

LookVISION

Nº 226 · MAYO/MAY – JUNIO/JUNE 2025

A

VALEA

#SISTERHOOD

Eileen & Mialy
MADE FOR A WOMAN

Discover more



A woman with curly brown hair, wearing a green trench coat and red-rimmed glasses, is smiling and talking on a silver mobile phone held to her right ear. A digital interface is visible on the lenses of her glasses, showing a globe with data points and a circular progress bar, symbolizing advanced technology and connectivity.

VIMAX ADAPTATIVE

Las lentes progresivas con AI
que más se adaptan a ti



PRATS reafirma su apuesta por la innovación con VIMAX ADAPTATIVE, su solución más avanzada de Inteligencia Artificial aplicada a lentes progresivas.

Esta tecnología revolucionaria permite diseñar lentes personalizadas para cada usuario, ofreciendo una experiencia visual única desde el primer momento en tu óptica.

Para seguir impulsando esta gama, PRATS lanza dos nuevas herramientas clave:

LUCKY ADAPTATIVE AI

Un reto que une tecnología y suerte.

Con cada venta de lentes VIMAX ADAPTATIVE, participa y gana premios pensados para ópticos como tú.

Descubre cómo participar:



VIMAX® ADAPTATIVE TOOL

Una web app pensada para apoyar el proceso de venta de estas lentes.

Permite la toma de datos con tu cliente de forma visual e intuitiva y enlaza directamente con la web de pedidos PRATS.

Descúbrelo aquí:



Optimizada para entorno Android /Chrome.



limited edition



FACE A FACE
30 YEAR ANNIVERSARY



humphreys-eyewear.com

25
HUMPHREY'S
eyewear

 **ESCHENBACH**

Eschenbach Optik, SL | Farell, 9, 6^a Planta 08014 | Barcelona
934 233 112 | mail@eschenbach-optik.es

sumario

Nº 226 · MAYO/MAY – JUNIO/JUNE 2025

10 Editorial.

12 J.F. Rey Allure of Metal, una declaración de elegancia para la mujer.



12



14

14 Entrevista. Michael Schmied, CMO de Silhouette.

20 iGreen: Versatilidad, comodidad y estilo para mujeres, hombres y niños.



20



22

22 Lanidor, elegancia cosmopolita.

24 Expocecop 2025 reunió a asociados y proveedores del grupo en una edición de éxito.



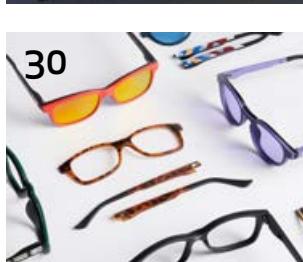
24

28 Yalea – The Portrait of Dreams: Se revela la segunda edición "Sisterhood"



28

30 FLiPO lanza nuevas monturas y presenta a Alex O'Dogherty como embajador de marca.



30

32 Nuevas Varilux Physio extensee: Alta intensidad visual en todas las condiciones de luz.



34

34 Alain Afflelou celebra la II Edición de su Talent Day.



53

44 Nano vista + Myop-K, la combinación perfecta para la miopía infantil.



34

46 El precio atrae, pero solo el valor retiene, por Carolina Lober.

52 Catálogo Prats 2025: la nueva mirada al futuro de las lentes.

53 Nano Sol Pocket, las gafas de sol plegables para niños llegan a las ópticas.

54 Visual, el software para ópticas que crece contigo.

58 El CGCOO presenta en el Congreso de los Diputados una propuesta de Ley General de Salud Visual.

59 Noticias.

68 Scalpers lanza su campaña 2025 con Mario Casas como protagonista.

70 INDO Y Rodenstock unen tecnología e innovación en el evento Stereovision.

72 I Congreso Internacional de Baja Visión organizado por la SEEBV.

73 Novedades en Sensorial Expert by PRATS con la revolucionaria solución Vimax SE Synaptic.

74 ICione Congress: La Inteligencia Artificial y la Realidad Aumentada en la Óptica y Audiología.

76 Natural Optics Group refuerza su compromiso con la salud visual infantil en una nueva jornada de #Invulnerables con Visión.

78 Optica2000 consolida su presencia en Madrid. Inaugura nueva tienda en el CC Intu Xanadú.

80 Superdry primavera-verano'25: El estilo llevado al siguiente nivel.

81 Agenda de anuncios.

contents

Nº 226 · MAYO/MAY – JUNIO/JUNE 2025

10 Editorial.

12 J.F. Rey Allure of Metal, a statement of elegance for women.

14 Interview. Michael Schmied, CMO of Silhouette.

20 iGreen: Versatility, comfort and style for women, men and children.

22 Lanidor, cosmopolitan elegance.

24 Expocecop 2025 brought together the group associates and suppliers in a successful edition.

28 Yalea - The Portrait of Dreams: The second edition 'Sisterhood' is unveiled.

30 FLIPO launches new frames and introduces Alex O'Dogherty as brand ambassador.

32 New Varilux Physio extensee: High visual intensity in all light conditions.

34 Alain Afflelou celebrates the 2nd edition of its Talent Day.

40 Trends.

44 Nano Sight + Myop-K, the perfect combination for children's myopia.

46 Price attracts, but only value retains, by Carolina Lober.

52 Prats 2025 Catalogue: a new look at the future of lenses.

53 Nano Sol Pocket, the foldable sunglasses for children arriving at opticians' shops.



58



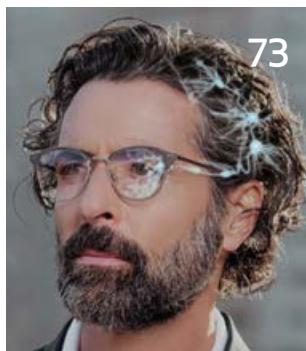
68



70



72



73



74



76



78



80

54 Visual, the software for opticians that grows with you.

58 The CGCOO presents a proposal for a General Law on Visual Health to the Spanish Congress of Deputies.

59 News.

68 Scalpers launches their 2025 campaign starring Mario Casas.

70 INDO and Rodenstock unite technology and innovation at the Stereovision event.

72 1st International Congress on Low Vision organized by the SEEBV.

73 News at Sensorial Expert by Prats with the revolutionary Vimax Se Synaptic solution.

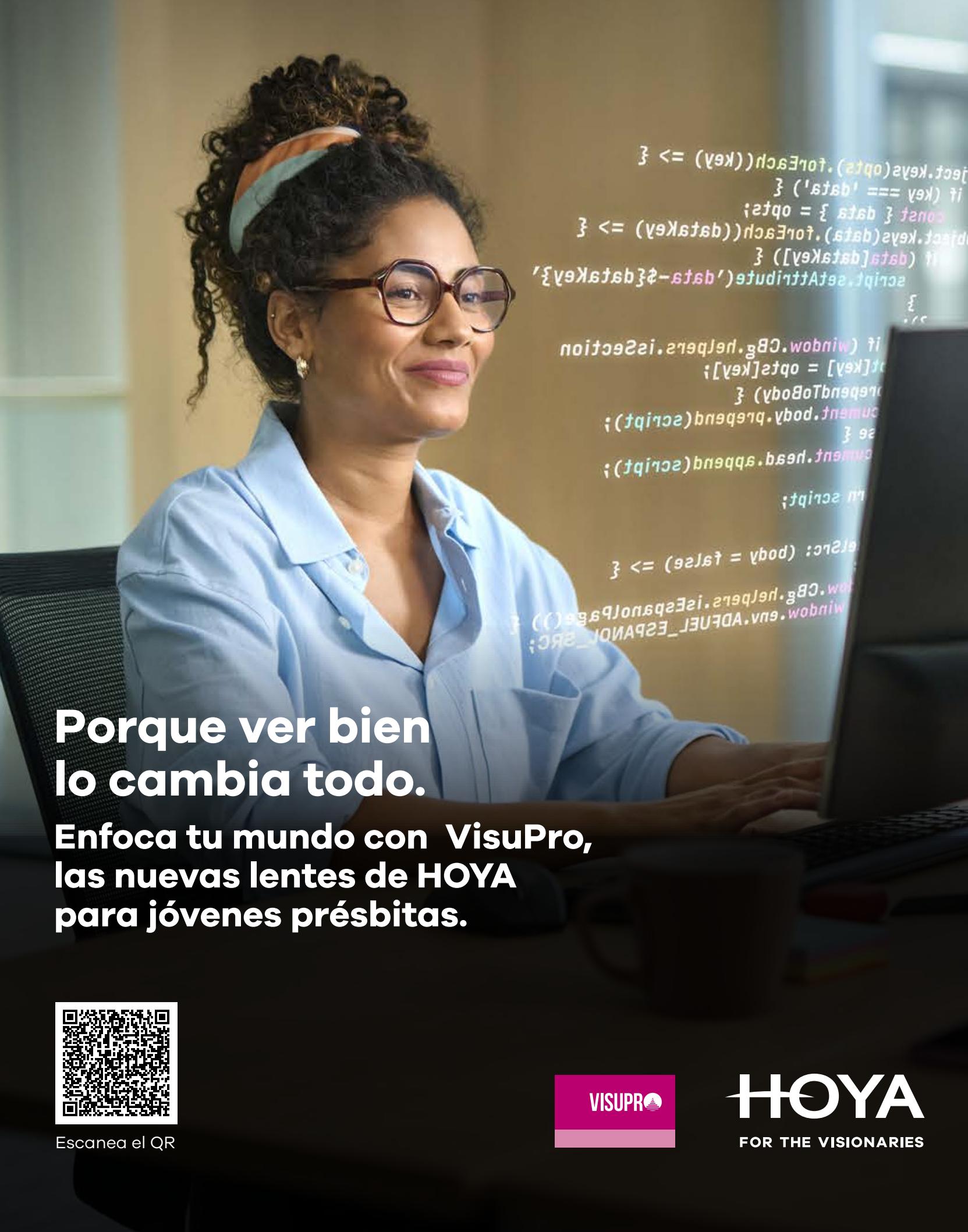
74 Cione Congress: Artificial Intelligence and Augmented Reality in Optics and Audiology.

76 Natural Optics Group reinforces their commitment to children's visual health in a new day of #Invulnerables con Visión.

78 Optica2000 consolidated their presence in Madrid. Optica2000 opens a new shop in the CC Intu Xanadú.

80 Superdry spring-summer '25: Style taken to the next level.

81 ADS Agenda.



**Porque ver bien
lo cambia todo.**

**Enfoca tu mundo con VisuPro,
las nuevas lentes de HOYA
para jóvenes presbítas.**



Escanea el QR



HOYA
FOR THE VISIONARIES



NUESTRA PORTADA: Yalea, marca femenina del Grupo De Rigo, revela la segunda edición "Sisterhood", un viaje que cuenta la historia de la sororidad como un pacto social, ético y emocional construido entre mujeres. La fotógrafa Mihaela Noroc ha traducido las historias de cinco parejas de mujeres talentosas en imágenes. Una de estas parejas, que vemos en nuestra portada, es la formada por Eileen Akbaraly y Mialy Randriambolona, de la marca de moda social Made For A Woman, luciendo las gafas de sol SYA194V, de acetato, con frente cuadrado oversize, sofisticadas, elegantes, con líneas atemporales, diseñadas para realzar el rostro y rendir un homenaje a la auténtica belleza y a la individualidad.

LookVISION

Nº 226 · 20 MAYO/MAY
JUNIO/JUNE 2025

Una revista de:

MUNDIPRESS COMUNICACIÓN, S.L.

Director: **Julio Rozas**

Redactora:

Mª Carmen Rodríguez

Colaboradores:

Vivian Watson, Fermín J. Alonso, Esther Batanero y María Gildea.

Redacción, administración y publicidad:
c/Sánchez Díaz, 10 -1º dcha. 28027 Madrid

Tel.: 91 406 18 61 Fax: 91 406 18 62

mail: lookvision@telefonica.net

info@lookvision.es

web: www.lookvision.es

RevistaLookvision

@lookvisionrev

revista-lookvision

@revistalookvision

Asesoria fiscal y financiera:

Franpij - Gestión y Análisis, S.L.

Maquetación y pre impresión:

signocomunicacion.es

Impresión: Monterreina

Depósito legal: M-24975-2001

El óptico-optometrista es indispensable dentro del Sistema de Salud público, pero cada vez hay menos profesionales

El sector óptico español mira con temor al futuro: se están quedando sin profesionales para cubrir las necesidades del sector. A pesar de que el grado de óptica y optometría ofrece cerca del 100% de empleabilidad, con prácticas desde el primer año de carrera y con estudiantes que firman sus contratos antes de llegar a terminarla, cada vez hay menos inscritos.

La situación es tan preocupante que desde FEDAO, Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico, analizan diferentes vías para revertir el problema: "Necesitamos dar visibilidad a esta profesión que vela por la salud visual de los ciudadanos, hay un gran desconocimiento respecto a ella", explican desde FEDAO. Del mismo modo, la patronal analiza vías internacionales para fomentar la llegada de profesionales de terceros países. "Actualmente, el sector óptico está en proceso de expansión. Cualquier municipio con más de 15.000 habitantes tiene una óptica. Esto es imprescindible si queremos ayudar al ciudadano en todas las etapas de la vida", explican en FEDAO. Sin embargo, si no consiguen que haya más profesionales de la visión, muchas ópticas tendrán que cerrar. "En las grandes capitales, el convenio de óptica establece salarios que alcanzan los 30.000 €, lo que está muy bien comparado con el inicio profesional en otros muchos sectores.

La realidad es que la Ley establece que, siempre que haya un establecimiento sanitario de óptica abierto, esté presente el óptico-optometrista. Esto nos hace inferir que serían necesarios más de los 19.469 ópticos-optometristas colegiados actualmente. "Además, estamos a punto de jubilar a parte de la generación del baby boom. Creemos que en los próximos años perderemos a un 20% de los actuales ópticos en activo", explica, "sin embargo, cada año salen de la universidad menos de medio millar de graduados en óptica, muchos menos de los que está necesitando el mercado", concluye.

La falta de profesionales y el intento de denostar a la profesión, por parte de otros sectores dentro del sistema de salud, hace que cada vez nazcan más reivindicaciones por parte de los profesionales de la salud visual y sus entidades colegiales. Así, recientemente, el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas (CGCOO) de España emitió un comunicado donde manifestaba "su más firme rechazo a las recientes declaraciones de la Sociedad Española de Oftalmología, en las que se cuestiona la competencia de los ópticos-optometristas para participar en programas de salud visual en Atención Primaria, en el marco de la nueva ley que contempla ayudas públicas para gafas y lentes de contacto dirigidas a menores".

En este comunicado, desde el CGCOO recuerdan que los ópticos-optometristas son profesionales sanitarios con titulación universitaria oficial y una sólida formación académica en campos como la óptica fisiológica, anatomía ocular, farmacología, patología visual y técnicas de refracción. En segundo lugar, el Consejo rechaza con rotundidad la afirmación de que sólo un oftalmólogo puede llevar a cabo una refracción infantil por requerir dilatación pupilar. Esta visión es parcial y descontextualizada. En Atención Primaria no se trata de realizar un diagnóstico oftalmológico completo, sino de identificar de forma temprana y eficaz los problemas visuales más frecuentes, facilitando la derivación oportuna cuando sea necesario. En ese escenario, la figura del óptico-optometrista se presenta como la más eficiente, tanto desde el punto de vista clínico como económico. Por otra parte, el CGCOO considera que, en los casos en los que se estime clínicamente necesario el uso de fármacos de diagnóstico como la cicloplejia, debe habilitarse a los ópticos-optometristas para su utilización bajo condiciones reguladas. Además, el Consejo subraya que, en un sistema sanitario que arrastra graves problemas estructurales, como las listas de espera en Oftalmología, resulta incomprensible e insostenible excluir a profesionales altamente cualificados de tareas que pueden desempeñar con solvencia. Según la entidad colegial: "La colaboración multidisciplinar entre profesionales sanitarios debe dejar de ser una excepción para convertirse en la norma". Por último, el CGCOO destaca que la experiencia de los ópticos-optometristas en programas de cribado y campañas de salud visual está más que contrastada. Por todo ello, desde el CGCOO afirman que: "las declaraciones emitidas por la Sociedad Española de Oftalmología no parecen responder a criterios técnicos o clínicos, sino más bien a una actitud corporativista que antepone intereses gremiales al bienestar de la población".

Unido a esto, el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas ha llevado al Congreso de los Diputados un escrito solicitando a los grupos parlamentarios tramitar una propuesta de Ley General de Salud Visual impulsada desde el Consejo. Esta iniciativa es fruto de un proceso de escucha activa que se inició hace un año estableciendo un diálogo y un consenso con los representantes de la sociedad civil, los principales líderes políticos e institucionales, expertos y profesionales del sector. En este contexto, desde el CGCOO están llevando a cabo diferentes reuniones con los grupos parlamentarios que forman la Comisión de Sanidad para presentar la iniciativa de forma directa y detallada.

La Proposición de Ley General de Salud Visual tiene como finalidad reforzar la atención sanitaria y mejorar la salud visual de la sociedad. El objetivo de la medida es mejorar el servicio que prestan estos profesionales en el sistema, evitando sobrecargas y promoviendo una mayor atención a la ciudadanía y la prevención de enfermedades asociadas a la visión.

Eyezen®

Essilor®

#1 la marca de lentes

más recomendada por los profesionales de la visión¹



El mundo está evolucionando.
¿Por qué no tus lentes?

Cuida tu visión, empieza por Eyezen®. Las lentes Essilor® Eyezen® relajan y protegen tus ojos², para que puedas seguir el ritmo de un mundo conectado.

1. Estudio cuantitativo realizado por CSA entre una muestra representativa de 958 oculistas independientes en febrero de 2019 en Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, España, EE.UU., Canadá, Brasil, China, India. 2. Protección frente a la luz azul nociva: filtración de luz UV y azul-violeta parcial. Hasta 455 nm con la mayor toxicidad entre 415 y 455 nm. Protegen los ojos siempre que las lentes tengan alguna de estas opciones: Eye Protect System™, Transitions™, Blue UV Capture™ o Cryzel® Prevencia. © ESSILOR INTERNATIONAL, FEBRERO DE 2023. ESSILOR® Y EYEZEN® SON MARCAS COMERCIALES DE ESSILOR INTERNACIONAL. Las lentes Essilor® se consideran como dispositivos sanitarios según el reglamento de la UE 2017/745. Monturas: Ray Ban RB5016 CLUBMASTER W0365.

*Transformando la visión



essilor
evolving
vision*

JF REY

Allure of Metal

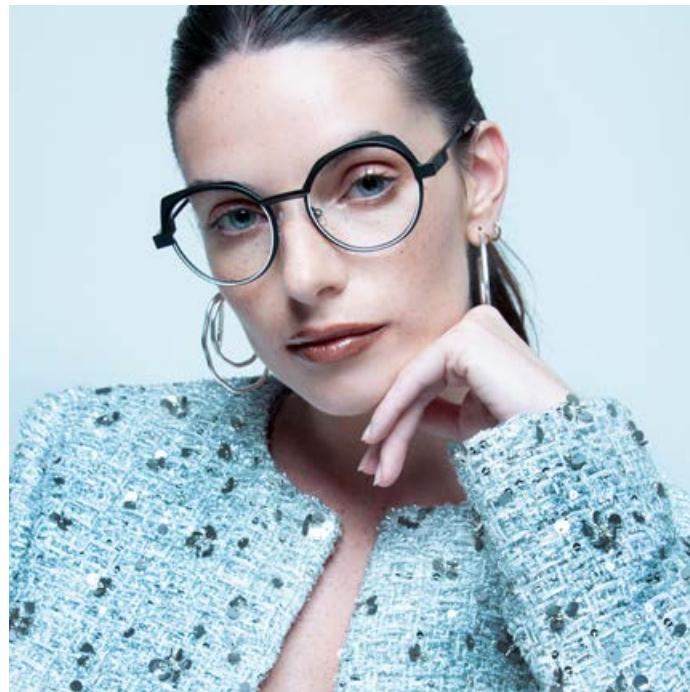
Allure of Metal es una línea de J.F. Rey compuesta por 11 monturas de metal colorido para mujer, disponibles en una amplia variedad de estilos y tamaños. Una colección concebida como una declaración de elegancia, en la que el metal es delicado, el color intenso y la creatividad ilimitada.

Los contrastes sutiles y los equilibrios inesperados entre fuerza y ligereza, estructura y fluidez, suavidad y carácter destacan en esta colección de J.F. Rey en la que el metal se vuelve fluido, expresivo, casi etéreo. Los colores armonizan, las texturas sorprenden, el material capta la luz, libera el color, da ritmo a las formas y revela el encanto único de cada rostro.

Esculpidas a partir de metal de alta calidad, las monturas Allure of Metal se distinguen por sus líneas fluidas, ángulos marcados y una geometría precisa, que ponen de manifiesto todo el poder expresivo del color: vibrante, matizado e intenso. Cada creación combina dos o tres tonos, cuidadosamente yuxtapuestos y aplicados a mano. Un atrevido juego de colores, firma de J.F. Rey, en los que la innovación guía cada creación. Este diálogo a medida entre material y color crea un aspecto gráfico, lleno de carácter.

Las monturas Allure of Metal son composiciones únicas, donde cada detalle cuenta: la delicadeza de la línea, los reflejos cambiantes y la profundidad de las texturas. Los tonos satinados armonizan con gruesas inserciones de acetato, diseñadas como joyas en las varillas: un giro de texturas y una firma visual que combina estilo y personalidad.

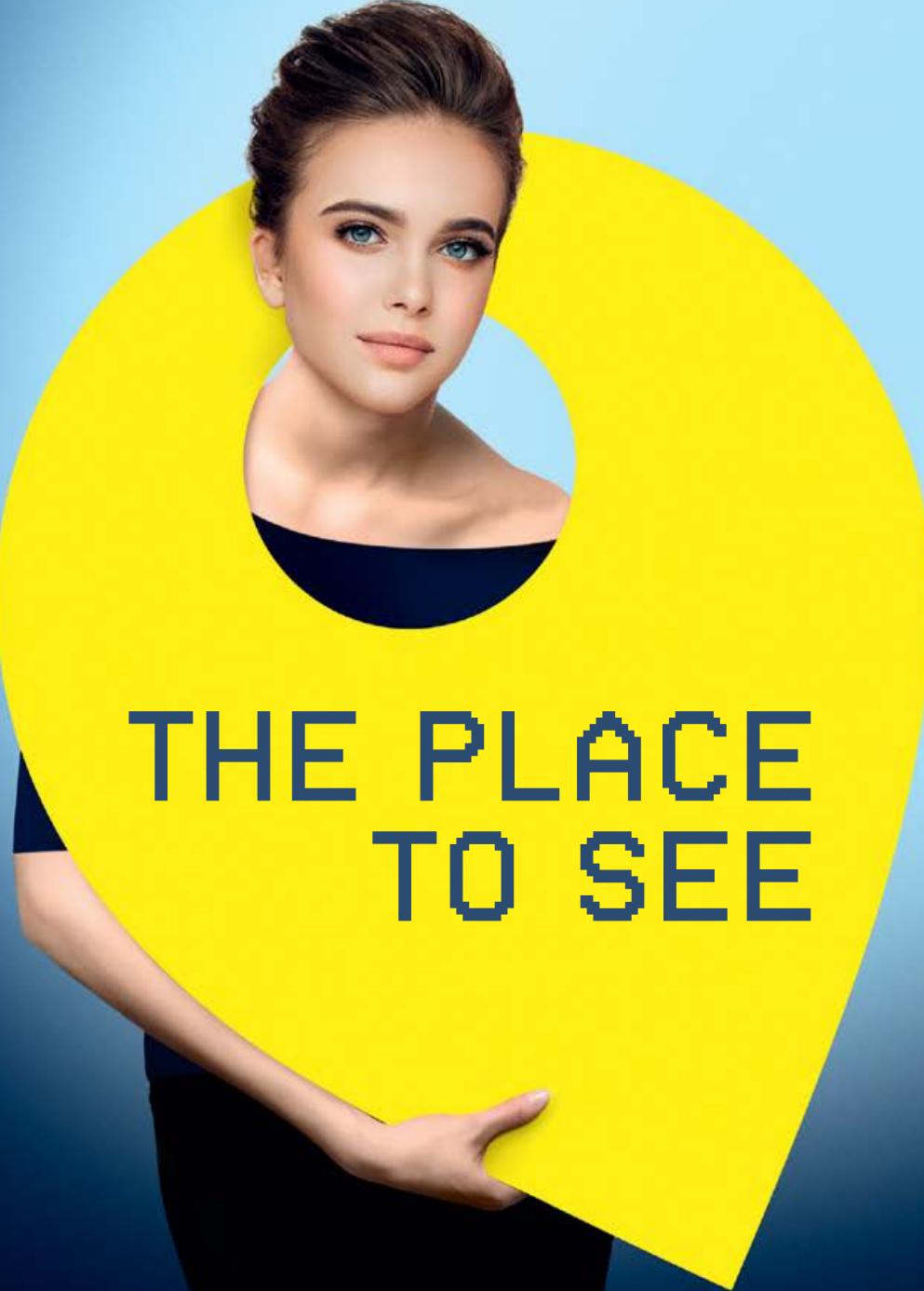
www.jfrey.fr



La colección J.F. Rey Allure of Metal está disponible en diferentes estilos, tamaños, formas y colores para destacar el encanto y elegancia de los rostros femeninos.



El metal esculpido en líneas fluidas, ángulos marcados y geometrías precisas se funde en perfecta simbiosis con expresivos juegos de colores.



THE PLACE
TO SEE

SILMO
PARIS

26 > 29 SEPT 25
PARIS NORD VILLEPINTE



SILMO
Paris

LE MONDIAL DE L'OPTIQUE



Michael Schmied

CMO de Silhouette

Durante la pasada edición de MIDO, feria internacional de óptica de Milán, tuvimos el placer de entrevistar a Michael Schmied, CMO de Silhouette, que forma parte de la tercera generación de una familia y una marca emblemática en la industria óptica desde que su abuelo fundara la compañía en Linz (Austria) en 1964. Hoy, Michael Schmied lidera el área de marketing y comunicación de la firma austriaca.

A lo largo de esta conversación, Schmied compartió las principales novedades de Silhouette para 2025, entre las que destacan la colección sostenible Clear Sky y la nueva línea de lujo Atelier Next. Además, habló del firme compromiso de la marca con la innovación, la sostenibilidad y la excelencia en el diseño y la producción.

Silhouette lanza la colección Clear Sky, la primera fabricada con un material biocircular de alta calidad. Qué hace que esta colección sea innovadora y esté alineada con la visión de sostenibilidad de la marca?

Clear Sky representa un hito importante para nosotros: es nuestra primera colección fabricada con SPX®+ Green, un material biocircular de alto rendimiento. Este nuevo compuesto mantiene todas las prestaciones técnicas que caracterizan a nuestro reconocido SPX® desde 1983 —ligereza, durabilidad, flexibilidad y estabilidad ópti-

ca—, pero con una huella medioambiental notablemente reducida. Lo realmente innovador es que, por primera vez, podemos ofrecer un producto con los más altos estándares de sostenibilidad **sin comprometer ni la calidad ni el diseño**. SPX®+ Green no solo cumple con nuestras exigencias técnicas, sino que encarna nuestra visión de futuro: innovar desde la responsabilidad, creando productos duraderos, precisos y respetuosos con el medio ambiente.

"Nuestra sede está situada en una zona de protección del agua y Austria tiene altos estándares ambientales, probablemente los más altos de la Unión Europea. En Silhouette vemos la sostenibilidad como parte esencial de nuestro ADN".



El CMO de Silhouette, Michael Schmied, con Ignacio Carretero y Javier Larumbe, director general y director comercial, respectivamente, de Silhouette Optical España, en el stand de la firma austriaca en Mido.



Michael Schmied con la redactora de Lookvision, Mari Carmen Rodríguez, durante un momento de la entrevista en Milán.

La sostenibilidad es cada vez más importante para los consumidores. Cómo contribuye Clear Sky a los objetivos medioambientales generales de Silhouette?

La sostenibilidad no es una tendencia para nosotros, sino un valor esencial desde nuestros orígenes. Nuestra sede sigue estando en Linz, Austria, en una zona de protección de aguas, y cumplimos con los estándares medioambientales más exigentes de Europa. Desde hace décadas integramos prácticas responsables en todo nuestro proceso productivo: reciclamos más de

1.000 litros de agua al día, generamos energía renovable gracias a paneles solares y priorizamos una producción local y controlada. Con Clear Sky, este compromiso se materializa aún más. No solo utilizamos un material biocircular de última generación, sino que también acompañamos el lanzamiento con una campaña que une tecnología, sostenibilidad y diseño —tres pilares clave para Silhouette—.

Arizona Muse es una defensora de la sostenibilidad reconocida en todo el mundo y es el rostro de su nueva campaña. ¿Qué la convierte en la embajadora ideal para esta colección y cómo influye en esta colaboración su compromiso con el medio ambiente?

Arizona Muse representa a la perfección los valores de esta colección. Es una modelo de prestigio internacional, pero también una activista comprometida desde hace años con la sostenibilidad en la industria de la moda. Para nosotros, esta autenticidad era clave: no queríamos una colaboración superficial, sino una alianza real. Ella comprende que la sostenibilidad es también una forma de arte y de responsabilidad. En Silhouette rechazamos el modelo de “fast fashion”; apostamos por piezas duraderas, bien diseñadas y fabricadas con conciencia. Arizona nos ayuda a contar esta historia con credibilidad, conectando con nuestros partners y con el consumidor final desde la verdad y el propósito.

La colección Atelier Next combina artesanía y tecnología innovadora. Cuáles son algunos de sus rasgos definitorios y en qué se distingue como propuesta de lujo?

Atelier Next es nuestra reinterpretación del lujo contemporáneo. Combina **materiales nobles y éticos** como el oro reciclado, el cuero vegetal y diamantes de laboratorio, que replican las características de los naturales sin generar impacto ambiental. La colección se ha diseñado mediante tecnología 3D, lo que nos permite crear sin residuos y con una precisión máxima. Lo diferencial de Atelier Next es cómo **convergen tradición, innovación y sostenibilidad**. No es solo una colección de alta gama, es una declara-



En la colección de alta gama Atelier Next, diseñada y fabricada en Austria como todas las de Silhouette, convergen tradición, innovación y sostenibilidad. Representa toda una declaración de intenciones: mostrar que el lujo del futuro puede ser bello, responsable y técnicamente avanzado.

ENTREVISTA [INTERVIEW]



La nueva colección sostenible Clear Sky es la primera de Silhouette fabricada con SPX®+ Green, un material biocircular de alto rendimiento. Arizona Muse, modelo de prestigio internacional y defensora de la sostenibilidad, es imagen y embajadora de esta línea.

ción de intenciones: mostrar que el lujo del futuro puede ser bello, responsable y técnicamente avanzado.

“Made in Austria” es una parte importante de la identidad de Silhouette. Cómo influye este concepto en el diseño y la producción de las colecciones Clear Sky y Atelier Next?

“Made in Austria” no es solo una etiqueta de origen: es sinónimo de excelencia, innovación y compromiso. Significa producir bajo los más altos estándares tecnológicos y medioambientales, con una atención absoluta al detalle y a la calidad.

“En Silhouette no queremos formar parte de la industria de ‘fast fashion’, sino que aspiramos a ser reconocidos por diseñar productos sostenibles y duraderos, con identidad propia”.

En un contexto global en el que muchas marcas externalizan sus procesos, en Silhouette seguimos diseñando, desarrollando y fabricando en Austria, lo que nos permite mantener el control total sobre cada etapa y garantizar un producto impecable. Tanto *Clear Sky* como *Atelier Next* reflejan esta filosofía: innovación responsable, diseñada y producida con precisión europea.

España es un mercado clave para Silhouette, donde la marca goza de un gran reconocimiento entre profesionales y consumidores finales. ¿Qué importancia tiene este mercado en la estrategia internacional de Silhouette?

España es un mercado muy importante para nosotros; por supuesto, EE.UU. es el mercado más grande del mundo para Silhouette, pero en Europa, España está en el segundo o tercer lugar entre los más grandes del continente. Tenemos un equipo muy sólido allí y hemos visto cómo el público español valora especialmente la calidad del diseño, la durabilidad de nuestros productos y nuestro compromiso con la sostenibilidad. Este reconocimiento nos motiva a seguir invirtiendo en el país y a estrechar aún más nuestra relación con ópticos y consumidores españoles.

En su opinión, ¿qué tendencias futuras marcarán el sector de las gafas de alta gama y cómo se prepara Silhouette para liderar este mercado en evolución?

Vemos tres grandes tendencias que están configurando el presente y el futuro del sector:

La sostenibilidad, que ya no es una opción, sino una exigencia; la personalización, que permite ofrecer productos únicos para cada consumidor; y, por supuesto, la innovación constante. En Silhouette estamos preparados para liderar en estos tres frentes. Hemos reducido nuestras emisiones de carbono en un 50% compensando el resto. Nuestro objetivo es alcanzar la neutralidad sin compensación externa en 2027. Apostamos también por ofrecer múltiples opciones de personalización —en monturas, formas, colores y lentes— y seguimos desarrollando nuestro laboratorio de lentes *Vision Sensation*, que nos permite adaptar cada gafa a las necesidades visuales exactas del usuario. La clave es evolucionar con sentido: respetar nuestros valores y nuestro legado, mientras damos pasos decididos hacia un futuro más inteligente y sostenible.



La sede de Silhouette, en la ciudad austriaca de Linz, cumple con los estándares medioambientales más exigentes de Europa. Hace décadas integra prácticas responsables en su proceso productivo: recicla más de 1.000 litros de agua al día, genera energía renovable gracias a paneles solares y prioriza una producción local y controlada.



A Breakthrough in Sustainable Eyewear - Empowered by Lightness.

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

OPTICALIA®

Easy Click

Todo es más fácil con un solo click

Enfocamos al
futuro.

¿Te vienes?

+info.

opticalia.com/es/asociados

Tel. 918 065 500



OPTICALIA®



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.

Versatilidad, comodidad y estilo para mujeres, hombres y niños

La prestigiosa firma italiana iGreen siempre ha destacado por la originalidad y ligereza de sus gafas. Cada colección nos cuenta una historia diferente, siempre en línea con las características de la marca: calidad, color, estilo, comodidad y sostenibilidad.



Los nuevos modelos iGreen 10, con 2 o 4 suplementos solares, para esta primavera-verano, son versátiles y sostenibles al estar fabricados con material de origen natural.



Audaces y atrevidas, ligeras y muy cómodas, las iGreen 13 Bold aportan un toque de estilo y modernidad a ellas y ellos.

Las minimalistas gafas al aire iGreen 14, realizadas en titanio, muy cómodas y ligeras, mantienen la esencia iGreen con un toque de color en las varillas.



Los nuevos modelos para esta temporada primavera-verano, presentados por iGreen, marca de Thema-optical, encontramos versiones que incluyen clip-ons para convertir a cada montura en unas gafas de sol coloridas, espléndidas, modernas y llamativas, adecuadas para cada situación.

iGreen 10 con clip-on

La última serie iGreen nos presenta gafas ultraligeras, cómodas, coloridas y ecológicas (fabricadas con material Bio-Based), con un valor añadido: dos o cuatro clip-ons para cambiar de estilo en un instante. Hay 12 nuevos modelos, cada uno disponible en cuatro colores:

- seis modelos masculinos con cuatro clip-ons, gafas adecuadas para cualquier situación.
- seis modelos femeninos con dos clip-ons, gafas graduadas de colores que se convierten en preciosas gafas de sol; tres gafas en una.

Todos los modelos tienen varillas ligeras e intercambiables para un look personalizable.

iGreen 10 es el equilibrio perfecto entre diseño moderno, versatilidad y respeto por el medio ambiente.

iGreen 13

iGreen 13 es la serie BOLD que combina audacia y ligereza: gafas de estilo atrevido, todas ellas con varillas audaces de 16 mm que aportan un toque de estilo y modernidad. Ideales para quienes les gusta ser atrevidos y buscan un estilo audaz, las iGreen 13 son BOLD pero siguen siendo muy ligeras y tremadamente cómodas. Además de elegantes, las iGreen BOLD también son sostenibles, ya que las varillas están fabricadas con material ecológico de origen natural.

iGreen 14

Gafas al aire de titanio: diseño, comodidad y excelencia. Las iGreen 14 son gafas de elegancia discreta y estilo minimalista, muy ligeras y de la más alta calidad, todas ellas fabricadas en titanio, un material extremadamente resistente e hipoolergénico. Máxima calidad, comodidad extrema y un toque de estilo y color en las varillas para recordar la esencia del estilo iGreen.

Más información:

iGreen Eyewear: www.igreeneyewear.com/
Thema A Family Factory: <https://thema-optical.com/>



iGreen

Hi-Tech Frames

Descubre cómo personalizar las gafas!

thema-optical.com



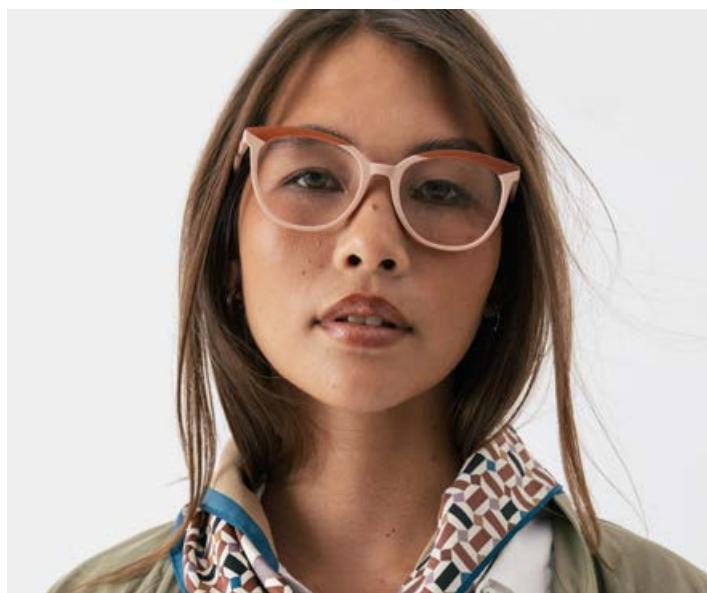
Escanea el
código QR!

Elegancia cosmopolita

Lanidor, la emblemática marca portuguesa de moda femenina, presenta su nueva colección de gafas, diseñada pensando en la mujer elegante e independiente. Esta temporada, Lanidor apuesta por gafas con diseños muy seductores que prometen marcar tendencia, en una vibrante celebración del estilo y la feminidad.



La nueva colección Lanidor incluye monturas y gafas de sol, cosmopolitas y elegantes, que se adaptan perfectamente al día a día de la mujer moderna.



La nueva colección Lanidor, que llega de la mano de Prooptica, destaca por su intensa paleta de colores y sus democráticos esquemas cromáticos, ofreciendo una amplia gama de modelos de monturas y gafas de sol, que se adaptan perfectamente al día a día de la mujer moderna. Desde tonos pastel hasta azules y rojos vibrantes, cada pieza es una declaración de intenciones en sí misma.

La intención era crear una colección de gafas que no sólo respete la esencia femenina de la marca Lanidor, sino que también la enriquezca con toques cosmopolitas, a través de sus detalles contemporáneos. Cada pieza ha sido cuidadosamente diseñada para garantizar la comodidad sin comprometer el estilo, adaptándose a la dinámica vida de la mujer actual.

Las nuevas imágenes de la campaña reflejan el espíritu de la colección y el ADN de Lanidor, siempre muy femenino y sofisticado, transportándonos a entornos urbanos y elegantes, destacando la reconocida versatilidad de la marca, que es un referente entre el público femenino.



prooptica®
full eyewear concept

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

© Duyos 2025

EXPOCECOP 2025

reunió a asociados y proveedores del grupo en una edición de éxito

Expocecop 2025 ha vuelto a consolidarse como un evento de referencia en el sector óptico, reafirmando su éxito con una destacada participación de asociados y proveedores. La edición anual de CECOP se celebró los días 8 y 9 de marzo en el Mirador Cuatro Vientos y en el Hotel NH Eurobuilding de Madrid, donde se presentaron las principales novedades y proyectos del grupo.



Expocecop 2025 reunió a cientos de ópticas y proveedores, creando un espacio dinámico para la generación de oportunidades de negocio, el intercambio de conocimientos y la actualización profesional gracias a las jornadas de formación.

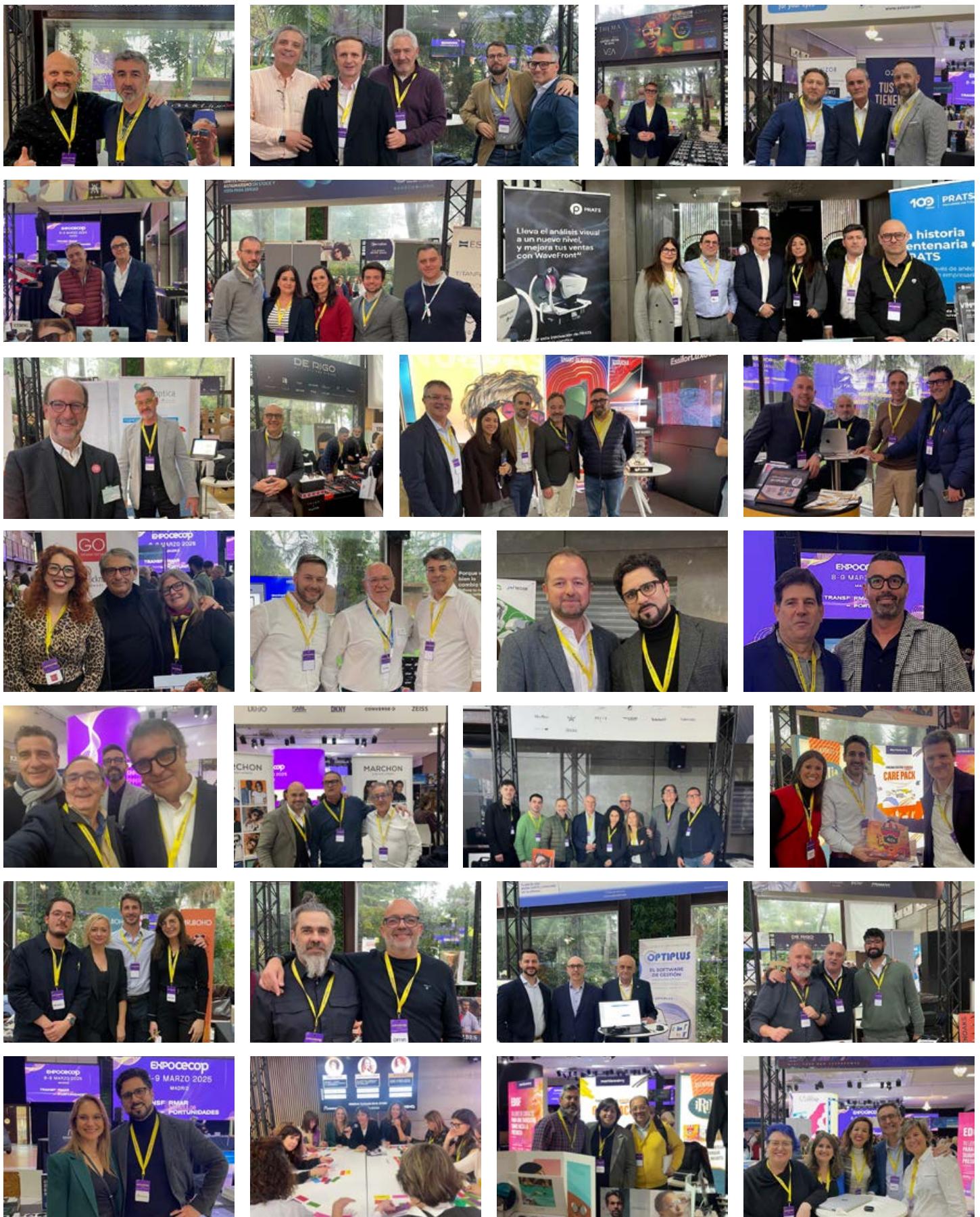
Tras unas palabras de bienvenida de Jorge Rubio, CEO & founder, y un reconocimiento a las mujeres en el 8 de marzo, Alejandro García, VP Sales & Strategic Alliances de CECOP, explicó las particularidades del lema de esta edición, particularidades que se resumen en: crecer, innovar y alcanzar los objetivos. Tras resaltar que la óptica independiente es el motor de la óptica en España, habló sobre las novedades puestas en marcha por CECOP como el Programa Next Generation, para apoyar en la formación y acompañamiento ante el relevo generacional; la organización del primer torneo CECOP Pádel Tour; el programa específico de compra de monturas denominado Infinity y el de dar máxima presencia digital a las ópticas creado bajo el nombre de Ubika, así como la creación de la APP propia de CECOP. Alejandro terminó presentando al equipo del Grupo en España, hablando brevemente del nuevo proyecto denominado Nasco Feeding Minds y dando entrada a



Alejandro García, VP Sales & Strategic Alliances de CECOP, presentó al equipo del Grupo en España.

Ousman Umar para hablar de este proyecto y de sus experiencias en su país: Ghana, de las peripecias de su viaje a Europa y cómo ha pasado de ser analfabeto a tener estudios superiores y másters.

Expocecop 2025 también sirvió como plataforma para el lanzamiento de herramientas digitales diseñadas para optimizar la visibilidad y gestión de las ópticas asociadas, como Ubika, el nuevo



Tras la bienvenida y presentación de novedades y proyectos del Grupo, en el mismo Mirador de Cuatro Vientos de Madrid, tuvo lugar la habitual exposición de proveedores ExpoCecop, quienes mostraron sus últimos lanzamientos a los asociados de Cecop.

portal de CECOP que impulsa el posicionamiento digital de sus ópticas, y la App CECOP, que facilita la fidelización, interacción y gestión de servicios de los ópticos con sus clientes.

En su afán por seguir fortaleciendo la relación entre su comunidad de ópticos, CECOP también presentó nuevas iniciativas como el CECOP Padel Tour, el primer torneo de pádel entre ópticos que promueve la convivencia y el networking entre los profesionales del sector, y un proyecto solidario en colaboración con Ousman Umar y su ONG NASCO Feeding Minds, para crear una expedición de ópticos voluntarios que viajarán a Ghana para realizar revisiones visuales y graduar a comunidades locales.

ExpoCecop prosiguió con la habitual exposición de proveedores durante la tarde y entrega de los Premios NOA previos a la cena en el madrileño Hotel Eurobuilding. A continuación, se detallan los ganadores de la IV edición de los premios NOA en sus respectivas categorías:

LENTE OFTÁLMICA: Mejor lente progresiva: Grupo Prats – Vimax Adaptative; Mejor tratamiento fotocromático: Essilorluxottica – Transitions GEN S; Mejor lente de control de miopía: Hoya – Miyosmart.

INSTRUMENTOS: Mejor columna centradora: Rodenstock – Impressionist 4+; Mejor topógrafo: Visionix – VX120+DE; Mejor innovación en producto: Eschenbach – Optaro.

CONTACTOLOGÍA: Mejor amplitud de portfolio: Bausch & Lomb – Portfolio estratégico; Mejor producto de salud ocular: Conóptica – Cleadew SLi.

AUDIOLOGÍA: Mejor estrategia de venta de producto: Beltone – BOP Beltone Ópticas; Mejor app de audífonos: Bernafon – App Bernafon; Mejor adaptabilidad de producto: Beltone – Resound Nexion.

MONTURAS: Mejor contenido de apoyo a la venta: De Rigo – Yalea Cápsula (Frida Kahlo) y Marcolin – Guess; Mejor estrategia: Addictive – Patrocinio deportistas; Mejor innovación en materiales: Essilorluxottica – Ray Ban Meta

Una vez más, Expocecop ha demostrado ser una cita ineludible para los profesionales del sector óptico, consolidándose como el punto de encuentro clave entre asociados y proveedores. Con un balance altamente positivo, el evento continúa evolucionando y ofreciendo soluciones innovadoras para el crecimiento del sector.



Los Premios NOA se entregaron en un acto previo a la cena celebrada en el madrileño hotel Eurobuilding.



Marc O'Polo

EST. IN STOCKHOLM

EYEWEAR

ESCHENBACH



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

YALEA – The Portrait of Dreams

Se revela la segunda edición "Sisterhood"

Yalea, marca del Grupo De Rigo, siempre comprometida con el apoyo a las mujeres, presenta el segundo capítulo de su proyecto "The Portrait of Dreams", dedicado a los diferentes rostros de la belleza femenina. Por su parte, "Sisterhood" es un viaje que cuenta la historia de la sororidad como un pacto social, ético y emocional construido entre mujeres. Unir fuerzas con otras mujeres puede ser un recurso formidable para crear cambios positivos en la sociedad y la cultura actuales.



Tras las primeras parejas elegidas para la temporada pasada, Yalea presenta cinco nuevas parejas femeninas como testimonio, las cuales comparten sus experiencias y sus vidas. Las parejas no solo están formadas por hermanas biológicas, sino también por "hermanas elegidas", ejemplificando vínculos profundos basados en el afecto, el apoyo y la solidaridad.

La fotógrafa Mihaela Noroc ha traducido las historias de estas mujeres talentosas en imágenes, instantáneas de vínculos profundos y auténticos que pueden formarse no solo a través de lazos de sangre, sino también a través de opciones de vida compartidas y apoyo mutuo. Las hermanas Toledo, Adriana y Luciana, que ya fueron protagonistas de la última campaña de Yalea, pasan detrás del objetivo cuidando el estilismo de estas tomas, mientras las protagonistas de la campaña actual lucen la nueva colección de gafas Yalea, que representa la elegancia y el refinamiento típicos de la marca. Una selección de modelos sofisticados con líneas atemporales diseñados para realzar el rostro en lugar de ocultarlo, rindiendo homenaje a la auténtica belleza y la individualidad.

Eileen Akbaraly y Mialy Randriambolona son las mujeres detrás de *Made For A Woman*, la primera marca de moda social de Madagascar, que combina lujo, sostenibilidad y empoderamiento femenino. Ellas llevan **VYA178 col.700**: Gafas de vista con frente suavemente cuadrado, caracterizadas por facetas ligeras y varillas adornadas con encolados de acetato de color, y **SYA194V col.4G0Y**: Gafas de sol de acetato con frente cuadrado oversize y varillas de acetato que suelen estar adornadas con encolados de acetato de colores. También están disponibles en una versión con microcristales Swarovski aplicados en el frente. Como las de vista, están disponibles en diversas variantes y colores.





Sara Goldschmied y Eleonora Chiari, Goldschmied & Chiari es un dúo artístico feminista activo desde 2001. Trabajan con fotografía, performance, video e instalaciones, explorando temas de identidad femenina, sexualidad y memoria. Ambas posan con las monturas Yalea **VYA177 col.700**, con frente ojo de gato facetado, varillas gruesas que se estrechan hacia los terminales y variaciones de color, y con las gafas de sol **SYA192 col.700**, de acetato con forma de ojo de gato, adornadas con facetas, con un frente realizado con dos capas superpuestas de acetato, en contraste o tono sobre tono y con varillas gruesas que se estrechan hacia los terminales; están disponibles en negro sólido y cuatro variaciones de acetato transparente.



Belén y Paloma Martínez Monasterio son las fundadoras de **BabyBe Woman**, un centro dedicado al bienestar físico y emocional de la mujer, desde el embarazo hasta la menopausia. Con un enfoque holístico, ofrecen apoyo y escucha para ayudar a cada mujer a sentirse comprendida y fuerte. Ellas nos sorprenden con las gafas de vista **VYA178 col.6K3**, con frente suavemente cuadrado, caracterizadas por facetas ligeras, varillas adornadas con encolados de acetato de color y presentadas en dos variantes de color y en cuatro elegantes versiones de acetato transparente. **SYA194 col.2AD**: Gafas de sol de acetato con frente cuadrado y oversize, varillas de acetato que suelen estar adornadas con encolados de acetato de colores, disponibles en una versión con microcristales Swarovski, disponibles en dos variantes lisas: negro con encolados rosas y negro con cristales Swarovski, y en cuatro versiones en acetato transparente.

Aleksandra Orlić y Erna Žganjar, de Croacia, son las fundadoras de Mood.HR, una revista en línea, lanzada el 8 de marzo de 2023, que promueve el pensamiento crítico y la independencia femenina. Ellas llevan las gafas de vista **VYA178 col.700**, con frente suavemente cuadrado, caracterizadas por facetas ligeras y varillas adornadas con encolados de acetato de color, disponibles en dos variantes de tono liso y en cuatro elegantes versiones de acetato transparente. Por su parte, el modelo de sol **SYA192 col.7HL**, de acetato con forma de ojo de gato, adornado con facetas, con un frente realizado con dos capas superpuestas de acetato, en contraste o tono sobre tono y con varillas gruesas que se estrechan hacia los terminales; están disponibles en negro sólido y cuatro variaciones de acetato transparente.



Serena y Delia D'Alessandro, con su marca Cosmos, relanzan la artesanía napolitana, en particular el cuerno de la suerte, con un fuerte vínculo familiar y un enfoque basado en el amor y la tradición. Las vemos con las gafas de vista **VYA178 col.6K3**, con frente suavemente cuadrado, caracterizadas por facetas ligeras, varillas adornadas con encolados de acetato de color y disponibles en dos variantes de tono liso y en cuatro elegantes versiones de acetato transparente. También visten ambas las gafas de sol **SYA194 col.2AD**, de acetato con frente cuadrado y oversize y varillas de acetato adornadas con encolados de acetato de colores. También están disponibles en una versión con microcristales Swarovski tono sobre tono aplicados en el frente, también en dos variantes lisas y en cuatro versiones en acetato transparente.



FLiPO

lanza nuevas monturas y presenta a Alex O'Dogherty como embajador de marca

La firma líder de gafas modulares con clips y varillas intercambiables FLiPO, acaba de anunciar el nombre de uno de los embajadores para el lanzamiento de sus nuevas monturas. Se trata del polifacético actor y humorista Alex O'Dogherty, quien trabajará junto a la firma, respaldando la innovación de su exclusivo sistema de sujeción de varillas patentado.

La carrera de Alex O'Dogherty es única ya que, a lo largo de los años, ha mostrado que es un artista polifacético y diferente, capaz de hacer todo tipo de actividades tan diversas como: escribir monólogos, componer bandas sonoras, cocinar junto a Chicote, subirse al escenario del Festival de Comedia de Montreal, presentar los premios MAX, dirigir un cortometraje, grabar discos, escribir The Hole 2...y ahora...ser embajador de FLiPO.

Un acuerdo con visión de futuro

Gracias a esta colaboración la marca pretende sumar nuevos usuarios y diversificar su público: "estamos muy emocionados de anunciar esta colaboración con Alex, quien no sólo es influyente en el mundo del entretenimiento, sino que también comparte los valo-



FLiPO ofrece al usuario la posibilidad de conseguir más de 9.000 combinaciones diferentes con un solo par de gafas gracias a su sistema modular con varillas intercambiables.



res que hacen única a FLiPO", ha declarado Alex Abril, fundador de FLiPO. "Este acuerdo refuerza nuestra estrategia de posicionarnos como una marca accesible y cercana, además de poder llegar quizás también de manera más amplia a un público masculino. Por otro lado, es un paso clave en nuestra expansión internacional y en el fortalecimiento de relaciones comerciales con nuestros partners ópticos.", ha añadido Abril.

Por su parte, Alex O'Dogherty ha manifestado su entusiasmo por su colaboración con la marca: "FLiPO son unas gafas que pueden ser muchas gafas. Es para FLIPAR. Son customizables, intercambiables, alucinantes y, en resumen, tienen infinitas posibilidades."

Con este acuerdo la firma tiene como objetivo un aumento de visibilidad, con autenticidad y conexión emocional, innovación y frescura, para seguir llevando al público final las gafas modulares con las que se pueden conseguir hasta 9.000 combinaciones en una sola montura.

FLiPO sigue apostando por la calidad, la innovación y el diseño único para ofrecer productos que marquen la diferencia en el mercado de la óptica. Con este nuevo acuerdo y lanzamiento, la firma reafirma su compromiso con la excelencia y con la creación de productos que no solo sean funcionales, sino también un reflejo de estilo y personalidad.

FLIPO

LÍDERES EN GAFAS MODULARES



NUEVAS

Varilux® Physio® extensee™

Alta intensidad visual en todas las condiciones de luz: mayor nitidez y contraste visual¹

La pupila es extraordinaria por su capacidad de adaptarse constantemente a una amplia variedad de niveles de luz

Gracias a su dinamismo, nos ofrece una visión clara y cómoda en cualquier momento del día. Se dilata en condiciones de poca luz y se contrae con luz intensa, y puede alcanzar una velocidad de contracción de 5 mm por segundo². Esta adaptabilidad nos permite disfrutar plenamente de cada instante que nos ofrece el día.

Sin embargo, ciertos entornos de iluminación pueden suponer un desafío para las personas que usan lentes progresivas, ya que pueden alterar la percepción del contraste y la nitidez a lo largo del día.



muestra un gran interés por las lentes diseñadas específicamente para mejorar la comodidad visual, independientemente de las condiciones de luz³



de los usuarios declara tener problemas para leer textos con letra pequeña³



Degradación del contraste: el contraste es la capacidad de distinguir las diferencias en la intensidad de luz entre un objeto y su fondo.



Degradación de la nitidez: la nitidez es la capacidad de percibir con claridad los detalles más pequeños de un objeto.



Alta intensidad visual⁴: la alta intensidad visual es la combinación de la percepción con gran contraste y una nitidez superior.

Nuevas lentes Varilux® Physio® extensee™

Alta intensidad visual en todas las condiciones de luz: mayor nitidez y contraste visual¹

Una combinación única de tecnología de gemelo digital basada en la IA y un modelaje pupilar de última generación.



El resultado es un modelo dinámico avanzado de la pupila, elaborado a partir de múltiples estudios y bases de datos, que permite describir y detallar con precisión las variaciones en su tamaño: edad del usuario, luminancia del objeto, distancia del objeto y tamaño de un objeto luminoso.⁵



Por primera vez, este modelo dinámico integral de la pupila enriquece la tecnología de gemelo digital con IA de las lentes Varilux®, lo que permite analizar y representar los perfiles dinámicos de la pupila durante diversas actividades a lo largo del día.

1. Varilux® Physio® extensee™ – estudio a consumidores en condiciones reales - Eurosyn – 2024 – Francia (n=79 usuarios de lentes progresivas).

2. Ishikawa, Masaaki. (2021). Factores clínicos que influyen en los parámetros del reflejo pupilar en la luz: estudio transversal en un único centro. *Ophthalmic and Physiological Optics*, 41 (núm. 5), 952-60.

3. Essilor International. Uso y actitudes sobre el cuidado de la visión; CN/FR/EUA. Marketing de junio de 2023 (n = 10 611 participantes) · El 39 %- análisis basado en 481 usuarios de lentes progresivas (PAL) de entre 45 y 65 años. · El 41 %- análisis basado en 1350 usuarios de lentes progresivas (PAL) de entre 45 y 65 años.

4. Se establece un nuevo estándar: la intensidad visual alta, definida por una percepción con gran contraste y una nitidez superior en cualquier nivel de luz, desde entornos muy iluminados hasta condiciones de baja luminosidad. Sin tener en cuenta el efecto del deslumbramiento.

5. Zapata-Díaz, Juan F., Hema Radhakrishnan, W. Neil Charman y Norberto López-Gil. (2019). Modelo de acomodamiento y del ojo en función de la edad basado en mediciones in vivo. *Journal of Optometry*, 12 (núm.1), 3-13.

Al asociar una graduación al perfil de dinamismo pupilar previsto, la tecnología Pupilizer™ optimiza la superficie correctiva de la cara posterior de la lente. Esto permite **reducir las aberraciones de alto orden y minimizar la distorsión del frente de onda**.

El resultado es una lente que ofrece una corrección aún más precisa, adaptada a la dinámica pupilar de cada usuario, **mejorando la nitidez y el contraste en cualquier condición de luz, incluso en entornos con poca iluminación, para lograr una alta intensidad visual**.



de mejora en contraste y nitidez en cualquier tipo de luz, incluso en condiciones de poca luz, en comparación con Varilux® Physio® 3.0.⁶



de mejora en contraste y nitidez en cualquier tipo de luz, incluso en condiciones de poca luz, en comparación con otras lentes similares del mercado.⁷

Lentes Varilux® Physio® 3.0



Trefoil

Coma

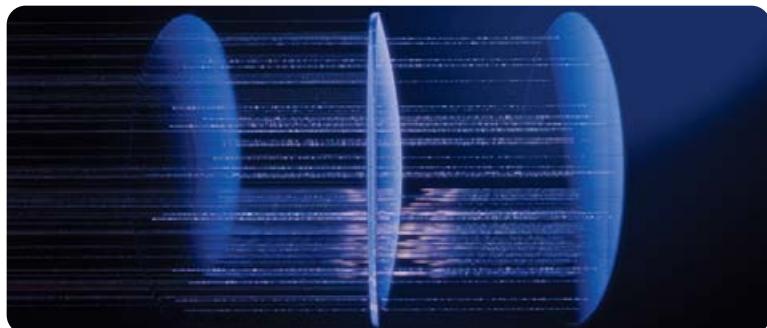
Lentes Varilux® Physio® extensee™



Una nueva tecnología de superficie de lente diseñada para optimizar la visión de cerca: Dual Booster™

La Varilux® Physio® extensee™ es una lente de doble cara, diseñada con la máxima precisión entre las superficies posterior y anterior para ofrecer un efecto de ampliación en la zona de visión de cerca, sin comprometer ni la estética de la lente ni su potencia progresiva.

Esta doble superficie asegura una calidad de visión de cerca excelente, ideal para tareas como la lectura de textos con letra pequeña.⁸



Los usuarios han mejorado significativamente su experiencia visual

79

de los usuarios de lentes progresivas pusieron a prueba las lentes Varilux® Physio® extensee™ en su día a día.¹⁰



experimentó una alta intensidad visual en cualquier condición de luz¹



se sintió seguro en condiciones de poca luz¹



experimentó una calidad de visión de cerca muy alta⁹

© Essilor International - Octubre 2024 - Reservados todos los derechos.
Essilor®, Varilux®, Varilux® Physio® extensee™, Varilux® Physio® 3.0, Pupilizer™, Dual Booster™ son marcas registradas de Essilor International.

6. Simulaciones en comparación con Varilux® Physio® 3.0 - realizadas con tecnología de IA twinning durante actividades de visión cercana en diversas condiciones de luminosidad - Comparación basada en valores promedio de varias prescripciones y materiales ponderados según las ventas mundiales - Simulaciones internas de I+D - 2024.

7. Simulaciones en comparación con productos relevantes de lentes progresivas - realizadas con tecnología de IA twinning durante actividades en visión cercana en diversas condiciones de luminosidad. Comparación basada en valores promedio de varias prescripciones y materiales. Simulaciones internas de I+D - 2024.

8. Xperio® Polarized y Transitions® XTRActive® Polarized™ no están disponibles con la tecnología de superficie de lente Dual Booster™ y, por lo tanto, las afirmaciones relacionadas no son aplicables a estas configuraciones. Hasta que la tecnología de superficie de lente Dual Booster™ esté disponible con Transitions® GEN 3™ a partir de XX.2025, las afirmaciones relacionadas con la tecnología de superficie de lente Dual Booster™ no se aplicarán a estas configuraciones.

9. Varilux® Physio® extensee™ - estudio a consumidores en condiciones reales - Eurosyn - 2024 - Francia (n=79 usuarios de lentes progresivas).

10. El estudio fue realizado por una entidad independiente, usando graduaciones idénticas.

Los productos sanitarios objetos de esta promoción son conformes a la legislación vigente, en particular a las regulaciones legales del Reglamento (UE) 2017/745, relativo a los productos sanitarios, y del Real Decreto 192/2023, por el que se regulan los productos sanitarios.



Más información



LEONARDO
science for a new vision

Alain Afflelou

celebra la II Edición de su Talent Day

El grupo óptico celebró en Madrid la II Edición de AFFLELOU Talent Day, una jornada de aprendizaje y networking dirigida a estudiantes y recién titulados de óptica y audología. El evento, celebrado en el espacio TheCUBESerrano, tuvo como objetivo inspirar y orientar a los futuros ópticos-optometristas y audiólogos en el inicio de su carrera profesional.



Eva Ivars, consejera delegada del grupo en España, se dirigió a los asistentes al Afflelou Talent Day para darles la bienvenida y presentar el evento.



El Afflelou Talent Day contó con la asistencia del equipo directivo de Alain Afflelou, encabezado por Eva Ivars, consejera delegada del grupo en España, a quien vemos con Susana Ortega, directora de personas RSC y Fundación Afflelou, y Ricardo Santiago, director de Franquicias.

Durante el evento, los asistentes tuvieron acceso a la última tecnología disponible en los gabinetes optométricos y auditivos de la marca, gracias a la colaboración de partners internacionales, como Visionix, Natus y Starkey. Además, tuvieron la oportunidad de escuchar a distintos profesionales de Alain Afflelou contando su experiencia y trayectoria profesional formando parte de la compañía. A continuación, tuvo lugar una mesa redonda sobre la irrupción de la tecnología en los sectores óptico y audiométrico.

Otro de los temas principales de este evento fue el emprendimiento dentro del grupo y, para profundizar en este aspecto, la compañía explicó a los asistentes su proyecto “Adelante”, a través del cual los futuros ópticos y audiólogos pueden emprender su propio negocio con todas las garantías de éxito amparados por una marca de larga

experiencia en franquicias. Este plan permite desde el apoyo financiero para la apertura, hasta toda serie de formación y apoyo en la gestión de negocio, RRHH, temas jurídicos, de gestión de talento, marketing y comunicación.

Al evento asistieron: Eva Ivars, consejera delegada de Alain Afflelou; Susana Ortega, directora de personas RSC y Fundación Afflelou; David López, director de Audiología; Ricardo Santiago, director de Franquicias; Ana Díaz, directora de Talento, y Estefanía Polo, del departamento de Talento, entre otros.

Además, contó con la participación de Big Van Ciencia, una compañía que combina humor y divulgación científica para acercar el conocimiento de una manera divertida. Como broche final, los asistentes han podido participar en el sorteo de un viaje para dos personas a una ciudad europea.

“El objetivo de esta jornada es inspirar, conectar y orientar a los futuros ópticos-optometristas y audiólogos a través del aprendizaje y el networking para que puedan construir su futuro”, señaló Susana Ortega, directora de Personas, RSC y Fundación Alain Afflelou.

De esta forma, Alain Afflelou refuerza su compromiso con el talento joven, brindando a los futuros profesionales del sector una oportunidad única para aprender, conectar con expertos y dar sus primeros pasos en el mundo laboral.



Durante el Afflelou Talent Day, diferentes asociados del grupo contaron su experiencia y trayectoria profesional dentro de la compañía.

VISIBILIA



Mod. 333501-381

NOG

Natural Optics Group

ENCAJAMOS CONTIGO



**CONSIGUE CLIENTES FIELES A TU MARCA DE
UNA FORMA INTELIGENTE Y EFECTIVA**

En tu óptica, cada cliente importa. Pero ¿puedes seguir conectando con él una vez que cruza la puerta?

Con el Servicio **Fideliza** de **Natural Optics Group**, lo conseguimos por ti, contigo.

Sin esfuerzos ni complicaciones extra por tu parte, porque nuestro equipo lo hace por ti. Y con resultados medibles.



+30 AÑOS DE EXPERIENCIA.

Nuestra trayectoria nos ha enseñado que fidelizar no es enviar un email. La fidelización es estrategia, es conseguir una relación a largo plazo, duradera y rentable. **FIDELIZA** no es solo un programa informático, es un servicio completo pensado para tu día a día.



SOLUCIÓN PROPIA Y EXCLUSIVA. A TU MEDIDA.

FIDELIZA no es solo un software: es una solución integral pensada para el día a día de tu óptica. Diseñado internamente por Natural Optics Group, el sistema es 100% nuestro. Nos ocupamos de todo: segmentación, campañas, análisis... tú solo ves los resultados.



MAXIMIZA LA RENTABILIDAD DE TU CENTRO.

Construye una base de datos sólida, con información de valor, y conecta mejor con tus clientes. Más relación, más visitas, más ventas.

Con **FIDELIZA** de Natural Optics Group, lo hacemos posible contigo y por ti.

De forma sencilla, pero muy eficaz.

¿Quieres seguir presente en el día a día de tus clientes y reforzar esta relación más allá del punto de venta?

Fideliza es mucho más que tecnología.
Es estrategia. Es crecimiento.

CADA CAMPAÑA Y CADA CLIENTE SUMAN

NOG
Natural Optics Group



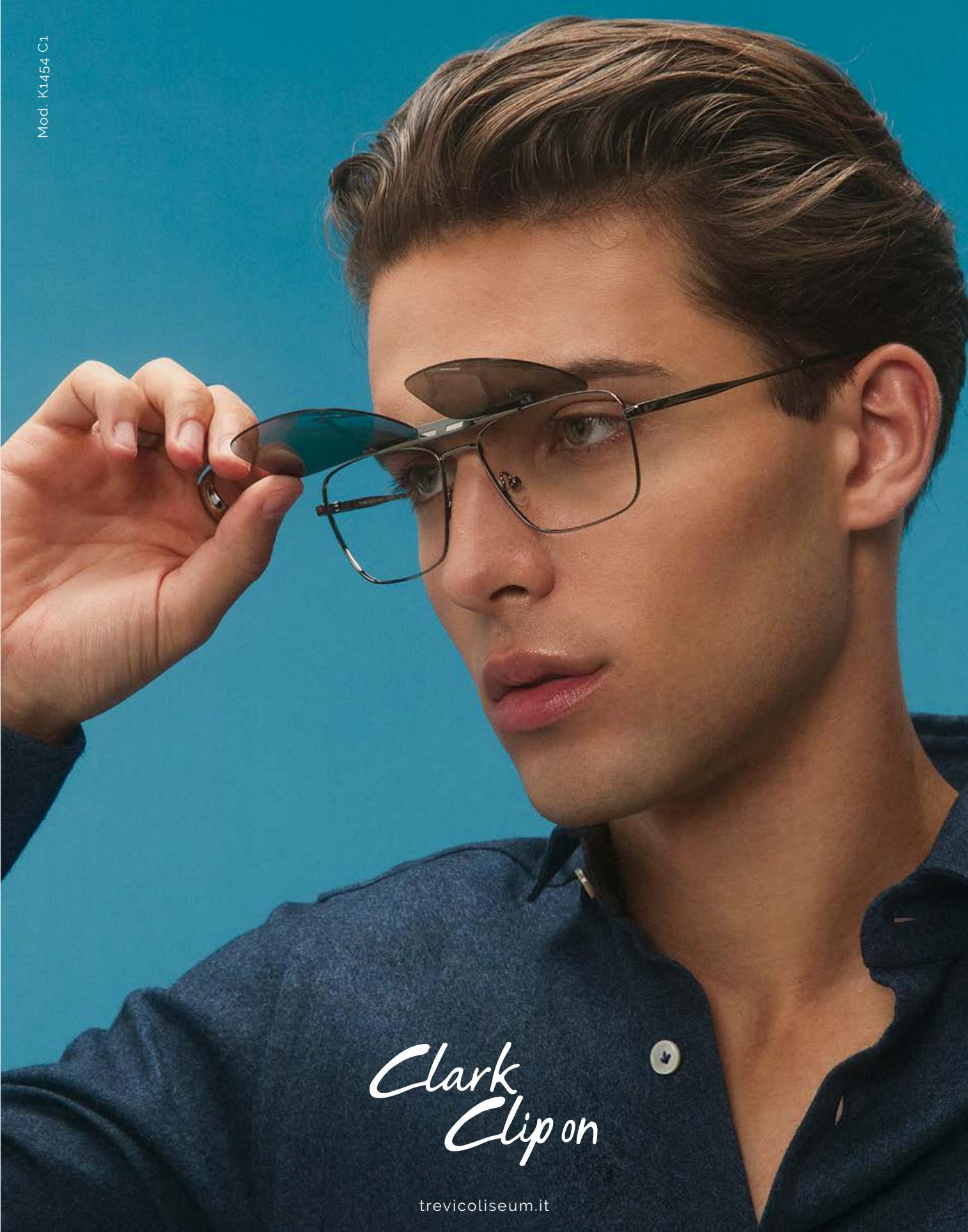
TREVI COLISEUM

Mod. K1484 C1

Trevi 1971

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

Mod. K1454 C1

A close-up photograph of a woman's face. She has short, light brown hair styled upwards. She is wearing dark-rimmed glasses and a dark blue button-down shirt. Her right hand is raised, holding a pair of dark sunglasses. The background is a solid teal color.

Clark
Clip on

trevicoliseum.it

TENDENCIAS [TRENDS]



THROTTLEMAN

Throttleman eyewear promete enamorar al mercado con su nueva colección, presentando modelos que capturan las tendencias y la esencia de ser una "Portuguese Girlie". Esta línea, comercializada por Prooptica y diseñada específicamente para un público joven, destaca por su carácter divertido, desacomplejado e informal. Con una paleta de colores fresca y vibrante, combinada con formas y diseños innovadores, cada pieza refleja un enfoque joven y despreocupado de la moda, diseñada para capturar un estilo divertido y sin complicaciones. Con esta nueva colección, ven y explora un mundo de color, forma y diversión, todo en nombre del estilo y la expresión personal.

www.prooptica.es



ANTONIO MIRO

Antonio Miro, marca propia de Natural Optics Group, presenta su nueva colección STUDIO, que captura la esencia del minimalismo contemporáneo, el lujo discreto y la elegancia atemporal, fusionando diseños limpios con toques refinados. Su estética moderna y versátil se adapta a cualquier ocasión, manteniendo siempre un aire de distinción. Creada para quienes valoran la comodidad y la practicidad, esta línea se posiciona como la elección ideal para quienes buscan el equilibrio perfecto entre funcionalidad y estilo vanguardista.

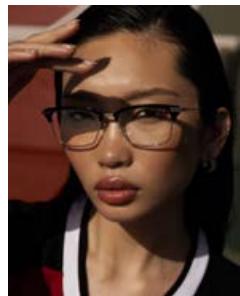
www.naturaloptics.com



CALVIN KLEIN

Calvin Klein Eyewear, presenta su campaña para la primavera de 2025, protagonizada por la supermodelo Vittoria Ceretti, con nuevos modelos ópticos y de sol. La nueva colección actualiza los diseños clásicos de Calvin Klein con detalles modernos para presentar una selección de modelos atrevidos, minimalistas y atemporales. Las gafas de sol CK25502S, en atrevido diseño ojo de gato, y CK 25503S, con un cómodo frontal rectangular. En las varillas, una placa metálica que se extiende hasta los terminales muestra el logotipo de Calvin Klein a láser. El modelo óptico CK25513, en forma de ojo de gato, y el CK25514, con frontal rectangular moderno, pero atemporal. Todos ellos están fabricados en Acetate Renew.

www.calvinklein.es/www.marchon.com



DITA LANCIER

DITA-Lancier anuncia el lanzamiento de su última línea de monturas ópticas, que combina tecnología punta con un diseño atemporal. Perfectamente diseñada para el rendimiento y el uso diario, eleva la funcionalidad de las gafas al tiempo que ofrece un estilo y confort superiores. En el corazón de la colección óptica DITA-Lancier se encuentra su revolucionario uso de materiales ultraligeros como son el titanio y el acetato, diseñados para ofrecer una sensación de proximidad 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.

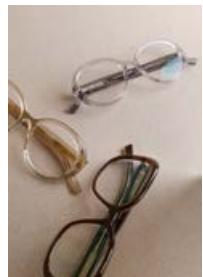
www.dita.com



FLEXON EYEWEAR

Flexon Eyewear presenta la colección Motion, en la que los diseños elegantes y atrevidos se unen al rendimiento y la funcionalidad. Las monturas Flexon E1157 y E1158, fabricadas y distribuidas por Marchon Eyewear, tienen un estilo clásico y moderno al mismo tiempo, en un diseño masculino con toques deportivos. Ligeras, disponibles en tres tonos: Satin Black, Gunmetal y Satin Navy, sus elementos metálicos tienen memoria Flexon para garantizar comodidad y flexibilidad, mientras sus varillas de goma y plaquetas nasales ajustables realzan su estilo distintivo y comodidad diaria, tanto practicando ejercicio como en tareas diarias.

www.flexon.com - www.marchon.com



GÖTTI

Con MEVA y MELU, Götti demuestra una vez más su estilo característico: diseño con estilo, artesanía de primera y detalles sofisticados. Las dos monturas se inspiran en la definición de los años 70 y marcan un hito en la moda. Reinterpretadas para la actualidad, estas gafas redefinen la tendencia vintage. Llamativas, desenfadadas y elegantes. Las líneas ligeramente ascendentes y los amplios bordes redondeados garantizan un ajuste suave y una silueta armoniosa y expresiva. El nuevo diseño se complementa con una varilla fuerte y ligeramente central. El acetato translúcido revela un sofisticado dibujo de puntos en los ojos. MEVA y MELU añaden el toque retro perfecto a cualquier look y son fáciles de llevar.

www.gotti.ch



VISTALIA[®]



aquí no eres un número... ¿vienes? | vistalia.es

es moda, imagen y comunicación

es diferenciación y rentabilidad

es la atención más directa y cercana del sector

es personalización y adaptación a las necesidades de cada óptica

TENDENCIAS [TRENDS]



MASAI EYEWEAR

Reconocida por su continua dedicación a la inclusión y la celebración de la diversidad, Masai Eyewear presenta su última colección de monturas y gafas de sol marcadas por la sencillez y la elegancia. Con un diseño que trasciende barreras culturales y generacionales, los nuevos modelos son perfectos para quienes buscan estilo y comodidad en un solo accesorio. La línea, comercializada y distribuida por Prooptica, incluye una variedad de gafas funcionales, unisex, desde las más clásicas hasta las más modernas, en una paleta de colores neutra y muy comercial, siendo una opción destacada para quienes valoran la calidad y el diseño.

www.prooptica.es



MOREL

Siempre atenta a las tendencias del mercado y a las expectativas de los consumidores, Morel presenta la línea Comete, nuevas gafas sin montura, ultraligeras, fabricadas con una precisión técnica impecable en torno a dos premisas fundamentales: calidad, garantizada gracias a una estructura monobloque, sin tornillos ni soldaduras, y ajustabilidad que se maximiza gracias a una bisagra flexible y varillas precortadas que permiten una personalización total y un ajuste perfecto para cada forma de cara. Incluye modelos masculinos y femeninos, discretos, elegantes, ligeros y armoniosos, con terminales en sutiles colores o texturas que realzan las varillas con delicada sofisticación.

www.morel-france.com/es



QUEBRAMAR SPORT

Quebramar, una de las firmas que comercializa Prooptica, presenta nuevos modelos en su segmento más deportivo, el 'Quebramar Sport'. Esta nueva colección es la fusión perfecta entre moda, comodidad y tecnología. Creada para jóvenes activos y dinámicos que valoran el estilo y la funcionalidad tanto en sus actividades diarias como en deportes al aire libre, la línea destaca por su innovador diseño, pensado para garantizar el máximo confort y adaptabilidad. Las lentes espejadas, disponibles en varios colores, marcan tendencia estética, aseguran una visión clara y ofrecen una protección superior contra los rayos UV.

www.prooptica.pt/quebramar-es/

RAY-BAN META

¿Estás listo para la próxima generación de gafas con IA? La colección Ray-Ban Meta combina lo último en tecnología portátil con el diseño auténtico de Ray-Ban. Muévete por la vida con facilidad con las nuevas Ray-Ban Meta: Haz preguntas a la IA Meta, captura contenido, escucha música, marca recordatorios y traduce en directo en francés, italiano, español e inglés sin necesidad de wifi. Elige tu par de gafas y añade lentes Transitions para usar todo el día y, además, eleva tu estilo esta temporada con Skyler con lentes Transitions en azul zafiro, con tecnología que se adapta a todas las condiciones lumínicas. Por su parte Wayfarer, el modelo legendario, icónico e inteligente, también se actualiza con IA Meta.



SOLANO CLIP-ON TITANIUM

La marca SOLANO, que cuenta con una extensa y cuidada colección de monturas con clip-on, presenta la serie Titanium Clip-on. Una selección de ocho nuevos modelos que combinan la ligereza, resistencia y durabilidad del titanio con la practicidad del sistema clip-on. Por lo que respecta al diseño, las formas rectangulares, redondas o cuadradas conviven con tonos clásicos como el negro, gris y el azul marino, que en algunos de los modelos son modernizados con sutiles toques de colores más vivos en las varillas como el rojo, verde o naranja, creando un atractivo contraste.

www.distropvision.es - www.solano-eyewear.com



TIWI

Tiwi rinde homenaje a algunos de sus modelos más icónicos: Mattise, Mali, Vallete y Tokio, en una edición especial de 300 unidades por modelo y color en negro y carey. En esta exclusiva colección apuesta nuevamente por la singularidad y originalidad para que los amantes del savoir faire de la firma española disfruten nuevamente del diseño, la calidad y los acabados ya que a sus ya reconocibles siluetas, que trascienden las tendencias y perduran en el tiempo, se une ahora que están realizadas en calidades premium y marcan su singularidad y autenticidad al ir numeradas en la varilla.

www.tiwiworld.com

OSMOSE

Las monturas con clip solar
que marcan tendencia



Versatilidad y estilo
en una sola montura.
Osmose combina
diseño y
funcionalidad con
sus clips solares
magnéticos,
perfecto para
interiores
y exteriores.

**iUn imprescindible
en tu óptica!**

RTC

www rtc-optica.com

Aulèstia i Pijoan 15 - 08012 Barcelona, España - T. +34 932 377 476 - info@rtc-optica.com

@rtc_optica - in rtc optica



La combinación perfecta para la gestión de la miopía infantil

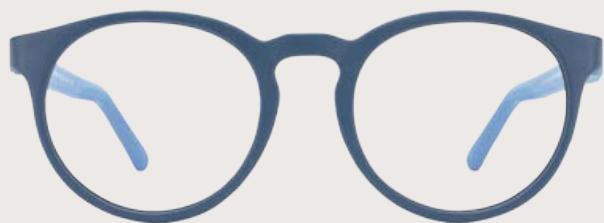
Lentes

MYOP-K



Monturas

NANO #indestructible



- Tecnología de gestión de la miopía con eficacia demostrada.
- Adaptada al mercado europeo y respaldada por estudios clínicos hechos en España.
- 97% de los niños presentó una progresión significativamente menor a la esperada.
- 91% registró un aumento inferior a 0,50D tras 12 meses.
- 74% mantuvo esta evolución favorable durante dos años consecutivos.

- Súper resistentes y flexibles.
- Cómodas, seguras y pensadas para el día a día.
- Aceptadas y recomendadas por miles de familias.
- 59% menos variación nasopupilar y 78% menos variación en altura pupilar frente a una montura estándar.
- 83% de los niños prefieren NanoVista frente a monturas de control por su ligereza, confort y estabilidad.

Montadas



Listas



Directas en tu óptica



Pedido fácil - Entrega rápida - Montadas de fábrica
Olvídate de montajes y ajustes: Recibe las gafas listas para entregar.

MYOP-K

$$\begin{aligned} D &= \omega_1(t_k - t_i) + \frac{1}{2} \alpha (t_k - t_i)^2 \\ T &= 2\pi \sqrt{\frac{m}{k}} \quad E = k \frac{|a|}{r^2} \\ F_s &= 6\pi \eta r v \\ T &= NIABS \sin \theta \\ \tan \theta &= \frac{v_z}{g} \end{aligned}$$



NANO
VISTA + MYOP-K

Una combinación que funciona

Pide hoy tu pack NanoVista + Myop-K

y ofrece una solución completa y eficaz, ya montada y lista para entregar



QR para más Info.

**¡POR UNA VIDA
MÁS BRILLANTE!**



www.nano-vista.com



El precio atrae, pero solo el valor retiene

Por Carolina Lober

En un mundo donde el cliente busca algo más que ver bien, la experiencia de compra ha dejado de ser un detalle para convertirse en la mejor estrategia. Porque no se trata solo de vender gafas, se trata de vender mejor. Y una de las formas, entre muchas otras, es a través de la asesoría de imagen en gafas. Que el cliente salga diciendo: "Aquí también saben de imagen. Aquí quiero volver."

Unas gafas bien elegidas bajo el asesoramiento de imagen pueden cambiarlo todo. Potencian los rasgos que nos interesan, suavizan lo que el cliente prefiere disimular, aportan luz, rejuvenecen y transforman la expresión. Pueden proyectar cualidades distintas: autoridad, dulzura, creatividad o sofisticación... Incluso ayudan a equilibrar visualmente ciertas patologías. Por ejemplo, en el caso de una endotropia puede suavizarse seleccionando diseños con degradados bien colocados que aporten luz en la zona del puente y generen mayor separación visual entre los ojos. ¿Ves a lo que me refiero? Este es el nivel de detalle que marca la diferencia.

No se asesora desde el gusto personal

El primer paso no es enseñar gafas, es realizar una anamnesis estética para comprender al cliente: su estilo, su día a día, su entorno, su profesión y lo que quiere comunicar con su imagen. Elegir una montura no es solo una cuestión estética. Es una decisión que impacta directamente en su identidad visual y en cómo será percibido.

Se asesora desde la escucha, el criterio y la profesionalidad

La experiencia del cliente que quieras que el cliente perciba no se improvisa. Se diseña. Y empieza mucho antes de que el cliente se pruebe unas gafas: desde cómo lo recibimos, hasta cómo le hablamos y le presentamos cada opción.

Una mesa llena de monturas desordenadas no transmite asesoramiento

Transmite confusión. Un espacio cuidado, con un tapete neutro, un espejo limpio, silencio visual y atención personalizada, genera una percepción completamente distinta: exclusividad, confianza, profesionalidad.

Cómo decimos, las cosas marcan la diferencia

No es lo mismo decir "estas gafas son una edición limitada" que contar que de esa montura solo existen mil unidades en el mundo, y en nuestro país, solo 50 personas podrán tenerlas.



No decimos: "Qué bonitas te quedan estas gafas."

Decimos: "Esta montura enmarca tu expresión y refuerza justo aquello que quieres transmitir".

Eso no es solo vender, eso es crear valor.

Si tu cliente busca algo más que ver bien, tú puedes ofrecerle una experiencia que lo haga volver. Y aquí, la asesoría de imagen puede ser tu mejor aliada.

Si aplicamos la asesoría de imagen a la venta, podríamos tener una herramienta extraordinaria para elevar el servicio, conectar mejor y convertir una venta en una experiencia inolvidable.



Y si te interesa profundizar en todo esto, actualmente estoy impartiendo un curso online junto con Optoacademy. La próxima edición comienza el 2 de junio y las inscripciones estarán abiertas hasta el 26 de mayo. Puedes ver toda la información escaneando el QR:

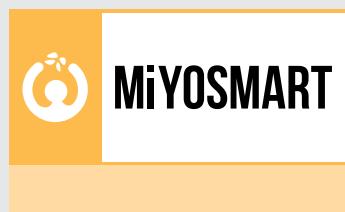
También encontrarás más información en:
www.carolina-lober.com

Porque cuando tu cliente siente que está en manos de un experto, deja de buscar descuentos y empieza a buscarte a ti.

Una de estas es fotocromática.



MiYOSMART Chameleon es tan clara en interiores como una lente transparente.



¿Óptico o
PRISIONERO?





¿Eres libre? Escanea el código
QR y descubre si ya has alcanzado
todo tu potencial.

etnia O.
BARCELONA



ibiza

ETNIA BARCELONA
LIMITED EDITION

VOL. 5



Ibiza N° 9 — RD

etnia Q. BARCELONA

Catálogo PRATS 2025: la nueva mirada al futuro de las lentes

PRATS lanza su Catálogo de Lentes 2025, que incorpora lo último en I+D, inteligencia artificial y personalización visual, con nuevas herramientas de venta y reforzando sus soluciones más innovadoras: VIMAX ADAPTATIVE AI y la gama de monofocales A-TORIC.

Como cada una de sus ediciones anteriores, el Catálogo 2025 acerca al presente de los ópticos-optometristas una nueva mirada al futuro de las lentes, desarrollada íntegramente con tecnología e i+D propios de la multinacional española. "El Catálogo 2025 se ha confeccionado con las dos ideas esenciales de nuestra empresa: inconformismo para buscar la excelencia e ir siempre más allá, y vocación de servicio al óptico: Focusing on you", señala Mauro Pellegrini, Director de Ventas Globales y CMO del grupo.

Así, el Catálogo 2025 de PRATS presenta novedades diseñadas con el máximo cuidado, y refuerza y mejora productos estrella de lanzamiento reciente para seguir ofreciendo al profesional de la salud visual lo mejor en soluciones ópticas.

Con VIMAX ADAPTATIVE, PRATS pone la inteligencia artificial al servicio de la visión, para proporcionar una experiencia visual a medida de cada individuo. PRATS analiza datos clave del usuario (su prescripción, su historial con lentes progresivas y si usará gafa ocupacional) para diseñar una lente que se adapta automáticamente a cada persona, ofreciendo máxima comodidad desde el primer día, transiciones suaves entre distancias y visión nítida y estable en todo momento.



Dos nuevas herramientas potenciarán las ventas de VIMAX ADAPTATIVE para el óptico-optometrista. Lucky Adaptive es un reto que combina suerte y tecnología. Con cada compra de estas lentes, el óptico tiene acceso a premios tan atractivos como innovadores, igualmente gracias a la IA.



Adaptive Tool es una nueva web-app -sin necesidad de descarga- que apoya el proceso de argumentación y venta de estas lentes permitiendo además la toma de datos que conectan directamente con la web de pedidos en un proceso sencillo para el profesional de la salud visual.

Novedad absoluta en 2025 es la ampliación de la familia A-TORIC ahora con su versión en lente de stock Xpedit A-TORIC 1.6 BSS Quarz XtraMax, fruto del compromiso de PRATS con la innovación desde la I+D. El nuevo monofocal mejora notablemente la agudeza visual periférica, respecto a los monofocales esfero-tóricos y asféricos convencionales de stock, al tiempo que cuida también la estética. Se ofrece con el tratamiento QUARZ XTRAMAX que añade protección UV y frente a luz azul y elevadas prestaciones de dureza, facilidad de limpieza y transparencia.



El nuevo catálogo y sus tarifas de precios al óptico y al público ya están en vigor

Fuera del catálogo general, PRATS pone a disposición de los profesionales de la visión su portfolio más destacado Sensorial Expert donde se encuentran las lentes progresivas VIMAX SE SYNAPTIC, basadas en la conexión sináptica ojo-cerebro y diseñadas a partir de los datos de la plataforma WaveFrontAI.

Para más información consulta a tu Responsable de Negocio PRATS.

Nano Sol Pocket

Las gafas de sol plegables para niños llegan a las ópticas

NanoVista, marca líder en salud visual infantil, lanza su última innovación: Nano Sol Pocket, la primera colección de gafas de sol plegables diseñadas específicamente para niños. Con este lanzamiento, NanoVista revoluciona la óptica infantil al ofrecer un modelo ultracompacto, resistente y lleno de estilo, disponible exclusivamente en ópticas.

Las Nano Sol Pocket han sido diseñadas para ofrecer la máxima practicidad sin renunciar a la protección y el diseño. Gracias a su innovador sistema de plegado, estas gafas pueden guardarse cómodamente en un bolsillo, mochila o bolso, facilitando su transporte en cualquier aventura infantil.

Fabricadas en TR-90, un material ultraligero y flexible, las Nano Sol Pocket garantizan una gran resistencia a los impactos, adaptándose al ritmo de los niños más activos. Además, cuentan con un acabado soft touch y monturas en efecto degradado, fusionando funcionalidad con un diseño moderno y atractivo.

En cuanto a la protección, estas gafas están equipadas con lentes grises polarizadas de categoría 3, que reducen el deslumbramiento y bloquean el 100% de los rayos UV, asegurando el máximo cuidado visual.

Nano Sol: una colección completa para cada necesidad

Con la llegada de Nano Sol Pocket, la línea Nano Sol de NanoVista sigue consolidándose como la referencia en gafas de sol para niños.

Además del nuevo modelo plegable, la colección incluye:

- **Nano Camaleón:** gafas que cambian de color con la luz solar, combinando diversión y protección con lentes polarizadas.
- **Nano Sol en policarbonato:** modelos resistentes y ligeros con diseños variados, ideales para cualquier estilo.
- **Gafas de pantalla Victoria:** el modelo más rompedor para niños y adolescentes que buscan tendencia y protección en deportes al aire libre.
- **Nano Sol Somflex™:** gafas de sol fabricadas en un material patentado ultraflexible y cómodo, perfectas para los más pequeños.
- **Nano Sol Baby:** gafas ergonómicas diseñadas con el innovador "angle-light-cover" para una protección completa contra la luz solar.

Todas las gafas de la colección Nano Sol están diseñadas para garantizar la máxima seguridad y confort, estando disponibles exclusivamente en ópticas, reafirmando el compromiso de NanoVista con la salud visual infantil.



Innovación, comodidad, diseño y protección se dan cita en un solo modelo: Nano Sol Pocket, gafas de sol plegables para niños fabricadas en TR-90 y acabado soft touch.

VISUAL EL SOFTWARE PARA ÓPTICAS QUE CRECE CONTIGO

En un sector cada vez más exigente, donde el tiempo, la precisión y la atención personalizada marcan la diferencia, **VISUAL** se posiciona como el aliado perfecto para el óptico-optometrista.

VISUAL no solo es un software de gestión: es una plataforma completa que centraliza, automatiza y potencia cada aspecto de tu óptica. Su enfoque modular y adaptable lo convierte en una herramienta indispensable para quienes quieren mejorar su eficiencia operativa, reducir errores y dedicar más tiempo a lo que realmente importa: EL CLIENTE.

VISUAL lo integra todo: gestión de clientes y ventas, automatización de citas y pedidos, conexión con catálogos y biselado, integración total de equipos, audiología con NOAH, protocolos clínicos personalizables, herramientas de marketing avanzadas y apertura a sistemas externos para maximizar el rendimiento de tus datos.

NOVEDADES QUE LLEGAN PARA TRANSFORMAR TU ÓPTICA

VISUAL está en constante evolución. Las nuevas funcionalidades que llegarán pronto van más allá de lo operativo: automatizan procesos clave, mejoran la toma de decisiones y amplían la visión estratégica. Incluirán nuevas opciones de comunicación digital y herramientas basadas en inteligencia artificial para ganar eficiencia y personalización. Estas mejoras complementarán los módulos actuales y se integrarán de forma gradual y natural con tu flujo de trabajo, sin interrupciones.

CERTIFICADO POR:



VISUAL CLOUD: LA GESTIÓN SIN LÍMITES

Además, con **VISUAL CLOUD**, tu óptica está siempre contigo, estés donde estés.

Gestiona tu óptica desde cualquier dispositivo con conexión a internet, sin preocuparte por servidores, licencias o copias de seguridad. Estés donde estés, tu óptica está contigo. La nube ha llegado para quedarse, y este sistema lo demuestra cada día mediante:

- Acceso total desde cualquier lugar.
- Actualizaciones automáticas y sin interrupciones.
- Máxima seguridad certificada (ISO 27001 por AENOR).
- Reducción de costes técnicos y de infraestructura.
- Adaptación rápida al crecimiento de tu negocio.

VISUAL es el futuro de la óptica... y ya está aquí.

Desde el gabinete, el taller o incluso fuera del establecimiento, tendrás el control de tu negocio con total confianza. Un sistema que crece contigo.





EL SOFTWARE PARA ÓPTICAS
MÁS COMPLETO Y FIABLE

¡TODO LO QUE TU ÓPTICA NECESITA!

■ CLIENTES Y VENTAS

Controla clientes, ventas y caja desde un solo lugar.

■ AUTOMATIZA TU DÍA A DÍA

Gestiona citas, recordatorios, promociones y pedidos sin esfuerzo.

■ PEDIDOS TELEMÁTICOS

Accede a catálogos actualizados y biselado remoto.

■ ABIERTO

Explota tus datos al máximo y conecta **VISUAL** a cualquier herramienta externa.

■ TODO CONECTADO

Integra tus equipos de taller y evita errores o tareas duplicadas.

■ AUDIOLOGÍA INTEGRADA

Conecta con NOAH y centraliza toda la información del paciente.

■ GABINETE IDEAL

Configura tests y estandariza procesos en todas tus ópticas.

■ MARKETING PARA CRECER

Atrae y fideliza con SMS Plus y CRM Plus.

PRÓXIMAMENTE:

NUEVOS CANALES DE
COMUNICACIÓN Y
FUNCIONES CON IA



Para más información:
tematicasoftware.com

¿Hablamos?

 **tematica**
SIEMPRE AYUDANDO A LA ÓPTICA

Somos una empresa con más de 11 años de experiencia en Francia y 5 años en el mercado Español, especializada en el suministro de monturas ópticas para profesionales.

En SDLvision

ENCONTARÁS LAS MEJORES MONTURAS PARA TU ÓPTICA

SDLvision. es



NUESTROS
PRECIOS

Gama
PRIM'S



¡CHATEA CON
NOSOTROS!

Gama
POLARIZADAS



- ✓ **Más de 400 modelos disponibles para adultos jóvenes y niños.**
- ✓ **Material: Pasta y Metal**
- ✓ **Estuches gamuzas en gafas de Gama Polarizadas**
- ✓ **Precios Económicos y fijos todo el año.**
- ✓ **Facturación desde España.**

SDLvision



@SdlVision España



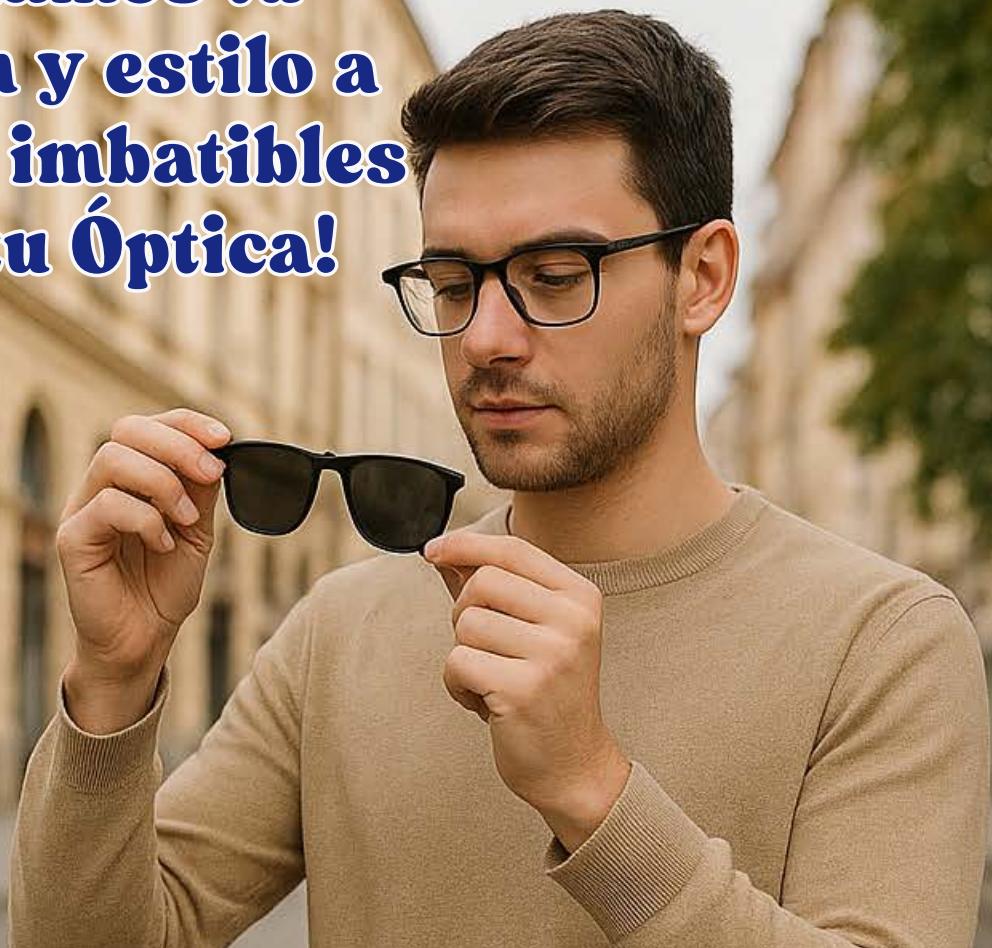
SDL Vision



www.sdlvision.es

**¡Cuidamos tu
margen y estilo a
precios imbatibles
para tu Óptica!**

SDLvision



POLARIZADAS



AZUL
ESPEJO



AMARILLO
VISIÓN NOCHE

El CGCOO presenta en el Congreso de los Diputados una propuesta de Ley General de Salud Visual

El Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas de España (CGCOO) ha presentado y registrado en el Congreso de los Diputados, un escrito solicitando a los grupos parlamentarios tramitar una propuesta de Ley General de Salud Visual impulsada desde el Consejo.

Esta iniciativa es fruto de un proceso de escucha activa que se inició hace un año estableciendo un diálogo y un consenso con los representantes de la sociedad civil, los principales líderes políticos e institucionales, expertos y profesionales del sector. En este contexto, desde el CGCOO están llevando a cabo diferentes reuniones con los grupos parlamentarios que forman la Comisión de Sanidad para presentar la iniciativa de forma directa y detallada. "El objetivo de esta Proposición de Ley General de Salud Visual es que se pueda debatir y aprobar en las Cortes Generales y que obtenga un amplio respaldo por parte de los grupos políticos, tal y como se ha podido prever en el proceso de escucha activa con el objetivo de mejorar la atención a la salud visual. Al ser parte de un proceso de escucha activa, desde el CGCOO nos mostramos receptivos a recibir propuestas constructivas y a colaborar con todos los profesionales sanitarios para mejorar la iniciativa, y también para que los diferentes grupos parlamentarios puedan presentar sus aportaciones y enmiendas.", han señalado desde el CGCOO.

Contenido que recoge la propuesta de Ley General de Salud Visual

La Proposición de Ley General de Salud Visual tiene como finalidad reforzar la atención sanitaria y mejorar la salud visual de la sociedad. La salud visual es una parte esencial e integral de la salud que afecta directamente a la calidad de vida de los ciudadanos.

Durante estos años, se ha demostrado que existe una demanda desde el sector y la sociedad para incorporar al SNS la figura del óptico-optometrista y cumplir, entre otras disposiciones, que el acceso y las prestaciones sanitarias se realizarán en condiciones de igualdad efectiva y que actualmente no se aprecia. El objetivo de la medida es mejorar el servicio que prestan estos profesionales en el sistema, evitando sobrecargas y promoviendo una mayor atención a la ciudadanía y la prevención de enfermedades asociadas a la visión.

Esta propuesta de Ley General de Salud Visual reconoce el derecho a la protección integral de la salud y señala que son los poderes públicos los que tienen la competencia de organizar y tutelar la salud pública a través de medidas preventivas y promoción de la salud, fortaleciendo así la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad el Sistema Nacional de Salud. Los derechos recogidos en la norma son comunes en todo el país. Entre otras cuestiones, destaca:

- Contempla la mejora de la accesibilidad de productos ópticos, como gafas, lentes de contacto y soluciones de limpieza y desinfección, para menores en edad pediátrica.
- Desarrolla los derechos relacionados con la promoción de la salud visual, entre los que destaca una atención integral, el derecho



a la prevención de problemas de salud visual, inclusive a través de campañas de sensibilización y revisiones periódicas, dirigidas a la población infantil, juvenil y a las personas mayores la promoción de la salud visual para todos los españoles a través de una Estrategia Estatal de Salud Visual y un Plan de Salud Visual en toda España.

- La norma dota de carácter estructural a una condición que ya se reconoció en la pandemia de Covid-19, durante la cual los establecimientos sanitarios de óptica (ESO) fueron contemplados expresamente como servicios esenciales en la primera declaración del estado de alerta.
- Entre otras cuestiones también incorpora sistemas de información y alerta en dispositivos electrónicos frente al uso abusivo de pantallas.
- Se desarrollan las garantías para la atención a la salud visual en los ámbitos de los servicios sanitarios, educativo, ámbito laboral y sociosanitarios.
- Se incluye la prestación de productos sanitarios ópticos y de salud visual, la creación de las unidades asistenciales dentro del ámbito de la optometría, como está en otros marcos profesionales y la modificación de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.

La salud visual es una de las prioridades del Ministerio de Sanidad para esta legislatura. En este sentido, la ministra de Sanidad, Mónica García, ya ha señalado en varias ocasiones que iba a ampliar los servicios de óptica, en particular los relativos a que las gafas y lentillas sean accesibles especialmente a colectivos vulnerables.

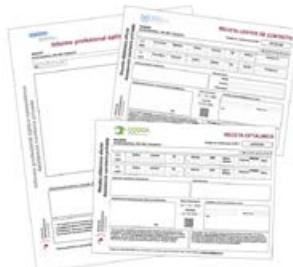
El CGCOO desmiente la información publicada por la APOE sobre el uso de los términos 'paciente' y 'receta' en Optometría

Ante la publicación de la Asociación Profesional de Oftalmólogos de España (APOE) en su página web corporativa el pasado 10 de marzo, titulada: "El Ministerio de Sanidad marca la línea roja a los ópticos en sus establecimientos", El Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas (CGCOO) aclara que esta información se basa en una interpretación errónea por parte de la APOE sobre el contenido de la comunicación emitida por el Ministerio de Sanidad.

La errónea interpretación por parte de APOE surge a raíz de la comunicación enviada por la Subdirección General de Formación y Ordenación Profesional del Ministerio de Sanidad al CGCOO el 7 de marzo de 2025. En este documento, el Ministerio sugiere la conveniencia de reconsiderar el uso de la denominación "Receta Oftálmica Oficial" para evitar posibles confusiones entre la ciudadanía. Sin embargo, a diferencia de lo que afirma la APOE,

en ningún momento la comunicación del Ministerio 'desautoriza' al CGCOO, ni 'respalda' a los oftalmólogos, ni prohíbe el uso de los términos 'receta' y 'paciente'. Tampoco insta a este Consejo General a 'corregir' su terminología.

Por el contrario, el Ministerio se limita solamente a trasladar la conveniencia de reconsiderar estos términos. No se trata de una imposición ni de una medida coercitiva, sino de una mera recomendación sin efectos normativos. Sin embargo, la información publicada por la APOE presenta esta comunicación como una desautorización al CGCOO y un respaldo explícito a los oftalmólogos, afirmaciones que no se corresponden en absoluto con la realidad del escrito ministerial.



Por tanto, el Ministerio de Sanidad no impone ninguna corrección ni prohibición sobre el uso de términos como "receta" o "paciente" en el ámbito optométrico. Su comunicación se limita a trasladar una recomendación sin que ello implique ninguna medida coercitiva ni sancionadora.

El CGCOO ha analizado detalladamente la legalidad y pertinencia del uso de estos términos dentro de las competencias de los ópticos-optometristas y responderá formalmente al Ministerio para justificar su empleo. Asimismo, reitera su compromiso con la transparencia y la defensa de los intereses de la profesión, siempre dentro del marco normativo vigente. En este sentido, el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas continuará trabajando para garantizar una información veraz y precisa tanto a los profesionales del sector como a la ciudadanía.

Cione firma un acuerdo con ADECCO para facilitar a sus socios la selección de personal



Cione Óptica y Audiología, gracias a la labor de su departamento de Recursos Humanos, ha llegado a un acuerdo exclusivo con ADECCO Selección para que sea esta empresa, la que lleve a cabo el proceso de selección de ópticos, auxiliares de óptica y audioprotesistas, tanto para tiempo indefinido o temporal, con las mejores condiciones del mercado, para aquellos socios de Cione que lo soliciten.

Así, los ópticos que se vean en la necesidad de contratar personal por bajas laborales, vacaciones, o jubilaciones, pueden delegar los tediosos procesos de selección de personal, contando para ello con un siempre mayor universo de candidatos, o, por ejemplo, facilitando la contratación de profesionales incluso en aquellas zonas geográficas en las que es complicado encontrar ópticos-optometristas o audioprotesistas.

Iniciar el proceso es muy sencillo. Basta con escribir a una cuenta de correo que ADECCO Selección, desde la división de Preventium, que tiene el foco en un perfil sanitario, ha habilitado para Cione, para que la empresa se ponga en contacto con el socio, determine los requisitos de los posibles candidatos para iniciar el proceso de selección.

Alain Afflelou, premio de Franquicia Extranjera en España



Alain Afflelou ha sido galardonado con el Premio Nacional de la Franquicia 2024, concedido por la Asociación Española de Franquicias (AEF), en la categoría Franquicia Extranjera en España. La compañía ha sido premiada en reconocimiento a su trayectoria desde su llegada a nuestro país en 2004 para revolucionar el sector de la óptica.

España es el mayor ejemplo de éxito del Grupo Afflelou en cuanto a exportación, ya que es el segundo mercado después de Francia. 20 años después, la compañía cuenta con 370 ópticas y cerca de 200 centros auditivos, habiendo triplicado en los últimos tres años el número de centros especializados en audiológia.

De las 370 ópticas que la marca tiene en España, 291 son franquicias y 79 centros propios, con 195 puntos de audiológia, de los cuales, 12 son espacios exclusivos. "Desde nuestros inicios hemos dado mucho protagonismo a la franquicia, creando un plan maestro y eficaz para que cada negocio prosperara. Hemos ofrecido siempre la solidez de una marca con más de 50 años de trayectoria y un apoyo constante. Es así como nos hemos convertido en el primer franquiciador de óptica en este país ya que damos la oportunidad a los ópticos y audiólogos ser dueños de sus propios negocios", explica Eva Ivars, Consejera Delegada de Afflelou para España y Portugal. Esto le ha valido al grupo, en el último ejercicio, un aumento de ventas de un 7,2% y una facturación de 151,4 millones de euros.

PREMYOM, iniciativa pionera de investigación sobre la miopía

EssilorLuxottica, Hôpital Fondation Adolphe de Rothschild, Inria, InSimo, IMT e Institut de la Vision han unido sus fuerzas para lanzar PREMYOM (Prise en charge et Ralentissement de l'Epidémie de MYopie par l'Optique Médicale). Este proyecto de investigación e innovación, de cinco años de duración, pretende establecer un nuevo estándar en la dimensión med-tech con el tratamiento personalizado de la miopía mediante óptica médica.

Al reunir los conocimientos técnicos, clínicos y digitales de las principales organizaciones sanitarias, de investigación y de la industria, PREMYOM proporcionará una mejor comprensión de los mecanismos clínicos y biológicos que subyacen a la progresión de la miopía para ofrecer soluciones oftálmicas avanzadas y personalizadas adaptadas a las necesidades individuales.



La misión de PREMYOM es apoyar el desarrollo de lentes altamente personalizadas que ralenticen eficazmente la progresión de la miopía en los niños y hacer que estas soluciones sean ampliamente accesibles. Dirigida por EssilorLuxottica, la iniciativa aprovechará la investigación de vanguardia sobre biología de la retina, estudios de cohortes a gran escala, ensayos clínicos y análisis de macrodatos. También aprovechará el modelo digital avanzado y la simulación biomecánica del ojo miope, conceptos ópticos innovadores, así como tecnologías de fabricación de lentes de última generación e instrumentos de optometría.



HOYA Lens Iberia anuncia el lanzamiento de su nueva campaña solar Dúo K Color, que dio comienzo el 7 de abril y se extenderá hasta el 30 de septiembre de 2025. Con esta iniciativa, HOYA reafirma su compromiso con la protección visual ante la luz intensa del sol y la concienciación sobre la importancia de cuidar la visión en exteriores.

HOYA permite disfrutar el doble del sol con su Campaña Solar Dúo K Color

miso con la protección visual ante la luz intensa del sol y la concienciación sobre la importancia de cuidar la visión en exteriores.

La luz solar intensa puede generar problemas visuales y enfermedades oculares graves, un riesgo que aún no es suficientemente reconocido por la población. A menudo consideradas un accesorio de moda, las lentes solares desempeñan un papel crucial en la protección visual. Por ello, HOYA lanza su promoción anual Dúo K Color, permitiendo a los usuarios obtener un segundo par de lentes solares de color, polarizadas o espejadas, al adquirir un primer par. Esta oferta no sólo beneficia a los consumidores al proporcionarles mayor protección y calidad visual, sino que

también ofrece una ventaja competitiva a los ópticos, contribuyendo a la rentabilidad de su negocio y fomentando la multiposición de lentes.

Para reforzar el alcance de la campaña, HOYA proporcionará materiales promocionales específicos para redes sociales, además de un vídeo de campaña dirigido a ópticos y usuarios finales. Además, ofrecerá formaciones incluidas en la promoción, con el objetivo de mejorar el conocimiento y la experiencia del cliente final.

Con una amplia gama de combinaciones disponibles, la campaña Dúo K Color 2025 de HOYA se presenta como la mejor opción para quienes buscan protección visual sin renunciar al estilo y la calidad.

Disfrutar del Sol con la máxima protección de las lentes SEIKO



SEIKO Optical Iberia comienza su campaña solar con sus SEIKO Vision Specialist e invita a disfrutar del Sol a través de la precisión y protección de sus lentes solares. De esta forma, SEIKO Optical reafirma su compromiso con la salud visual y la máxima precisión a través de su nueva campaña solar primavera-verano. Bajo el lema ¡Hola Verano! Adiós, reflejos, SEIKO pone a disposición de los profesionales del sector una serie de materiales de comunicación para redes sociales, concebidos para impulsar las ventas y concienciar sobre la importancia de una protecciónocular segura frente a la intensa exposición solar.

La propuesta de SEIKO no sólo responde a las exigencias estéticas de la temporada, sino también a su filosofía de innovación tecnológica y máxima precisión en su gama de lentes de sol. En el centro de esta campaña se encuentra el tratamiento antirreflejante SEIKO SRC™-SUN, una solución avanzada que mejora los contrastes y proporciona una visión natural y nítida, incluso en las condiciones más luminosas.

Ideal para una experiencia visual completa y duradera, el tratamiento SRC™-SUN reduce significativamente el deslumbramiento, permitiendo a los usuarios disfrutar plenamente de la belleza de los días soleados con total comodidad.

El óptico optometrista Manuel Roure, premio Creu de Sant Jordi 2025



El óptico optometrista Manuel Roure Arnaldo ha sido distinguido con la Creu Sant Jordi 2025, uno de los máximos reconocimientos que puede recibir una persona por parte de la Generalitat de Catalunya en reconocimiento a su destacada trayectoria.

Con más de 50 años de carrera, Roure ha sido una figura clave en el avance científico de la óptica y la optometría en Catalunya. Ha sido un referente reconocido en la óptica y la optometría, pionero en el estudio y consideración de los predominios visuales, el desarrollo de la teoría y práctica del entrenamiento visomotor, y la investigación y divulgación, incluyendo las primeras obras de optometría escritas en catalán. Un ejemplo de ello es el libro Optometría holística. La visión nos permite percibir, comprender, interpretar, adaptarnos, que su versión en catalán fue editada por el Col·legi Oficial d'Òptics Optometristes de Catalunya.

También ha sido un profesional con conciencia social, que ha dedicado una parte significativa de su carrera a mejorar la salud visual de las personas con discapacidad intelectual. Además, ha sido un ciudadano comprometido, con una trayectoria activa desde su Mollerussa natal en ámbitos diversos, destacando por su gran implicación con la ciudad, la comarca y sus asociaciones, como ACUDAM, una asociación que trabaja con y para las personas con discapacidad y del desarrollo (DID) y sus familias.

La candidatura, presentada por el Col·legi Oficial d'Òptics Optometristes de Catalunya (COOOC), ha recibido el apoyo unánime de los ópticos y ópticas optometristas de Catalunya y del conjunto del Estado, asociaciones, empresas y entidades tanto del sector como de otras esferas políticas, sociales y económicas.

Carolina Alegre, nueva directora de Marketing de Indo y Rodenstock para España y Portugal

Carolina Alegre, profesional con una destacada trayectoria en el sector óptico y en el ámbito del retail, vuelve a sus orígenes en el mundo de la óptica al asumir la dirección de Marketing para España y Portugal de Indo y Rodenstock, tanto en lentes como en bienes de equipo, para los mercados de España y Portugal.

Su carrera comenzó en General Óptica, donde estuvo 10 años y desempeñó los roles de Product Manager de lentes —trabajando estrechamente con Indo como proveedor— y como Brand Manager del equipo de producto. "En General Óptica pude trabajar el producto de forma integral y comprender su impacto en el negocio. Conocer de cerca a proveedores y clientes, así como los objetivos estratégicos de la compañía, supuso un gran reto. Pude contar con grandes compañeros con los que conseguí resolver con éxito las diferentes exigencias del negocio. Entre ellos, los propios proveedores, de los que aprendí que son aliados para salir adelante en un sector, relativamente pequeño, pero al mismo tiempo, complejo".

Tras esa etapa, dio el salto a IKEA, donde permaneció durante siete años, siempre vinculada al entorno retail y al enfoque centrado en el cliente y ayudando a mejorar el día a día de la mayoría de las personas en sus hogares. Ahora, Carolina Alegre inicia con mucha ilusión y energía este nuevo capítulo profesional en un sector que, aunque conocido, llega renovado. Consciente de que se trata de un entorno competitivo, con un retail en transformación constante y un cliente cada vez más exigente, asegura: "Gracias a la innovación tecnológica del grupo Rodenstock, su orientación al cliente y la profesionalidad de las personas que forman parte de esta compañía, estoy convencida de que vamos a conquistar el sector. Desde que llegué a Indo, he percibido un ambiente cálido, de equipo, unión y muchísima profesionalidad. Estoy muy contenta y me siento como en casa".

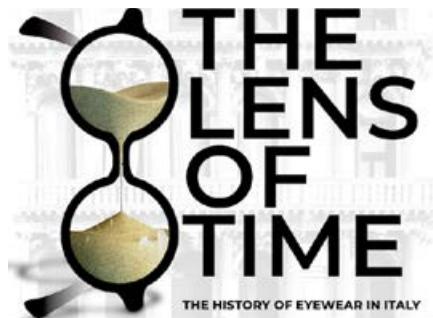


Exposición “La lente del tiempo: la historia de las gafas en Italia”

ANFAO, la Asociación de Fabricantes Italianos de Artículos Ópticos, participa activamente en el Día Nacional del “Made in Italy” organizando “La lente del tiempo: la historia de las gafas en Italia”. Esta cautivadora exposición, de acceso gratuito, que tendrá lugar del 7 de mayo al 30 de julio en el Palazzo Flangini de Venecia, narra la evolución de las gafas en un viaje a través de la historia del eyewear italiano, destacando el valor de una industria que integra tradición, elegancia, innovación, sostenibilidad y diseño. El proyecto forma parte de una serie de iniciativas promovidas por el Ministerio de la Empresa y el Made in Italy (MIT) con motivo del Día Nacional del “Made in Italy”, establecido para apreciar plenamente la creatividad y la excelencia productiva de Italia.

Conceptualizada, producida y promovida por ANFAO, con la colaboración y el comisariado de la Fondazione Museo dell’Occhiale, y la asociación de la Fondazione di Venezia y la Fondazione Mg-Museo del ‘900, la exposición cuenta una historia única. Dividida en tres secciones, relata la historia de las gafas, el diseño contemporáneo y los materiales y técnicas de fabricación empleados, destacando el papel central de Italia –y en particular del distrito de Belluno– en la concepción y producción de gafas, una excelencia manufacturera famosa en todo el mundo.

A través de más de 100 piezas, seleccionadas entre las más valiosas del Museo de Gafas de Pieve di Cadore y de dos prestigiosas colecciones privadas



–las del óptico veneciano Roberto Vascellari y del diseñador Lucio Stramare–, la exposición narra la evolución de las gafas desde sus orígenes en el siglo XIII hasta la actualidad. Piezas únicas, objetos intrigantes, tecnologías interactivas, instalaciones artísticas, imágenes históricas, carteles vintage y detalles sofisticados guían a los visitantes por un camino que entrelaza arte, ciencia, innovación, moda y tecnología.

Federópticos y la startup vasca LUP se alían para mejorar el acceso a la lectura de personas con baja visión



Federópticos ha firmado un acuerdo con LUP, la startup vasca que ha desarrollado la primera lupa de bolsillo inteligente con inteligencia artificial. Desde el 7 de abril los casi 200 centros de Federópticos ofrecen el dispositivo, diseñado para transformar el texto en voz en menos de 2 segundos, en 30 idiomas, y hacer más accesible la lectura a personas con baja visión, dislexia o fatiga visual, entre otras afecciones.

A través de esta alianza, las ópticas de Federópticos podrán recomendar LUP como ayuda visual avanzada y ofrecerán formación técnica especializada para poder prescribir el producto, facilitando el acceso y uso de esta tecnología a miles de personas que necesitan mejorar su visión en su día a día. LUP es una startup que nació en 2021 en la Facultad de Negocios de la Universidad de Mondragón. Sus fundadores, Apurva San Juan (CEO) y Eneko Calvo (CTO), comparten una visión común: utilizar la inteligencia artificial para desarrollar soluciones tecnológicas con impacto social. Este esfuerzo se convirtió en una lupa de bolsillo inteligente, un dispositivo capaz de convertir cualquier texto en voz rápidamente, con solo un clic. En septiembre de 2024 inició su distribución, y desde entonces LUP se ha consolidado como una de las soluciones tecnológicas más innovadoras en el ámbito de la accesibilidad, con presencia en residencias, clínicas oftalmológicas, colegios y bibliotecas.



“Ver bien es otra historia”: General Optica reescribe el pasado en su nueva campaña de primavera

General Optica presenta “Ver bien es otra historia” su campaña de primavera que reescribe historias de la humanidad con una premisa clara: ¿y si ver bien lo hubiera cambiado todo? Esta idea funciona como motor conceptual de una serie de ejecuciones que combinan un insight emocional y un mensaje estratégico de fondo.

La campaña, que planteará diferentes acontecimientos históricos y desvelará cómo el hecho de ver mejor habría cambiado todo, ha sido creada por la agencia VML The Cocktail y se desarrollará a lo largo del año. La primera entrega incluye un primer acontecimiento icónico al que da vida una pieza central donde se plantea un escenario alternativo: qué habría pasado si el iceberg que hundió el Titanic se hubiera avisado a tiempo. El concepto creativo se apoya en el tono de humor con el que suele comunicar la marca para contar que la buena visión supone un antes y un después inmenso, hasta el punto de cambiar una historia cuyo desenlace conocemos todos.

Esta es solo la primera interpretación creativa de esta campaña, que irá desplegando nuevas piezas a lo largo del año. La campaña estará presente en televisión, exterior y canales digitales, con una serie de piezas que giran en torno al claim “Ver bien es otra historia”, reforzando así el posicionamiento de General Optica como marca referente en salud y cuidado de la visión.

Kimervisión firma un acuerdo exclusivo con Pentax y crean el Pentax Club

Kimervisión, el grupo de ópticas independientes perteneciente a CECOP Group, ha firmado un acuerdo estratégico exclusivo con Pentax, proveedor de lentes oftálmicas. El objetivo principal de esta alianza es ofrecer a los asociados de Kimervisión una propuesta exclusiva y de alto valor, permitiéndoles destacarse como ópticas de referencia en el mercado. Gracias a este acuerdo, los asociados de Kimervisión podrán acceder a una gama de lentes oftálmicas de primer nivel, con tecnología avanzada y tratamientos adaptados a las diversas necesidades visuales de los usuarios.

“Estamos muy orgullosos de esta colaboración con Pentax, una marca con una trayectoria impecable en el sector. Este acuerdo nos permite seguir ofreciendo a nuestros asociados una ventaja competitiva clave, basada en la calidad, la exclusividad y la innovación”, ha comentado Alejandro Ruiz, Sales & Members Director. Por su parte, desde Pentax señalan: “Esta alianza con Kimervisión representa una oportunidad para acercar nuestra tecnología y excelencia a un grupo de ópticas independientes de gran prestigio. Estamos convencidos de que juntos podremos seguir elevando los estándares de calidad en el mercado”.

Por otro lado, Kimervisión y Pentax han unido su experiencia y visión de futuro para dar vida al Kimer Pentax Club, una propuesta innovadora y selectiva dirigida a ópticos que aspiran a un posicionamiento premium dentro del sector. Este club exclusivo nace con el propósito de empoderar al óptico independiente a través de un modelo rompedor que combina una tarifa plana de producto con una distribución cuidadosamente seleccionada. Esta fórmula garantiza no solo una mayor competitividad, sino también una diferenciación tangible en el mercado. La primera presentación oficial del Kimer Pentax Club tuvo lugar recientemente en Sevilla, en un evento para ópticos de la región.



Monsine deslumbra en la 080 Barcelona Fashion con su participación en el desfile de Compte Spain

La firma Monsine, de Natural Optics Group –NOG– ha dejado su huella en la 080 Barcelona Fashion participando en el esperado desfile de Compte Spain, una de las marcas más reconocidas del diseño en España, que ha vestido a celebridades como Camila Cabello, Ana Mena o Jessica Goicoechea, entre otras. La pasarela de la prestigiosa semana de la moda catalana, que ha reunido a grandes talentos del diseño, ha sido el escenario perfecto para que Monsine presentara su nueva colección Eclectic.

El desfile, que tuvo lugar en el emblemático edificio modernista Sant Pau de Barcelona, ofreció a los asistentes una experiencia visual, con una colección llena de brillos, encajes, plumas y elegancia femenina. Monsine, aportó con sus gafas, un toque diferente y moderno, aportando a los looks de Compte



Spain con el mejor complemento, transmitiendo un toque mucho más sofisticado.

La presencia de Monsine en la 080 Barcelona Fashion reafirma su compromiso con la excelencia y la innovación, consolidándose como una de las marcas emergentes más prometedoras del panorama nacional e internacional. Instagram: @monsineeyewear.



Marcolin y Max Mara renuevan su acuerdo de licencia hasta 2032



Marcolin, uno de los grupos líderes mundiales en gafas, y Max Mara, una de las casas de moda más célebres del mundo que encarna el lujo y el estilo italianos, anuncian la renovación del acuerdo de licencia para el diseño, la producción y la distribución internacional de las gafas de sol y monturas graduadas Max Mara. El nuevo acuerdo extiende la licencia por 7 años más, hasta el 31 de diciembre de 2032.

Tras la extensión firmada en enero de 2024 para la línea de gafas MAX&Co, este acuerdo confirma y refuerza la colaboración con el Grupo Max Mara, establecida durante los últimos años. Las colecciones de gafas de sol y monturas de vista de Max Mara son sinónimo de estilo y calidad. Las monturas son el resultado de la búsqueda continua de la perfección y el equilibrio entre materiales, formas y colores, destacando por sus elegantes líneas geométricas y la armoniosa combinación de texturas y sofisticados tonos.

Miguel Moragues, nuevo presidente de la Fundación Cione Ruta de la Luz

Miguel Moragues es el nuevo presidente de la Fundación Cione Ruta de la Luz, tomando el relevo de Ismael García Paya, quien ha sido el presidente de la Fundación los últimos nueve años. Moragues también ha sido, durante un periodo de cuatro años, presidente de Cione Óptica y Audiología y conoce perfectamente la entidad benéfica, para la que empezó a colaborar como cooperante hace años.



Moragues ha formado parte de expediciones sobre el terreno a distintos países de África y de América, y además, su óptica, en Logroño, es también uno de los talleres solidarios con los que cuenta la Fundación, donde se ensamblan monturas y lentes en unas gafas que luego viajan, nuevas y hechas exprofeso para cada caso, a los países donde la Ruta de la Luz desarrolla sus misiones ópticas.

Hoy, a punto de cumplir ya 25 años, el objetivo principal de la Ruta de la Luz es ayudar a la población menos favorecida en la mejora de su salud visual, tanto nacional como internacionalmente, acercándose a zonas geográficas donde los recursos económicos y sociales para conseguir una buena salud visual son inexistentes, con el objetivo de contribuir al desarrollo de poblaciones que se encuentran aisladas. El nuevo presidente de la Ruta de la Luz explica que: "el objetivo último de la Fundación es crear proyectos que puedan llegar a ser autosuficientes y valerse por sí mismos... aquello de no dar peces sino enseñar a pescar. Ese es nuestro objetivo", añade. Desde el año 2015, la Ruta de la Luz, a través de su proyecto Ver para Crecer, desarrolla la cooperación en salud visual también en España.

Óptica & Audiología Universitaria inaugura en Albacete su primer centro de Castilla-La Mancha

Óptica & Audiología Universitaria continúa con su expansión por el territorio nacional con la inauguración de un nuevo centro en Albacete, el primero en Castilla-La Mancha. Con una inversión de 430.000 euros, el nuevo centro está situado en la calle Mayor, 2, cuenta con 230 metros cuadrados, donde ofrece servicios de óptica y de audiología e incorporará un equipo formado por siete profesionales del sector. "Nuestra misión principal es llevar nuestro modelo de negocio, basado en ofrecer las mejores marcas a precios competitivos y el trato cercano y personalizado a nuestros clientes, a aquellas zonas donde hay una mayor demanda de nuestros servicios y, a la vez, contribuir así a la generación de empleo local",



afirma Héctor Ibar, director comercial de la empresa.

El nuevo centro ha sido diseñado siguiendo el concepto de punto de venta de la marca, que se caracteriza por ofrecer un amplio espacio de exposición de productos, proporcionando así una experiencia de compra óptima para los clientes. Además, igual que los demás centros de la empresa, la estética predominante es el color blanco, que refleja la claridad y la excelencia que caracterizan a Óptica & Audiología Universitaria.

Actualmente, Óptica & Audiología Universitaria cuenta con más de 100 centros propios en diversas provincias de España. Además, la empresa opera un canal de venta en línea que le permite llegar a clientes de todo el país.

Stellest®

Essilor®

#1 la marca de lentes

más recomendada por los profesionales de la visión¹



Lentes Essilor® Stellest®

Ralentizan la progresión de la miopía en un 67% de media², en comparación con las lentes monofocales, cuando se usan 12 horas al día.

¹Estudio cuantitativo realizado 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. ²En 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 astéricas para el control de la miopía vs lentes oftálmicas monofocales: Un ensayo clínico aleatorizado. 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.

*Transformando la visión





Paula Ortiz, nombrada nueva directora de Marketing de HOYA Lens Iberia

durante cuatro años. Su experiencia profesional incluye, su paso por reconocidas firmas internacionales como Inditex o Gucci, lo que avala su perfil global y estratégico.

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad CUNEF, Paula cuenta con un Máster en Dirección Financiera y Control de Gestión por la EAE Business School, formación que complementa su experiencia práctica con una sólida base en análisis financiero y gestión estratégica.

Desde su nuevo rol, Paula Ortiz liderará la estrategia de marketing para HOYA Lens Iberia con un enfoque claro en el crecimiento del negocio a través de ini-

ciativas de fortalecimiento del posicionamiento de la marca HOYA en el canal óptico, así como la implementación de soluciones que mejoren la experiencia del cliente y el desarrollo de campañas de productos clave de la compañía.

Con este nuevo nombramiento, HOYA afianza su compromiso con el desarrollo profesional y la promoción del talento interno, apostando por perfiles que han demostrado un alto rendimiento y una visión estratégica. La compañía continúa así impulsando una cultura de crecimiento, innovación y reconocimiento del valor de sus equipos, como parte de su Programa global One Vision, que busca crear un lugar de trabajo seguro, inclusivo y talentoso.

HOYA Lens Iberia ha anunciado el nombramiento de Paula Ortiz, nueva directora de Marketing. Paula se incorporó a HOYA en enero de 2022 como Brand Strategy y Trade Marketing Manager, posición desde la que ha liderado importantes proyectos de reposicionamiento de marca y desarrollo de campañas comerciales en el mercado ibérico. Antes de su etapa en HOYA desarrolló una sólida trayectoria en Essilor

Las gafas de OPTICA2000 acompañan a los diseños de eikō ai en la 080 Barcelona Fashion



OPTICA2000 ha colaborado con la exclusiva marca de ropa eikō ai en el desfile de su colección en 'GARDENER MIST' en la 080 Barcelona Fashion. Los icónicos modelos de gafas del grupo óptico han acompañado el universo onírico de esta colección para complementar cada prenda y estilismo.

Comprometida con productos premium y personalizados, OPTICA2000 llevó al jardín velado y enigmático de eikō ai una cuidada selección de marcas de prestigio y firmas reconocidas, ofreciendo una amplia variedad de estilos. Su propuesta combinó las últimas tendencias en eyewear con un enfoque en la calidad y el diseño. Inspirada en un universo surrealista, la colección 'GARDENER MIST' captura la esencia de un jardín en su máxima expresión: desde la labor del jardinero que cuida con devoción hasta la exuberante vida de flores, plantas y criaturas mágicas. Los elementos de la naturaleza y la fantasía confluyen invitando a los consumidores a explorar la conexión entre la naturaleza y la moda, entre lo real y lo imaginado.

"Es un privilegio contar con el apoyo de OPTICA2000. Este tipo de sinergias no solo nos fortalecen y suman, si no que nos permiten reforzar el concepto que queremos transmitir en el desfile con cada colección" afirma Gloria Lladó, cofundadora de eikō ai.

Opticalia celebró el Día de la Madre



En el pasado Día de la Madre, Opticalia no quiso perder la oportunidad de mandar un mensaje de agradecimiento a todas esas madres que cada día lo dan todo por sus hijos, así como presentar una selección de modelos de gafas graduadas perfectos para regalar. De esta manera, en colaboración con la influencer Palo Yagüe, la marca ha lanzado la campaña "Gracias, mamá". Una pieza audiovisual de 45 segundos protagonizada por la creadora de contenido y su madre en la que, además de presentar diferentes modelos de gafas graduadas de la marca Mango perfectos para la ocasión, hace referencia al ciclo de la vida.

"Desde el primer momento que planteamos la campaña y pensamos en quién podría ser su protagonista, no tuvimos dudas. Para Palo Yagüe, Carmen, su madre, es un referente y una fuente de inspiración en su día a día, y así lo demuestra en mucho de sus contenidos que ofrece a través de Instagram y Tiktok. Por ello, sabíamos que era la persona que tenía que protagonizar esta campaña", declara Elena Diez, Directora de Marketing y Producto de Opticalia.

Esta campaña de Opticalia está protagonizada por una selección de modelos de gafas graduadas de su marca exclusiva Mango, perfectas para regalar por el día de la madre. Y para aquellos que prefieran regalar gafas de sol, Opticalia también cuenta con numerosos modelos de sus marcas en exclusiva como Pedro del Hierro, Mango, Custo Barcelona, El Ganso, entre otras, y sus marcas propias The Look y Trendi, los cuales sus clientes pueden encontrar en los alrededor de 500 centros Opticalia de España.

OptiRedondela: un año de crecimiento y de resultados positivos en Farmaoptics



Farmaoptics celebra el caso de éxito de la óptica OptiRedondela, que se unió al grupo hace un año. Desde su incorporación, ha experimentado un crecimiento de más de un 15% en su facturación, gracias a la implementación en su negocio de las diferentes estrategias comerciales con la marca propia del Grupo. La óptica OptiRedondela está ubicada en el corazón de Redondela, a pocos kilómetros de Vigo y de Pontevedra. El joven socio André Soares decidió en marzo de 2024 incorporarse a Farmaoptics. Durante todo este tiempo ha sabido aprovechar las ventajas que le ofrece Farmaoptics: servicios, promociones, condiciones comerciales personalizadas con los principales proveedores del mercado y sobre todo, centralizar las compras con los productos de marca propia de Farmaoptics (monturas y gafas de Sol FMO y/o Sió Eyewear, gama de productos de contactología y líquidos, lentes oftálmicas...) para obtener una alta rentabilidad en cada una de sus ventas. "Estamos muy contentos con los resultados obtenidos en este primer año. Formar parte de Farmaoptics nos ha permitido mantener nuestra identidad, diversificar nuestra oferta y mejorar nuestra competitividad en el mercado. La marca propia de Farmaoptics ha sido clave para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes", comenta André Soares Gonçalves.

Viaje para clientes Prats a la región italiana de Emilia-Romagna

Un grupo de ópticos, clientes de PRATS, disfrutaron de una experiencia única en Italia, el fin de semana del 21 al 23 de marzo, explorando la belleza, la cultura y la excelencia de la región de Emilia-Romagna, una de las veinte que integran el país, una joya escondida en el corazón de Italia. Combina, como pocos lugares del mundo, belleza natural, cultura, historia y excelencia culinaria. No en vano, tiene varios lugares declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO. El viaje incluyó visitas a las ciudades de Parma, famosa por su increíble queso parmesano o el mundialmente conocido prosciutto. Ya Módena, cuna culinaria del vinagre balsámico, o Bolonia, la ciudad con la universidad más antigua del mundo occidental.



Pero, a juicio de los propios ópticos, si hubiera que destacar un hito del viaje, fue la visita a la fábrica de Ferrari, en Maranello, un ícono de la innovación, en este caso en el sector automovilístico. "En PRATS, creemos

firamente que la ingeniería es la magia que hace realidad la imaginación. Y qué mejor manera de reafirmarlo que explorando un lugar en el que el talento y la determinación han logrado fabricar coches de ensueño", afirma Eugenio de Legórburu, Director Comercial de la compañía en España.

En Maranello, los ópticos españoles comprobaron cómo la precisión, la pasión por la excelencia de estos míticos automóviles -el equipo Ferrari ha sido campeón del mundo de constructores 16 veces y de pilotos 15 veces- van de la mano de la filosofía PRATS, caracterizada por el inconformismo, la constante mejora de los procesos, y la búsqueda de la excelencia. "Muchas gracias a todos los que han posible este viaje. Nos ha inspirado y dado aún más fuerzas para seguir soñando y construyendo juntos el futuro", termina Legórburu.

Óptica & Audiología Universitaria inaugura en Torrejón de Ardoz su decimocuarto centro en la CAM



Óptica & Audiología Universitaria continúa con su expansión por España con la inauguración de un nuevo centro en Torrejón de Ardoz, Plaza Mayor, 6. Con una inversión de medio millón de euros, el decimocuarto centro del grupo en la Comunidad de Madrid, cuenta con una superficie comercial de 290 m², distribuidos en dos plantas, ofrece servicios de óptica y de audiología y da trabajo a 6 profesionales.

Esta inauguración forma parte de la estrategia de expansión de Optica & Audiología Universitaria por el territorio español, consistente en crecer en puntos de venta propios, con el objetivo de consolidar el concepto de proximidad con el cliente. "Nuestra misión principal es llevar nuestro modelo de negocio, basado en ofrecer las mejores marcas a precios competitivos y el trato cercano y personalizado a nuestros clientes, a aquellas zonas donde hay una mayor demanda de nuestros servicios y, a la vez, contribuir así a la generación de empleo local", afirma Héctor Ibar, director comercial de la empresa.

El nuevo centro ha sido diseñado siguiendo el concepto de punto de venta de la marca, que se caracteriza por ofrecer un amplio espacio de exposición de productos, proporcionando así una experiencia de compra óptima para los clientes. La estética predominante es el color blanco y se han introducido nuevos materiales con acabados naturales, actuales y acordes con la identidad de Optica & Audiología Universitaria.

Éxito del curso de experto de Cione y mark'ennovy, sobre 'Contactología avanzada'



El interesante curso de experto sobre Contactología avanzada que Cione, con la colaboración de mark'ennovy, abrió al sector a lo largo durante el mes de marzo, contó con una extraordinaria respuesta de los ópticos españoles. El curso se impartió en 4 sesiones online, a través de la exitosa plataforma Cione University. Ha contado con acreditación de la Validación Periódica Colegial Optométrica (VPC) del Consejo General de Colegios de Ópticos Optometristas, y ha estado abierto, de manera gratuita, a todos los ópticos españoles.

La primera sesión, el 4 de marzo, fue seguida, a través de la exitosa plataforma Cione University, por más de cuatrocientos participantes. En ella se habló sobre los materiales y propiedades de las lentes de contacto. La directora de Comunicación, y responsable de Cione University, Felicidad Hernández, agradece a los ópticos españoles "su confianza en Cione, también en su faceta de acercar formación reglada al sector, poniendo al servicio del sector sus medios tecnológicos".

En la segunda sesión (11 de marzo), Marina Mastort, formadora y responsable del departamento de Formación y Servicios Profesionales de mark'ennovy, mostró cómo adaptar lentes de contacto individualizadas. El discurso de la tercera sesión se centró en la Topografía corneal (día 18 de marzo). En la cuarta (25 de marzo), de carácter práctico, se repasaron casos clínicos y se respondieron preguntas frecuentes. Al finalizar, los alumnos recibieron un diploma acreditativo de mark'ennovy.

Polaroid une moda y deporte en un encuentro en Madrid con el tenista Lorenzo Musetti y Paula Echevarría



Polaroid Eyewear, marca patrocinadora del Mutua Madrid Open y de la ATP, ha reunido en la cancha de tenis habilitada en la Torre Picasso de Madrid a su embajador, el tenista profesional Lorenzo Musetti y a la reconocida actriz Paula Echevarría. Una experiencia única donde el deporte, el estilo y la diversión se han unido de la mano de Polaroid Eyewear. Durante este encuentro, Lorenzo Musetti ha enseñado a Paula Echevarría algunos unos tips de tenis para que sepa desenvolverse en la cancha.

ATP anunció el pasado mes de enero su colaboración con Polaroid Eyewear, marca perteneciente al portafolio de Saflito Group, por el que la firma se convierte en colaborador oficial del ATP Tour hasta 2027. Así, la marca estará presente en una serie de eventos de ATP Tour y ha nombrado a uno de sus mejores jugadores, Lorenzo Musetti, como el embajador de Polaroid Eyewear para el 2025.

Lorenzo Musetti, actualmente en el Top 20 de la clasificación ATP de la FIP y medalla de bronce olímpica, es el embajador de esta colaboración y la imagen de la campaña mundial de Polaroid Eyewear para 2025. "Es un honor para mí ser el embajador de Polaroid Eyewear para su campaña mundial durante 2025. Al igual que sus gafas, mi forma de jugar al tenis une el estilo con la practicidad. Las lentes polarizadas también han cambiado la forma de ver las cosas, especialmente durante los días más soleados", afirmó Lorenzo Musetti.

WIVI Vision recibe el premio del reto global de Banco Santander 'New era of Customer Experience'

WIVI Vision, empresa que ofrece soluciones innovadoras para mejorar la eficiencia visual y tratar las disfunciones visuales, tanto en el diagnóstico como en la recuperación posterior, es una de las empresas ganadoras del reto global 'New era of Customer Experience' de Banco Santander, en la categoría de 'Scaleups'. Se trata de una iniciativa que busca identificar las mejores startups y scaleups de base tecnológica que ofrecen soluciones innovadoras para mejorar la experiencia del usuario en diferentes sectores.

Este reto específico, en el que han participado más de 900 empresas y solo 6 han resultado ganadoras, se centra en la personalización, la omnicanalidad y la empatía y conexión humana, combinando el mundo digital con el físico para ofrecer

experiencias innovadoras y adaptadas a las necesidades de cada usuario.

WIVI Vision ha sido una de las tres empresas ganadoras en esta categoría por su solución innovadora basada en IA, Big Data y 3D, que, combinada con elementos de gamificación, redefine el cuidado de la salud visual y la experiencia del usuario. Lo hace con un sistema capaz de evaluar y entrenar las habilidades visuales al medir 100 parámetros en 5 áreas clave de la visión en un tiempo reducido de 10 minutos, a diferencia de los 4 parámetros de una sola área visual que los métodos convencionales miden en 60 minutos.

"Es un orgullo recibir este premio del Banco Santander como reconocimiento a nuestra firma apuesta



en ofrecer una solución innovadora con el foco puesto en el usuario y su salud visual durante y después del tratamiento y más enfocado a Customer experience. Este tipo de iniciativas son esenciales a la hora de impulsar la innovación en diferentes sectores y mejorar la experiencia de cliente a través de soluciones tecnológicas avanzadas, generando un impacto real en la sociedad", ha señalado Eva García Ramos, CEO y cofundadora de WIVI Vision.

Ottica Padrin gana el premio Best Store Innovation 2025



MIDO 2025 ha otorgado el prestigioso premio Best Store Innovation a Ottica Padrin, de Fabrizio Padrin, reconociendo su compromiso con la innovación y la sostenibilidad. La óptica, con sede en Vicenza (Italia) se ha destacado por la integración de tecnologías avanzadas, incluida la inteligencia artificial, que mejora la experiencia del cliente con soluciones personalizadas. Además, Ottica Padrin está comprometida activamente con la sostenibilidad social y ambiental. La tienda también sobresale en investigación científica, formación continua del personal y en la creación de un entorno de trabajo que valora el bienestar de los empleados. Por otro lado, gracias al innovador formato The Custom Shop de Thema Optical, Ottica Padrin ha transformado su tienda en un espacio comercial de vanguardia donde tecnología, personalización y sostenibilidad se fusionan para ofrecer una experiencia de compra única.

The Custom Shop es un espacio completamente dedicado a la personalización; una experiencia de compra única, donde el cliente es el verdadero protagonista: elige cada detalle de sus gafas y queda 100 % satisfecho, y un espacio con un diseño atractivo, creado con materiales innovadores y sostenibles. Además, permite una gestión optimizada de ventas: todas las gafas se producen bajo demanda, eliminando la necesidad de inventario y reduciendo el desperdicio. Los clientes disfrutarán de una experiencia exclusiva, llevando gafas creadas especialmente para ellos, mientras que los minoristas podrán optimizar costos y espacio con un enfoque vendé primero, ordena después.

Los empleados de Óptica & Audiología Universitaria donan 185.076 € para proyectos solidarios

Gracias a la iniciativa Teaming, un proyecto interno que fomenta la contribución voluntaria de sus empleados, la compañía ha conseguido recaudar desde 2012 un total de 185.076 € para proyectos sociales. A través de este proyecto solidario, cada mes, los trabajadores y trabajadoras hacen una aportación voluntaria, que al final del año la empresa dobla, maximizando el impacto de la donación. Las entidades beneficiarias son elegidas directamente por el equipo, quien propone y vota los proyectos que recibirán el apoyo.

En 2024, más de 600 empleados de la compañía, han reunido 6.811€, a los que Óptica & Audiología Universitaria sumó 13.589€, alcanzando así un total de 20.400€ recaudados para las donaciones. Esta cantidad ha sido repartida entre el proyecto Desde Valencia para Valencia, para colaborar con los daños causados por la DANA; la Fundació Sant Joan de Déu, para la investigación del cáncer infantil en el Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona, y la Associació catalana de les Neurofibromatosis, para la investigación a la causa, consolidando así el compromiso de la empresa con causas que generan un impacto real en la sociedad.

A lo largo de los años, esta iniciativa ha permitido colaborar con organizaciones como el Hospital Sant Joan de Déu, Arrels, la Fundación Esclerosis Múltiple o la Fundación Josep Carreras, entre muchas otras. Las entidades beneficiarias de estos fondos son seleccionadas directamente por los propios empleados de la compañía. A través de un proceso de votación interna, se eligen las tres iniciativas más votadas, asegurando así que las ayudas lleguen a proyectos que realmente resuenan con los valores y preocupaciones de los empleados.



SEIKO Optical Iberia y Borja Ópticos celebran una experiencia sensorial con vinos de la Bodega Rafael Cambra



El pasado 4 de abril, Borja Ópticos acogió un evento exclusivo para sus clientes en una cata sensorial de los mejores vinos de la Bodega Rafael Cambra; una experiencia que combinó la elegancia del vino con la excelencia visual de SEIKO Optical Iberia, que apoyó el evento. Bajo el concepto de una experiencia única con los cinco sentidos, los asistentes pudieron disfrutar de una cata de selección de vinos elaborados con sofisticación artesanal y el cuidado propio de una bodega especializada, como es la reconocida bodega valenciana Rafael Cambra. Esta inversión en cuidado y detalle es un paralelismo perfecto con los valores de la marca SEIKO, comprometido con la precisión y la máxima calidad. Este evento marca la segunda colaboración entre SEIKO Optical Iberia y Borja Ópticos, tras el éxito del evento Brilliance celebrado el pasado año con motivo de San Valentín.

"Desde SEIKO, apostamos por construir relaciones sólidas con nuestros SEIKO Vision Specialist, compartiendo momentos que vayan más allá del producto y ayuden a sellar la fidelización del cliente. Este tipo de encuentros nos permiten afianzar la imagen de compromiso por la dedicación, el cuidado por el detalle y la innovación constante de SEIKO", destaca Federico Ruiz, director de Ventas y Marketing de SEIKO Optical Iberia.

Con estos encuentros, SEIKO Optical continúa posicionándose como un referente en lentes de alta gama, pero también, en la creación de experiencias únicas que conectan emocionalmente con sus SEIKO Vision Specialist y su entorno.

FLIPO

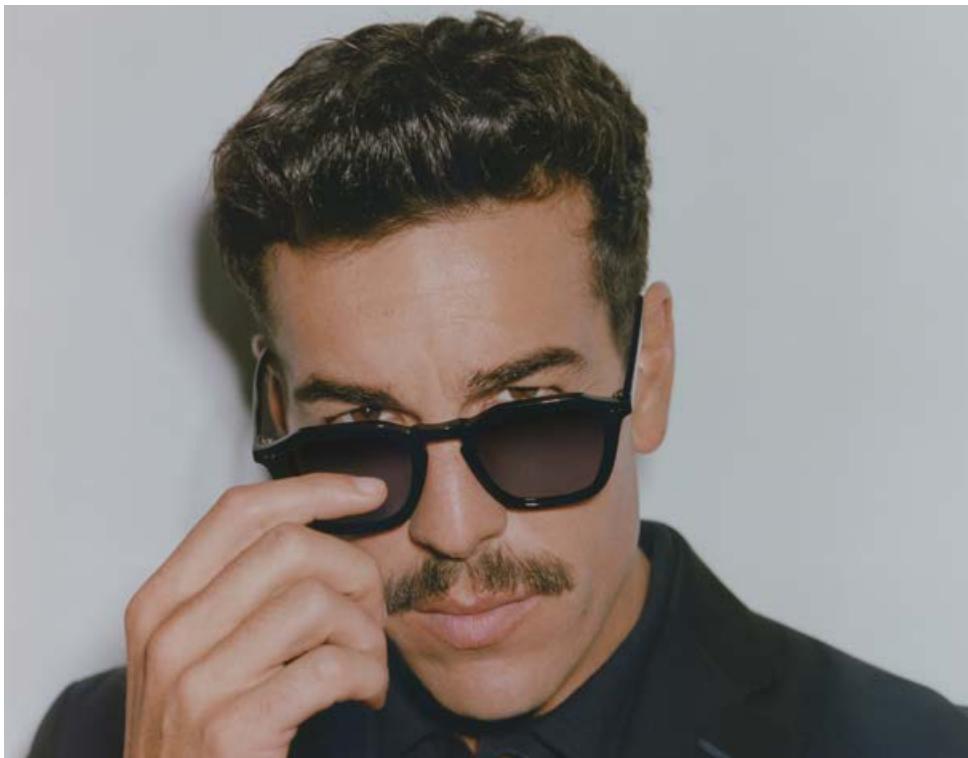
LÍDERES EN GAFAS MODULARES



flipoeyewear.com | +34 611 03 41 54 | Distribución: opticalpartners@flipoeyewear.com

Scalpers lanza su campaña 2025 con Mario Casas como protagonista

Scalpers Eyewear sigue ganando terreno en el sector óptico con su nueva colección 2025, una propuesta que refuerza su identidad con diseños de alta calidad, líneas sofisticadas y una estética contemporánea. Para esta ocasión, la marca ha contado con el actor Mario Casas, quien encarna la actitud auténtica y carismática que define a Scalpers.



La campaña de Scalpers Eyewear para presentar su nueva colección primavera-verano, con Mario casas como imagen, se ha desarrollado con un enfoque visual distintivo: retratos capturados en analógico con flashazo en un entorno interior, resaltando la textura y el carácter de cada modelo de la colección. Un concepto que subraya la esencia rebelde y sofisticada de la firma.

Como parte de su estrategia de visibilidad, Scalpers Eyewear desplegará esta campaña en escaparates de ópticas de toda España, asegurando una presencia destacada en el sector y reforzando su posicionamiento como una de las marcas emergentes en el ámbito de la óptica.

Con esta nueva colección, Scalpers Eyewear apuesta por la actitud y la autenticidad, reafirmando su compromiso con el diseño y la expansión y consolidándose como una opción cada vez más relevante en el mercado óptico.

La nueva colección de gafas de sol y óptica de Scalpers Eyewear, presentada con la imagen del actor Mario Casas, apuesta por la actitud y la autenticidad.

MANUFACTURAS ARPE
PRODUCTOS
ÓPTICOS
SOSTENIBLES



Color, diseño y sostenibilidad

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®

INDO Y Rodenstock unen tecnología e innovación en el evento STEREOVISION

Más de 500 profesionales del sector óptico de España y Portugal se dieron cita en STEREOVISION, un evento celebrado en Madrid en el que no solo presentó lo último en innovación y tecnología de INDO y Rodenstock, sino que también ofreció una experiencia inmersiva difícil de olvidar.



La presentadora y actriz Patricia Conde ejerció de maestra de ceremonias del evento en el que también intervinieron de Luis Elzaurdia General Manager, Paco Gil, Sales Manager y Sara Font, Training Manager en Indo y Rodenstock, así como el conferenciante Marc Vidal.

Desde el momento en que las puertas se abrieron, los asistentes fueron testigos de una velada que rompió con lo convencional. La maestra de ceremonias, Patricia Conde, supo dar la bienvenida con su característico humor, arrancando carcajadas al relatar situaciones en las que muchos se vieron reflejados. Un inicio que generó complicidad y una energía vibrante en la sala.

A continuación, Luis Elzaurdia, Paco Gil y Sara Font tomaron el escenario para compartir cómo la tecnología y la innovación están transformando el sector óptico, estableciendo el camino hacia el futuro. Pero la verdadera sacudida emocional llegó con Marc Vidal, quien, con su discurso inspirador y cargado de emoción, dejó a los presentes reflexionando sobre la importancia de adelantarse a los cambios y abrazar la innovación.

El evento dio entonces un giro inesperado. La sala quedó completamente a oscuras. Un latido comenzó a sonar, profundo y envolvente. Al compás de cada pulsación, un imponente cubo blanco emergió de la penumbra, iluminado con los colores corporativos de INDO y Rodenstock. Sus logotipos, brillando en blanco, capturaron la atención de todos. En completo silencio, el público permaneció expectante hasta que dos filas de camareros irrumpieron en escena con una precisión casi coreografiada, desfilando como en una marcha sincronizada y ofreciendo un cóctel con el que los asistentes dieron el primer paso hacia la zona Expo.

A partir de entonces, los invitados tuvieron la oportunidad de descubrir de cerca las últimas innovaciones de ambas marcas; MIMETIKA PRO, FARS y DNEye3, en un espacio diseñado para explorar, tocar y experimentar el futuro de la óptica. Y, cuando la emoción estaba en su punto álgido, la reconocida chef Cristina Oria y su equipo entraron en acción, desplegando un espectacular buffet sobre una mesa de 15 metros de largo, mientras camareros recorrian la zona ofreciendo una exquisita selección gastronómica.



Los asistentes pudieron descubrir de cerca, en una zona de exposición, las últimas innovaciones de INDO y Rodenstock: MIMETIKA PRO, FARS y DNEye3.

El ritmo de la noche subió de nivel con la entrada en escena de DJ JESS, quien, desde un punto estratégico del pabellón, creó la atmósfera perfecta para disfrutar de la música, el networking y los brindis. Entre copas, conversaciones y flashes en el photocall, los asistentes vivieron una experiencia única que combinó innovación, tecnología, gastronomía y entretenimiento. Culminando con un sorteo entre los asistentes, de un viaje a las Maldivas, del cual esperamos que el afortunado os cuente próximamente más detalles.

STEREOVISION 2025 no solo fue un evento, fue una declaración de intenciones: la innovación en óptica tiene un nuevo referente. Y aquellos que estuvieron allí lo vivieron en primera persona, hasta que, pasada la 1 de la madrugada, las luces se apagaron, marcando el final de una noche que sin duda quedará grabada en la memoria de todos.

RiTU®



Mod. RiTU CASUAL



Mod. RiTU Rx B-TITANIUM



Mod. RiTU BINÓCULOS

¡Tú eliges!



Mod. RiTU KIDS



Mod. RiTU MAGNET

INFORMACIÓN/PEDIDOS: ang@ritu.es 911 690 375 699 262 574

I Congreso Internacional de Baja Visión organizado por la SEEBV

La Sociedad Española de Especialistas en Baja Visión (SEEBV) organiza el I Congreso Internacional de Baja Visión, que tendrá lugar los días 3 y 4 de octubre de 2025 en la Universidad CEU, Escuela Politécnica Superior, Campus Montepíñlope (Madrid).



Tras el éxito de las VII Jornadas de Baja Visión, celebradas en 2023 en Zaragoza, la SEEBV invita al sector a participar en esta nueva edición, que amplía su alcance a escala internacional, con el objetivo de seguir compartiendo conocimientos, experiencias y avances en el campo de la baja visión.

La SEEBV se constituye como una asociación de profesionales de la visión con el objetivo de canalizar el creciente interés en el campo de la **Baja Visión**. Desde hace más de una década viene organizando con éxito jornadas bienales para abordar los avances científicos y clínicos en este ámbito. En esta **octava edición** da un paso más al convertirlo en un **Congreso Internacional**, único en España, y en el que se contará con la presencia de **importantes optometristas de otros países**, cuya participación enriquecerá el intercambio de conocimientos y reforzará la colaboración internacional en esta disciplina.



La USP-CEU y la SEEBV mantienen un convenio de colaboración con el fin de aunar esfuerzos para difundir la Baja Visión y colaborar con esta Universidad en la formación de sus alumnos en dicha especialidad. En la imagen vemos a directivos de ambas instituciones encabezados por la Dra. Rosa Mª Visiedo Claverol y Dña Carmen García de Elías, Rectora y Gerente respectivamente de la USP-CEU y D. Ernesto Marco Carmena, Presidente de la SEEBV.

Este congreso se centrará en la **Visión Frágil, Baja Visión y Daño Cerebral adquirido**, explorando soluciones innovadoras para mejorar la calidad de vida de los pacientes. Se hablará de estrategias optométricas y ayudas visuales como **telescopios, microscopios, lentes de contacto especiales, filtros, inteligencia artificial, así como rehabilitación visual** y otras soluciones tecnológicas aplicadas al manejo de la Baja Visión.

Además, en **mesas redondas**, se difundirá la baja visión en otros países y se otorgará un papel fundamental a las **asociaciones de pacientes con problemas visuales**, cuyo testimonio y experiencia resultan esenciales para comprender mejor sus necesidades y mejorar la asistencia que ofrecen como profesionales de la visión. “Desde la SEEBV os invitamos a formar parte de este espacio de encuentro, aprendizaje y debate en el que juntos trabajaremos para seguir avanzando en la atención y el tratamiento de la Baja Visión ¡Nos vemos en Madrid los días 3 y 4 de octubre!”.



En octubre de 2023 se celebraron en Zaragoza las VII Jornadas de Baja Visión con un notable éxito. Ahora, la SEEBV amplía estas jornadas bienales a escala internacional.

Novedades en Sensorial Expert by PRATS con la revolucionaria solución VIMAX SE SYNAPTIC

Los esfuerzos del departamento técnico de PRATS se centran desde hace 100 años en desarrollar lentes premium, pensadas para mejorar la calidad de visión de los usuarios de gafas. A finales de 2024, lanzó la novedad mundial VIMAX SE SYNAPTIC. "Con esta nueva solución mejoramos la experiencia visual de los clientes y nos consolidamos como líderes en el desarrollo de lentes progresivas de alta calidad, integrando los datos de cada usuario a través de la medición de nuestro equipo de examina con WaveFrontAI ", señala Mauro Pellegrini, director de Marketing y Ventas Internacionales del grupo.



VIMAX SE SYNAPTIC es una apuesta revolucionaria de PRATS, que tiene en cuenta no sólo la fisiología del ojo como nunca antes se había hecho, sino también cómo el cerebro procesa las imágenes a través de esta solución avanzada. Las nuevas lentes se denominan SYNAPTIC por la inmediatez y facilidad con la que cada usuario se adapta a ellas, acentuando la satisfacción y calidad de visión. El resultado es una visión más clara y natural, de manera instantánea y eficiente, nítida y con reconocimiento de la imagen de forma ultra rápida en toda la superficie de la lente.

La tecnología de VIMAX SE SYNAPTIC es el nivel más alto de desarrollo i+D de PRATS en su historia. La información que se extrae de la plataforma multimodal de análisis visual WaveFrontAI se integra en el diseño de estas lentes con el fin de asegurar la visión más clara, rápida y precisa del paciente.



Las lentes VIMAX SE SYNAPTIC han sido desarrolladas para que los ópticos puedan ofrecer a sus pacientes las lentes progresivas de PRATS más avanzadas tecnológicamente, con las que sus clientes disfrutarán de una experiencia única. Estas lentes están disponibles en exclusiva para los distribuidores de Sensorial Expert que dispongan de un equipo WaveFrontAI.

Como apoyo para impulsar este portfolio, PRATS ofrece un pack de entrega exclusivo, un completo programa de fidelización y recursos digitales para comunicar esta novedad a clientes y potenciales usuarios de estas lentes.

En definitiva, VIMAX SE SYNAPTIC es la solución perfecta para potenciar el crecimiento del área profesional y de negocio de los ópticos.

I Cione Congress: La Inteligencia Artificial y la Realidad Aumentada en la Óptica y Audiología

El último fin de semana de abril, días 25 y 26, tuvo lugar en el hotel Innside Valdebebas de Madrid el I Cione Congress, con la colaboración de Orduna e-Learning, un evento enfocado en abordar la Inteligencia Artificial (IA) y la Realidad Aumentada (AR) en la práctica diaria de ópticos-optometristas y audioprotesistas. Con la participación de expertos de renombre y el respaldo de 25 proveedores del sector, el congreso se consolida como un referente en la integración de tecnologías innovadoras que mejoran la calidad de vida de los pacientes.



Felicidad Hernández, directora de Comunicación y RSE de Cione Óptica y Audiología y organizadora del evento, y Begoña Gacimartín, directora de Orduna e_Learning, dieron bienvenida a los asistentes y presentaron el I Cione Congress.

El I Cione Congress reunió a más de 300 profesionales del sector óptico y audiológico, de manera presencial y online, para explorar cómo la Inteligencia Artificial y la Realidad Aumentada están revolucionando la práctica. El Congreso, bajo el lema “La tecnología al servicio de la óptica y la audiología”, contó con el patrocinio de 25 compañías líderes del sector, entre ellas: EssilorLuxottica, GN, Interton, Zeiss, CooperVision, Indo, Lenticon, Safilo y Sonova; además, se sumaron como colaboradores Arpe, Bausch&Lomb, Centrostyle, Disop, Eurorent, Correos Express, Hoya, Mark'envoy, ML Optics, Retiplus, Shamir, Temática, Tiedra, Vicente Moya Pueyo, Visionix y WiviVision. “Los proveedores nos han felicitado por la iniciativa, también para ellos era relevante obtener una visión global de lo que significa la IA para el sector, algo que han obtenido en el Congreso”, destaca Felicidad Hernández, directora de Comunicación y RSE de Cione Óptica y Audiología y organizadora del evento.

La IA y la AR como oportunidad de futuro

A lo largo de las sesiones, se dejó claro que la penetración de la Inteligencia Artificial (IA) y la Realidad Aumentada (AR) en el sector óptico y audiológico aún es baja, aunque existe un enorme potencial de mejora que Cione ha querido impulsar con este evento abierto a todo el mercado, y no solo a sus asociados. La ponencia magistral, a cargo de Silvia Leal, experta internacional en innovación y tecnología, fue extraordinariamente inspiradora.



La ponencia magistral a cargo de Silvia Leal, ponencias de reconocidos profesionales y talleres prácticos pusieron de relieve la importancia de la IA y la AR en el sector óptico y audiológico.



Las tres mesas redondas celebradas en el Cione Congress ofrecieron una visión muy rica del presente y futuro de la profesión. La Mesa redonda sobre Óptica y Optometría estuvo moderada por Felicidad Hernández; la Mesa redonda sobre Audiología en la Óptica la moderó Eduardo Morán, decano del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas (CNOO) y vocal de Audiología, y la tercera, moderada por Begoña Gacimartín, versó sobre la conexión entre Optometría y Oftalmología.

Dejó mensajes clave para vencer el miedo a la IA, apostar por la formación continua y potenciar el networking como estrategia de crecimiento.

En este sentido, el viernes tras el primer taller a cargo de WIVI Visión, Begoña Gacimartín, directora de Orduna e_Learning ofreció la ponencia "Un cambio de escenario" en la que abordó la integración de la IA y la AR en la práctica clínica optométrica.

Las tres mesas redondas celebradas en el Cione Congress ofrecieron una visión muy rica del presente y futuro de la profesión. La Mesa redonda sobre Óptica y Optometría estuvo moderada por Felicidad Hernández, y reunió a altos directivos como Alberto Cubillas, director general de Zeiss España; Luis Elzaurdia, director general de Grupo Indo-Rodenstock Iberia; Alejandro Lara, director general de CooperVision; Félix López, CEO de REM Vision-Tech S.L. en representación de Lenticon; Roberto Vega, director de Marketing y Comunicación de Temática Software; y Antonio Nemola, director de EssilorLuxottica Iberia.

En el debate, se abordaron temas como la digitalización y la adopción de nuevas tecnologías en la consulta, la importancia de apoyar al óptico en el Customer Journey del paciente, cómo la IA permite personalizar lentes, optimizar tratamientos visuales y realizar una gestión más eficaz de las consultas o el desafío de vencer las barreras culturales y formativas que ralentizan la transformación tecnológica. Finalmente, se evidenció un consenso: la industria está volcada en innovar pensando en el profesional sanitario, proporcionando herramientas que mejoren su práctica clínica y el servicio al paciente. "La innovación tecnológica no es una opción, es parte esencial de la estrategia del sector", resumió Hernández.

La Mesa redonda sobre Audiología en la Óptica la moderó Eduardo Morán, decano del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas (CNOO) y vocal de Audiología, y contó con la presencia de Carlos García, Country Manager de GN España y Portugal; Karina García, responsable de formación de Interton GN, y Juan Francisco Partearroyo, director comercial de Sonova. En este encuentro se reflexionó sobre el potencial de la audiológía como nueva oportunidad de negocio para las ópticas. Pero también sobre cómo la IA lleva más de una década revolucionando los audífonos, mejorando la localización sonora y filtrado de ruidos en entornos complejos y el papel



del óptico-audioprotesista y del audioprotesista como garantes de la calidad de vida a través de una adecuada estimulación sensorial. "El mercado de la audiología está explotando, y la IA es uno de sus principales catalizadores para mejorar la comprensión en entornos ruidosos y prevenir el deterioro cognitivo", resumió el decano Morán.

La tercera y última mesa redonda versó sobre la conexión entre Optometría y Oftalmología. Moderada por Begoña Gacimartín contó con la participación de la oftalmóloga Noemí Güemes, especialista en glaucoma del Hospital Clínico San Carlos, y Natalia Garrido, optometrista clínica. Aquí se abordaron las nuevas estrategias de prevención y detección precoz de patologías visuales como la DMAE, glaucoma, cataratas o retinopatía diabética, y la importancia de un trabajo conjunto entre optometristas y oftalmólogos para mejorar los resultados clínicos, así como los avances en control de la miopía basados en nuevas tecnologías y la necesidad de elaboración de guías clínicas. "El centro de toda actuación debe ser el paciente, tal y como recomienda la OMS", subrayó Gacimartín; "en este sentido es necesario el abordaje multidisciplinar de los pacientes para lograr una atención integral y de máxima calidad", añadió.

Innovación práctica: talleres y sesiones especializadas
Además de las conferencias, el Cione Congress ofreció una completa agenda de talleres prácticos con talleres de WIVI Vision sobre evaluación y tratamiento de la eficiencia visual, de realidad aumentada aplicada a la baja visión, con Enrique Sánchez y Álvaro Perales, y sobre el examen y rehabilitación visual con Guillermo Bueno y Teresa Matilla; sesiones de neuropsicología aplicada a la Audiología (Test MoCA) con Patricia Vázquez, de formación sobre la rehabilitación auditiva más allá de la prescripción con Leonela González así como seminarios prácticos en visión binocular de la mano de Carlos Ramos y técnicas para poner en valor la labor profesional del optometrista, a cargo de Carmen García Jiménez.

Compromiso con la formación y la sostenibilidad

Cione, como empresa sostenible y comprometida con la calidad y la RSE, ha organizado este evento como parte de su estrategia de contribución activa al sector. La formación y la divulgación de conocimiento son piedras angulares para asegurar el crecimiento profesional de los ópticos y audioprotesistas en un mercado cada vez más tecnológico. "Con este congreso, Cione no solo forma, sino que contribuye al futuro del sector", concluye Felicidad Hernández.

Natural Optics Group refuerza su compromiso con la salud visual infantil en una nueva jornada de #Invulnerables con Visión

Natural Optics Group (NOG), junto con la Fundación "la Caixa" y Sor Lucía Caram, ha participado en una nueva edición de la campaña #Invulnerables con Visión, una acción solidaria celebrada el viernes 4 de abril en el Hospital Clínic de Barcelona. Esta iniciativa tiene como objetivo garantizar el acceso a la salud visual a niños en situación de vulnerabilidad y sensibilizar sobre la importancia de las revisiones oftalmológicas en la infancia.



Durante la jornada #Invulnerables con Visión se atendió a 183 niños y niñas procedentes de Figueres (44), Lleida (35), Ripoll – Sant Joan de les Abadesses (28), Banyoles (41) y, por primera vez, también se incluyeron 35 menores de origen ucraniano. Las revisiones fueron realizadas por el equipo de oftalmología del Hospital Clínic de Barcelona, liderado por el Dr. Bernardo Sánchez-Dalmau. Tras las exploraciones, se prescribieron gafas a 78 menores, lo que representa un 43% del total atendido, una cifra que supone un incremento significativo respecto al año anterior y que preocupa a los profesionales sanitarios. Esta tendencia al alza se atribuye, en parte, al uso excesivo de pantallas tanto en el entorno escolar como en el ocio, lo que está generando un aumento de miopías, fatiga visual y otras afecciones oculares en edades tempranas. NOG proporcionó las gafas graduadas a los menores que las requerían, que pudieron elegir entre una selección de 50 modelos. La adaptación de cada equipamiento visual se realiza de manera personalizada, considerando medidas frontales y parietales, así como el correcto centrado de las lentes, para asegurar una óptima corrección visual.

Los participantes han estado acompañados por el director general del Hospital Clínic Barcelona, el Dr. Josep M. Campistol; Sor Lucía Caram; el subdirector general de la Fundación "la Caixa", Marco Simón; la directora corporativa de Programas Sociales de la Fundación "la Caixa", Montserrat Buisán, y el CEO de Natural Optics Group, Ignasi Solé. Voluntarios de la Fundació del Convent de Santa Clara, l'Espai Francesc d'Assís y CaixaBank acompañaron a los menores y sus familias durante la jornada, ofreciendo apoyo y facilitando la organización de la actividad.

El servicio de oftalmología del Clínic recuerda que la detección precoz es clave: la visión se desarrolla hasta los 6 o 7 años, y muchos menores no son conscientes de sus dificultades visuales. Estas pueden impactar en su autoestima, rendimiento académico e integración social. Según la Academia Americana de Oftalmología, uno de cada cuatro estudiantes presenta problemas no diagnosticados como miopía, hipermetropía o astigmatismo.

Además, el pasado 29 de marzo se celebró una jornada adicional del proyecto #Invulnerables con la Visión en el Hospital Sant Joan de Déu de Manresa, donde se realizaron revisiones oftalmológicas a 49 niños y niñas en situación de vulnerabilidad. De ellos, un 33% requirió gafas, confirmando así la tendencia creciente de problemas visuales entre la población infantil. La jornada contó con la implicación del equipo médico del centro, así como del equipo NOG, que facilitó el equipamiento óptico necesario a los menores que lo precisaban.



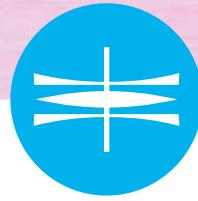
En la jornada #Invulnerables con Visión, tanto en la del Hospital Clínic Barcelona como en la del de Sant Joan de Déu de Manresa, los profesionales de ambos centros realizaron revisiones visuales a niños y niñas, apoyados por voluntarios de la Fundació del Convent de Santa Clara, l'Espai Francesc d'Assís, CaixaBank y NOG grupo que, además, proporcionó las gafas graduadas y lentes a los menores que las requerían.

CONTACT

INDIVIDUAL MULTI **FEN**®

Amplios parámetros
Radios 6,80 > 9,50
+/- 30.00 esf.
> -8.00 cil.
0º a 180º

"nuestros clientes están mucho más satisfechos con esta lente de contacto que con las multifocales convencionales y destacan especialmente la rápida adaptación y la reducción de los halos i FEN cumple lo que promete !



Discover the beauty of the world
with your eyes

SEED

wöhlk
CONTACTLINSEN

**Rápido & fácil
para una visión natural**

más información: info@eurolent.com y 916418906

La primera lente de contacto blanda
con **FEN**® Vision Technology

fabricada en
Alemania

EURO
Lent

Optica2000 consolida su presencia en Madrid Inaugura nueva tienda en el CC Intu Xanadú

Optica2000 sigue consolidando su presencia en Madrid con la inauguración de una nueva tienda en el centro comercial Intu Xanadú. Se trata de la segunda apertura en la capital en los últimos meses bajo un concepto innovador y exclusivo que combina un posicionamiento de lujo accesible con un servicio altamente personalizado y de alta calidad

El evento contó con actividades abiertas al público y la presencia de directivos de la compañía, junto a conocidos influencers, medios de comunicación, entre ellos la revista Lookvision, y componentes del equipo de Optica2000 y EssilorLuxottica, encabezados por Axel Mallmann, director general de EssilorLuxottica Optical Retail Iberia, quien estuvo acompañado por: Eladio Moreno, director comercial de EssilorLuxottica Retail España; Mario Garramiola, responsable de real estate de EssilorLuxottica Retail Iberia; Sandra Silva, directora de Marketing de EssilorLuxottica retail Iberia; Daniel García, responsable regional; Nerea Gomariz, responsable de Reclutamiento HRBP de Grandvision España, y José Carlos Pin, responsable de Merchadising Retail de Grandvision España.

Axel Mallmann, director general de EssilorLuxottica Optical Retail Iberia, dio la bienvenida institucional y realizó el tradicional corte de cinta que marcó el inicio de inauguración oficial a la nueva tienda. Durante el brindis de celebración, Mallmann destacó: "Hoy celebramos la inauguración de una tienda excepcional, diseñada para ofrecer un servicio único en el sector óptico. Con una exhibición de primer nivel, este espacio refleja nuestra aspiración de ser la mejor óptica del país con un concepto que eleva la experiencia del consumidor, redefiniendo los estándares del sector. Queremos que nuestros clientes perciban no solo el ambiente cuidado, sino, sobre todo, la calidad en la atención y la profesionalidad de nuestro equipo, especialmente, de nuestros expertos ópticos".

Ofertas especiales durante la inauguración

La jornada de celebración contó con una variada programación, ofreciendo a los asistentes experiencias centradas en el cuidado de la salud visual y el estilo personal. Entre las más destacadas, se incluyó una oferta especial de dos pares de gafas y el Plan de Salud Visual +OPTICA2000 para los 50 primeros clientes. El plan de salud visual,



Axel Mallmann, director general de EssilorLuxottica Optical Retail Iberia, realizó el tradicional corte de cinta que marcó el inicio de inauguración oficial a la nueva tienda.



Además de Axel Mallmann (en el centro), a la inauguración asistió parte del equipo directivo de EssilorLuxottica Retail Iberia, compañía de la que forma parte OPTICA2000, y de Grandvision España.

disponible por un coste mensual a partir de 12€, ofrece acceso a numerosas ventajas, como renovación gratuita de gafas graduadas, cambios de cristales sin coste adicional y protección contra roturas o pérdidas. Además, incluye mantenimiento de por vida, garantía de satisfacción de 100 días y una atención personalizada, todo diseñado para asegurar un cuidado visual continuo y accesible, adaptándose a las necesidades de cada cliente por toda la vida. Como broche final, los invitados pudieron disfrutar de un taller de colorimetría de manos de una experta.

Un concepto innovador para una experiencia exclusiva en OPTICA2000

El nuevo espacio del C.C. intu Xanadú ha sido diseñado siguiendo la línea de las últimas aperturas, con materiales naturales como la madera, creando un ambiente moderno, cálido y acogedor. Con una superficie de 149m², su distribución está pensada para ofrecer un ambiente único, facilitando una navegación fluida y cómoda.

Los expertos de la compañía también han presentado el carácter personalizado y la excelencia del servicio que la distingue, respaldado por la experiencia de ópticos y optometristas especializados, así como por el uso de tecnología de vanguardia. Esta filosofía se refleja también en su cuidada selección de marcas de prestigio y firmas reconocidas, que integran las últimas tendencias en eyewear.

"Para Optica2000 estar bajo el paraguas de EssilorLuxottica significa tener más proyección, un mayor potencial, más recursos, así como un apoyo fundamental al contar con el conocimiento de todas las áreas del grupo para ofrecer a nuestros clientes una propuesta de valor diferencial en el mercado...Además, en nuestras ópticas trabajamos con todas las marcas del grupo y otras de terceros para contar con la mejor oferta de productos", explicó Axel Mallmann a Lokvision.

Con esta nueva apertura, Optica2000 reafirma su compromiso con la innovación y la excelencia en el sector óptico, acercando a los consumidores una propuesta de compra única en un entorno exclusivo y accesible.



BUILD

your career

Desarrolla tu carrera



LEONARDO

Superdry primavera-verano'25

El estilo llevado al siguiente nivel

La colección primavera/verano 2025 de la firma Superdry, de Eschenbach Optik, destaca entre todas las demás por su estilo y por sus seductores y atractivas gafas de moda. Tanto si usamos modelos de sol elegantes como si nos decantamos por unas distintivas gafas graduadas, la colección Superdry llevará nuestro estilo al siguiente nivel.



Las nuevas creaciones de gafas graduadas y de sol Superdry, en metal y acetato, marca de Eschenbach Optik, destacan por sus atractivos diseños para ellas y ellos y una seductora paleta de colores.



Superdry, marca de Eschenbach Optik, presenta para esta primavera-verano nueve nuevos modelos de gafas graduadas, como los dos de la imagen, para ella y él, en acetatos muy llamativos y modernos diseños.

Con 13 nuevos modelos de sol, algunas de las características clave de la colección incluyen colores degradados, el logotipo personalizado de *Superdry* en el núcleo translúcido de la montura y el monograma de *Superdry* grabado con láser. Para las gafas graduadas, hay nueve nuevos modelos con características clave, como bloques de color en contraste con acetatos de carey muy llamativos, un moderno diseño de ojo de gato y una silueta de piloto de inspiración retro.

La elección de la paleta de colores que inspiró la colección se basó en las tendencias clave de la temporada, incluidos los acetatos degradados de alto brillo, que se pueden ver en el degradado de color de la montura SDS 5032.

Los colores de las monturas también están influidos por las historias de moda de Superdry para la primavera/verano 2025, incluida *The Party Spotlight*, diseñada con una combinación de acabados metálicos y trabajo en metal esmaltado con toques vibrantes de púrpura, verde y dorado, que presenta siluetas femeninas y colores intensos realizados a través de un estilo muy contemporáneo. Esto se puede ver en las monturas SDO-3036-061 y SDS-5033-007.

Dos monturas de gafas de sol destacadas son SDS 5037-102 y SDS 5042-004.

- SDS 5037-102 es una gafa de sol atrevida y resistente con bordes biselados, hecha a mano en acetato *Renew* y terminada en una discreta combinación de colores lila sorbete negro y morado habana.
- SDS 5042-004 es una montura de estilo piloto con un lavado de cara moderno que mantiene el indudable estilo clásico, rematada con un toque de color en las varillas para garantizar que esté lista para el verano.

Dos monturas de gafas graduadas destacadas son SDO 3042-150 y SDO-3037-272.

- **SDO 3042-150** es llamativa y atrevida, con una original montura Superdry reinventada. El laminado inteligente da la ilusión de una montura negra, pero presenta tonos naranjas y azules vibrantes a medida que capta la luz.
- **SDO-3037-272** es una versión moderna del modelo ojo de gato con ángulos de aro geométricos para realzar la silueta, terminado con un borde de punta de metal personalizado relleno con el característico blanco y naranja de Superdry.

Area 98 SRL,

Empresa fabricante y distribuidora de monturas oftálmicas de gran calidad y diseño, líder en el sector óptico, requiere para su expansión en el mercado español agentes comerciales autónomos en las siguientes zonas geográficas:

ANDALUCIA, CENTRO Y NORTE.

Para la comercialización de las colecciones: **KAOS, LA MATT, y GENESIS.**

La retribución estaría establecida en fijo más comisiones por ventas obtenidas y premio a la consecución de resultados.

Si quieras formar parte de un proyecto, serio, estable y ser miembro del equipo de ventas de una empresa líder en su sector envía, por favor, tu CV y carta de presentación a: area98jordi@gmail.com y marketing@area98.it

Empresa con más de 40 años de experiencia en la producción y distribución de gafas oftálmicas y de sol, busca comerciales en toda España para el lanzamiento de marcas líderes a nivel mundial y europeo.

Si estás interesado o quieres más información, ponte en contacto con nosotros.
l.zangrandi@seaport@odlm.com

Buscamos agentes comerciales autónomos con ganas de unirse a nuestro equipo de Uniprecio SL en Cataluña y Madrid zona norte

Requisitos:

- Experiencia comercial (preferible que sea en el sector óptico)
- Vehículo propio
- Habilidades interpersonales y empatía
- Creatividad, dinamismo y proactividad
- Excelentes habilidades de comunicación tanto verbal como escrita
- Sentido de la responsabilidad y de la organización
- Puede ser multicartera

Ofrecemos:

- Plan de formación adecuado (en nuestra Oficina de Ventas), que permitirá una perfecta integración en el puesto
- Integración en una empresa sólida y en crecimiento
- Introducción constante de nuevas colecciones
- Remuneración por comisión

En caso de estar interesado, envíanos tus datos y CV actualizado al correo electrónico: mar@unipreciosl.es

DistropVision

Por ampliación de su red comercial precisa:

Agentes comerciales autónomos para la representación de sus marcas en varias zonas de España



ANNE MARIE
we inspire women

JENS HAGEN
EYEWEAR

vistamax
EYEWEAR

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

MOPPIE EYEWEAR

Distribuidor de marcas de diseño establecidas en el mercado, precisa comercial para sus colecciones diferentes y atractivas.

Zona Levante

Preferiblemente introducido en el sector.

No se precisa exclusividad.

Interesados llamar al teléfono: 619 468 722
o enviar currículum a:

tpallas@moppie-eyeewear.com

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.

MARTISON EYEWEAR

marca independiente, está buscando agentes comerciales autónomos en un proceso de expansión por toda España.

Para la comercialización de su marca propia.

Si estás interesado en formar parte de este proyecto te puedes poner en contacto a través de:

josecueto@martison.com

centrostyle
around people



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 nuestra catálogo de productos en www.lasedeoctica.es

Envía tu CV a:
info@lasedeoctica.es

Perfect sight – in 0.6 seconds



**Scan now to experience
the e-sense next!**



(e)evil eye

e-sense next
Immediate adaptation
to any light situation

evileye.com

NUEVAS

Varilux® Physio® extensee™

Varilux®

#1 marca líder de lentes
progresivas

en el mundo¹



Alta intensidad visual en todas las condiciones de luz²

Mayor nitidez y contraste visual



essilor
evolving
vision*

1. Fuente: Datos de Euromonitor International 2024. Valor de venta en las categorías de lentes para gafas y marcos de lentes progresivas.

2. Varilux® Physio® extensee™ - estudio a consumidores en condiciones reales - Eurosyn - 2024 - Francia (n=79 usuarios de lentes progresivas).

© Essilor International. Octubre de 2024. Reservados todos los derechos. Essilor®, Evolving Vision®, Varilux® Varilux® Physio® extensee™ y Puplizer™ son marcas comerciales de Essilor International. Monturas: Oliver Peoples®

* Transformando la visión.