

# LookVISION

Nº 227 · JULIO/AGOSTO – JULY/AUGUST 2025 · EXTRA DE VERANO

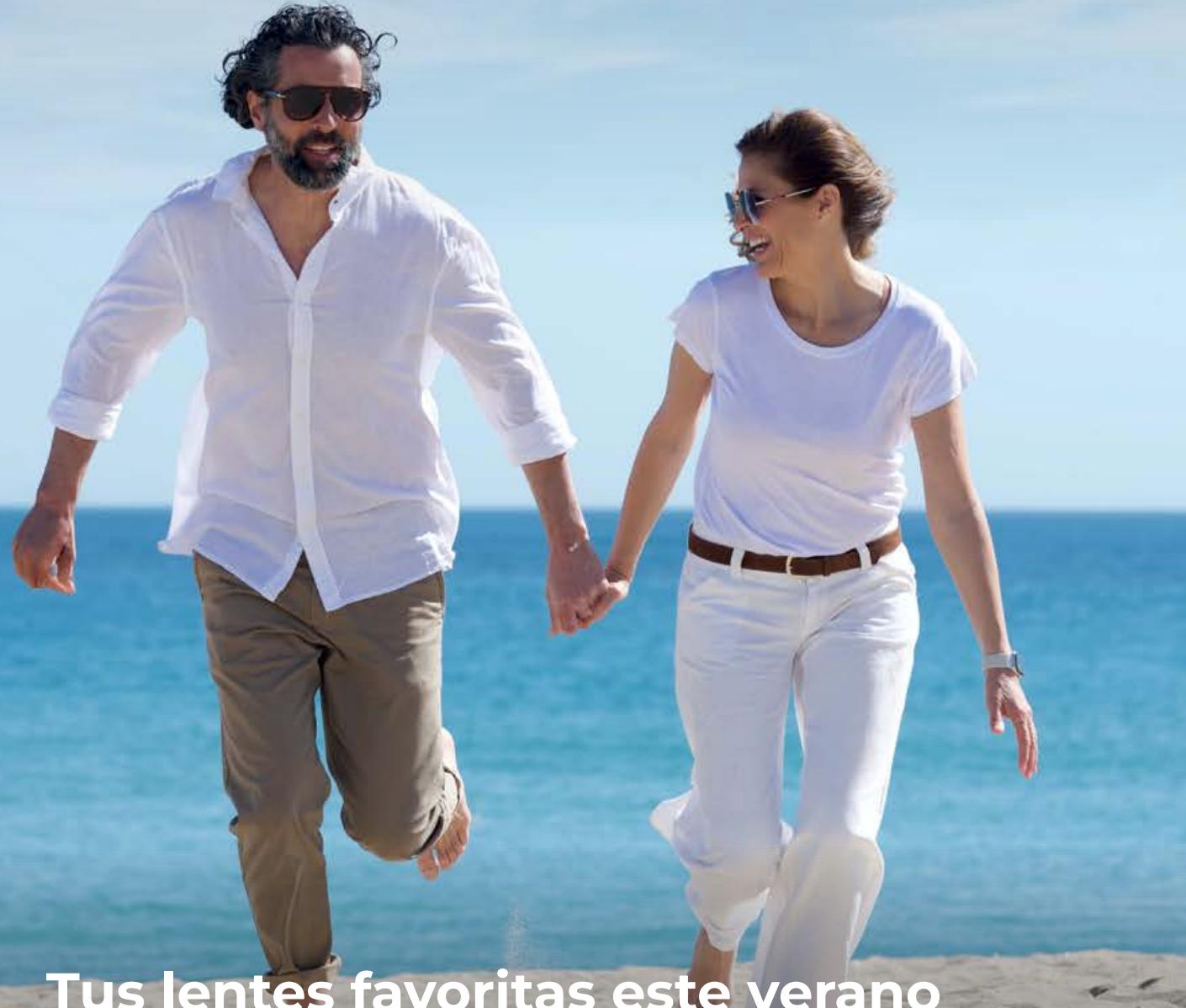


**CARRERA**  
EYEWEAR SINCE 1956

Este año te llevamos al

# CARIBE

y todo empieza con nuestras  
lentes polarizadas



Tus lentes favoritas este verano  
Visión sin reflejos

Una lente que no solo mejora  
la visión, transforma la  
experiencia del usuario

- + Visión nítida, sin deslumbramientos
- + Máximo confort visual
- + Protección total frente a los rayos UVA y UVB



Sin lentes polarizadas

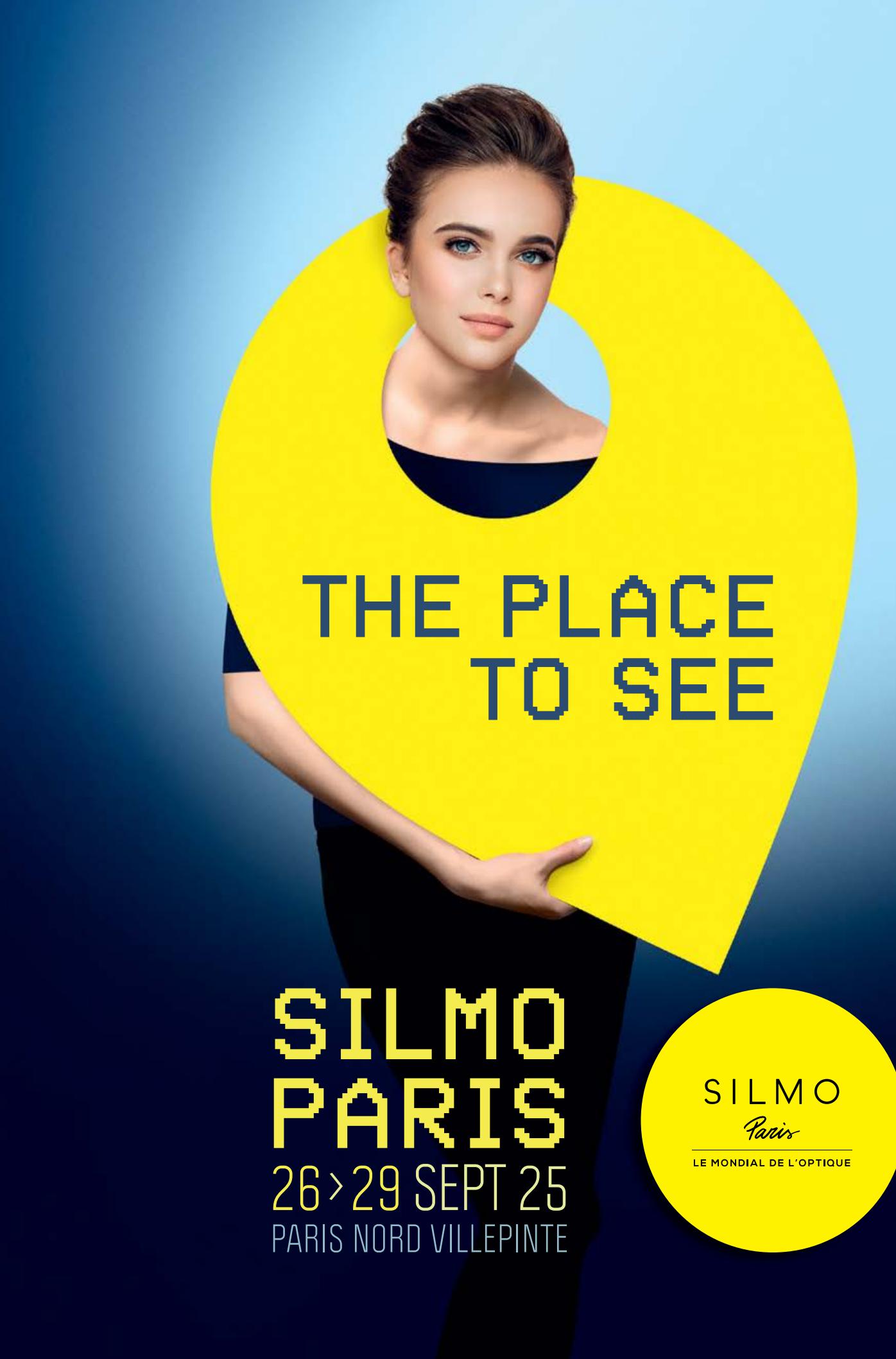
Con lentes polarizadas PRATS

Tus clientes lo notan.  
Tus resultados también.

Impulsa tus ventas este verano con una campaña  
que realmente conecta.

¡Te contamos como puedes ganar tu viaje al  
Caribe!





THE PLACE  
TO SEE

SILMO  
PARIS

26>29 SEPT 25  
PARIS NORD VILLEPINTE



SILMO  
*Paris*  
LE MONDIAL DE L'OPTIQUE

EYEWEAR / STUDIO 2025  
SPR-SUM - ARTWORK C4

ANTONIO MIRO



@antoniomiroeyewear

naturalopticsgroup.com

**N** Natural  
Optics

**UGO** | UNION  
GENERAL  
DE OPTICA

AM



**TOM TAILOR  
EYEWEAR**

**¡Tom Tailor llega a Eschenbach!**



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

**10** Editorial.

**12** Silhouette Atelier Next, la nueva era del lujo responsable.

**14** Hickmann Eyewear, diseños retro y lentes fotocromáticas en su nueva colección de verano.

**16** Safilo presenta sus colecciones de invierno 2025 con una vista privilegiada sobre Madrid.

**18** El CNOO celebra su 60 aniversario.

**22** Police y Mercedes-AMG Petronas Fórmula 1 Team: Una colección cápsula que combina elegancia y rendimiento.

**24** Kappa Eyewear abre un nuevo capítulo en la historia de Visibilis.

**28** Visión y Vida, galardonada con el premio a la innovación CSR en la 6ª edición de los premios.

**29** Etnia Barcelona presenta su nueva colección Kids.

**32** Se presenta el Libro Blanco de la Salud Visual en España 2025 auspiciado por el CGCOO.

**34** Silhouette apuesta por el estilo urbano en su colección Nova Shades.

**36** Tendencias.

**42** EssilorLuxottica presenta sus novedades en gafas para la próxima temporada.

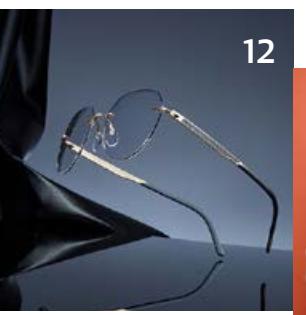
**44** La Estació de França acoge el segundo Showroom SILMO Barcelona.

**46** Asociados de Vistalia se embarcan en una nueva experiencia con EssilorLuxottica.

**48** El sector de la óptica sigue creciendo.

**49** LOOK presenta Lookkino TRI-X: Tecnología, comodidad y estilo para los niños que quieren libertad de movimientos.

**52** Miradas que venden: Espacio, método y estilo al servicio de tu óptica. Por Rita Balzí, Txell Valls y Carolina Lober.



**12**



**14**



**16**



**18**



**24**



**29**



**32**



**34**



**42**



**79** FLiPO, crece un 335% y ya está presente en más de 435 ópticas.

**80** Kaleos The Beautiful Goicoechea, una declaración de verano de Jessica Goicoechea.

**81** Agenda de anuncios.

**53** Face a Face. La firma celebra 30 años de historia con la edición limitada Faces.

**54** VISUAL, el software de gestión para ópticas, ya está preparado para la Ley Antifraude y VeriFactu.

**56** COMÓ 2025: Innovación, IA y neurociencia en el primer congreso de Multiópticas.

**57** Piper: La visión va de la mano con la diversión.

**60** Innovación y estética en uno: Nuevo adaptador VARiO Shield de evil eye.

**61** Noticias.

**71** Yalea presenta la exposición fotográfica "Portrait of Dreams" y la segunda campaña "Sisterhood".

**72** SILMO París 2025: The place to be, to see, to foresee.

**73** T-Charge Eyewear presenta una innovadora colección para hombres modernos y elegantes.

**74** Alcon reúne en Madrid Ópticos-optometristas de España y Portugal en su Programa de Desarrollo Profesional (PDP).

**76** Acto de graduación de la promoción 2024/25 de Ciencias de la Salud en la Universidad CEU San Pablo.

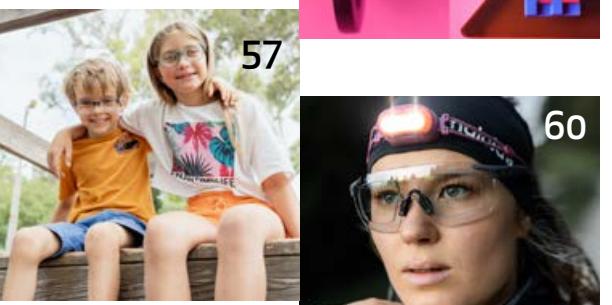
**77** Easy Click, la nueva colección verano de Opticalia.

**78** XVII Torneo de Frontenis Corral de Ayllón. Empresas del sector óptico, entre sus principales patrocinadores.

# contents

Nº 227 · JULIO/AGOSTO – JULY/AUGUST 2025 · EXTRA DE VERANO

- 10** Editorial.
- 12** Silhouette Atelier Next, the new era of responsible luxury.
- 14** Hickmann Eyewear, retro designs and photochromic lenses in their new summer collection.
- 16** Safilo presents their winter 2025 collections with a privileged view over Madrid.
- 18** The CNOO celebrates their 60th anniversary.
- 22** Police and Mercedes-AMG Petronas Formula 1 Team: A capsule collection combining elegance and performance.
- 24** Kappa Eyewear opens a new chapter in the history of Visibilia.
- 28** Vision and Life, winner of the CSR Innovation Award at the 6th edition of the awards.
- 29** Etnia Barcelona presents their new Kids collection.
- 32** The White Paper on Eye Health in Spain 2025, sponsored by the CGCOO, is presented.
- 34** Silhouette goes for urban style in their Nova Shades collection.
- 36** Trends.
- 42** EssilorLuxottica presents their new eyewear for the coming season.
- 44** The Estació de França hosts the second SILMO Barcelona Showroom.
- 46** Vistalia associates embark on a new experience with EssilorLuxottica.
- 48** The optical sector continues to grow.
- 49** LOOK presents Lookkino TRI-X: Technology, comfort and style for kids who want freedom of movement.
- 52** Looks that sell: Space, method and style at the service of your optician. By Rita Balzi, Txell Valls and Carolina Lober.



**53** Face a Face. The brand celebrates 30 years of history with the limited edition Faces.

**54** VISUAL, the management software for opticians, is now ready for the Anti-Fraud Law and VeriFactu.

**56** COMÓ 2025: Innovation, AI and neuroscience at the first Multiópticas congress.

**57** Piper: Vision goes hand in hand with fun.

**60** Innovation and aesthetics in one: New VARiO Shield adapter from evil eye.

**61** News.

**71** Yalea presents the photo exhibition 'Portrait of Dreams' and the second 'Sisterhood' campaign.

**72** SILMO Paris 2025: The place to be, to see, to foresee.

**73** T-Charge Eyewear presents an innovative collection for modern and elegant men.

**74** Alcon brings together opticians-optometrists from Spain and Portugal in Madrid for their Professional Development Programme (PDP).

**76** Graduation ceremony for the 2024/25 graduating class of Health Sciences at CEU San Pablo University.

**77** Easy Click, Opticalia's new summer collection.

**78** XVII Corral de Ayllón Frontenis Tournament. Companies from the optical sector, among their main sponsors.

**79** FLiPO is growing by 335% and is already present in more than 435 opticians' shops.

**80** Kaleos The Beautiful Goicoechea, a summer statement by Jessica Goicoechea.

**81** ADS Agenda.



**¡Tom Tailor llega a Eschenbach!**

 **ESCHENBACH**

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



**NUESTRA PORTADA:** Carrera, prestigiosa marca italiana de gafas perteneciente al grupo Safilo, sinónimo de diseño pionero y calidad excepcional desde 1956, nos muestra en la imagen de portada a Esther Cañas, top model española de proyección internacional, luciendo y realzando su belleza con la gafa de sol Carrera Victory C 18/s. Con esta espectacular pantalla, el legado de Carrera alcanza un nuevo nivel de innovación, audaz vanguardismo, protección frente al sol y un diseño que representa toda una declaración de elegancia, de distinción y del estilo inconfundible de la marca, urbano y deportivo al mismo tiempo.

# LookVISION

Nº 227 · JULIO/AGOSTO  
JULY/AUGUST 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: [julio@lookvision.es](mailto:julio@lookvision.es)

[info@lookvision.es](mailto:info@lookvision.es)

web: [www.lookvision.es](http://www.lookvision.es)

RevistaLookvision

@lookvisionrev

revista-lookvision

@revistalookvision

Asesoría fiscal y financiera:

**Franpíj - Gestión y Análisis, S.L.**

Maquetación y preimpresión:

**signocomunicación.es**

Impresión: Monterreina

Depósito legal: M-24975-2001

LookVISION

**Protege tus ojos:  
claves para evitar los daños del sol.  
Tras el verano llega Silmo París con  
las últimas novedades del sector**

El verano es una de las estaciones más esperadas del año, pero también representa un riesgo elevado para la salud visual si no se toman las precauciones adecuadas. La exposición prolongada a la radiación ultravioleta (UV) del sol puede dañar seriamente los ojos, provocando problemas como conjuntivitis, queratitis o incluso acelerar enfermedades como las cataratas o la degeneración macular. Las actividades al aire libre, los baños en piscinas con cloro o en el mar, y un mayor uso de dispositivos electrónicos bajo la luz intensa del sol también pueden aumentar el riesgo de irritaciones oculares y fatiga visual.

Para proteger nuestros ojos, es fundamental utilizar gafas de sol homologadas con filtros adecuados frente a los rayos UV y para ello, desde el Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas, nos dan 5 claves para escoger bien nuestras gafas de sol: que sean gafas con filtro UV certificado, que cuenten con lentes de calidad, llevar la montura bien ajustada, adaptarlas a la graduación (si la hay) y, por último, siempre buscar el asesoramiento de un profesional óptico-optometrista para escoger las que más se adapten a nuestras necesidades.

También es importante educar a niños y adolescentes sobre los cuidados oculares en verano, ya que sus ojos son más sensibles a la radiación solar. Incorporar hábitos como el uso de gorras o sombreros, descansar la vista tras largos períodos frente a pantallas y usar lágrimas artificiales en ambientes secos o con aire acondicionado puede marcar una gran diferencia. Cuidar la salud visual durante el verano no solo previene molestias inmediatas, sino que también protege la visión a largo plazo.

Tras el verano llega Silmo París que, del 26 al 29 de septiembre, volverá a reunir, como cada año, a profesionales y marcas del sector óptico de todo el mundo. Con 900 expositores, 1.500 marcas y más de 32.000 visitantes de 42 países, este evento internacional es el lugar ideal para descubrir el presente y el futuro del sector, ofreciendo un espacio único lleno de innovación, tendencias, nuevas colecciones, productos y experiencias. Silmo París será un centro de intercambio e inspiración, un lugar donde nacen las sinergias, surgen las tendencias del futuro y cobran vida las ideas que darán forma a la industria, y lo hará a través de diferentes espacios dentro del salón: El Trends Forum ofrecerá inspiración y los must-haves del mañana a través de una selección de las más bellas colecciones de óptica y gafas de sol presentes en el salón; SILMO Next se convertirá en el laboratorio del futuro, mostrando las últimas innovaciones, nuevas tecnologías, experiencias visuales y una perspectiva 360º del sector; SILMO Talks & SILMO Academy se convertirá en la cumbre del saber hacer con conferencias excepcionales de expertos de renombre; el espacio dedicado a la excelencia artesanal se centrará en los mejores artesanos de Francia y en el saber hacer de los fabricantes franceses de gafas; los museos de Oyonnax y Morez presentarán en el salón la historia de la industria óptica, y el espacio RSE mostrará la óptica del futuro desde una perspectiva innovadora y responsable.

Además, como cada año, el salón internacional de la óptica de París premiará la creatividad y la innovación del sector con sus prestigiosos galardones SILMO d'Or. Este año, SILMO París ha confiado la presidencia del jurado de los premios al diseñador francés Olivier Lapidus, que aportará una perspectiva fresca y vanguardista. Lapidus comenzó su carrera en Balmain y también ha diseñado para marcas como Dior, además de dirigir su propia casa de alta costura: LAPIDUS.

El Concurso de Diseño Óptico, por su parte, invita a los estudiantes de diseño a afrontar un reto único con la 4ª edición del mismo, un auténtico trampolín para los talentos del mañana. En esta edición, el tema es «Gafas de superhéroe - ¿Qué tipo de diseño de montura superará los límites de lo posible y transformará el mundo?», por lo que el concurso 2025 invita a los estudiantes a explorar las gafas y su poder para mejorar la visión y ampliar nuestra percepción del mundo, su poder para transformar la visión, para destacar la capacidad de ser mucho más que un simple accesorio de salud y su poder para convertirse en una fuerza, un puente, una tecnología. SILMO también reconoce a las empresas ópticas y de gafas por su compromiso con la responsabilidad social y medioambiental con su Premio a la Empresa Responsable, galardón abierto a todos los expositores, que pretende distinguir a una empresa del sector óptico por su contribución a la reducción de su huella medioambiental y a la optimización de su impacto social. Por último, SILMO también reconoce la labor de los profesionales de la óptica con su Premio Internacional al Óptico del Año, un innovador galardón que concede la Asociación Internacional de Ópticos (IOA) y reconoce la importancia de los ópticos en el mundo de la óptica y su papel en la elección de los mejores productos para sus clientes.

Como siempre, Lookvision estará en la feria de París para mostrarle todas las novedades del sector óptico en la próxima edición de la revista impresa, así como en nuestra página web: [www.lookvision.es](http://www.lookvision.es) y en nuestras redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn). ¡Nos vemos en SILMO París del 26 al 29 de septiembre de 2025! Feliz verano!

# Transitions®



**POTENCIA TUS GAFAS** **SIMPLIFICA TU VIDA**

## ATELIER NEXT, la nueva era del lujo responsable

Silhouette presenta **ATELIER NEXT**, su nueva propuesta de lujo responsable que combina diseño vanguardista, materiales sostenibles y la más alta artesanía. Este lanzamiento marca un hito en la industria de la moda, ofreciendo una visión renovada del lujo contemporáneo con un fuerte compromiso con el medio ambiente.



**L**a colección **ATELIER NEXT** se compone de tres líneas exclusivas que exploran distintas facetas del diseño responsable.

El compromiso con la sostenibilidad es el pilar de **ATELIER NEXT**, reflejado en el uso de materiales responsables y procesos de fabricación innovadores. El oro de 23K reciclado, elaborado con una aleación especial de rutenio, aporta un acabado sofisticado y ligero. El cuero



Innovación, lujo y sostenibilidad se fusionan en cada una de las subcolecciones Atelier Next: Aura, Radiance y Lumiere para crear piezas únicas, de estilo exclusivo, utilizando tecnologías como la impresión 3D y materiales avanzados de bajo impacto ambiental, como el oro reciclado y el cuero vegetal.

vegetal, libre de crueldad y carbono-neutral, es elaborado a partir de maíz y confeccionado en Italia. Los diamantes de laboratorio replican la perfección de los naturales sin impacto ambiental, mientras que la tecnología de impresión en titanio 3D permite crear diseños con resistencia industrial y cero residuos.

Más allá del diseño y la innovación, **ATELIER NEXT** representa una declaración de principios: un lujo que no solo es bello, sino también responsable. Cada pieza es un testimonio del

equilibrio entre estética y conciencia ecológica, demostrando que la moda puede evolucionar hacia un futuro más sostenible sin renunciar a la sofisticación.

Más información en:

[www.silhouette.com](http://www.silhouette.com)  
[www.facebook.com/silhouette](http://www.facebook.com/silhouette)  
[www.instagram.com/silhouetteeyewear](http://www.instagram.com/silhouetteeyewear)



Aura apuesta por la elegancia minimalista y la innovación técnica con detalles en oro de 23K y elementos 3D de última generación.



Radiance fusiona materiales nobles como el cuero vegano y el titanio bañado en oro de 23K, ofreciendo una reinterpretación contemporánea del lujo.



Lumiere, por su parte, encarna la máxima expresión de la artesanía refinada con diamantes de laboratorio y oro reciclado de 18K, creando piezas de una belleza atemporal.



Silhouette Atelier Next redefine el lujo y establece nuevos estándares de responsabilidad social y medioambiental en la industria de la moda.

# Hickmann Eyewear

## Diseños retro y lentes fotocromáticas en su nueva colección de verano

Hickmann Eyewear, conocida marca de gafas de Go Eyewear, sinónimo de estilo e innovación, ha lanzado su colección de verano en la que incluye una gama de nuevos modelos que combinan diseños retro, clásicos, con la tecnología de lentes fotocromáticas más avanzada.



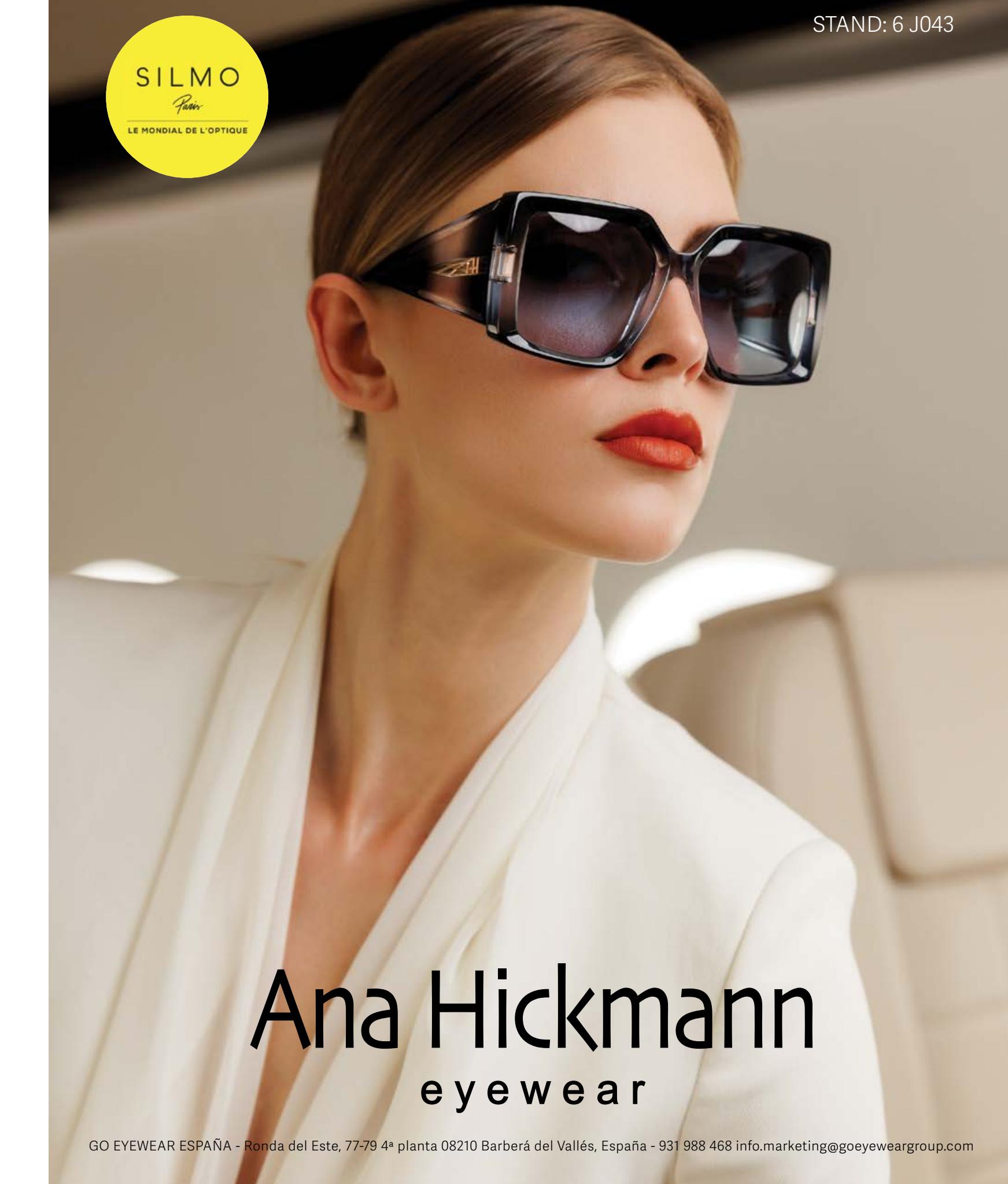
**L**a colección de verano de Hickmann Eyewear, que sigue la tendencia retro predominante en el mundo de la moda, presenta una impresionante gama de gafas de sol inspiradas en estilos icónicos del pasado. Desde pequeños modelos redondos a elegantes formas cuadradas, estos diseños ofrecen una mezcla única de nostalgia y estilo contemporáneo, perfecta para las entusiastas de la moda moderna.

Además de las gafas de inspiración retro, la colección de verano también presenta las innovadoras lentes fotocromáticas de Hickmann Eyewear. Estas lentes avanzadas se adaptan perfectamente a los cambios de luz, proporcionando a los usuarios una visibilidad y protección óptimas en cualquier entorno. Ya sea tomando el sol en la playa o navegando por la jungla urbana, estas lentes fotocromáticas están diseñadas para ofrecer un confort y una comodidad inigualables. "Esta colección es una prueba de nuestro compromiso de combinar estilo y rendimiento, ofreciendo a nuestros clientes gafas que son a la vez modernas y funcionales", dice Teresa Faria, Directora de Marketing del Grupo GO Eyewear.

[www.hickmanneyeweareurope.com](http://www.hickmanneyeweareurope.com)



La nueva colección de gafas de sol Hickmann eyewear, de clara inspiración retro y estilo contemporáneo, presenta diseños que van desde los geométricos hasta los redondeados, pasando por los cuadrados y mariposa, en metal y acetato.

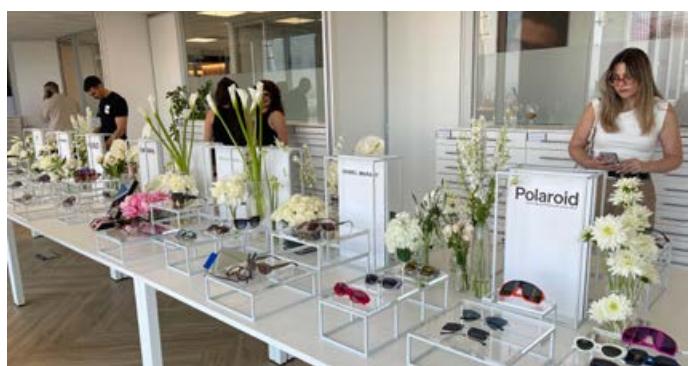


**Ana Hickmann**  
eyewear

# Safilo presenta sus colecciones de invierno 2025

## con una vista privilegiada sobre Madrid

El grupo Safilo ha desvelado sus colecciones de invierno 2025 en un evento exclusivo celebrado en la planta 12 de sus oficinas en Madrid. Con vistas espectaculares al skyline financiero de la capital, la firma recibió a prensa especializada, entre ella Lookvision, y profesionales del sector en un entorno privilegiado que sirvió de escaparate para descubrir las tendencias que marcarán el próximo invierno en el universo de las gafas.



**C**on un portafolio de marcas que equilibra innovación, diseño y savoir-faire, Safilo volvió a demostrar por qué es uno de los grupos ópticos de referencia a nivel internacional. En esta ocasión, Carrera, Polaroid, Etro, DSQUARED2 y Carolina Herrera se posicionaron como protagonistas con modelos que captaron la atención tanto de expertos en producto como de prescriptores de estilo.

**Carrera** reafirmó su carácter enérgico con el modelo Flag Victory C 18/S, unas gafas de sol con parte superior plana en acetato, envolventes y marcadamente contemporáneas. El diseño incorpora el logotipo Victory C en el frontal y una placa metálica con la "C" de Carrera en las varillas, todo en una gama de colores vibrantes como marfil con lentes doradas espejo o violeta con lentes rojas/violetas, pensadas para quienes quieren destacar sin concesiones.

En el terreno técnico y ecológico, **Polaroid** destacó con su nueva colección Cool Metal, elaborada en acero inoxidable reciclado, con diseños ligeros y funcionales para hombre y mujer. PLD 6244/S/X ofrece una silueta femenina tipo ojo de gato con montura dorada y lentes polarizadas en verde, azul o gris, con terminales de color para un toque pop, mientras PLD 6245/S, con estructura masculina rectangular al aire, incorpora lentes degradadas o espejo, con detalles de color en terminales y grabado del logo en las varillas.

La marca italiana **Etro** presentó su refinado modelo ETRODROP, donde el icónico motivo Paisley se traduce en una interpretación arquitectónica a pequeña escala. La gafa, fabricada en acetato negro con lentes grises y detalles en oro antiguo, encarna una fusión perfecta entre artesanía clásica y diseño contemporáneo.

Dos propuestas de **DSQUARED2** sobresalieron por su audacia y estilo urbano: D2 0184/G/S: gafa de sol femenina de frente plano en acetato, con adornos metálicos distintivos y varillas con el logotipo en ribete de metal. Disponible en negro con lentes grises y habana con lentes nicotina. D2 0188/S: diseño masculino tipo máscara con barra metálica decorativa y logotipo en altorrelevo. Dos combinaciones disponibles: negro con barra de ruténio y lentes grises, o negro con barra dorada y lentes azul degradado.

La elegancia atemporal de **Carolina Herrera** se materializó en la colección House of Herrera, una línea que destila feminidad y sofisticación con modelos pensados para la mujer contemporánea. Las formas son equilibradas y actuales, con monturas que destacan por su cuidada construcción, refinados acabados y detalles icónicos de la casa como el monograma CH o sutiles inserciones doradas.

El saber hacer de Safilo se aprecia con claridad en la precisión técnica, el confort y el nivel de acabados de cada gafa, que conjugan lo clásico con lo moderno en una gama cromática rica y versátil. Se trata de una colección pensada para ópticas que buscan ofrecer un producto comercial pero con fuerte valor añadido y posicionamiento aspiracional.

Con esta presentación, Safilo no solo anticipa las claves estéticas del invierno 2025, sino que vuelve a confirmar su liderazgo industrial, comercial y creativo en el sector óptico global.



**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](mailto:info@arpe.es) | [arpe.es](http://arpe.es) | 93 793 76 77

**Arpe**®

# El CNOO celebra su 60 aniversario

El pasado 24 de junio, en la sala "Cámara" del Auditorio Nacional de Madrid, tuvo lugar la celebración del 60 aniversario del Colegio Nacional de Ópticos Optometristas (CNOO), con reconocimientos públicos a aquellos colegiados de 40 o 50 años de ejercicio profesional. Igualmente, compañeros ópticos-optometristas y empresas del sector recibieron distinciones, insignias y diplomas. También se entregaron Medallas de Oro a distintas personalidades.



El informador de televisión y radio Goyo González, presentador del evento, con el decano del Colegio Nacional, Eduardo Morán Abad, quien destacó en su intervención la historia del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas, e imagen de grupo de personalidades.

El acto comenzó con unas palabras de bienvenida por parte de la secretaria del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas (CNOO), Clara Penelas Écija. "Hoy nos reúne un motivo tan necesario como emocionante: celebrar los sesenta años de la profesión de óptico-optometrista en nuestro país. Seis décadas de compromiso con la salud visual, de dedicación, de avances científicos y tecnológicos, de cercanía con las personas y de defensa incansable de la salud visual".

Tras introducir al que fue presentador y moderador de todo el evento: el informador de televisión y radio Goyo González, intervino el decano del Colegio Nacional, Eduardo Morán Abad, quien destacó que "la historia del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas es una historia de amor... Sí, de amor a una profesión, de trabajo compartido y de dedicación al bienestar de los ciudadanos. Algunos hemos tenido la suerte de vivir esta maravillosa historia desde dentro de la corporación y puede ser que tengamos la in-



EL CNOO homenajeó a numerosos compañeros de ejercicio profesional y entregó distinciones a las empresas que colaboran activamente en el desarrollo de la profesión, entre ellas a "Medios de Comunicación" como Lookvision.

mensa suerte de seguir aquí para afrontar los retos que nos plantea el futuro".

Acto seguido, en la misma sala "Cámara" del Auditorio Nacional, comenzó la ceremonia de reconocimiento a los colegiados de 25 y 40 años de profesión, quienes recibieron el fuerte aplauso de sus compañeros, familiares y amigos.

El evento completo, desarrollado en la sala "Cámara", estuvo dividido en cuatro movimientos de piezas de piano interpretados por el insigne pianista español Eduardo Fernández.

## Entrega de insignias y diplomas

El acto de reconocimiento, con la entrega de insignias y diplomas, fue un cálido homenaje a todos estos compañeros de ejercicio profesional, así como para entregar distinciones a las empresas que colaboran activamente en el desarrollo de la profesión en las categorías de "Medios de comunicación", entre ellos Lookvision, Moda en Gafas y Optimoda, "Lentes de contacto", Lentes oftálmicas" y "Tecnología", además de hacer entrega de las Medallas del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas a las compañías CIONE, CECOP y Correos Express.

También hubo un reconocimiento con entrega de Medallas del Colegio Nacional por sus contribuciones a desarrollo y formación de la óptica-optometría a ANEOP, Óptica Roma, M<sup>a</sup> Loreto Mendiluce Martín, M<sup>a</sup> Jesús Giráldez Hernández, Eva Yebra-Pimentel Vilar e Isabel Sánchez Pérez. Igualmente, también se reconoció con la entrega de



Medallas de ORO del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas, al Dr. Javier Aranceta Bartrina, por su contribución a la mejora de la Salud Visual de los ciudadanos desde el campo de la alimentación y nutrición; al Profesor Dr. D. Antonio Bascones Martínez, Por su apoyo al Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas desde el ámbito académico, y a la Excmo. Sra. Doña Isabel Díaz Ayuso, presidenta de la Comunidad de Madrid, por su contribución a la salud visual de la población infantil de la Comunidad de Madrid.

La Dra. Ana Pastor Julián, quien recibió la Medalla del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas por su dedicación al desarrollo de la sanidad española, puso el broche al cierre del acto de una jornada excepcional con unas palabras dirigidas a todos los profesionales de la óptica-optometría española.



prodesign : denmark

AUTHENTIC EYEWEAR FOR GENERATIONS

# Police y Mercedes-AMG Petronas Fórmula One Team

Una colección cápsula que combina elegancia y rendimiento

Cinco modelos que expresan la velocidad de la Fórmula 1 y la audacia de Police conforman esta colección cápsula que tiene como rostro una campaña exclusiva creada en colaboración con Mercedes-AMG PETRONAS Formula One Team, protagonizada por los pilotos George Russell y Kimi Antonelli.



Los pilotos de F1 George Russell y Kimi Antonelli ponen rostro a la campaña de la nueva colección cápsula de Police en colaboración con Mercedes-AMG Petronas Formula One Team.



La gafa SPLR47, de forma cuadrada, y la pantos SPRL48, ambas de bioacetato, protagonizan esta nueva colección cápsula.

La colección la completan los modelos SPRL49, el aviador SPRL50, y el SPRL51, todo un homenaje a la innovación, al alto rendimiento y a la sostenibilidad.



## Protege su forma de ver el mundo con las lentes solares MiYOSMART

Lentes oftálmicas eficaces y no invasivas para la gestión de la miopía, con protección frente a la intensa luz del sol.<sup>1-6</sup>

Tecnología DIMS para ralentizar la progresión de la miopía<sup>1</sup>

Disponible en lente fotocromática y lente polarizada

Para más información sobre las lentes oftálmicas MiYOSMART, visita [Miyosmart.es](http://Miyosmart.es)

**Myopia care for kids.**



**HOYA**  
FOR THE VISIONARIES

1. Lam CSY, Tang WC, Tse DY, et al. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomised clinical trial. Br J Ophthalmol. 2020;104(3):363-368.  
2. WSPOS. Sunlight Exposure & Children's Eyes Consensus Statement. 2016. Available from: <https://www.wspos.org/wspos-sunlight-exposure-childrens-eyes-consensus-statement/> (Last Accessed 14/02/2023).  
3. Lakkis C, Weidemann K. Evaluation of the performance of photochromic spectacle lenses in children and adolescents aged 10 to 15 years. Clin Exp Optom. 2006;89(4):246-252.  
4. Renzi-Hammond LM, Hammond BR Jr. The effects of photochromic lenses on visual performance. Clin Exp Optom. 2016;99(6):568-574.  
5. Wu PC, Kuo HK. Effect of photochromic spectacles on visual symptoms and contrast sensitivity of myopic schoolchildren treated with low dose concentration atropine. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2016;57:2484.  
6. HOYA data on file. Transmission, traffic light recognition, and UV blocking test for MiYOSMART clear and MiYOSMART sun spectacle lenses. 02/2023. Tests were conducted at room temperature (23 °C).



## Kappa Eyewear abre un nuevo capítulo en la historia de Visibilia

Visibilia presenta un nuevo y audaz capítulo de su historia: Kappa Eyewear, icónica marca internacional de moda, estilo de vida, streetwear y ropa deportiva, esta colección que llega para completar la oferta del portafolio de Visibilia, marca la fusión del estilo urbano con el alma italiana.



Montura unisex tipo aviador con doble puente, una de las representativas del lanzamiento de Kappa Eyewear. Modelo 90025-172.

**C**on el inconfundible logotipo de Omini en su núcleo, Kappa Eyewear aporta una energía fresca y expresiva a la cartera de Visibilia, uniendo moda, funcionalidad y utilidad cotidiana a través de un diseño sólido y una identidad segura reforzadas por el alma y la precisión italiana.

Con sus raíces en el deporte y sus ojos puestos firmemente en la cultura contemporánea, Kappa Eyewear aporta una poderosa mezcla de autenticidad, estilo e impulso al mundo de la óptica. Como patrocinador de innumerables eventos de estilo de vida y actor clave en el renacimiento global de los 80, Kappa se apoya en décadas de credibilidad al tiempo que habla con fluidez a la generación digital de hoy.

El lanzamiento oficial en todos los mercados está previsto para agosto de este 2025 con gafas de sol y monturas ópticas diseñadas para una alta rotación, un gran éxito de ventas y disponibilidad exclusivamente en ópticas especializadas. La colección se mantiene fiel a lo que esperas de Visibilia: diseños orientados al mercado, precios fiables y productos fabricados con esmero. Todo esto, combinado con la audaz energía y el poder de marca de Kappa, crea una colección que no sólo promete, sino que está preparada para el éxito. Vamos! Entremos juntos en el próximo capítulo de la mano de Visibilia ([www.visibilia.com](http://www.visibilia.com)) y Kappa Eyewear.



Visibilia amplía su portafolio de marcas con Kappa Eyewear, icónica firma internacional de moda que representa un estilo de vida, streetwear y ropa deportiva.

Mod. 90025-172





MOD. TRI•X 04673

Descubra las nuevas colecciones en **SILMO Paris 26>29 Septiembre 2025 - HALL 7 STAND F249**



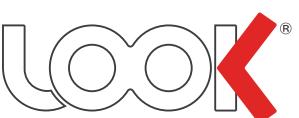
**1985**  
Look se convierte en marca independiente  
con su primera colección!



**2000**  
La marca se consolida: ¡Tecnología y Diseño!  
Comienza la distribución directa  
a ópticas independientes  
También en España



**2016/2018**  
Autenticidad, modernidad e italianidad  
en el sector de las gafas.



**2018/2024**  
Una marca de confianza desde  
hace más de 45 años...



**1978**  
Look inicia su actividad como fabricante  
de monturas.



**1990/2000**  
Al principio distribuimos nuestros productos  
en Italia y en el extranjero.  
En España a través de un socio distribuidor.



**2003/2016**  
Look se mantiene fiel a su ADN vanguardista  
y evoluciona para construir una identidad  
aún más distintiva.



**2018/2024**  
En más de 60 países con un producto auténtico,  
de calidad, transparente, trazable y 100% italiano.

[lookocchiali.it](http://lookocchiali.it)



Tras el cóctel y previo al almuerzo en un gran salón del Casino de Madrid, es clásica la foto de premiados e invitados de los premios CSR en la monumental escalera de este emblemático club social.



Celia Sánchez Ramos, con el Decano del CNOO, Eduardo Morán, y Salvador Alsina, presidente de Visión y Vida, la empresa galardonada con el premio CSR.



Algunos de los invitados al evento, con el premiado y el Decano del CNOO.

## Visión y Vida, galardonada con el premio a la innovación CSR en la 6<sup>a</sup> edición de los premios

El pasado jueves 8 de mayo se entregó el Premio a la Innovación CSR que, en su sexta Edición, ha sido otorgado a Visión y Vida, Asociación de Utilidad Pública que cumple 70 años al servicio de la visión y el bienestar de toda la sociedad española.

**E**l acto, que organiza todos los años y es perfecta anfitriona del mismo Celia Sánchez Ramos, investigadora y profesora de la Universidad Complutense de Madrid, se ha celebrado en el transcurso de un cóctel y almuerzo diseñado por el premiado chef Paco Roncero en el Casino de Madrid de la calle de Alcalá, reuniendo a un pequeño y selecto grupo de profesionales de la visión para reconocer el trabajo y la dedicación de una entidad o un profesional que ha destacado por su labor innovadora; en esta ocasión, a Visión y Vida.

En el evento se ha celebrado el diseño y comercialización de las lentes oftálmicas CSR, que permiten prevenir el daño retiniano y la fatiga ocular. La inauguración ha corrido a cargo de Eva Relaño, jefa de Servicio de Tecnología y Alimentación de la Oficina Española de Patentes y Marcas, en representación de M<sup>a</sup> José de Concepción, Directora de Patentes de la Oficina Española de Patentes y Marcas. Por su parte, la Dra. Celia Sánchez Ramos agradeció la asistencia de todos los invitados, reconociendo el papel de cada uno en este sector sanitario. Durante la Gala, los profesionales asistentes pudieron rememorar algunos de los grandes avances logrados en esta área de la mano de la investigadora Celia Sánchez Ramos, doctora en Medicina y en Ciencias de la Visión, inventora de 17 familias de patentes tanto en el área de las lentes de contacto, lentes oftálmicas, filtros terapéuticos, filtros de luz LED, y otras muchas.

El Decano del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas, Eduardo Morán, responsable de entregar el premio, recordó la historia de la Asociación durante estos años. Como colegio profesional, resaltó la importancia de colaborar con la entidad y generar acciones y campañas que redunden en la mejora de la salud visual de los ciudadanos. A continuación intervino Salvador Alsina, quien hizo un recorrido por la historia de la Asociación, recordando que la entidad es la más antigua de España y recibir esta conmemoración en su 70<sup>º</sup> aniversario es realmente relevante: "Visión y Vida nació como un grupo de trabajo de ópticos, oftalmólogos y otros profesionales del sector que se propusieron acercar la salud visual a la ciudadanía cuando aún no había un acceso equitativo a la misma. Ahora, seguimos trabajando -con nuevos medios y por diferentes canales- con el mismo ahínco por lograr un 100% de buena salud visual en nuestro país".



**etnia Q. BARCELONA**

## PRESENTA SU NUEVA COLECCIÓN KIDS

Etnia Barcelona, marca de eyewear independiente, lanza su nueva colección Kids para esta temporada, donde el color, la alegría y la diversión son los protagonistas.



La marca barcelonesa sorprende con una colección llena de color y diversión, con 7 modelos de vista y 4 de sol. La campaña nos recuerda que los niños ven el mundo con una creatividad ilimitada.

**B**ajo el lema BeAnArtist, la marca invita a los más pequeños a desarrollar su imaginación y a explorar el mundo a través de su creatividad sin límites. Cada pieza de esta colección encarna actitud y diversión a todo color, recordándonos que los niños ven el mundo con una creatividad ilimitada.

La nueva colección de Kids está formada por 11 modelos vibrantes, 7 de vista y 4 de sol, los cuales están inspirados en nombres de animales y presentan una forma única.

Kids SS25 ya está disponible en ópticas seleccionadas, en [www.etniabarcelona.com](http://www.etniabarcelona.com) y en su Flagship Store.





**MySelf, las lentes progresivas más premium de HOYA.**



**HOYA**  
FOR THE VISIONARIES



**Tecnología  
Binocular Eye Model**

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

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



**Tecnología  
ID FreeForm +  
Armonización  
Binocular**

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

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



**Tecnología  
Adapt Ease**

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

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



**Tecnología 3D  
Binocular Vision**

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



Descubre la experiencia completa de llevar unas MySelf.



**HOYA**  
FOR THE VISIONARIES

# Se presenta el Libro Blanco de la Salud Visual en España 2025 auspiciado por el CGCOO

El pasado 24 de junio se presentó en Madrid el Libro Blanco de la Salud Visual en España 2025, un ambicioso proyecto editorial auspiciado por el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas, conjuntamente con la Sociedad Española de Optometría y la Fundación Salud Visual, que suma ya su séptima edición y que se ha consolidado como una obra referente del sector.



Juan Carlos Martínez Moral, presidente del CGCOO, y el Dr. Ángel Salmador durante la presentación del Libro Blanco de la Salud Visual en España 2025.

El presidente del Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas, Juan Carlos Martínez Moral, fue el encargado de presentar el *Libro Blanco de la Salud Visual en España 2025*, acompañado de los doctores Andrés Gené Sampedro y Ángel Salmador, ambos miembros de la Sociedad Española de Optometría. El evento también contó con la participación de Cristina Álvarez Peregrina y Miguel Ángel Sánchez Tena, profesores de la Facultad de Óptica y Optometría de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), y que fueron los encargados de la coordinación y realización de la encuesta de “Satisfacción laboral de los ópticos-optometristas en España”, el núcleo específico de investigación del actual *Libro Blanco de la Salud Visual en España 2025*.

Esta nueva edición del *Libro blanco* está dividida en tres partes. La primera sobre *Optometría de Atención Primaria*, desarrollando dos informes bien diferenciados: el primero sobre *Optometría Comunitaria. Un nuevo modelo de atención en salud visual*, y un segundo informe dedicado a *Salud visual y el uso de compensación óptica para trastornos de la visión en España*, desarrollado por el Grupo de trabajo de la Sociedad Española de Optometría y presentado en 2024 en el Ministerio de Sanidad.

La segunda parte del libro trata sobre la *Encuesta sobre satisfacción laboral de los ópticos-optometristas en España*, un tema crucial que influye en la calidad del servicio, la retención de personal y el bienestar general de los profesionales, destacando la necesidad de evaluar factores como el ambiente laboral, las relaciones interpersonales y las oportunidades de desarrollo profesional.

En la tercera y última parte: *Los retos de la optometría*, se plantean los desafíos científicos, políticos u organizativos que tiene la profesión en el presente y en un futuro próximo, como *Avances de la instrumentación diagnóstica en optometría; Los cambios de presión intraocular en deportistas; Nutrición y salud visual; Terapia visual ortóptica. Herramientas del óptico-optometrista; El papel del óptico-optometrista en baja visión o La cartera de servicios comunes en atención primaria*.

En su intervención, Juan Carlos Martínez Moral destacó el estudio realizado y el exhaustivo análisis y conclusiones de los resultados obtenidos en este estudio de investigación social. “La satisfacción laboral es un asunto crucial para nuestro colectivo sanitario, una cuestión que puede influir de forma importante en la calidad del servicio optométrico que brindamos a nuestros pacientes, basando nuestras premisas en la retención del personal (retención de talento) y el bienestar general de todos los profesionales de la visión, destacando con ello factores como el ambiente laboral en el trabajo, las relaciones interpersonales y las oportunidades de desarrollo profesional”.

Por su parte, Ángel Salmador habló sobre *Optometría comunitaria. Un nuevo modelo de atención en salud visual*, destacando la importancia de la Optometría Comunitaria como una actitud proactiva frente a las necesidades de salud visual de la comunidad y un reto y un pilar esencial de salud global fomentando el trabajo interdisciplinar.

Posteriormente, participaron los profesores Cristina Álvarez Peregrina y Miguel Ángel Tena, de la Universidad Complutense de Madrid, para presentar los resultados obtenidos en



Presidentes y autores del Libro Blanco auspiciado por el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas, conjuntamente con la Sociedad Española de Optometría y la Fundación Salud Visual, y asistentes al acto.

la *Encuesta de satisfacción laboral de los ópticos-optometristas en España*. Un estudio transversal que evalúa factores clave que afectan el bienestar profesional de los optometristas en España: niveles de estrés, síndrome de *burnout* y satisfacción laboral y percepción del futuro de la profesión. En la encuesta participaron 2.261 ópticos-optometristas colegiados de todas las comunidades autónomas.

Por último habló Andrés Gené Sampedro, presidente del Colegio de Ópticos-Optometristas de la Comunidad Valenciana, para presentar el *Informe sobre salud visual y el uso de compensación óptica para trastornos de la visión en España*. Según el ponente, siguiendo el informe, “son muchos los factores que pueden facilitar el acceso de una persona a los servicios de salud visual, como la disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad y calidad de los servicios”.



# Silhouette®

Apuesta por el estilo urbano en su colección Nova Shades

Inspiradas en el dinamismo de las nuevas generaciones, Silhouette lanza una atrevida propuesta que fusiona vanguardia, ligereza e innovación.



**E**n la moda urbana, las gafas de sol son esenciales para expresar nuestra personalidad. Silhouette presenta su audaz colección Nova Shades, que captura el llamativo estilo cyber-tech de Los Ángeles con un diseño minimalista y siluetas atrevidas. Los nuevos modelos sin montura con lentes casi planas, detalles de lujo en titanio y exclusivas bisagras "pin-cision" destacan por su ligereza y durabilidad. La paleta de colores incorpora giros frescos con tonos tendencia Mint Green y Space Blue, que combinan a la perfección con los degradados en verde, gris y marrón y aportan un acabado sofisticado y vanguardista.

Silhouette Light Management® ofrece protección inigualable contra los rayos dañinos UVA/B/C, garantizando horas de uso seguro al aire libre. Las lentes patentadas de Silhouette están diseñadas para filtrar más tonos amarillos del espectro de luz, lo que alivia la fatiga visual a la vez que brinda un contraste de colores vivos. Científicamente, se ha demostrado que la luz amarilla estimula y amplifica las emociones positivas haciendo que cada momento en el exterior no esté solo protegido, sino que también suba el ánimo.



**RINCÓN** es un modelo aviador unisex para quienes aman vivir sin límites. El tono Space Blue eleva los acabados meticulosos de este modelo convirtiéndolo en una pieza icónica.



**CABRILLO** es ideal para los creativos soñadores que conquistan con éxitos musicales y best sellers. Con ángulos suaves estas gafas presentan una forma unisex, perfectas para los más aventureros.



Para los más atrevidos, **ESCONDIDO** es el compañero perfecto en eventos exclusivos con vistas a Los Ángeles. Este estilo retro-futurista es una auténtica declaración de intenciones que refleja seguridad en su forma minimalista.



El modelo **TERRANEA** está diseñado para chicas divertidas y despreocupadas que recorren las amplias avenidas de Venice Beach y siempre están en busca de las últimas tendencias.



Empowered by Lightness

# Silhouette

## TENDENCIAS [TRENDS]



### ANA HICKMANN

La nueva colección de gafas de sol Ana Hickmann Eyewear destaca por su elegancia atemporal, su diseño sofisticado y su atención al detalle. Inspirada en la mujer moderna, esta línea de Go Eyewear combina ligereza, comodidad e innovación, con modelos que realzan diferentes estilos y formas de rostro. Las monturas presentan acabados refinados y materiales de alta calidad, mientras que las lentes garantizan protección y rendimiento. Una colección pensada para quienes buscan combinar moda y funcionalidad con autenticidad.

[www.anahickmanneyewear.eu](http://www.anahickmanneyewear.eu) - [www.goeyeweargroup.com](http://www.goeyeweargroup.com)



### FLIPO

La firma amplía su colección con dos nuevos diseños que refuerzan su apuesta por la personalización y el estilo contemporáneo: IKAT y SAUVAGE. IKAT toma como referencia el estampado mallorquín conocido como Llengua Mallorquina, inspirado en las antiguas técnicas textiles del ikat asiático. Su patrón de líneas ondulantes en tonos azules, blancos y marinos se integra perfectamente en clips y varillas para ofrecer un resultado visual equilibrado y reconocible. SAUVAGE introduce una estética gráfica impactante basada en el contraste entre el estampado animal print cebra y un rojo intenso. Pensado para crear combinaciones audaces o más atrevidas, jugando con el negro, blanco o ámbar.

[www.flipoeyewear.com](http://www.flipoeyewear.com)



### HAWKERS

Hawkers lanza el DROP 4 de su colección 2025 con cinco nuevos modelos diseñados para acompañarte en tu fuga veraniega (aunque solo sea mental).

Bajo el nombre "Flight HWK0425", esta cápsula no te pide billete, solo actitud. Inspirada en ese tipo de viajes que no salen en las guías -los que empiezan en el grupo de WhatsApp y acaban con arena en la maleta- esta colección mezcla funcionalidad, estilo y cero estrés. Cinco nuevos modelos: Lion, Shark, Tiger, One Flex y Track Flex, cinco nuevas siluetas que sirven para todo: playa, pool party o terracero. Ligeras, atrevidas y con colores que combinan con cualquier mood vacacional.

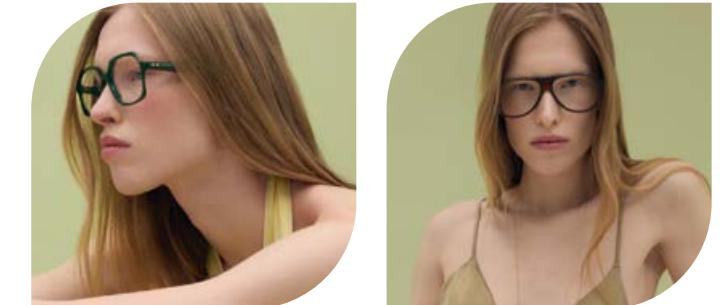
[www.hawkersco.com](http://www.hawkersco.com)



### DANELL

Danell, marca portuguesa de gafas que llega al sector óptico de la mano de Prooptica, sigue rindiendo homenaje al hombre clásico y conservador, fiel a su propio estilo y con una personalidad marcada, pero que no renuncia a la elegancia atemporal. En su nueva colección, sofisticada, discreta y masculina presenta monturas diseñadas flexibles, ligeras y duraderas, sin comprometer la esencia clásica de los modelos. La innovación también está presente en la forma de comunicar la marca: las imágenes desarrolladas mediante inteligencia artificial aportan un sutil e interesante contraste con el universo tradicional de Danell, marca que respeta y valora los códigos de la elegancia clásica, la sobriedad y el rigor estético que definen el verdadero buen gusto masculino.

[www.prooptica.es](http://www.prooptica.es)



### GIGI STUDIOS

La colección Revivre, de Gigi Studios, es un viaje visual a través del tiempo.

Inspirada en la estética retro, las figuras icónicas de décadas pasadas y la elegancia atemporal, cada pieza captura la esencia del pasado mientras redefine el presente. Las siluetas son audaces y expresivas, con volúmenes oversize y un diseño refinado que transmite fuerza y personalidad. Los detalles de laminado aportan riqueza y profundidad, haciendo que cada montura sea especial.

[www.gigistudios.com](http://www.gigistudios.com)



### LANIDOR

Lanidor presenta Color Block, la nueva colección cápsula de gafas que da color y estilo a esta temporada. Inspirándose en los tonos de tendencia, esta línea de Prooptica celebra la audacia cromática y la armonía de combinaciones perfectas, traducidas en cuatro modelos distintos de gafas de sol, cada uno disponible en cuatro tonos vibrantes. Con una estética moderna y versátil, Color Block ofrece piezas diseñadas para alegrar cualquier outfit, reforzando la identidad de quien las lleva. Cada modelo es una declaración de estilo y, más que una tendencia, representa una actitud: energía, confianza y libertad de expresión a través del color.

[www.prooptica.pt/es](http://www.prooptica.pt/es)



### MAX & CO

Una visión atrevida, juvenil y dinámica del color es el elemento clave de dos nuevos modelos de la colección MAX&Co. Eyewear SS 2025. Rayas de color diagonales y longitudinales se alternan en las superficies del frente y las varillas, creando combinaciones de color que forman un sofisticado lenguaje visual. El diseño de sol MO0131 y la montura óptica MO5184 reflejan una nueva expresión de estilo y personalidad que refleja la búsqueda incesante de nuevos estándares estéticos por parte de la marca.

[www.marcolin.com](http://www.marcolin.com) / [www.maxco.com](http://www.maxco.com)



### MOREL BY JEAN NOUVEL

La colaboración entre MOREL y Jean Nouvel sigue sorprendiendo con gafas que abrazan audazmente el diseño de vanguardia. La nueva e icónica colección de sol presenta dos modelos que comparten una forma similar, la redonda, pero difieren en el material. Acetato o titanio se presentan en tonos monocromáticos que orbitan en torno al negro, el color característico del arquitecto. El diseño redondo, puro y monolítico captura una vez más la esencia de una colaboración que fusiona la visión arquitectónica con la artesanía de las gafas. Unisex y disponible en dos tamaños, los modelos atraen gracias a su diseño elegante, suavizado por una paleta de colores cuidadosamente seleccionada. Elaboradas con materiales nobles que captan la luz y aportan profundidad, estas monturas encarnan un estilo atrevido, radical e inconfundiblemente de alta gama.

[www.morel.com/es](http://www.morel.com/es)



### TIWI LE CLUB

La colección femenina Tiwi Le Club refleja la fusión de estilo, calidad y compromiso social. Para las mujeres elegantes y atrevidas, que buscan gafas que combinen diseño único y funcionalidad, es una excelente elección. Cada diseño refleja la esencia de la marca, una mezcla de tradición y vanguardia, como apreciamos en los modelos de sol: Paola, con la mayor variedad de combinaciones de colores; Guetto, con forma alargada y una geometría intencionada, y Giulia, de forma geométrica única. Con esta colección de edición limitada Tiwi consigue gafas únicas que reflejan su estilo personal.

[www.tiwiworld.com](http://www.tiwiworld.com)



### ZADIG & VOLTAIRE

La firma vuelve a marcar tendencia con una colección de gafas que es puro manifiesto de estilo. Con un enfoque que combina la elegancia del lujo contemporáneo con la rebeldía chic que define a la casa, cada modelo irradiia carácter y personalidad. Desde monturas atrevidas hasta acabados deseados, la colección rinde tributo al ADN más rockero de la firma. Las varillas con textura martillada, inspiradas en la línea de joyería de la marca, y los emblemáticos detalles metálicos en forma de alas —guño al icónico bolso "Borderline"— convierten cada pieza en una declaración de identidad.

[www.derigo.com](http://www.derigo.com) / [www.zadig-et-voltaire.com](http://www.zadig-et-voltaire.com)



### MODO

Tres nuevos modelos se han añadido a la colección Paper Thin de Modo, todos ellos compartiendo el material y la construcción únicos que definen la colección en su conjunto. El frente está fabricado con una montura de titanio Beta revestida con TR90, y las bisagras sin tornillos conectan el frente y las varillas de titanio para lograr un aspecto elegante y minimalista. Las nuevas incorporaciones a la colección son el modelo 4118, una forma de mariposa, el diseño 4129, una silueta cuadrada redondeada de gran tamaño y, por último, el modelo 4130, que presenta una montura rectangular redondeada con un puente más alto y una construcción TR90 ligeramente más gruesa para que los colores brillen de verdad.

[www.modo.com](http://www.modo.com)



### MR. BOHO & VISIONLAB

Mr. Boho, reconocida firma de gafas de sol, diseña en exclusiva una edición limitada para VisionLab. Una cápsula, con talento 100 % español, con seis modelos emblemáticos y con el rojo como protagonista, un homenaje a la firma VisionLab. El complemento perfecto para lucir los looks más desenfadados de este verano. Para esta edición limitada, se ha creado una unión muy especial entre dos marcas que comparten ADN: la calidad, el estilo y el espíritu de llevar las tendencias a todos los públicos. Una combinación perfecta de estilo y funcionalidad, que se suma a los 40 años de experiencia de VisionLab, creando la inspiración para todos los looks de verano.

[www.mrboho.com](http://www.mrboho.com) - [www.visionlab.es](http://www.visionlab.es)



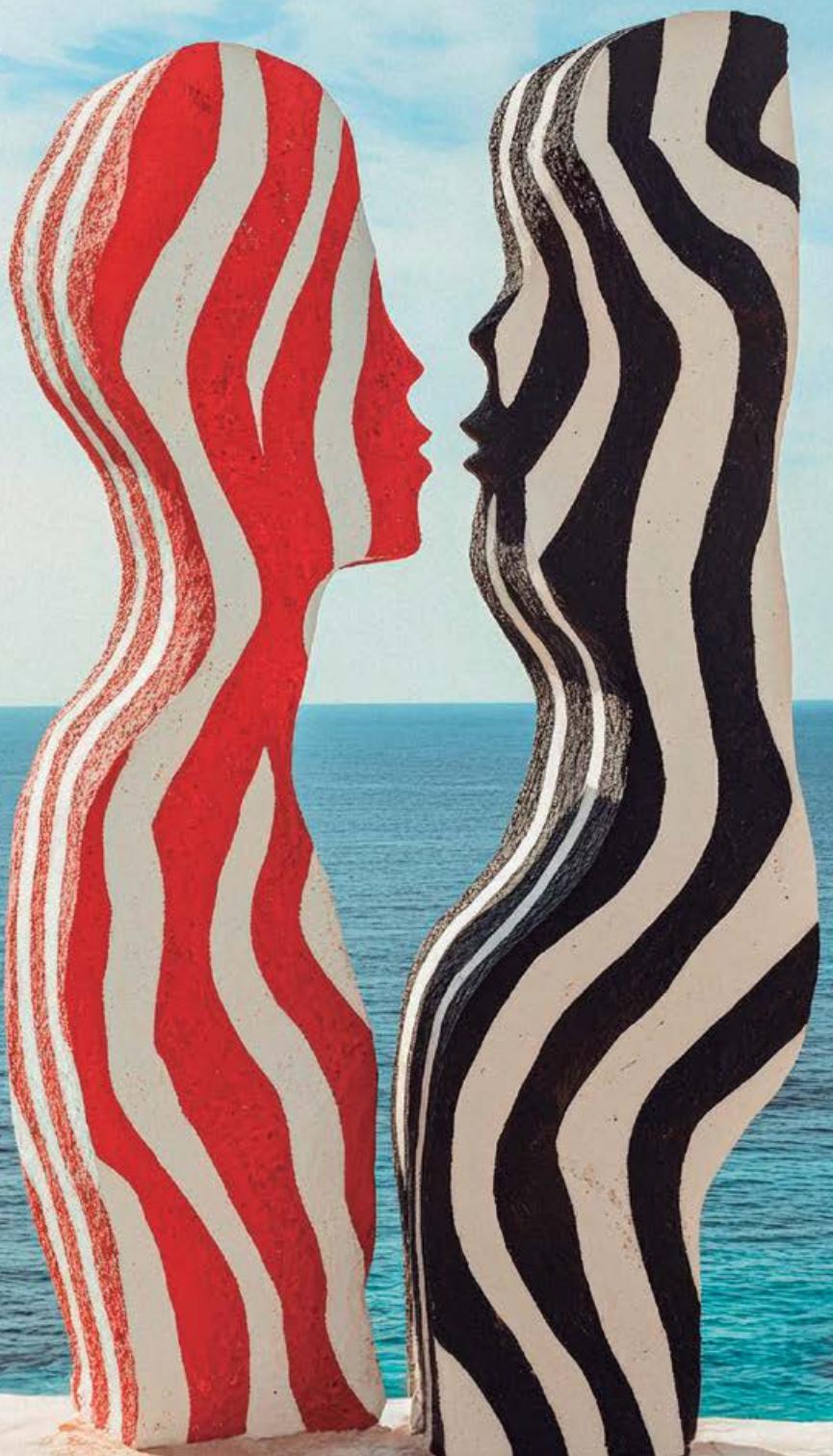
### TRUSSARDI

Parte de la colección primavera/verano, este look encarna la mezcla perfecta de estilo y funcionalidad. El modelo de sol Trussardi TSM9082 que luce Bresh en su nuevo video musical "Umore Mareo", está fabricado en acetato de primera calidad, lleva una refinada bisagra metálica, se presenta en cuatro tonos vibrantes -negro, carey, verde y cristal- y cuenta con lentes polarizadas para una protección UV total. Distribuido por Go Eyewear, es un accesorio que refleja la estética atrevida y sofisticada del cantante Bresh y la elegancia atemporal de Trussardi.

[www.goeyeweargroup.com](http://www.goeyeweargroup.com) - [www.trussardi.com](http://www.trussardi.com)

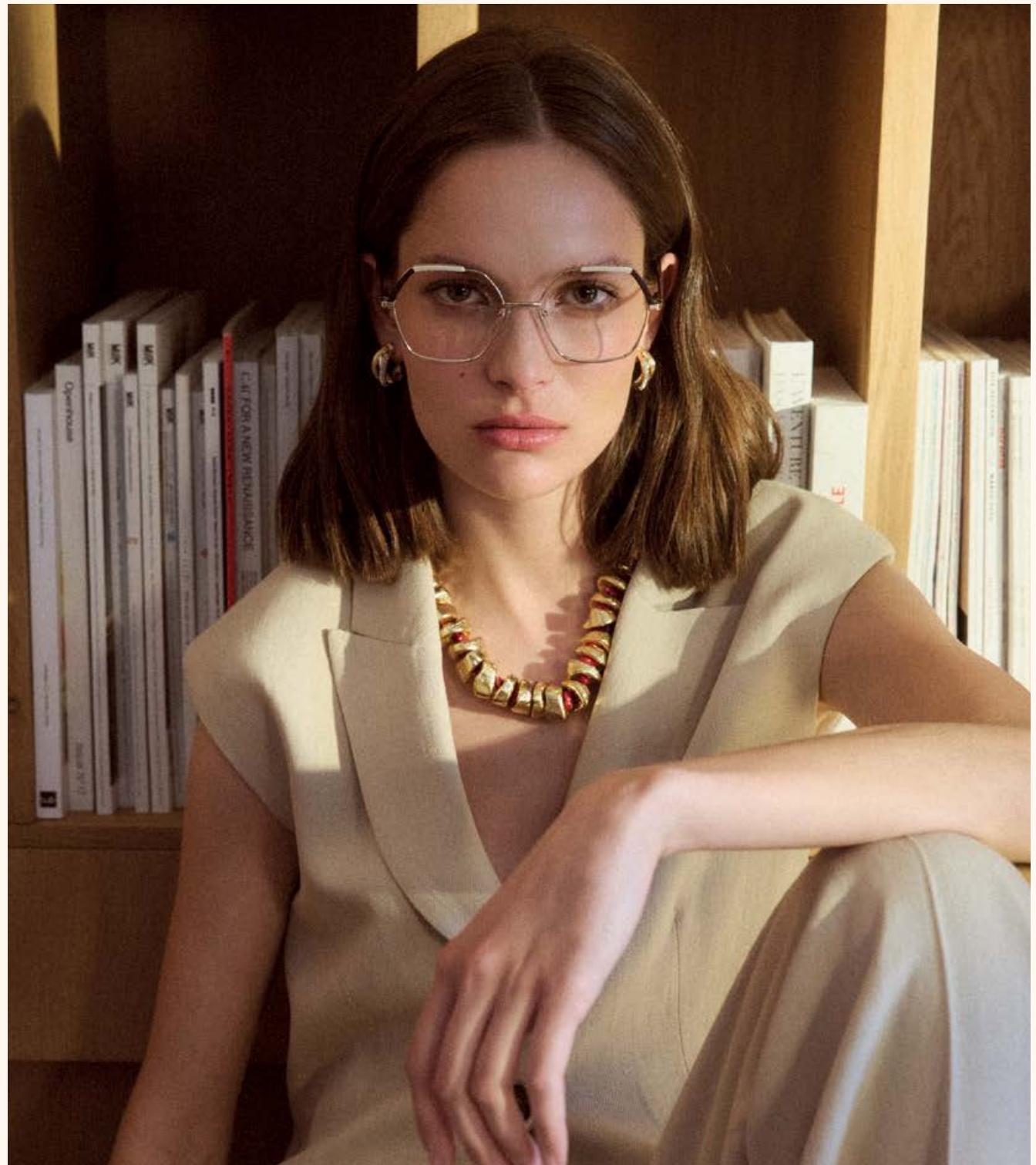


etnia O. BARCELONA



etnia O. BARCELONA

# OPTICALIA



Descubre nuestras marcas en exclusiva

Pedro del Hierro

MANGO

PULL&BEAR

EL GANSO

**CUSTO**  
BARCELONA

THELOOK

TRENDI<sup>®</sup>

# OPTICALIA

Te ofrecemos todo  
*lo que necesita tu óptica.*

- Una gran marca sin perder **tu independencia**.
- **Sin mínimo** de compra.
- Plan de **aperturas** personalizado, **con subvenciones** para la puesta en marcha del negocio.
- **Marcas** competitivas en exclusiva.
- Publicidad innovadora en **grandes medios** digitales y convencionales.

¿Te vienes?

+info.  
[opticalia.com/es/asociados](http://opticalia.com/es/asociados)

Tel. 918 065 500



# EssilorLuxottica presenta sus novedades en gafas para la próxima temporada

EssilorLuxottica presentó recientemente las nuevas colecciones de gafas de sol y monturas oftálmicas de sus marcas, así como las últimas innovaciones en su gama de lentes oftálmicas **Transitions**, en el transcurso de un press day celebrado en el espacio Monbull de la madrileña calle Jorge Juan.



Las nuevas colecciones del grupo se inspiran en nueve tendencias clave: formas ovaladas, "alien eye" y formas dinámicas, así como tonos nude, rosados y verdes, metal y acetato de inspiración natural y elementos antagónicos que contrastan en los diseños.

Las nuevas colecciones del grupo se inspiran en nueve tendencias clave, que vertebran la nueva propuesta de las diferentes marcas. En cuanto a formas, esta temporada veremos un "revival" de los diseños ovalados, una forma atemporal y perfecta para el día a día, así como de las formas ascendentes y distorsionadas tipo "alien eyes" y, por otra parte, las gafas de montura al aire, casi imperceptibles, pero con pequeños detalles. La tendencia "need for speed", que se muestra en gafas con formas dinámicas y que dan ese aspecto de velocidad, será otra de las grandes protagonistas. En cuanto a colores, los tonos nudes estarán presentes en monturas transparentes y de tonalidades neutras, los verdes de inspiración natural y los rosas, tanto en lentes como en monturas y en todas sus tonalidades, desde las pastel hasta las más oscuras. Con respecto a los materiales, veremos gran presencia de acetatos de inspiración natural, modernos y elegantes, pero también vuelve la estética retro futurista con el metal como material clave. Otra de las grandes tendencias de la temporada será el contraste de elementos muy diferentes o antagónicos en un mismo diseño.

**Ray-Ban**, una de las marcas más emblemáticas del grupo presenta, por una parte modelos más de tendencia dirigidos hacia el público más joven y la Generación Zeta con formas envolventes y de los años 2000, a destacar los modelos Predator, Olympian o Daddy-O. Por otra parte, dentro de su línea Icons destacan los modelos Wayfarer, Clubmaster, Round y Aviator en nuevas versiones como la Mega y nuevos materiales más ligeros como el Lite-Force. También destaca la nueva versión Mega del diseño Balorama, una versión más audaz del modelo original que fusiona el estilo de los 60 con un toque más moderno en una forma ultraenvolvente. Dentro de la nueva colección **Persol** destaca su edición especial Steve McQueen (modelo 714) que combina funcionalidad y elegancia gracias a una montura tipo piloto plegable de acetato, decorada con detalles metálicos distintivos. Entre ellos, la inconfundible flecha Supreme, los elementos hexagonales en el puente y las varillas flexibles Meflecto. Como siempre, la colección **Oliver Peoples** se caracteriza por su estilo atemporal y marcadamente retro con formas tipo cat eye, ovaladas y pantos como grandes protagonistas. Entre las novedades, destaca su colección con Roger Federer inspirada en la elegancia, deportividad y precisión del ex-tenista con una cuidada selección de gafas que fusionan diseño atemporal y elaboración artesanal. **Oakley**, la marca deportiva por excelencia del grupo, redefine algunos de sus modelos más clásicos como las Sphaera o Bisphaera e innova con diseños especiales como Plan-

taris, una gafa con protectores nasales inspirada en la exploración de las formas y criaturas que se encuentran en la naturaleza. **Arnette** continúa apostando por sus modelos clásicos en colores más llamativos que otras temporadas y añadiéndoles detalles en nylon. **Versace** muestra en su nueva colección algunas de las tendencias más representativas de esta temporada, con formas tipo alien y cat eye muy marcadas, lentes rosadas y una gran variedad de modelos en metal, aunque el acetato sigue teniendo también su hueco en la propuesta de la firma. En la colección **Miu Miu** encontramos desde las formas más extremas y oversize, hasta las más minimalistas con lentes ovaladas o rectangulares, tanto en sol como en graduado. El logo de la firma en metal está presente en las varillas de la mayoría de modelos. La colección **Prada** destaca por las formas ovaladas, tanto en metal como en acetato, así como las formas rectangulares y tipo visera. Por su parte, **Prada Línea Rossa** presenta formas atemporales y fáciles de llevar, en línea con el ADN de la marca. **Michael Kors** presenta una colección muy femenina con formas muy variadas que van desde el tipo aviador para mujer, hasta diseños cat eye y oversize. En los modelos de acetato, las varillas anchas con el logo de la firma cobran especial protagonismo.



Mireia Aguado, PR& Communications Manager Iberia de EssilorLuxottica, explicó a los representantes de medios de comunicación –en este caso a la redactora de Lookvision, Mari Carmen Rodríguez– las características de cada colección.

La propuesta de **Swarovski** es muy variada y va desde formas oversize a las más minimal, en modelos que incorporan sus cristales de forma más discreta en varillas o en otros en los que el brillo predomina tanto en varillas como en el frontal de la gafa.

**Vogue Eyewear** llega con una colección muy juvenil y en línea con las tendencias actuales: formas ovaladas, tipo cat

eye, geométricas y mucho color, tanto en las monturas como en lentes. **Emporio Armani** luce el estilo refinado, contemporáneo y atemporal de la marca. Múltiples modelos que realzan las líneas masculinas y crean un look inconfundible entre los que destacan las formas cuadradas, el clásico piloto o formas más extravagantes tipo antifaz. Las gafas de **Dolce & Gabbana** están diseñadas para mujeres que busquen destacar, con diseños que combinan metal y acetato con varillas anchas y el logo de la firma presente en todos ellos. Los colores nude y pasteles juegan especial protagonismo. **Ferrari** es la marca dirigida a un segmento de consumidor premium y con gusto por el lujo. Presenta modelos inspirados en el mundo de los coches de lujo, fabricados en materiales de alta calidad como el titanio y el cuero. Por su parte, **Ferrari Escudería**, es la gama dedicada a los fans del mundo del motor. Esta colección ofrece diseños muyponibles y de estilo deportivo.

# La Estació de França acoge el segundo Showroom SILMO Barcelona

El espléndido marco de la barcelonesa Estació de França, la segunda estación de tren más grande de Barcelona tras la de Sants y la primera en valor monumental e histórico, gran exponente de la arquitectura de hierro modernista, acogió el lunes 5 de mayo la segunda edición del Showroom SILMO Barcelona en la que se dieron cita 33 expositores y más de 200 visitantes profesionales.



Silmo Showroom Barcelona se celebró en la Estación de Francia y a la misma acudieron los directivos de Silmo, entre otros: Amélie Morel, presidenta; Eric Lenoir, director general, e Isabel Beuzen, directora de Comunicación.

El escaparate exclusivo de SILMO en Barcelona, evento local que reúne a la comunidad óptica para debatir y presentar productos innovadores, ha sido una jornada rica en encuentros con profesionales del sector y descubrimientos de nuevas colecciones e innovaciones de reconocidas marcas y empresas nacionales e internacionales como: Eschenbach, Lafont, Morel, Flipo, Out Of, Parasite, Seaport ODLM, Minima, Fleye Copenhagen, De Stijl, François Pinton, Tiwi, Sapiens, Sea2See y Woodys Eyewear, entre otros.



Algo más de 200 visitantes profesionales acudieron a esta segunda edición del Showroom Silmo Barcelona, organizado por el Salón Internacional de Óptica de París en la Ciudad Condal, para conocer las novedades en gafas de sol y monturas de las numerosas marcas presentadas por las firmas expositoras. Destacó la presencia de los máximos directivos de Silmo París, quienes acogieron a los visitantes con su habitual calidez y amabilidad: Amélie Morel, presidenta de Silmo; Eric Lenoir, director general, e Isabel Beuzen, directora de Comunicación, quienes contaron con la inestimable colaboración y apoyo de parte del equipo de Promosalons: Sylvia, Marianne y Jorge.

Expositores y visitantes, entre los que se encontraba también el equipo de Lookvision desplazado a la Ciudad Condal, Mari Carmen y Julio,



Un total de 33 expositores presentaron las novedades de sus marcas a los más de 200 visitantes que acudieron al showroom de Silmo en la Ciudad Condal. El equipo de Lookvision compartió una agradable jornada con todos ellos, con amigos y con los directivos de Silmo y Promosalons.



compartieron una agradable jornada de negocios, convivencia y creatividad en esta cita organizada por Silmo, concebida y construida como un escaparate inspirador, exclusivo, dedicado a los compradores locales y a los mercados regionales. Un Showroom más con el que Silmo consolida su presencia en diferentes países y ciudades y que nos sirve de antesala al gran acontecimiento internacional de Silmo París, que ya nos espera y abre sus puertas al sector óptico de todo el mundo en su próxima edición, del 26 al 29 de septiembre.



Representantes y directivos de empresas y marcas reconocidas expusieron sus creaciones en el Showroom Silmo Barcelona. Lookvision les acompañó, fotografió y debatió con ellos, así como con amigos visitantes.

# Asociados de Vistalia se embarcan en una nueva experiencia con EssilorLuxottica

Los asociados de VISTALIA han vuelto a embarcarse en una experiencia única que combina ocio, descubrimiento y conexión entre ópticas, de la mano de EssilorLuxottica y a bordo del impresionante Costa Smeralda.

Durante cuatro días de travesía por el Mediterráneo, el grupo ha tenido la oportunidad de disfrutar de un itinerario cuidadosamente elegido, con escalas en tres destinos llenos de encanto: Ajaccio, Génova y Marsella. Montepíncipe (Madrid).



Este tipo de viajes, diseñados como un reconocimiento al esfuerzo y compromiso de nuestras ópticas asociadas, representan una ocasión ideal para desconectar del día a día, compartir buenos momentos y reforzar el espíritu de comunidad que define a VISTALIA. Más allá del componente lúdico, también son una oportunidad para estrechar lazos, intercambiar impresiones y fortalecer las relaciones humanas que sostienen nuestro proyecto colectivo.

El ambiente a bordo del *Costa Smeralda* fue inmejorable: relajado, participativo y lleno de entusiasmo. Cada escala ofreció la posibilidad de descubrir nuevas culturas, pasear por paisajes mediterráneos únicos y vivir experiencias que quedarán en el recuerdo de



todos los asistentes. La combinación entre el confort del crucero, la belleza de los destinos y la buena sintonía del grupo hizo que la experiencia fuera aún más especial.

Desde VISTALIA valoran profundamente este tipo de iniciativas, que permiten agradecer al Grupo, de una manera diferente, la confianza y el compromiso de sus ópticas. Agradecimiento extensivo a EssilorLuxottica por hacer realidad cada año este viaje y a todos los que han formado parte de esta aventura.

Una vez más, se ha puesto de manifiesto que VISTALIA no es solo una marca, sino una gran familia unida por una visión común y por el deseo constante de avanzar juntos. El próximo destino aún es una incógnita, pero si algo tenemos claro es que desde VISTALIA seguirán creando recuerdos inolvidables.



VISTALIA<sup>®</sup>



aquí no eres un número... ¿vienes? | [vistalia.es](http://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

# El sector de la óptica sigue creciendo

El sector de la óptica sigue en su senda de crecimiento consolidado, cerrando el ejercicio de 2024 en positivo, aunque con un crecimiento más moderado que en ejercicios anteriores: crece un +2,9% y se sitúa en una facturación de 2.165,7 millones de euros, según datos publicados en la 9<sup>a</sup> edición del Libro Blanco de la Visión.



Esta obra, editada por FEDAO (Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico), con el apoyo de Correos Express, filial de paquetería urgente de grupo Correos y operador logístico oficial del sector óptico, se ha presentado durante un evento online en el que participaron Inés Mateu y Elisenda Ibañez, presidenta y coordinadora de FEDAO, respectivamente, que desgranaron los aspectos más relevantes del estudio.

Con un exhaustivo análisis de los resultados obtenidos en el ejercicio de 2024, la obra ofrece, con cifras y datos objetivos, los principales factores y sus correspondientes magnitudes que integran el mundo de la salud visual en España, desde la perspectiva económica y empresarial. Con este informe descubrimos que la venta

## PESO POR SEGMENTO DE PRODUCTOS ÓPTICOS %



Las lentes oftálmicas mantienen un crecimiento constante, superando los 15,8 millones; las monturas para graduado alcanzan el mejor crecimiento del último trienio en valor (+5,30%); las lentes de contacto, tras un crecimiento del +4,56% en valor alcanzan los 293,8 millones de euros (las diarias crecen un 10,1% y las semanales o mensuales un +2,7%). Las gafas de sol incrementan en valor un +7,14%, en unidades un +5,14% y su precio medio se sitúa en los 82,15 € (+1,90%), y en productos de mantenimiento para lentes de contacto la bajada es del -0,90% en valor y son las soluciones únicas las que suponen más de la mitad de las ventas. Si analizamos el peso de cada uno de estos segmentos de productos, vemos cómo una gafa completa (montura y dos lentes) supone el 69% del peso total de las ventas de productos ópticos. De media, este producto completo tiene un coste de 204,68 €. Se trata de un incremento de +4,86€ respecto al ejercicio previo.



El Libro Blanco de la Visión también analizó una de las mayores problemáticas que enfrenta ahora el sector: la falta de profesionales ópticos-optometristas. Aunque, por primera vez en el último trienio, el número de ópticas en España se reduce un -1,9% hasta las 9.815, según el INE hay 19.711 ópticos-optometristas colegiados en el país (+1,2% respecto a 2023). Por ello, el sector está preocupado por la situación a futuro: "cada vez hay menos profesionales y no nos está llegando para cubrir la demanda y afrontar el relevo generacional: el 20,95% de los actuales se jubilarán en los próximos diez años", señaló Inés Mateu.

# LOOK

presenta Lookkino TRI-X

Tras el éxito de la versión para adultos, TRI-X –la montura conceptual de LOOK que ha revolucionado el ajuste de las gafas athleisure– ahora también está disponible para los más pequeños con Lookkino TRI-X, una colección diseñada para niños de 5 a 10 años, que combina tecnología punta, diseño ergonómico y máxima libertad de movimiento, junto con un colorido contemporáneo.



Lookkino TRI-X, variante infantil de la versión para adultos de la firma Italiana Look, está especialmente diseñada para niños y niñas de 5 a 10 años que combina tecnología, diseño ergonómico y colorido actual.

**L**ookkino TRI-X es fruto de la experiencia de LOOK, marca italiana con más de 45 años de historia especializada en el diseño y fabricación de gafas 100% Made in Italy. La colección es la evolución tangible y divertida de unas gafas creadas para que las lleven los peques en sus actividades diarias con seguridad, comodidad y ligereza.

El secreto de Lookkino TRI-X reside en la tecnología de impresión tridimensional del material NIL, una primicia absoluta en el segmento infantil. El NIL, que ya es una de las estrellas de las colecciones para adultos, se utiliza aquí en una versión aún más sostenible, ligera y agradable al tacto, gracias a los avances de producción que permite la impresión tridimensional. Completamente atóxico e hipopalergénico, es el material ideal para la colección infantil.

Cada detalle de las monturas Lookkino TRI-X está pensado para ofrecer la máxima estabilidad y comodidad. Las varillas flexibles

están diseñadas para adaptarse perfectamente a la anatomía de la cara y garantizar un ajuste seguro y cómodo. El innovador sistema BLOCK-IN elimina las bisagras tradicionales y sus puntos débiles, ofreciendo una mayor durabilidad en el uso diario. Por su parte, las puntas de las varillas son otro punto fuerte: gracias a su forma "rizada", que puede acortarse en tramos de 2,5 mm, la longitud de las varillas puede personalizarse para obtener un ajuste preciso en función de la edad del niño y de su morfología facial.

Disponibles en dos estilos (3931 y 3933), las monturas Lookkino TRI-X también son conocidas por su vibrante paleta de colores, con combinaciones adecuadas para niños y niñas. Esta colección combina un diseño técnico y un colorido lúdico para transformar cada montura en un accesorio realmente “cool”.

[www.lookingjiali.it/en](http://www.lookingjiali.it/en)



Las monturas infantiles Lookkino TRI-X se presentan en dos estilos: 3931 y 3933 y una vibrante paleta de colores para convertir a cada montura en un accesorio muy "cool".

# Alcanzando nuevas alturas

---

Ahora, los niños con prescripciones de miopía más altas, hasta -13.00D, pueden beneficiarse de la Tecnología D.I.M.S. de MiYOSMART.



Rango de potencia  
hasta -13.00D



Diámetros de lentes  
más grandes



Espesor de borde  
optimizado



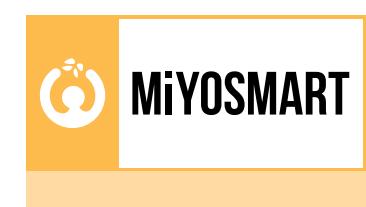
Escanea para  
saber más



## Una de estas es fotocromática.



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





## Miradas que venden: Espacio, método y estilo al servicio de tu óptica

Por Rita Balzi, Txell Valls y Carolina Lober

**E**n la óptica, cada decisión de compra se cocina a fuego lento. El cliente compara precios en línea, valora referencias de amigos y, cuando por fin llega a la óptica espera una experiencia a la altura. Para que esa expectativa se convierta en venta —y en relación a largo plazo— necesitamos una buena sincronización entre el mundo clínico y el comercial: una atención clínica y unos servicios profesionales impecables, un espacio que hable, un equipo que domine y una asesoría de imagen que cree una experiencia de compra. Cuando cualquiera de estos elementos falla, la conversación se reduce a descuentos. Cuando funcionan en armonía, la óptica deja de despachar y empieza a ofrecer soluciones.

**Del exterior al interior: el espacio que habla por sí solo**  
Todo comienza en la calle, donde el peatón decide en un parpadeo si entra o sigue caminando. Un escaparate estratégico no es un adorno, sino la primera promesa de valor: debe contar en tres segundos quién eres y por qué merece la pena detenerse. Para ello trabajamos composiciones simples —beneficio claro, pieza protagonista y ritmo visual de izquierda a derecha— e iluminación que realza texturas y colores sin deslumbrar.

Una vez dentro, la distribución actúa como un mapa invisible. Las novedades ocupan la “zona caliente” para acelerar su rotación; las colecciones de carácter técnico se pueden agrupar por necesidad (“teletrabajo”, “infantil”, “deporte”) y las áreas de prueba se diseñan para la calma, para la elección y la decisión. Se aprovechan los espacios para informar, con señalética específica, que ayude no solo al cliente sino al propio comercial a la hora de ofrecer el producto.

Lo que no se ve: los cajones también pueden ayudar a vender, el orden por categorías incluso en lo que no está a la vista, será clave durante la tarea del comercial en el momento de la venta.

Cada metro cuadrado responde a un objetivo comercial concreto; así, el espacio se convierte en un vendedor silencioso que resuelve dudas antes de que aparezcan. El equipo, liberado de repetir especificaciones, puede dedicarse a lo esencial: escuchar.

### La venta no va de tener labia. Va de tener un plan

Si alguna vez has pensado que vender no es lo tuyo, puede que estés mirando el proceso desde el ángulo equivocado. La venta no es una cuestión de carisma o suerte. No es un “don” con el que se nace. Es una habilidad que se entrena. Y como toda habilidad, se puede perfeccionar.

Después de años trabajando con ópticas y equipos de venta, hay algo que tengo clarísimo: el 95% del éxito en la venta está en la preparación, y el otro 5% es la capacidad de adaptarse al momento. La clave está en haber entrenado antes. Y eso se hace con método: conociendo a fondo tu producto, preparando bien tu argumentario, anticipando objeciones y dominando tu proceso de venta.

Un buen vendedor o vendedora no es quien convence, sino quien conecta. Y esa conexión no surge por arte de magia: nace de entender



las necesidades del paciente, explicar desde el valor (no desde el precio) y construir confianza desde la honestidad y el conocimiento. Los usuarios disponen de muchísima más información que antes, así que tenemos que conseguir que nos vean como auténticos expertos.

En la óptica, donde el producto es técnico y los servicios profesionales son diferenciales, no podemos dejar la venta a la improvisación. Cada conversación con el cliente es una oportunidad para demostrar tu experiencia, tu criterio y tu compromiso con su salud visual.

### La asesoría de imagen: de la técnica a la identidad

La asesoría permite personalizar al máximo la elección de las gafas ofreciendo un servicio diferenciador. Todo empieza con una buena anamnesis: conocer a la persona, escuchar su historia, entender sus necesidades visuales, su estilo de vida y también su universo estético. Desde ahí, se trabaja con herramientas como la colorimetría, para identificar los tonos que más favorecen y realzan su belleza natural, y el visajismo, que permite seleccionar las formas y proporciones que armonizan con su rostro.

La asesoría también incluye opciones concretas para combinar sus gafas con distintos estilismos, colores y ocasiones. Este proceso transforma por completo el momento de compra. Desde cómo le mostramos las propuestas adaptadas a él, cómo le presentamos su selección final o cómo le entregamos sus gafas con pequeños consejos prácticos. Son esos detalles los que marcan la diferencia. Las gafas, en este contexto, añaden valor a la solución visual y se convierten en una herramienta de expresión. Podemos destacar lo que el cliente quiere potenciar, suavizar lo que le incomoda y, sobre todo, reforzar su identidad. Cuando una persona se reconoce en el espejo, cuando siente que ha sido escuchada y acompañada, esa experiencia se queda grabada.

Cuando el espacio atrae, el método convence y la asesoría enamora, la venta deja de sentirse como una transacción y se convierte en inicio de relación. El cliente se marcha con la certeza de haber invertido en salud visual y en su propia imagen; tú, con una recomendación en potencia y usuario fidelizado.

### ¿Te apetece explorar cómo poner este sistema en marcha?

Hablemos. Nos encantará seguir la conversación.

[rita@balziconzeta.com](mailto:rita@balziconzeta.com) | [txell@txellvalls.com](mailto:txell@txellvalls.com)  
[info@carolina-lober.com](mailto:info@carolina-lober.com)

FACE A FACE  
PARIS

La firma celebra 30 años de historia con la edición limitada FACES

Este año la firma francesa cumple 30 años. Cada vez más vanguardista y visionaria, FACE A FACE se redefine a esta edad de madurez y transforma sus 30 años en un viaje hacia el futuro del diseño creativo. Para celebrar este aniversario, la marca lanza el diseño de edición limitada FACES, una gafa de sol de líneas monumentales y arquitectónicas en la que el color cobra gran protagonismo.



La edición limitada FACES rinde homenaje a los 30 años de historia de la marca de la mano de la artista Jessica Poundstone que inspira la paleta de colores de este modelo especial.



La “F” se integra en este diseño de una manera orgánica, jugando con los volúmenes y el color, otorgándole un estilo único y diferenciador.

FACE A FACE cumple 30 años en este 2025. Han sido tres décadas inspiradoras. Ahora, la firma mira hacia el futuro y sigue construyendo su historia sobre los cimientos ya forjados. Ahora es el momento de llevar la marca al siguiente nivel.

Para celebrar este hito, la firma lanza FACES, un concepto de montura diseñado especialmente para el aniversario. Estas gafas de sol son un homenaje a la visión artística y única de FACE A FACE y están disponibles en edición limitada.

Mágico, único y verdaderamente revolucionario, el nuevo modelo de aniversario de la marca es una obra de arte. Dos «F» se enfrentan: los fundamentos de la marca se encuentran con su futuro. También es un encuentro entre la marca y una artista que la inspira: la estadounidense Jessica Poundstone, cuya paleta de colores impregna el concepto FACES.

Monumentales y arquitectónicas, estas gafas de sol de edición limitada encarnan el dominio perfecto del volumen, la expresividad del color y la libertad de dejarse llevar. FACES destaca en el arte de la dualidad: doble color, doble lectura de la F en el perfil frontal y lateral, doble barra de la F... ¡Una creación de autor llena de audacia! Este modelo está disponible en dos formas, cada una en cuatro combinaciones de colores distintas.

# VISUAL, el software de gestión para ópticas, ya está preparado para la Ley Antifraude y VeriFactu



El software para ópticas VISUAL, desarrollado por TEMÁTICA y utilizado por miles de establecimientos en España y Portugal, ya está completamente adaptado a los requisitos de la Ley Antifraude y al sistema VeriFactu, cuya entrada en vigor será obligatoria a partir de enero de 2026. Con esta actualización, TEMÁTICA vuelve a demostrar su compromiso con la seguridad jurídica y la digitalización del sector óptico.



“En TEMÁTICA llevamos tiempo trabajando para que las ópticas puedan afrontar esta transición sin sobresaltos. VISUAL ya incorpora todos los requerimientos técnicos exigidos por la normativa y está listo para conectarse con la Agencia Tributaria”, explica el equipo responsable del desarrollo.

## Mucho más que facturar: una solución integral adaptada a la ley

A diferencia de otros sectores, una óptica no solo necesita emitir facturas: debe gestionar el historial clínico de sus pacientes, controlar pedidos, conectarse con equipos de taller y, en muchos casos, trabajar también con módulos de audiología. La digitalización es clave, pero no todos los sistemas del mercado están preparados para los nuevos requerimientos legales.

**MI OPTICO**  
el rótulo más rentable.



- ✓ SIN CUOTAS
- ✓ SIN ATADURAS
- ✓ CON LIBERTAD



Mejora tus márgenes y tus condiciones de compra.



Campañas de marketing y planes personalizados.



Plan de formación a medida.



Colecciones exclusivas.

**1.230**  
ÓPTICAS  
ASOCIADAS

¿Hablamos?

T. 911 266 296 | [info@mi-optico.com](mailto:info@mi-optico.com)  
Antonio Cártero, 74. 28043 Madrid.

# COMÓ 2025:

## Innovación, IA y neurociencia en el primer congreso de Multiópticas

El auditorio del Museo Reina Sofía de Madrid se convirtió en el epicentro del conocimiento y la innovación en el sector de la óptica y la visión con la celebración de COMÓ 2025, el primer Congreso de Multiópticas centrado en el análisis del sector visual y auditivo, la innovación, IA y neurociencia.



Más de 300 profesionales asistieron a COMÓ 2025. La jornada fue inaugurada por el CEO de Multiópticas, Carlos Crespo, y guiada por la reconocida periodista Patricia Cerezo.

En las conferencias y mesas redondas participaron unos 30 profesionales y expertos de los ámbitos de la audiología y la salud visual. También hubo un showroom en el que expusieron empresas del sector óptico y audiológico que patrocinaron la I Edición de COMÓ.



**B**ajo el lema “*El congreso que amplía tu visión profesional*”, COMÓ reunió el 31 de mayo a una treintena de destacados expertos y profesionales para abordar las últimas tendencias y avances tecnológicos en el sector de la óptica y la audiología. Entre las principales conclusiones del congreso, se alertó sobre el preocupante aumento de los problemas visuales a nivel global, con especial énfasis en la miopía y la baja visión, así como el excelente momento profesional que vive la optometría: un sector sin paro, en plena expansión, con diversas oportunidades laborales y muchas especialidades para los nuevos profesionales.

COMÓ 2025 ofreció una amplia variedad de ponencias y mesas redondas en las cuales se abordaron temas tales como la aplicación de la inteligencia artificial en el diagnóstico ocular y la rehabilitación visual, la neuroplasticidad para recuperar la visión y el impacto de la realidad aumentada en la clínica optométrica. El congreso contó con la participación de varias personalidades destacadas, tales como el Dr. Alfredo García Layana, Clínica Universidad de Navarra; Dr. César Villa, profesor emérito de la Universidad Europea; Elena García Rubio, óptica-optometrista y experta en evaluación optométrica infantil; Andrés Mayor, presidente de Acción Visión España, y Brian Tompkins, BSc Hons FCOptom FBCIA.

La jornada fue inaugurada por el CEO de Multiópticas, Carlos Crespo, y guiada por la reconocida periodista Patricia Cerezo. “Estamos inmensamente orgullosos del impacto de COMÓ 2025. Hemos logrado crear un espacio único y sin precedentes donde el conocimiento, la innovación y la colaboración se unen para trazar el futuro de la salud visual y auditiva. Este congreso es un reflejo de nuestro compromiso con la excelencia profesional y con ofrecer las mejores soluciones a la sociedad,” afirmó Carlos Crespo al final del evento. Además, la escritora Carmen Posadas, Patrona Honorífica de Fundación Multiópticas, intervino en esta primera edición para abordar el impacto social del sector óptico a nivel global y su papel en los grandes retos actuales.



Diseños irresistibles, colores vibrantes, materiales flexibles, comodidad y perfecto ajuste, las monturas Piper resisten las aventuras más dinámicas de niñas y niños.

**P**iper, una marca de gafas especialmente pensada para niños y niñas, ya ha conquistado a los más pequeños con mucho estilo, color y diversión! Con un diseño irresistible y una paleta de colores vibrante, la marca fue creada para responder a las necesidades del público infantil, combinando estética, comodidad y resistencia.



Divertida, cómoda, resistente y colorida: así se define Piper. Más que un simple accesorio, esta línea de gafas, comercializada y distribuida por Prooptica, se convierte en la compañera ideal de juegos, siguiendo el ritmo enérgico de niñas y niños y resistiendo sus aventuras más dinámicas y vitales.

Con modelos muy coloridos, materiales flexibles y un ajuste pensado para rostros en crecimiento, Piper destaca por combinar funcionalidad con un diseño muy comercial. Cada par de gafas está desarrollado para ofrecer comodidad durante todo el día, sin comprometer el estilo de los más pequeños.

Ya sea en el colegio, en el parque o en casa, las gafas Piper son la elección ideal para padres que buscan calidad y durabilidad, y para esos pequeños que no renuncian a expresar su personalidad a través del color y del diseño.

TÚ CUIDAS LA VISIÓN  
DE TUS PACIENTES  
VISUAL TE AYUDA A  
TENERLO TODO CLARO

Gestionar tu óptica con **VISUAL** es fácil, así tienes más tiempo para dedicar a tus pacientes.

### ¿POR QUÉ VISUAL?

Porque **SIMPLIFICA** tu vida.

**UNA HERRAMIENTA  
HECHA PARA ÓPTICAS  
COMO LA TUYA**



- Adaptado a tu forma de trabajar.
- Citas, pacientes, ventas y pedidos en una misma plataforma.
- Integrado con tu equipo y tus proveedores.
- Personaliza tus revisiones.
- Conecta con NOAH.
- Haz biselado remoto.

### NUEVAS FUNCIONALIDADES QUE MARCAN LA DIFERENCIA

Ley Antifraude y VeriFactu  
Cumple con la nueva normativa.



Informes inteligentes con IA  
Sin esfuerzo y adaptados al destinatario.



Integrado con WhatsApp  
Automatiza las comunicaciones.

### SIMPLIFICA Y CRECE



#### CERTIFICADO POR:



**O** **visual**

EL SOFTWARE PARA ÓPTICAS  
MÁS COMPLETO Y Fiable

**¡TODO LO QUE TU ÓPTICA NECESITA!**

#### TODO BAJO CONTROL

Pacientes, citas, ventas y pedidos sin complicaciones.

**TU ÓPTICA SIEMPRE CONECTADA**  
Conecta tus equipos, catálogos y pedidos a fabricantes sin esfuerzo.

#### TU ÓPTICA CRECE

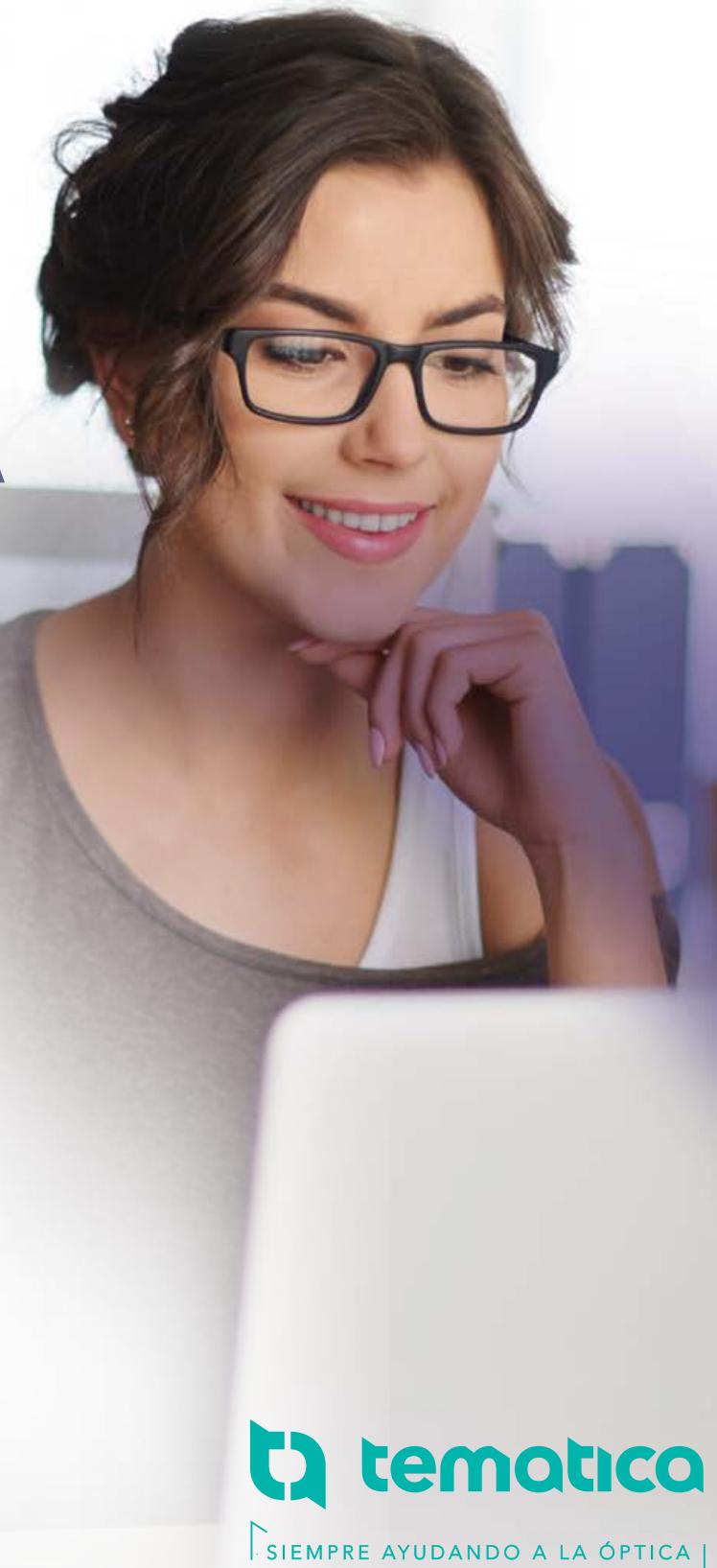
Audiología, marketing y automatizaciones a tu medida.

**OFERTA DE VERANO  
3 MESES GRATIS  
¡APROVECHA AHORA!**



Para más información:  
[comercial@tematicasoftware.com](mailto:comercial@tematicasoftware.com)  
[www.tematicasoftware.com](http://www.tematicasoftware.com)

**¿Hablamos?**



**tematica**  
SIEMPRE AYUDANDO A LA ÓPTICA

# Innovación y estética en uno

## Nuevo adaptador VARiO Shield de evil eye

Con el nuevo VARiO Shield Adapter, evil eye presenta una solución innovadora y estética que permite a los deportistas utilizar lentes fotocromáticas VARiO graduadas en modelos diseño pantalla. El resultado: unas gafas deportivas de alta funcionalidad y gran atractivo visual, adaptadas a las necesidades ópticas del usuario y que garantizan siempre una visión óptima y la mejor protección, independientemente de la luz o las condiciones meteorológicas.



### Una combinación que marca la diferencia

Hasta ahora, los usuarios con corrección óptica que querían beneficiarse de la tecnología fotocromática VARiO en modelos evil eye solo podían optar por un sistema de clip-in, práctico pero visualmente intrusivo. El nuevo VARiO Shield Adapter elimina esta limitación al integrar la graduación de forma uniforme y discreta. Así, se convierte en una alternativa ideal para quienes buscan el máximo rendimiento sin renunciar a la estética en sus gafas deportivas.

### Mucho más que una ayuda visual – ventajas del VARiO Shield Adapter

- Campo de visión sin restricciones: su diseño mantiene un campo visual amplio y despejado en todo momento.

- Perfectas para el deporte: las lentes fotocromáticas VARiO se adaptan automáticamente a los cambios de luz y clima.
- Visión nítida y constante: la combinación de diseño tipo shield con lentes graduadas ofrece la máxima protección y confort visual.
- Estética superior: la integración perfecta de materiales y diseño hace que la corrección óptica pase prácticamente desapercibida.

### Materiales de alta tecnología para un rendimiento superior

El diseño del VARiO Shield Adapter combina dos materiales técnicos de alto rendimiento. La poliamida aporta estabilidad y flexibilidad, mientras que el policarbonato garantiza un filtro óptico ligero y resistente a los arañazos. Esta combinación no solo optimiza el rendimiento funcional, sino que aporta una estética refinada y acorde con las exigencias de los atletas más exigentes.

### Sostenibilidad y eficiencia, también en el diseño

Una de las ventajas adicionales del VARiO Shield Adapter es su enfoque sostenible: cuando cambian las necesidades visuales del usuario, solo es necesario sustituir el filtro óptico, reduciendo así residuos y el uso de recursos. Esto permite prolongar la vida útil del modelo sin necesidad de reemplazar por completo las gafas, reflejando el firme compromiso de evil eye con una producción más respetuosa con el medioambiente.

[www.evileye.com](http://www.evileye.com)  
[www.instagram.com/evileye.eyewear](http://www.instagram.com/evileye.eyewear)  
[www.facebook.com/evileye.eyewear](http://www.facebook.com/evileye.eyewear)

Con el nuevo VARiO Shield Adapter, evil eye presenta una solución innovadora y estética que permite a los deportistas utilizar lentes fotocromáticas VARiO graduadas en modelos diseño pantalla.

# ANEOP celebró su Asamblea 2025 en Córdoba

ANEOP celebró a finales de marzo sus Jornadas anuales en la mágica ciudad de Córdoba, logrando un gran éxito al alcanzar un récord de asistencia entre sus asociados. Este evento, que ya se ha convertido en una cita imprescindible para la Asociación, combinó la perfección momentos de convivencia, aprendizaje y networking en un entorno inigualable.

Las Jornadas se desarrollaron en dos partes diferenciadas, diseñadas para ofrecer una experiencia enriquecedora y amena a todos los participantes. En primer lugar, la parte lúdica permitió a los asistentes sumergirse en la historia y belleza de Córdoba a través de un fascinante tour por la Mezquita-Catedral y el Centro Histórico. Posteriormente, en la parte profesional, los proveedores patrocinadores presentaron sus productos y servicios, con-

virtiendo el encuentro en una oportunidad única para el intercambio de ideas y el fortalecimiento de relaciones dentro del sector.

En esta ocasión, ANEOP contó con el apoyo de importantes firmas patrocinadoras que contribuyeron al éxito del evento, entre ellas: Ciolab, Kypers, Trevi Coliseum, Woodys Eyewear y MGS Seguros. Su compromiso y colaboración fueron clave para el desarrollo de unas Jornadas que, sin duda, dejaron huella en todos los asistentes.

Desde ANEOP expresan su más sincero agradecimiento tanto a sus asociados, por su entusiasta participación, como a los proveedores, por su inquebrantable respaldo a la Asociación. La extraordinaria acogida de este formato mixto ha sido tal que desde ANEOP ya valoran la posibili-



dad de repetir la experiencia en otra maravillosa ciudad.

### HOYA Lens Iberia celebra un nuevo Kick Off enfocado en las oportunidades



### Alain Afflelou incorpora a Manu Delgado como Chief Information Officer



Alain Afflelou ha nombrado a Manu Delgado como nuevo Chief Information Officer (CIO). Desde su posición, asumirá el liderazgo del equipo tecnológico con el objetivo de impulsar la continuidad del proceso de transformación digital de la

compañía, reforzando su compromiso con la innovación y adaptando los servicios de óptica y audología a las nuevas demandas de los consumidores. Para Manu Delgado, su llegada a Alain Afflelou supone el gran reto de "trasladar toda la experiencia en nuevas tecnologías y transformación digital a una empresa que forma parte del retail sanitario, donde la omnicanalidad es primordial y la experiencia presencial del cliente es tan fundamental. Llego con muchas ganas de contribuir a generar grandes beneficios para la marca".

Esta jornada de tres días fue clave para avanzar en nuevos horizontes e impulsar el crecimiento de la compañía junto al sector óptico, en un entorno cada vez más competitivo.

Además, sirvió de puesta en escena de los últimos lanzamientos de la compañía, que iniciaba el 2025 con un nuevo rango en su lente MiYOSMART, acercándose a los niños y adolescentes con alta miopía y la oportunidad de gestionar la miopía de un mayor público infantil con la patentada Tecnología D.I.M.S. de MiYOSMART. Además, en marzo lanzaba al mercado óptico VisuPro, las nuevas lentes de HOYA de enfoque avanzado para jóvenes presbíticas, un público que no encontraba una solución visual para sus primeros síntomas de presbicia.

Más allá de los contenidos estratégicos, el encuentro estuvo marcado por el espíritu de colaboración, motivación y orgullo de pertenecer a un equipo que sigue mirando al futuro con claridad y convicción.

### Natural Optics Group refuerza su liderazgo digital con la geolocalización de su exitoso buscador de ópticas



Natural Optics Group (NOG) anuncia la incorporación de un nuevo mapa que permite geolocalizar a los usuarios para que encuentren su centro más cercano en su buscador de Ópticas y Centros Auditivos. Una vez se ha conseguido posicionar el buscador en las primeras posiciones, dando mayor visibilidad a cada una de las ópticas del grupo mediante sus propias fichas, NOG lanza su nueva funcionalidad de localización geográfica en tiempo real que permite a los usuarios identificar fácilmente los centros más cercanos a su ubicación, facilitando la planificación de visitas y mejorando significativamente la experiencia de búsqueda. El mapa interactivo ofrece una navegación intuitiva y filtros avanzados por servicios, horarios o valoraciones. Esto responde a la estrategia digital conocida como Drive to Store que sigue NOG para desarrollar y potenciar toda la presencia online de sus centros, cuyo objetivo es llevar al usuario digital al punto de venta físico.

Gracias a su visión de largo plazo, NOG se convirtió en el primer grupo del sector en garantizar la presencia destacada de sus centros asociados en entornos digitales, mucho antes de que la visibilidad online se convirtiera en una prioridad estratégica. Esta apuesta ha permitido que decenas de centros de NOG lideren hoy las búsquedas locales en Google sin necesidad de inversiones individuales por parte de cada establecimiento.



## Natural Optics Group refuerza su compromiso con sus asociados a través de un servicio de acompañamiento personalizado

Natural Optics Group (NOG) sigue trabajando en su apuesta por la cercanía y la personalización con un completo servicio de acompañamiento destinado a sus ópticos asociados. Esta iniciativa nace del firme convencimiento de que cada óptica tiene necesidades y retos únicos, y por ello merece un enfoque adaptado, práctico y eficaz. Es una propuesta integral que combina asesoría estratégica, análisis de datos y soporte continuo para impulsar el rendimiento de cada óptica.

"Trabajamos codo con codo con cada asociado, diseñando estrategias comerciales a medida y ofreciendo un seguimiento constante", afirma Sara, una de las ges-

toras personales del grupo. Este acompañamiento se apoya en herramientas tecnológicas avanzadas, como sistemas de Business Intelligence (BI), que permiten detectar oportunidades de mejora y optimizar la toma de decisiones.

El equipo de Asesores Comerciales, representado por Arturo, se encarga de interpretar los informes mensuales y anuales de ventas, trasladando recomendaciones concretas durante sus visitas periódicas a las ópticas. "No se trata solo de datos: se trata de soluciones reales para crecer y mejorar", destaca. Además, el servicio incluye la implementación de campañas de CRM y mar-

keting dirigidas a fidelizar clientes, aumentar el tráfico en tienda y captar nuevos públicos, todo adaptado a los objetivos de cada óptico.

El departamento de Customer Service (CS), con profesionales como Jose, completa este ecosistema de soporte, ofreciendo respuestas ágiles y eficaces ante cualquier consulta o necesidad del día a día. "Más que un grupo, somos una alianza", concluye. "Nuestro compromiso es impulsar el éxito de cada óptico, trabajando como un auténtico equipo hacia nuevas metas".



## CECOP celebra sus "Encuentros Únicos" en Barcelona



Barcelona ha acogido una nueva edición de los "Encuentros Únicos" de CECOP, un formato íntimo que sigue consolidándose como una valiosa herramienta de conexión y formación entre ópticos independientes.

El evento reunió a un grupo de ópticos asociados de la zona en un ambiente cercano y colaborativo. Al igual que en ediciones anteriores, el objetivo ha sido crear un espacio exclusivo donde compartir experiencias, aprender y reforzar los vínculos entre profesionales del sector. La jornada contó de nuevo con la participación de Txell Valls, quien volvió a captar la atención de los asistentes con su enfoque práctico y directo sobre estrategias comerciales en el punto de venta. Además, en esta ocasión se sumó Xavi Llobet, quien ofreció una inspiradora charla sobre la importancia de la salud ocular en óptica y cómo esta puede impactar directamente en las ventas y en la fidelización de los pacientes.

"Nos emociona ver cómo cada encuentro deja huella en los asistentes. Estos espacios nos permiten escuchar de primera mano sus inquietudes y seguir construyendo comunidad", destacó Alejandro Ruiz, Sales and Members Director de CECOP.

El éxito de esta edición reafirma el compromiso del grupo con este tipo de formatos locales. Desde CECOP ya se está trabajando en la próxima localización, con el objetivo de seguir acercándose a sus asociados y acompañándolos en su desarrollo profesional.

## Ópticas San Gabino pasan a ser gestionadas por Adrián Salgado



Adrián Salgado se ha hecho cargo de la gestión de Ópticas San Gabino. De este modo, el fundador de Adrián Salgado Óptica y Audición consolida su presencia nacional, especialmente en Galicia, Comunidad de Madrid y Guadalajara, con un total de 30 centros y una inversión y una inversión inicial de 2,6 millones de euros.

Ópticas San Gabino, con una historia de 66 años y hasta ahora gestionada por los hermanos Ángel, Javier y Nieves San Gabino aseguran la continuidad de la cadena y es un buen motivo para su crecimiento de la mano de Salgado. Al mismo tiempo se preserva el legado familiar al seguir vinculada a la empresa la tercera generación de la familia San Gabino, representada por Luis, Carmen y Alejandro. Por su parte, Manuel Durán –en la imagen con Salgado–, quien fue gerente de Ópticas San Gabino durante más de cinco décadas y actualmente es vicepresidente de la Asociación Española de Cadenas de Óptica, continuará como asesor del grupo empresarial liderado por Salgado.

Ópticas San Gabino cuenta actualmente con 22 centros ópticos y auditivos y una plantilla en torno al centenar de empleados, mientras Adrián Salgado fundó su empresa en 2004 y en 2013 inició un proceso de expansión con la apertura de una óptica en Lugo y unos años después en A Coruña. En diciembre de 2023, Adrián Salgado compró Ópticas Contalén, empresa con tres puntos de venta y toda una referencia en Vigo.

# SILMO ISTANBUL

19-22  
NOVEMBER 2025

ISTANBUL EXPO CENTER | 5-6-7 HALL

EVERYTHING ABOUT EYEWEAR



## Jaume Sugrañes Mailho, nuevo director general de HOYA Lens Iberia

HOYA Lens Iberia ha anunciado el nombramiento de Jaume Sugrañes Mailho como nuevo director general de la compañía. Esta designación forma parte de una nueva etapa organizativa centrada en reforzar el posicionamiento de HOYA como líder en innovación óptica y referente en salud visual, con una visión de futuro orientada a la mejora continua, la sostenibilidad y el impacto social positivo.

Jaume asume el liderazgo de HOYA Lens Iberia tras haber ocupado cargos de alta responsabilidad en empresas líderes mundiales, donde ha demostrado una visión estratégica clara y una profunda capacidad de transformación organizativa. En su nuevo rol



como director general, dirigirá el rumbo de la compañía en España y Portugal, enfocándose en consolidar el posicionamiento de HOYA como referente en el sector de la óptica, así como en incrementar su propuesta de valor a ópticas y pacientes. Sugrañes se incorporó a HOYA Lens Iberia en 2019 como director comercial. En 2024 fue nombrado, en esta misma compañía, director de Desarrollo de Negocio para Europa Occidental.

Por otra parte, la compañía también ha anunciado el nombramiento de Carolina Rodríguez como nueva directora de Experiencia de Cliente y Servicios Profesionales, posición desde la cual dirigirá las áreas de Atención al Cliente, Servicios Profesionales y el

**DaTE 2025 se celebrará del 13 al 15 de septiembre en el Cocoricò de Riccione**



DaTE 2025, certamen de gafas innovadoras, ultima los preparativos para su celebración del sábado 13 al lunes 15 de septiembre en el Cocoricò de Riccione (Italia). Además de marcas italianas, expondrán fabricantes de Francia, Alemania, Bélgica, Dinamarca, Suiza y Estados Unidos, por citar sólo algunos países. Más de 90 marcas han confirmado su participación. "Estamos muy satisfechos con los primeros resultados, ha declarado Davide Degl'Incerti Tocci, Presidente de DaTE. Ser capaces de confirmar todos los espacios de stand disponibles en tan solo unos meses es un hito importante del que estamos muy orgullosos. La respuesta de expositores y socios demuestra que estamos trabajando en la dirección correcta y nos motiva para avanzar con aún más energía hacia la próxima edición". La lista de expositores ya está disponible en el sitio web: [dateyewear.com/es/](http://dateyewear.com/es/).

DaTE 2025 contará con un formato completamente reimaginado, diseñado para reflejar los nuevos retos y desarrollos de una industria en constante evolución. Será un evento itinerante, que se vivirá conjuntamente en diferentes ciudades italianas, como Bolonia, Nápoles, Roma y Milán. La entrada es gratuita y está abierta únicamente a profesionales del sector de las gafas, ópticos, compradores y periodistas.

como director general, dirigirá el rumbo de la compañía en España y Portugal, enfocándose en consolidar el posicionamiento de HOYA como referente en el sector de la óptica, así como en incrementar su propuesta de valor a ópticas y pacientes. Sugrañes se incorporó a HOYA Lens Iberia en 2019 como director comercial. En 2024 fue nombrado, en esta misma compañía, director de Desarrollo de Negocio para Europa Occidental.

Por otra parte, la compañía también ha anunciado el nombramiento de Carolina Rodríguez como nueva directora de Experiencia de Cliente y Servicios Profesionales, posición desde la cual dirigirá las áreas de Atención al Cliente, Servicios Profesionales y el

**El CNOO reconoce a CECOP España por su contribución en el desarrollo de la Óptica-Optometría**



Los modelos MINI Eyewear 746036 y TITANFLEX 821052 han sido galardonados este año con el Premio Red Dot: Diseño de Producto 2025. Este galardón, reconocido internacionalmente, premia la alta calidad creativa y la capacidad innovadora en el diseño de productos. Con estos dos premios, Eschenbach Eyewear ha ganado 16 Premios Red Dot en seis años consecutivos, lo que demuestra su continuo trabajo en el diseño, su experiencia técnica y su alta consistencia.

El modelo unisex Mini Eyewear 746036 con línea superior angular deja una impresión tridimensional y duradera en acetato Eastman Renew. Los vibrantes colores del modelo destacan con un degradado en azul —cereza o verde— rosa oscuro, y con laminaciones especialmente desarrolladas en las anchas varillas. Las lentes destacan por sus colores: morado, azul, degradado en verde o marrón grisáceo.

Durante el acto de celebración del 60 aniversario del CNOO, celebrado en la Sala de Cámaras del Auditorio Nacional de Madrid, fue Alejandro García Roque, General Manager Strategic Partners de CECOP, el encargado de recoger en nombre del Grupo este reconocimiento por su valiosa contribución y apoyo continuado al desarrollo de nuestra profesión.

Este reconocimiento pone en valor el compromiso de CECOP Group, que lidera el mercado óptico en España con más del 16% de cuota de mercado, impulsando la innovación, la rentabilidad y el acompañamiento a los ópticos del país, a través de CECOP España y KIMERvisión. "Recibir esta medalla es un honor que reconoce el esfuerzo colectivo de todas las personas que formamos parte de CECOP", afirma Alejandro García, General Manager Strategic Partners de CECOP.



**Eschenbach Optik: Premio Red Dot 2025 para MINI Eyewear y TITANFLEX**

El Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas (CNOO) ha otorgado un reconocimiento especial a CECOP por su destacada labor en el impulso y desarrollo del sector de la Óptica-Optometría en España y la formación en establecimientos sanitarios.

El modelo unisex Mini Eyewear 746036 con línea superior angular deja una impresión tridimensional y duradera en acetato Eastman Renew. Los vibrantes colores del modelo destacan con un degradado en azul —cereza o verde— rosa oscuro, y con laminaciones especialmente desarrolladas en las anchas varillas. Las lentes destacan por sus colores: morado, azul, degradado en verde o marrón grisáceo.

El modelo TITANFLEX 821052 presenta una nueva combinación de materiales de la más alta calidad. La ceja está hecha de aluminio ADC12 prensado con minuciosidad y fresado CNC. Este innovador concepto de material se complementa con aros fresados tridimensionalmente, varillas y plaqetas hipoalergénicas de titanio. El puente, discretamente integrado, y las varillas de nuevo diseño con forma tridimensional están fabricados con el material TITANFLEX altamente flexible, característico de la marca. Un punto destacado especial: el recubrimiento galvanizado de oro auténtico de 22 quilates,



que realza todos los elementos dorados y confiere al modelo su carácter premium definitivo.

Opticalia, una de las marcas líderes del sector óptico en España, firma una alianza con David Bisbal convirtiéndose en la nueva imagen de la marca durante los próximos meses. Así, el reconocido artista andaluz, que suma más de 31 millones de seguidores en redes sociales, comienza una relación a largo plazo con la marca, reforzando de manera conjunta el posicionamiento de la misma. Una colaboración que va mucho más allá de la creación de contenidos audiovisuales para el ámbito digital, ya que conllevará numerosas actividades a lo largo de los próximos meses. A partir de ahora veremos al artista luciendo producto Opticia y protagonizando numerosas campañas.



"Esta alianza se ha cerrado con la persona que queríamos. David Bisbal es uno de los mejores y más reconocidos artistas españoles a nivel mundial, una figura que representa nuestros valores y que tiene una gran repercusión entre el público al que nos dirigimos. No podríamos haber elegido mejor imagen para Opticalia", declara Marta Alonso, Directora General de Opticalia. Por su parte,

Elena Diez, Subdirectora General y Directora de Marketing de Opticalia, añade: "Estamos muy contentos de anunciar esta alianza a largo plazo con David. Para nosotros es muy importante que las personas que conecten con nuestro público com-

partan nuestros valores y crean en nuestra marca. Sin duda, es un orgullo que una de las personas más relevantes del país se una a la familia Opticalia".



partan nuestros valores y crean en nuestra marca. Sin duda, es un orgullo que una de las personas más relevantes del país se una a la familia Opticalia".

David Bisbal ha dado a lo largo de su trayectoria más de 1.200 conciertos alrededor del mundo y cuenta con 11 discos de diamante, además de haber ganado numerosos premios a nivel mundial y ser el artista con más números 1 de España.

**Essilor participa en el XXXII Congreso de la Sociedad Española de Estrabismo y Oftalmología Pediátrica**



En el marco del XXXII Congreso de la Sociedad Española de Estrabismo y Oftalmología Pediátrica, que tuvo lugar los pasados 21, 22 y 23 de mayo en Vigo, Essilor participó con un simposio sobre sus lentes para el control de miopía, Essilor® Stellest®. El simposio, bajo el título "Nueva perspectiva clínica en el tratamiento de la progresión miópica: Lentes Essilor® Stellest®", fue impartido por Alberto Valsecchi, Medical & Professional Affairs Manager de EssilorLuxottica España y el Dr. Luis Javier Cárdenas Lamas, oftalmólogo pediatra. El Dr. Cárdenas cuenta con una gran experiencia en oftalmología pediátrica, ha sido presidente la Asociación Mexicana de Oftalmología Pediátrica (AMOP) y actualmente preside la Sociedad de Oftalmología Pediátrica Latinoamericana (SOPLA).

Durante la sesión, se presentaron las últimas evidencias científicas y los resultados más recientes del estudio clínico a 6 años, que refuerzan la eficacia a largo plazo de estas lentes para frenar la progresión de la miopía y la elongación axial en niños y jóvenes. Los resultados destacan el impacto significativo y sostenido de las lentes Essilor® Stellest® en el control de progresión de la miopía, y ofrecen información valiosa para definir estrategias ante la epidemia global de la miopía. EssilorLuxottica sigue así reforzando su compromiso con la innovación y el avance en la gestión del control de la miopía infantil.

Farmaoptics valoró este encuentro como una excelente oportunidad para conocerse mejor y fortalecer su compromiso con la formación de nuevos talentos en el sector: "La entrega de estas becas refuerza nuestro compromiso con la salud visual y la modernización del sector óptico, apoyando a los estudiantes en su camino hacia una carrera profesional exitosa". Además, considera que este tipo de convenios son muy beneficiosos, ya que ofrecen una doble vertiente: a los estudiantes por un lado, la ayuda económica, y por otro, información valiosa sobre el ejercicio profesional, acercando a los estudiantes al mundo empresarial en la etapa final de sus estudios.

**Farmaoptics entrega las becas del Grado de Óptica y Optometría en la Universidad CEU-San Pablo**



Farmaoptics entregó el pasado mes de mayo las dos becas de ayuda al estudio del grado de Óptica y Optometría en el marco de su convenio de colaboración con la Universidad CEU-San Pablo de Madrid. Después de un proceso de selección que culminó con entrevistas personales, estas becas fueron concedidas a dos estudiantes del último curso del Grado, Ana Bueno y Marina Laguna, ambas ya graduadas en Farmacia y que este año finalizan sus estudios en el Grado de Óptica y Optometría.

En el acto de entrega de las becas estuvieron presentes, por parte de la CEU-San Pablo, el decano de la Facultad de Farmacia, Gonzalo Herradón Gil-Gallardo, y la Vicedecana de Organización, Medios, Profesorado e Investigación, Pilar Ramos Álvarez. Por parte de Farmaoptics, asistieron Tresa Llobet, CEO, y Ramona Farré, Directora Técnica.

Farmaoptics valoró este encuentro como una excelente oportunidad para conocerse mejor y fortalecer su compromiso con la formación de nuevos talentos en el sector: "La entrega de estas becas refuerza nuestro compromiso con la salud visual y la modernización del sector óptico, apoyando a los estudiantes en su camino hacia una carrera profesional exitosa". Además, considera que este tipo de convenios son muy beneficiosos, ya que ofrecen una doble vertiente: a los estudiantes por un lado, la ayuda económica, y por otro, información valiosa sobre el ejercicio profesional, acercando a los estudiantes al mundo empresarial en la etapa final de sus estudios.

**HOYA Vision Care presenta nuevos datos clínicos sobre lentes oftálmicas para el control de la miopía en ARVO 2025**

HOYA Vision Care ha presentado nuevos datos clínicos durante la reunión anual de la Asociación para la Investigación en Visión y Oftalmología (ARVO 2025), que destacan los beneficios a largo plazo de su tecnología patentada *Defocus Incorporated Multiple Segments (D.I.M.S.)* para el manejo de la miopía. Así, en el marco del programa científico global "Explorando nuevas fronteras en el control de la miopía con MiYOSMART™", la compañía reveló los resultados de tres estudios clave que refuerzan la eficacia del uso continuado de MiYOSMART™ para ralentizar la progresión de la miopía y, por primera vez, ofrecen indicios de su efecto protector en niños pre-miopes.



Uno de los estudios más relevantes –el seguimiento clínico más largo hasta ahora realizado en lentes oftálmicas para la gestión de la miopía– demostró que el uso continuo de lentes con Tecnología D.I.M.S durante los 8 años de seguimiento logró una reducción significativa en la progresión de la miopía ( $-1.00D \pm 0.41D, p=0.017$ ) y en el alargamiento axial del ojo ( $0.42 \pm 0.18 \text{ mm}, p=0.019$ ). Esta evidencia demuestra que el uso a largo plazo y continuado de las lentes MiYOSMART puede ralentizar el avance de la miopía. Además, el ensayo clínico aleatorizado ASPECT, con resultados a 12 meses, evidenció que la combinación de la Tecnología D.I.M.S con colirio de atropina diluida al 0.025% logró detener el crecimiento de la longitud axial y mostró una mejora significativa en la calidad de vida relacionada con la visión (VR-QoL).



## VISTALIA visita las nuevas instalaciones de INDO/RODENSTOCK en Tánger

hasta los estrictos controles de calidad que caracterizan a la marca INDO / RODENSTOCK.

La visita permitió acercarse al equipo humano que da vida a cada proyecto de INDO / RODENSTOCK: profesionales comprometidos con la innovación y la excelencia en cada detalle.

El grupo disfrutó también conociendo las costumbres y gastronomía de la zona, visitando, además de Tánger, las encantadoras poblaciones Asilah y Chefchaouen, resultando el viaje una experiencia inolvidable.



Ópticos asociados de VISTALIA han disfrutado de un viaje a Tánger (Marruecos) junto a INDO / RODENSTOCK, visitando sus nuevas y modernas instalaciones. Durante la visita, el equipo tuvo la oportunidad de conocer en profundidad el proceso de producción de lentes, desde la aplicación de tecnologías de vanguardia

### INDO firma un acuerdo con CSO para la distribución de sus equipos en España



Indo Optical, compañía especialista en soluciones ópticas y oftalmológicas, ha anunciado la ampliación de su acuerdo de colaboración con CSO (Costruzione Strumenti Oftalmici), fabricante italiano de tecnología avanzada para diagnóstico ocular. Este acuerdo refuerza el compromiso con la innovación y la excelencia en el sector óptico español, donde Indo ya distribuye el topógrafo corneal Antares.

Entre los equipos de CSO destaca Sirius+, el equipo de diagnóstico que combina la topografía de Disco de Plácido con la tomografía Scheimpflug del segmento anterior, proporcionando información detallada sobre la paquimetría, elevación, curvatura y poder dióptrico de ambas superficies corneales en un diámetro de 12 mm. Además, permite la medición precisa de la pupila en diferentes condiciones de iluminación y cuenta con un módulo opcional para el cálculo de lentes intraoculares (LIO) basado en técnicas de Ray-Tracing. Es un equipo con gran interés para los profesionales por su gran precisión, calidad y fácil manejo.

“Este acuerdo con CSO representa un paso significativo para acercar la última tecnología en diagnóstico ocular a los profesionales de la visión en España. El Sirius+ es una herramienta avanzada que permitirá a ópticos y oftalmólogos ofrecer diagnósticos más precisos y personalizados a sus pacientes”, ha explicado Xavier Fontova, director de Bienes de Equipo de Indo Optical.

“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.

### KIMERvisión celebra la II edición de su evento anual en Valencia



KIMERvisión anuncia la celebración de la segunda edición de su evento anual, que tendrá lugar el próximo 20 de septiembre de 2025 en La Rambleta, Valencia. Tras la excelente acogida por parte de asociados y colaboradores, el grupo vuelve a apostar por este encuentro como un punto de conexión estratégico para el óptico independiente.

Este año, el evento contará con la participación ampliada de proveedores, que presentarán nuevos productos, servicios y soluciones especialmente pensadas para fortalecer el día a día de las ópticas independientes. La presencia de estas marcas permitirá a los asistentes conocer de primera mano las últimas tendencias del sector. Además, la jornada incluirá sesiones de formación de alto nivel, impartidas por profesionales renombrados del ámbito óptico-optométrico. Estas ponencias y talleres estarán orientados a proporcionar herramientas prácticas y visión estratégica, y serán anunciadas próximamente.

“Este evento nació con el propósito de poner en valor el papel del óptico independiente, fomentar la colaboración y ofrecer formación útil y cercana. Este año redoblamos esfuerzos para que los asistentes vivan una experiencia todavía más enriquecedora”, señala Alejandro Ruiz, Sales & Members Director del Grupo CECOP. La convocatoria refuerza el compromiso de KIMERvisión con el crecimiento sostenible de sus asociados y con la creación de espacios de intercambio, innovación y comunidad.

### ALAIN AFFLELOU recibe el sello de calidad Madrid Excelente

ALAIN AFFLELOU ha recibido el prestigioso sello Madrid Excelente, un reconocimiento otorgado por el Gobierno de la Comunidad de Madrid a las organizaciones que apuestan por la mejora continua, por la innovación, la responsabilidad medioambiental y social y, por último, la satisfacción del cliente. Todos ellos, aspectos clave que centran la estrategia de la compañía francesa para impulsar su expansión y crecimiento. Con esta certificación ALAIN AFFLELOU es la primera cadena óptica que recibe la distinción y entra a formar parte de las 234 empresas certificadas que reflejan la diversidad y el dinamismo económico de la región.



El sello otorgado en esta ocasión hace reconocimiento a la labor de la marca en materia de formación, uno de sus grandes pilares, donde su máxima es acompañar a cada colaborador en su progresión profesional, promoviendo su desarrollo hacia el máximo potencial. “Es un honor recibir este premio como reconocimiento a nuestro compromiso con la formación. Los hombres y mujeres que conforman la compañía son nuestro activo más valioso y por eso nos esforzamos día a día para impulsar su carrera profesional, porque su talento es la clave de nuestro éxito”, comenta Eva Ivars, consejera delegada de ALAIN AFFLELOU en España.

La entrega del distintivo tuvo lugar en la sede de Madrid Excelente, con la presencia de la directora general Dña. Elena Mantilla, quien trasladó su reconocimiento a la firma y dijo: “ALAIN AFFLELOU llegó al mercado como una marca desconocida y se atrevió a hacer las cosas de otra manera. Su crecimiento es el resultado de una visión valiente y sostenida en el tiempo. Hoy, con el sello Madrid Excelente, reconocemos ese camino recorrido con rigor, innovación y compromiso”.

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

La primera lente de contacto blanda  
con FEN® Vision Technology

fabricada en  
Alemania

EURO  
Lent

wöhlk  
CONTACT LENS  
Rápido & fácil  
para una visión natural

más información: [info@eurolent.com](mailto:info@eurolent.com) y 916418906

## Shamir agradece la confianza de sus clientes con la asistencia al Gran Premio de España del campeonato del Mundo de F1

Shamir ha premiado a los clientes que, apostando por su tecnología en su día a día en la óptica, han resultado ganadores de la promoción 2025. Óptica Estaire (Madrid) y Óptica Nieto (Noia) han disfrutado de un fin de semana en Barcelona asistiendo al Gran Premio disputado en fechas pasadas en el circuito de Montmeló (Barcelona).



Equipados con sus lentes Shamir Driver Intelligence Sun, una nueva lente diseñada para permitir una visión nítida y clara, con menor deslumbramiento y con unos campos visuales excepcionalmente amplios, pudieron disfrutar en todo su esplendor de la magnífica carrera. ¡Y qué

espectáculo nos dieron los pilotos, especialmente nuestro partner de rendimiento óptico @BWT Alpine Formula 1 Team!

"Shamir agradece la confianza de sus clientes que reafirma nuestra apuesta de futuro en la investigación y desarrollo, con avances tecnológico de vanguardia en todos nuestros productos", concluyen desde Shamir.

## Marcolin renueva su acuerdo de licencia con Adidas hasta 2032



Marcolin, uno de los líderes globales en la industria de las gafas, y Adidas, referente mundial en artículos deportivos, han anunciado la ampliación de su acuerdo de licencia global para gafas, tanto para la línea adidas Sport como para adidas Originals, hasta el año 2032. Esta renovación refuerza una colaboración exitosa iniciada en 2020, en la que Marcolin diseña, fabrica y distribuye las colecciones de gafas para ambas líneas de Adidas.

Las dos compañías comparten un compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la excelencia en el producto, valores que seguirán siendo clave en esta nueva etapa de su colaboración.

## MIDO, con su campaña "Refocusing On Humans", gana tres premios Mediastar



## MIOPTICO cierra el primer semestre del año con resultados por encima de los previstos



En la 29ª edición de los premios técnicos Mediastars de publicidad, la campaña de MIDO, Refocusing On Humans, ha recibido tres premios en la sección de medios impresos: 1er puesto Mediastar, 1er puesto Periódico y Estrella Especial a la Dirección Creativa. La ceremonia de entrega de premios se celebró el viernes 6 de junio en el Auditorio San Fedele de Milán.

Por tercer año consecutivo, la comunicación de MIDO ha obtenido uno de los galardones más importantes del mundo de la publicidad, otorgado por un jurado de expertos y profesionales del sector que han valorados unos 550 proyectos nominados. Un resultado que va mucho más allá de un único concepto creativo: lo que se celebra es la capacidad de crear constantemente campañas nuevas y relevantes que comunican con fuerza al público y a la prensa, manteniendo al mismo tiempo una dirección clara y reconocible.

«Refocusing on Humans», fotografiada por Uli Weber y creada por Max Galli en colaboración con Mixer Group, devuelve a los seres humanos al centro de atención y es un homenaje a la creatividad humana y a las habilidades artesanales que crean belleza. Confia en un maestro del arte fotográfico, la campaña narra la asombrosa autenticidad del ser humano, reflejando el singular espíritu creativo del mundo de las gafas.

El grupo continúa aumentando su número de asociados superando ya las 1.230 ópticas asociadas en España, Francia, Portugal y Suiza. Así, MIOPTICO terminó 2024 con una amplia red de ópticas asociadas que crece gracias a su firme apuesta por una política comercial diferenciadora que ofrece una tarifa plana sin competencia al cliente final, incorporación de servicios de audiología en casi todos los establecimientos del grupo y de equipos especializados en terapias visuales.

Los ópticos asociados se benefician de las mejores condiciones de compra, pudiendo aumentar así sus márgenes, de un plan de marketing personalizado y formación a medida. Pasan a formar parte del grupo sin perder su libertad, sin cánones o ataduras, pero disfrutando de todas las ventajas de pertenecer a un grupo consolidado y con amplia experiencia.

Las expectativas para este 2025 son continuar la expansión a un ritmo más moderado y llegar a las 550 ópticas asociadas en el mercado español. Como objetivo, MIOPTICO se marca mejorar aún más la oferta a las ópticas de proveedores referenciados con la máxima calidad, al mejor precio y servicio.

## Ópticos voluntarios de Ver para Crecer devuelven la salud visual a 77 personas en situación vulnerable en Pamplona

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 ofrezcan 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 firme 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.

las necesidades reales del óptico, con un entorno más visual, rápido e intuitivo, que permite: comparar productos al instante, guardar referencias favoritas, ocultar precios si se desea, gestión multiusuario, un seguimiento detallado de pedidos, facturación habitual, envíos gratuitos en todas las compras y filtrar los diseños fácilmente por calibre, puente, base, color,etc.

"Queremos ofrecer a nuestros clientes no solo un catálogo actualizado, sino también una herramienta de trabajo que les ahorre tiempo, les ayude a comparar y decidir mejor, y se adapte a su día a día", señalan desde la compañía.

## Woodys participa en el Legends Trophy

Woodys ha participado en el torneo Legends Trophy, un evento benéfico organizado por la Fundación Guardiola Sala que va más allá del deporte para convertirse en una celebración de la solidaridad, la amistad y los valores compartidos. Este exclusivo torneo de golf reúne anualmente a grandes leyendas del fútbol -como Txiki Begiristain, Andriy Shevchenko, Javier Clemente, Pepe Reina, Gianfranco Zola, Laurent Blanc o Michel Platini- quienes, junto a golfistas profesionales, participan para apoyar a las causas sociales apoyadas por la fundación liderada por Pep Guardiola, quién se suma al torneo.

La edición de este año se celebró los días 2 y 3 de junio en el prestigioso PGA Catalunya, donde Woodys tuvo el honor de patrocinar uno de los hoyos del recorrido. Además, la marca realizó una activación especial con un stand en el que presentó una selección de sus gafas de sol, regalando a cada participante el modelo de su elección, acompañado de una sorpresa exclusiva. Con esta colaboración, Woodys reafirma su compromiso con los proyectos sociales, apostando por iniciativas que combinan deporte, compromiso y valores humanos.



## Natural Optics Group incorpora a Oriol Bisart como Head of Sales



Natural Optics Group (NOG) anuncia la incorporación de Oriol Bisart como nuevo Head of Sales, un paso estratégico en el plan de expansión de la compañía, que busca consolidar su posición de liderazgo en el sector y explorar nuevas oportunidades de crecimiento. Con una sólida trayectoria en las áreas de marketing y comercial, Bisart es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat de Barcelona y posee un Máster en Dirección de Marketing y Comercial por ESADE. Su carrera incluye puestos de responsabilidad en empresas de referencia, destacando sus últimos 9 años en General Optica.

Como parte del equipo de NOG, Oriol Bisart aportará su experiencia y visión para reforzar la estructura comercial del grupo. Su incorporación será clave en la implementación de nuevas estrategias de desarrollo de negocio, impulsando la expansión hacia nuevos mercados y reafirmando el compromiso del grupo con el crecimiento sostenido, la innovación y la generación de valor para sus asociados.

## Optim lanza su nuevo e-commerce profesional

OPTIM anuncia el lanzamiento de su nueva tienda online para profesionales: [www.optim.vision](http://www.optim.vision). Esta nueva plataforma responde a la apuesta de la compañía por la digitalización, la eficiencia y una experiencia de compra más cómoda y personalizada para las ópticas.

El nuevo e-commerce ha sido diseñado pensando en

## Grupo Prats impulsa la formación en óptica-optometría con una convocatoria que supera los 1.500 profesionales

Grupo Prats, multinacional española especializada en el diseño y fabricación de lentes oftálmicas, ha cerrado con éxito el primer ciclo de su campus formativo desarrollado en colaboración con la Facultad de Óptica y Optometría de Terrassa (UPC). Más de 1.500 ópticos-optometristas se inscribieron en esta iniciativa formativa gratuita, que ha tenido como objetivo fortalecer el desarrollo profesional del sector a través de contenidos técnicos y clínicos de alta calidad. "Este extraordinario nivel de participación no solo valida el interés y la necesidad de propuestas de formación continuada en el sector, sino que también refuerza nuestra convicción de que el crecimiento del óptico es el primer paso para cuidar la salud visual de las personas", señala Mauro Pellegrini, Global CSO - CMO del grupo.

### SEIKO Optical Iberia inaugura su showroom en Madrid



SEIKO Optical Iberia da un paso más en su compromiso con la excelencia y la innovación en el sector de la óptica con la apertura de su nuevo showroom, localizado en las oficinas centrales de la compañía en Madrid.

Este espacio, concebido como una experiencia sensorial y profesional, está diseñado para dar a conocer la precisión de SEIKO en cada detalle y rincón. Representa una evolución natural hacia la calidad, la precisión y la elegancia, valores que han definido a la marca a nivel mundial. Cada detalle del nuevo espacio está pensado para reflejar el ADN de SEIKO: una fusión de diseño sofisticado, tecnología de vanguardia y una clara orientación al cliente.

"Queremos que nuestros partners vivan SEIKO más allá del producto: que experimenten lo que significa trabajar con una marca comprometida con la innovación continua, la precisión en el detalle y la excelencia en el servicio", señalan desde la compañía.

Más que una simple exposición de productos, el nuevo showroom está concebido como un entorno de inspiración, formación y diálogo entre la marca y sus ópticos especialistas. Un lugar donde se despiertan los sentidos y se consolidan relaciones de confianza y colaboración.



El programa, compuesto por cuatro sesiones online impartidas por profesores e investigadores de la UPC, abordó aspectos clave de la práctica diaria, como son la posición de uso y centrado de lentes; el control de la miopía; el uso de filtros terapéuticos; y la adaptación de prismas. Cada sesión, de una hora de duración, ofreció a los participantes una actualización rigurosa, aplicada y alineada con los desafíos actuales de la óptica-optometría.

Esta acción se enmarca dentro del plan estratégico de formación continuada impulsado por Grupo Prats, orientado a crear un ecosistema educativo virtual con contenidos actualizados y relevantes para los profesionales de la salud visual. La colaboración con la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) ha marcado el inicio de una línea de trabajo que continuará desarrollándose en los próximos meses.

Grupo Prats, con más de 100 años de trayectoria y presencia en 25 países, refuerza así su vocación de liderazgo, no solo desde la innovación tecnológica, sino también desde la formación y el acompañamiento constante al profesional óptico-optometrista.

### TEMÁTICA Software y UpRetina integran sus plataformas para facilitar el trabajo del óptico optometrista

TEMÁTICA Software, empresa valenciana con amplia experiencia en el sector óptico y especializada en el desarrollo de soluciones tecnológicas para la gestión de ópticas, anuncia una nueva integración entre su software de referencia, VISUAL, y la plataforma de telemedicina UpRetina.



### VISIONLAB cumple 40 años como referencia de marca y sigue creciendo en España y Portugal



VisionLab cumple 40 años desde que, en 1985, José María Ferri abriera la primera tienda óptica del grupo en España, en la calle Orense de Madrid, con un modelo de negocio único que hasta entonces apenas se había implantado en Europa, lo que daría paso a una cadena, con la tecnología y el I+D como sello de identidad.

Desde su creación, VisionLab se ha asociado a tecnología y ha evolucionado para seguir siendo referente en el sector de la óptica. Fue una de las primeras marcas ópticas en España, mantiene su modelo de tiendas propias, refuerza su apuesta por el I+D, propone lentes fabricadas en España y ofrece gafas personalizadas a cada situación visual. Además de cumplir 40 años como pionera en numerosos servicios, suma a su tecnología, diseños de las principales firmas y marcas exclusivas y está plenamente consolidada en España con nuevas aperturas y tiendas propias. Hace tres años, la empresa dio un nuevo paso hacia la modernidad con la dirección general de Anne Delmas, que junto con la propiedad de la familia Ferri, siguen manteniendo los orígenes de VisionLab como marca 100% española.

Actualmente la compañía sigue creciendo y renovándose. Cuenta con 110 tiendas propias en España y Portugal, -recientemente ha inaugurado una nueva tienda en la calle Doctor Esquerdo de Madrid- y con un equipo de más de 600 profesionales. El sello de la marca es ofrecer bienestar sensorial, basado en la innovación y la tecnología, para ofrecer soluciones que refuerzan la calidad y la personalización del servicio para hacer que cada vez más personas vean mejor.

## Yalea presenta la exposición "Portrait of Dreams" y la segunda campaña "Sisterhood"

Yalea presentó recientemente, en un evento celebrado en el restaurante Gynkgo Lab de Madrid, la exposición fotográfica "Portrait of Dreams" y la segunda parte de su campaña publicitaria "Sisterhood", ambas realizadas por la prestigiosa fotógrafa Mihaela Noroc.



Al evento, presentado por Adriana Abenia, acudieron personalidades femeninas del mundo de la empresa y los negocios, así como otras mujeres y periodistas del mundo de la moda y el estilo de vida como Esmeralda Moya, Belinda Washington o Almudena Cid.

**L**a firma de Grupo De Rigo, que apuesta por el empoderamiento femenino y la conexión entre mujeres, a través de sus colecciones de gafas elegantes y modernas, pero también mediante su colaboración con diversas asociaciones que apoyan e impulsan a mujeres de todo el mundo, reunió en este evento, presentado por Adriana Abenia, a algunas de las protagonistas de su última campaña "Sisterhood", junto con otras muchas figuras femeninas destacadas en diversos ámbitos.

"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. Es saber que juntas somos más fuertes y que la emancipación solo es posible creando alianzas sólidas y tratándonos como «hermanas». La exposición fotográfica de 23 imágenes de mujeres unidas en un proyecto, reunió a mujeres que han construido redes de apoyo y han colaborado en exitosos proyectos, así como otras mujeres y periodistas del mundo de la moda y el estilo de vida que ponen en valor el poder de la comunidad femenina como Esmeralda Moya,



Belinda Washington o Almudena Cid. Una de las protagonistas de esta campaña fue Silvia Moreno, creadora de Cenas Adivina, quien compartió su experiencia junto a Mihaela Noroc, la fotógrafa que capturó estas historias de sororidad y éxito.

Además, el evento contó con una charla inspiradora en la que se debatió sobre la importancia de estar unidos para crear iniciativas poderosas. Participaron Silvia Moreno, la fotógrafa Mihaela Noroc y Eva Hernández, directora de Piazza Comunicación; Nirene Sánchez, estilista, y María Cudeiro, destacada ejecutiva en el sector de la medicina estética y la cosmética. El diálogo fue moderado por la presentadora Adriana Abenia. Para cerrar con broche de oro, los asistentes pudieron conocer las nuevas parejas participantes en la segunda parte de la campaña 'Sisterhood' que se anunció en el evento. Además, disfrutaron de un cóctel en el que compartieron ideas y conectarse en un ambiente relajado y lleno de inspiración con la música en directo de Ania Canta y Benji Rosado al piano.



**The Portrait of Dreams –The Sisterhood Edition– : las protagonistas de la campaña "Sisterhood": Eileen Akbaraly y Mialy Randriambolona, Sara Goldschmied y Eleonora Chiari, Belén y Paloma Martínez Monasterio y Aleksandra Orlić y Erna Žganjar**

# SILMO París 2025: The place to be, to see, to foresee

Del 26 al 29 de septiembre de 2025, Paris Nord Villepinte se convierte en el corazón palpitante de la industria mundial de la óptica con la celebración de SILMO París, cita ineludible de todo un sector, el lugar donde se escriben las grandes tendencias, donde se revela la innovación y donde las sinergias cobran vida.

**T**HE PLACE TO BE, ¡Donde todo comienza! Con 900 expositores, 1.500 marcas y más de 32.000 visitantes de 42 países, SILMO París no es solo un salón: es el lugar de encuentro empresarial e inspirador para la profesión, una vibrante escena internacional donde la creatividad, la audacia y la convivencia se encuentran.



**THE PLACE TO SEE**, ¡Lo mejor en óptica ante sus ojos! Nuevas colecciones, tecnologías de vanguardia, diseños visionarios.. SILMO París es el escaparate de las últimas joyas que están dando forma y reinventando el mundo de la óptica.

**THE PLACE TO FORESEE**, ¡El futuro se diseña aquí! Verdadera incubadora de ideas y reflexiones, SILMO París se anticipa a los cambios del sector. Se revelan innovaciones, desafíos tecnológicos y perspectivas para imaginar el mañana.

## EN EL CORAZÓN DEL EVENTO ¡Experiencias que no se puede perder!

**Foro de Tendencias:** Descifrando las inspiraciones y los imprescindibles del mañana a través de una selección de las más bonitas colecciones de óptica y gafas de sol del salón.

**SILMO NEXT:** El laboratorio del futuro: innovaciones, nuevas tecnologías, experiencias visuales y prospectiva a 360°.

**SILMO Talks & SILMO Academy:** Sumérjase en el saber hacer con conferencias excepcionales realizadas por especialistas de renombre.

**Excelencia artesanal:** Foco en los mejores artesanos de Francia y el saber hacer de los fabricantes de gafas francesas.

**Un viaje a través del patrimonio:** Los Museos de Oyonnax y Morez se invitan al salón para recorrer la historia de una industria excepcional.

**¡Novedad en 2025! Un espacio dedicado a la RSC:** Porque la óptica del mañana debe ser innovadora y responsable. SILMO París desvela un nuevo espacio dedicado a iniciativas de RSC.

## Lo más destacado: Celebrando la excelencia

**SILMO d'Or:** La máxima recompensa a la creatividad y la innovación en el sector.

**Concurso de diseño óptico:** Trampolín para los talentos del mañana.

**Premio Empresa Comprometida:** Reconocimiento a las iniciativas de RSC de las empresas del sector.

**Premio al Óptico Internacional del Año:** La excelencia global premiada con el IOA.

## SILMO le acompaña durante todo el año

**SILMO news**, su programa mensual dedicado a la industria de la óptica y a la actualidad del SILMO; y Podcasts "The Right Optics by SILMO", conversaciones inspiradoras presentadas por Nick Coffer, para explorar los entresijos de la industria óptica. Cada episodio revela una historia de éxito y del saber hacer excepcional.

Del 26 al 29 de septiembre de 2025, ¡Cita en Paris Nord Villepinte para vivir la experiencia SILMO!



**T-CHARGE**

Presenta una innovadora colección para hombres modernos y elegantes

T-Charge Eyewear, marca del Grupo GO Eyewear reconocida por combinar moda que marca tendencia y asequibilidad, anuncia el lanzamiento de su última colección de verano hecha a medida para hombres modernos y elegantes que aprecian los accesorios de moda de alta calidad a precios asequibles.



La colección T-Charge Eyewear para este verano incluye modelos de sol, de vista y clip-on para el hombre actual, elegante y con estilo.



Metáles y acetatos dan forma a las nuevas monturas de vista y gafas de sol T-Charge, para que los usuarios transmitan confianza y sofisticación sin dejar de estar a la última.

**L**a nueva colección de verano de T-Charge Eyewear, adopta un concepto de diseño futurista al tiempo que mantiene la practicidad para el uso diario, y se dirige a los hombres que buscan gafas con estilo que marquen la diferencia. Cada montura y cada par de gafas de sol se elabora con precisión y atención al detalle, para que los usuarios transmitan confianza y sofisticación sin dejar de estar a la última.

Una de las características clave de la nueva colección estival es la incorporación de lentes polarizadas, que ofrecen a los usuarios una claridad y protección sin igual frente a los rayos UV. De este modo, las gafas no sólo complementan el atuendo, sino que también ofrecen ventajas funcionales para el uso diario.

Además, T-Charge Eyewear, introduce innovadoras combinaciones de colores en esta colección, proporcionando a los clientes una visión fresca y única de los estilos clásicos. Desde tonalidades atrevidas y vibrantes hasta tonos sofisticados y discretos, la nueva gama ofrece algo para cada hombre moderno que busca elevar su estilo.

"Estamos encantados de presentar nuestra última colección de verano, diseñada específicamente para los hombres que aprecian las gafas de moda que combinan estilo y asequibilidad. Nuestro objetivo es ofrecer accesorios de alta calidad que no sólo sigan las tendencias, sino que también las marquen, todo ello sin dejar de ser accesibles para nuestros clientes" dice Teresa Faria, Directora de Marketing del Grupo GO Eyewear.



## Alcon reúne en Madrid Ópticos-optometristas de España y Portugal en su Programa de Desarrollo Profesional (PDP)

Alcon ha celebrado en Madrid una nueva edición de su Programa de Desarrollo Profesional (PDP), reuniendo a más de 230 Ópticos-optometristas procedentes de España y Portugal. Por primera vez, el evento se ha organizado de forma conjunta para ambos países, favoreciendo la colaboración y el intercambio de experiencias entre profesionales del ámbito ibérico.

**A** lo largo de dos intensas jornadas, los asistentes han participado en formaciones técnicas de alto nivel, sesiones prácticas y mesas redondas lideradas por referentes del sector, en las que se han compartido los últimos avances y conocimientos en contactología. Este tipo de encuentros consolida a los PDP como espacios clave para la actualización profesional y el fortalecimiento de la comunidad de especialistas en salud visual.

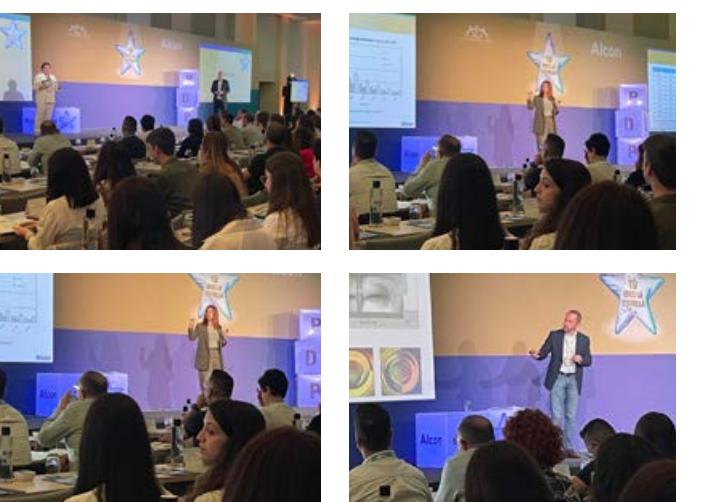
“Para Alcon, la formación continua es una prioridad. Estos encuentros no solo permiten actualizar conocimientos y perfeccionar técnicas, sino que también fomentan el intercambio de experiencias entre profesionales que comparten los mismos retos en su práctica diaria”, ha señalado Inés Mateu, Vision Care Franchise Head & Country Manager en España y Portugal de Alcon.

En esta edición, el astigmatismo y las lentes de contacto tóricas han sido los protagonistas, con varias ponencias y sesiones dedicadas a su caracterización, abordaje y adaptación en el gabinete. Cristina Vives, Professional Education and Development Manager, ha sido la encargada de presentar las distintas tecnologías y diseños de lentes de contacto de Alcon, mientras que David Piñero Llorens, Investigador y Profesor Asociado en la Universidad de Alicante, ha profundizado en la caracterización del astigmatismo y los métodos más eficaces para su corrección. Además, José Manuel González-Méijome, Profesor Catedrático en Optometría y Ciencias de la Visión en la Universidad do Minho, ha analizado los factores clave para lograr una adaptación exitosa de lentes tóricas, y junto a Piñero ha participado en la mesa redonda “Un relato retÓRICO. Explorémos un caso clínico”, en la que se ha debatido sobre las claves y desafíos actuales en la corrección del astigmatismo.

La agenda también ha incluido ponencias sobre la incorporación de protocolos de salud ocular en los gabinetes y sobre la impor-

tancia de adaptar la consulta a las necesidades cambiantes de las personas con defectos refractivos. En total, se han llevado a cabo 9 ponencias, entre ellas mesas de debate y una sesión práctica dinámica, todo ello pudiendo ofrecer una visión integral sobre el presente y el futuro de la contactología.

Una edición que, una vez más, deja un balance muy positivo y consolida este Programa de Desarrollo Profesional como un espacio de referencia para todos aquellos profesionales comprometidos con la mejora continua de la salud visual. Un encuentro que refuerza el compromiso de Alcon con la formación, la innovación y la excelencia clínica, y que ya empieza a mirar hacia su próxima edición.



Tras las palabras de bienvenida de Ana Grau y Tiago Semelhe, y la presentación del equipo de Alcon, tuvieron lugar las ponencias de Cristina Vives, David Piñero y José Manuel González-Méijome.



# Acto de graduación de la promoción 2024/25 de Ciencias de la Salud en la Universidad CEU San Pablo



El pasado 26 de abril tuvo lugar en el campus de la Universidad CEU San Pablo de Madrid la graduación de la promoción 2024/25 de las Ciencias de la Salud que, desde la Facultad de Farmacia, incluye, además del grado de Farmacia, los de Biotecnología, Nutrición Humana y Dietética y Óptica y Optometría.

Ejerció de padrino D. Ernesto Marco, Presidente de la SEEBV, que junto a la Rectora de la Universidad, Dra. Rosa Visiedo, y el Decano, Dr. Gonzalo Herradón, dedicaron unas emotivas palabras a los recién graduados.

Al acto asistieron cerca de mil personas entre graduados, familiares, amigos y el claustro de profesores de esas facultades. Al finalizar la entrega de becas y diplomas, se sirvió un cóctel en el que departieron profesores y graduados.



## Easy Click

### la nueva colección verano de Opticalia

Con el comienzo del verano, las agendas y los días se llenan de planes de todo tipo. Para ello, Opticalia ha lanzado una colección protagonizada por la nueva línea de producto Easy Click, gafas graduadas que se convierten en gafas de sol con un solo click, aptas para todo tipo de planes.



La colección está formada por 22 nuevos modelos de las marcas Pedro del Hierro, The Look y Trendi, que se caracterizan por su practicidad y por su diseño, alineado con las tendencias del momento y de cada una de las marcas a las que pertenecen. Este producto está formado por una montura graduada que cuenta con un diseño propio y se complementa con un click solar que aporta practicidad y aún mayor personalidad al diseño de la gafa.

De esta manera, Opticalia ha lanzado una campaña con la que comunica esta nueva plataforma de producto, poniendo en valor que se trata de una línea de gafas que se adaptan a todo tipo de planes y situaciones. Desde leer un libro o hacer deporte, hasta tomar el aperitivo al sol o disfrutar de un atardecer con amigos, porque como dice su campaña "todo es más easy con un solo click".

Un total de 22 nuevos modelos de las marcas Pedro del Hierro, The Look y Trendi, conforman la colección Easy Click de Opticalia.



La campaña de Opticalia con la que comunica Easy Click pone en valor que se trata de una línea de gafas que se adaptan a todo tipo de planes y situaciones: desde hacer deporte o leer un libro hasta tomar el aperitivo al sol o disfrutar de un atardecer.

"Con esta campaña teníamos varios retos por delante, ya que no sólo hemos lanzado una nueva colección, sino que hemos construido una nueva plataforma de producto que perdurará en el tiempo, Easy Click, y necesitamos que esté presente en la mente del consumidor. Además, esta categoría de producto se ha caracterizado siempre en el sector por su practicidad, pero en esta ocasión nosotros hemos querido ir un paso más allá y que a nivel diseño responda a las tendencias del momento, aportando así al sector un valor diferencial a través de la colección", declara Elena Díez Fernández, Directora de Marketing y Producto en Opticalia.

Además, la colección también incluye 25 nuevos modelos de gafas graduadas de las marcas Pedro del Hierro, Pull&Bear, The Look y Trendi, las cuales, junto a la nueva línea de producto Easy Click, ya están a la venta en los centros Opticalia y a través de su web. De esta manera, los clientes de Opticalia ya pueden disfrutar de esta nueva colección de producto disponible con la promoción 2x1, con la que se llevarán una gafa graduada y otra Easy Click.

# XVII Torneo de Frontenis Corral de Ayllón

Empresas del sector óptico, entre sus principales patrocinadores

El pasado 21 de junio tuvo lugar la XVII edición del Torneo de Frontenis Corral de Ayllón, tradicional evento deportivo que organiza todos los años el Ayuntamiento de la localidad segoviana y la Asociación "La Unidad", coincidiendo con las Fiestas del Corpus, y está patrocinado por varias empresas del sector óptico.



El frontón de Corral de Ayllón acogió la XVII edición del Torneo de Frontenis que se disputa anualmente en la localidad segoviana y patrocinan empresas del sector óptico.



El alcalde de Corral de Ayllón, José Miguel Arribas; Jorge Pérez, Sales Manager España de AVM1959, y Javier Martín, gerente de TDSO entregaron galardones a los campeones, subcampeones y semifinalistas del torneo. Antes de disputarse la final y la posterior entrega de premios, actuó el grupo de country OK Corral.



El XVII Torneo de Frontenis Corral de Ayllón ha contado este año con la participación de más de 30 parejas de jugadores procedentes de varios rincones de la geografía española. Entre las empresas y marcas patrocinadoras del mundo de la óptica destacamos: EssilorLuxottica, AVM1959, T.D.S.O. Taller de Óptica, Varilux, Transitions, rh+, Eyezen y óptica La Rambla, así como la Diputación de Segovia y empresas de la zona, entre ellas: Deportes Sanz, Aeródromo de la Nava, Casa Pablito, Suma Supermercados, Deportes Olimpia, Los Rosales de Isabel y Eroski City.

Todas las parejas inscritas tuvieron un welcome pack con polo original del torneo (Luanvi), comida, agua y bebidas isotónicas. Tras las correspondientes eliminatorias, algunas disputadas en otros frontones de localidades vecinas, el frontón de Corral de Ayllón acogió los cuartos, semifinales y final. Los semifinalistas, Iván y Saúl y Pedro y Javier, obtuvieron un premio de 300 euros y fofucha original; los finalistas, Rafa y Quique, premio de 700 euros, 2 gafas rh+ y fofucha, y los campeones, Dani y Álvaro, 1.400 euros, 2 gafas rh+ y fofucha original.



El XVII Torneo de Frontenis Corral de Ayllón fue también motivo para pasar un día agradable en compañía de buenos amigos y disfrutar de la gastronomía de la zona, como el cordero asado de Casa Pablito, gracias a la hospitalidad de la familia Martín (TDSO).

# FLiPO, crece un 335%

y ya está presente en más de 435 ópticas

FLiPO, la marca española pionera en gafas modulares, ha experimentado un espectacular crecimiento del 335% desde 2022 y se ha expandido a más de 435 ópticas en Europa. Sus gafas constan de un sistema modular único, patentado en 158 países.



Las ópticas Vendrell, Visual, Masiá y Montserrat han compartido su experiencia y vivencias a la hora de ofrecer las gafas modulares FLiPO. "Es un producto ideal para quienes quieren cambiar de estilo constantemente", coinciden los responsables de estas ópticas, quienes también destacan el fuerte atractivo del producto entre públicos muy diversos, desde jóvenes que buscan experimentar con su look, hasta adultos mayores que valoran la comodidad y la posibilidad de actualizar su estilo sin tener que comprar un nuevo par completo.

Las ópticas señalan que la experiencia de personalizar la gafa se percibe como un "juego divertido", que genera engagement y fideliza a los clientes. Entre las anécdotas más curiosas, destacan clientes que han recreado los colores de su equipo de fútbol en sus gafas —"un aficionado del Betis vino exclusivamente a combinar verde y blanco, ¡y se fue encantado!"—, o padres e hijos que diseñan juntos combinaciones como si fuera una actividad familiar creativa. Pero no todo han sido situaciones convencionales. "Un día vino una clienta que quería una gafa para cada día de la semana. ¡Salió con cinco clips frontales y dos pares de varillas!". Por otro lado, "lo más surrealista fue un cliente que quería combinar su gafa modular con el plumaje de su loro". Otro caso llamativo fue el de una clienta que vino con una tela de su vestido de boda y quería que las gafas combinaran con él para usarlas solo en las fotos.



Las ópticas que ofrecen las gafas modulares FLiPO destacan que es un producto ideal para quienes quieren cambiar de estilo constantemente: desde jóvenes que buscan experimentar con su look, hasta adultos mayores que valoran la comodidad y la posibilidad de actualizar su estilo sin tener que comprar un nuevo par de gafas.

# KALEOS The Beautiful Goicoechea:

Una declaración de verano de Jessica Goicoechea

En KALEOS, la forma es parte de su DNA. Su lema –The Beautiful Shape– refleja la arquitectura de sus gafas y el mundo que decide diseñar la marca a nuestro alrededor. Pero este verano, traza una nueva línea. Tachan «Shape» y escriben «Goicoechea». Han fusionado su impactante presencia con diseños contemporáneos para embellecer nuestro verano.



KALEOS presenta tres modelos emblemáticos: Bless, Stirling y Cobb, en dos nuevas combinaciones de colores cada uno, con el rostro de Goicoechea. Son las gafas de sol de la temporada. Una declaración de actitud, elegancia y audacia.

Esta temporada, KALEOS presenta una ampliación exclusiva de la colección de verano: tres modelos emblemáticos muy deseados –Bless, Stirling y Cobb– vuelven en dos nuevas combinaciones de colores cada uno, con el rostro de Goicoechea. Son las gafas de sol de la temporada. Una declaración de actitud, elegancia y audacia. Llegan con nuevas combinaciones de colores y las lentes fotocromáticas siguen presentes como uno de los detalles que siguen marcando tendencia.

Modelo, empresaria e ícono digital, Jessica Goicoechea es una de las personalidades más magnéticas de España. Con millones de seguidores y una voz visual distintiva, ha redefinido la sensualidad en sus propios términos, equilibrando fuerza y suavidad.

En esta nueva campaña de verano de KALEOS, Jessica no lleva nada (porque no necesita llevar nada más) únicamente las gafas de sol más deseadas de la temporada: Bless, Stirling y Cobb. La declaración perfecta para el verano existe, y va de la mano de Jessica Goicoechea.



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

## Cataluña

Se requiere experiencia en el sector y vehículo propio.

Se ofrece amplio muestrario de graduado y sol.

Se ofrecen 1.000€ mensuales más comisiones.

Interesados contactar en el teléfono:

**666 50 57 70**

Absoluta reserva a colocados.

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 oquieres más información, ponte en contacto con nosotros. [l.zangrandi@seaport@odlm.com](mailto:l.zangrandi@seaport@odlm.com)



BUSCA AGENTES COMERCIALES AUTÓNOMOS

¿Te apasiona el mundo de la óptica y la moda? ¿Quieres representar una marca con estilo, historia, diseño y fabricación 100% italiana?

NANNINI EYEWEAR GROUP es una histórica empresa italiana que cuenta con más de 70 años de experiencia en el diseño y la producción de gafas hechas a mano en Italia. Reconocida por su excelencia en el diseño y la calidad de sus gafas, Nannini busca agentes comerciales autónomos para ampliar su red de ventas para la zona Levante.

**Tu perfil:**

- Profesional autónomo con experiencia en el sector óptico.
- Cartera de clientes activa (ópticas independientes, cadenas o distribuidores).
- Capacidad de organización, negociación y pasión por las ventas.
- Espíritu emprendedor y compromiso con los resultados.

**Ofrecemos:**

- Representación de una marca italiana consolidada y con gran potencial de crecimiento en el mercado español.
- Soporte comercial y de marketing desde la central.
- Exclusividad de zona.
- Condiciones comerciales competitivas.

Si deseas formar parte de un proyecto dinámico, con una marca con historia y proyección internacional, envíanos tu CV o presentación a:

[matteo.nanninieyewear@gmail.com](mailto:matteo.nanninieyewear@gmail.com)

+34 697389015

Te esperamos para crecer juntos con Nannini!

**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@uniprecios.es](mailto:mar@uniprecios.es)



Para sus marcas:



**POR INCORPORACIÓN DE NUEVAS COLECCIONES, PRECISA COMERCIALES PARA TODAS LAS ZONAS:**

- Andalucía
- Norte de España
- Levante

## Se requiere:

- Alta autónomo
- Vehículo propio
- Se valorará experiencia en el sector

## Ofrecemos:

- Alto porcentaje de comisión
- Bonus semestrales
- Ayuda para gastos de viaje

Interesados enviar Currículum Vitae a:

[monica.carrillo@goeyeweargroup.com](mailto:monica.carrillo@goeyeweargroup.com)  
o llamar al teléfono 931 988 468.  
[www.goeyeweargroup.com](http://www.goeyeweargroup.com)



VISIBILIA ESPAÑA S.A.  
Precisa comerciales en varias zonas por lanzamiento de nueva marca

## REQUISITOS:

- Demostrada experiencia en el sector óptico.
- Orientación al logro y a la consecución de objetivos.
- Vehículo propio inicialmente.

## OFRECEMOS:

- Formar parte de un grupo europeo en crecimiento.
- Proyecto con proyección a largo plazo.
- Contrato en función del candidato.
- Muy buen ambiente de trabajo.
- Apoyo continuado.

## Absoluta reserva a colocados.

Se contactará únicamente con los candidatos preseleccionados.

Personas interesadas, enviar

C.V. y carta de presentación con fotografía reciente a [admin@visibilis.es](mailto:admin@visibilis.es)



**Perfect sight –  
in 0.6 seconds**



Scan now to experience  
the e-sense next!

(S) **evil eye**

**e-sense next**  
**Immediate adaptation**  
**to any light situation**

[evileye.com](http://evileye.com)

NUEVAS

# Varilux® Physio® extensee™



## Alta intensidad visual en todas las condiciones de luz<sup>2</sup>

Mayor nitidez y contraste visual

Varilux®  
#1 marca líder de lentes progresivas  
en el mundo<sup>1</sup>

  
**essilor**  
evolving vision\*

## Las gafas más cool de la temporada de las firmas de De Rigo Vision

Esta temporada, las gafas dejan de ser un simple accesorio para convertirse en una auténtica declaración de intenciones. El street style lo consagra y nos anuncia: se llevan con actitud y se llevan con mucha, mucha personalidad. Así son las gafas de sol de las firmas de De Rigo.

### Oversize, porque más es más

Los modelos XL dominan esta temporada. Desde siluetas cuadradas hasta envolventes tipo máscara, cuanto más exageradas, mejor. Un accesorio clave para elevar cualquier look.



### Vuelven los clásicos: gafas de piloto

Con alma vintage pero rediseñadas con monturas metálicas refinadas y lentes ahumadas, las aviator se reinventan para combinar a la perfección con *looks* urbanos.



### Futurismo

Las gafas con formas geométricas, pantallas envolventes y acabados metalizados recuerdan a los 2000. Perfectas para quienes marcan su propio ritmo y no temen arriesgar.



### El retorno del cat-eye

Estilizadas, felinas y con un punto coqueto, las gafas de ojo de gato se mantienen como una apuesta segura. Esta vez, con gruesos acetatos en tonos clásicos que dan un toque *chic*.



### Retro

El estilo retro sigue presente, pero se actualiza con un enfoque más sofisticado. Para quienes entienden que el pasado siempre vuelve, pero mejorado.



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

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

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

\* Transformando la visión.

# Nano Vista lanza Nano Finder: la solución definitiva para que los niños siempre encuentren sus gafas

Nano Vista, marca líder en gafas indestructibles para niños y adolescentes, presenta su última innovación: Nano Finder, un accesorio diseñado para mantener siempre localizadas las gafas de los más pequeños.



**C**on su sistema de varillas intercambiables patentada y un soporte integrado compatible con AirTag de Apple (no incluido), Nano Finder permite rastrear las gafas en tiempo real desde el móvil, ofreciendo a las familias una combinación perfecta de tecnología, diseño y tranquilidad.



Con el dispositivo Nano Finder, los peques siempre encontrarán sus gafas. Está disponible en dos tamaños: S para niños de 4 a 7 años y L para niños de 7 a 10 años, así como en tres colores ideales para combinar con cualquier estilo: morado, azul y negro.

## Tecnología al servicio del día a día

Nano Finder incorpora un sistema exclusivo de varillas intercambiables fabricadas en Siliflex™ y TPE mediante doble inyección, lo que garantiza una resistencia y flexibilidad superiores. Gracias a su soporte integrado, el AirTag se acopla de forma segura y discreta, permitiendo localizar las gafas a través de un dispositivo de Apple. Disponible como accesorio independiente, Nano Finder es compatible con las gafas de las colecciones Nano Vista Indestructible de talón medio.

## Dos tallas, tres colores

Para adaptarse a cada etapa de crecimiento, Nano Finder está disponible en dos tamaños: S para niños de 4 a 7 años y L para niños de 7 a 10 años, así como en tres colores pensados para combinar con cualquier estilo: morado, azul y negro.

Con el lanzamiento de Nano Finder, Nano Vista da un paso más en su compromiso de ofrecer soluciones innovadoras que faciliten la vida diaria de las familias, sin renunciar a la resistencia y el estilo que caracterizan a la marca.

prodesign  denmark

## Gafas diseñadas para durar, construidas para brillar

Esta temporada, la firma continúa con su legado que combina el ADN del diseño danés con un estilo atemporal. Su nueva colección presenta gafas que equilibran el refinamiento con una expresión audaz, garantizando que cada detalle sea tan funcional como bello.



**TITONE** es la contrapartida femenina de ACTIVE, un concepto diseñado para las mujeres que aprecian las gafas de titanio refinadas con un toque distintivo. Fabricada con una composición de titanio en tres tonos, combina a la perfección detalles de color desde el terminal hasta las varillas, terminando con terminales inyectados que combinan con el frontal de la montura.



La colección SOL se amplía con nuevos colores de la firma Prodesign y una forma redondeada, fresca y femenina. El detalle artesanal de acetato laminado alinea a la perfección el frontal y las varillas, garantizando un diseño armonioso. Las lentes solares de categoría 3 complementan cada color, ofreciendo estilo y protección solar.

**C**entrada en la precisión, la presencia y un profundo conocimiento de la forma, la nueva colección de Prodesign va dirigida a las nuevas generaciones, un testimonio del compromiso de la firma con la calidad y el diseño danés.



En este nuevo concepto, denominado ACTIVE, un detalle de línea de color sin costuras va desde la lente a través del terminal y a lo largo de la varilla, añadiendo un toque característico de Prodesign. Diseñadas para ofrecer versatilidad, las gafas ACTIVE combinan tonos básicos sutiles con toques atrevidos. Todos los modelos incorporan terminales inyectados que combinan con el color base de la montura, lo que añade un aspecto refinado y dinámico a la vez.



La colección THIN ACETATE se amplía con el regreso de las formas clásicas de Prodesign. Elaborado con una estructura de acetato fina y ligera, este modelo 4770 unisex encarna la esencia del patrimonio danés: discreto, sencillo y refinado. THIN ACETATE es una mezcla de herencia y modernidad, que da vida a la simplicidad del diseño danés en cada montura.



**EXTRUSION** es una versión atrevida de las gafas de sol, con dos nuevas formas unisex diseñadas para ser vanguardistas. Este diseño llama la atención por su parte superior plana y su lente cuadrada, que crean una silueta fuerte y segura. Combinada con varillas de acero galvanizado y terminales de acetato, esta montura está disponible en acabados mate y brillante, ofreciendo una visión moderna de las gafas de sol clásicas.