SPX GREEN+, marcando un nuevo hito en el sector.



La nueva colección "Clear Sky" de Silhouette es un testimonio del compromiso de la compañía con el medio ambiente y podría ser la mayor invención en el mundo de la óptica contemporánea. Utilizando SPX GREEN+, un material innovador producido a partir de desechos orgánicos de la agricultura, la silvicultura y la acuicultura, esta colección no solo ofrece monturas de alto rendimiento, sino que también destaca por su impacto ambiental favorable. SPX GREEN+ se fabrica utilizando exclusivamente energía 100 % renovable, logrando una reducción del 60 % en las emisiones de carbono en comparación con los materiales tradicionales basados en combustibles fósiles.

Michael Schmied, CMO y tercera generación de la familia fundadora de Silhouette Group, señala: "Estamos en un momento crucial donde la sostenibilidad es más que una opción; es una necesidad imperante. Con nuestra colección 'Clear Sky', respondemos al desafío del cambio climático de manera tangible, ofreciendo a nuestros clientes unas gafas que no solo son elegantes y de alta calidad, sino que también reflejan nuestro compromiso con un futuro más sostenible. Cada montura es un paso hacia adelante en la creación de un mundo más consciente y respetuoso con el medio ambiente".

La colección cuenta con el respaldo de Arizona Muse, modelo y defensora global de la sostenibilidad, quien se ha convertido en la cara de la campaña "The World We Want to See". Muse, una voz influyente en la moda sostenible comenta que: "este es un avance



Las monturas de la colección "Clear Sky", fabricadas en SPX GREEN+, responden al desafío del cambio climático con unas gafas elegantes y de alta calidad que también reflejan el compromiso de Silhouette con un futuro más ecológico y sostenible.



Arizona Muse, modelo y defensora global de la sostenibilidad, se ha convertido en la cara de la campaña "The World We Want to See". Muse está encantada de colaborar con Silhouette, porque la compañía está comprometida con la reducción del uso de combustibles fósiles y la creación de productos más respetuosos con nuestro planeta.

significativo para las industrias de la óptica y la moda. Estoy encantada de colaborar con Silhouette, que está comprometida con la reducción del uso de combustibles fósiles y la creación de productos más respetuosos con nuestro planeta".

Inspirada en los tonos vibrantes y translúcidos de los ecosistemas mediterráneos, "Clear Sky" ofrece 8 diseños únicos que celebran la diversidad natural.

Desde las monturas femeninas de gran tamaño y los estilos vintage hasta los elegantes cat-eye y las formas rectangulares clásicas, cada pieza es una expresión de estilo moderno y sostenible.

Con esta nueva colección, Silhouette reafirma su posición como líder indiscutible en la innovación óptica, marcando un avance significativo hacia un futuro más ecológico. Al incorporar el material bio-circular SPX GREEN+, la colección encarna el progreso de una sociedad que apuesta por tecnologías más verdes. Esta solución sostenible no solo ofrece a los consumidores un producto de calidad superior, sino también un estilo con conciencia ambiental, combinando ligereza inigualable, materiales vanguardistas y comodidad excepcional.

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



Las nuevas Silhouette "Clear Sky" se presentan en ocho diseños únicos inspirados en los tonos vibrantes y translúcidos de los ecosistemas mediterráneos: Desde los modelos femeninos de gran tamaño, masculinos y vintage hasta los elegantes cat-eye y las formas rectangulares clásicas.



Cada gafa "Clear Sky" es una expresión de estilo moderno y sostenible. Además, con esta nueva colección, Silhouette reafirma su posición como líder indiscutible en la innovación óptica y el compromiso medioambiental.

OPTICALIA®

Enfocamos al
futuro.

¿Te vienes?

+info.
opticalia.com/es/asociados

Tel. 918 065 500





Todo lo que tu óptica necesita,
a tu servicio.

Forma parte del grupo líder en el sector óptico en España, con más de 500 centros y 16 años de experiencia. Un futuro repleto de grandes campañas, las mejores marcas y diseños únicos. Contarás con el apoyo constante de un equipo de expertos que trabajan con un único propósito: cuidar la rentabilidad del negocio sin perder tu autonomía.

HOYA amplía el rango de potencia en sus lentes transparentes MiYOSMART

HOYA ha anunciado la ampliación de rango de potencia en sus lentes transparentes MiYOSMART para el control de la progresión de la miopía infantil. Esta ampliación permitirá tratar a aquellos niños y adolescentes con prescripciones de miopía más altas cubriendo las necesidades de la población miope.



Desde este año 2025, los niños miopes con hasta -13.00D podrán beneficiarse de la patentada y galaronada Tecnología D.I.M.S. de las lentes MiYOSMART, que cuentan con el mayor aval científico en lente oftálmica hasta la fecha¹. Además, HOYA ha implantado en sus lentes para el control de la progresión de la miopía una estética mejorada, con un diámetro de lente más grande y un espesor de borde optimizado. Estas mejoras permiten a los pacientes miopes que utilicen MiYOSMART, elegir entre un mayor número de monturas y adquirir una lente más estética sin cambiar de índice de refracción, una preocupación muy común entre la población miope.

La prevalencia de la miopía y de la alta miopía tiende al alza

Se estima una prevalencia de la miopía de casi la mitad de la población mundial para el año 2050. Esta alerta a nivel global se intensifica cuando se considera que el 10% serán miopes altos².

Los niños con miopía tienen un mayor riesgo de desarrollar complicaciones oculares futuras, aumentando el riesgo cuanto más alta sea su graduación³. Además, es muy probable que los niños a los que les debuta la miopía entre los 3 y los 6 años de edad sean miopes altos a la edad de 11⁴. Es por esto que HOYA insiste en la detección e intervención temprana para poder abordar cuanto antes este error refractivo, ralentizar su progresión y preservar su visión y salud ocular para el futuro.

Desde HOYA, se ha hecho un llamamiento a la acción urgente para mitigar el impacto de la miopía, convirtiéndola en una prioridad mundial para que los gobiernos y los organismos de salud pública actúen colectivamente para garantizar la detección precoz y aumentar la educación y la concienciación.

Además, la compañía, a través de sus redes sociales y materiales para los usuarios, difunde algunas medidas de ergonomía visual que ayudan a prevenir la aparición de la miopía, como la limitación de uso de las pantallas en cerca, hacer descansos visuales -o regla 20/20/20-, y pasar tiempo al aire libre, medida evidenciada por múltiples estudios que demuestran que la luz solar tiene una relación directa con la aparición o desarrollo de la miopía⁵.

MiYOSMART, la lente oftálmica de HOYA para la gestión de la miopía infantil, ralentiza la progresión de la miopía en un 60% de media⁶ gracias a su Tecnología D.I.M.S. Además, sus 6 años de estudio de seguimiento revelan que su eficacia continúa en el tiempo, que los pacientes están seguros usando el tratamiento, y que, si dejan de usarlo, no aparece el temido efecto rebote⁶.

HOYA Vision Care introdujo en el mercado MiYOSMART para combatir la miopía infantil desde la evidencia científica y continúa innovando en esta solución clave para controlar su progresión.

REFERENCIAS:

1. Lam CSY, Tang WC, Zhang HY, Lee PH, Tse DYY, Qi H, Vlasak N, To CH. Long-term myopia control effect and safety in children wearing DIMS spectacle lenses for 6 years. *Sci Rep.* 2023 Apr 4;13(1):5475. doi: 10.1038/s41598-023-32700-7. PMID: 37015996; PMCID: PMC10073092.
2. Holden BA, Fricke TR, Wilson DA, Jong M, Naidoo KS, Sankaridurg P, Wong TY, Naduvilath TJ, Resnikoff S. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050. *Ophthalmology.* 2016 May;123(5):1036-42. doi: 10.1016/j.ophtha.2016.01.006. Epub 2016 Feb 11. PMID: 26875007.
3. Haarman AEG, Enthoven CA, Willem Tideman JL, Tedja MS, Verhoeven VJM, Klaver CCW. The complications of myopia: A review and meta-analysis. Vol. 61, *Investigative Ophthalmology and Visual Science.* Association for Research in Vision and Ophthalmology Inc.; 2020.
4. Ian Flitcroft, John Ainsworth, Audrey Chia, Susan Cotter, Elise Harb, Zi-Bing Jin, Caroline C. W. Klaver, Anthony T. Moore, Ken K. Nischal, Kyoko Ohno-Matsui, Evelyn A. Paysse, Michael X. Repka, Irina Y. Smirnova, Martin Snead, Virginie J. M. Verhoeven, Pavan K. Verkicharla; IMI—Management and Investigation of High Myopia in Infants and Young Children. *Invest. Ophthalmol. Vis. Sci.* 2023;64(6):3. <https://doi.org/10.1167/iov.64.6.3>.
5. Sunlight Exposure & Children's Eyes Consensus Statement. 2016. Available at: <https://www.wspos.org/wspos-sunlight-exposure-childrens-eyes-consensus-statement/> (Last accessed 20/02/2023)
6. 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.

Con la miopía no se juega

Más de

10 millones*

de lentes vendidas
respaldan
a MiYOSMART
y su evidencia
científica.

Elige MiYOSMART.

Visita la nueva web
de MiYOSMART



HOYA
FOR THE VISIONARIES

* Basado en el número de lentes oftálmicas MiYOSMART vendidas, de acuerdo con los datos de venta de HOYA registrados hasta octubre de 2024.

Presenta su colección primavera-verano bajo la mirada de Txema Yeste

Etnia Barcelona, marca de eyewear independiente, lanza su colección primavera-verano 2025 de la mano de Txema Yeste. El fotógrafo interpreta el universo creativo y colorido de la marca barcelonesa en una campaña que rinde homenaje al espíritu creativo, la visión artística y el poder del color.



Bajo el lema “Be An Artist”, el nuevo lanzamiento de Etnia Barcelona recoge la esencia de su manifiesto, que resalta la creatividad como núcleo de su identidad e invita a adoptar una actitud valiente y artística ante la vida, incentivando a abrazar la unicidad de cada persona como una forma de arte.



El fotógrafo Txema Yeste interpreta el universo colorido y creativo de Etnia Barcelona en la colección primavera-verano 2025.

La campaña ha contado con la colaboración del fotógrafo Txema Yeste, cuyas imágenes impactantes son tan dinámicas como poéticas. El fotógrafo, conocido por ser un narrador visual, combina arte, creatividad y precisión técnica creando poderosas y evocadoras imágenes que redefinen la esencia de la fotografía de moda. Sus fotografías no se limitan sólo a mostrar la moda, sino que la elevan, convirtiendo ropa, modelos y espacios en poesía visual. En cada imagen, Txema Yeste reta al espectador a ver más allá de lo superficial, a sentir la fuerza de su visión y a sumergirse en un mundo donde la creatividad no conoce límites.

La colección SS25 incluye 43 modelos de vista y 23 de sol en los que predominan los distintivos diseños y colores vibrantes a los que nos tiene acostumbrados la marca y que invitan a ver el mundo a través de una lente creativa, donde la imaginación y la identidad se encuentran. Cada detalle de las monturas, desde las vivas tonalidades hasta los atrevidos diseños, refleja el compromiso de Etnia Barcelona con la individualidad y la expresión artística e invita a mirar el mundo desde una lente creativa y audaz, fiel al espíritu de la marca.



La colección, que consta de 43 modelos de vista y 23 de sol, se caracteriza por sus colores vibrantes y formas innovadoras

BeAnArtist

PHOTOGRAPHY BY TXEMA YESTE

Cleopatra - HVPU

etnia  BARCELONA



Nicola del Din

CEO de Blackfin

Nicola Del Din, CEO –Presidente y Consejero Delegado– de Blackfin, empresa italiana líder en la producción de gafas de titanio en la que lleva más de dos décadas impulsando la innovación y la expansión internacional de la marca. Blackfin combina la tradición del diseño italiano con la utilización de materiales de vanguardia, posicionándose como punto de referencia en el sector de las gafas de alta calidad. Nicola, además de ser miembro del Consejo de Administración de Certottica, organización italiana especializada en investigación, certificación y formación en el campo de las gafas, en estos años ha ocupado cargos destacados en organizaciones del sector como ANFAO, asociación italiana de fabricantes de artículos ópticos, y MIDO, de la que fue vicepresidente. También ha sido miembro del consejo de administración de DaTE Eyewear Exhibition.

¿Quiénes fueron los artífices de la creación de la empresa y de la marca Blackfin?

La empresa fue fundada por mi madre en 1971 como un pequeño taller, inicialmente como subcontratista para Luxottica. En los años siguientes, con la llegada de mi padre, ampliamos el negocio gracias también a su visión de futuro al convertirnos en la primera empresa italiana en especializarse en el titanio para diferenciarnos de la competencia. Sin embargo, hacia finales de los años 90, atravesamos un período de graves dificultades, en particular tras la pérdida de mi padre en 1998 y con una crisis relacionada con la deslocalización, que llevó a la empresa al borde de la quiebra.

La situación era realmente crítica, pero en 2007 tuve la suerte de encontrar a mi “business angel”, Giancarlo Recchia, quien creyó en mí y en el potencial de la empresa, ayudándonos a superar ese difícil período. Al año siguiente, en 2008, creamos la marca Blackfin, aunque continuamos trabajando como subcontratistas. Fue en 2010 cuando decidimos cerrar definitivamente la actividad de subcontratación para centrarnos exclusivamente en nuestra marca. Desde entonces, hemos emprendido un camino de crecimiento con una visión clara de quiénes somos y de dónde venimos, pero siempre mirando hacia adelante, como recuerda nuestro lema: Looking beyond. Always.



Nicola del Din con Giancarlo Recchia, al que nuestro entrevistado califica como su “business angel”. Recchia creyó en Nicola y en el potencial de la empresa creando la marca Blackfin en 2008. Desde entonces, el crecimiento ha sido imparable y siempre mirando hacia adelante, como recuerda su lema: Looking beyond. Always.

Háblenos de la localización de la empresa y su sede central en un edificio muy representativo. Qué actividad desarrollan en estas instalaciones?

En 2021 inauguramos nuestra sede actual, The Black Shelter, justo en el mismo lugar donde nuestra empresa fue fundada hace más de 50 años. Es un edificio moderno, perfectamente integrado en el entorno que lo rodea, y alberga todo el proceso productivo. Desde la llegada de las láminas de titanio hasta el envío de las gafas terminadas a todo el mundo, todo sucede aquí.

La sede es también una representación física de nuestro credo: el concepto de neomadeinitaly, una idea de producción auténticamente italiana que respeta no solo el medioambiente en el que operamos, sino también a las personas que, con dedicación, realizan nuestras monturas cada día. The Black Shelter es un edificio sostenible, certificado KlimaHaus Work & Life.

Qué características principales destaca de las creaciones de Blackfin, tanto de vista como de sol, en aspectos como diseño, fabricación, materiales utilizados, etc. y en qué se diferencian de la competencia. ¿Cuál es la relación calidad-precio-servicio?

Las gafas de Blackfin se distinguen por el uso exclusivo de un único material: el titanio. Este mérito se lo debemos a mis padres, quienes ya en 1990 intuyeron que, para afrontar la competencia y la creciente deslocalización, era necesario especializarse, y decidieron apostar precisamente por este material.

Hoy podemos decir con orgullo que seguimos siendo la única empresa en Italia capaz de producir completamente in-house gafas de titanio de cierta complejidad. Nuestros productos se caracterizan por un diseño nórdico y una gama de colores que varía desde soluciones más creativas hasta otras más clásicas, pero el objetivo principal sigue siendo la calidad absoluta.

En los últimos años, hemos dividido nuestras colecciones dotándolas de una identidad fuerte, aunque manteniendo el titanio como elemento común. Nuestras líneas incluyen: Blackfin One, la colección principal que encierra el ADN de la marca con su esencia creativa y atemporal; Atlantic, con formas robustas y angulares; Pacific, con monturas ultraligeras y finas; y la más reciente, Aero Loop, un revolucionario modelo giasant.

El titanio es el eje fundamental de las colecciones Blackfin ¿Qué otros materiales utilizan en la fabricación de las gafas y qué importancia o porcentaje tienen en su portafolio las monturas y las gafas de sol?

Como ya he mencionado, utilizamos exclusivamente titanio para nuestras gafas. En cuanto a la producción, aproximadamente el 80% corresponde a gafas graduadas y el 20% a gafas de sol.



The Black Shelter, sede de Blackfin inaugurada en 2021 en el mismo lugar donde la empresa fue fundada hace más de 50 años, es un edificio moderno, sostenible, perfectamente integrado en el entorno que lo rodea y representación física del credo de la empresa: el concepto de neomadeinitaly.

Hemos tenido ocasión de ver que sus gafas las lucen conocidos rostros de cine, Tv, empresas, etc. Puede decirnos algunos personajes famosos que las lucen y qué valoran de ellas?

A lo largo de los años, varias personalidades del espectáculo han elegido nuestras gafas, entre ellas Kevin Costner, Ben Affleck, Sean Penn y Russell Crowe, por mencionar a los más recientes. Además, estamos especialmente orgullosos de nuestra colaboración de larga data con la Fundación de Andrea Bocelli. Andrea, antes que nada, es un amigo que disfruta llevando nuestras gafas, y para nosotros esto es un gran honor.

¿Qué representa Blackfin en el panorama óptico internacional en general y cuáles son sus principales mercados?

Creo que nuestra marca puede considerarse un referente en el segmento de gafas de titanio de alta gama. Además de Italia, Alemania es nuestro principal mercado, seguido por Estados Unidos y los países nórdicos. Precisamente en Estados Unidos, el pasado marzo abrimos nuestra filial en Houston, pasando de la colaboración con un distribuidor histórico a una presencia directa. Ahora operamos con un equipo de 11 agentes que cubren prácticamente todo el territorio, con el objetivo de ofrecer un servicio directo y puntual a los ópticos, facilitándoles no solo el acceso a toda la colección, sino también a todas las herramientas de apoyo que desarrollamos específicamente para ellos.

En la Península Ibérica hemos iniciado un camino hacia una distribución de la marca coherente con el posicionamiento de nuestro producto y de Blackfin. Hemos creado una estructura comercial con tres agentes (uno en Portugal desde mediados de 2022 y dos en España desde este año) que comparten todos los valores de nuestra empresa y que están construyendo un negocio sólido, introduciendo la marca en ópticas independientes que aprecian un producto premium de altísimo valor y calidad.

¿Qué novedades traen las colecciones de Blackfin y en torno a qué tendencias girarán las nuevas colecciones?

Nos hemos centrado en el desarrollo de nuestras colecciones principales: Blackfin One, Blackfin Pacific y Blackfin Atlantic, pero una de las novedades más recientes es el lanzamiento de Blackfin Aero Loop. Este modelo al aire es extremadamente ligero y se caracteriza por una microbisagra de titanio inspirada en los remaches de la industria aeronáutica, oculta tras un enganche patentado con un doble agujero circular en la lente, no visible lateralmente. Estas gafas combinan una solidez increíble con una ligereza casi imperceptible, manteniendo un diseño sofisticado. Además, la colección ofrece posibilidades de personalización prácticamente ilimitadas: 40 formas de lentes diferentes, dos tamaños de puente, cuatro diseños de varillas y 40 variantes de color permiten obtener más de 50,000 combinaciones. Antes de finalizar el año, lanzaremos también una cápsula de dos modelos realmente exclusivos que muestran el nivel de excelencia e innovación que hemos alcanzado en la producción de gafas de titanio.

El pasado diciembre también presentamos Prometheus, un modelo de gafas de sol de edición limitada con un diseño icónico que representa la síntesis de perfección técnica y excelencia artesanal italiana.

¿De qué forma actúa la empresa en temas medioambientales?

El compromiso de Blackfin con la sostenibilidad se refleja en cada aspecto de su actividad, comenzando por su sede, The Black Shelter. Este edificio, certificado KlimaHaus Work & Life, funciona al 100% con energía eléctrica procedente de fuentes renovables, generada íntegramente en nuestro entorno immaculado de los Dolomitas, mientras que el sistema de calefacción utiliza biomasa. Todas las gafas de Blackfin se producen internamente en Italia, promoviendo la autenticidad del neomadeinitaly, que pone en el centro no solo la calidad y la artesanía, sino también el respeto por el medioambiente, el lugar de



Presentado el pasado diciembre, Prometheus son unas gafas de sol de edición limitada con un diseño icónico que representa la síntesis de perfección técnica y excelencia artesanal italiana.

trabajo y las personas. Los desechos generados por el corte de las láminas de titanio se funden y reutilizan, reduciendo al mínimo los residuos a lo largo de la cadena productiva. Además, Blackfin no utiliza metales pesados en sus gafas, contribuyendo así a una producción segura para el medioambiente. La empresa ha minimizado los catálogos en papel, privilegiando las versiones digitales disponibles en una sección reservada de su sitio web, mientras que los embalajes se realizan con papel reciclado y reciclable. Blackfin también ha lanzado recientemente un nuevo estuche plegable fabricado con un porcentaje muy alto, cercano al 100%, de materiales reciclados. Incluso la caja de regalo opcional utilizada para contener las gafas ha sido diseñada para ser reutilizada, ofreciendo una segunda vida como caja para guardar objetos u otros usos.

Cómo ve el futuro del sector en general y de Blackfin en particular a la vista de los cambios que experimenta el sector con el desarrollo de Internet y la inteligencia artificial?

El desarrollo de Internet y la inteligencia artificial está transformando la forma en que las empresas operan e interactúan con los clientes. Pienso en el aumento de la integración de tecnologías avanzadas en los procesos productivos y en las estrategias de marketing. La inteligencia artificial puede mejorar tanto la personalización del producto, mediante la recopilación y análisis de datos de los clientes, como la eficiencia de la producción, reduciendo tiempos y optimizando recursos. Todo esto influye también en el sector de la óptica.

Por una pasión personal innata por todo lo relacionado con la tecnología, siempre he buscado profundizar en estos temas también en el ámbito de la gestión empresarial. Por lo tanto, creo que estos cambios pueden representar una gran oportunidad para Blackfin. Desde hace muchos años, hemos puesto a disposición herramientas digitales avanzadas para mejorar

la experiencia del cliente, ofreciendo soluciones personalizadas y haciendo que nuestra marca sea más accesible a nivel global. Sin embargo, nuestra producción es artesanal y de alta calidad, donde el componente humano sigue siendo un elemento distintivo. Este es nuestro enfoque, y estamos convencidos de que cualquier forma de innovación debe ir de la mano con el respeto por nuestras raíces. Es fundamental encontrar un equilibrio entre tradición e innovación para no perder nuestra identidad.

Para terminar ¿Cuáles son los objetivos de Blackfin a corto y medio plazo y qué mensaje le gustaría lanzar a los ópticos-optometristas y clientes finales en general y españoles en particular?

Aunque el negocio de Blackfin está más desarrollado en los países del centro y norte de Europa, España y Portugal son mercados importantes para el sector. Por este motivo, nuestro objetivo es establecer una presencia consistente en ambos países, donde vemos una gran oportunidad para las colecciones de Blackfin, gracias también al creciente número de ópticos que aprecian productos únicos y exclusivos.

Blackfin es una historia auténtica de cómo la pasión y la gran determinación pueden llevar al éxito. Nuestras gafas ofrecen valor y argumentos relevantes y tangibles tanto a nuestros clientes ópticos como al consumidor final: calidad, credibilidad y fiabilidad son el resultado de nuestro recorrido como empresa que se dedica exclusivamente al titanio desde hace más de 30 años, con una producción completamente interna. Todo esto va acompañado de una continua evolución técnica y estética, visible en los detalles de diseño y en los colores cada vez más sofisticados, que nadie más es capaz de ofrecer en titanio.



La firma está centrada en el desarrollo de sus colecciones principales, de sol y de vista: Blackfin One, Blackfin Pacific y Blackfin Atlantic.



Blackfin Aero Loop es una de las novedades más recientes de Blackfin. Este modelo al aire, extremadamente ligero, ofrece posibilidades de personalización prácticamente ilimitadas: 50.000 combinaciones entre formas de lentes, variantes de color, diseños de varillas y dos tamaños de puente.

Varilux® XR series™

La lente progresiva
personalizada para ti.*

Desarrolladas con inteligencia artificial, para una nitidez al instante incluso en movimiento.**

* Las lentes progresivas Varilux® XR Track y Varilux® XR Pro contemplan no solo la prescripción sino también el comportamiento visual de cada individuo, incluyendo el comportamiento visual de cerca, que es una medida patentada tomada en la óptica por una persona cualificada por Essilor. El status de la patente depende de cada país.

** Estudio de consumidores. Eurosyn, Francia, 2022.

© Essilor International (julio de 2023). Essilor® y Varilux® serie XR™ son marcas registradas de Essilor International. Monturas: Persol®, Oliver Peoples®



essilor





MOREL

LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

*LOOKING FORWARD
SINCE 1880*

“100 Años de Ideas Progresivas”

PRATS cuenta los secretos que han convertido a la empresa en centenaria

En dos eventos en la Casa del Libro (Barcelona y Madrid), Francisco Prats Galino, consejero delegado y tercera generación de la familia al frente de Grupo Prats, compartió con el periodista David Escamilla los secretos del éxito centenario de la empresa, recogidos en el libro “100 Años de Ideas Progresivas”, publicado como cierre del aniversario.



Francisco Prats y el periodista David Escamilla, presentaron el libro “100 años de ideas progresivas” en dos eventos celebrados en Madrid y Barcelona, poniendo el broche de oro a la celebración del centenario del fabricante de lentes PRATS.

PRATS, multinacional española de fabricación de lentes oftálmicas, ha desvelado en un libro los secretos que han logrado que la empresa llegue al siglo de vida. Y, como broche de oro del año del centenario, que se cumplió el pasado mes de diciembre, PRATS se lo presentó a los ópticos, profesionales del sector y medios de comunicación en dos eventos que tuvieron como escenario la Casa del Libro, en sus sedes de Barcelona -Rambla de Cataluña- y Madrid -Gran Vía-.

En una interesante conversación entre Francisco Prats Galino, consejero delegado de PRATS, y David Escamilla, editor y coautor del libro junto a Jordi Albert García, desgranaron las claves de esta propuesta editorial, que, en definitiva, son también las que resumen la historia de 100 años de éxito de PRATS. Los contenidos hicieron partícipes a los cerca de doscientos profesionales que asistieron a ambas presentaciones, cómo a partir de la apuesta por la calidad y el servicio, la familia Prats ha logrado transformar un pequeño taller en una multinacional, con presencia en 22 países, cuatro fábricas con un elevado nivel de robotización, y una más -en Colombia- que iniciará su andadura en este año 2025.

De forma previa a las presentaciones, Mauro Pellegrini, Global Sales Director y CMO de Grupo Prats, definió el libro como “una ventana al legado de la empresa, que puede inspirar a los ópticos en su quehacer diario”. La tertulia se centró, fundamentalmente, en el concepto que sintetiza el ADN de Prats: innovación y enfoque al cliente.

La innovación está en el origen de esta empresa, que comenzó en Más de las Matas (Teruel), en 1924. Su fundador, Alberto Prats, invirtió en un taller de óptica el excedente económico de un año excelente en el cultivo de melocotones. Le vio futuro como manera de reinventarse, frente a un modelo de negocio demasiado sujeto a la temporalidad. “El herrero del pueblo fabricó algunas máquinas... Lo demás fue fruto del ingenio y del espíritu empresarial de mi abuelo. Él siempre dijo que aquel taller no ganó dinero, pero tampoco lo perdió. Por eso estamos hoy

aquí”, señaló Prats Galino. Y, aunque estuvo a punto de ser fusilado en la Guerra Civil, Alberto Prats logró crear, en 1969, la empresa actual: Industria de Óptica Prats S.L., siempre bajo la premisa de la innovación, el gran valor de la compañía.

Sin embargo, el libro no es un monográfico de Prats. Muy al contrario, transmite la innovación de tantas otras compañías, nacionales e internacionales, a cualquier persona que tenga interés por crecer en cien aprendizajes, uno por cada uno de los años que cumple Prats en 2024. Así, la obra recopila conocimientos y experiencias que puedan ayudar a emprendedores, empresarios y empresas a hacer crecer sus compañías y mantenerlas vivas durante mucho tiempo. Prats Galino afirmó que “la apuesta por la innovación, por la calidad y por el servicio al cliente son valores que quienes formen parte del equipo de Prats tienen que tener interiorizados”, al tiempo que se mostró confiado en que “los que vengan lo hagan aún mejor que nosotros”. Son estos valores los que han logrado que el desarrollo tecnológico esté, por completo, in house. PRATS ha desarrollado un modelo integral, propiedad intelectual de la compañía, para la gestión, el cálculo y producción de lentes oftálmicas, que permite aumentar su calidad óptica para el usuario y reducir al 0% los errores de fabricación. “Todo lo hacemos con gente de casa. Esto se nota mucho en el diseño de los progresivos. Salvo los gigantes del sector, el resto compran los diseños de los progresivos a otros. Nosotros no dependemos de nadie”, explicó Francisco Prats.

En las dos presentaciones, Madrid y Barcelona, Francisco Prats habló también de otro gran valor que forma parte de la esencia de Prats: su inconformismo. “Por bien que vayan las cosas, por depurado que esté un proceso, nunca estamos al 100% satisfechos. Si hay algo que tenemos en común mi abuelo, mi padre y yo mismo, es que sabemos que cualquier cosa siempre se puede hacer mejor”. El alto grado de robotización de todas las fábricas de Prats, igualmente de diseño propio, es la consecuencia de este inconformismo para minimizar errores.

Todos los asistentes pudieron conseguir un ejemplar del libro. Y muchos de ellos esperaron pacientemente a que Francisco Prats se lo dedicara, para poner punto y final a un año de agradecimiento de la multinacional española a los ópticos que, gracias a su confianza, la han convertido en lo que es hoy.



Diversos momentos de la presentación del libro “100 años de ideas progresivas” en la Casa del Libro de Gran Vía, en Madrid.

Diseñadas para
seguir cualquier ritmo,
head band...

CON MEMORIA
FLEXIBLE
LIGERA
ADAPTABLE

[NOVEDAD]
"KRK SYSTEM"
[PATENTED]



MILÁN | Pab 6. SU20
2025 | 08 - 10 Feb.

 **DIDINSKY**
www.didinsky.com

THROTTLEMAN

Estilo relajado y actitud audaz

Throttleman Eyewear presenta su última colección que combina estilo y diseño distintivo de forma ejemplar, con modelos de gafas perfectos para quienes valoran un estilo de vida informal y relajado, pero a los que les gusta experimentar y ser atrevidos en su día a día.



Las nuevas imágenes de la marca reflejan también el ADN de Throttleman, marcado por la originalidad, la versatilidad y un espíritu joven que está presente en todas las colecciones. El enfoque en imágenes fuertes e inspiradoras refleja la perspectiva de la marca en crear una experiencia de compra que va más allá del producto, capturando la esencia de quienes eligen usar Throttleman.

La nueva colección Throttleman Eyewear combina así innovación y autenticidad en un solo producto y las nuevas imágenes capturan a la perfección el espíritu joven y dinámico que la define, ofreciendo una visión inspiradora para quienes valoran el estilo y la relajación, reafirmando su compromiso con la calidad y la creación de tendencias.

¡Aventúrate en esta nueva colección!



Inspirándose en un estilo de vida urbano y aventurero, la nueva colección Throttleman eyewear, comercializada y distribuida por Prooptica, presenta piezas que reflejan funcionalidad y diseño que va más allá de las tendencias pasajeras, con una paleta de colores llamativa y divertida que promete conquistar a una legión de fans.

Los modelos destacan por su comodidad y diseño contemporáneo, pensados para complacer diversos estilos y personalidades. Ya sea para momentos formales o un look más casual, la nueva colección ofrece una solución para cada ocasión, manteniendo siempre la esencia joven y sin complejos que caracteriza a la marca.



prooptica®
full eyewear concept

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

© Quebramar 2025

DITA Lancier

La excelencia en gafas de clasicismo atemporal



DITA-Lancier, líder en innovación, calidad, elegancia y vanguardia en gafas, presenta una nueva línea de monturas ópticas que combina tecnología punta con un diseño atemporal. Perfectamente diseñada para el rendimiento y el uso diario, la colección óptica DITA-Lancier eleva la funcionalidad de las gafas al tiempo que ofrece un estilo y confort superiores.



LSA-129 / DLX129-A-01

La nueva colección DITA-Lancier, para usuarios que exigen lo mejor, también presenta modelos al aire de extremada ligereza.

Diseñadas para la excelencia

En el corazón de la colección óptica DITA-Lancier se encuentra su revolucionario uso de materiales ultraligeros, como titanio y acetato, para ofrecer una sensación de ligereza sin comprometer la durabilidad. La mayoría de las monturas de titanio pesan sólo unos 20 gramos, lo que garantiza la comodidad durante todo el día para los usuarios que exigen lo mejor.

Duraderas y elegantes: Fabricadas en titanio hipoalergénico sin níquel, las monturas resisten la abrasión, la corrosión y la decoloración gracias a una meticulosa técnica japonesa de electrodeposición; esto garantiza no sólo una durabilidad inigualable, sino también un acabado pulido y sofisticado.

Diseño ergonómico: Cada montura está esculpida con varillas flexibles y una curvatura única que se ajusta perfectamente a la cabeza, a la vez que alivia la presión de las orejas, proporcionando casi 300 grados de sujeción para un ajuste perfecto.

Adaptabilidad óptica: Con una mayor profundidad en el borde del ojo, estas monturas se adaptan a lentes de altas graduaciones manteniendo un perfil elegante y fino para una estética refinada.

Comodidad y estabilidad inigualables

Las monturas ópticas están equipadas con tecnologías antideslizantes patentadas para ofrecer la máxima estabilidad y comodidad, independientemente de la actividad o el entorno. Entre sus características destacan: Almohadillas nasales antideslizantes ajustables diseñadas con un acabado texturizado y suave al tacto para mantener las monturas seguras durante un uso prolongado; y terminales de varillas perforados ya que las puntas de las varillas incorporan un detalle accesorio que aloja un cordón DITA-Lancier, proporcionando una seguridad adicional durante las actividades de mucho movimiento.

Diseño atemporal para cada ocasión

Las monturas ópticas DITA-Lancier encarnan el compromiso de la marca de combinar forma y funcionalidad. La colección presenta una gama de siluetas atemporales, diseñadas para un estilo clásico pero contemporáneo que transita sin problemas desde entornos profesionales a días plenos de aventuras. Tanto si está en la oficina, explorando una nueva ciudad o disfrutando de actividades al aire libre, estas monturas son su mejor compañero.



LSA-127 / DLX127-A-03

Estas elegantes monturas DITA-Lancier, de marcado carácter clásico actualizado, están fabricadas en titanio hipoalergénico, sin níquel. A su ligereza unen gran resistencia a la abrasión, la corrosión y la decoloración gracias a una técnica japonesa de electrodeposición.



LSA-442 / DLX442-A-02

Forma, funcionalidad, color y diseños atemporales se dan cita en las monturas DITA-Lancier de acetato y titanio. Como en todos los modelos de esta colección, las varillas son flex y los terminales van perforados para incorporar un detalle accesorio: un cordón DITA-Lancier.

DITA-Lancier se diseñó para mejorar y optimizar la visibilidad en tierra, mar y aire. La colección, fabricada en Japón, ofrece una experiencia excepcional en muchos entornos y está disponible en una variedad de formas atemporales diseñadas para un estilo clásico y duradero. Forma y funcionalidad a partes iguales, DITA-Lancier presenta características propias que la hacen ideal para el uso diario o las aventuras de la vida. DITA-Lancier cuenta con notables embajadores de la marca que superan los límites de la velocidad y la resistencia en algunos de los ámbitos deportivos más competitivos y tecnológicamente avanzados. La colección DITA-Lancier es un homenaje a estos extraordinarios atletas que, como DITA, sobresalen en sus actividades.

Contacto: nacho@ dita.com - www.dita.com

VISTALIA®
CUIDA DE TI

VISTALIA CONTINÚA SU EXPANSIÓN NACIONAL

Con la incorporación de nuevas ópticas en Alzira y Almenara, el grupo amplía su alcance, aportando valor a más asociados.



El grupo VISTALIA, destacado por su compromiso con la profesionalidad y desarrollo del sector óptico y audiológico, anuncia la incorporación de dos nuevas ópticas en Almenara y Alzira, ampliando su presencia en la Comunidad Valenciana.

Estas nuevas aperturas reflejan el sólido crecimiento de VISTALIA en el mercado, impulsado por la alta demanda de sus servicios y productos exclusivos.

El grupo se ha consolidado como un aliado estratégico para las ópticas, ofreciendo herramientas que abarcan desde soluciones de marketing y fidelización de clientes, hasta asesoramiento en ventas y formación especializada.

La capacidad de VISTALIA para adaptar sus soluciones a las necesidades específicas de cada óptica ha sido clave para posicionarse como un referente del sector. Su enfoque integral no solo mejora la competitividad de los asociados, sino que también contribuye significativamente al éxito del negocio de óptica y audiolología.

Con estas incorporaciones, VISTALIA reafirma su compromiso de seguir expandiéndose y ofreciendo servicios de alta calidad que ayuden a las ópticas a alcanzar su máximo potencial.

VISTALIA sigue construyendo el futuro del sector óptico, ahora también en Almenara y Alzira.

pathline air pro: Ventilación 3D, óptima para un máximo rendimiento

evil eye revoluciona el mercado con el lanzamiento de pathline air pro, que incorpora un innovador accesorio impreso en 3D y establece un nuevo estándar en gafas deportivas. Con este modelo, la marca austriaca especialista en gafas deportivas demuestra cómo la tecnología de vanguardia y el confort pueden unirse en un solo modelo que ofrece el soporte más adecuado para quienes buscan alcanzar su mejor rendimiento deportivo.



El punto fuerte de este nuevo diseño es su avanzado sistema de ventilación 3D: dos ranuras de ventilación estratégicamente colocadas sobre un protector de lentes —un componente impreso en 3D situado en la parte inferior de las lentes— aseguran un flujo de aire suave y optimizado. Este sistema canaliza la humedad de manera efectiva, manteniendo una visión clara incluso durante actividades intensas, al mismo tiempo que previene problemas como el deslizamiento de la montura o la obstrucción de la vista por el sudor. Este innovador 3D Lensguard mejora el agarre y la comodidad, adaptándose a cualquier actividad deportiva.

Una combinación de características innovadoras y elementos clásicos de evil eye, en un modelo de tan solo 28 gramos, convierten al pathline air pro en las gafas deportivas ideales para quienes exigen el máximo rendimiento sin compromisos.

Diseño innovador para un ajuste seguro y visibilidad óptima
Ya sea en bicicleta de montaña o corriendo por senderos, el pathline air pro cumple con creces sus promesas gracias a una serie de funciones que destacan las gafas deportivas de evil eye:

Cambio rápido de lentes: Un sencillo mecanismo permite cambiar las lentes en segundos. evil eye ofrece 14 colores de filtro con propiedades mejoradas de contraste, además de la opción de lentes personalizadas graduadas, convirtiendo al pathline air pro en el aliado perfecto para quienes necesitan corrección visual.

Barra frontal contra el sudor mejorada: Protege los ojos del sol, polvo y sudor, garantizando estabilidad y confort incluso en terrenos irregulares. En este modelo, la barra contra el sudor se presenta en un nuevo acabado metálico, disponible en plata o rosa.

Función tri.fit flexible: Permite ajustar las varillas para un ajuste personalizado y cómodo en cualquier terreno. Además, una estructura especial en las puntas de las varillas asegura un agarre firme, incluso en las rutas más exigentes.

Calidad y durabilidad – Hecho en Austria

evil eye representa gafas deportivas de alta calidad desarrolladas y producidas en Linz, Alta Austria. En caso de daño, los componentes individuales pueden ser fácilmente reemplazados, adoptando un enfoque sostenible que garantiza la durabilidad del diseño.

El nuevo pathline air pro está disponible en dos tamaños y seis colores de montura, con acabados mate y metálicos.

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



Además de su avanzado sistema de ventilación 3D, evil eye pathline air pro cuenta con un innovador diseño, ajuste de varillas personalizado gracias a la función tri.fit flexible, visibilidad óptima y cambio rápido de lentes.



FLEYE COPENHAGEN

FLEYE Copenhagen presenta la colección COMBINING DETAILS. Centrada en los detalles, la colección combina materiales, formas y colores con el objetivo de añadir una nueva perspectiva a la montura FLEYE Copenhagen. En esta colección el equipo de diseño se ha inspirado en la ilusión mística a la hora de jugar con los detalles de las monturas. Algunos detalles están pensados para resaltar, otros son más sutiles, mientras que otros están juguetonamente ocultos sólo para los ojos del usuario. www.fleyecopenhagen.com



MODO

La nueva colección Titanium de MODO Eyewear para esta temporada ofrece una estética cuidada y tonos metálicos clásicos, combinando un confort ligero con durabilidad y flexibilidad para proporcionar un look minimalista y seguro. Consta de cinco nuevos diseños, cada uno de los cuales encarna la estética de MODO. Cada montura presenta líneas limpias y una varilla interior en contraste que realza el atractivo visual. La colección, de inspiración industrial, se presenta en tonos clásicos como el azul marino, el negro y un tono ahumado, así como en colores más expresivos como el lila, azul petróleo y tortuga. www.modo.com



MASAI EYEWEAR

Masai Eyewear presenta su última colección de monturas y gafas de sol, una línea inspiradora que sitúa la inclusión en el corazón del diseño. Cada pieza de esta colección es una declaración que celebra la diversidad humana, combinando estilo, simplicidad y funcionalidad. Diseñada para adaptarse a diferentes personalidades, estilos de vida y formas de rostro, la colección Masai Eyewear, fabricada y distribuida por Prooptica, presenta líneas elegantes con un enfoque funcional y comercial, versatilidad, calidad y comodidad. Con monturas modernas y gafas de sol que equilibran el diseño atemporal con un toque contemporáneo, la colección Masai Eyewear refuerza que el estilo debe ser inclusivo y que la diversidad es lo que hace que cada look sea único. www.prooptica.es



CENTROSTYLE

CentroStyle presenta el diseño S0583, una montura deportiva ideal para practicar deporte de montaña o simplemente para usarla como máscara protectora para el día a día. Este modelo incorpora un clip interno que puede graduarse en el caso de que el usuario lo precise. Además, tanto el accesorio nasal, como los detalles de protección laterales se pueden poner y quitar. Sus lentes son de policarbonato y categoría 3. www.centrostyleproducts.com



GÖTTI SWITZERLAND

La firma presenta su nueva colección Precious Objects, compuesta por gafas fabricadas en titanio de alta calidad y refinadas con oro, paladio u oro rosa. Precious Objects comprende una selección única de piezas atemporales: los iconos de Götti, fabricados como una serie exclusiva con el más alto nivel de artesanía japonesa y materiales preciosos, revela la verdadera artesanía que se esconde tras las delicadas monturas. Cada elemento se prensa pieza a pieza a partir de titanio de la más alta calidad lo que confiere al material una forma y una estabilidad únicas. Las gafas se acaban con un pulido de alto brillo y un revestimiento metálico. Una capa de color oro amarillo, oro rosa o paladio se combina con el titanio; esto garantiza un brillo perfecto hasta el último detalle. www.gotti.ch



CENTROSTYLE

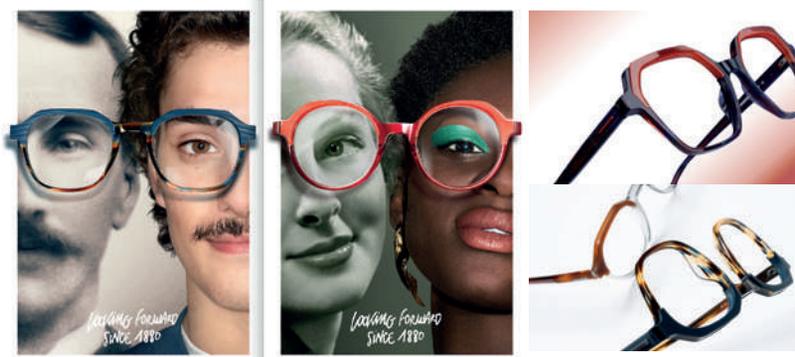
La firma amplía su colección de gafas de sol infantiles con dos nuevos modelos cargados de color, formas divertidas y detalles que marcan la diferencia. El diseño S0580 es una forma tipo pantalla, con líneas geométricas que sigue la tendencia del estilo deportivo, tan de moda en las colecciones de adultos. Por su parte, el modelo S0579 presenta una original forma tipo piloto que emula la cara de un gato, incorporando las orejas y los bigotes de este animal. ¡Un diseño divertido que hará las delicias de los más pequeños de la casa! Ambos modelos cuentan con lentes polarizadas. www.centrostyleproducts.com

TENDENCIAS [TRENDS]



DANELL EYEWEAR

Referente en el segmento de gafas elegantes y funcionales, Danell Eyewear sigue resaltando la esencia de la marca en su última colección: modelos clásicos y conservadores, pero siempre con un toque contemporáneo. Conocida por su combinación de diseño sofisticado y calidad superior, esta marca del portfolio de Prooptica reafirma su apuesta por la innovación técnica mediante la introducción de nuevos modelos fabricados en titanio, que garantizan ligereza, resistencia y un extraordinario confort. De líneas clásicas y elementos técnicos modernos, cada gafa complementa cualquier estilo personal y ofrece una experiencia superior de comodidad y durabilidad para superar las expectativas de los usuarios más exigentes.



MOREL

MOREL celebra su herencia centenaria y sigue fiel a su espíritu creativo con Jenny y Bergen, dos nuevos modelos 100% en acetato que unen épocas distintas con la herencia y visión de futuro. JENNY, montura octogonal femenina, cautiva con sus atrevidos colores, mientras un elegante arco de acetato finamente elaborado enmarca el frente. Por su parte, el fundador de la empresa, Jules Morel, revive en un impactante visual, mostrando la capacidad de innovación con el modelo masculino BERGEN, una innovación que añade sutiles contrastes, finos acabados y un puente que se completa con líneas grabadas a láser, ofreciendo un ingenioso juego de superposiciones en el frente.



RAY-BAN

EssilorLuxottica da la bienvenida al año de la serpiente con la colección de Ray-Ban para el Año Nuevo chino 2025. Estas exclusivas gafas de sol y de vista presentan intrincados detalles inspirados en serpientes que simbolizan prosperidad y elegancia, diseñados por la renombrada artista Jianmei Li. Una elegante placa metálica inspirada en un motivo antiguo simboliza eternidad y renovación, mientras detalles en dorado y una artesanía de calidad marcan la diferencia y añaden un toque de lujo atemporal. Esta colección, perfecta para celebrar con estilo, se completa con un envoltorio especial con detalles en relieve diseñados también por la misma artista Jianmei Li.



BOLLÉ

Las Asteria, nueva incorporación a la colección Sports Lifestyle de Bollé, son unas gafas de sol para mujer inspiradas en el ambiente montañoso, como las Arcadia y las Euphoria. Sofisticadas, elegantes y modernas son fieles al ADN deportivo de la marca van equipadas con bisagras autoblocantes y terminales de las varillas y plaquetas nasales en Thermogrip. La barra superior de metal, así como las protecciones laterales integradas con un diseño perforado aportan un toque especial a la montura. Las Asteria se han fabricado con un material 45 % de origen biológico. Por su parte, las revolucionarias lentes polarizadas y de alto contraste de Bollé están disponibles con Volt+.



LACOSTE

Lacoste, firma distribuida por Marchon Eyewear, presenta las gafas de sol para mujer de la nueva campaña, rodada en el sur de Francia, con la tenista Venus Williams como protagonista. Estas gafas de sol (L6047S) presentan una forma moderna y femenina, caracterizada por un atrevido frontal ojo de gato Acetate Renew, y están dotadas de lentes Eastman Tritan™ Renew, y anchas varillas bioinyectadas. El icónico símbolo del cocodrilo aparece en un detalle metálico dorado personalizado en las varillas, exquisitamente decorado con la textura del monograma en relieve. Este modelo está disponible en los colores tierra, negro, havana y burgundy.
www.marchon.com/www.lacoste.com



LOOK

LOOK presenta las nuevas monturas de su línea NIL PREMIUM series 75390 que incluye cuatro monturas, cada una disponible en cuatro combinaciones de color, para un diseño que posee una nueva elegancia contemporánea. Fabricadas con el frente en NIL, un material exclusivo que aporta ligereza, comodidad y durabilidad, las monturas son una expresión de formas atrevidas y líneas sofisticadas. La transparencia, la iridiscencia, los matices y los detalles de tendencia distinguen los estilos, mientras que una refinada paleta de colores reinterpreta el clásico negro con tonos como el berenjena oscuro (MOD. 75393 W1) y el verde mar (MOD. 75392 W1). Las formas masculinas exploran variaciones en tonos grises, verde oliva, azul y un elegante champán transparente (MOD. 75390 W4 – 75391 W4). www.lookocchiali.it

MONSINE



@monsineeyewear

naturalopticsgroup.com



UNION
GENERAL
DE OPTICA

TENDENCIAS [TRENDS]



GUESS

GUESS Inc y Marcolin siguen apoyando a la Get In Touch Foundation, una asociación estadounidense sin ánimo de lucro que promueve la concienciación sobre el cuidado de la mama para la prevención del cáncer. Durante nueve años, este compromiso compartido de GUESS Eyewear y Marcolin se ha traducido en la producción de una colección cápsula de gafas dedicada a este importante tema. Unas gafas de sol y otras de vista son las protagonistas de la colección cápsula 2024 en la que el icónico lazo rosa, símbolo de la prevención del cáncer de mama, decora las varillas y ese mismo color es también un elemento distintivo de los dos modelos. www.guess.eu/www.marcolin.com



TOUS

La nueva colección de gafas Tous es un manifiesto de elegancia e innovación que fusiona moda, estilo, innovación, funcionalidad y un fuerte vínculo con sus raíces de joyería. La línea consta de 15 modelos ópticos y 13 gafas de sol. Entre los elementos más innovadores destacan en toda su tridimensionalidad el New Bear y el Icon Bear, este último también disponible en una variante de cristal, personalizada y exclusiva. Cada modelo es una invitación a explorar la propia individualidad a través de las gafas, accesorios que se convierten en expresiones de estilo y personalidad también gracias al uso extensivo del acetato, en todas sus posibilidades cromáticas.



VERSACE

Versace rinde homenaje a las icónicas gafas de sol Medusa Biggie con una campaña innovadora y poco convencional que muestra cómo la vida es mejor con Biggies. Las Biggies son un icono indiscutible del diseño Versace y han sido una de las formas de gafas más distintivas del lujo mundial durante más de tres décadas. Su actitud característica y su diseño de gran lujo siempre han atraído a personas con espíritu independiente, sobre todo a Notorious B.I.G. (Biggie Smalls), el rapero líder mundial que catapultó el modelo a la categoría de icono del rap, el entretenimiento y la cultura. El modelo Biggies lleva su nombre en su honor.



FERRAGAMO

La excepcional artesanía y la exquisita innovación de la Maison se funden en un estilo distintivo que combina herencia y contemporaneidad en una silueta rectangular de acetato con perfiles atrevidos, ángulos acentuados y un refinado adorno de cristales Swarovski aplicado meticulosamente a mano en el frontal.

Realizado en el mismo color que la montura, para un sutil pero sofisticado efecto tono sobre tono, el adorno joya incluye 793 cristales «chatón» facetados con un corte especial Xilion que realza su brillo. La paleta de colores incluye el clásico negro, realzado por los reflejos plateados de los cristales «Jet Hematite», y el icónico rojo en su expresión más vibrante y viva con strass «light Siam». www.marchon.com/www.ferragamo.com



SERENGETI

Havah, nuevas gafas de sol para mujer, son la reinterpretación de uno de los modelos clásicos de la histórica marca norteamericana Serengeti. Pantos redondeadas y pertenecientes a la colección Essential Capusle, Havah tiene una montura de acetato ecológico hecho a mano y las icónicas lentes minerales de la marca. Es por tanto una combinación perfecta de diseño y actualidad, con silueta elegante y chic. Está disponible en siete colores diferentes de montura y lentes. Destacamos que los cristales minerales de Serengeti están hechos con vidrio óptico de borosilicato; son un 20% más finos y ligeros que los convencionales. www.serengeti-eyewear.com



KALEOS

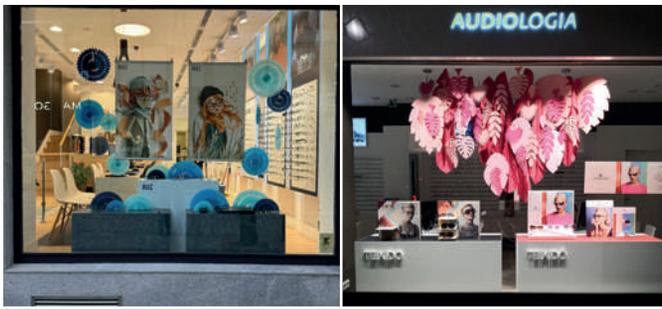
Kaleos cumplió su décimo aniversario en septiembre pasado. No podían pasar diez años sin una gafa especial para celebrarlo y expresar el agradecimiento de la marca por todo lo que ha pasado, cómo ha pasado y las personas que lo han hecho posible. Así, presenta las gafas de sol del 10º aniversario: impactantes e inolvidables. Una pantalla hecha a mano, con estructura y varillas de acetato gris claro transparente, plaquetas de acetato y lentes en gris fotocromática base 2 con protección UV y tratamiento antirreflejante o en categoría 1-3.

El plan anual de Visual Merchandising en la óptica



Por Rita Balzi
www.balziconzeta.com

Si eres de los que aún no ha quitado el escaparate de Navidad, este artículo es para ti. La planificación es el mejor aliado de cualquier proyecto y, como visual merchandiser con más de diez años de experiencia en el sector óptico, voy a ayudarte a planificar y optimizar tus escaparates durante todo este año que comienza.



¿Qué es el Visual Merchandising?

Antes de entrar en materia, aclaremos qué significa este concepto. El visual merchandising, también conocido como “merchan” o “visual”, no se limita a tener la tienda bien decorada. Es una herramienta estratégica que utiliza el diseño y la comunicación visual para captar la atención de tus clientes, despertar su interés y aumentar tus ventas. Es, en esencia, la forma de contar la historia de tu óptica, desde el escaparate hasta el último rincón del gabinete. Aclarado esto, pasemos al calendario anual que te hará la vida más fácil.

“Ten un plan, luego haz caso a nadie”

Un calendario de Visual Merchandising te ayuda a anticiparte y adaptarte a las necesidades de tus clientes según la temporada. No es un esquema rígido; es un marco flexible que evoluciona con las tendencias y necesidades del momento. Tener un plan no significa atarte a él, sino contar con una base que te permita ajustar tu estrategia sobre la marcha.

ENERO – FEBRERO

Tras la cabalgata de Reyes, es momento de renovar el escaparate y despedirse de la decoración navideña. Las rebajas de invierno comienzan el 7 de enero, una oportunidad para mover producto y resaltar las gafas de sol con tratamientos para nieve. En febrero, añade un toque romántico con detalles de San Valentín.

MARZO – ABRIL

Con la llegada del buen tiempo, los pacientes retoman actividades al aire libre y buscan gafas técnicas. Aprovecha el escaparate para destacar productos que cuiden sus ojos durante la práctica deportiva y para recordar a los usuarios de lentes de contacto que tengan en cuenta el cuidado ocular frente a las alergias.



MAYO – JUNIO

¿Regalar a mamá unas gafas? Prepárate para el Día de la Madre con un escaparate que inspire algo más original que el clásico ramo de flores. En junio, adelántate al verano mostrando gafas de sol polarizadas, diseños coloridos y productos pensados para las primeras escapadas a la playa o la montaña.

JULIO – AGOSTO

El verano en pleno auge demanda colores vivos y elementos frescos. Dedicar el escaparate a gafas de sol para niños, tapones de baño y soluciones para proteger la vista bajo el sol. También puedes usar las rebajas de verano, que comienzan el 1 de julio, para rotar stock. Vacía el escaparate y llama la atención con un mensaje claro y directo.

SEPTIEMBRE – OCTUBRE

El regreso a la rutina es una gran ocasión para mostrar monturas resistentes, estilos juveniles y lentes ocupacionales para quienes vuelven al trabajo. En octubre, una referencia discreta a Halloween puede ser efectiva: sutiles detalles decorativos pueden conectar con tu público sin sobrecargar el espacio.

NOVIEMBRE – DICIEMBRE

Aprovecha el Black Friday para destacar ofertas y atraer a nuevos clientes. Muestra mensajes claros en un escaparate limpio y directo. Para la temporada navideña, combina la iluminación con un look invernal y un enfoque emocional. La idea no es solo decorar, sino crear conexión. Sugiere gafas de sol como regalo perfecto, ofrece tarjetas regalo o packs de cuidado visual. Que tu escaparate transmita que, en tu óptica, también se respira la magia de las fiestas.

Beneficios del calendario de Visual

Planificar los escaparates no solo ahorra tiempo, también mejora la conexión con tus clientes. Un buen calendario refleja que pensaste en ellos, lo que fortalece su confianza en tu negocio. Para facilitarte aún más el trabajo, puedes descargar mi plantilla de calendario de visual para este 2025 lista para imprimir en:



Espero que te sea muy útil como guía.
¡Hasta la próxima!

ele



Eleva tu estilo
Personaliza y marca la diferencia
Tecnología 3d y forniture metálica



növedades en mycube.es

service@mycube.es

911469922



Aspinal of London, Range Rover y Defender

Llegan a España tras el acuerdo entre Eyespace y Europa Eyewear

Eyespace, una de las empresas líderes británicas de gafas y productora de las icónicas marcas Aspinal of London, Range Rover y Defender, ha establecido un acuerdo de colaboración con Europa Eyewear por el que esta empresa española, con más de 40 años de experiencia en el sector óptico, distribuirá monturas ópticas y gafas de sol de las tres marcas de diseño en todo el territorio nacional, incluidas Baleares y Canarias.

El Director de Ventas Internacionales de Eyespace, Ryan James, dijo sobre la asociación: “Vemos una oportunidad increíble en traer estas marcas globales icónicas, Range Rover, Aspinal de Londres y Defender, a España a través de Europa Eyewear. Existe una alineación perfecta entre la pasión pionera de nuestras empresas por gafas increíbles y la conexión de nuestros clientes con la innovación en monturas técnicas y sostenibles. Estamos muy orgullosos de ampliar la presencia global de Eyespace a través del talentoso equipo de Europa, que está bien posicionado para presentar con éxito nuestras marcas a los ópticos de toda España. Esperamos con entusiasmo ver cómo nuestros productos galardonados ven respaldada su distribución en los próximos meses y años”.



Aspinal of London

Fabricadas con los mejores materiales, las ahora icónicas colecciones de gafas y sol de Aspinal of London ofrecen una atención al detalle incomparable, reflejando perfectamente la influencia del lujo, el estilo exquisito y el diseño británico atemporal que se asocia constantemente con el enfoque asequible de la firma en materia de accesorios. Los aspectos más destacados de la marca de esta colección de alta costura incluyen acetatos de base biológica de primera calidad, detalles en cuero sostenible y lentes polarizadas de primera calidad.



Range Rover

Ganador del premio británico “Montura del año” en 2023, las gafas de Range Rover son únicas en su clase y establecen un estándar sin precedentes para los usuarios de monturas masculinas. Pensando en los conocedores del lujo de hoy en día, la colección del Range Rover toman señales de diseño consideradas de la arquitectura de diseño del vehículo icónico. Los diseños están elaborados con materiales de primera calidad, incluidos Mazzucchelli M49®, acetato de base biológica y titanio japonés. Todas las gafas de sol son aptas para Rx y cuentan con lentes polarizadas de calidad superior.



Defender

Defender Eyewear une estética de alto estilo, innovación técnica y calidad. La colección, ideal para hombres preocupados por el estilo, refleja las capacidades confiables celebradas por Land Rover, con innovaciones de la marca que incluyen tallas XL y de ajuste múltiple, bisagras flexibles de 360 grados y una gran variedad de opciones de materiales líderes, incluido G850 Rnew®, bio-acetatos, acero inoxidable reciclado, fibra de carbono, titanio y lentes solares polarizadas.

Más información: almacen@europa-line.es
y teléfono 963 808 750.

MANUFACTURAS ARPE
 PRODUCTOS
 ÓPTICOS
 SOSTENIBLES
 ARPE MANUFACTURAS



¡Qué mono!

100% personalizables

Desde 1991, Arpe ha sido sinónimo de calidad e innovación en el sector óptico.

Nuestros productos están diseñados y fabricados en Barcelona con hilo rPET post-consumo. Comprometidos con una industria local y respetuosa con las personas y el medio ambiente.



Más productos para tu óptica: info@arpe.es | arpe.es | 93 793 76 77

Arpe®

LA GESTIÓN DE ÓPTICA EN LA NUBE: EL FUTURO YA ESTÁ AQUÍ CON **VISUAL CLOUD**

VISUAL, el software líder para gestionar tu óptica de forma óptima, ahora en su versión en la nube: segura, accesible y eficiente.

¡REVOLUCIONA LA GESTIÓN DE TU ÓPTICA!



En un mundo donde la movilidad es clave, las ópticas evolucionan con **VISUAL CLOUD**



- Gestiona tu óptica de manera óptima desde cualquier lugar y en cualquier momento.
- Mejora la seguridad, reduce costes y aumenta la operatividad.
- Calidad y Seguridad de la Información avalada por AENOR.

CERTIFICADO POR:



Beneficios que marcan la diferencia



- **Acceso ilimitado:** Gestiona tu óptica desde cualquier dispositivo con conexión a internet.
- **Seguridad avanzada:** Protección de datos con las últimas medidas de ciberseguridad.
- **Actualizaciones automáticas:** Siempre con la versión más reciente y segura sin esfuerzo.
- **Reducción de costes:** Olvídate de infraestructuras físicas y costes de mantenimiento.
- **Escalabilidad y flexibilidad:** Adapta **VISUAL CLOUD** al crecimiento de tu negocio con facilidad.

La transformación digital que tu óptica necesita

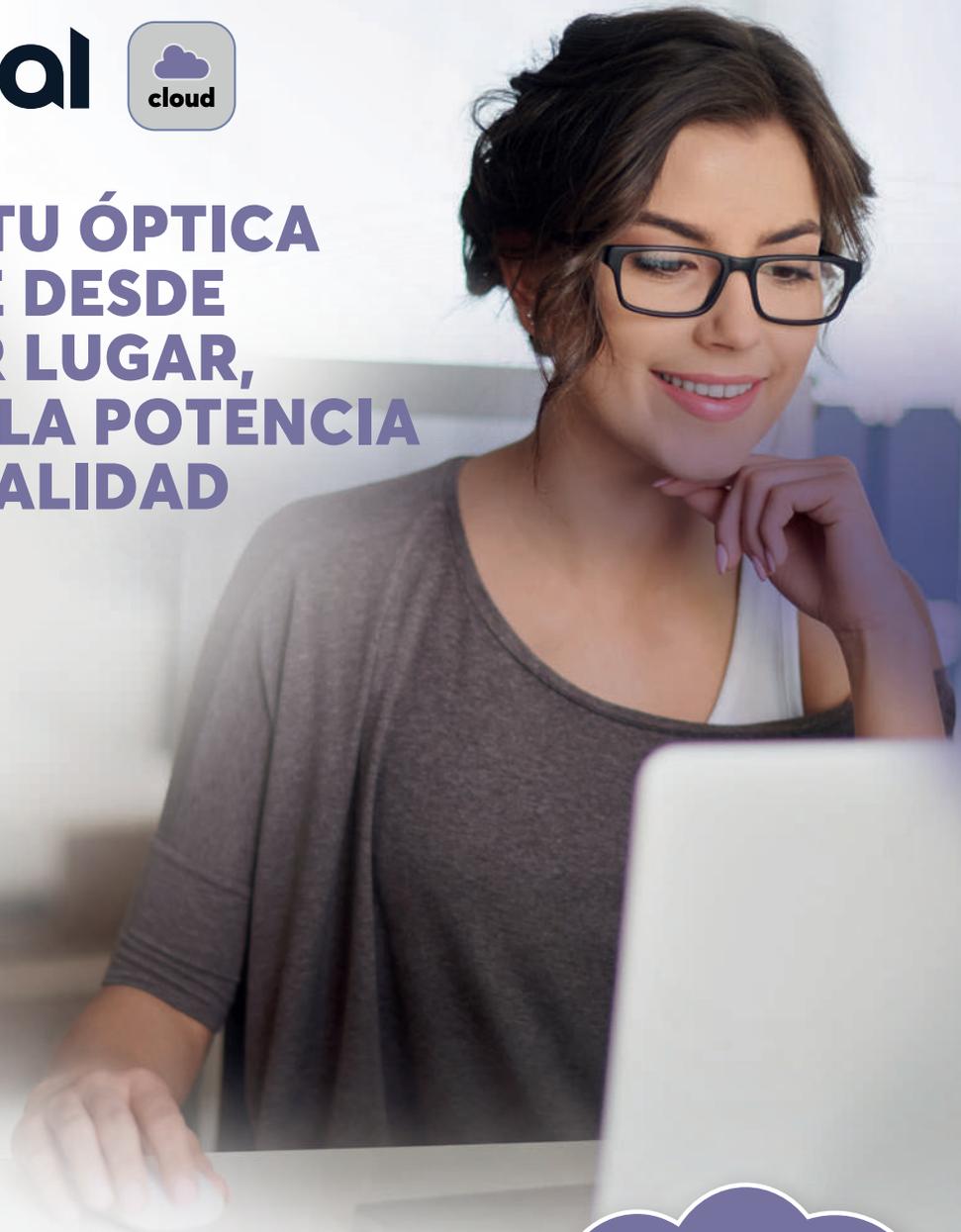


La nube ha llegado para quedarse y **VISUAL CLOUD** lidera esta revolución en el sector óptico.

- Eficiencia aumentada.
- Colaboración fluida entre equipos.
- Mejora significativa en el servicio al cliente.



**GESTIONA TU ÓPTICA
EN LA NUBE DESDE
CUALQUIER LUGAR,
CON TODA LA POTENCIA
Y FUNCIONALIDAD
DE *VISUAL***



**LA ÓPTICA DEL FUTURO ES
DIGITAL, ACCESIBLE Y SEGURA.
CON *VISUAL CLOUD*, ESE
FUTURO YA ESTÁ AL ALCANCE
DE TUS MANOS.**

Aprovecha
ahora 3 meses
de bonificación

 **visual**

OFERTA ESPECIAL

**¡DESCUBRE CÓMO TRANSFORMAR
TU ÓPTICA HOY!**



Para más información:
tematicasoftware.com

¿Hablamos?



KALEOS colección Mujer primavera-verano 2025

LA REVELACIÓN

La mujer KALEOS da un nuevo paso hacia su poder, revelando una individualidad y deseos hasta ahora inexplorados. Su estética evoluciona; da a conocer su mundo interior. La colección Mujer primavera-verano 2025 es una oda a la individualidad, el atrevimiento y la autoexpresión sin complejos.



Diseños tan dinámicos como la mujer que los lleva: formas atrevidas que desafían las nociones tradicionales de elegancia. Elaborada principalmente con acetato de alta calidad, esta colección celebra la creatividad y la expansión sin miedo. En esta ocasión, dos familias distintas definen la colección: acetato y una mezcla de acetato y acero inoxidable. Cada familia refleja la versatilidad y la confianza de la mujer contemporánea de hoy, ofreciendo una amplia gama de estilos para satisfacer sus necesidades.

La Colección Sol de Mujer celebra una atrevida exploración de la personalidad. Surgen tres subfamilias distintas: gafas de sol con un impacto innegable, como la gafa Haworth. Diseños mixtos con laminados que juegan con los contrastes, como, por ejemplo, la montura Albright, y, por último, siluetas sutiles, contemporáneas, pero meticulosamente detalladas, como la gafa Groff.



La Colección Kaleos Sol de Mujer celebra una atrevida exploración de la personalidad. Se superan los límites y se celebra la individualidad como vemos en las gafas Haworth, Groff y Albright.

Las lentes fotocromáticas también acaparan la atención, ya que aparecen en la mayoría de los modelos con al menos una opción de color, lo que consolida su lugar en esta colección con visión de futuro.

La colección Mujer Óptica presenta monturas de formas y tamaños muy variados. Los diseños de acetato de alta densidad, como la montura Milan, destacan por sus perfiles finos y su marcada ligereza, mientras que las monturas con laminados introducen la elegancia en varios niveles y nuevas combinaciones de colores. Los modelos de materiales mixtos que combinan el acero inoxidable y el acetato, como, por ejemplo, la gafa Rainey, aportan un toque moderno, combinando la comodidad de la ligereza con la sofisticación.

La colección Mujer primavera-verano 2025 de KALEOS redefine la individualidad con formas atrevidas, detalles innovadores y un enfoque audaz del diseño. Sin ataduras a lo convencional, la mujer KALEOS de 2025 muestra sin complejos su personalidad a través de gafas únicas. Este es su momento de revelación: un auténtico capítulo en el que ella y las gafas que lleva se convierten en el centro de atención.



Monturas ópticas Kaleos Milan, de perfiles finos y marcada ligereza, y Rainey, en combinación de acero inoxidable y acetato. Ambos modelos combinan elegancia, comodidad, ligereza y moderna sofisticación.

WWW.GODELIA.ES

DESCÚBRE EL BIERZO CON LA MENCÍA
MÁS PURA.



Progear Eyeguard

Gafas deportivas con tecnología avanzada

Progear Eyeguard es una marca de referencia en el segmento de gafas deportivas de alto rendimiento, especialmente diseñadas para deportistas. Con un fuerte enfoque en la innovación tecnológica, el confort y la protección, los modelos fueron diseñados para satisfacer las demandas de los deportistas en las más diversas modalidades, con la posibilidad de suministrarse con una prescripción adaptada al usuario.



La colección Progear Eyeguard, comercializada y distribuida por Prooptica, destaca por combinar tecnología avanzada, materiales resistentes a impactos y diseño innovador, la combinación perfecta para un rendimiento superior. Estas características garantizan una visión clara, lo que permite a los atletas mantenerse concentrados, incluso durante largos periodos de uso.

Con un diseño ergonómico y un marco robusto, la marca sigue siendo la opción ideal para que muchos deportistas practiquen deporte, ya que cumple con las normas de seguridad europeas ASTM F803-3 y EN166. El rendimiento visual es fundamental para el éxito en el deporte y las gafas Progear Eyeguard están diseñadas para ayudar a los atletas en cada desafío.

Las gafas deportivas Progear Eyeguard, para adultos y niños, combinan innovación tecnológica, diseño, confort y protección; además, pueden incorporar prescripción.



Godelia
— selección mencía —

BIERZO
Denominación de Origen



— | WWW.GODELIA.ES | —



Godelia
Bodega y Viñedos

SEIKO Vision y Yusuf Dikeç deslumbran en Silmo Istanbul



SEIKO, uno de los líderes mundiales en lentes oftálmicas, organizó con un evento exclusivo en su stand durante la Feria Óptica Silmo Istanbul 2024. El evento contó con la participación del reconocido atleta olímpico Yusuf Dikeç, quien compartió su inspiradora trayectoria al superar problemas de visión y alcanzar un éxito excepcional en su carrera deportiva gracias a las avanzadas soluciones ópticas de SEIKO.

En un momento decisivo de su carrera, acudió a un profesional de la salud visual que le recomendó lentes graduadas SEIKO para abordar estos desafíos. A través de un examen ocular exhaustivo y mediciones precisas, Yusuf encontró la solución perfecta en las lentes de última generación SEIKO, que desempeñaron un papel clave en la recuperación de su visión y en la mejora de su desempeño deportivo. "Mis problemas de visión afectaban directamente mi rendimiento, y era esencial para mí recuperar la claridad en el campo. Las lentes SEIKO me dieron la confianza que necesitaba,

y me enorgullece poder decir que he ganado recientemente una medalla de plata en los Juegos Olímpicos de Verano de París 2024. Las lentes SEIKO fueron cruciales para mi éxito y estoy encantado de compartir mi historia en este evento", expresó Yusuf.

El evento destacó el vínculo esencial entre la visión precisa y el rendimiento deportivo. La historia de Yusuf subraya el impacto profundo que las lentes ópticas de alta calidad pueden tener en la confianza, precisión y desempeño general de un atleta. Suat Çam, Gerente General de SEIKO Optical Turquía, enfatizó la importancia de esta colaboración: "Estamos increíblemente orgullosos de nuestra asociación con Yusuf Dikeç. Su compromiso con la excelencia y su éxito en la competición ejemplifican los valores de SEIKO Vision: precisión, alta calidad y rendimiento. Esta colaboración no se trata solo de corregir la visión, sino de empoderar a los atletas y a todas las personas que necesitan gafas para alcanzar su máximo potencial".

Grupo Velada, patrocinador oficial del Festival de Comedia Móstoles 2025



Grupo Velada, referente en el sector de las gafas de sol graduadas, se enorgullece en anunciar su patrocinio oficial del Festival de Comedia Móstoles 2025, uno de los eventos culturales más esperados de la Comunidad de Madrid. Este festival, que tendrá lugar del 19 de Enero al 28 de marzo, reunirá a los más destacados humoristas nacionales e internacionales, ofreciendo al público una experiencia única llena de risas y entretenimiento.

A través de esta colaboración, la marca busca acercarse a nuevos públicos y reforzar su presencia en eventos que celebran el talento y la expresión artística. "En Grupo Velada creemos en la importancia de apoyar iniciativas culturales que aportan valor a la sociedad. El Festival de Comedia Móstoles 2025 es el escenario perfecto para compartir nuestra pasión por el diseño, la calidad y la creatividad, valores que nos definen como marca", declara Javier Velada, CEO Grupo Velada. Con este patrocinio, Grupo Velada reafirma su compromiso con la cultura y el entretenimiento, consolidándose como una marca que no solo cuida la salud visual, sino que también apuesta por experiencias memorables que conectan con las personas con los grandes profesionales del humor de nuestro país como Goyo Jiménez, el Comandante Lara y CIA, el maestro Leo Harlem, David Cepo, el brutal Sevilla y el espectacular Dani Mateo, entre otros.

Multiópticas lanza la nueva categoría de lentes progresivas, Multilens PRO AI

Multiópticas anuncia el lanzamiento de su innovadora categoría de lentes progresivas Multilens PRO AI, un nuevo servicio que combina tecnología de realidad virtual y un enfoque personalizado que transformará totalmente la experiencia de la adaptación. Las lentes Multilens PRO AI son el resultado de un proceso de personalización en el que se utiliza una gafa de realidad virtual para registrar el comportamiento visual del usuario. A través de este análisis, se recopilan datos que permiten fabricar lentes progresivas completamente adaptadas a las necesidades individuales de cada cliente. Al utilizar tecnología de vanguardia, Multiópticas ofrece lentes que no solo corrigen la visión, sino que también mejoran la calidad de la experiencia visual en la vida cotidiana ofreciendo un diseño único que se ajusta a su forma de ver.

La tecnología de gafas de realidad virtual añade una nueva dimensión: la medición de la dinámica ocular. Esta técnica permite capturar el comportamiento del ojo y la cabeza mientras el usuario sigue un objeto en movimiento, permitiendo un diseño de lentes que se basa en el mapeo de las zonas de alta frecuencia de uso del usuario, optimizando el diseño de las lentes para un ajuste más personalizado según su forma única de mirar. "Con el lanzamiento de las lentes Multilens PRO AI, estamos dando un paso decisivo hacia el futuro de la personalización visual", dijo Carlos Crespo, director general de Multiópticas.



Silmo París lanza su Concurso de Diseño Óptico 2025



SILMO París, cita ineludible del sector de la óptica y las gafas desde 1967, invita a los estudiantes de diseño a aceptar un reto único con la 4ª edición del Concurso de Diseño Óptico. La feria parisina reafirma su compromiso de promover la experiencia, apoyar a la industria y estimular la innovación a través de este concurso óptico, un verdadero trampolín para los talentos del mañana.

Este año 2025 el concurso explora el potencial de las gafas para trascender su simple función. Los participantes tendrán que diseñar monturas innovadoras capaces de mejorar la visión y ampliar nuestra percepción del mundo, transformar la visión y el entorno que las rodea, así como redefinir las gafas como una potente tecnología, mucho más allá de un simple accesorio de salud. A través de diseños audaces, las creaciones deberán ir más allá de su función práctica para convertirse en instrumentos de transformación, elevación y reinención de la mirada y el mundo. En esta edición, el presidente del jurado será Michel Penneman, arquitecto y diseñador de interiores reconocido internacionalmente. El concurso está abierto a alumnos matriculados en el tercer, cuarto o quinto año de diseño y los proyectos, presentados individualmente o en equipo, deberán enviarse antes del 16 de junio de 2025 a través de la plataforma específica. Los finalistas serán anunciados en julio de 2025 y los prototipos serán presentados en Silmo París 2025. Además del reconocimiento que viene junto con el éxito, el ganador recibirá un premio de 10.000€, dividido equitativamente entre él/ella y su escuela.

Luis Elzaurdia toma el liderazgo de todas las marcas del grupo Indo Rodenstock como director general de España y Portugal

El grupo Indo Rodenstock redobla su apuesta por el mercado ibérico con el nombramiento de Luis Elzaurdia como director general para acelerar el crecimiento y la expansión en ambos países. Luis se incorporó a Indo en el primer trimestre de 2021 y desde entonces ha liderado una etapa de crecimiento muy relevante para Indo: formó parte de la integración con el Grupo Rodenstock en 2022 y posterior lanzamiento de la marca en España. Ahora amplía su perímetro de responsabilidad a todas las marcas del grupo: Rodenstock, Indo y Optovision y a los negocios en España y Portugal.

Rol estratégico para una expansión acelerada

Con este nuevo rol, el grupo asegura una coherencia en su estrategia de expansión en ambos países a través de un completo porfolio de marcas

que posicionan a la compañía como el jugador experto en lentes oftálmicas del mercado, así como refuerza la ambición de convertirse en el mejor socio de los ópticos optometristas en España y Portugal independientemente de su tamaño y posicionamiento de mercado.

“Estoy absolutamente convencido del enorme poder diferenciador que los distintos ecosistemas de negocio de lentes (Rodenstock BIG VISION, Indo MIMETIKA & Optovision WIDR) que estamos impulsando puede aportar al desarrollo sostenible y rentable del mercado de la óptica en Iberia. Este es un paso importante y un reto emocionante a nivel profesional. Mi objetivo es conseguir la excelencia como único proveedor exclusivamente enfocado en el negocio de lentes oftálmicas”, comentó Luis Elzaurdia.



Con este nombramiento, el Grupo Indo Rodenstock refuerza su apuesta por el liderazgo en la región, apoyándose en la trayectoria y visión estratégica de Luis para continuar creciendo y ofreciendo las soluciones ópticas más innovadoras a todos sus socios.

Visión y Vida arrasa en el Festival Internacional de Publicidad (FIP Awards)



La asociación de utilidad pública Visión y Vida arrasa en el Festival de Publicidad Internacional, FIP Awards, con dos de sus campañas solidarias: “Sin perderte de vista” y “Ver la vida en 4K”, ambas campañas fueron ideadas y desarrolladas por la agencia Com2Be. Durante la ceremonia, el jurado, compuesto por más de una treintena de profesionales de diferentes países, decidió que dos de las campañas de la entidad se merecían premio. La primera de ellas fue “Sin perderte de vista”, la campaña que acercó durante mayo de 2024 la visión a cuatro municipios de la Galicia vaciada, logró un Oro en la categoría de Marketing Social, en “Acciones de marketing solidario”. Esta acción pudo ver la luz gracias a la inestimable colaboración de Correos Express, el Colegio de Ópticos Optometristas de Galicia y los socios de FEDAO, EssilorLuxottica, Indo y Conóptica.

Por su parte, “Ver la vida en 4K”, fue una campaña realizada durante 2023 en más de 4.000 centros de ESO y FP de España, y la ganadora de otro Oro en la categoría de Desarrollo Humano, en “Acciones de marketing sectoriales”. De nuevo, esta iniciativa se sirvió del apoyo de Correos Express y Fundación Mapfre, así como de todos los socios voluntarios que ofrecieron su tiempo y conocimiento para ayudar a analizar la prevalencia de la miopía en España y a informar y a concienciar a los jóvenes sobre la importancia de la visión.

Los centros asociados de Innova Vision Group contarán con la tecnología de WIVI Vision

WIVI Vision ha firmado un nuevo acuerdo de colaboración con Innova Vision Group. Con esta nueva alianza, la tecnología de WIVI Vision llegará a los más de 225 establecimientos asociados que conforman Innova Vision Group, con el objetivo de evaluar, mejorar y entrenar la eficiencia visual de cada usuario. WIVI Vision redefine el cuidado de la salud visual con un sistema que integra tecnologías avanzadas como la IA, la visualización 3D y Big Data, incorporando también elementos de gamificación y ofreciendo una solución capaz de evaluar y entrenar las habilidades visuales al medir 100 parámetros en 5 áreas clave de la visión.



“Estamos muy orgullosos de sumar a Innova Vision Group a nuestra expansión y de prestar un servicio innovador y revolucionario en sus establecimientos asociados. Esperamos que esta colaboración nos permita alcanzar nuevos objetivos juntos y beneficiar a más gente de una forma cercana y divertida”, ha afirmado Eva García Ramos, CEO y cofundadora de WIVI Vision.

Por su parte, María Berrueto, gerente de Innova Vision Group, ha destacado que: “Esta colaboración es una muestra del doble compromiso que impera y guía nuestra estrategia y cada paso que damos. Por un lado, ofrecer a nuestros asociados tecnología de vanguardia y, por otro lado, con nuestros pacientes y con la comunidad en general, en nuestra misión de trabajar y acercar las novedades que contribuyan en la mejora de la calidad de vida de las personas”.

Fallece Iñaki Incera, comercial de LaSedeOptica



LaSedeOptica ha comunicado el fallecimiento de Iñaki Incera, primer agente comercial de la compañía en nuestro país. La compañía ha enviado un comunicado a clientes y al sector óptico donde ha expresado su pesar y ha agradecido el trabajo de este gran profesional.

“Iñaki fue siempre, y lo seguirá siendo, un pilar fundamental de nuestra empresa, el primer agente comercial de LaSedeOptica, símbolo de los valores que como empresa queremos aportar a través de nuestro equipo: fidelidad, respeto, humildad, colaboración y estabilidad. Comenzó su carrera en el sector mucho antes de que nuestra empresa tomara forma, fue él mismo quién nos buscó al enterarse que CentroStyle volvía a organizarse en España y se convirtió en una guía para el resto del equipo comercial. Su producto favorito eran las Active Spring y fue él mismo quién luchó para aumentar su calibre. Sus compañeros de LaSedeOptica destacan su forma de enfrentarse a los nuevos desafíos: “desde la tranquilidad, restando importancia a los malos momentos, pero preocupado siempre por los demás, símbolo de su buena atención a los clientes. Aunque él siempre trataba de pasar desapercibido ante sus grandes logros, en el fondo sabíamos que estaba orgulloso de cumplir su papel como primer agente y guía del resto”.

Para concluir el comunicado, desde la compañía han querido dar las gracias también a sus clientes, por los que Iñaki sentía especial predilección: “Este 2024 fue su mejor año gracias a ustedes, había recuperado una ilusión que quedó reflejada en una frase dicha días antes de su partida, en la cual queda referenciada su forma de ser: “Me da una vida ver la cara de mis clientes cuando se emocionan con los productos, ese es mi mejor momento”.

National Optics Awards: La voz de los ópticos. Vota en los Premios NOA de CECOP



CECOP Group, primera comunidad global líder en el sector, creó los National Optics Awards (NOA) con el fin de proporcionar una plataforma única para que los profesionales del sector óptico en España, sean o no asociados del grupo, puedan expresar su opinión sobre los productos y servicios que consideran más valiosos para su labor diaria.

Estos premios nacen con un objetivo claro: reconocer los avances, innovaciones y esfuerzos realizados

por los proveedores del sector óptico, desde lentes hasta audífonos, a través del criterio experto y objetivo de los ópticos-optometristas y audioprotesistas. Porque, quién mejor que ellos para evaluar y decidir qué productos y servicios realmente aportan valor a sus centros y, por ende, a sus pacientes.

Este año, las categorías de los NOA han sido renovadas. Si bien las cinco categorías principales se mantienen, se ha actualizado el enfoque de sus subcategorías para alinearse con las últimas tendencias y demandas del mercado.

Categorías IV Edición NOA:

- Lente Oftálmica: Mejor lente progresiva, Mejor tratamiento fotocromático y Mejor lente de control de miopía.
- Monturas: Mejor innovación en materiales, Mejor estrategia de marca y Mejor contenido de apoyo.
- Contactología: Mayor amplitud de portafolio

y Mejor producto de salud ocular. • Instrumentos: Mejor innovación en producto, Mejor topógrafo y Mejor columna centradora. • Audiología: Mejor adaptabilidad de producto, Mejor estrategia de venta de producto y Mejor app de audífonos.

El valor de la participación: ser la voz del sector

Con estos premios, CECOP se convierte nuevamente en un puente entre los ópticos independientes y los proveedores del grupo, permitiendo que los profesionales del sector sean protagonistas en la elección de los productos y servicios más destacados. Este reconocimiento no solo sirve para premiar la innovación, sino también para fortalecer la colaboración y el compromiso entre los diferentes actores del sector óptico. Los National Optics Awards no solo son un referente en el sector, sino una oportunidad para fortalecer la voz de los ópticos en la industria.

Vota en: www.nationalopticsawards.com

Alain Afflelou y Caser se unen para ampliar la accesibilidad a la audiolología en España



Alain Afflelou y la aseguradora Caser han firmado una alianza que consta de dos acuerdos clave con el objetivo de democratizar la audiolología en España y ofrecer beneficios exclusivos a sus clientes. Esta campaña, que estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2025 e incluye la posibilidad de poder asegurar por daños y robo los audífonos con Caser, forma parte de la estrategia desarrollada por Alain Afflelou de hacer más accesibles estos dispositivos entre la población y extender su uso con productos innovadores y a la vanguardia de las últimas tecnologías.

Gracias a este acuerdo, las más de trescientas mil personas que cuentan con un seguro de salud en Caser, así como los familiares de primer grado, podrán descargar desde la App Caser Salud un cheque de descuento que será válido en cualquier centro Alain Afflelou. Esta oferta les permitirá adquirir, con 200 euros de descuento, una pareja de audífonos marca In-cógnito de cualquier gama. Además, contarán también con un descuento de 100 euros para la compra de gafas graduadas de la marca (montura y cristales). El uso de este cheque será compatible con las ofertas de Alain Afflelou: Tchin-Tchin, Next Year, e Infinity Audio.

OPTICA2000 amplía su presencia en Vitoria

OPTICA2000 amplía su presencia en Vitoria con la apertura de una nueva tienda en el mayor centro comercial de Álava: Boulevard. Esta nueva tienda es la primera en la localidad que se encuentra fuera de El Corte Inglés, y se enmarca en el plan de expansión que la compañía está llevando a cabo en España. Ubicada en la plaza central del renovado Boulevard, la nueva tienda tiene 229 m² y 28 metros de fachada, presenta un concepto innovador y exclusivo con un posicionamiento de lujo accesible. Diseñada con materiales naturales como la madera, la tienda crea un ambiente moderno, cálido y acogedor, pensado para ofrecer una experiencia única a todos los consumidores.

Con el nuevo espacio en Vitoria, OPTICA2000 refuerza su posición como uno de los principales operadores del sector en España, donde ya cuenta con una red de más de 100 tiendas. "Con la apertura de esta nueva tienda en Vitoria, expandimos nuestra presencia en el país, consolidando nuestro compromiso con ofrecer productos y servicios ópticos de la más alta calidad a un público cada vez más amplio", asegura Axel Mallmann, Managing director Optical Retail Iberia Region en EssilorLuxottica. "Además, este paso es parte de nuestro plan de crecimiento, buscando tener la mejor óptica del país en puntos comerciales importantes para mantener un ritmo de crecimiento sostenido", añade Mallmann.



Fallece Carlos Piñeiro Franco, presidente de Multiópticas



Multiópticas ha comunicado el fallecimiento a los 58 años de Carlos Piñeiro Franco, socio, consejero y presidente de la compañía. Piñeiro deja un "legado imborrable" en la compañía y, tal y como expresan: "Su labor fue clave en la en la modernización de la imagen de compañía, en el lanzamiento de la marca propia Mó y el desarrollo de una estructura organizativa robusta, el fortalecimiento del compromiso social a través de Fundación Multiópticas, la promoción de la innovación tecnológica y la evolución del modelo de negocio. Estas contribuciones dejaron un impacto significativo, sentando las bases para el ambicioso plan de expansión internacional que hoy constituye la prioridad estratégica de la organización".

En su comunicado al sector óptico, Multiópticas ha expresado también su "profundo pesar" por este suceso, destacando "el carácter ejemplar de Carlos, definido por valores como la integridad, la humanidad y la profesionalidad. Ha dejado una huella imborrable tanto en la organización como en todas las personas que tuvieron el privilegio de trabajar a su lado". Además, ha expresado sus condolencias a familia, amigos, allegados y empleados, remarcando su gran contribución a la empresa y su legado.

Transitions®



NUEVA
GENIALIDAD
Gen: S™

LENTES
ULTRA
DINÁMICAS



POTENCIA TUS GAFAS  **SIMPLIFICA TU VIDA**

Transitions y el logotipo de Transitions son marcas comerciales registradas de Transitions Optical, Inc., utilizadas bajo licencia por Transitions Optical Limited. GEN S es una marca comercial de Transitions Optical Limited. ©2024 Transitions Optical. La temperatura, la exposición UV y el material de la lente influyen en el rendimiento fotocromático. Monturas Ray-Ban®, lentes Transitions® color Rubi. Puede que las monturas seleccionadas no estén a la venta.



Gracias a su sistema de presentación único y moderno de gafas, las maletas Pull Up Case revolucionan la presentación de monturas de gafas y simplifican el trabajo de cualquier agente comercial del sector óptico o la presentación en ferias comerciales.

El objetivo de la compañía era crear una solución funcional y elegante para presentar de forma rápida, clara y profesional las gafas. Gracias a su sofisticada tecnología, permiten transportar un gran número de productos de forma segura, al tiempo que el usuario disfruta de una cómoda experiencia de trabajo.

Las maletas Pull Up revolucionan la exposición de gafas de sol y monturas

Las bandejas se apilan de forma compacta sin necesidad de tapas separadas para las bandejas, lo que elimina la molestia de abrir y cerrar las tapas durante cada presentación. Además, al pulsar los botones Pull Up, la tapa se levanta sin esfuerzo y se bloquea en su sitio. Las bandejas quedan expuestas en un estante plegable y pueden retirarse cómodamente.

Hace doce años, la firma llegó al mercado revolucionando la presentación de las monturas y gafas. Ya sea visitando clientes sobre el terreno o asistiendo a ferias comerciales, su tecnología patentada permite a los agentes comerciales centrarse por completo en sus clientes, mientras la presentación prácticamente funciona sola. Con capacidad para 400 monturas por estuche, el estuche Pull Up es un compañero de trabajo indispensable.

El porfolio de Pull Up Case ofrece diferentes productos y gamas:

- Serie Avantgarde: Maletas ligeras con dos grandes ruedas de transporte y asa telescópica, perfectas para el servicio móvil sobre el terreno.
- Serie Classic: Ideales para uso estacionario, como en tiendas o ferias, equipadas con dos ruedas giratorias y dos ruedas de transporte grandes.
- Edición especial para ópticos: Una solución a medida para ópticos que visitan a sus clientes a domicilio. Estas maletas incluyen una unidad de taller y un equipo integrado para pruebas oculares.

Más información en: www.pullupcase.com

Conóptica refuerza su alianza con BostonSight



Conóptica ha dado un paso crucial hacia el lanzamiento de la lente escleral BostonSight SCLERAL en Europa, visitando las instalaciones de BostonSight en Estados Unidos. Este producto innovador está destinado a transformar el cuidado de la salud visual en el continente. Durante la visita, Didac Antolin y Carles Rovira, del equipo de fabricación de Conóptica, fueron recibidos por Manny Carvalho, Director de Operaciones de Laboratorio de BostonSight. Esta reunión fue clave para optimizar los detalles logísticos y de producción que facilitarán la distribución de la lente BostonSight SCLERAL a través de la planta de fabricación de Conóptica en Europa.

A su vez, Sergi Herrero y José Garrido, del Departamento de Servicios Profesionales de Conóptica, participaron en una estancia clínica con Karen G. Carrasquillo, OD, PhD, Vicepresidenta Senior de Asuntos Clínicos y Profesionales de BostonSight. La Dra. Carrasquillo ha sido una fuerte impulsora en el avance de innovaciones y protocolos clínicos de la lente PROSE y BostonSight SCLERAL. Su dedicación al desarrollo profesional ha sido vital para el éxito de BostonSight y su impacto global en la salud visual.

Conóptica, de la mano de BostonSight, está comprometida a proporcionar formación y asesoría clínica continuas cuando la lente BostonSight SCLERAL llegue al mercado europeo, algo que se espera suceda en breve. Esto garantizará que los profesionales de la salud visual dispongan del apoyo necesario para ofrecer soluciones de alta calidad a sus pacientes.

Grupo Opticalia cierra 2024 con 757 centros ópticos y audiológicos en España

Grupo Opticalia, una de las compañías líderes en el sector de la óptica y audiolología, con más de 16 años de trayectoria, termina el 2024 consolidando su red de centros ópticos y audiológicos con 25 nuevas aperturas, lo que supone un total de 757 centros alrededor del país. El grupo ha continuado este 2024 con su plan de expansión aterrizando por primera vez en localidades como Mahón (Menorca) y Zamora a través de nuevos centros ópticos y audiológicos. A su vez, ha afianzado su presencia en localidades de provincias como Zaragoza, Burgos, Valencia y Madrid, a las que se suman otras aperturas en Ciudad Real, Alicante, Granada, Málaga, La Coruña, Gijón y Jaén, incrementando de esta manera su presencia en el territorio nacional. "Nuestro principal objetivo como compañía es atraer clientes a nuestros puntos de venta. Para lograrlo, además de ofrecer un servicio y productos de la más alta calidad, hemos implementado una estrategia de marketing y comunicación que ya está generando excelentes resultados en términos de visibilidad y reconocimiento", señala Marta Alonso, directora general de Grupo Opticalia.



Gracias a esta estrategia, durante el año pasado hemos podido ver a Opticalia en numerosos espacios publicitarios, desde los más convencionales como la televisión y radio, a otros medios como circuitos de exterior alrededor de toda España y, por supuesto, medios digitales. La compañía ya tiene todo preparado para continuar con su plan de expansión este 2025 y así continuar consolidando su presencia en España, tanto a través de centros Opticalia como Audiocalia, y resto de países en los que está presente.

La plataforma de educación de EssilorLuxottica, Leonardo, lanza su nueva sección de idiomas



EssilorLuxottica ha lanzado una nueva sección de aprendizaje de idiomas en su plataforma de educación, Leonardo. Esta nueva área permite a todos sus usuarios poder aprender y mejorar el nivel de inglés, italiano, francés, alemán o español. Estos nuevos cursos permiten realizar una prueba inicial de nivel que permite determinar cuál es el nivel de competencia de cada persona en cada idioma concreto. Desde el Básico (A1) al avanzado (C1). Con esta prueba, se permite comprender el grado de competencia, así como elegir el programa formativo más adecuado.

La plataforma ofrece tres formas diferentes de formarse en un idioma. El apartado de Learn ofrece ejercicios de vocabulario y gramática con módulos de vídeo y lectura. Cuenta también con una biblioteca de actividades con una gama completa de contenidos dedicados a explorar y mejorar la gramática y la pronunciación en temas genéricos y particulares; así como una guía de gramática con un glosario que profundiza con los diferentes elementos gramaticales que forman parte del discurso. Por su parte, la sección Revise, permite revisar los errores cometidos en las diferentes actividades y comprenderlos mejor gracias a sus tarjetas didácticas. Y la parte de Practice da acceso a diferentes revistas que permiten practicar los conocimientos y mejorar la comprensión lectora, oral y la pronunciación.

Puedes acceder a Leonardo en: www.leonardo.essilorluxottica.com. Si eres cliente de EssilorLuxottica y aún no tienes acceso a la plataforma, puedes gestionarlo en leonardo@es.luxottica.com.

MR.BOHO

La firma presenta "LOUD", su nueva colección primavera/verano25 que llega para hacer mucho "ruido" en el sector óptico

MR. BOHO presenta su colección LOUD con la que viene dispuesta a hacerse oír y reivindicar su propia esencia: atrevida e irreverente, sin reparos. Compuesta por una amplia oferta de novedades, tanto en su colección óptica como de sol, con formas clásicas redefinidas en claves actuales, fabricadas con exclusivos acetatos y colores de tendencia.



De origen español y fundada en 2013 por un grupo de cuatro amigos, MR.BOHO es hoy una reconocida marca de gafas que destaca por su carácter cosmopolita, inquieto y natural. Con presencia en más de 40 países y más de 1.800 puntos de venta actuales, la firma apuesta por ofrecer diseños de calidad a un precio asequible a través de sus dos líneas permanentes: Sunglasses y Optical.

Esta Colección LOUD es, sin duda, un nuevo punto de inflexión para MR.BOHO, con la introducción del mayor número de novedades de su historia en una única temporada.



COLECCIÓN OPTICAL

La colección SS25 OPTICAL introduce 40 nuevas referencias que juegan con la contradicción entre la revitalización de formas clásicas en nuestra colección y la introducción de formas rupturistas menos habituales en la búsqueda de nuevas posibilidades. Todo ello arropado con colores, en ocasiones, acordes con nuestra Colección de SUN y, en ocasiones, elecciones libres en la búsqueda de una diferenciación de la línea y su autenticidad.



COLECCIÓN SUN

En la Colección de SUN se introducen un nada desdeñable número de 90 novedades, comprendiendo un total de 6 gafas nuevas: las monturas Barrosa y Montauk como la expresión más continuista de las colecciones anteriores, las monturas Guyam y Solarte representando líneas exigentes y muy en tendencia, la montura Siesta como gafa sencilla y de dimensiones amplias y, por último, la montura Elpatio, que supone la actualización de nuestras líneas más esenciales.

En cuanto a los colores, la colección cuenta con 9 tonos nuevos, agrupados en dos familias y un color independiente. Una familia de laminados complejos en la que se aúnan diferentes combinaciones de 3 colores que adquieren una expresión diferente en cada montura; y otra familia de acetatos exclusivos desarrollados desde cero por nuestro equipo para generar un producto aún más único y diferencial. Junto a estas familias, se introduce el nuevo carey clásico Cedar, de tonos claros, para complementar el conjunto y jugar en este mundo de contrastes.

**J.F.
REY**[®]
eyewear design







MySelf, las lentes progresivas más premium de HOYA.



HOYA
FOR THE VISIONARIES



Tecnología Binocular Eye Model

Las lentes MySelf analizan cómo trabajan los ojos juntos mientras miran a través de la lente en todas las direcciones de mirada, considerando las posibles diferencias entre los niveles y los ejes visuales de los ojos.

Cada diseño es evaluado antes de entrar en producción usando el revolucionario modelo de cinco pasos Binocular Eye Model, un programa patentado de medición del rendimiento binocular.



Tecnología ID FreeForm + Armonización Binocular

Con iD FreeForm Reduce al máximo la sensación de balanceo y mantiene las funciones visuales lo más naturales posibles gracias al diseño distribuido a lo largo de las 2 superficies de la lente.

Con la tecnología de Armonización Binocular, cambiamos la posición de la potencia de la lente para que ambos ojos experimenten exactamente la misma adición



Tecnología Adapt Ease

Normalmente cuando cambiamos el diseño, hacemos el campo visual intermedio y de cerca más grande. El efecto secundario es una mayor distorsión en el área de lejos de la lente.

Usando la tecnología Adapt Ease, mejora la amplitud de visión de cerca e intermedia sin influir en el área de visión de lejos.



Tecnología 3D Binocular Vision

3D Binocular Vision es una mejora de los efectos prismáticos no deseados. Gracias a esta tecnología el usuario puede disfrutar de una visión de cerca estable porque al lado de la línea principal, el efecto prismático se mantiene casi igual entre el ojo izquierdo y el derecho.



Descubre la experiencia completa de llevar unas MySelf.



HOYA
FOR THE VISIONARIES

Una exposición prologada a los efectos reflectantes de la nieve puede causar lesiones oculares

En invierno, la nieve puede reflejar hasta un 80% de la luz solar, potenciando los efectos que tiene una exposición prolongada a la radiación ultravioleta. Como consecuencia de esta situación, la falta de protección adecuada puede conllevar diversas lesiones oculares. Es por ello que, desde Miranza, grupo de oftalmología líder en España, advierten sobre la necesidad de cuidar los ojos durante la temporada de esquí.



“**T**omar precauciones contra la luz ultravioleta del sol tiene que ser una prioridad para proteger los ojos y continuar disfrutando de la nieve sin preocupaciones”, afirma el Dr. Daniel Elies, director médico de IMO Grupo Miranza en Madrid. “En cualquier situación de montaña en condiciones de nieve y reflectividad, el problema es que la incidencia de los rayos no es solo de arriba abajo, sino también de abajo arriba, por el reflejo de la nieve”.

Las complicaciones oculares más comunes durante la temporada de esquí son lesiones como la pinguécula (protuberancia que crece en la conjuntiva membrana que recubre la parte blanca del ojo) y el pterigión (crecimiento de la conjuntiva invadiendo la córnea), la fotoqueratitis, el ojo seco y la catarata. Algunas de las principales señales de alerta son enrojecimiento ocular, sensibilidad a la luz, lagrimeo, visión borrosa o sensación de un cuerpo extraño. “También el cansancio ocular, la irritación y las molestias pueden aparecer debido al maltrato de los agentes externos como el frío, el sol, el viento”, explica el Dr. Elies.

5 consejos para proteger tus ojos durante la temporada de esquí

El oftalmólogo de Miranza ofrece una serie de recomendaciones a tener en cuenta para no poner en peligro la visión.

1. Utilizar gafas de sol que bloqueen la radiación ultravioleta. Lo más recomendable es utilizar gafas de filtro de categoría 4, indicadas específicamente para ser utilizadas en zonas de alta montaña por su capacidad para absorber entre el 82 y el 92% de la luz. Además, estas gafas evitan la introducción de un cuerpo extraño en el ojo.
2. Reforzar las medidas de protección de los ojos de la exposición solar. Para conservar la buena salud de los ojos es fundamental tomar medidas ante la exposición solar. Para ello, además del uso imprescindible de unas gafas de sol adecuadas, se aconseja tomar medidas adicionales, como protegerse con gorras o viseras.
3. Mantener los ojos hidratados. Los ambientes más secos, como los que hay en la alta montaña, hacen que los ojos tiendan a secarse con mayor facilidad, por lo que puede ser necesario utilizar gotas oftálmicas para mantener los ojos siempre hidratados.
4. Parpadear con mayor frecuencia. Con este sencillo hábito se esparce en el ojo una lámina de lágrima, evitando la sequedad del ojo. Aumentar su frecuencia ayudará, por lo tanto, a mantener el ojo lubricado durante más tiempo.
5. No frotar los ojos. El viento puede ocasionar que se introduzcan cuerpos extraños en los ojos. En estos casos, lo más recomendable es aclarar con abundante agua y, si la molestia persiste, acudir a un oftalmólogo. Al frotar los ojos se pueden realizar pequeñas heridas dañinas para la córnea.



No frotar los ojos, aumentar la frecuencia del parpadeo, mantener los ojos hidratados y usar gafas de sol que bloqueen la radiación ultravioleta son algunas de las recomendaciones del Dr. Elies para disfrutar de la nieve sin riesgo ocular.

Hawkers lanza su nueva colección de gafas de esquí fabricada en Italia

Hawkers, la firma internacional de eyewear de origen español, ha lanzado su cuarta colección de gafas de esquí de alto rendimiento: seis nuevos modelos made in Italy con lentes originales de la prestigiosa compañía alemana ZEISS, número uno en el mercado y pionera en la fabricación de equipos ópticos y médicos a nivel mundial.



Diseñadas para los amantes de los deportes de invierno, las gafas Artik unen la elegancia y el confort del diseño italiano con la seguridad y tecnología alemana de ZEISS para obtener el mayor rendimiento y funcionalidad en pistas.

Seis exclusivas gafas unisex, 3 en talla S y 3 en talla L, para surfear las pistas con estilo: modelos atemporales y elegantes para elevar tu look en la nieve como las Artik Big Navy Black, en azul marino y negro, o las Artik Small Green Copper, en verde bosque con lentes espejadas en dorado; también hay sitio en la colección para colores vibrantes que destacan en pistas como las Artik Big Burgundy Red, en granate, el color estrella de la temporada, con lentes espejadas en el mismo tono, o minimalistas como las Artik Small Anthracite Silver, con lente, montura y correa plateados.

Los cristales ZEISS del modelo Artik son intercambiables y se pueden adquirir lentes adicionales para adaptar la gafa a las distintas condiciones meteorológicas: los cristales de categoría 2 son ideales para tener la máxima visibilidad en días de niebla y se pueden utilizar en exterior con luminosidad media, mientras que los de categoría 3 son perfectos para proteger la visión en días soleados gracias a su alta protección frente a la radiación solar.

Una colección fabricada con materiales premium para garantizar la máxima protección y resistencia al impacto en alta velocidad – imprescindibles en la práctica de deportes de alto rendimiento-, y con gran campo visual gracias a sus lentes cilíndricas que proporcionan una amplia visión periférica. Además, la tecnología antivaho y su triple capa de espuma para la sujeción facial garantizan el confort y una perfecta claridad de visión en todo momento.

Desde su lanzamiento en 2021 las gafas de nieve Artik, se han convertido en un must para los amantes de los deportes de invierno, hasta el punto de que el piloto de Fórmula 1 y embajador de Hawkery Pierre Gasly, ha pedido diseñar su propio modelo exclusivo de Artik, que salió a la venta el pasado mes de octubre. Una colección para los adictos a la adrenalina.



Los amantes de los deportes de invierno tienen en las Hawkery Artik un fiel aliado. Estas máscaras unen elegancia, confort, seguridad, tecnología y protección de las lentes ZEISS.

NOTICIAS EMPRESARIALES DE ANEOP

Asociación Nacional de Empresas de Óptica y Profesionales



¿Tienes dudas sobre la fiscalidad en tu óptica? ¡Nosotros te ayudamos!

Si eres una pequeña óptica independiente, estar en el sistema de módulos puede ser una ventaja fiscal, pero también conlleva dudas. ¿Sabes si puedes estar en el recargo de equivalencia? ¿O qué puedes vender dentro de este régimen? ¿Hacienda te ha hecho alguna rectificativa en los últimos cinco años?

ANEOP ofrece un **Servicio de Consultoría Gratuita para nuestros asociados**, diseñado especialmente para resolver todas estas cuestiones que tu asesor habitual no pudo aclarar. Estamos especializados en el sector óptico, ¡y nuestros casos de éxito nos avalan!



La tecnología al servicio de tu óptica

Un buen software de gestión es fundamental en el día a día de tu óptica. ANESOFT, nuestro software exclusivo para asociados, te permite optimizar el control de inventarios, organizar las ventas y pedidos, gestionar citas y mucho más. Además, con la integración de WhatsApp, tendrás una comunicación directa con tus clientes, enviando recordatorios de citas, confirmaciones y promociones. Todo esto mejora la satisfacción del cliente y fideliza a los pacientes.

ANESOFT está diseñado por y para el óptico independiente. Es visual, intuitivo y se actualiza continuamente para ofrecerte lo mejor del mercado.



ANEOP: Más fuerza y representación para tu óptica

Gracias a nuestra incorporación a FEDAO, hemos dado un paso estratégico para fortalecer la voz del óptico independiente en el sector. Esto nos permite defender con mayor peso los intereses de los empresarios ópticos, dándote representación en las decisiones clave del sector.

Pertenecer a FEDAO también fomenta el intercambio de conocimientos y mejores prácticas, ayudándonos a adaptarnos rápidamente a nuevas tecnologías y normativas. Si buscas más competitividad y visibilidad para tu óptica, ANEOP es tu mejor aliado.

Más de 400 ópticas y profesionales en toda España ya forman parte de nuestra asociación.

¿Tú también quieres hacer crecer tu negocio y estar mejor representado?

Asóciate ahora en www.aneop.com

NOTICIAS EMPRESARIALES DE ANEOP

Asociación Nacional de Empresas de Óptica y Profesionales



¿Estás preparado para sobrevivir en este mercado?



¿Te sientes realmente competitivo?



¿Tienes la información actualizada que necesitas?



¿Quién está ahí para ayudarte a crecer?



¿Quién defiende tu óptica frente a las grandes cadenas?



¿Sientes que estás solo en este sector?



Asesoría legal especializada: A través de nuestro Buzón de Consulta, gestionado por una Asesoría Jurídica experta, ya hemos resuelto más de 1.200 consultas. Incluye incidencias laborales, fiscales, garantías con clientes, y normativa sanitaria. Defendemos tus derechos ante Hacienda y otras instituciones públicas.



Representación institucional: ANEOP te representa ante AEMPS, FEDAO, Colegios Profesionales y otros organismos clave del sector. Tu voz cuenta, y nosotros nos aseguramos de que sea escuchada.



Defensa de las ópticas independientes: Somos los únicos defensores firmes y genuinos de los intereses de las ópticas "independientes", frente a las grandes cadenas y franquicias. Luchamos contra la Refracción Remota, que amenaza la calidad y seguridad de tus servicios.



Comunidad de apoyo inmediata: Únete a nuestros grupos de Telegram y resuelve tus dudas al instante con otros asociados. Compartimos experiencias y soluciones, divididos por áreas (Óptica, Audiología, Marketing, etc.). Nunca estarás solo.



Observatorio de venta online: Estamos tramitando ante las AEMPS la creación de un Observatorio de Venta y Dispensación de Productos Sanitarios, para garantizar la seguridad y calidad en las ventas por internet.



Tecnología para tu óptica: Accede a ANESOFT, nuestro software exclusivo para asociados. Gestiona tu óptica de forma intuitiva y eficiente. Además, nuestra extranet ANESHOP te permite comprar productos de terceros y acceder a promociones de proveedores de manera rápida y sencilla.

¿A qué esperas? ¡Únete ahora!

Más de 400 ópticas en toda España ya confían en nosotros.

Visítanos en www.aneop.com

¡Súmate a ANEOP!

MiYOSMART estrena nueva web para reforzar su compromiso en la lucha contra la miopía infantil

HOYA continúa invirtiendo amplios recursos en su lucha contra la miopía infantil. La compañía japonesa ha dado un paso más en su campaña de concienciación con la renovación de su web www.miyosmart.es. Este espacio digital, destinado a padres, pacientes y profesionales del cuidado visual, ahora incluye nuevos contenidos, vídeos explicativos y recursos esenciales sobre su lente oftálmica diseñada para la gestión de la miopía en niños y adolescentes.



Eficacia probada, una preocupación para padres y profesionales de la visión.

HOYA subraya en su nuevo contenido la eficacia de MiYOSMART, que actualmente cuenta con la que mayor evidencia científica en lente oftálmica y cuyos últimos resultados probaron la ausencia de efecto rebote en el cese del tratamiento, un dato muy significativo para frenar el avance de la miopía y que hasta ahora inquietaba a muchos padres y profesionales de la visión.

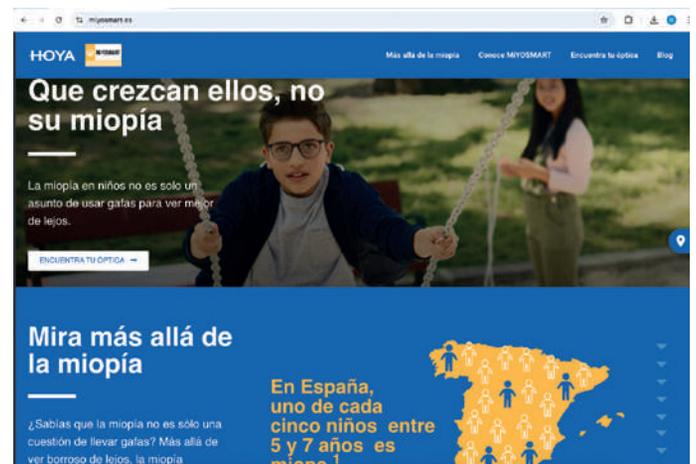
Además, de cara al futuro, HOYA avanza en su desarrollo con el próximo lanzamiento de un rango de fabricación ampliado hasta -13.00 D, asegurando que más niños con miopía alta puedan beneficiarse de esta solución innovadora.

Nuevo espacio digital dentro de la campaña MiYOSMART de concienciación

Dentro la actual campaña de HOYA contra el avance de la miopía, que comenzó el pasado septiembre con cuñas y menciones en La SER y en Los40, y que continuará hasta el próximo diciembre, la compañía japonesa renueva su espacio digital para ayudar a concienciar a padres de niños y niñas miopes, y como herramienta de negocio para los profesionales del cuidado de la visión.

Con estas acciones, HOYA reafirma su compromiso de liderar la lucha contra la miopía infantil y de proporcionar herramientas eficaces y accesibles para garantizar un futuro más claro y saludable para las próximas generaciones.

La nueva web www.miyosmart.es ofrece una visión más interactiva y completa sobre la innovadora Tecnología D.I.M.S. de MiYOSMART. Entre sus principales actualizaciones destacan los vídeos gráficos que ayudan a explicar el funcionamiento de la lente y sus beneficios. Además de la información más técnica de MiYOSMART, la web incluye un localizador de las ópticas certificadas MiYOSMART, testimonios de pacientes y profesionales de la visión, así como un blog dedicado a padres de niños y niñas miopes, preocupados por la salud visual de sus hijos.



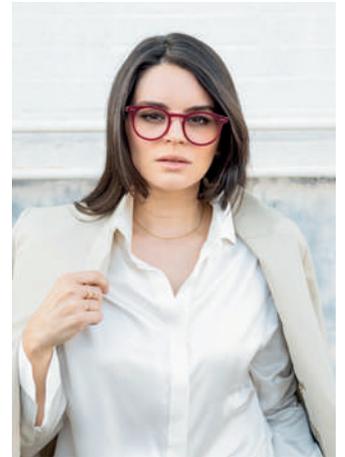
HOYA renueva su web www.miyosmart.es con contenidos e información útiles para profesionales de la visión y padres de niños y niñas miopes.

ERKERS

EST 1879

Exclusividad artesanal basada en una tradición de 145 años de historia

Erker's 1879 incorpora la nueva línea Bay Window a su colección, además de tres nuevos modelos de su serie de producción limitada, Special Reserve. Todas las monturas presentan elementos de diseño que reflejan los 145 años de la marca en el negocio óptico, honrando un legado que ha pasado por cinco generaciones.

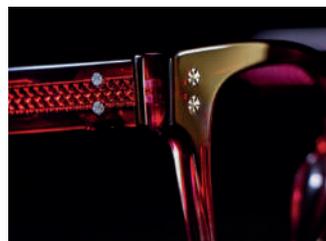
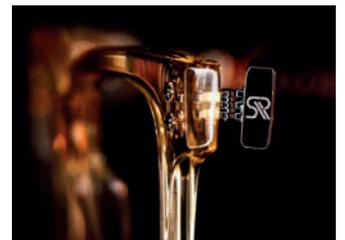


La nueva colección Erker's Bay Window, moderna y sutil, introduce 18 nuevos modelos de monturas de graduado y 4 de gafas de sol, todos disponibles en cuatro colores.

La nueva colección Bay Window introduce 22 modelos de monturas hechas a mano, de los cuales 18 son modelos de graduado y 4 son gafas de sol, todos disponibles en cuatro colores. Diseñada en la paleta característica de la marca, moderna y sutil, esta colección combina metales clásicos con mezclas de colores personalizadas. Cada pieza, creada para durar toda la vida, se elabora artesanalmente en un proceso de 48 pasos con materiales de alta calidad como titanio ligero, acero quirúrgico y acetato duradero.

Continuando con su tradición de vincular los modelos a historias de la marca, la colección Bay Window se inspira en la pieza más antigua conocida de la historia familiar de los Erkers. Hace más de dos siglos, un bebé fue dejado de forma anónima en un rincón de un ventanal de una vivienda en un pequeño pueblo alemán, huérfano y sin nombre. Al niño se le dio el apellido Erker, que en alemán significa "ventanal", en honor a este comienzo en su vida. Hoy, la generación actual de los Erker sigue encontrando inspiración en su historia familiar, tomando detalles de la arquitectura histórica de su ciudad para diseñar sus gafas. Como símbolo de esta colección, cada montura lleva un icono de ventana salediza en las varillas, con el año de fundación de la marca grabado en el lado opuesto.

La serie Special Reserve, exclusiva y de producción limitada, eleva el diseño de Erker's 1879 con insignias especiales y elementos de plata pulidos a mano en cada montura. Ahora se han añadido tres nuevos modelos de gafas de acetato a la serie: Kilpatrick, Paulos y Sedes, cada uno disponible en cuatro colores. De cada color, se fabrican únicamente 100 unidades, que no volverán a producirse.



La serie Special Reserve, exclusiva y de producción limitada, eleva el diseño de Erker's 1879 con detalles especiales y elementos de plata pulidos a mano en cada montura.

opti Munich desvela las tendencias ópticas

A lo largo de cuatro pabellones y dentro de las áreas de diseño y monturas, desvelará como primicia las tendencias del sector óptico para el próximo año 2026. El pabellón C3 albergará el nuevo centro de información, conocimiento y redes de opti: el opti HUB ARENA. El pabellón C4 sorprenderá a los visitantes con otra primicia: TOMORROW VISION, el espacio conjunto de nueve fabricantes líderes de lentes de contacto, que presentará a ópticos y optometristas las grandes ventajas de las lentillas.



DISEÑO

En conferencias, mesas redondas y visitas guiadas, la investigadora de tendencias en gafas Selin Olmsted, de Nueva York, explicará cómo los materiales, el diseño y la tecnología determinan las tendencias en monturas en 2026. La base para ello es su actual informe Eyewear Trend Report 2026. También compartirá sus conocimientos sobre el apasionante mundo de la realidad aumentada, la realidad virtual y las gafas inteligentes. Nuevo premio del público de opti: Por primera vez, los visitantes de opti podrán votar por su montura favorita. La montura con más votos será distinguida con el «opti FRAME STAR – The Audience Award». Ideas que subyacen a este premio: aumentará la interacción entre expositores y visitantes, y proporcionará a una tendencia de compradores potenciales una indicación aproximada de hacia dónde podría llevarnos el viaje del diseño en 2025. Nuevo diseño: La zona YES del pabellón C1, con 100 marcas de diseñadores independientes, volverá a poner de relieve el fuerte enfoque de diseño de opti en 2025. Un enfoque que también se enfatizará con la presentación del cuarto opti BOX AWARD para la start-up más innovadora en el campo de las monturas. El presidente del jurado es el bloguero y redactor jefe de 'The Optical Journal', Daniel Feldman.

ÓPTICA

La gran novedad en este campo es TOMORROW VISION en el pabellón C4 como área conjunta de conocimiento y presentación para los fabricantes de lentes de contacto Alcon, Bausch + Lomb, CooperVision, Hecht, Hetych, Meconic, MPG&E, SwissLens y Wöhlk que han montado sus stands individuales alrededor de su área conjunta. El objetivo de TOMORROW VISION es presentar a los ópticos las numerosas ventajas de las lentes de contacto, por ejemplo, cómo pueden atraer a nuevos clientes de lentes de contacto, cómo ofrecer a los ya existentes un servicio aún mejor y cómo pueden establecer y ampliar las lentes como un segmento de negocio muy rentable. Todos los proveedores relevantes de refracción y diagnóstico, así como los proveedores de lentes y máquinas, se encuentran también en los pabellones C3 y C4, que son centros

de innovación por derecho propio. Por ejemplo, opti VISIONARY, en el pabellón C3, con sus empresas emergentes y recién llegadas que muestran innovaciones en los campos de la inteligencia artificial, las soluciones de software, la refracción, el diagnóstico y el asesoramiento empresarial.

CONOCIMIENTO

El corazón de la información de opti late en el pabellón C3, que reúne cuatro centros temáticos diferentes en un gran y concentrado opti HUB ARENA. Los cuatro HUBs, opti FUTURE VISION HUB, opti MYOPIA HUB, opti NEXT GENERATION HUB y opti SUSTAINABILITY HUB, forman un mercado del conocimiento con el mayor potencial de encuentro posible para todos los visitantes de opti. Los temas tratados en los hubs en forma de conferencias, presentaciones o mesas redondas abarcan desde previsiones de tendencias en gafas, enfoques terapéuticos de la miopía y entregas de premios hasta el primer encuentro nacional de profesores de formación profesional y ofertas de citas rápidas para la PRÓXIMA GENERACIÓN.

NETWORKING

El tráfico hacia y en el opti HUB ARENA estimula la comunicación y el intercambio entre los visitantes, fomenta la creación de redes, las sinergias y las nuevas ideas y, por supuesto, la oportunidad de hacer negocios. El opti RUNWAY BAR es también la zona perfecta de reunión y refrigerio. Se trata de un punto de contacto neutral en cuanto a marcas para todos los visitantes de la feria y un lugar para eventos más pequeños. En el opti NEXT GENERATION HUB del pabellón C3, la PRÓXIMA GENERACIÓN, es decir, los aprendices, estudiantes en prácticas y estudiantes de grado y máster, también pueden intercambiar ideas. Aquí comienzan también las visitas guiadas opti NEXT GENERATION precisamente para esta generación aún en formación, que puede obtener información detallada sobre posibles programas de formación y perfeccionamiento en universidades, escuelas superiores de ciencias aplicadas y otras instituciones en el opti CAMPUS, astutamente situado al lado.

DIVERSIÓN

Por último, pero no por ello menos importante, en opti también habrá mucha diversión y fiesta. Además de numerosas fiestas en los stands, la ya legendaria opti PARTY se celebrará el viernes 31 de enero de 2025 a partir de las 19.00 horas.

“Las áreas centrales de opti siempre han sido la óptica y el diseño; en los últimos años ha surgido una tercera: el networking. Esto ha convertido a opti en el centro de información del sector, el evento de networking, el primero del año, donde la industria, los ópticos y otros expertos del sector se reúnen e intercambian ideas y, por supuesto, hacen negocios. Así que parecía lógico centrar la innovación en estos ámbitos. Algunos de los muchos resultados: un nuevo premio de diseño, un nuevo concepto de hub y TOMORROW VISION, la nueva plataforma de conocimiento conjunta de nueve fabricantes líderes de lentes de contacto”, ha explicado Cathleen Kabashi, directora de opti.

Puedes obtener más información y pases para asistir a la feria en: www.opti.de



Marc O'Polo

EST. IN STOCKHOLM

EYEWEAR

 **25**
ESCHENBACH
IN SPAIN SINCE 1999



ESCHENBACH OPTIK, SL
FARELL 9 6ª PLANTA 08014 BARCELONA
934 233 112 MAIL@ESCHENBACH-OPTIK.ES

'Ver para Crecer' lleva a cabo en Tenerife una acción con personas con diversidad funcional

El proyecto 'Ver para Crecer' de la Fundación Cione Ruta de la Luz ha llevado a cabo su tercera misión óptica sobre el terreno en Canarias, en la que ha sido su primera acción para mejorar la salud visual de personas con diversidad funcional. En el transcurso de esta acción, ópticos voluntarios de esta iniciativa revisaron la vista de noventa personas en el área de discapacidad de San Juan de Dios Tenerife. Prácticamente todas necesitaron gafas, o bien actualizar la corrección de las que ya usaban.



"Ver para Crecer", de la Fundación Cione Ruta de la Luz, realizó una nueva acción con personas con diversidad funcional en las instalaciones del Centro Psicopedagógico, correspondiente al Área de Discapacidad de San Juan de Dios, en Tenerife.

En esta ocasión la misión óptica tenía lugar en las instalaciones del Centro Psicopedagógico, correspondiente al Área de Discapacidad de San Juan de Dios Tenerife, cuya colaboración en el proyecto ha sido imprescindible. Así, 90 personas, de entre 17 y 80 años, que habían sido convocadas de forma previa por San Juan de Dios, recibían una atención visual integral gracias a la labor de ocho personas voluntarias, tres ópticos y cinco ayudantes más, a cuya labor se añadió también la inestimable colaboración del personal del Centro.

Delioma Hernández, psicóloga del Área de Discapacidad de San Juan de Dios Tenerife, explica que, "a través de nuestro modelo centrado en la persona, evaluamos la calidad de vida de las personas usuarias de manera integral. Esto incluye el área de salud y seguridad, donde valoramos todas las necesidades médicas que puedan surgir, como las revisiones ópticas, ginecológicas o traumatológicas, a las que muchas veces no pueden acceder debido a dificultades de comunicación". En este sentido, la gerente de la Ruta de la Luz, Cristina López-Mora, destacaba que "ha sido un evento sin precedentes en Ver para Crecer, puesto que, en muchos casos, los beneficiarios de la acción eran personas con dificultades para comunicarse". "Agradecemos muchísimo el esfuerzo que ha hecho San Juan de Dios, pero sobre todo el trabajo que resulta evidente que hacen cada día con estas personas", añade López-Mora.

Para Antonio Pérez, coordinador del Área de Discapacidad San Juan de Dios Tenerife, "poder cubrir esta necesidad básica y mejorar la salud visual de nuestros usuarios nos llena de satisfacción y reafirma nuestro compromiso de seguir trabajando por su bienestar". Por su parte, María de la Rosa, directora de Discapacidad y Solidaridad, expresa su profundo agradecimiento a la Fundación Cione Ruta de la Luz y su proyecto 'Ver para crecer'. "Gracias a esta iniciativa, nuestros residentes han podido acceder a evaluaciones visuales especializadas, lo cual es fundamental para detectar posibles alteraciones conductuales asociadas a problemas de visión".

Borja Castrillón fue uno de los ópticos voluntarios que cedió su trabajo para llevar a cabo las revisiones visuales. "El 90% de las personas que han acudido necesitaban corrección óptica o bien actualizar la que llevaban", aseguraba. En una intensa mañana, los profesionales de la salud visual encontraron graduaciones muy desactualizadas, con astigmatismos altos, de 3 y 4 dioptrías, e incluso una graduación de +18 dioptrías. "Hemos logrado mejorar mucho la agudeza visual de todos los pacientes, con una media superior al 70% para todos ellos", confirma el óptico. "Todo lo que hacíamos, tenía repercusión emotiva en los beneficiarios. Ha sido estremecedor", afirmaba, recordando, sobre todo, el caso de un chaval de 17 años. "Estaba incómodo y quería irse. No llevaba gafas, a pesar de tener 6 dioptrías de hipermetropía. Y, cuando después de graduarle le puse la gafa de prueba, se paralizó, miró a la asistente que le acompañaba, como si fuera la primera vez que la veía, y le dijo: ¡qué guapa eres! Fue un momento genuino. Otros, lloraban cuando comprobaban cómo iban a ver con sus gafas nuevas, o nos mandaban besos... ha sido indescriptible sólo con palabras".

El proyecto 'Ver para Crecer' acerca la salud visual a personas en situación de vulnerabilidad, de manera que quienes necesitan unas gafas porque su situación coyuntural no les permite costeárselas, las reciben nuevas, hechas ex profeso para su graduación actual, y de forma gratuita.



90 personas, de entre 17 y 80 años, recibieron una atención visual integral gracias a la labor de los voluntarios, ópticos, ayudantes y personal del centro psicopedagógico tinerfeño de San Juan de Dios.

SEEDTM

EURO
Lent

SEED1dayPureTM

シード ワンデーピュア イードフ

EDOFTM

EDOF ES EL FUTURO



La primera lente de contacto de reemplazo DIARIA con profundidad de foco ampliada (EDOF) fabricada en Japón

Amplio programa fabricación

+5.00dpt. > -12.00 dpt.

Adición Low, Middle, High

EDOF

Extended Depth Of Focus

POWERED BY TECHNOLOGY OF



Brien Holden
VISION INSTITUTE

**Nuevos WEBINARS
solicita información
webinar@eurolent.com**

Tel.: 916 418 906
info@eurolent.com
www.eurolent.com

Tendencias sin etiquetas y diseños que rompen esquemas en su colección primavera/verano

La próxima temporada primavera/verano 2025, Dutz Eyewear -marca distribuida en España por MyCube- regresa con una colección que reimagina el diseño en gafas. Inspirada en el arte contemporáneo, la naturaleza y las últimas tendencias de moda, la nueva línea combina colores vibrantes, formas atrevidas y acabados impecables. Cada modelo es una celebración de creatividad, artesanía y el inconfundible estilo "So Dutz".



Para ellas: Elegancia y frescura en cada montura

Las mujeres encontrarán en esta colección diseños llenos de carácter, con colores que marcan tendencia y detalles únicos:

- **Sunset Coral (Modelo DZ2352-76):** Capas de acetato ombré en tonos fucsia, marrón y coral, que crean un juego de sombras y luz que evoca elegancia y profundidad.
- **Lemon & Lime (Modelo DZ2354-15):** Una explosión gráfica en blanco y negro con un ribete amarillo limón y varillas metálicas, para quienes buscan gafas que no pasen desapercibidas.
- **Aquatic Awe (Modelo DZ886-46):** Transparencias en azul aqua combinadas con tonos tierra, perfectas para un look sereno pero llamativo.



Para ellos: Confianza y estilo con un toque moderno

La colección masculina apuesta por monturas que mezclan materiales y colores para reflejar personalidad y sofisticación:

- **Chunky Square (Modelo DZ2351-65-55):** Diseño geométrico en rojo y verde oliva, con templos en Havana para un equilibrio perfecto entre audacia y elegancia.
- **Rugged & Earthy (Modelo DZ881-45):** Una montura de metal en azul marino con un sutil detalle de impresión 3D en madera marrón/rojo, ideal para quienes aprecian un estilo refinado con toques naturales.
- **Moonlit Grey (Modelo DZ883-85):** Acero inoxidable en tonos gris con un acento naranja vibrante, un diseño masculino con carácter.



Unisex: Tendencias sin etiquetas

Dutz redefine las colecciones unisex con modelos que combinan diseño contemporáneo y funcionalidad:

- **Bold & Bright Blue (Modelo 2355-46):** Hexagonal y audaz, con un mosaico en azul y camel que mezcla acetato y metal, perfecto para los que quieren destacar con sofisticación.

MYCUBE

es una empresa de distribución óptica de firmas internacionales y nacionales. Sus partners internacionales son Dutz Eyewear y Lara D' Eyewear. A nivel nacional, tienen su propia firma de gafas de km0, lola, y su innovadora colección de monturas en impresión 3D con alma y estructura metálicas, etc. Para descubrir estas marcas únicas y audaces, visita mycube.es

VisionLab presenta Kümer IA, las nuevas lentes con IA creadas, fabricadas y testadas en España

VisionLab presentó en fechas pasadas Kümer IA, sus nuevos cristales creados mediante Inteligencia Artificial, en su tienda de Callao. Anne Delmas, directora general de VisionLab, y su equipo de expertos, así como Carolina Gago, directora general de IOT, mostraron a los medios de comunicación, entre los que se encontraba la revista Lookvision, las características de estas lentes, sus diferentes usos y la adaptación de la IA según el comportamiento de cada ojo, con la finalidad de crear una lente única y perfecta para cada usuario.



Desarrollados, testados y fabricados 100% en Madrid junto a IOT, una de las empresas tecnológicas de referencia en innovación y en el I+D del sector óptico, que opera en 74 países, los cristales Kümer IA son el resultado de ocho años de investigación conjunta y utiliza la Inteligencia Artificial, a través de un potente algoritmo que es capaz de crear perfiles visuales únicos para cada usuario. Basándose en un sistema experto que contiene perfiles visuales, por datos de uso y satisfacción de más de 70.000 personas en España, la inteligencia artificial utiliza bases de datos complejas y sistemas de aprendizaje automático para corregir los problemas visuales de cada persona y crear una lente totalmente personalizada.

El hecho de que todos los ensayos se hayan desarrollado en España es fundamental, porque la creación del mejor cristal para cada persona se construye en base a la experiencia anterior de miles de personas usando estos cristales en condiciones y entornos similares a nosotros. En la creación de la lente se contemplan los datos biométricos del usuario, así como los datos de hábitos y estilo de vida, el comportamiento en el trabajo, uso doméstico, tiempo en exteriores, entre otros. De manera que la lente creada garantiza una personalización completa, con una visión óptima, campos de visión más amplios y estabilidad en cualquier dirección de mirada.

Realizada la graduación, el óptico se apoya en un asistente virtual que guía al usuario a través de un cuestionario digital con el fin de poder crearle una lente única y perfecta para él. Una vez que la Inteligencia Artificial ha creado el diseño de la lente, esta se fabrica (de una en una) en la fábrica de cristales de VisionLab en Madrid.

VisionLab, pionera en innovación y tecnología desde hace casi 40 años, incorpora en todas sus tiendas –108 propias en España y Portugal y un equipo de más de 600 profesionales–, la tecnología IA para cristales graduados monofocales, antifatiga y progresivos. Y en los primeros estudios posteriores realizados para este tipo de graduaciones, el grado de satisfacción de los usuarios, alcanza cerca del 100%. Por su parte, IOT se fundó en España, en 2005, como una spin-off de la Universidad Complutense de Madrid creada por tres físicos expertos en óptica. El objetivo de la empresa fue dotar a los laboratorios fabricantes de lentes oftálmicas de la tecnología y los servicios para vender y fabricar las mejores lentes. IOT es una empresa global que opera en más de 74 países, con sedes en Madrid, Los Ángeles y Minneapolis para proporcionar un apoyo integral desde el inicio de la creación del producto hasta su fabricación y puesta en el mercado.



Anne Delmas, directora general de VisionLab, y Carolina Gago, directora general de IOT, durante la presentación de Kümer IA.

Innovación, formación y sostenibilidad los pilares de MIDO 2025

Del 8 al 10 de febrero MIDO 2025 abre sus puertas para dar la bienvenida a más de 1.200 expositores procedentes de más de 50 países. Esta edición, la feria internacional cuenta con 7 pabellones a lo largo de los que se mostrarán las últimas novedades en eyewear, lentes, contactología, maquinaria y formación.



En comparación con la edición anterior, los organizadores han dispuesto aproximadamente 1.000 metros cuadrados adicionales en los 7 pabellones de Fiera Milano Rho para garantizar que todos dispongan del espacio necesario para mostrar sus colecciones e innovaciones de la mejor manera posible. En concreto, el pabellón 6 se ha ampliado para acoger las áreas Academy, Start-Up y MIDO Tech, así como una nueva instalación de inspiración verde diseñada para reflejar el inconfundible estilo de los típicos pueblos italianos. Los pabellones 2 y 4, dominio de Design y Design Tech, también han ganado más espacio para las innovaciones y la vanguardia. Los demás pabellones también experimentaron renovaciones en sus instalaciones y distribución: el pabellón 1, con su Fashion District, imperio de la moda y el lujo, cuya plaza acogerá la ceremonia de entrega de los Premios MIDO (que tendrá lugar el sábado 8 de febrero a las 17.00 horas); el pabellón 3, área dedicada a lentes, tecnología e innovación; y los pabellones 5 y 7 que albergan FAiR EAST, escaparate de las grandes y pequeñas empresas del ámbito empresarial asiático.

Totalmente renovado, incluido su nombre, The Vision Stage, se convertirá en un centro de reunión para profesionales de las gafas, innovadores y visionarios. Ofrecerá un completo calendario de conferencias, paneles y talleres que abarcan desde las tendencias mundiales al Made in Italy, pasando por la sostenibilidad o las innovaciones tecnológicas.

Mido 2025 ofrecerá un completo programa de eventos

Entre los eventos más destacados, el sábado 8 de febrero, dos encuentros centrados en las tendencias: a las 11 h, la periodista Alessandra Albarello hablará sobre Tendencias 2025, mientras que a las 12 h, la diseñadora de color Francesca Valan celebrará una sesión sobre “Las nuevas dimensiones del color”. A continuación, a las 13.30 horas, conferencia de prensa con presentación de “La lente del tiempo”, un proyecto de ANFAO que celebra la conexión entre innovación y tradición, con una exposición exclusiva en el histórico Palazzo Flangini de Venecia. A las 16.00 horas, la sala plenaria acogerá “Rompiendo barreras ópticas: Women Who Conque-

red the Climb to Success”, un acto de actualidad organizado por OWA, la Asociación de Mujeres Ópticas, y promovido por MIDO sobre las aportaciones de las mujeres en la industria óptica.

Para el domingo 9 de febrero también hay numerosos actos programados, comenzando con una reunión a las 11 de la mañana, OOPS, lo he vuelto a decir, sobre el tema de la Diversidad, la Equidad y la Inclusión, organizada por ANFAO. El invitado de honor es el actor y escritor Paolo Ruffini, que nos guiará por el mundo del lenguaje inclusivo con humor y compromiso. A las 13.00 horas, WGSN, líder mundial en análisis de tendencias, presentará Future Consumer 2026, un análisis de los cuatro perfiles de consumidor que definirán el año 2026. A las 15.00 horas, el evento Deporte y Visión: la importancia de la salud visual en la práctica deportiva, promovido por la Eyecare Commission, traerá a MIDO a otro invitado de honor: el ex futbolista Alessandro (Billy) Costacurta, que hablará sobre el papel de la visión en el deporte. Entre los momentos más esperados, el domingo a las 16h, presentación de los datos del estudio de mercado Optical Monitor, desarrollado por GFK para MIDO. Este evento ofrece una visión exclusiva de las tendencias de consumo en los principales mercados de gafas (Italia, Francia, Alemania y Estados Unidos), proporcionando información crucial para comprender las necesidades del mercado global y planificar estrategias de éxito. Los actos del domingo en The Vision Stage concluirán a las 17.00 horas con Visiones compartidas: proyectos y perspectivas de integración entre los sectores óptico y médico, organizado por Fabiano Gruppo Editoriale en colaboración con ANFAO, ANFAO Lens Group, Federottica y MIDO. El objetivo del encuentro es promover el diálogo permanente entre los actores de la cadena de suministro óptica y del área médico-oftalmológica, con la mirada puesta en el futuro, manteniendo un sano respeto por sus respectivos roles profesionales. El lunes 10, de especial interés, la cita de las 11 de la mañana comisariada por ANFAO sobre Sostenibilidad, con Anna Zandanel que analizará el papel de los criterios ESG en la industria de las gafas; y, a mediodía, una presentación de STEPIC Innovations 2026 sobre las 12 tendencias que remodelarán el mundo en 2026 en términos de sociedad, tecnología, medio ambiente, política, industria y creatividad, producida por WGSN.

El área Vision Stage también acogerá presentaciones y conferencias comisariadas por empresas líderes, editores y asociaciones comerciales. Estos encuentros ofrecerán a los profesionales del sector un panorama completo y detallado de las innovaciones, retos y oportunidades de la industria óptica.

MIDO se celebra en Fiera Milano Rho, Strada Statale del Sempione 28, del sábado 8 al lunes 10 de febrero con el siguiente horario: Sábado y domingo de 9 a 19 h y lunes de 9 a 18 h. Si vas a asistir a la feria, puedes obtener tu pase en www.mido.com - Además, para estar siempre al día de las novedades del MIDO, visite su web y redes sociales: Instagram (@mido_exhibition), Facebook (@MIDOExhibition), X (@MIDOExhibition) y LinkedIn.

ICEBERG

Lanza la nueva colección eyewear junto a AVM 1959

ICEBERG celebra su 50° aniversario eligiendo a AVM 1959 para el lanzamiento de su nueva colección de gafas "para conmemorar sus 50 años de historia". Medio siglo de historia, caracterizado por una constante sincronía con el espíritu de los tiempos, una visión siempre propositiva, creativa y en evolución.



La reconocida marca italiana de moda confía en la experiencia de la histórica empresa de Volta Mantovana, AVM 1959, firmando un acuerdo de licencia para la línea de gafas. Los modelos debutaron en la pasarela de la colección primavera/verano 2025 de ICEBERG durante la Semana de la Moda de Milán y serán presentados en el mercado en MIDO Eyewear Show de Milán, en el Hall 4, stand K12-K14, del 8 al 10 de febrero.

Las gafas de ICEBERG serán distribuidas en una red selecta de ópticas y a través de Key Accounts a nivel mundial. El diseño, la producción y la distribución de las gafas están a cargo del equipo de AVM1959, que colabora estrechamente con James Long, Director Creativo de ICEBERG.

"Estamos encantados de emprender este nuevo camino con ICEBERG. Hemos puesto nuestros más de 60 años de experiencia en la industria de gafas al servicio de la marca con una colección que representa lo mejor de la moda italiana aplicada a las gafas, y estamos satisfechos con esta colaboración", comenta Jacopo Romano, CEO de AVM1959.



Los modelos de sol y de vista se presentaron en la pasarela de la colección primavera/verano 2025 de ICEBERG durante la Semana de la Moda de Milán y serán lanzados al mercado óptico en Mido.

TDSO celebra el año nuevo y la festividad de Reyes con su tradicional “Fiesta del Roscón”

Como cada año, TDSO –Taller de Desarrollo de Sistemas Ópticos– ha organizado en la sede madrileña de la empresa su tradicional “Fiesta del Roscón”, un evento ya clásico que reúne a empleados, clientes, amigos, proveedores y profesionales de la óptica, en un ambiente festivo y lleno de tradición, en torno a roscones de Reyes para celebrar el comienzo del nuevo año y la “Noche de Reyes”.



Roscones, amistad, alegría y buen humor presidieron la celebración de la “Fiesta del Roscón” que organiza TDSO a principios de año.

Los protagonistas centrales de la “Fiesta del Roscón” son grandes roscones de Reyes, decorados con frutas escarchadas, que en TDSO van rellenos de ricos productos ibéricos, principalmente jamón, lomo y chorizo, así como por nata para los más golosos. Durante la celebración, los asistentes a este evento festivo y entrañable –entre ellos la revista Lookvision–, brindamos por el nuevo año 2025 y celebramos la festividad de Reyes con la gran familia TDSO, encabezada por su director-gerente, Javier Martín, un perfecto anfitrión que nos deleita con su amabilidad, cercanía y excelente trato, el mismo que dispensa él y su empresa a todos sus clientes para ofrecer el mejor servicio a las ópticas en lo referente al montaje de lentes en todo tipo de monturas: de acetato, metal, taladros, graduadas, de sol y deportivas para cualquier actividad, desde buceo hasta ciclismo o natación. También dispone de repuestos, accesorios y suplementos de sol para gafas, así como servicio de reparación de todo tipo de gafas, incluso con soldadura láser para titanio y otros metales gracias a poseer equipamiento de última generación como el láser de soldadura Performance, de la marca alemana Coherent, y maquinaria Essilor de última generación.

Javier Martín, director-gerente de la empresa, nos comentaba durante la “Fiesta del Roscón 2025”: “Con nuestros equipos de última generación y expertos profesionales hacemos frente a un gran volumen de trabajos de taller, reparación y montaje de gafas con extrema precisión y acabados perfectos en tiempos récord, prácticamente en 24 horas, y a unos precios altamente competitivos. Nos encontramos en la Comunidad de Madrid, pero nuestra área de trabajo da servicio tanto a pequeñas ópticas como a grandes cadenas de ópticas y a grupos independientes de toda la península”.

La “Fiesta del Roscón” de TDSO ha sido, un año más, un buen momento para reforzar lazos y compartir metas para el año que comienza y no solo refleja el compromiso de la empresa con sus trabajadores, clientes y amigos, sino que también es una oportunidad para reafirmar los valores de equipo y profesionalidad que son pilares de su éxito. ¡Un inicio de año lleno de sabor y buenos deseos!

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

MASAO

EYEWEAR

AUDIOCALIA TOUR, UN NUEVO FORMATO DE FORMACIÓN PARA AUDIOPROTESISTAS



Audiocalia, la marca de audiolgía del grupo Opticalia, ha puesto en marcha su nuevo proyecto "Audiocalia Tour", una manera diferente de ofrecer formación de calidad a sus profesionales alrededor del país. Alicante ha sido el primer destino en el que se ha llevado a cabo este proyecto. Y es

que, para Audiocalia, la formación de sus profesionales es uno de sus pilares fundamentales como marca, por ello ha apostado por este nuevo proyecto que tiene como objetivo formar de una manera didáctica, a través de talleres impartidos por profesionales cualificados, a sus audiólogos alrededor de toda España. De esta manera, en fechas pasadas, más de 30 audiólogos de Murcia, Alicante y Albacete, se reunieron en el espacio Puntapiedra, donde se llevaron a cabo sesiones de formación y talleres impartidos por diferentes proveedores preferentes de Audiocalia como Oticon, Gn (Belton) y Bernafon. A su vez, contaron con la presencia de José Manuel Villarreal, tutor de Audiocalia, quien asesora a los audiólogos en su día a día y, en paralelo, es profesor de Audiología en la Escuela Vicente Moya y en la Universidad Europea.

De esta forma, Audiocalia, que sigue creciendo y ya cuenta con más de 258 centros audiológicos alrededor de España, cierra el año dando el pistoletazo de salida a este proyecto con el objetivo de acercar la formación de calidad a sus profesionales.

POR QUÉ SE DEBEN CUIDAR LOS OÍDOS TAMBIÉN EN INVIERNO



La llegada del frío también puede pasar factura a la salud auditiva, porque las inclemencias del tiempo o los cambios bruscos de temperatura pueden desencadenar infecciones virales de temporada que, en ocasiones, derivan también en problemas como los diferentes tipos de otitis. La prevención es clave para mantener saludables nuestros oídos. Actuar a tiempo es primordial, sobre todo para evitar posibles trastornos

mayores. Por ello, Joan Francesc Horvath, responsable de Audiología en Óptica & Audiología Universitaria, aporta los siguientes consejos imprescindibles: **Abrigar bien los oídos.** En temporada de bajas temperaturas es recomendable mantener los oídos bien protegidos y más si van a estar en entornos fríos como la nieve, pero también si se practican actividades deportivas o se dan paseos. Una buena alternativa para aislarlos del frío son los gorros de lana y unas orejeras o bufandas.

Vigilar los cambios bruscos de temperatura. Es habitual que pasemos de espacios de calefacción al frío de la calle. Es importante recordar que la exposición a estos cambios bruscos puede derivar también en problemas auditivos. Se debe procurar abrigarse adecuadamente antes de salir y quitarse ropa cuando convenga.

Realizar la limpieza adecuada. La higiene es clave. Limpiar exteriormente las orejas y secar bien los oídos después de cada ducha para evitar que se genere humedad dentro del conducto auditivo y prevenir así ciertas infecciones. Eso sí, evitar en lo posible el uso de bastoncillos u objetos similares al hacerlos. Y si se necesita una limpieza frecuente, por ejemplo, por la presencia de tapones de cera, será mejor acudir a un especialista.

Acudir a una revisión auditiva. Sobre todo, si se ha padecido una otitis o cualquier otra infección. Eso ayudará a descartar posibles afecciones de la audición y también mostrará un diagnóstico exacto de la salud auditiva. ¡El invierno es una buena excusa para hacerlo!

En invierno también resulta conveniente tomar medidas adicionales a aquellas personas que usan audífonos. Por ejemplo, es sabido que en esta época del año el oído segrega más cerumen como medida de protección ante el frío y eso puede provocar que los audífonos se ensucien más, por lo que habrá que intensificar su limpieza. Asimismo, se debe evitar la condensación dentro de la prótesis auditiva: lo ideal será eliminar las humedades innecesarias con un deshumidificador específico para audífonos. Y, por último, no hay que olvidar protegerlos de la lluvia y humedad, guardando los audífonos en una caja específica cuando no se utilicen. También los protegerá de la proliferación de bacterias.

NACE BELLSON BY MULTIAACÚSTICA



En un evento exclusivo realizado en fechas pasadas en Puntapiedra (Alicante), se presentó oficialmente Bellson by Multiaacústica, una nueva marca que busca transformar el panorama de los centros auditivos independientes. Respaldada por la sólida experiencia de la familia Gimeno –referente en el sector desde hace más de 70 años– y tras liderar la audiolgía en España a través de la histórica

empresa L.A.E.M. y actualmente con Multiaacústica, Bellson se posiciona como un aliado estratégico para los centros auditivos independientes ofreciendo soporte profesional en todas las áreas de negocio para que los centros auditivos puedan competir y prosperar en el mercado actual. Con el respaldo de un equipo experto y con la tradición de calidad que caracteriza a Multiaacústica, Bellson se compromete a ofrecer soluciones efectivas que fortalezcan la experiencia de los profesionales independientes y mejoren la experiencia auditiva de sus pacientes. Durante el evento también se presentó el primer producto de la marca: Bellson A1, una innovadora plataforma de audífonos que promete redefinir los estándares de calidad y comodidad en el sector.

JOSÉ LUIS OTERO ASUME LA DIRECCIÓN DEL NUEVO CLÚSTER DE EUROPA DEL SUR Y BRASIL DE GRUPO GN



José Luis Otero, que acumula una dilatada trayectoria profesional en Grupo GN de cerca de 25 años, amplía sus responsabilidades como Director General del Clúster de Europa del Sur y Brasil, que abarcará España, Brasil, Portugal e Italia. Otero ha formado un equipo y un negocio excepcionalmente sólidos en España, Portugal y más recientemente en Brasil, razón que ha inclinado a Grupo GN a otorgarle la responsabilidad de la Dirección General del nuevo clúster. Paolo Boffano, Director General de Italia hasta la fecha, de 64 años, había expresado su deseo de retirarse a finales de 2024. Para garantizar una transición fluida, Paolo continuará como consultor al menos hasta finales de 2025.

Alfonso Ríos Lavandeira (en la foto con José Luis Otero), asumirá el puesto de director adjunto del Clúster de Europa del Sur y Brasil. Con más de 20 años de experiencia en Brasil e Iberia, ampliará su responsabilidad a todo el Clúster, extrapolando ideas y experiencias entre los diferentes países. Sergio Ferrer, quien ha estado en GN como consultor desde junio de 2024 asumirá un nuevo rol como Country Manager para Brasil. Por su parte Carlos García, actualmente director de Grandes Cuentas para Iberia, ampliará sus responsabilidades actuales y se convertirá en Country Manager para España y Portugal. Por último, Giannandrea Nitais, quien actualmente forma parte del grupo directivo de Italia y ha logrado buenos resultados en los últimos años como director de Ventas, ampliará sus responsabilidades como Country Manager para Italia.



HEADBAND RÍGIDO
SEMIFLEXIBLE



TR90 DE ALTA CALIDAD

Mod. RiTU MAGNET

Con **RiTU** tú eliges



Mod. RiTU CASUAL



Mod. RiTU BINÓCULOS



gafas_de_lectura_ritu



www.ritu.es



ang@ritu.es



911 690 375

El Grupo Optim lanza en MIDO la colección Coca-Cola Eyewear

El Grupo OPTIM refuerza su presencia en el panorama óptico internacional tras la reciente firma de un acuerdo de licencia con Coca-Cola, cuya colección debutará en MIDO 2025 (Pabellón 2 - R63 - S69) en Milán. El lanzamiento tendrá lugar en España y Europa durante el primer trimestre de este año 2025.



Con más de 80 modelos en 4-6 variantes de color, la colección captura la esencia de Coca-Cola a través de diseños contemporáneos. La línea incluye gafas de sol, clip-ons y gafas graduadas, fabricadas con materiales de alta calidad y lentes polarizadas. Desarrollada bajo una licencia oficial de Coca-Cola, refuerza la prominencia de OPTIM en la industria óptica.

Emilio Linaje, CEO de OPTIM, destaca la importancia de esta colaboración: “Colaborar con Coca-Cola nos permite ofrecer un producto distintivo que refleja el compromiso de ambas marcas con la innovación y la excelencia”.

Con esta alianza, OPTIM sigue ampliando su portafolio global y fortaleciendo sus alianzas estratégicas.



La colección Coca-Cola Eyewear, que llega a España y otros países de Europa de la mano de Optim, incluye más de 80 modelos de sol y graduado.

VELADA

FRAMES SINCE 1980

Por ampliación de líneas de gafas de sol y monturas, precisa agentes comerciales para varias zonas.

Se requiere: experiencia en el sector óptico.

Se ofrece: atractivas comisiones, excelente muestrario y buen ambiente de trabajo.

Reserva absoluta a colocados.

Interesados enviar CV a: javier@grupovelada.com
o llamar al teléfono: 91 647 53 11 o 614 106 986.

Distropvision

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



ANNE MARI
we inspire women

JENS HAGEN
EYEWEAR



vistamax
EYEWEAR

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



Fabricante italiano (made in Italy) con más de 50 años de experiencia en el sector, para su filial en España, necesita comerciales para las zonas de:

Galicia, Asturias y Castilla León

Se requiere experiencia en el sector y vehículo propio.

Se ofrece amplio muestrario de graduado y sol.

Se ofrecen 1.000€ mensuales más comisiones.

Interesados contactar en el teléfono:

666 50 57 70

Absoluta reserva a colocados.



Por ampliación de muestrario, RiTU precisa delegados comerciales multi-cartera para las zonas de Cornisa Cantábrica/Cataluña/Levante/Andalucía y Extremadura.

RiTU dispone de un muestrario compatible, y que no canibaliza, con otros muestrarios de gafas-marcas convencionales, por lo que puede ser un extraordinario complemento para profesionales multicartera.

Interesados enviar curriculum vitae a: jcr@ritu.es
o contacten en teléfono: 911 690 375.



New Brands 2025

Empresa en expansión del sector óptico de monturas, busca comerciales serios y profesionales para proyecto estable en diferentes zonas.

Contacto por email adjuntando el CV
newbrands2025@gmail.com



Únete al Equipo de Asesores Comerciales de CentroStyle España

Seguimos creciendo en España.

CentroStyle, de la mano de LaSedeOptica, necesita reforzar el equipo comercial en la zona del País Vasco, Navarra, Burgos, Cantabria y Zaragoza.

Buscamos personas con don de gentes, experiencia comercial o gran actitud hacia la venta, que se encarguen de la gestión y desarrollo de una cartera de clientes ya establecida y fidelizada.

Se valorará experiencia comercial.
Imprescindible vehículo propio.

Visita nuestro catálogo de productos en
www.lasedeoptica.es

Envía tu CV a:
info@lasedeoptica.es

SE VENDE EQUIPO COMPLETO DE AUDIOLOGIA:

CABINA INSONORIZADA DE 90X90 COLOR BLANCO.

EQUIPO COMPLETO MARCA INVENTIS:

TRUMPET REM & AUD INVENTIS

VIDEOTOSCOPIO AURICAL OTOCAM 300

DRUM HEARING INSTR. TES BOX INVENTIS

INVENTIS TIMPANI - TIMPAOMETRO DE MANO/

LICENCIA REFLEJO PLUS

NOAHLINK WL CPD-1

HI-PRO 2 (5X FASTER)

NOAH SYSTEM 4 LICENSE

MANUALES DE TODO EL EQUIPO

TODOS CON TAN SOLO 2 AÑOS DE USO, CON EXTRAS PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DEL GABINETE AUDIOLOGÍA.

INTERESADOS ENVIAR CORREO A:
perishuerta@hotmail.com
o llamar al 628510294.

AVISTA

GAFAS

Precisa cubrir vacante en Andalucía Occidental para incorporarse a nuestro equipo comercial para la comercialización de nuestras marcas: Pepe Jeans, Benetton, Eassun...

Ofrecemos contrato mercantil y altas comisiones.

Interesados enviar Currículum Vitae a: avistagafas@avistagafas.com

peaklite ▶ **La máscara de
esquí más ligera**



evil eye

**Disponible con
tu graduación**

**Desarrollado con Daniel Zugg,
atleta profesional de esquí
de montaña austriaco**

evileye.com





evil eye

BACKLAND

SUI

60g

Stellest®

Essilor®

#1 la marca de lentes

más recomendada por los
profesionales de la visión*

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.

*Estudio cuantitativo realizada por CSA entre una muestra representativa de 958 oculistas independientes en febrero de 2019 - Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, España, EE. UU., Canadá, Brasil, China, India. **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 esféricas 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>. Las lentes Essilor® se consideran como dispositivos sanitarios según el reglamento de la UE 2017/745.

