

Look *VISION*

N° 174 • MARZO/MARCH 2018



Silhouette®

ICONIC EYEWEAR MADE IN AUSTRIA. SINCE 1964.

Ofrezca a sus clientes soluciones de valor añadido.

ZEISS DriveSafe



97%
de usuarios
muy satisfechos
con ZEISS DriveSafe

Gracias por confiar en nosotros

ZEISS, pionero en 2015 en la creación de una nueva categoría de lentes para la conducción y el uso diario, proporciona desde entonces grandes beneficios con ZEISS DriveSafe:



1 Visión mejorada en condiciones de baja luminosidad para una conducción más segura y cómoda.



2 Disminuye el deslumbramiento por los coches que vienen de frente o por las farolas de noche.



3 Visión más precisa de la carretera, cuadro de mandos, espejo retrovisor y espejos laterales.

Índice de satisfacción de las Lentes ZEISS DriveSafe



97% al conducir

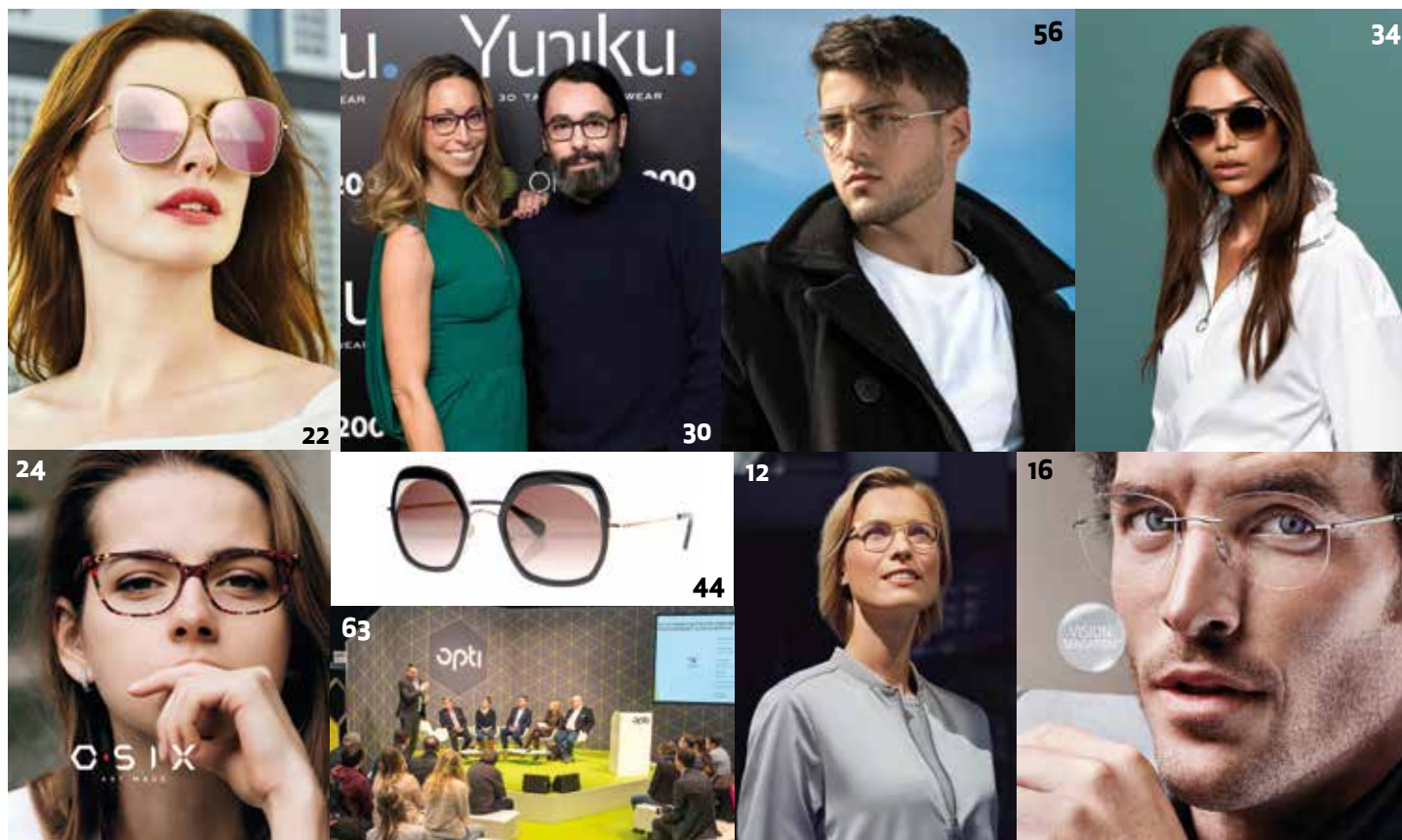


94% al efectuar tareas cotidianas, p.ej. trabajar en la oficina



prodesign : denmark

THE SUN COLLECTION



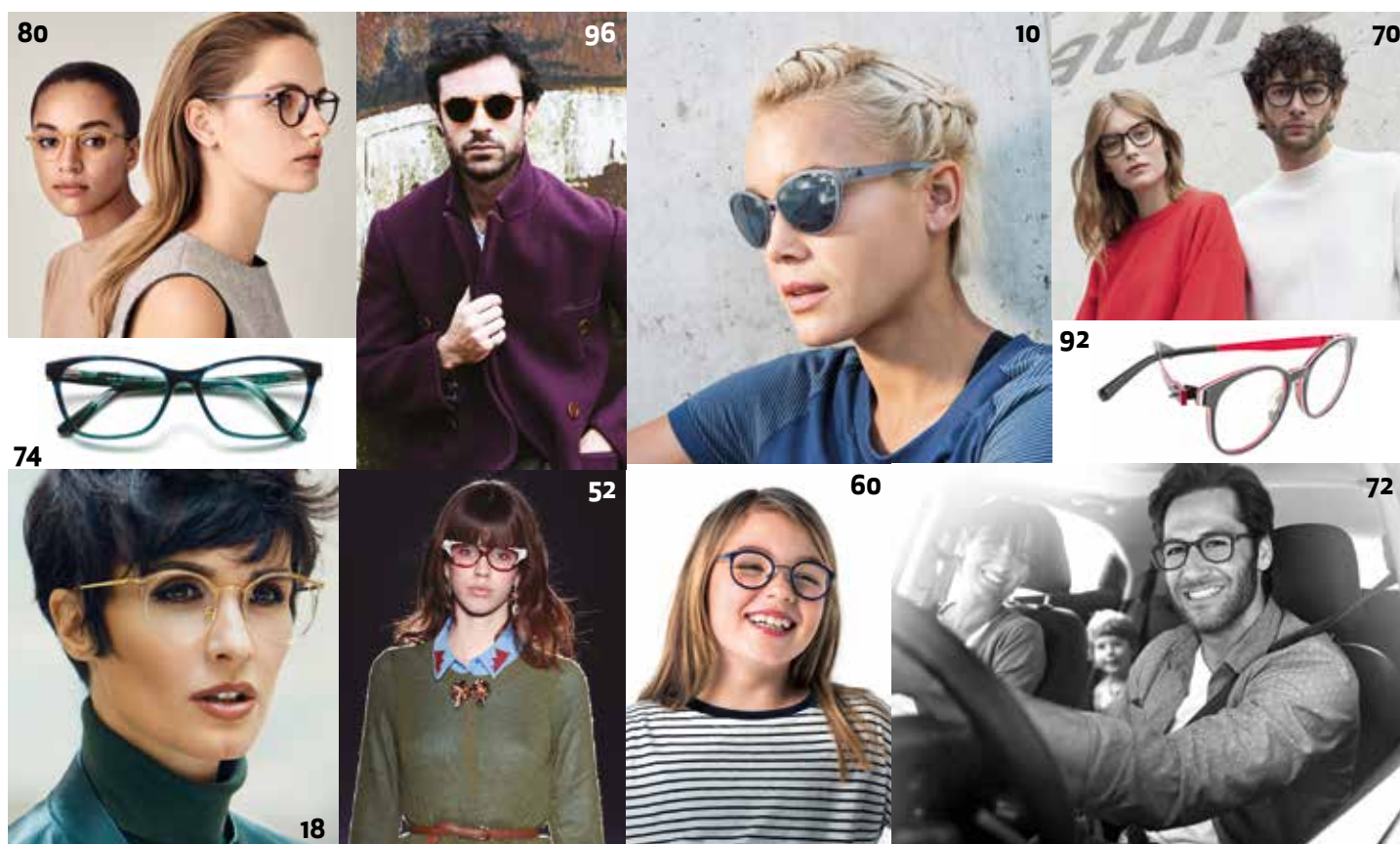
8	Editorial.
10	pacyr, tempest y proshift, las nuevas gafas de adidas Sport eyewear para correr o para el día a día.
12	Rodenstock Masters Selection, monturas hechas a mano para los más exigentes.
16	Silhouette, Photo Sensation, las lentes graduadas ideales para cualquier condición de luz.
17	Silhouette fusiona lo mejor de Vision Sensation™ y la icónica colección Titan Minimal Art.
18	Varilux Solutions, una nueva experiencia, una solución para cada momento.
22	Bolon, del Grupo Essilor, consolida su presencia internacional.
24	Anne Hathaway, imagen de la marca.
28	Thema, la personalización total del acetato en 3D llega con O-Six.
30	Contactología.
34	Hoya Lens y Optica2000 presentan en Madrid Yuniku, las gafas impresas a medida en 3D.
34	ProDesign, innovación y estilo danés frente al sol.

36	ZEISS pone el foco en la innovación. Estará presente en ExpoÓptica con sus novedades en lentes y equipos.
38	Look convierte en un must la ligereza y el estilo.
40	Pertegaz Klimt Edition: La sofisticación con sabor clásico.
44	Woow ¡La primavera ya está aquí!
46	Diversión y diseño en su nueva colección.
50	Tendencias.
52	NB, tu ritmo cambia, tus gafas no.
56	Las gafas Antonio Miro regresan al O80 Barcelona Fashion.
58	Lotus, monturas metálicas que marcan tendencia.
60	Etnia Barcelona. ¡Las mejores lentes!
63	TitanFLEX deslumbra desde 1988.
63	Innovación, comodidad y diseño de vanguardia.
63	Opti 2018, la feria de Múnich reafirma su crecimiento e internacionalización.

70	neubau eyewear, we are urban & we love nature, nuevos modelos sostenibles en naturalpx.
72	ZEISS DriveSafe con Tecnología i.Scription®. La combinación perfecta para la visión en la conducción.
74	Maui Jim lanza su primera colección de monturas oftálmicas.
78	La Mirada Solidaria de Fundación Multiópticas y Cruz Roja llega a Burgos.
80	MODO, la delicadeza del origami.
81	Noticias.
92	Dilem, los deseos se hacen realidad en tu mirada.
94	Audiología.
96	Hally & Son, el más puro clasicismo retro actualizado al gusto de hoy.
97	Agenda de Anuncios.

contents

Nº 174 / MARZO/MARCH 2018



8	Editorial. pacyr, tempest and proshift, the new glasses of adidas Sport eyewear for running or for the everyday.
10	Rodenstock Masters Selection, handmade frames for the most demanding.
12	Silhouette, Photo Sensation, the ideal graduated lenses for any light condition.
16	Silhouette fuses the best of Vision SensationTM and the iconic Titan Minimal Art collection.
17	Varilux Solutions, a new experience, a solution for every moment.
18	Bolon, of Essilor Group, consolidates its international presence.
22	Anne Hathaway, image of the brand.
24	Thema, the total customization of the 3D acetate comes with O-Six.
28	Contactology. Hoya Lens and Optica2000 present in Madrid
30	Yuniku, the glasses printed to measure in 3D.
34	ProDesign, innovation and Danish style in front of the sun.

ZEISS puts the focus on innovation. It will be present in ExpoÓptica with its novelties in lenses and equipment.
36 LOOK makes lightness and style a must.
38 Pertegaz Klimt Edition: Sophistication with classic flavor.
40 Woow Spring is here!
44 Fun and design in his new collection.
46 Trends.
50 NB, your rhythm changes, your glasses do not. Antonio Miro glasses return to 080 Barcelona Fashion.
52 Lotus, metal frames that set trends.
56 Etnia Barcelona. The best lenses!
58 TitanFLEX dazzles since 1988.
60 Innovation, comfort and avant-garde design. opti 2018, the Munich fair reaffirms its growth and internationalization.

neubau eyewear, we are urban & we love nature, new sustainable models in naturalpx.
70 ZEISS DriveSafe with i.Scription®Technology: The perfect vision combination while driving.
72 Maui Jim launches his first collection of ophthalmic frames.
74 The Solidarity Look of the Foundation Multiópticas and the Red Cross arrives to Burgos.
78 MODO, the delicacy of origami.
81 News. Dilem, wishes come true in your eyes.
92 Audiology. Hally & Son, the purest retro classicism updated to the current style.
96 ADS Agenda.



DESCUBRE EN PRIMICIA MUNDIAL LA NUEVA COLECCIÓN DE GAFAS DUCATI

MONDOTTICA LTD | MIDO PAB 1, STAND L24 M29

IBERIAOFFICE@MONDOTTICA.COM | WWW.MONDOTTICA.COM

Ducati Motor Holding S.p.A. official licensed product



NUESTRA PORTADA:

Silhouette, firma austriaca líder en gafas al aire, nos presenta en portada uno de los 12 modelos de su nueva colección Alpha. Como el de la imagen, cada uno de los modelos que conforman esta línea combina un estilo minimalista con las últimas tendencias. Son unas gafas que resaltan la individualidad de la persona gracias a su favorecedor y sutil toque urbanita, con formas y estilos para mujeres y hombres, bellos juegos de color y detalles tan cuidados como elegantes.

LookVISION

Nº 174 / MARZO/MARCH 2018

Una revista de:

MUNDIPRESS COMUNICACIÓN, S.L.

Director: **Julio Rozas**

Redactoras:

Alejandra Garcés y Mª Carmen Rodríguez

Colaboradores:

Vivian Watson, Fermín J. Alonso,

Esther Batanero y María Gildea.

Cofundador: **Luis Iglesias**

Redacción, administración y publicidad:

c/ Sánchez Díaz, 10 -1º dcha. 28027 Madrid

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

mail: **lookvision@telefonica.net**

info@lookvision.es

web: **www.lookvision.es**

www.lookvisionweb.com



RevistaLookvision



@lookvisionrev



revista-lookvision

Asesoría fiscal y financiera:

Franpij - Gestión y Análisis, S.L.

Maquetación y preimpresión: **Creapro**

Impresión: **Monterreina**

Depósito legal: M-24975-2001

TIRADA CERTIFICADA CONTROL



MIDO 2018 abre sus puertas Mientras, Optom y ExpoÓptica ultiman sus preparativos

Hace justamente un año, en esta misma edición de marzo, nos referíamos a dos noticias trascendentes para el sector: La celebración de Mido y la confirmación de que el sector óptico español estaba con la espada de Damocles sobre su cabeza debido al cambio interpretativo respecto al tipo impositivo del IVA aplicable a las monturas. El salón italiano se celebró con la brillantez de siempre y el problema del IVA "se arregló" el 29 de junio, tras la entrada en vigor de los Presupuestos Generales del Estado, pasando del 21% al 10%, pero no sin antes llevarse el Estado un suculento "bocado" de algo más de dos años de esa "interpretación" de que las monturas debían tributar al 21% en vez de al 10%. Este año nos ha tocado a las editoriales españolas sufrir en nuestras carnes, mejor dicho en nuestras páginas, la voracidad recaudatoria del Estado: Utilizando como brazo ejecutor a Correos, éste organismo ha subido las tarifas en casi un 30% para los envíos que no sean a capitales de provincia. Es decir, este año, la espada de Damocles ha caído de lleno sobre las cabezas de la prensa escrita nacional que utiliza los servicios de Correos para que sus envíos lleguen a las ópticas y profesionales españoles del sector. Subir las tarifas de esta forma tan brutal, sin mejorar el servicio -todo lo contrario-, a instancias y con el consentimiento del Ejecutivo, sí es un uso y abuso de posición dominante y monopolística de un organismo estatal, en detrimento de lo que hace años se consideraba Difusión del Arte y la Cultura. Nosotros, desde Lookvision, apenas vamos a repercutir estas tarifas porque priorizamos la información a la recaudación. Está claro que la difusión de la cultura, como la de la investigación y el desarrollo no va con los intereses de nuestros políticos. A menos cultura, más fácil manipulación.

Mientras el Congreso Optom y ExpoÓptica ultiman los preparativos de su celebración en Madrid del 13 al 15 de abril, con unas previsiones muy optimistas, Mido tiene lugar en Milán del 24 al 26 de febrero. Todo el universo óptico se da cita en lo recintos feriales de Rho-Pero: desde las grandes compañías multinacionales, fabricantes y distribuidores de monturas, gafas de sol, lentes oftálmicas, instrumentos, lentillas, productos de mantenimiento, maquinaria y componentes hasta empresas medianas y pequeñas dedicadas a la investigación y la vanguardia creativa, start-ups audaces e innovadoras.

Las áreas temáticas que caracterizaron la última edición se han confirmado también para este 2018: Fashion District, que reúne a las pequeñas y medianas empresas de moda con los gigantes del sector; Design Lab, puntode encuentro de los creativos más visionarios; Lab Academy, reservado para las start-ups más jóvenes junto con MORE!; Lenses, con los líderes del sector de lentes; Tech, dedicado a maquinaria, materiales y componentes técnicos, y Fair East Pavillion, un área exclusiva para las compañías más relevantes del panorama asiático. Formación e información también están presentes en la feria con el Mido Otticlub, un espacio dedicado a seminarios, presentaciones, eventos y conferencias sobre el mundo de la óptica en el que, además, "este año tiene lugar -nos recuerda el presidente de Mido, Giovanni Vitaloni- un evento internacional muy importante: el primer Día de Concienciación sobre la Salud Ocular, que se celebra el domingo 25 de febrero de 2018, a partir de las dos del mediodía; este evento involucra una organización internacional muy importante como es el Ministerio de Salud de Italia y la Comunidad Europea".

MIDO 2018 afronta su etapa más digital con MIDO TV, un canal que retransmitirá los contenidos en streaming en la web de la feria, la app de MIDO y sus redes sociales. Por último merece la pena destacar el concurso internacional Bestore 2018, que galardona a los mejores centros ópticos a nivel internacional, recompensando dos elementos fundamentales del éxito de un establecimiento óptico: El diseño de la tienda, es decir, aquellas que destacan por la forma en que el estilo, los materiales, el equipamiento, el mobiliario y la atmósfera general contribuyen a crear una experiencia de compra que no se puede renunciar; y la innovación: todos los aspectos relacionados con la atención y servicio al cliente, la interacción con clientes y proveedores, la gestión de la comunicación (tanto digital como tradicional), la historia del punto de venta así como sus aspectos profesionales, humanos y emocionales. Los ganadores de las dos categorías, se dan a conocer el 25 de febrero a las 1.30 p.m. en la Plaza del Distrito de la Moda de Mido. Los ganadores y el resto de informaciones sobre esta 48ª edición de Mido los daremos a conocer en la próxima edición de abril y en nuestra página web: www.lookvision.es puesto que, como todos los años, la revista Lookvision está presente en la feria de Milán los días 24, 25 y 26 de febrero con este número especial de marzo. ¡Nos vemos en Milán! ¡Feliz y fructífero Mido 2018!



Disponible en graduado.

MODELO: SWEPT AWAY

Y ahora las mejores vistas.

Nuestras lentes **PolarizedPlus2®** se ajustan a su estilo de vida, adaptándose a las distintas condiciones de luz a la vez que eliminan el resplandor y resaltan el color. Pruébelas y descubra la diferencia. **Color. Claridad. Detalle.**





EYEWEAR



pacyr, tempest y proshift

Las nuevas gafas de adidas Sport eyewear para correr o para el día a día



adidas Sport eyewear sigue innovando en el sector de las gafas deportivas con nuevos modelos, muy versátiles, de diseños atrevidos y atemporales: pacyr, tempest y proshift. Tres gafas que combinan las últimas tendencias con todas las prestaciones necesarias para ofrecer los mejores resultados a la hora de practicar deporte al aire libre o para el día a día.



Las nuevas gafas de adidas Sport eyewear, fusionan tecnología y funcionalidad. Complemento perfecto para la ciudad y el running, el modelo pacyr tiene carácter masculino y forma piloto.



El modelo tempest de adidas Sport eyewear, urbano y deportivo al mismo tiempo, presenta un diseño más femenino de suave forma cate eye.



Las proshift muestran un diseño redondeado ideal para rostros masculinos y femeninos. Como el resto de modelos, se pueden graduar.

Las nuevas pacyr, tempest y proshift lucen un diseño minimalista, urbano y actual que fusiona tecnología y funcionalidad. Gracias a su montura ultraligera, flexible y altamente resistente, estos nuevos modelos de adidas Sport eyewear ofrecen el máximo confort y durabilidad. Entre las características que incorporan, destacan el diseño antideslizante de los terminales de las varillas y las dos posiciones del puente nasal, ofreciendo así un ajuste perfecto en todo momento y sin puntos de presión.

Los tres modelos están disponibles con lentes espejadas que ofrecen una perfecta absorción de la luz y garantizan el mejor contraste. Existen también lentes polarizadas o con la tecnología estabilizadora de la luz LST™ patentada por adidas Sport eyewear; una propiedad adicional que armoniza las fluctuaciones causadas por la luz y la sombra. Además, destacan las lentes vario (fotocromáticas), que pasan de transparente a tinte gris oscuro en cuestión de segundos.

Las gafas pacyr, tempest y proshift de adidas Sport eyewear destacan por su gran versatilidad, convirtiéndose en el complemento perfecto para los apasionados al deporte, como por ejemplo el running. La diferencia más sensible entre los tres modelos se encuentra en la forma. El modelo pacyr cuenta con un diseño más masculino y en forma de piloto. Las tempest son más femeninas y en forma de cat-eye y las proshift son unisex y de forma más redondeada.

Como todos los modelos de adidas Sport eyewear, las nuevas gafas pacyr, tempest y proshift están diseñadas y producidas por Silhouette Internacional en Austria. Los tres modelos se pueden graduar, así se puede decidir entre utilizar un clip óptico o graduación directa.

Para más información, visita su página web: adidassporteyewear.com o entra en facebook.com/asporteyewear y [@asporteyewear](https://instagram.com/asporteyewear) en Instagram.



ERES ÚNICO. ERES YUNIKU.

Si una imagen vale más que mil palabras, entonces un rostro vale millones. Descubre Yuniku: la revolucionaria innovación en Gafas 3D a medida. Se adaptan a cualquier estilo de vida, cualquier look y cualquier necesidad visual.

www.yuniku.com

Yuniku.

3D TAILORED EYEWEAR

HOYA

THE MASTERS SELECTION.

R
RODENSTOCK

Monturas hechas a mano para los más exigentes

La más alta precisión de la artesanía alemana, combinada con materiales de primera calidad y un diseño moderno se dan cita en la nueva colección Masters Selection de Rodenstock.



Como fabricante de monturas y lentes, Rodenstock lleva más de 140 años desarrollando obras maestras en cuanto a diseños, materiales y funcionalidad. Las nuevas monturas Rodenstock Masters Selection son un ejemplo de técnica, estética y elegancia alemanas.



Los dos modelos Masters Selection que acaba de lanzar Rodenstock, en excepcional titanio y acabados a mano, son ideales para realzar con estilo las miradas de hombres y mujeres.

Fuero de 140 años de ingeniería alemana y diseño de gafas, así como de los éxitos mundiales cosechados por la serie Masterpiece, de clásico estilo retro, ahora Rodenstock ofrece su concepto de producir gafas de la más alta calidad, modernas y actuales, en la serie Masters Selection. Las monturas están fabricadas en Japón, con excelente titanio, detalles especiales, cuidada selección de colores metálicos que aportan un aspecto único y elegante y acabados a mano. Todo ello dado forma en dos modelos exclusivos, para hombre y mujer, realizados en titanio, muy ligeros y disponibles en una selección de cuatro colores que van desde el oro o plata hasta el rojo oscuro y diferentes tonos de marrón y titanio puro.



Sobre Rodenstock

Rodenstock es un fabricante líder en Alemania de lentes y monturas oftálmicas. Fundada en 1877 y con sede en Múnich, la compañía tiene una plantilla de alrededor de 4.500 personas en todo el mundo y está representada en más de 85 países por puntos de venta y socios de distribución. Rodenstock tiene plantas de producción en un total de 15 lugares en 13 países diferentes.

Más información en: www.rodenstock.com y en el teléfono: 91 651 11 41.



MIS GAFAS PARA LAS MÁS ALTAS EXPECTATIVAS.

Masters Selection by Rodenstock:

Monturas hechas a mano y acabado en titanio con la mayor calidad

See better. Look perfect.

R RODENSTOCK

686 NUDE / 688 NUDE | MODO.COM

MODO

NEW YORK MILANO STOCKHOLM



MIDO | MILAN | DESIGN LAB , BOOTH P11 R14



Silhouette®

PHOTO SENSATION

Las lentes graduadas ideales para cualquier condición de luz



Las Silhouette PHOTO SENSATION son unas lentes graduadas que adaptan su tonalidad de forma progresiva a la luz UV, convenciendo por su excelente protección. Sus ojos estarán protegidos contra los rayos UVA, UVB y UVC de hasta 400 nm, independientemente de la tonalidad.

Las lentes graduadas Silhouette PHOTO SENSATION, además de adaptarse a las condiciones lumínicas y ofrecer una óptima protección frente a los rayos UVA, UVB y UVC, destacan por su excepcional comodidad para todas las condiciones lumínicas. En caso de radiación solar intensa, las lentes se van oscureciendo hasta un 86% por lo que no solo ofrecen protección UV, sino también una alta protección ante los deslumbramientos. Si la radiación UV vuelve a disminuir, las lentes se vuelven más claras de inmediato hasta un 7%.

Gracias a la reducción al mínimo de los reflejos residuales del tratamiento Premium CLEAR SENSATION, éste proporciona adicionalmente una visión nítida, sin reflejos, una mayor comodidad y una alta resistencia.

Silhouette PHOTO SENSATION está disponible en los siguientes colores de tendencia: Stone Grey, Walnut Brown t Forst Green. Todos ellos ofrecen una transparencia total en el interior, tonalidad ligera con poca intensidad de luz, tonalidad media con el cielo despejado y tonalidad intensa ante una elevada intensidad de la luz del sol.



STONE GREY



WALNUT BROWN



FOREST GREEN

Silhouette Photo Sensation son ideales para cualquier ocasión. Las lentes, disponibles en tres colores, se aclaran u oscurecen en función de la luz ambiente.

www.silhouette.com/vision-sensation

Silhouette®

Fusiona lo mejor de **VISION SENSATION™** y la icónica colección **Titan Minimal Art**



La colección TMA Unify es el resultado de una extraordinaria fusión de montura y lentes gracias a la **INTEGRATED GLAZING TECHNOLOGY**. Unidas de forma inseparable, la montura se fusiona con las lentes con una precisión minimalista y estética. Perfecta armonía.

La **INTEGRATED GLAZING TECHNOLOGY** elimina completamente cualquier límite entre la lente, el terminal y el puente. Así, esta nueva tecnología de montaje permite que estos elementos individuales se fundan perfectamente entre sí, formando un todo perfecto. Para lograr esto, Silhouette moldea un surco en la lente en la que se insertan la varilla y el puente nasal. Igualmente innovador es el diseño de la varilla, donde el titanio y el SPX se unen en una combinación que destila elegancia y singularidad.

Opcionalmente se puede escoger también la tecnología **PHOTO SENSATION™**. Para disfrutar de una visión ilimitada en cualquier condición de luz.

TMA Unify está disponible exclusivamente para **VISION SENSATION™**.

Monturas y lentes se fabrican al completo con la máxima precisión y los más altos estándares orientados al futuro en la sede de la empresa en Austria y se montan en el propio **Silhouette LENS LAB**.





Una nueva experiencia, una solución para cada momento

Varilux inicia una nueva etapa con un nuevo protocolo diferenciador poniendo como protagonista al consumidor, ofreciéndole una solución para cada momento: Varilux Solution Drive, Sun o Digital e incluyendo un segundo par de lentes en función de su estilo de vida. La actriz Paz Vega es la nueva cara de Varilux y protagonista de la campaña en medios de la marca de Essilor.



Varilux inició en el año 2013 un nuevo camino basado en la diferenciación. Gracias a una fuerte inversión en medios creció en gran medida la notoriedad de la marca, permitiendo convertirla en un referente del sector. Para esta nueva etapa Varilux inicia un nuevo camino, dejando atrás las publicidades basadas en branded y presentando un nuevo protocolo diferenciador donde se pone al usuario en el centro, basado en el estilo de vida del consumidor y despertando en él la necesidad de tener soluciones específicas para actividades específicas. Nace así Varilux Solutions ofreciendo como 1ª pareja una solución universal y como 2ª pareja unas lentes Varilux que se adapten al estilo de vida del consumidor: Varilux Solution Drive, Sun o Digital.

El consumidor hoy es más exigente, está más preocupado por su salud, más informado y dispone de un abanico de productos del que elegir. Necesita soluciones diferentes en función de su estilo de vida... Como Paz Vega. La atractiva actriz española de fama internacional es la nueva cara de Varilux, el primer perfil femenino que representa la marca, aportando valor añadido al nuevo concepto con su frescura y elegancia. Varilux Solutions también cuenta con una fuerte presencia en medios: radio, prensa escrita, medios digitales y publicidad exterior, haciendo así la campaña mucho más visible y cercana para todos.

Varilux Solution Drive, Varilux Solution Sun y Varilux Solution Digital

Varilux Solution Drive permite disfrutar de una visión nítida al volante. Cuenta con un nuevo diseño de lente específico para la conducción, Road Pilot II, el tratamiento Crizal Drive que reduce los deslumbramientos hasta un 90%, y la combinación con Transition XTRActive, que activa el color de la lente en interiores y en el automóvil.

Los que tienen una vida muy activa en el exterior pueden optar por Varilux Solution Sun, las lentes progresivas polarizadas que eliminan el resplandor, mejoran el color y el contraste, a la vez que protegen los ojos de los dañinos rayos UV y UVB.

Varilux Solution Digital para los perfiles que pasan gran parte de su tiempo frente a dispositivos digitales, como ordenadores, tablets o smartphones. Esta solución cuenta con el tratamiento Crizal Prevencia que protege la visión de la luz azul nociva que emiten estos dispositivos y reduce la fatiga visual.



Enero - Abril



Mayo - Agosto



Septiembre - Diciembre



#BeAnartist

Series 3

Model **Bywater Sun PK**. Photography by **Biel Capitonch**



Ven a visitarnos a

MIDO

del 24 al 26 de febrero del 2018

Rho Fieramilano, Milan

Pabellón 4 / Stand U19 V26

etnia  **BARCELONA**



Custo Barcelona es uno de los diseñadores españoles más importantes a nivel internacional. Su presencia continua en la Fashion Week de Nueva York lo han consolidado como una referencia en el mundo de la moda. Hace ya más de seis años que eligió Opticalia para desarrollar y comercializar en exclusiva sus colecciones eyewear y sunwear.

Y tú ¿quieres formar parte de Opticalia?

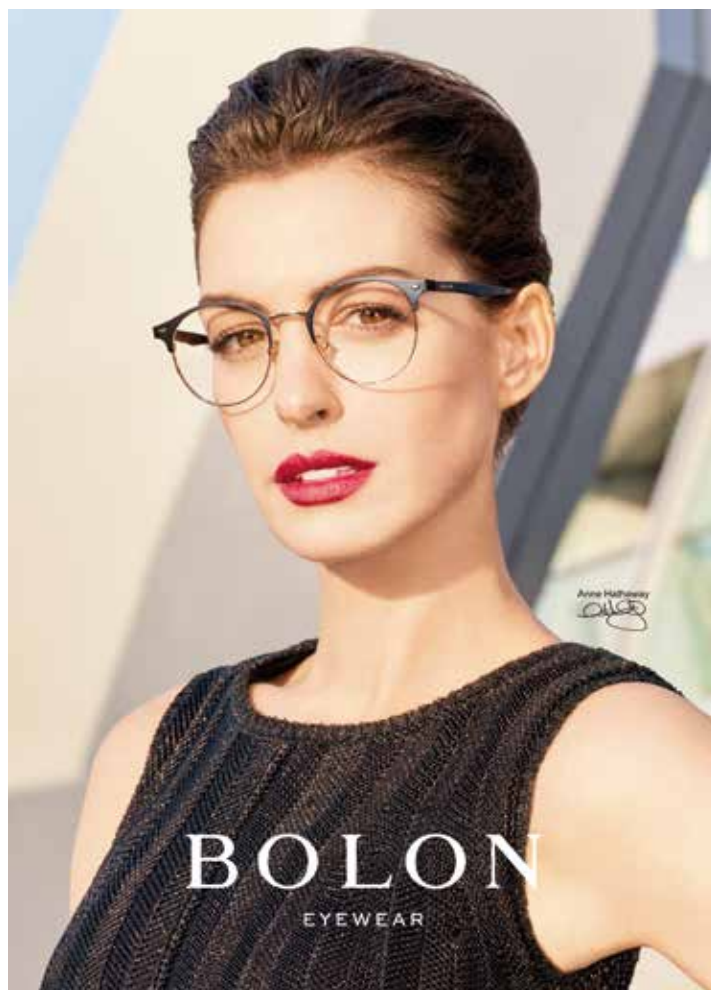
OPTICALIA
www.opticalia.es



Bolon, del Grupo Essilor, consolida su presencia internacional

Anne Hathaway, imagen de la marca

Bolon®, la marca líder de gafas asiática de diseño italiano, asiste este año a Mido, la mayor feria internacional de la industria del eyewear, que se celebra en Milán del 24 al 26 de febrero. Este hecho confirma la voluntad del Grupo Essilor de fortalecer el poder de atracción de sus marcas de monturas, así como de consolidar su presencia internacional y acelerar su crecimiento en el mercado europeo.



La actriz Anne Hathaway, embajadora de Bolon, luce espléndida con los modelos de sol y de vista de la firma asiática perteneciente al Grupo Essilor.

La marca está diseñada y fabricada por la empresa Xiamen Yarui Optical, que se unió al Grupo Essilor hace 5 años. Desde su lanzamiento, Bolon® ha apostado por un estilo de lujo asequible, en línea con los gustos europeos. La firma se caracteriza por tener un diseño de alto nivel, emplear materiales de la mejor calidad y tecnología de última generación. Dirigida a un público preocupado por la moda y con personalidad, Bolon® cuenta con una amplia colección de modelos con diseños atractivos llenos de detalles ingeniosos.

Anne Hathaway, una embajadora internacional

Tal y como declaró Eric Thoreux, presidente de Sun, Readers and Photochromics en Essilor International, en la presentación de la actriz como imagen de marca "Anne Hathaway personifica la juventud y el estilo para miles de millones de consumidores. Ella simboliza perfectamente lo que significa Bolon®, tanto en Asia como en el resto del mundo: una imagen sofisticada, romántica y artística. Tener a Anne respaldando las gafas de sol Bolon® y las ópticas valida nuestra estrategia de reforzar continuamente la calidad de nuestros productos y de permitir que las personas luzcan bien mientras protegen sus ojos del sol".

VIVE LO MEJOR DE LA LUZ

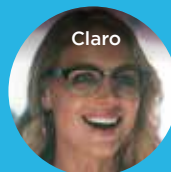
Transitions es una marca registrada propiedad de Transitions Optical, Inc., utilizada bajo licencia por Transitions Optical, Inc. ©2016 Transitions Optical Limited.
El funcionamiento de las lentes Transitions fotocrómicas está influenciado por la temperatura, la exposición a la radiación UV y el material de las lentes.



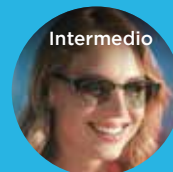
Transitions®

DESCUBRE LAS LENTES TRANSITIONS
QUE SE ADAPTAN A TU RITMO DE VIDA

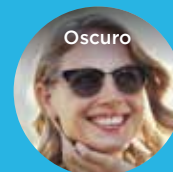
Con las lentes **Transitions Signature VII Style Colors** se amplía la gama de colores para lentes fotocromáticas, ofreciendo una gama de hasta **7 opciones diferentes**.



Claro



Intermedio



Oscuro



Zafiro



Esmeralda



Amatista



Ambar



Gris



Marrón



Verde

La personalización total del acetato en 3D llega con O-Six

La historia de Thema-Optical comenzó en 1993, cuando fue fundada por Giorgio Valmassoi, como una pequeña empresa familiar, cuya experiencia en el sector de las gafas se remonta a 1971. El crecimiento de la compañía ha sido constante hasta finales de 2011 y desde entonces sus opciones comerciales y expansión han dado lugar a un mayor crecimiento que no parece detenerse, fruto de un i+d del que ahora presenta como primicia mundial la técnica 3D-Acetate.

Thema-Optical, empresa dirigida en la actualidad por Roberto, hijo de Giorgio, ha visto triplicarse su facturación a partir de 2012. Además, cuenta con una amplia red de agentes en toda Europa, América del Sur y Estados Unidos, donde Giulia, hija de Giorgio Valmassoi, dirige la fábrica hermana en Miami.

Cadore siempre ha sido no solo un ejemplo en el sector de las gafas, sino incluso un referente internacional que estableció el estándar para la empresa. Thema-Optical cree firmemente que la profesionalidad, el conocimiento del producto y más de un siglo de experiencia se deben tomar como ventajas para ofrecer a sus clientes lo mejor del Made in Italy.

Los ópticos que eligen Thema-Optical pueden personalizar los productos hasta en el más mínimo detalle para producir y ofrecer gafas totalmente personalizadas a sus clientes.

La fuerza principal de Thema-Optical siempre ha sido la firme voluntad de escuchar las demandas del mercado. Una amplia variedad de modelos para satisfacer todos los gustos, un servicio de e-shop en línea disponible las 24 horas del día y servicios de marca propia se encuentran entre los muchos servicios que ofrece Thema.



Fábrica y sede social de Thema-Optical situada en el Cadore, emblemática zona italiana de producción de gafas.

O-SIX
ART MADE



Las monturas de la colección O-Six, de Thema-Optical, realizadas con la técnica 3D-Acetate, son un brillante ejemplo de moda y estilo actual. Sólidas y estables, además mejoran la corrección óptica ya que la lente siempre permanece en la posición óptima. Mods. O-Six Ov-302 "Ray Street", Ov-303 "Shoreditch" y Ov-304 "Noho".



Thema-Optical presenta oficialmente en Mido 2018 la innovadora técnica 3D-Acetate, siendo la primera empresa del mercado en esculpir y crear en 3D la gafa personalizada para cada rostro a partir de una plancha de 20-22 mm. compuesta por múltiples capas de acetato.

3D-ACETATO. ESTRENO MUNDIAL

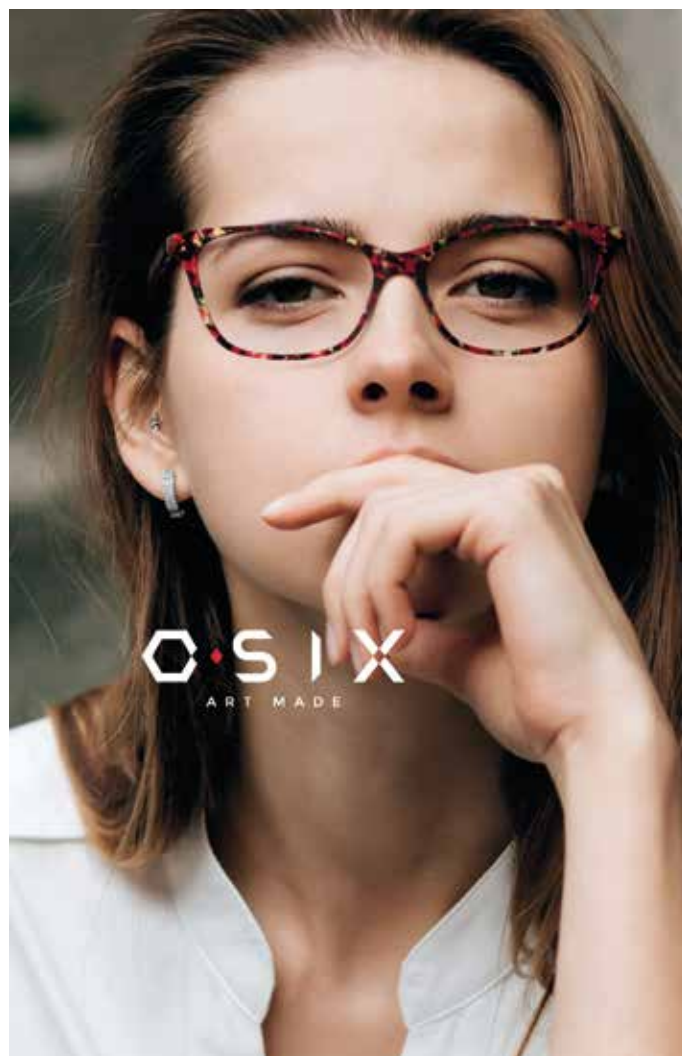
En Mido 2018, Thema Optical lanza a nivel mundial una nueva tecnología en el sistema de producción de las monturas de acetato. Se trata de la revolucionaria técnica 3D-ACETATE, que da vida a unas gafas sin precedentes, resultado de años de investigación que permiten a Thema-Optical, y a este proceso patentado, ser los primeros en el mercado. Esta técnica le permite cortar las monturas a partir de una plancha de 20-22 mm compuesta por múltiples capas de acetato, combinadas según el diseño del estilista. En primer lugar, desde un punto de vista estético, esta plancha permite la combinación y FUSIÓN con un proceso mecánico y sin la utilización de pegamentos o ácidos, de innumerables texturas y colores, creando efectos visuales extraordinarios (Thema-Optical tiene más de mil colores diferentes): las distintas capas de color se ven a lo largo de la curvatura de las gafas, creando asimetrías cromáticas particulares. Además, a través de la técnica 3D, las gafas se esculpen y se crean inmediatamente con la curvatura necesaria para cada rostro. Esto ofrece numerosos beneficios en comparación con la producción normal, donde las monturas salen planas y deben calentarse para doblarse, lo que afecta su resistencia y las condiciona a deformarse con el paso del tiempo. Las gafas 3D-ACETATE son sólidas y estables, y al mismo tiempo también mejoran la corrección óptica, ya que la lente siempre permanece en la posición óptima. Todo esto teniendo en cuenta y prestando especial atención al medio ambiente, ya que la unión de las capas se efectúa sin utilizar disolventes.

El cliente tiene total libertad de elección entre colores y tamaños, para un tipo de gafas completamente personalizadas, con una producción bajo demanda en las fábricas de Thema-Optical en Domegge y Miami. Una revolución sustancial para gafas, moda y estilo: nunca más la misma gafa para 6 millones de usuarios, sino 6 millones de gafas diferentes para 6 millones de usuarios. Hasta ahora se imponía sólo el estilo, ahora cambian las reglas del juego.

La técnica 3D-ACETATE se utiliza en las líneas O-Six, Giorgio Valmassoi y iGreen. Osix, donde la fusión de colores define la línea, se verá aún más resaltada por la tecnología 3D. En la colección Giorgio Valmassoi, de estilo clásico con un carácter atemporal, el 3D se combina para aumentar aún más la comodidad; finalmente, la colorida línea iGreen dará una dimensión adicional a la explosión de colores.

Esta es una de las tantas historias de Thema-Optical que, paso a paso, lleva a cabo muchos proyectos como gafas biométricas y la búsqueda continua del acoplamiento perfecto entre lente y montura, que sigue buscando siempre la innovación y el cambio, como evidencia del talento italiano y "cadorino".

Mail: info.es@thema-optical.com - Tel.: + 34 931 816 472 - web: <http://www.o-six.it/>



A partir de la plancha de acetato, una vez fusionadas sus diferentes capas mediante un proceso mecánico sin utilizar pegamentos o ácidos, se crean efectos visuales extraordinarios como podemos apreciar en esta montura O-Six y las gafas se esculpen en 3D según la curvatura de cada rostro.



I AM FREE

Impression FreeSign® 3

VISIÓN ÚNICA
SIN PRECEDENTES.

LOS PROGRESIVOS DISEÑADOS PARA
SENTIRSE MÁS JOVEN EN TODO MOMENTO

Seebetter. Look perfect.

R RODENSTOCK



RODENSTOCK ROAD

LÁS UNICAS LENTES CON CERTIFICADO MUNDIAL DE SEGURIDAD VIAL TÜV
See better. Look perfect.



- MEJORA ABSOLUTA DE LA VISIÓN NOCTURNA
- COLORES MÁS NATURALES DE DÍA Y DE NOCHE
- REDUCCIÓN DEL DESLUMBRAMIENTO
- MEJOR PERCEPCIÓN DE LAS DISTANCIAS

RODENSTOCK

Clausurado el Advanced Program for Optics Management de ESADE, liderado por Alcon y Essilor

En fechas pasadas se celebró la clausura de la novena edición del Advanced Program for Optics Management liderado por Alcon y Essilor junto con la prestigiosa escuela de negocio ESADE Business School. Este programa académico está orientado a ópticos para mejorar su gestión empresarial, siendo un curso a 3 años vista con una formación lectiva anual de 32 horas.

El acto de graduación tuvo lugar en las instalaciones de ESADE Fórum en Barcelona y fue muy especial ya que se graduó la primera promoción conjunta de participantes por parte de las dos empresas líderes del sector, Alcon y Essilor. Durante el evento, se entregó a los participantes el certificado de participación al curso. El acto fue presidido por el Enrique López Viguria, secretario general de ESADE. Por parte de Alcon estuvo presente Inés Mateu, Vision Care Business Unit Manager Iberia ALCON, y por parte de Essilor Luis Elzaurdia, Managing Director Essilor Network. Por la escuela de negocios de ESADE también asistió el profesor Carles Torrecilla, director académico del Advanced Program for Optics Management.

Tras el acto de graduación tuvo lugar una conferencia de clausura titulada: "Un viaje sorprendente", que permitió a los participantes realizar un viaje por nuestro fascinante universo en busca de algunas de las claves de la gestión directiva, de manos de Joan Anton Català, Màster en Astronomía y Astrofísica y fundador y director general de la consultora Leading-On, especializada en la gestión del cambio y la ejecución. El evento finalizó con una cena de gala con todos los asistentes en las mismas instalaciones de ESADE Forum.



Disop asistió a Opti Munich con stand propio



Disop ha estado presente un año más en la feria de óptica de Múnich con un stand situado en el pabellón de contactología. El equipo de la empresa recibió la visita de profesionales de todo el mundo con los que pudo intercambiar opiniones y propuestas comerciales.

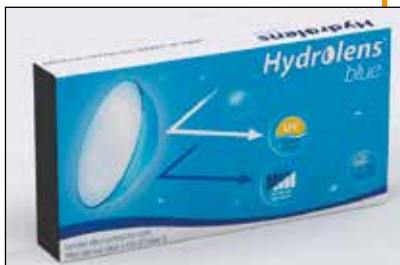
Con su asistencia como expositor a la feria de Múnich, Disop se planteó dos objetivos: Difundir el mensaje "La salud ocular está en la óptica" entre los clientes del mercado internacional y presentar su proyecto de salud ocular en un ambiente profesional y a la vez cálido y acogedor. "Nuestro deseo -nos comenta Cristina Mendoza, responsable de Marketing- era que quien nos visitara se sintiera como en casa y se contagiara de nuestro entusiasmo para hacer de la salud ocular un negocio en las ópticas. Desde Disop estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos en la feria y consideramos que ambos objetivos se han cumplido. Ya esperamos con ganas e interés la próxima edición de Opti 2019".

Zas Visión lanza al mercado Hydrolens Blue, una lente de contacto con filtro para la luz azul

Una vez más Zas Visión apuesta por la salud visual y la calidad de sus productos. Hydrolens blue es una lente mensual que combina filtro UV de clase I y filtro de bloqueo selectivo

de la luz azul para proteger los ojos del 99% de la luz UVB, el 93% de la luz UVA y el 14% de la luz azul-violeta dañina.

Las lentes son moldeadas con tecnología patentada de micro-precisión, la cual proporciona una flexibilidad en el diseño, que va más allá de los hidrogeles estándares. Hydrolens Blue es una lente de hidrogel que ofrece un selecto rango de parámetros para abarcar todas las prescripciones esféricas.



Las lentes pintadas a mano de No7 cambian vidas

Dar a las personas traumatizadas como consecuencia de lesiones y enfermedades oculares la confianza para mirar a los ojos de nuevo a los demás es posible con las lentes de contacto pintadas a mano de No7.

Ayudar a ocultar el daño ocular en pacientes de todo el mundo es la tarea del servicio de lentes pintadas a mano de No7. Con una creciente base de clientes internacionales, la firma también puede elaborar lentes pintadas a mano bajo prescripción. "Tras horas de arduo trabajo, podemos proporcionar los medios para que aquellos que han sufrido una lesión traumática vuelvan a mirar a los demás con confianza", afirma Danny Pepper, director de marketing y ventas de No7. "Algunos de los usuarios de nuestras lentes han tenido accidentes, mientras que otros tienen afecciones congénitas, albinismo, lesiones del iris y la córnea y heterocromía. Nuestras lentes se usan a menudo para mejorar la apariencia del estrabismo o como un oclisor cosméticamente aceptable para eliminar la visión doble en pacientes con diplopía. Podemos pintar las lentes para cubrir el daño y unir las al ojo bueno, ocultando cualquier desfiguración. Trabajando a partir de fotografías, utilizamos un pincel muy fino en lentes suaves: a veces el trabajo es tan fino que estamos trabajando con solo unos pocos pelos".



EURO *Lent*

DISTRIBUIDOR LENTES DE CONTACTO



We make it visible.



nuevo material **ALGIN**

agente natural obtenido a partir de un **extracto de ALGAS**

ESFÉRICA

+ 8.00 > -16.00 dpt.

TÓRICA Y MULTIFOCAL

La nueva caja de **CONTACT DAY 1**,
es ideal cuando se viaja. Fácil de
abrir y cerrar con la punta del dedo



INDUSTRIAS, 17 - 2ª PLANTA
28923 Alcorcón (MADRID)

916 418 906

info@eurolent.com
pedidos@eurolent.com

Hoya Lens y Optica2000 presentan en Madrid Yuniku. las gafas impresas a medida en 3D

Hoya, junto con Optica2000, presentó el pasado 31 de enero, en el espacio El Paracaidista, en pleno barrio madrileño de Malasaña, Yuniku: gafas diseñadas en su totalidad alrededor de la visión óptima del usuario e impresas a medida en 3D.

A l cóctel-presentación de Yuniku asistieron los padrinos de la marca y usuarios de la firma: la medallista olímpica y campeona mundial de natación sincronizada, Gemma Mengual, y el diseñador Juanjo Oliva, además de directivos y personal de Optica2000, de Hoya Lens Iberia y Hoya Lens International, profesionales del sector, medios de comunicación y numerosos rostros conocidos del ámbito del cine, el teatro, la moda y la cultura en general como las actrices Antonia San Juan y Lara Dibildos, la modelo y diseñadora Laura Sánchez, los periodistas Abel Arana y Alberto Herrera, el estilista Josie, Marta Vaquerizo y el actor Jorge Lucas, entre otros.



La medallista olímpica y campeona mundial de natación sincronizada, Gemma Mengual, y el diseñador Juanjo Oliva, padrinos de la marca y usuarios de la firma, durante la presentación de Yuniku.



Gemma Mengual y Juanjo Oliva con los directivos de Hoya Lens Iberia: Mariano Llanas, director general; Isabel Valero, directora de marketing, y José Fraile, director comercial.



Numerosos rostros conocidos del teatro, cine, TV y moda se dieron cita en la presentación de Yuniku. Entre otros vimos a: Antonia San Juan, Lara Dibildos, Jorge Lucas, Laura Sánchez, Marta Vaquerizo, el estilista Josie y los periodistas Abel Arana y Alberto Herrera.



Hoya Lens, empresa japonesa referente en el sector de la óptica, lanza ahora en España Yuniku, una firma de gafas "tailor made" que a través de un avanzado sistema de escáner facial ajusta la lente a las necesidades de visión, estilo de vida y fisonomía del cliente para después crear la montura que mejor encaje con los rasgos faciales del usuario. Yuniku se convierte así en un líder en el mundo de las gafas gracias a la integración de las últimas tecnologías en óptica e impresión 3D desde el inicio. Ese escáner especial mide los rasgos faciales y un avanzado software establece la óptima posición de las lentes para la mejor visión posible. Teniendo en cuenta las necesidades visuales, los rasgos faciales y el estilo de vida de cada persona, se crean las monturas a medida del usuario, para que sienten a la perfección. Un espejo virtual permite al usuario verse con las gafas, sin llevarlas realmente. Un documento digital se genera al instante incorporando todos los datos, y las monturas ya están listas para ser creadas. La impresión 3D permite personalizar aún más la montura según las necesidades visuales, estéticas y de comodidad del cliente. El resultado son unas gafas personalizadas y adaptadas por completo a cada usuario, y una visión sin precedentes.



Directivos y profesionales de Hoya y Optica2000 posaron con Gemma Mengual y Juanjo Oliva ante el photocall del cóctel-presentación de Yuniku en Madrid.



Diversos momentos de la presentación de Yuniku en el espacio El Paracaidista, en el madrileño barrio de Malasaña.



Las firmas ópticas Hoet, Weddd y Ørgreen, junto con la plataforma de escaneo facial Hoya YuniKu, crean unas colecciones de monturas en diferentes estilos y variaciones de color, para mujeres y hombres.



ERES ÚNICO. ERES YUNIKU.

YuniKu.
3D TAILORED EYEWEAR

HOYA

YuniKu aterriza en España de la mano de Optica2000, que por el momento cuenta con la firma en su centro de El Corte Inglés de Pozuelo (Madrid) y en su tienda de Consell de Cent en Barcelona.

La gama ofrece una selección de lentes progresivas, monofocales y ocupacionales premium sumada a una exclusiva selección de monturas, colores y acabados. En la actualidad existen 3 colecciones, pero es una plataforma abierta donde se irán añadiendo nuevos diseños:

COLECCIÓN YUNIKU by HOET

Sinónimo de diseño y tecnología, minimalista y de elegancia sutil, YuniKu by Hoet es la primera colección de gafas 3D YuniKu. Consta de 15 diseños, 9 colores y 3 texturas. Están fabricadas en Poliamida, un material más fuerte que el acetato, más ligero que el titanio, más flexible que el TR90, biocompatible y resistente al sudor.

ALLURE DE WEDDD

Colección diseñada con un toque moderno; perfecta para jóvenes profesionales. Costa de cinco modelos, 7 colores y una textura.

CABRIO DE HOET

Marca emblemática de Hoet, es una combinación de detalles alegres, divertidos y de diseño ergonómico. Una forma de llegar a un público más amplio, pero especialmente interesado en la moda. Está disponible en 7 modelos, 5 colores y 1 textura.

COLECCIÓN ØRGREEN + YUNIKU

Con fuerte herencia danesa, Ørgreen aporta su sello inconfundible al concepto de personalización de YuniKu y añade una cuarta dimensión por su exquisita estética. Disponible en 12 modelos y 6 colores.



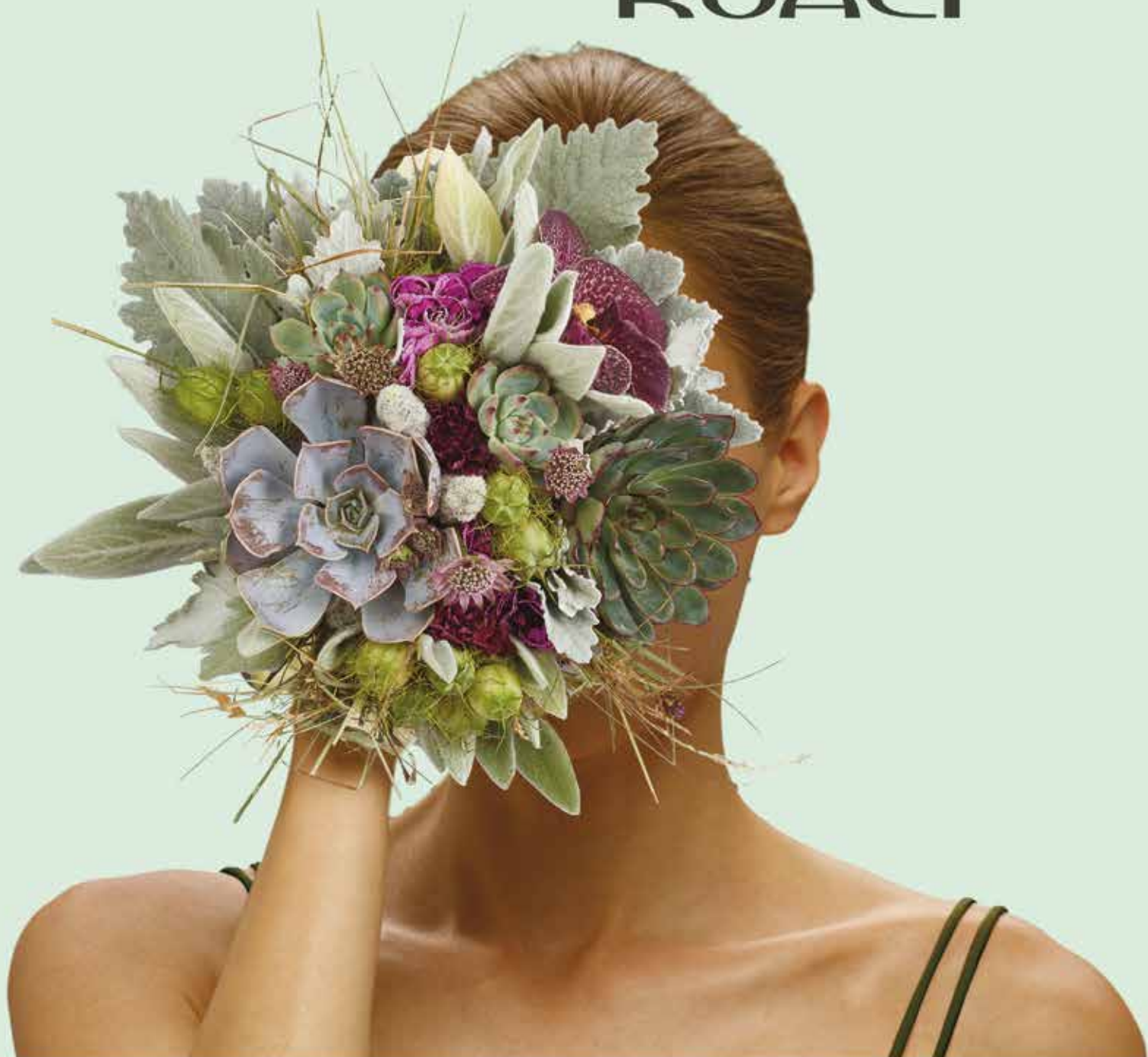
Gemma Mengual y Juanjo Oliva con los directivos de Hoya Félix España, Isabel Valero y Claudia Unger. Con ellos también vemos a Juan Collado, de Gaceta de Optometría, y Julio Rozas, de Lookvision.

¿Cómo funciona YUNIKU?

En la óptica, se escanean los rasgos faciales del cliente y se registran sus necesidades visuales. Basándose en los datos recogidos, se definen y fijan los parámetros de uso óptimos y automáticamente se realiza una recomendación del tamaño de la montura. Esto garantiza no solo una visión óptima, sino también el ajuste de la montura más cómodo, porque cada montura puede personalizarse para adaptarse a cada rostro. El diseño de la montura, el color y el acabado se pueden elegir para que se ajuste al estilo individual del cliente.

Gracias a los avances en la tecnología de impresión 3D, se han eliminado las limitaciones planteadas por las monturas tradicionales. Por primera vez, los usuarios pueden disfrutar de lo último en rendimiento óptico, sin comprometer el estilo o la forma.

MOREL KOALI



LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

Distribuidor para España: DAY & NIGHT - Tel.: 973 311 965 - www.groupdayandnight.com

prodesign : denmark

THE SUN COLLECTION

Innovación y estilo danés frente al sol

Las nuevas propuestas que presenta ProDesign en gafas de sol permanecen fiel al legado de la prestigiosa firma escandinava. Todos los diseños prestan especial atención a los detalles innovadores y a un ajuste perfecto al rostro.

Auténtico emblema danés del eyewear, la marca perteneciente a Design Eyewear Group lanza su nueva colección solar para esta primavera verano. "Sun Collection es una línea única en su género -dice Martin Jespersen, arquitecto y diseñador de ProDesign-. Se compone de monturas que son auténticas piezas únicas, exclusivas, de plena tendencia, junto con detalles finos inspirados en joyas de estilo Art Dèco".

Entre los primeros modelos presentados en esta ocasión de cara a la nueva temporada destacan los de la serie 8655-57, 8501-04 y 8120. El primero de ellos, el 8655-57, se convierte en pieza central de la colección gracias a su diseño de montura plegable y funcional. La ubicación elevada del puente y el acabado mate del fino en CXT dan como resultado un genial estilo de última moda. Este modelo, que representa todo un concepto en cuanto a creatividad, ha obtenido el Japan Eyewear Award por su excelente diseño y cómodo ajuste. Gracias a ello ProDesign mejora su posición como una de las firmas más innovadoras de la industria internacional del eyewear. "La funcionalidad de la montura plegable añade un toque de tendencia a la comodidad, manteniéndose fiel al espíritu de ProDesign. La montura encaja a la perfección en la pequeña funda de cuero especialmente diseñado para ella", comenta Marie-Louise Japhetson, arquitecta y diseñadora de ProDesign.



La gafa de sol plegable ProDesign 8655-57 es uno de los modelos principales de la nueva colección primavera-verano. Ha sido premiado con el Japan Eyewear Award por su excepcional diseño, funcionalidad y comodidad.



prodesign : denmark

THE SUN COLLECTION

Por su parte, tal como señala Martin Jespersen, "El concepto de los modelos 8501-04 está lleno de actitud y carácter. Un símbolo de ello es la forma en que jugamos con la transparencia del CXT ultrafino para lograr realzar la visibilidad y la estructura interna de la montura. Además, su combinación con el fino acero inoxidable y el doble puente sobreelevado en la zona de la nariz destacan aún más el carisma del modelo".

La gafa de sol ProDesign 8120, otra estrella de la nueva colección de sol de la firma danesa, deja patente "que la inspiración puede venir de cualquier parte y surgir en todo momento –señala Marie-Louise Japhetson-. Así, el concepto 8120 se inspira en los colores dorados y en los delicados detalles de la joyería Art Dèco. La combinación del acero dorado y la cuidadosa técnica de coloración del frontal otorgan a este modelo un toque muy elegante".

Más información en:
www.prodesigndenmark.com
www.designeyeweargroup.com
y en el teléfono: +34 944 211 776.



Actitud y carácter definen el diseño de los modelos 8501-04. Además, la combinación del CXT con el acero inoxidable y el puente sobreelevado, realza aún su carisma.



Los tonos dorados del metal y la cuidadosa técnica del lacado, de inspiración Art Dèco, otorgan un toque muy elegante al modelo de sol 8120.

ZEISS pone el foco en la innovación

Estará presente en ExpoÓptica con sus novedades en lentes y equipos

ZEISS estará presente en la 32ª edición de ExpoÓptica -13-15 de abril- para presentar a los profesionales ópticos las novedades tecnológicas con las que añade valor a todas sus lentes orgánicas: Protección total UV400 en todas sus lentes blancas, así como los equipos y tecnología ZEISS que facultan al óptico-optometrista para llevar a cabo el análisis visual del siglo XXI.

Después de que la firma alemana revolucionase el sector con ZEISS DriveSafe, las lentes de uso diario, optimizadas para la conducción (2015), su portfolio ZEISS Progressives Precision para ayudar al sistema visual en el nuevo entorno digital (2016) y ZEISS EnergizeMe, las primeras lentes diseñadas específicamente para usuario de lentes de contacto (2017), la apuesta por la innovación de ZEISS en 2018 se centra en la prevención y en la salud ocular.



Workstation de ZEISS. Junto a sus novedades en lentes, la firma alemana mostrará en ExpoÓptica 2108 -del 13 al 15 de abril en Madrid-, sus equipos y sistemas de última generación que integran el análisis visual del siglo XXI.

A pesar de que muchos usuarios de gafas son conscientes de que la radiación UV puede dañar gravemente su salud visual, no toman las medidas adecuadas para protegerla. Probablemente porque piensan que la protección UV solo es necesaria cuando la luz solar es intensa. En realidad, la radiación UV está omnipresente a lo largo del día, incluso a la sombra o cuando está nublado. Plenamente consciente de ello, ZEISS ha dado un paso más. Desde mayo de 2018, todas sus lentes oftálmicas orgánicas podrán contar con una protección UV hasta 400 nm, más allá de los estándares actuales del sector. La radiación UV daña y puede acelerar el envejecimiento del ojo, provocando cataratas, e incluso daños en la retina y cáncer de piel. La protección 100% UV400 reduce el riesgo mediante la aplicación de tecnologías innovadoras tanto en el material de la lente como en los tratamientos que las recubren. La puesta de largo de esta nueva categoría de lentes será la gran novedad que ZEISS va a presentar en ExpoÓptica, Madrid, desde su stand 9C04.

La otra gran novedad que ZEISS mostrará a los ópticos en la feria es el Análisis Visual del siglo XXI, el que los pacientes esperan de su establecimiento óptico y que convierte el examen visual en una experiencia centrada en el diagnóstico y el valor diferencial del profesional. Los equipos e instrumentos que se utilizan forman parte de un mismo ecosistema y "hablan" el mismo idioma. Entre estos equipos destaca el nuevo VISUPLAN 500, un tonómetro de no contacto para

una medición de la presión intraocular -PIO- rápida y cómoda, prueba que forma parte de toda revisión profesional para la detección precoz del glaucoma, principal causa de ceguera irreversible en el mundo, que en España afecta a más de un millón de personas.

VISUPLAN 500 hace que el examen sea extremadamente sencillo y, a diferencia de la tonometría de Goldmann, no requiere contacto ni anestesia. La medición se realiza con un suave soplo de aire que puede ser administrado por el equipo de consulta. Su manejo es intuitivo, y se integra de manera óptima en las revisiones generales, como parte del Análisis del Siglo XXI que propone ZEISS. El proceso de medición se ejecuta automáticamente. Comienza desde la pantalla táctil, donde el óptico puede elegir entre mediciones sencillas o múltiples, e incluso comenzar con un soplo de prueba para poner en antecedentes a los pacientes. Los resultados del examen se muestran directamente en el monitor y se pueden imprimir en la impresora térmica integrada en el equipo.



Entre los últimos equipos de Zeiss destaca Visuplan 500, tonómetro de no contacto para una medición de la presión intraocular -PIO- rápida y cómoda.

El cerebro del Análisis ZEISS es i.Com Mobile. Con esta solución, el óptico mejora la eficiencia de la consulta y la experiencia del paciente con un iPad, que acompañará, y hará visible y comprensible para el cliente, el proceso de la graduación. La herramienta está conectada a un servidor de gran capacidad que almacena, en una misma fuente, los exámenes y mediciones de los equipos que conforman el ecosistema ZEISS. i.Com Mobile homogeniza el flujo de trabajo en la óptica, independientemente de quien lo lleve a cabo, ahorra tiempo en cada procedimiento, depura errores y conecta la anamnesis, la refracción objetiva, la subjetiva, la elección de la montura, su ajuste y la selección de las lentes personalizadas.



s o v é r

Importador y Distribuidor: United Vision, S.L.
Tel.: +34 910 181 118 - email: office@unitedvision.es

AVANGLION - VALENTIN YUDASHKIN - OZZIE - ABORIGINAL - EINARS - VIEWOPTICS - POLAR GLARE

LOOK

convierte en un must la ligereza y el estilo

La ligereza es la clave de los diseños de LOOK, firma de la compañía italiana Look Occhiali, que llega con nuevos modelos producidos con materiales de alto rendimiento como son el Nil y el Xinox, metal exclusivo de la firma. Funcionalidad y estilo se unen en monturas de alta durabilidad, que resisten el paso del tiempo y son ideales para lucir en el día a día.



LIGHTLIVING 10632

Ligereza no solo por el peso de la montura, también en la estética, con un diseño cada vez más orientado hacia la combinación de función y color. Los materiales con alto rendimiento como el exclusivo Xinox para los frontales y colores desaturados adornados con texturas y atractivo para las varillas en NIL, un exclusivo polímero de LOOK con una elevada memoria de forma. El estilo italiano inequívoco se refleja en curvas suaves y armoniosas. El pensamiento de la firma, siempre orientado al consumidor y su salud visual, se expresa en la elección de la combinación de un diseño refinado y elegante, así como a la funcionalidad de la montura para un uso cotidiano prolongado, sin renunciar a la calidad y a un estilo exclusivo.



LOOK COMBI 10673, tecnología y estilo

Experimentar está en el ADN de LOOK. La continua búsqueda para el desarrollo de nuevos materiales y tecnologías son las piedras angulares de la marca italiana. Única en su sector para la oferta de productos que cubre todos los target del mercado eyewear de gafas, desde las destinadas a niño (a partir de los dos años de edad), hasta las gafas de adulto con los diseños más codiciados.

Con COMBI, la marca italiana logra un producto muy especial resultado de la unión de dos materiales, el acetato de celulosa para el frontal y el Xinox (metal exclusivo de LOOK) para la estructura y las varillas. El encuentro entre ambos es natural, sin tornillos o agentes químicos, para salvaguardar el bienestar de aquellos que quieren usar un producto refinado y ligero, sin renunciar a la comodidad típica del acetato de celulosa.

La unión de estos materiales también permite un juego de colores realmente fascinante, llevando el diseño visual del producto a un alto grado de elegancia, explotando sobre todo las propiedades de los materiales utilizados, se consiguen detalles exclusivos en las varillas y espesores mínimos.

Más información en: www.lookocchiali.it

MATERIA

Titanium in DEEPBLUE



#GIVESHAPETONATURE



PERTEGAZ

PERTEGAZ

KLIMT EDITION

La sofisticación con sabor clásico

Diseños sofisticados, naturales y versátiles. Así es la nueva colección de gafas Pertegaz by Olsol inspirada en el prestigioso pintor **Gustav Klimt**, uno de los más reconocidos del siglo XX, y en su pintura “**Retrato de Adele Bloch-Bauer I**” que hace unos años se convirtió en la pintura más cara de la historia.

Temporada Primavera - Verano

Durante los últimos diez años la firma Pertegaz ha diseñado gafas inspiradas en las creaciones más simbólicas del reconocido modisto.

La colección de esta primavera verano de la línea Pertegaz está formada por **más de 30 nuevos modelos** que siguen la estética sofisticada y femenina tan propia de la marca. Las gafas combinan acetato de máxima calidad con piezas de metal en puentes, talones y varillas enmarcadas en formas comerciales, únicas y exclusivas. Cada uno de los diseños se realiza con el objetivo de **acercar al usuario el lujo** para que la moda óptica llegue a todo el mundo. Las monturas de esta nueva colección ofrecen las tendencias más actuales del mundo de la óptica para que cada una de los diseños sigue un cuidado y estricto proceso de fabricación para ofrecer toda la **sensualidad y belleza** de la mujer Pertegaz.



PZ55033 595



PZ55031 599



PZ55029 252

Solicita el catálogo y más información:

93 480 99 80
rjofra@olsol.com

En CECOP valoramos
y respetamos tu identidad.
Por ello, te ofrecemos una gran
variedad de herramientas
y planes de mejora para que
triunfes en tu negocio.

Así no tendrás que renunciar
a lo que eres, como lo confirman
nuestros 3.200 asociados en todo
el mundo.

Queremos que formes parte
de CECOP y que sigas siendo
tú mismo.

www.cecop.es
contactanos@cecop.es
914 840 418



**Queremos
que estés
con nosotros
y que seas
como
nosotros.
tú mismo**

WOOW

¡La primavera ya está aquí!

Diversión y diseño en su nueva colección

La colección de sol de Woow para esta temporada se compone de diseños retro-cool llamativos que acaparan todas las miradas. Con las tendencias en colores y expresiones como bandera, el espíritu de la firma se mantiene divertido y soñador.



Woow es una firma repleta de humor, colores alegres y un estilo propio. Diseñada en París y distribuida en todo el mundo, su espíritu alocado y juvenil marca tendencia. Sus reinterpretaciones de los clásicos, con un toque especial que los convierte en diseños únicos, representan su mejor apuesta: formas, colores y combinaciones exclusivas.

La propuesta de sol para esta temporada primavera-verano 2018 permanece fiel al espíritu divertido e imbatible de la firma francesa gracias a la unión entre la moda londinense y las tendencias parisinas. Sus modelos extragrandes, llenos de color, se dibujan con pequeños y carismáticos detalles repletos de vida y originalidad.



Las gafas de sol Super Pop 1 + 2 te enamorarán con las atrevidas combinaciones de acetato y metal, que consiguen aportar un toque pop a la par que sofisticado y protector a las miradas femeninas. El diseño es tendencia absoluta gracias a sus lentes voluminosas y atrevidas. El fino puente y perfiles del mismo color que sus varillas doradas son pura elegancia.

Inspiradas en los años 70, cada gafa de la nueva colección llamará la atención de tu entorno y cautivará por su personalidad propia.

La firma Woow quiere que te dejes llevar por sus diseños para expresarte en cada look con combinaciones que nunca habrías imaginado. ¡Esta primavera-verano añade un toque Woow a tu outfit!

Woow pertenece al portfolio de marcas exclusivas de Design Eyewear Group junto con Inface, ProDesign y Face à Face.

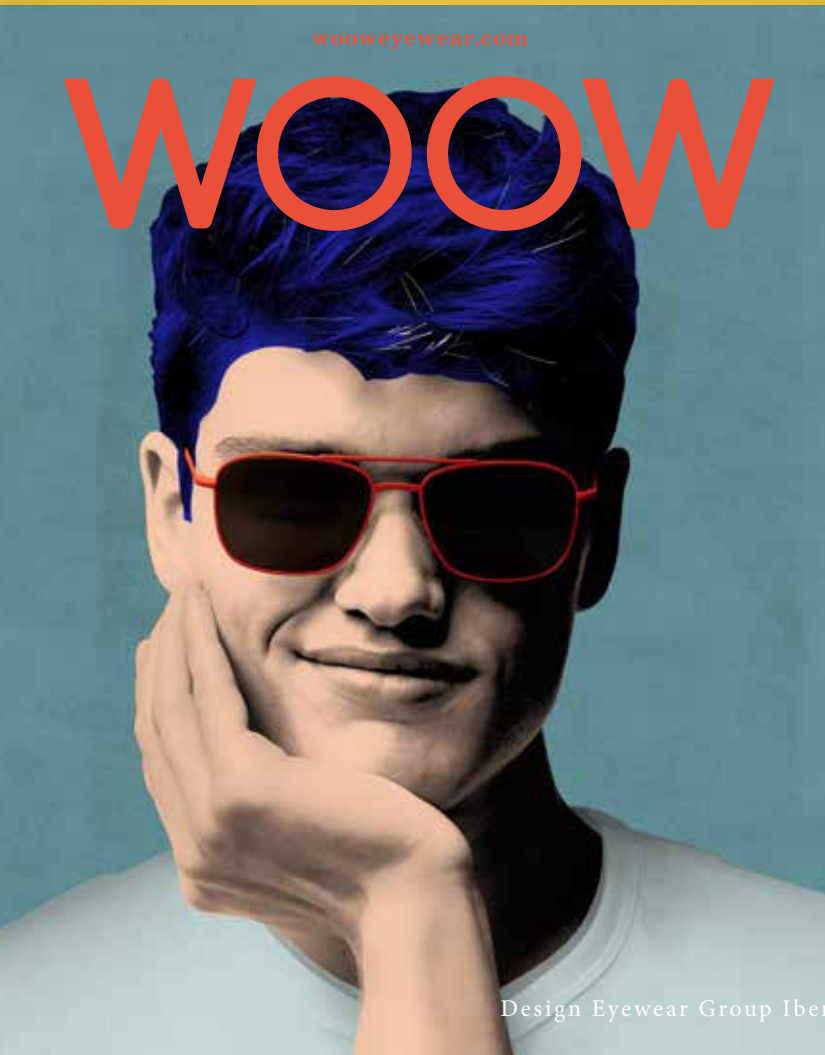
Más información en:

www.wooweyewear.com - www.designeyeweargroup.com

y en el tel.: +34 944 211 776



Los dos modelos Super Fun 1 y 2 se inspiran en las tendencias maquillaje de los años 70 y la actitud baby doll o de muñeca. Su forma especial se completa con el acetato lleno de color y un toque de diversión para conseguir carisma y exclamar un ¡Woow!





LA NUEVA PERSPECTIVA 3D DE GÖTTI

La colección Perspective de la firma Götti es la respuesta al minimalismo. Con un nivel superior en técnica y en diseño, se convierte en una declaración de estilo para esta temporada. El sistema de lentes se compone de escasos elementos, sin tornillos, pegamento o soldaduras. Su ligereza es absoluta gracias al manejo en 3D de la unión de las diferentes piezas de cada modelo. Esto permite proteger con una capa especial la lente además de asegurar una unión duradera de dichas piezas. El resultado es una colección de gafas ultraligeras y precisas made in Switzerland.



LA JOYA DEL EYEWEAR DE CAROLINA HERRERA NEW YORK

Carolina Herrera New York presenta su modelo más revolucionario, el SHN 586S. Con una horquilla joya de quita y pon, esta gafa se convierte en el accesorio must have para esta temporada. Femeninas, elegantes y con un toque de lujo artesanal, es un proyecto inspirado en la alta costura. La forma clásica de la montura en acetato combina con una delicada joya con detalles decorativos de perlas. De este modo se pasa de un modelo sofisticado a un básico para el día a día con un solo gesto. Está disponible en acetato negro o carey, con el clip-on en dos variantes de color: metal dorado rosa o plateado con perlas y cristales tono sobre tono.



EDICIÓN ESPECIAL UNICORN DE INVU

Los unicornios son la tendencia de moda para esta primavera. Inspirados por los colores vibrantes de estas criaturas místicas, los diseñadores de INVU han desarrollado una línea de gafas de sol que complementa a la perfección este must-have. Fabricadas con aleación de máxima calidad y lentes de colores pastel intensos con acabados en mate y en rosa oro, las nuevas propuestas de INVU son lo último en gafas para los meses cálidos de 2018. Más información en invueyewear.com y en su distribuidor para España: Day & Night (www.groupdayandnight.com).



LE CUIR DE JEAN-FRANÇOIS REY, LA ESTÉTICA ELEGANTE DEL CUERO

La línea Jean-François Rey Le Cuir se compone de nuevas formas que enfatizan la elegancia y la estética gracias a la utilización de cuero natural seleccionado de las mejores curtidorías de la Toscana italiana. La originalidad de los modelos nace del efecto estilístico en la ceja de la montura, que revela una refinada combinación de materiales. La delicadeza del cuero y los colores naturales otorgan a los diseños un refinamiento excepcional y un estilo innovador. Las nuevas formas retro JF2783, JF2784 y JF2785 exploran los nuevos códigos vintage, lo que las convierte en piezas únicas.



CÉBÉ 'ATTRACTION', LA PRIMERA MÁSCARA IMANTADA PARA NIEVE

Una de las principales novedades de Cébé es la máscara de nieve Attraction, que se ajusta perfectamente al rostro y permite cambiar de manera rápida y sencilla sus lentes cilíndricas. Los 8 imanes que incorpora en la montura y los cristales, así como la lengüeta de extracción hacen que este proceso sea muy fácil. Esta máscara está disponible con lentes de categoría 1 y 3 que se adaptan a cualquier condición de luz. Además, cuenta con una doble pantalla de policarbonato y acetato que evita la formación de vaho asegurando una visibilidad perfecta. Disponible en cuatro colores y pensada para rostros grandes, ofrece una amplia visión y comodidad gracias, entre otras características, a la espuma de triple densidad compuesta por dos capas de distinto espesor y una de forro polar.



EVATIK, MODERNIDAD Y LUJO EN SUS DISEÑOS

La firma de eyewear combina el estilo masculino con laminaciones personalizadas, detalles texturizados con colores sutiles: la nueva colección de Evatik aúna un look moderno y minimalista con un toque sutil de lujo. Inspirada en las tendencias europeas de eyewear y elementos de diseño arquitectónico, los nuevos estilos son sofisticados y logran captar la esencia del estilo único. El modelo E-9158 luce dos acetatos distintos creando una estética diferente. El modelo E-9160 combina el diseño minimalista con patrones de diseño clásico masculino. Evatik forma parte de WestGroupe; para más información visita: www.evatik.com o www.westgroupe.com



DESIGNED TO ENVY



Las gafas de doble plancha siguen siendo tendencia esta primavera y la colección Ana Hickmann Eyewear SS18 las presenta en diferentes formas de ojo de gato o mariposa y en varias combinaciones de colores elegantes y modernos.



RISE OF THE REBEL

VINTAGE DESIGN WITH A TOUCH OF MODERNITY



Milan | 24, 25, 26 Febrero 2018
GO Eyewear Group
Stand D24 E23



LUCE LAS TENDENCIAS CON STING

Sting, la marca más joven del grupo De Rigo, presenta el modelo SST136 reinventando la emblemática forma semirectangular. Esta silueta encierra la verdadera esencia de su originalidad en el puente que descansa sobre la parte superior de la montura metálica. Se crea así una línea geométrica que contrasta con la forma curva de la lente. Por ello es el modelo perfecto para los hombres más jóvenes y atrevidos.



PROXIMO COLOR SUN, LA PREMONTADA CON CLIP DE SOL

Olsol presenta de cara a esta primavera-verano PROXIMO CLIP: una nueva colección multicolor de gafas premontadas, de alta calidad, con un práctico clip magnético con lente solar incorporado. La colección se presenta en 2 formas diferentes, una cuadrada y otra ovalada, en 4 colores diferentes, permitiendo que sea la gafa premontada más multifuncional del mercado. Las graduaciones de esta colección se inician en +1,5 hasta +3 cubriendo las necesidades más habituales de los consumidores. La colección PROXIMO CLIP se comercializa en exclusiva para el sector de la óptica en un llamativo expositor de 20 unidades, ideal para aquellos ópticos que desean ofrecer a sus consumidores todas las opciones con la máxima calidad y confianza.



COLECCIÓN NEW YORK DE OKO BY OKO PARIS

La colección New York toma su nombre de la inspiración en las tendencias multiculturales y cosmopolitas, al igual que esta ciudad que usualmente se describe como la capital del mundo. OKO by OKO Paris incluye su esencia en esta nueva propuesta: democratizar el mundo de la óptica y llevar el eyewear de diseño a todo el mundo. Fabricada en acetato, en ella destacan dos diseños: el modelo NY22, con su forma pantos y estilo retro para hombre y para mujer, y la forma wayfarer del NY24 con un estilo atemporal que vuelve a ser tendencia año tras año.



CELEBRA EL DÍA DEL PADRE CON LOZZA

La marca sinónimo de elegancia y made in Italy, perteneciente al portfolio del Grupo De Rigo, presenta una propuesta para el Día del Padre con una estructura de puro titanio para lograr una mayor ligereza. Con forma de aviator, las lentes de vidrio templado garantizan una gran calidad de visión y una protección solar elevada. El modelo SL2304 de Lozza es ideal para regalar a aquellos padres que disfrutan de la elegancia y el estilo indiscutible de una firma de tendencia.



MINIMALISMO PRIMAVERAL DE XAVIER GARCIA

Esta primavera 2018 Xavier Garcia lanza su nueva colección de acetato basada en el concepto Minimalismo. Los nuevos diseños nacen de la combinación de laminados clásicos y atrevidos que dan lugar a unos modelos con mucho carácter. Así, Xavier Garcia presenta sus nuevos diseños con paleta de monocolors translúcidos en gamas cálidas y frías, que se definen por sus volúmenes trabajados y sus formas modernas, nuevas y frescas. Tener carácter es ser diferente, es hacer lo que nadie se atreve, es avanzar con determinación.

MIC, UN NUEVO EYEWEAR INSPIRADO EN LOS DOLOMITAS

MIC, Made in Cadore, hace su debut oficial en MIDO, del 24 al 26 de febrero. La primera colección, acuñada y fabricada en el distrito italiano del eyewear, dibuja su inspiración en los paisajes de los Dolomitas. Este proyecto, nacido de un grupo de empresas locales, surgió con el diseñador Tiziano Tabacchi como guía para narrar la historia del lugar del nacimiento del eyewear italiano. Los Dolomitas son el común denominador en las 12 nuevas monturas MIC, tanto en la elección de colores como en la definición de sus formas. La colección se compone de ocho modelos de graduado (en la imagen el mod. Flora) y cuatro de sol, pensados para el consumidor mayor de 30 años, masculino o femenino, que elige conscientemente las gafas que luce en su mirada. Más información en <https://www.facebook.com/madeincadore/>



3D ACETATE TECHNOLOGY

EYEGLASSES MILLED FROM A SINGLE ACETATE BLOCK



MAIN ADVANTAGES



NO THERMAL BENDING



LIMITLESS COLOUR COMBINATION



5 AXIS PRODUCTION PROCESS

TU RITMO CAMBIA, TUS GAFAS NO.

NB presenta una nueva generación de monturas oftálmicas y gafas de sol para hombre, diseñadas para adaptarse a cualquier actividad gracias a una perfecta combinación de las últimas tendencias de moda con la tecnología del rendimiento más innovadora.

Empieza una nueva era del movimiento.

Una era en la que cada instante del día nos pertenece y somos libres para vivirlo con la intensidad que queramos. Trabajo, deporte, tiempo libre, diversión, reposo... Todo es compatible sin cambiar de gafas gracias a los excepcionales diseños de NB: un conjunto de modelos de formas y colores muy comerciales, potenciados con una serie de avances técnicos que convierten cada gafa en un complemento capaz de aguantar la actividad física más intensa. En este sentido, la principal innovación de NB en algunos de sus modelos es el sistema Elock: una tecnología exclusiva que permite ajustar la inclinación de los terminales en tres posiciones diferentes. De esta manera, es posible regular la sujeción de las gafas para que se adapten a nuestro ritmo en todo momento.

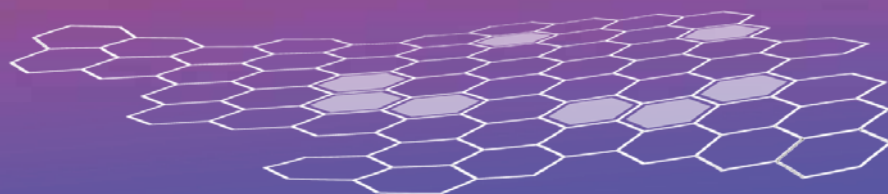


Por supuesto, estar preparado para cada situación también implica ir a la moda y NB no ha pasado ese detalle. Su nueva colección está compuesta por una amplia variedad de modelos de sol y oftálmicos, elegantes y llamativos, concebidos para hombres jóvenes y niños que buscan un estilo versátil y cool. Los modelos de acetato comprimido hecho a mano destacan por sus perfiles esbeltos, ligeros y flexibles, así como por su estética casual y moderna, acentuada por sugerentes laminaciones y estampados de alta definición. Mientras que los modelos de acero inoxidable, de estilo más discreto, cuentan con almohadillas adaptables que aseguran el confort y exhiben cuidadas decoraciones en forma de grabados láser y combinaciones de color que se adaptan a los volúmenes de frontales y varillas.

En definitiva, una mezcla perfecta de estilo deportivo, moda, confort y tecnología del rendimiento, elaborada para estar a la altura del estilo de vida más activo y exigente. Para que llevar gafas nunca se convierta en una excusa para bajar el ritmo.



ADJUSTABLE ELOCK' SYSTEM





Las gafas Antonio Miro regresan al 080 Barcelona Fashion

La histórica firma de moda ha desfilado con su colección de otoño-invierno 2108 y con las nuevas gafas de venta exclusiva en Natural Optics Group, disponibles a partir de septiembre.



que se definen con un simple e impecable concepto de elegancia y sencillez, con finos acabados y proporciones equilibradas. En referencia a la paleta cromática de las gafas, destacan los marrones, morados y anaranjados, colores que nos encontramos en el bosque durante un *trekking* en otoño. Siguiendo con las líneas de la colección de monturas, los colores también coinciden con esta vestimenta más especial que llevamos en la montaña, con propuestas verdes caqui y azules oscuros. En definitiva, se ha buscado tener una tonalidad en la colección muy acorde a los matices otoñales a la vez que se ha dado el contraste con algún color más pastel transparente y el brillo de la joya. En cuanto a los materiales, son una mezcla de acetato y metal. Se añade por primera vez la forma de puente anatómico con un estilo más rectangular y uno más ovalado que le da más carácter a las gafas.

La pieza de joyería ha sido diseñada para crear un contraste con los monocores de la colección. Es un aplique, una edición limitada, que se vende por separado, aportando de esta forma un toque mucho más sofisticado a un modelo en forma ojos de gato. La pieza está elaborada a mano y cuenta con motivos otoñales como hojas y flores. Además, está bañada en oro y completada en su diseño con Swarovski de colores a juego al color del acetato de cada montura.

Finalmente contamos con parches de ropa, un elemento distintivo de los grupos de *boy scout* a través de los cuales la colección de monturas se ha aproximado a este movimiento. Por este motivo, y con el objetivo de que el cliente pueda conjuntar las gafas con su vestimenta, se han creado varios modelos de parches que acompañarán el *packaging* de cada montura.

El por qué de la colección. *Trekking* recupera la infancia de muchos niños y valores como la amistad, cantar, jugar... Jerseys de punto, pantalones de lana, gabardinas, abrigos y calcetines gordos vehiculan *Trekking*, una colección en la que triunfan materiales como el cachemir, el algodón y la lana. Tejidos de cuadros que combinan con camisas de rayas y piezas acolchadas para dar a la colección el aire de sofisticación que caracteriza a Antonio Miro. La marca, insignia de moda

con sede en Barcelona y más de 35 años de trayectoria, viste al hombre y a la mujer contemporáneos con una visión propia del diseño. La creatividad, la autenticidad y la elegancia de Antonio Miro se nutren del contacto directo con su entorno. El arte, el cine o la música impregnan sus colecciones. De la mano del director creativo Albert Villagrasa, la firma mostró su visión del diseño en 080 Barcelona Fashion y propone continuamente nuevos lanzamientos de líneas de moda y de complementos, entre ellos, las gafas exclusivas de Natural Optics.

La marca Antonio Miró presentó en la pasarela barcelonesa su colección *Trekking*, una propuesta nostálgica inspirada en tardes de manualidades, juegos de pistas y campamentos. Una propuesta dinámica en la que su creador, Albert Villagrasa, apostó por una paleta de colores contrastada y que aporta un matiz juvenil.

La puesta en escena se completó con la nueva colección de graduado Antonio Miro Eyewear, que diseña y distribuye en exclusiva Natural Optics Group. Las propuestas incluyeron modelos atrevidos,

NOS VEMOS EN

Exp^optica

Salón Internacional de Óptica y Optometría
International Optics & Optometry Exhibition

STAND N° 9C19

¿QUIERES CONOCER
LA PIEZA QUE **MÁS VALOR**
APORTA A TU NEGOCIO?

NOG

Natural Optics Group

ENCAJAMOS CONTIGO



SERVICIOS EFICIENTES



Natural Optics

MARCA E INNOVACIÓN



SOLUCIONES DIGITALES



DESCUBRE TU PIEZA CLAVE

www.naturalopticsgroup.com

solicita cita para una atención más personalizada

info@naturaloptics.com - 902 118 703



CLIP-ON

JUNIOR COLLECTION

La fiebre SOLANO CLIP-ON
llega también a los más jóvenes.

Ellos también reclaman su derecho a disfrutar de estas
icónicas monturas 2 en 1 de SOLANO que están haciendo
furor entre los mayores.



Estos nuevos modelos, junto con el resto de nuestras
marcas y colecciones, se encuentran ya disponibles en
nuestra tienda online para profesionales, dentro de
nuestra página web www.distropvision.com.



Para reparar esta "injusticia", SOLANO ha creado la
colección CLIP-ON JUNIOR, compuesta por una cuidada
selección de monturas con amplia variedad de formas,
colores y tamaños.



MODEL: NATALIE

ON THE WAY TO MADRID



SOLANO
high-end performance

Anne Marii

JENS HAGEN
EYEWEAR



SOLANO
high-end performance

RED VELVET
EYEWEAR

Official
Product



distrop vision

Distribuidor para España Tel. 983 31 38 28 www.distropvision.com

Lotus

Monturas metálicas que marcan tendencia

Minimalismo, funcionalidad y ligereza se unen en perfecta simbiosis con el estilo que marcan las tendencias actuales en la nueva colección de monturas metálicas Lotus Desing.



Fabricadas en metal, con el marchamo de calidad, garantía y estilismo Made in Italy, los nuevos modelos metálicos que acaba de lanzar la marca para esta primavera-verano se inspiran en el estilo vintage de los años 70. Gafas de finos perfiles metálicos en frente y varillas, con doble puente o sencillo, dotadas de terminales de acetato y diversas variaciones de color en cada modelo: dorado, bronce, paladio o negro, entre otros. Con esta nueva serie de monturas, Lotus Desing se dirige a un nicho de mercado amplio y a la vez seleccionado de mujeres y hombres que saben que la calidad, el estilo y la confortabilidad no están reñidos con el precio. Son un verdadero must para esta temporada por su diseño moderno con carácter retro, formas urbanas y deportivas al mismo tiempo, así como suaves perfiles que van desde el aviador hasta las formas perfectamente circulares para un público muy atento a las tendencias.

www.lotus-desing.com

El futbolista Kilian Cañabate Hernández (@kiliancaher), portero del F.C. Reus, sigue la moda eyewear con las monturas metálicas Lotus.



La nueva línea de monturas metálicas Lotus Desing incluye modelos vintage actualizados, de plena tendencia, con formas que van de las aviador a las redondas.

Fotografías: Isaac Norte. Isaac.norte@gmail.com (@norte.photography)
Modelo: Kilian Cañabate Hernández (@kiliancaher)





25 años mirando por tu negocio

Cumplir años siempre es motivo de alegría. Y en Federópticos celebramos que llevamos **25 años cuidando de la salud de tu negocio**. Una misión que ha sido posible gracias a la confianza y el compromiso renovado de nuestros socios; la misma que nos anima a seguir trabajando por la rentabilidad de tu óptica, **con la misma ilusión que el primer día**.



federópticos

Llámanos al
901 15 16 17

www.federopticos.com

- Especialistas en Progresivos
- Plan de Marketing
- Saludvisión
- Audiocentro
- Instituto Federópticos
- Marcas exclusivas

SCALPERS

TORRETTA

LODI

FORECAST

coronel
apocalipsis

25
AÑOS
FEDER
ÓPTICOS
1993 - 2018
federópticos

Únete a **Federópticos** y desarrolla tu negocio con el grupo líder y las máximas garantías de calidad y servicio.

Etnia Barcelona, las mejores lentes!

En Etnia Barcelona únicamente trabajamos con lentes minerales de la casa italiana Barberini, de altísima calidad. Elaboradas a partir de cristal puro y tratadas con la tecnología más avanzada, hay dos características que las hacen únicas:

1-Ofrecen la mejor experiencia visual del mundo

La lente mineral ofrece una nitidez espectacular y realza la intensidad de los colores primarios. Ningún otro material ofrece semejante calidad de visión.

2-No se rayan jamás

Al estar fabricadas a partir de cristal puro y llevar un tratamiento anti-scratch, la resistencia de la lente es altísima y permite que la superficie nunca se raye.

“Los cambios en las condiciones de iluminación a lo largo del día pueden afectar considerablemente la agudeza y el confort visual”

“El ojo humano es 200 veces más sensible que la piel”



Desde Etnia Barcelona trabajamos con los mejores materiales del mundo. Gracias a este compromiso, la visión a través de nuestras lentes minerales es incomparable a la que ofrecen las lentes convencionales, tanto en percepción como en salud visual: la nitidez es 70 veces mayor, la protección frente a los rayos Ultra Violeta e Infrarrojos es del 100%.

“La luz es una pequeña parte de la radiación del sol que nuestro ojo puede ver. El resto de esta radiación es invisible para nosotros: no la podemos ver, pero se notan sus efectos”

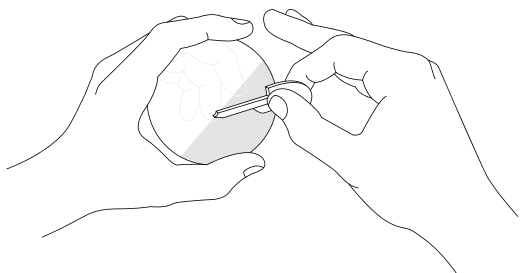
En Etnia Barcelona trabajamos con 3 tipologías de filtros para adaptar la lente a las necesidades y preferencias de cada persona, según el contexto en el que se encuentren y la finalidad de uso del producto. De esta manera, ofrecemos diferentes opciones de visión.



En Etnia Barcelona utilizamos tecnología punta para que nuestras lentes tengan una calidad superior. Además de trabajar con los mejores materiales y ofrecer la máxima protección, tratamos nuestros cristales para ofrecer una experiencia visual óptima.

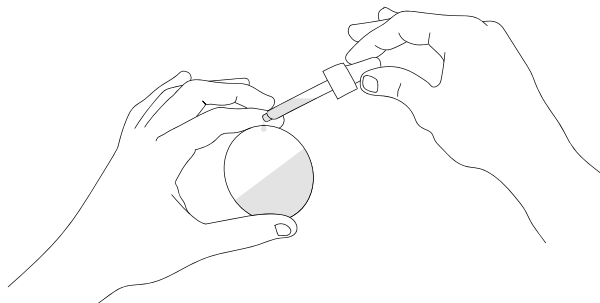
Tratamiento Anti-scratch

Impide que los cristales se rallen con facilidad



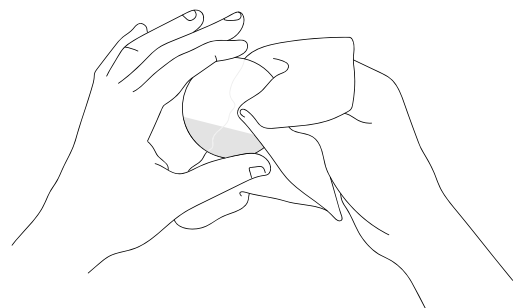
Tratamiento Hidrofóbico

Hace que la lente repela el agua, manteniendo los cristales despejados



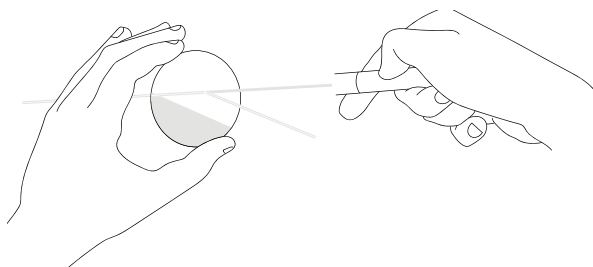
Tratamiento Oleofóbico

Protege los cristales de la suciedad y facilita su limpieza.



Tratamiento Antirreflejante

Evita el reflejo de la luz sobre la superficie de la lente aumentando la transparencia, gracias a la deposición de múltiples capas sobre la lente base.



El **filtro HD** es una lente de alta definición que incrementa la experiencia de visión del color sin reducir la percepción visual. Filtro imprescindible para realzar los colores y proporcionar más resolución en cualquier ambiente.

La **lente polarizada** contiene un filtro especial que evita el deslumbramiento; bloquea los reflejos molestos y sólo deja pasar la luz útil. La visión es nítida, con un color y contraste naturales. Especialmente indicada para la conducción y los ambientes de agua o nieve, ya que elimina el brillo del sol sobre la superficie horizontal.

“Las nubes no nos protegen: dejan pasar el 90% de la radiación ultravioleta. Es un error pensar que podemos prescindir de las gafas de sol un día de verano sólo porque está nublado”

La **lente fotocromática** reacciona a los rayos ultravioletas, oscureciéndose cuando los detecta. La visión se adapta cómodamente a los cambios y los ojos están relajados. Recomendada para la conducción, puesto que evita el cansancio visual y ofrece un contraste óptimo.

TitanFLEX deslumbra desde 1988

Innovación, comodidad y diseño de vanguardia

Hace treinta años Eschenbach Optik revolucionó el mercado de las gafas con TitanFLEX. Desde entonces la marca ha convencido a las personas más exigentes y tanto los ópticos-optometristas como los usuarios la utilizan como un nombre genérico para las gafas de metal con memoria de forma.



Hoy como hace 30 años las monturas TitanFLEX son pura ingeniería alemana hecha precisión; de líneas puras y elegancia atemporal, son robustas, flexibles y ligeras.



Para que niños y niñas definan su estilo y muestren su personalidad, la marca les propone You only live once o, lo que es lo mismo, YOLO.

La unión de tecnología y diseño es la mejor forma de describir la historia de éxito de TitanFLEX. Y es que para desarrollar y perfeccionar una gafa de tan alta calidad a partir de la aleación de titanio, novedosa y que además fascinara por su robustez y comodidad, fue necesario en aquel 1988 contar con todo el saber y la capacidad de los ingenieros de Eschenbach. Gracias a soluciones constructivas como Perfect Fusion Technology, Direct Ion Plating, Stainless Steel Padarms o Performance Design Technology, Eschenbach sigue garantizando hoy en día que las monturas TitanFLEX sean ligeras, robustas y flexibles, ofreciendo así una comodidad única.

Además, TitanFLEX destaca por diseños sobresalientes, una estética atemporal y múltiples combinaciones de material. Los clientes valoran esa exigencia de diseño, calidad y comodidad tanto como los detalles tecnológicos que hacen de TitanFLEX una marca de valor especial.

Ultra Thin. Robustas, flexibles y más ligeras.

La nueva montura Ultra Thin deslumbra por su diseño de líneas puras y su extraordinaria flexibilidad. En su punto más fino, tan sólo mide 0,6 mm. Pero a pesar de su evidente minimalismo, conserva todas las características reconocidas y únicas que definen el éxito de TitanFLEX.



TitanFLEX Selection. Pur TITAN se combina con TitanFLEX. Revestida con oro de 22 quilates, a la colección Selection apenas se le puede pedir más. Es la ingeniería alemana hecha precisión. Las líneas bien definidas crean una elegancia atemporal, noble y a su vez rebosante de estilo.

#yoloflex. Porque los niños de hoy deciden por sí mismos. Los ingenieros de Eschenbach han sabido ver que los niños de hoy no se conforman con una apariencia únicamente dulce y graciosa; quieren definir su propio estilo y mostrar su personalidad; así, la marca alemana responde con You only live once o, lo que es lo mismo, YOLO. Monturas pequeñas con la estabilidad que cabe esperar de TitanFLEX, ideales para pasarlo bien de cualquier forma y sin restricciones de diseño.

Treinta años después, Eschenbach sigue mostrando con TitanFLEX por qué deslumbra el diseño moderno de gafas made in Germany: innovación, calidad y comodidad. El original es inigualable.

LENSES
PROGRESIVOS
PERSONALIZADOS

DONDE LA PERSONALIZACIÓN SE CRUZA CON LA PRECISIÓN

SEIKO PRIME XCEED



TWINEYE MODULATION
TECHNOLOGY



ADVANCED-ASPHERIC
DESIGN



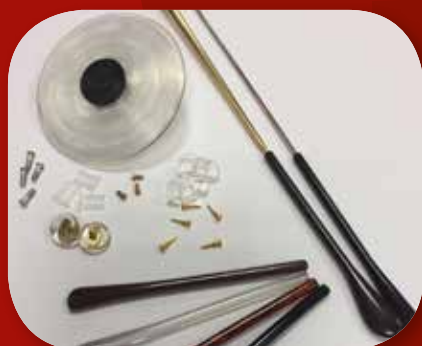
CONCAVE-CONVEX-
COMBINATION SLIM

Máxima precisión visual para sus pacientes con la gama de lentes personalizadas SEIKO PRIME XCEED. Sincronización binocular de los campos visuales, incluso para mínimas diferencias en astigmatismo o potencia (TMT). Diseño optimizado tomando como base la Ley de Listing, eliminando las distorsiones en la periferia de la lente (AAD). Lentes extraplanas y finas con homogeneización de espesores en el eje vertical (CCCS).

www.seikovision.com/es

SEIKO

PRECISION FOR VISION



DAY & NIGHT

ACCESORIOS
PERSONALIZACIONES
GAFAS



La feria de Múnich reafirma su crecimiento e internacionalización en 2018

Un total de 28.430 visitantes, 668 expositores de 40 países y más de 174 millones de pedidos. Con estas cifras y un notable éxito en líneas generales se ha clausurado la edición 2018 de opti, celebrada del 12 al 14 de enero en cinco pabellones del recinto ferial Messe München y ocupando un total de 45.000 metros cuadrados.

La feria de Múnich se reafirma en sus buenos datos al ser visitada este año por casi mil personas más que en su edición precedente y registrar un incremento de más de cien expositores respecto a los del año anterior –668 frente a 557–. Además el 94% de los visitantes y el 92% de los expositores le otorgan la máxima puntuación. Asimismo el nuevo pabellón B4, con la sección FUTURESHOP, repleta de multitud de fabricantes de materiales, maquinaria y suministros, además de los halls internacionales, supusieron un añadido inmejorable para los expositores allí presentes.

“opti 2018 ha sido un importante prólogo y un exitoso final para el próximo estreno de opti 2019. La primera apertura del quinto hall y la unión espacial de las marcas independientes en los halls C1 y C2 fueron un adelanto de la edición del próximo año. En 2019 opti comenzará un nuevo capítulo con los dos nuevos halls”, declaró Dieter Dohr, CEO de GHM –Gesellschaft für Handwerksmessen mbH–.

En el pabellón C1 los visitantes, entre los que estuvo como siempre la revista Lookvision, nos encontramos con grandes marcas, firmas independientes y las start-up, así como los opti-boxes que albergaron los productos más novedosos y la Hot! Area que se ha convertido en un punto de encuentro con las marcas independientes. En el pabellón C2 se dieron cita importantes expositores con las últimas tendencias y diseños, dentro de la YES! Area. En el pabellón C3 también predominaron notables fabricantes de monturas ópticas y gafas de sol, accesorios para tiendas, así como expositores del sector del marketing y las ventas. Las lentes de contacto y productos de mantenimiento, lentes oftálmicas, instrumentos y el resto de herramientas tuvieron su importante representación en el Hall C4. Por su parte, el nuevo hall B4 albergó los pabellones de países como Corea del Sur, China, Japón y algunos de Francia, además del Futureshop, Opti Forum y Opticampus. Los asistentes comerciales pudieron comprobar cómo la cifra de exhibidores aumentó en un 17% respecto al año anterior mientras que las empresas de maquinaria ocuparon un espacio reservado para presentar sus tecnologías y el resto de empresas pudieron expandirse más.



El gráfico final de opti 2018 muestra las buenas cifras logradas y la excelente aceptación obtenida.



Dieter Dohr, CEO de la empresa organizadora de la feria de óptica de Múnich –GHM– ha destacado el éxito de esta edición, presagio de los logros de la de 2019 en la que opti contará con dos nuevos pabellones.



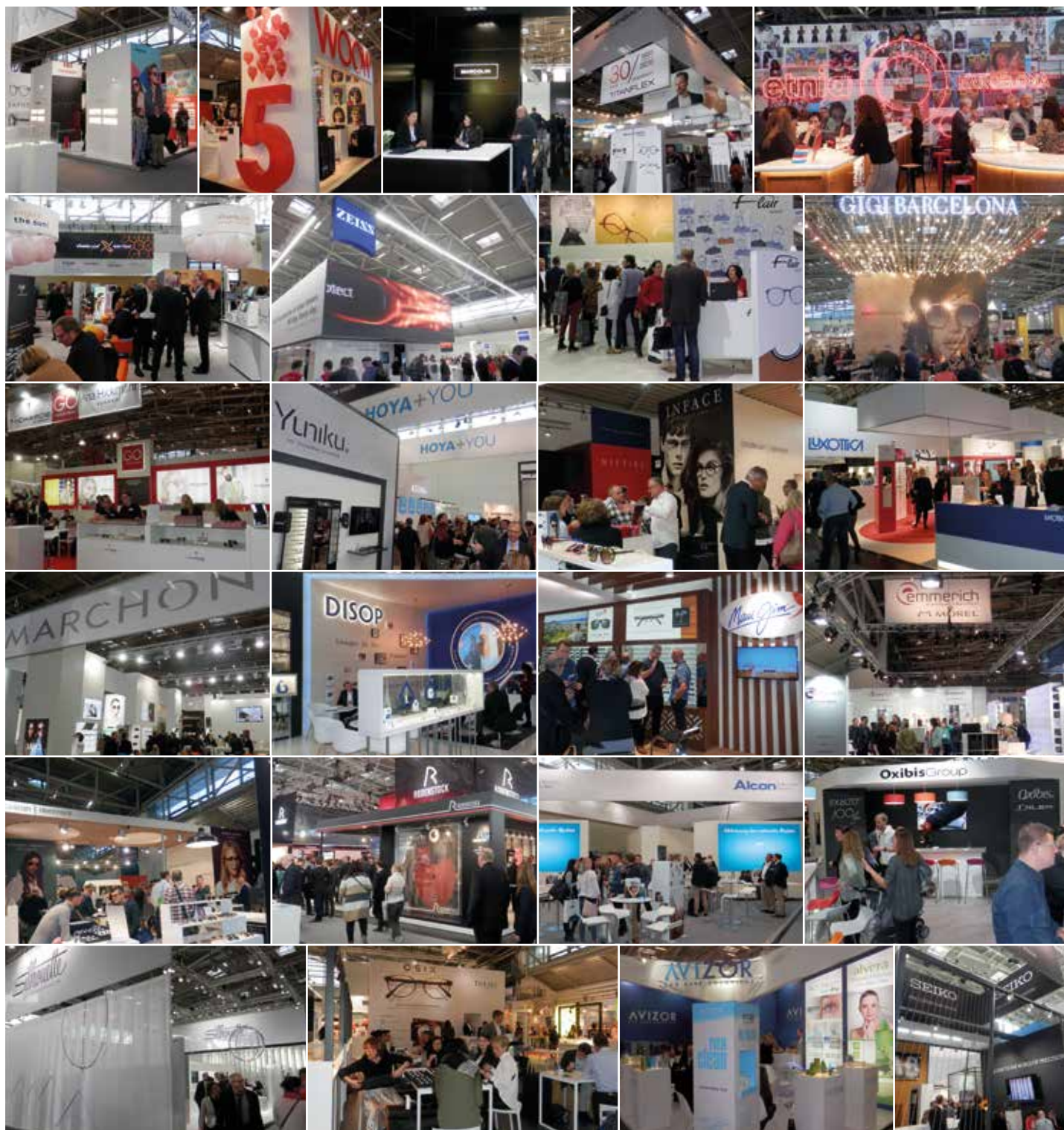
La undécima edición de opti se ha clausurado con la participación de 668 expositores y la asistencia de 28.430 visitantes, entre los que estuvo el equipo de Lookvision.







Expositores y visitantes de opti 2018, grandes profesionales del sector óptico nacional e internacional, además de excelentes amigos y lectores de Lookvision, nos dejaron estas imágenes para el recuerdo de su presencia en la feria de Múnich.



Empresas de monturas y gafas de sol, lentes oftálmicas, lentillas y productos de mantenimiento de 40 países, entre ellos España, se dieron cita en opti 2018.

Las razones principales de los asistentes para visitar la feria fueron: conocer las novedades del sector, desarrollar una red de negocios y ampliar su formación. Seis de cada 10 visitantes afirmaron haber visitado opti 2018 con estos objetivos. Respecto a la formación, los eventos destacados fueron, además de las conferencias de Opti Forum, los tours diarios de Futureshop guiados por estudiantes de la Universidad de Aalen. Sus explicaciones en inglés y alemán sobre el futuro de la industria óptica recibieron una alta puntuación del 87% de visitantes.

Gritos de alegría y lágrimas emergieron de la firma española Nina Mör tras anunciarse los ganadores de los premios opti 2018. Gracias a sus excepcionales gafas de madera, la empresa madrileña obtuvo el galardón Blogger Spectacle Award que le otorgaron los blogueros de moda de toda Europa. Cerca de 30 de estos influencers se dieron cita en opti para premiar a su marca favorita de entre 16 expositores. También tuvo lugar un encuentro con las marcas que ellos mismos eligieron: neubau eyewear, Einstoffen, monogram, SALT, Lunor, Götti, Maui Jim y Zeiss Vision Care.



NO»»IDOLS®

EYEWEAR

www.noidolseyewear.com



El premio Blogger Spectacle Award 2018 recayó en la firma española Nina Mür eyewear. Lorena Serrano y Davide Fichera recogieron el galardón.



Demostraciones, conferencias, coloquios y debates profesionales también tuvieron notable repercusión en los propios stands y en espacios concretos como Opti Forum y Futureshop.

Los colaboradores de la feria de asociaciones profesionales e industriales expresaron su satisfacción con la feria al completo. Oliver Fischbach, jurado de EUROM1 (Federación Europea de Industrias Ópticas) explicó sobre los tres días de feria: "opti 2018 ha continuado con un gran crecimiento y la internacionalización de la feria sigue ampliándose. Además de los países vecinos, se ha incrementado su popularidad entre los países del este y del centro de Europa". Asimismo, Peter Gumpelmayer, jurado de ECOO (Consejo Europeo de Optometría y Óptica) hizo un resumen positivo: "Ver cómo opti continúa siendo un evento internacional me hace muy feliz. Los últimos dos años ha demostrado que cada vez más profesionales ópticos acuden a este tipo de foros, como se puede comprobar con el espacio cada vez mayor de esta feria".

La próxima edición de opti se celebrará del 25 al 27 de enero de 2019 en los halls C1 a C6 del Fairground Munich.



El espíritu Aloha de Maui Jim estuvo presente en la cena que organizó la firma en el Café Mon de Múnich con motivo del lanzamiento de su nueva colección oftálmica.

TE PRESENTAMOS LA CAMPAÑA 2018 DE **VIMAX** **UN AÑO DE CINE**

CADA MES ESTRENARÁS UNA CAMPAÑA DIFERENTE, POTENCIA ASÍ TUS VENTAS TODO EL AÑO Y PREMIA A TUS CLIENTES QUE COMPREN VIMAX CON UNA PARTICIPACIÓN EN EL SORTEO* DE:

10 TELEVISORES
SAMSUNG
LED 4K

100 SUSCRIPCIONES
NETFLIX
DE 50€

*Los sorteos serán mensuales a partir de Marzo de 2018 hasta Diciembre de 2018. Los 10 televisores y las 100 suscripciones serán sorteados durante 2018, se distribuirán de la siguiente manera: 1 TV Samsung y 10 suscripciones cada mes.



grupoprats.com



/vimaxlens



/Vimaxlens

vimaxlens
.com



VIMAX®

vision to the max

WE ARE URBAN & WE LOVE NATURE

Nuevos modelos sostenibles en natural px

Uno de los compromisos de neubau eyewear es la sostenibilidad, diseñar y producir gafas que sean respetuosas con el medio ambiente. El pasado año la marca ya presentó sus primeros modelos sostenibles, y ahora amplía su colección con 5 nuevos modelos en material mix (natural px y acero), así como nuevos colores de las versiones más exitosas fabricadas en natural PX.



Las gafas de neubau eyewear se ajustan a las necesidades estéticas y prácticas de los usuarios, y al mismo tiempo son respetuosas con el medio ambiente.

Todos los modelos ahora presentados por neubau eyewear muestran un diseño urbano, con formas que van desde las más atrevidas a las más suaves. Una nueva interpretación de los clásicos, que garantizan un ajuste y comodidad óptimos. La firma trabaja día a día para diseñar gafas que no solo se ajusten a las necesidades estéticas y prácticas del usuario, sino que también respeten y representen valores ecológicos. En este sentido, neubau eyewear está logrando cumplir muchos de los objetivos que se había marcado inicialmente, mediante la implantación de procesos de producción y uso de materiales innovadores. Un compromiso en el que la firma quiere seguir avanzando día a día, para lograr los mejores resultados para ver bien y hacerlo bien.

El naturalPX es un polímero ecológico; se trata de un material orgánico y renovable, en el que el 65% se basa en un aceite extraído de las semillas de las plantas de aceite de ricino. Un material que permite a la marca respetar el medio ambiente, pero que también garantiza la calidad que caracteriza a neubau eyewear y Silhouette. El naturalPX permite conseguir una gafa de peso ligero, súper flexible y resistente, sin ninguna limitación en términos de coloración, que van desde colores oscuros hasta acabados transparentes duraderos en los cristales. Además, la ligereza de este material permite ofrecer una comodidad óptima al usuario, proporcionando una sensación de lo más agradable.

Como todos los modelos de neubau eyewear, están producidos y diseñados en Austria.

www.neubau-eyewear.com



Los nuevos modelos presentados por neubau eyewear muestran un diseño urbano, formas más atrevidas o más sutiles, materiales innovadores como el naturalPX y colores actuales. La firma trabaja día a día para diseñar gafas que no solo se ajusten a las necesidades estéticas y prácticas del usuario, sino que también respeten y representen valores ecológicos.


natural px



FABIO & AMY

() neubau
EYEWEAR

NEUBAU-EYEWEAR.COM

ZEISS DriveSafe con Tecnología i.Scription®

La combinación perfecta para la visión en la conducción

Consciente de que el 83% de los usuarios de gafas son conductores, y que de ellos el 72% está interesado en una solución para lentes cotidianas especializadas para la conducción, ZEISS lanzó al mercado las lentes DriveSafe en 2015. Las lentes ZEISS DriveSafe permiten una visión nítida al volante y en el día a día, gracias a una mejor definición, menos deslumbramiento y enfoque más rápido. Al combinarlas con la Tecnología i.Scription®, las Lentes ZEISS DriveSafe alcanzan la perfección al conseguir además una mejor percepción de los colores y contrastes y una mejor visión nocturna.

Más tecnología en los coches y mejores carreteras son factores que, sin duda, han mejorado la seguridad vial. Sin embargo, el elemento clave sigue siendo el conductor. Y teniendo en cuenta que el 80% de la información que recibe el cerebro entra por los ojos, ver bien es fundamental cuando nos ponemos al volante. El 83% de los usuarios de gafas, también son conductores. De ellos, nada menos que un 72% están interesados en una solución para lentes cotidianas especializadas en conducción, algo para lo que están dispuestos a pagar hasta un 20% más. Consciente de ello, ZEISS fue pionero en el desarrollo de una categoría de lentes para uso diario, tanto monofocales como progresivas, especialmente concebidas para satisfacer las necesidades visuales de quienes quieren sentirse más seguros y cómodos al volante.



Desde su lanzamiento, las lentes ZEISS DriveSafe permiten una visión nítida al volante y en el día a día. Combinadas con la tecnología i.scription consiguen una mejor percepción de los colores y contrastes, así como una mejor visión nocturna.

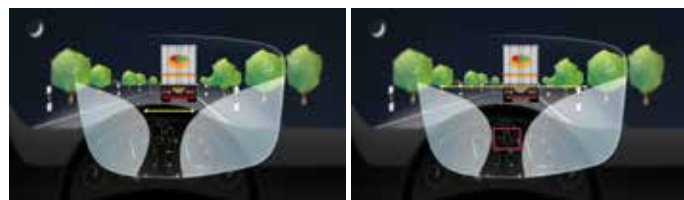
Así, a finales de 2015, ZEISS lanzaba al mercado ZEISS DriveSafe, las lentes de uso diario optimizadas para conducir. La opinión de los clientes reales no deja lugar a dudas: el 97% de los usuarios están muy satisfechos con las lentes ZEISS DriveSafe al conducir, y el 94% lo está además al efectuar tareas cotidianas, como por ejemplo trabajar en la oficina. Con ZEISS DriveSafe, la multinacional alemana aborda de nuevo su objetivo fundacional: mejorar la salud visual de las personas, en esta ocasión haciendo que los usuarios de gafas se sientan más seguros en una de las acciones cotidianas más frecuentes, como es la de conducir. Con DriveSafe, ZEISS ha creado una lente oftálmica que aporta al usuario una visión mejorada en condiciones de baja luminosidad y disminución del deslumbramiento provocado por coches que vienen de frente y una visión más precisa de la carretera, cuadro de mandos y espejos; y a sus aliados, los ópticos, diferenciación y valor añadido con un producto de vanguardia tecnológica. Las lentes ZEISS DriveSafe, monofocales y progresivas, reducen el estrés visual al volante y facilitan la visión de los conductores para que lleguen a su destino, relajados y seguros.

Mejor visión en condiciones de luz escasa

La pupila cambia de tamaño a lo largo del día. Cuanta más luz hay a nuestro alrededor, más pequeña es la pupila, y viceversa. La pupila reacciona ante la necesidad de la luz de su entorno. En condiciones de luz escasa, su diámetro es intermedio. En este caso, la percepción del espacio, así como el cálculo de la distancia, es más difícil para el conductor.

Las lentes de las gafas convencionales no tienen en cuenta este cambio. Por el contrario, el diseño de ZEISS DriveSafe toma en consideración el aumento de diámetro de la pupila del usuario cuando conduce con poca luz y su profundidad de enfoque se reduce, compensándolo mediante la Tecnología Luminance Design® (TLD). Además, este diseño mejora la percepción del contraste,

aumenta la visibilidad en condiciones meteorológicas adversas y reduce las posibles distorsiones en la periferia de la lente, sobre todo cuando se trata de lentes progresivas. El resultado final es una mejor visión que permite calcular con mayor precisión las distancias en situaciones de conducción estresantes. Por ejemplo, por la noche o bajo la lluvia, con niebla o nieve.



Las lentes progresivas ZEISS DriveSafe cuentan con zonas de visión intermedia y lejana optimizadas.

Menos deslumbramientos

La alta luminosidad de las luces de los coches con tecnología Xenon o LED es fantástica cuando conducimos nuestro coche, pero puede ser molesta, si nos cruzamos con vehículos que la incorporan. Los deslumbramientos son potencialmente peligrosos. Reducen la visibilidad de los objetos y la sensibilidad del ojo a los contrastes. El tratamiento ZEISS DuraVision DriveSafe refleja parcialmente estos tamaños de onda, con lo que disminuye el brillo percibido por el conductor, en comparación con otros tratamientos.

Una conducción más cómoda con lentes progresivas

La conducción exige un nivel de atención alto por parte de los conductores. La situación se complica, especialmente para los usuarios de lentes progresivas, al cambiar el enfoque de la carretera al cuadro de mandos o a los espejos. Las lentes progresivas ZEISS DriveSafe cuentan con zonas de visión intermedia y lejana optimizadas, evitando con ello movimientos horizontales de la cabeza y facilitando que el conductor se centre en la carretera y disfrute así de una visión más dinámica.



El índice de satisfacción de los usuarios de ZEISS DriveSafe llega al 97%. La visión mejora en condiciones de baja luminosidad y disminuye el deslumbramiento por la luz de los coches o de las farolas.

Aptas para la conducción y el uso diario

Las lentes ZEISS DriveSafe son perfectas como gafas de uso diario. Tienen una zona de lejos grande y amplia, una zona intermedia optimizada, y una zona de cerca adecuada para leer y trabajar. Esta solución integral hace de la conducción una experiencia relajante, que además satisface las necesidades visuales de la vida diaria, incluida la digital.

ZEISS DriveSafe y Tecnología i.Scription®: la combinación perfecta

La refracción avanzada con ZEISS i.Profiler® Plus ofrece una prescripción de centésima de dioptría que permite individualizar y maximizar el rendimiento de las lentes ZEISS DriveSafe aplicándoles la Tecnología i.Scription®. El resultado final suma a los beneficios de DriveSafe® una visión clara, tanto de noche como de día, sin reflejos molestos o efectos de halo y una mejor percepción de los colores y el contraste.



Imbatibles

Desde 1973 somos un equipo imbatible, con un altísimo porcentaje de fidelidad de los socios. Todos a una.

Únete a la cooperativa de ópticas que se distingue claramente de las demás en el trato que vas a recibir, el apoyo profesional, el aumento de la rentabilidad de tu negocio, con un programa informático gratuito de gestión integral y siempre manteniendo tu imagen e independencia.

Porque la dirigimos los mismos socios, ópticos como tú.

Y por eso, tu interés es el nuestro.

Pregúntanos.

ZASvisión

CENTROS DE SALUD VISUAL



www.zasvision.com
info@zasvision.com
Tel. 963 607 075



Lanza su primera colección de monturas oftálmicas

La marca hawaiana amplía su oferta de sol con el lanzamiento de su primera colección de gafas oftálmicas. Comercializada desde enero de este año 2018, la línea incluye 56 modelos de montura y seis materiales de lentes.

Como firma independiente líder del sector de gafas de sol polarizadas, Maui Jim ha aprovechado sus conocimientos sobre lentes para crear una colección oftálmica. Un total de seis materiales de lentes y 56 modelos de montura, con tecnología propia, componen las formas sorprendentes de los diseños y patrones de esta nueva propuesta. Cada montura luce un diseño fluido diferente, combinado con una constante atención al detalle, a la comodidad y al ajuste, para que el usuario pueda disfrutar del equilibrio perfecto entre estructura, forma y estilo. Inspirada en los artesanos hawaianos de antaño y en colores extraordinarios con el brillo natural del cristal de mar, la colección destaca por su estética, diseño e integridad.



“En el fondo, Maui Jim siempre ha sido una empresa de tecnología de lentes, y ahora aplicamos nuestro saber hacer en esta materia para iniciar un nuevo capítulo en nuestra historia: la colección oftálmica de Maui Jim”, declara Craig LaManna, director de marketing del segmento oftálmico de Maui Jim. “Esta colección de monturas es tan sofisticada en su concepción como elegante en su estilo”.

Diseñadas para superar los mayores estándares de calidad, cada lente se elabora con elegancia en el laboratorio de vanguardia totalmente automatizado de Maui Jim. La colección consta de monturas hechas de acetato, metales y nailon inyectado para responder a las necesidades de todo tipo de usuarios. Igual que las gafas de sol Maui Jim, todas las monturas de la colección óptica se fabrican en Italia y en Japón.

Maui Jim ha creado dos nuevos diseños de lente patentados para adaptarse a los requisitos de todos los usuarios de gafas oftálmicas. MauiPassport Everyday™, pensada para las actividades cotidianas con un diseño que calcula automáticamente el punto focal para colocarlo en una posición óptima, y MauiPassport Office™, idónea para las personas que pasan mucho tiempo delante del ordenador cada día.

Asimismo Maui Jim inaugurará próximamente su segundo laboratorio de vanguardia totalmente automatizado en Braunschweig (Alemania), donde podrá procesar lentes PolarizedPlus2 para gafas de sol y lentes transparentes de la marca con el mismo nivel extraordinario de precisión y eficiencia. Los equipos se montarán y probarán en este primer trimestre y las pruebas de producción empezarán en el segundo trimestre. El plan es llegar a suministrar todas las gafas graduadas Maui Jim para Europa desde este nuevo laboratorio.



Coincidiendo con su participación en Opti Munich, Maui Jim presentó su nueva colección oftálmica a profesionales y medios de comunicación.



La nueva colección de graduado se inspira en los artesanos hawaianos de antaño y en colores extraordinarios. Como dicen los responsables de la marca: “Esta colección de monturas es tan sofisticada en su concepción como elegante en su estilo”.

DNEye® Scanner 2+

ACERCAMOS EL FUTURO A TU ÓPTICA

Tus clientes verán como nunca antes gracias a nuestra tecnología patentada DNEye®.

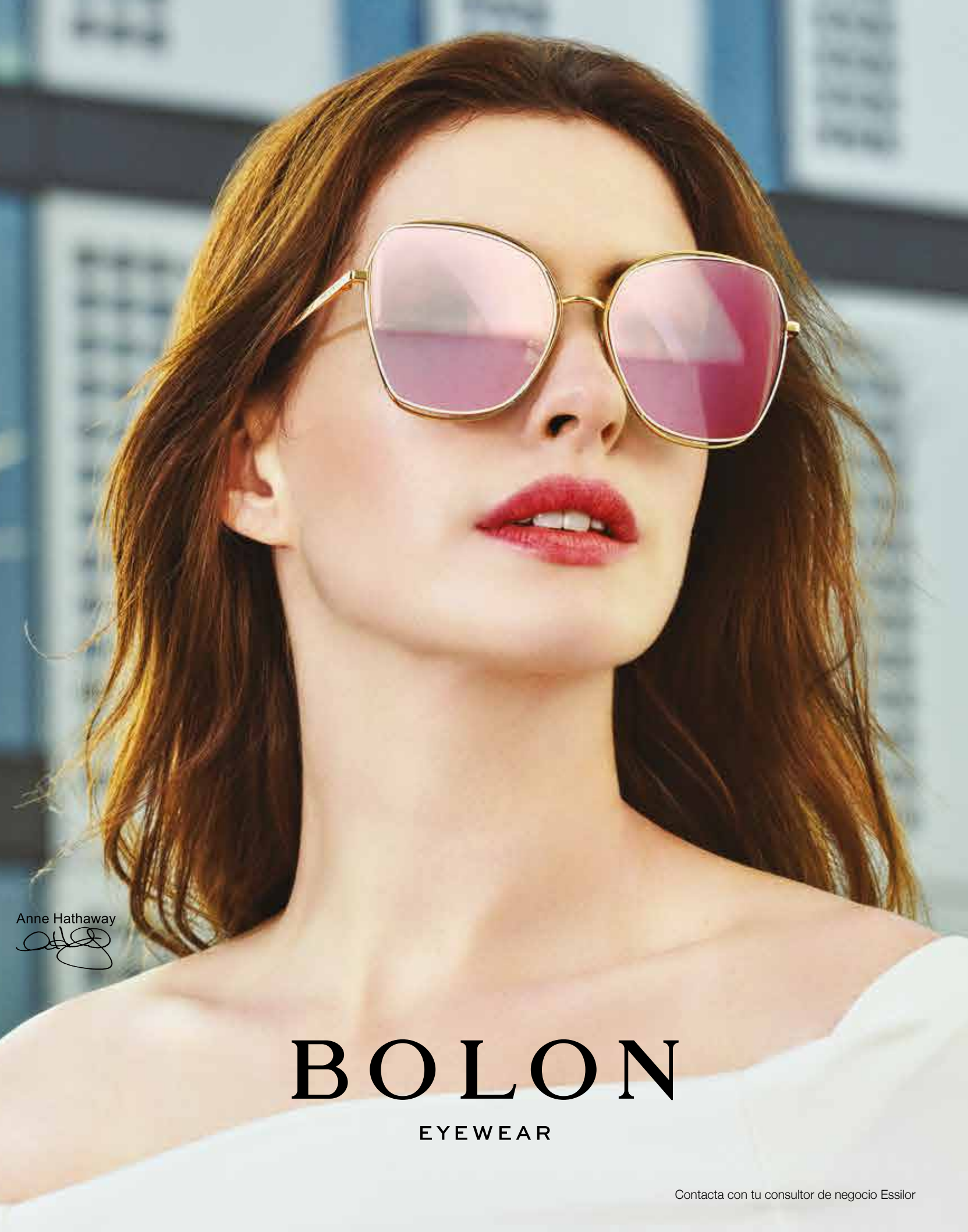
See better. Look perfect.

DNEye Scanner 2+ te ofrece en un único instrumento: Aberrómetro, Topógrafo corneal, Autorefractómetro con tecnología EyeLT, Paquímetro y Tonómetro



Pregunta a tu comercial de zona Rodenstock
O llámanos al: 936 548 770 o 91 776 26 12

 **RODENSTOCK**
RODENSTOCK



Anne Hathaway


BOLON

EYEWEAR

Contacta con tu consultor de negocio Essilor



Anne Hathaway

A stylized, handwritten signature of Anne Hathaway in black ink.

BOLON
EYEWEAR

Contacta con tu consultor de negocio Essilor

La Mirada Solidaria de Fundación Multiópticas y Cruz Roja llega a Burgos

Fundación Multiópticas, en colaboración con Cruz Roja Española, ha realizado los días 13 y 14 de febrero, de forma gratuita, una campaña de graduación de la vista, entregando las correspondientes gafas graduadas –cuando así lo requerían los resultados de cada graduación– y unas gafas de sol a todas las personas de colectivos vulnerables a los que atiende Cruz Roja en Burgos y que han participado en la iniciativa.

Durante las dos jornadas de esta acción de #MiradaSolidaria han sido atendidas unas 130 personas, pertenecientes a diversos colectivos que se encuentran en situación de vulnerabilidad, siendo en esta ocasión las mujeres las más afectadas por el problema (se han atendido 63 mujeres frente a 43 hombres y el resto menores). Esta iniciativa solidaria se enmarca en el proyecto “Una mirada solidaria”, liderada por Fundación Multiópticas y en la que colaboran Cruz Roja y otras entidades como Mensajeros De La Paz.



En “La Mirada Solidaria” de Fundación Multiópticas y Cruz Roja en Burgos han colaborado ópticos-optometristas de Multiópticas Burgos Visión y Multiópticas Castilladecor.



Las revisiones se han realizado en la Oficina Provincial de Cruz Roja Española en Burgos, y han contado con la colaboración de ópticos-optometristas voluntarios de Multiópticas Burgos Visión y Multiópticas Castilladecor Proyectos e Instalaciones S.L. Burgos Visión pertenece al grupo Vidal, que cuenta con dos establecimientos en la ciudad de Burgos y un total de 22 entre las comunidades de Castilla y León y Madrid. Faustino Vidal, uno de los dueños del establecimiento situado en Burgos y miembro

del Consejo Rector de la Cooperativa, aseguraba que: “Multiópticas pone una mirada solidaria en su día a día y en todas las acciones que hace, y gracias a la Fundación puede vivirse este espíritu de todos los integrantes de la Cooperativa en muchas ciudades de España”. Por su parte, el socio de Multiópticas Castilladecor, Miguel Ángel Fernández-Cañadas, propietario de 26 establecimientos en toda la península y el archipiélago balear, añadía: “el corazón de Multiópticas es su Fundación, y poder hacer acciones como éstas es lo que une y hace avanzar a la Cooperativa”.

Sobre la salud visual en Castilla y León y Burgos

En un clima de los más extremos de España según acredita la Agencia Estatal de Meteorología, y tras las olas de frío vividas durante este invierno, la acción solidaria acometida por Fundación Multiópticas y Cruz Roja se convierte en más necesaria que nunca. Recientemente, el Colegio de Ópticos y Optometristas de Castilla y León advertía en un comunicado de los daños oculares que provoca el frío. También desde el Colegio de Ópticos-Optometristas se señala el creciente problema de la miopía en la población, así como los problemas de desarrollo social y educacional que provoca una mala visión en la infancia.

En Castilla y León, y más concretamente en Burgos, las necesidades diarias que se atienden en los gabinetes son, especialmente, tres: diagnósticos de defectos visuales (miopía, hipermetropía, astigmatismo y presbicia); medición de presión intraocular o PIO para la detección de posibles desarrollos de glaucoma y la detección de patologías comunes (conjuntivitis, cataratas, ambliopías infantiles o detección de degeneración macular). Toda esta problemática, asimismo, se contextualiza en un entorno en el que el porcentaje de hogares que tienen “cierta dificultad, dificultad o mucha dificultad para llegar a fin de mes” suma un total del 45'5 %, según datos de la D. G. de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León con datos del INE y su “Encuesta Condiciones de Vida”.



Durante la campaña de graduación de la vista han sido atendidas unas 130 personas en situación de vulnerabilidad y se les han entregado gafas graduadas y de sol en caso de necesitarlas.

Proximo Colour Sun

LAS GAFAS

DE LECTURA QUE VAN MÁS LEJOS

¡LA PREMONTADA CON CLIP DE SOL!



UNA COLECCIÓN MULTICOLOR DE GAFAS
PREMONTADAS DE ALTA CALIDAD CON UN
PRÁCTICO CLIP MAGNÉTICO CON LENTE SOLAR
INCORPORADO.

GRADUACIONES DE +1,5 HASTA +3 EN EXCLUSIVA
PARA EL SECTOR DE LA ÓPTICA.



OLSOL

SOLICÍTANOS EL FOLLETO Y MÁS INFORMACIÓN

Rosa Jofra | rjofra@olsol.com
93 480 99 80

MODO

La delicadeza del origami

La campaña de Modo Unmistakable Lightness (Ligereza inconfundible) se inspira en la filosofía de la firma para celebrar la ligereza y la estructura de sus diseños a través del arte del origami. Modo vuelve a demostrar que menos es más.



MODO ofrece la pureza de un diseño limpio con piezas atemporales diseñadas para realzar la individualidad. Así se dibuja la exclusividad de cada colección, en esta ocasión con especial delicadeza y cuidado de los pequeños detalles.

La nueva campaña abarca todo el espectro de la firma, incluyendo un hermoso lookbook, materiales impresos, vídeos y materiales digitales. Tras reducir lo abundante y mantener lo esencial, las finas capas de papel se pliegan en diferentes formas geométricas que llevan a una armoniosa composición de la forma, mientras el verso se usa para aunar diferentes características con una expresión emocional. Inspirado por la duradera luz del sol tras un oscuro y largo invierno, el sol baña de luz el paisaje.



MODO va más allá de los límites de la innovación en sus colecciones. Estos modelos de sol llevan una de las últimas innovaciones de la marca: bisagras sin tornillos.



La nueva campaña de MODO realza la individualidad femenina y masculina a través de unas imágenes preciosas en las que las monturas brillan con luz propia en los rostros añadiéndoles un plus de estilo y elegancia. Los modelos de la colección R 1000 + titanium combinan Resin 1000 con beta titanium.

MODO nació en 1990 en el Soho de Nueva York gracias al espíritu emprendedor de su fundador, Alessandro Lanaro. La firma ha evolucionado en una compañía que diseña, fabrica y distribuye un portfolio de la casa de gran éxito con marcas de estilo de vida contemporáneo, todas bajo el denominador común del diseño y la innovación: ECO y Derek Lam son un ejemplo de ello. MODO es una compañía global con oficinas en Nueva York, Milán y Estocolmo.

En la actualidad MODO contribuye al trabajo de la industria del eyewear respecto a sostenibilidad y responsabilidad social, con iniciativas como la producción de monturas con un 95% de materiales reciclados o biológicos, como la firma ECO. Asimismo la firma planta un árbol por cada compra con el programa ECO's ONE FRAME – ONE TREE o proporcionar cuidado de la vista a niños necesitados con MODO's BUY A FRAME – HELP A CHILD SEE.

Alumnos

de la Facultat d'Òptica de Terrassa visitan Prats



Como cada cuatrimestre, los alumnos de de la Facultat d'Òptica de Terrassa -FOOT-, de la asignatura "Adaptación y montaje de gafas", visitaron las instalaciones del laboratorio de lentes oftálmicas de Prats en Sant Boi. Estas visitas formativas permiten a los futuros ópticos-optometristas conocer la importancia de la optimización y las ventajas del diseño y fabricación de las lentes Free-form respecto a las lentes convencionales. La formación consta de dos partes: una visita a las instalaciones donde se conoce y descubre la tecnología y la maquinaria necesaria para la fabricación de las lentes con Máxima Adaptabilidad y una Master Class de todos los niveles de optimización de las lentes VIMAX: GEO - VIEW y PRO ADAPT, así como de las tecnologías de fabricación: Adapt Superior Calculation, Adapt Robotic Technology y Artificial Intelligent Vision.

CECOP

vuelve a participar en un reto solidario



CECOP vuelve a involucrarse en causas benéficas y a ponerse a lado de las organizaciones e instituciones que trabajan por la infancia, poniendo su granito de arena en

favor de los colectivos más desfavorecidos, esta vez de la mano de la ONG española Educo. Con este objetivo realizó una donación, en nombre de todos sus asociados, de la cantidad correspondiente a 600 becas diarias, en beneficio del Programa de becas de comedor de Educo. Esta aportación corresponde a la cuantía dirigida a felicitar las navidades a los asociados y partners del grupo. La ONG trabaja en la cooperación para el desarrollo, y actúa a favor de la infancia y la defensa de sus derechos, en especial el derecho a recibir una educación de calidad.

"Estamos muy orgullosos de haber podido contribuir en paliar la situación de dificultad económica en la que viven muchas familias, incluso en nuestro entorno más próximo" comenta Beatriz Pérez, marketing manager de CECOP, "y para CECOP ha sido un placer colaborar con EDUCO en uno de sus programas, para que estos niños tengan garantizada diariamente, como mínimo, una comida completa, saludable y equilibrada."

El doctor Jorge Alió

participa en la Conferencia Anual de Microcirugía Ocular de Israel



El doctor Jorge Alió empieza el año acudiendo a una nueva cita en la que compartir conocimiento y experiencia con los mejores expertos internacionales en salud ocular. En esta ocasión, el profesor y catedrático del Área de Oftalmología de la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche asistió recientemente a la Conferencia Anual de la Microcirugía Ocular en la ciudad de Eilat, en Israel. En este importante encuentro Alió participó con dos intervenciones. En la primera explicó el tema de la terapia celular del queratocono, presentando así una nueva y emergente cirugía para tratar las distrofias corneales. En su segunda ponencia, tuvo la oportunidad de exponer los resultados de la nueva lente acomodativa (IOL) Lumina. Sin duda, dos importantes aportaciones del galardonado en 2015 con el prestigioso 'ISRS Presidential Award' de la AAO por su dedicación y contribución en el campo de la cirugía refractiva y en la Sociedad Internacional de Cirugía Refractiva. En este congreso anual, que cubre todo el espectro de la microcirugía ocular, Jorge Alió también atendió otras sesiones paralelas, cursos y simposios.

RITU suscribe

acuerdo como proveedor preferente de Federópticos



Las gafas en forma de binóculo rectangular marca RiTU han suscrito acuerdo como proveedor preferente del Grupo Federópticos el pasado 1 de febrero, ofreciendo a los asociados del grupo condiciones especiales de compra. Las gafas RiTU, todas ellas dotadas de lentes con filtro bloqueo luz azul, están disponibles en tres formatos de portabilidad: Gafa con Funda de Silicona adaptable a iPhone 6,6s,7 y 8; Gafa con Funda Adhesiva de Silicona adaptable a infinidad de teléfonos móviles o dispositivos y Gafa con Caja Rígida y anilla para convertirlo en llavero, colgante, etc. Para más información visite: www.federópticos.com o www.ritu.es

Nueva generación de analizador de ondas Wave Analyzer: Rápido, automático y multifuncional



El Wave Analyzer es un aberrómetro intuitivo, rápido y completamente automático que proporciona una refracción mediante frente de onda y un gran número de medidas detalladas relativas a la topografía corneal, paquimetría y tonometría tomadas con cámara Scheimpflug. Además es conectable, lo que facilita el intercambio de resultados y la transferencia de datos. Gracias a su tecnología de última generación, Wave Analyzer permite un proceso de medición automático rápido y completo. Una vez que la barbilla se sitúa en el apoyo, este avanzado dispositivo de essilor realiza todas las medidas de manera automática, permite una navegación intuitiva y progresión del ciclo de medición y cuenta con una pantalla táctil grande. Wave Analyzer cornea 700 realiza 4 mediciones en menos de 1 minuto, mientras Wave Analyzer medica 700 realiza 7 mediciones en 90 segundos.

Wave Analyzer cuenta con tecnologías mediante frente de onda y Shack Hartmann que permiten realizar la refracción en condiciones de visión fotópica y mesópica. Su sistema de análisis de aberraciones de alto y bajo orden, hace posible una simulación de la calidad de la visión. Además, puede realizar topografía y pupilometría para adaptación de lentes de contacto y detección de queratocono; es capaz de analizar 100.000 puntos, simular en 3D la curvatura corneal y calcular el diámetro de la pupila fotópico/escotópico. También lleva a cabo retroluminiscencia del cristalino con prueba de opacidad y evaluación de cataratas.

Su función de paquimetría y tonometría basadas en Scheimpflug, permite realizar tonometría sin contacto con imagen completa del segmento anterior y examen de glaucoma con valor de PIO corregido automáticamente de acuerdo con el grosor corneal y el ángulo irido corneal. Cabe recordar, por último, que Wave Analyzer permite una fácil compartición de datos, informes de resultados claros y personalizables y tecnología basada en XML para datos fáciles y transferencia de imagen.

Campaña de Federópticos "Eres muy PRO" en colaboración con Essilor



Federópticos ha puesto en marcha su nueva campaña de progresivos "Eres muy PRO", que busca conectar con el nuevo usuario de progresivos incidiendo en la principal ventaja que ofrece Federópticos en gafas progresivas: la adaptación. Para la campaña, realizada en colaboración con Essilor, se ha elegido como protagonista a un padre que se adapta a las nuevas situaciones que se le plantean mientras se encuentra al cuidado de su hija. Con este ejemplo, Federópticos se dirige a los clientes capaces de adaptarse a los cambios en diferentes momentos de su vida, y les ofrece unas lentes progresivas con la misma capacidad de adaptación.

Desde su lanzamiento en 2015, PRO se ha convertido en la principal propuesta de valor de Federópticos para sus clientes de lentes progresivas, formada por un conjunto de ventajas exclusivas: Garantiza la total adaptación a las nuevas lentes progresivas y durante los tres primeros meses el cliente puede solicitar su reemplazo hasta su total satisfacción; PRO incluye un seguro sobre las gafas progresivas ante rotura durante dos años, cubriendo el 70% del valor del precio vigente en el momento de la reparación o reposición, y aporta diversas fórmulas de financiación para que el cliente escoja la que mejor se adapte a sus necesidades.

"Eres muy PRO" identifica tres niveles de precio en gafa progresiva completa: Basic, Medium y Select. Además Federópticos cuenta con diseños exclusivos en monturas de Roberto Torretta y Lodi, de diseños para mujeres y de Forecast y Scalpers como referentes de diseño masculino.

La campaña "Eres muy PRO" se realiza en colaboración con Essilor, que integra su propuesta Varilux Solutions; se trata de tres soluciones especiales para el usuario de progresivos en diferentes escenarios de uso: Drive, Digital y Sun. La gama PRO Varilux ofrece, como oferta especial, el segundo par de lentes progresivas incluido.

"Eres muy PRO" estará activa hasta el 31 de marzo y cuenta con una importante presencia en televisión y medios digitales, así como el microsite especial www.federopticos.com/pro.

IOC y OPTretina

colaboran en el diagnóstico de enfermedades de retina



OPTretina lleva un año y medio desarrollando algoritmos de inteligencia artificial que hagan más fácil y fiable el diagnóstico de las enfermedades de la retina central. La colaboración firmada ahora entre el Institut d'Oftalmologia Clínica Girona (IOC) y OPTretina permitirá incorporar imágenes de retina que nutran y perfeccionen los algoritmos de inteligencia artificial, mejorando la eficiencia y como sistema de apoyo al diagnóstico precoz y prevención de la ceguera.

El sistema de Inteligencia Artificial funciona a partir de fotografías del fondo del ojo previamente etiquetadas por oftalmólogos especialistas en retina que son usadas para entrenar redes neuronales convolucionales. Actualmente, OPTretina ya dispone de más de 400.000 imágenes de retina etiquetadas y, gracias a este acuerdo, podrá ampliar notablemente los casos diagnosticados, ya que, el IOC cederá para investigación fotografías de retina anónimas con indicios de enfermedades detectados por doctores del centro. Los algoritmos de esta Inteligencia Artificial pueden detectar indicios de enfermedades graves como la DMAE, la retinopatía diabética o el glaucoma. En la foto, de izquierda a derecha: Enric Ayats, gerente de IOC; Dra. Teresa Teixidor, co-socia de IOC; Dr. M. Zapata, retina médica y quirúrgica de l'IOC y director médico de OPTretina, y Mark Ruiz, CEO de OPTretina.

Reunión Anual

Comercio Asociado de VISTAOPTICA



VISTAOPTICA ha congregado a todas sus franquicias en la Reunión de Comercio Asociado que celebra anualmente en un hotel de Barcelona. En esta ocasión presentó diferentes ponencias muy interesantes sobre gestión de stocks y de las compras, así como un protocolo de venta donde la calidad y el servicio son la esencia y la carta de presentación del Grupo que, de este modo, facilitó a sus asociados más información y herramientas muy útiles tanto para la compra de producto como para la venta del mismo. Los asistentes al evento contaron con la presencia de Robert William Morris, fundador de la marca William Morris London, que presentó la nueva colección y explicó la historia de la marca a todos los asociados. VISTAOPTICA cuenta ya con 100 establecimientos en España. www.vistaoptica.com

Bollé lanza

la revolucionaria lente fotocromática Phantom



La marca vuelve a dar un paso al frente en el sector de la óptica con Phantom, la tecnología de lente adaptativa ligera que se ajusta automáticamente a las condiciones imperantes. Phantom se ha desarrollado en colaboración con Essilor® Sun Solution™ y combina cuatro tecnologías avanzadas de lentes, redefiniendo la visión sobre la nieve y brindando mayor confianza y velocidad de reacción. Las lentes Phantom están hechas con NXT®, uno de los mejores materiales para uso deportivo debido a su combinación de peso ligero, alta resistencia al impacto, claridad óptica y completa protección UV. La tecnología de lentes Phantom abarca todas las intensidades variantes de la luz, asegurando una mayor agudeza visual y precisión en todas las condiciones climáticas, incluidas las más extremas. El color de la lente cambia con la luz de cat.1 a cat.3 en menos de 30 segundos. Una versión opcional superior de esta lente, la PHANTOM+, está provista de una película semipolarizada (50% polarización).

Cione distribuye

Gant en exclusiva



Cione Grupo de Ópticas y Marcolin, empresa distribuidora de Gant en España, han alcanzado un acuerdo en virtud del cual la marca se va a comercializar únicamente a través de la red de ópticos de Cione. Asimismo, Marcolin va a potenciar la marca Gant en las redes sociales en España a través de dos influencers: Javier De Miguel y Peter Vives. Gant es una marca original de estilo de vida estadounidense con sofisticación europea, que se caracteriza por su producto de primera calidad, lo que incluye complementos, accesorios, e incluso muebles para el hogar. Todas sus colecciones, no sólo las de monturas, aportan modernidad y sofisticación, están basadas en estilos clásicos y deportivos, con toques innovadores, y sus diseños tienen líneas limpias y contemporáneas.

ONLY FOR YOUR EYES



NEW CLASSIC

errebemallorca.com

Errebé from Mallorca, se renueva apostando nuevamente por los clásicos.
Presentando para esta nueva temporada 82 nuevos modelos de sol y 35 nuevos
modelos de vista en Alta Calidad.



Errebé from Mallorca

ANEOP Y FEDAO analizan sinergias y colaboración entre ambas entidades



ANEOP –Asociación Nacional de Empresarios de Óptica y Profesionales– y FEDAO –Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico– se han reunido en Madrid con intención de analizar posibles sinergias entre ambas entidades y la posibilidad de colaborar juntos en los nuevos retos y oportunidades que afrontará el sector de la óptica en los años venideros. En la reunión participaron, por parte de FEDAO, Elisenda Ibáñez, coordinadora y responsable digital, y Jennifer García, responsable de comunicación y lobby, ambas en la foto con los representantes de ANEOP que asistieron al encuentro: Enrique Convalia, presidente; Daniel Pradana, secretario, y Pilar Riera, vocal.

Ambas entidades debatieron sobre el objetivo común de trabajar para informar a la sociedad de la importancia del cuidado de la salud visual, e ir en esta línea buscando sinergias conjuntas. En este encuentro se analizó la posibilidad de que la asociación se pudiera inscribir en FEDAO como ANEOP –independientes– y formar así parte de las actividades diseñadas por Visión y Vida para 2018, en las que es imprescindible contar con el mayor número posible de centros ópticos disponibles para la ciudadanía, ya que desde Visión y Vida se les informa y dirige a los centros ópticos con campañas preventivas de salud visual. Entre estas actividades destacan el Libro Blanco de la Visión, la tercera edición de Ver para Aprender, ahora con el apoyo ministerial y de las Comunidades Autónomas que se adhieran, un estudio sobre la incidencia de la miopía en España, y una campaña de revisión visual de conductores profesionales y usuarios que será pionero en España.

Como nos han recordado los participantes en el encuentro entre ANEOP y FEDAO “Esta reunión puede servir como punto de inflexión tras un año 2017 bastante turbulento en el sector”.

Cottet Óptica

**presenta su dispositivo de
exploración y entrenamiento
visual con pruebas en 3D**



El grupo óptico Cottet incorpora a su catálogo de servicios su primer dispositivo de exploración y entrenamiento visual automatizado con pruebas interactivas en 3D. Se trata de un Centro de Entrenamiento de la Visión Automatizado

(EVA)-Davalor que se encuentra de forma exclusiva en el centro óptico Cottet Diego de León, en Madrid. Según explica Fabio Delgado, director óptico de Cottet: “El programa incluye una fase de detección de disfunciones: primero se realizan pruebas clínicas interactivas en 3D real, se pasa a una exploración completa de la función visual y después se obtiene un informe diagnóstico sobre el estado de la función visual. Una vez se detectan las anomalías se activa un programa de entrenamiento visual personalizado para corregir las disfunciones localizadas”.

Las deficiencias visuales son muy comunes en la población y poca gente sabe que las padece. 1 de cada 2 personas sufre algún tipo de disfunción visual que afecta a su vida sin ser conscientes de ello. Los desarrollos tecnológicos en el campo de salud visual crecen exponencialmente y esto permite conocer nuevas técnicas de diagnóstico y terapia que mejoran nuestra calidad de vida. Igual que entrenamos el cuerpo y lo preparamos para evitar lesiones, sentirnos más ágiles o mejorar el rendimiento general en el día a día. La mayoría de los problemas de la función visual pueden corregirse o mejorarse con entrenamiento visual como el que ofrece EVA-Davalor, en Cottet.

El programa de exploración y entrenamiento visual de Cottet que se realiza a través del dispositivo EVA de Davalor puede tratar y mejorar deficiencias en el área de la binocularidad, la acomodación y la motilidad ocular, tiene una duración aproximada de 20 minutos y se suelen establecer sesiones periódicas.

Jisco presentó

sus novedades Opti Munich 2018



El éxito ha presidido la participación de Jisco en Opti Munich; en su stand, los visitantes conocieron de primera mano las novedades de la colección 2018, en especial las nuevas piezas propuestas por esta marca de carácter mediterráneo, que vienen a enriquecer las diversas líneas de su colección de monturas ópticas: nueve modelos en toda la gama, desde el titanio ultrafino y minimalista hasta el acetato audazmente colorido.

Siguen creciendo las propuestas en titanio integral, de impecable calidad japonesa, con tres modelos ultraligeros que revalidan los éxitos del color introducido en su colección anterior. También aumenta la selección de acetatos exclusivos, con modelos para todos los gustos y tamaños, combinados con titanio o en acetato integral con interesantes juegos de colores: transparencias, fusiones tan elegantes como originales y detalles sorprendentes.

“Nos ha sorprendido gratamente el entusiasmo de los clientes que visitaron nuestro stand; no podíamos esperar un resultado más positivo y comenzar el 2018 de esta forma tan fantástica”, comenta Carlos Iranzo, jefe de ventas en España.

La colección Jisco Eyewear se presentará de nuevo a los profesionales del sector el próximo mes en Milán, en Mido, del 24 al 26 de febrero.

Todas las novedades están disponibles on-line en www.jiscostyle.com así como la nueva campaña publicitaria “Portraits”.

Luxottica se reorganiza

**y concentra los poderes en
manos de Del Vecchio**



Luxottica Group simplifica su sistema de gobierno con la reciente salida del CEO y director de Operaciones de producto, Massimo Vian, por la expiración natural del mandato, y concentra los poderes en manos del Presidente Ejecutivo, Leonardo Del Vecchio, y del vicepresidente, Francisco Milleri, que también asume el puesto de Director Ejecutivo. Stefano Grassi, Director Financiero del Grupo, entra en el Consejo de Administración.

“Agradecemos a Massimo su contribución durante trece años, con pasión y energía, en la definición de una organización de operaciones moderna e innovadora. Gracias a él, hoy Luxottica tiene un sólido equipo de gerentes que comparten el enfoque en la calidad y la innovación. Le deseamos todo el éxito en sus próximos desafíos profesionales”, comenta el presidente Leonardo Del Vecchio, fundador e inspirador de la cultura y la visión estratégica del Grupo: “Estamos casi al final del proceso de reorganización y simplificación del grupo iniciado hace más de tres años. Hemos pasado por algunas fases intermedias para dar tiempo a la estructura para asimilar y perfeccionar las numerosas innovaciones comerciales y de producción. Hemos cerrado un año extraordinario y nos estamos preparando para nuevos desafíos importantes y para abordar la configuración óptima de un nuevo capítulo en nuestra historia con los socios franceses de Essilor”, concluye Leonardo Del Vecchio.

“Agradezco a Luxottica y al presidente Del Vecchio por este viaje que duró trece años. Ha sido un verdadero privilegio crecer internamente dentro del Grupo, combinando hombres y mujeres únicos, y año tras año para lograr resultados extraordinarios. Espero que el nuevo capítulo de la gran historia de Luxottica siga siendo muy rico en éxitos”, comenta Massimo Vian.



FREE LAND
BARCELONA ART DESIGN

MIDO / MILANO PADIGLIONI 6 / STAND A12
24,25 Y 26 DE FEBRERO
www.freeland-bcn.com

Enrique Rubio, nuevo director comercial de Conóptica



La estructura directiva de Conóptica ha experimentado un importante relevo al incorporarse a la misma Enrique Rubio Díaz de Arcaute como director comercial tras la jubilación de Emilio Calabuig, profesional de amplia y reconocida cualificación en el sector. Conóptica ha buscado el reemplazo de Calabuig en el entorno de los profesionales del sector de más larga trayectoria y lo ha encontrado en la persona de Enrique Rubio Díaz de Arcaute, profesional del ámbito del marketing y las ventas con 25 años de experiencia en el sector de la óptica, donde ha desarrollado puestos directivos en empresas tan relevantes como Hydron, Indo, InViva o Natural Optics.

De formación científica –es químico–, desarrolló sus primeros años de carrera profesional en el sector farmacéutico antes de especializarse en Esade e IESE en el campo de las ventas y del marketing. Da el salto al sector de automoción para posteriormente entrar en el mundo de la óptica donde dice encontrarse “enormemente a gusto entre profesionales de la salud que necesitan ser técnicos expertos y además avezados y sutiles comerciales para triunfar”. Enrique Rubio lleva además el emprendimiento en la sangre y durante su dilatada vida profesional ha creado empresas en diferentes sectores, algunas de las cuales siguen vigentes y activas. Disfruta realizando seminarios, cursos de formación, ponencias y colaboraciones con revistas de varios sectores.

“Solo puedo agradecer a Conóptica y al Grupo Hecht Contactlinsen que me hayan ofrecido esta gran oportunidad de trabajar con uno de los equipos de profesionales más reconocidos y de más prestigio del sector con los que pretendo disfrutar de este excitante momento de transformación que vive el mundo de la Óptica. Estoy ilusionado al poder aportar un granito de arena al mantenimiento del prestigio de un sector dedicado a algo tan importante para las personas como es la salud ocular”, ha declarado al incorporarse a su puesto en la sede de Conóptica.

Essilor Diagnóstico

un paso más hacia la
excelencia en salud visual



El envejecimiento de la población hace que la aparición de patologías visuales graves como glaucoma, DMAE, retinopatías o desprendimientos de retina sean cada vez más comunes.

Con herramientas de última generación, como Essilor Diagnóstico, Essilor se reafirma en su compromiso por responder a las necesidades actuales de los clientes. Esta herramienta, de fácil manejo, está pensada tanto para mejorar la salud visual de la población, como para reforzar el papel del óptico-optometrista como experto en el cuidado de la salud visual. Exclusivo de Essilor, este sistema permite diferenciarse y dar un paso más en el ejercicio sanitario del profesional de la visión, proporcionando a sus pacientes un examen completo de exploraciones y pruebas realizadas con retinógrafo.

A través de este sistema sencillo y exacto, el óptico-optometrista ofrece a sus clientes un programa de salud visual para el screening integral de las principales patologías asociadas a la retina mediante cuatro sencillos pasos: Examen visual integral diagnóstico: Además del informe optométrico y de la anamnesis del paciente, se incluye la prueba con el retinógrafo para una detección precoz de patologías y un informe del oftalmólogo; subida de datos a la plataforma: El óptico-optometrista introduce los datos optométricos y las imágenes de la retinografía en Essilor Diagnóstico; recepción del informe: Un oftalmólogo experto en patologías de la retina recibe los datos y en 24 horas hace llegar un informe a través de la plataforma; y entrega del informe: Entregas a tu paciente un informe completo con información reportada por el oftalmólogo, el examen optométrico y las imágenes de la retina.

Essilor Diagnóstico es una herramienta que permite al óptico-optometrista posicionarse como referente en salud visual y ofrecer a sus clientes un servicio diferenciador y de valor; además, favorece la fidelización.

MIOPTICO Y ABANCA

acuerdan opciones de crédito
para los asociados

MIOPTICO Group y ABANCA han firmado un acuerdo de colaboración en materia financiera, con el objetivo de mejorar el acceso al crédito de los profesionales que ya cuenten o deseen poner en marcha establecimientos asociados. El director general del grupo óptico, Florent Carrière, y el director territorial de ABANCA en España, Pedro Canales, rubricaron en la sede del banco en Madrid un protocolo de colaboración conjunta, que establece condiciones especiales en la contratación de productos y servicios de la entidad.



El convenio recoge una oferta específica de productos diseñados para responder a las principales necesidades de los asociados. Para la gestión diaria, ABANCA pone a disposición de este colectivo una amplia gama de pólizas de crédito, líneas de comercio exterior, avales o líneas de descuento. Además, ofrece alternativas de financiación para acometer mejoras en los negocios o poner en marcha nuevas iniciativas.

Los asociados del grupo óptico se beneficiarán de tarifas personalizadas en el alta y mantenimiento de los dispositivos TPV. Además, podrán contratar bonos de TPV gracias a los que podrán conocer su tarifa mensual, independientemente de la facturación. De la misma manera, este colectivo podrá acceder a las ventajas del programa Cero Comisiones de ABANCA, que permite dejar de pagar por el mantenimiento de las cuentas y sus tarjetas, pero también por las transferencias, ingresos de cheques o servicios habituales. Por último, los asociados de MIOPTICO también tendrán a su disposición la línea de seguros diseñada por ABANCA para los comercios.

Prats estará presente

en ExpoÓptica 2018 y en OPTOM



Prats acude con stand propio a la próxima edición de OPTOM y ExpoÓptica, eventos que se celebrarán en IFEMA del 13 al 15 del próximo mes de abril. Un año más Prats apoya al sector estando presente en la feria madrileña y en el Congreso OPTOM, presentando sus novedades para este 2018.

En la nueva edición de la feria, los visitantes podrán descubrir la nueva campaña de Marketing; una campaña novedosa y original en el sector, que viene cargada de imágenes frescas y, a la vez, de emociones que los establecimientos podrán tener y disfrutar de ellas. La campaña es el resultado de la continuidad de las ya conocidas: “Si eliges VIMAX, eliges ver”, “Llega el Calor, llega el Color”, y “Vimax, según tus ojos las lentes progresivas más avanzadas del mundo”.

Todo el equipo de Prats, como en ediciones anteriores, estará esperándote en su stand de ExpoÓptica para contarte todas las novedades de 2018. Pásate a saludar a tu Delegado Comercial. El stand de Prats estará situado en el pasillo central.

ARPE[®]
Optical

FUNDAS Y GAMUZAS

NUESTRO DEPARTAMENTO DE DISEÑO
CREARÁ LA MEJOR IMAGEN PARA TU ÓPTICA



—  —
TU LOGO
AQUÍ



—  —
TU IDEA
AQUÍ

Mádanos tu foto
preferida o elige una
de **nuestro banco de
imágenes gratuito.**



ESPECIALISTAS EN MICROFIBRA DESDE 1991

+34 93 793 76 77 · info@arpeoptical.com

www.arpeoptical.com

ARPE[®]
Optical

Catálogo de Lentes Oftálmicas 2018 de Prats



El nuevo Catálogo de Lentes Prats y su nueva campaña de Marketing: Un año de cine, con Vimax Lens, están vigentes desde este 1 de marzo. En el catálogo anterior inició el cambio de clasificación de las lentes en función de su uso: Universal Vision, Work & Drive Vision, Clinical Vision y Sun&Sports Vision. Como novedad para este 2018 se presenta un material especial para proteger los ojos: Blue Safe System, además de una incorporación en las lentes Clinical Vision: la lente progresiva VIMAX MIOPAS.

El BLUE SAFE SYSTEM es el nuevo material que logra el equilibrio ideal de protección ocular frente a la parte nociva de la luz, a la vez que permite el paso de la franja beneficiosa, manteniendo la máxima transparencia de la lente. Otro tipo de sistemas de bloqueo de los rayos nocivos, como los reflejantes azules, se muestran menos efectivos en el bloqueo de los rayos UV y, además, reducen en exceso la transmisión del espectro azul que es beneficioso. Por ello BLUE SAFE SYSTEM se presenta como la protección 100% equilibrada contra la luz tóxica.

La lente VIMAX MIOPAS cuenta con el principio tecnológico GEO ADAPT que permite equilibrar los tres campos de visión (lejos, intermedio y cerca), a través de un cálculo en tiempo real optimizado. De esta forma se obtiene una suave transición visual, con un recorrido óptico mucho más gradual y confortable. La optimización y eliminación de aberraciones laterales ofrece las máximas prestaciones al usuario, adaptándose a sus características individuales. La lente progresiva Free-form optimizada para miopías superiores a -8 Dp.

Si quieres saber más sobre las novedades, contacta con tu Delegado Comercial o llama al 902 230 260.

La Ruta de la Luz

y Beltone mejoran la salud visual y auditiva en Dajla



Beltone España y Fundación Cione Ruta de la Luz han regresado de su cuarta misión a Dajla, ciudad del Sahara Occidental conocida antiguamente como Villa Cisneros, donde la Ruta de la Luz inició un proyecto de mejora de la salud visual en 2014 con la Asociación de Discapacitados de Dajla como contraparte. En aquella primera misión, Pedro Duc, cooperante navarro de Ruta de la Luz, percibió que había mucho que hacer también en materia de audiológica. En Dajla acceder a unas gafas es difícil, a un audífono es imposible. Así, a propuesta de Duc, la Fundación de Cione estableció contacto con Beltone España, proponiéndole una misión de salud auditiva paralela a la visual. Se inició entonces una fructífera colaboración que, en expediciones sucesivas, ha adaptado 250 audífonos en tres años, incluidos los casi cincuenta de ésta última. Además del propio Duc, han viajado la óptica y audioprotesista Tania Roris, y el audioprotesista David López, voluntario de Beltone España. Durante la misión, los voluntarios han llevado a cabo 292 revisiones visuales y 190 auditivas.

Italia Independent

y Billionaire Boys Club firman un acuerdo de licencia



Billionaire Boys Club e Italia Independent han anunciado un acuerdo de licencia para la producción y distribución de eyewear y prendas de vestir en

co-branding. La colección se presentará en exclusiva en junio de este año 2018. La marca de moda y lifestyle fundada por Lapo Elkann (en la imagen), y la marca de streetwear premium nacida por voluntad del músico, productor discográfico, empresario y modisto estadounidense Pharrell Williams, dan inicio a un proyecto de alto contenido estilístico en condiciones de exaltar el know-how, el ADN y la filosofía de las dos empresas. "Los dos equipos creativos trabajarán con gran empatía para crear una colección cuyos frutos ofrecerán al mercado productos cool y muy deseables, en armonía con los criterios de calidad que impulsan a las dos empresas", afirmó Lapo Elkann, fundador y director artístico de Italia Independent.

Safilo nombra

a Andrea Busato director comercial para América Latina



Andrea Busato se unió a la empresa en 2012 como CFO para EMEA, aportando 15 años de experiencia en la industria de la moda, concretamente en Diesel y Salvatore Ferragamo, así como en Consulting con Deloitte. Más tarde, en 2014 fue nombrado director de operaciones

de Ventas Globales y luego promocionado en 2016 como Jefe de Operaciones de Ventas Globales de Safilo, reportando al CEO. En esta posición, Andrea ha liderado un equipo de más de 400 personas en todo el mundo.

"El nombramiento de Andrea representa un paso más en el desarrollo de nuestro negocio en Latinoamérica. Específicamente, deseamos invertir en vanguardia para profundizar nuestras relaciones con los minoristas locales. La misión de Andrea es acelerar aún más el crecimiento del negocio", dice Luisa Delgado, CEO de Safilo Group.

CECOP patrocina

la 25ª edición de OPTOM



El grupo se une al conjunto de patrocinadores de la nueva edición del Congreso internacional de óptica y optometría que se celebrará en Madrid del 13 al 15 de abril, en coincidencia con ExpoÓptica, y que cuenta ya con un significativo cartel, formado por otras empresas líderes del sector. El congreso, principal evento profesional a nivel nacional, vuelve a contar con la participación de expertos y especialistas provenientes de las más reconocidas universidades y centros de investigación del mundo de la optometría. "Una oportunidad única de formación - comenta Jorge Rubio, director general de CECOP-, que es uno de los compromisos del grupo con sus asociados. Por ello no podíamos dejar de apostar por esta cita tan importante para el sector en España, y también para nuestros asociados, ofreciendo nuestro apoyo a través de este patrocinio". Según la organización, el programa científico de Optom incluirá en esta edición la presentación de importantes avances clínicos y las técnicas más novedosas durante las sesiones previstas en los tres días de duración del Congreso, además de los trabajos que expondrán los profesionales participantes, contribuyendo de este modo de manera significativa en el crecimiento clínico y formación de los profesionales que asistirán a la cita.

Un año de cine con

VIMAX de Prats

Después del éxito de las campañas anteriores: "Si eliges VIMAX, eliges ver", "Llega el Calor, llega el Color," y "Vimax, según tus ojos las lentes progresivas más avanzadas del mundo", llega la nueva campaña de marketing de Prats que sigue dando continuidad al mundo del cine. La campaña VIMAX está formada por 10 imágenes, alegres, emotivas, diferentes, donde se relacionan las películas más famosas y más taquilleras de todos los cultos y edades; películas como Pretty Woman, Crepúsculo, Matrix... con las lentes y los materiales del catálogo de Prats.



Además todos los usuarios que adquieran lentes progresivas de la familia Vimax, o monofocales Neo, Evolta, o Miopas recibirán una tarjeta para participar en el sorteo mensual que se celebrará ante notario de 1 Tv Samsung Led 4K, y de 10 suscripciones de 50 euros a Netflix. Los sorteos serán mensuales desde marzo hasta diciembre de 2018, siendo el total de regalos: 10 TV Samsung y 100 suscripciones a Netflix.

Si todavía no te ha llegado tu kit VIMAX 2018, y estás interesado en conseguirlo, contacta con tu Delegado Comercial de Prats y te informará cómo conseguirlo.

Visión y vida

lanza una campaña en redes sociales para dar a conocer la labor del óptico-optometrista



La campaña #TUOPTOMETRISTA, promovida por la asociación Visión y Vida en las redes sociales, tiene como objetivo concienciar y explicar el labor del óptico-optometrista en la sociedad. A pesar de que España cuenta con 16.882 optometristas colegiados en un total de 9.817 ópticas en funcionamiento, haciendo que el promedio de óptica

por habitantes se sitúe en 4.600 personas, mucho más bajo que el de otros países europeos, como Francia o Italia, donde llega a las 6.000 o 7.000 personas, sigue habiendo un gran desconocimiento sobre la labor del óptico-optometrista en la sociedad, algo que se manifiesta con que solo el 40% de la ciudadanía se somete a revisiones regulares de su salud visual. En el caso de los menores, solo 3 de cada 10 niños menores de 7 años ha acudido alguna vez a una revisión completa.

Así, con esta campaña informativa, que ya ha sido compartida por más de 300 profesionales, logrando un alcance de más de 10.000 personas, Visión y Vida, apoyada por sus más de 4.500 socios y bajo el hashtag #tuoptometrista, la asociación tratará de explicar a la ciudadanía que puede recurrir a su optometrista de confianza para algunas de las necesidades básicas de todo ciudadano, entre otras: revisión óptica y graduación, mejora del rendimiento visual, búsqueda de soluciones para casos de baja visión y rehabilitación visual, adaptación de lentes de contacto en todas las edades, detección precoz de patologías con una derivación temprana al oftalmólogo y la detección y tratamiento de problemas de visión que pueden afectar al día a día de las personas.

Slastik Sun

presentó su colección de sol en ISPO Munich y estará presente en Mido

Después de cuatro días intensos, la empresa Eyewear from Barcelona regresó a casa más que satisfecha. Sus productos tuvieron una gran acogida entre los asistentes a ISPO, la feria especializada en deportes de invierno, que se celebró del 28 al 31 de enero en la ciudad alemana de Munich. Presentando su concepto totalmente diferencial, los asistentes pudieron probar el producto y comprobar que su agarre perfecto permite cualquier tipo de movimiento.



Esta feria, un referente en el sector del deporte y el fitness, acogió a 85.000 visitantes de todo el mundo. Con más de 15 visitas concertadas por día, además de los interesados atraídos por el producto al pasar por el stand, Slastik pudo mostrar su colección al público profesional del sector. Slastik Sun es la línea deportiva de sol de la marca Slastik. Su sistema de Head Band flexible y sus varillas regulables permiten practicar deporte con una sujeción perfecta y cómoda en la cabeza. Permitiendo olvidarse de los rebotes tan molestos y la presión en la sien.

Los interesados en conocer el sistema Slastik pueden visitar la web: www.slastik.com y el stand de la firma en Mido (pabellón 2, stand A33-B34), del 24 al 26 de febrero en los recintos feriales de Milán.

Pramaor, propietaria de Blackfin, facturó más de 10 millones de euros en 2017



Pramaor, la empresa italiana especializada en la producción de gafas de titanio con su marca Blackfin, ha superado su objetivo de facturación de 10 millones de euros. Los productos 100% italianos de la compañía se fabrican enteramente en la provincia de Belluno. La facturación de 2017 alcanzó los 10,1 millones de euros, un 30% más que el año anterior. Las exportaciones, que representan un 77% del total de sus ventas, crecieron un 32%, alcanzando una cifra de 7,8 millones de euros. El mercado interior también mostró una tendencia positiva durante el pasado año, creciendo un 17,5% en comparación con 2016.

"Estoy muy orgulloso del camino que estamos tomando y que es posible gracias a la determinación y compromiso de un equipo que trabaja con pasión y en perfecta armonía. Estamos trabajando en varios frentes, sobre todo en el diseño de productos y en MIDO presentaremos aún más colecciones exclusivas", afirma Nicola Del Din, CEO de la compañía. "Recientemente hemos lanzado una nueva plataforma digital innovadora y personalizada, así como una aplicación para crear una comunidad Blackfin e interactuar con todos nuestros contactos, incluidos los agentes de ventas, distribuidores y ópticos. Por último, pero no menos importante, en primavera comenzará la ampliación de nuestra sede corporativa que se va a duplicar en tamaño. Esta expansión es necesaria para hacer frente a la creciente demanda de nuestros productos con un incremento global de los pedidos de un 38% en 2017. La nueva extensión, que se construirá junto al local inaugurado en julio 2016, es parte de un plan aún mayor para la reorganización de la producción, que comenzó el pasado mes de abril con el nombramiento de Ivo Benvegnù como director de operaciones", terminó Del Din.

Pramaor, con 80 empleados y 28 agentes directos, produce exclusivamente las colecciones de gafas de titanio Blackfin, vendiéndolas, directamente o a través de distribuidores, en más de 40 países en todo el mundo.

El Grupo Alain Afflelou cierra una alianza estratégica con una nueva enseña dentro del segmento discount



El Grupo Alain Afflelou da un paso más en su estrategia de crecimiento en el posicionamiento discount a través de la alianza estratégica entre Optimil, marca adherida al Grupo desde 2016, y Central Eye-Optics, nueva enseña que se suma al negocio de la compañía francesa.

El objetivo de este movimiento reside en liderar el segmento discount y conseguir así la consolidación de esta línea de negocio a nivel nacional, que ya cuenta con una potente implantación en Levante y Galicia. La alianza de ambas redes ópticas sentará las bases de un plan de expansión a corto y largo plazo. La compañía se marca el objetivo de alcanzar los 86 establecimientos en España en un plazo de tres años. Esta nueva etapa de crecimiento en el sector low cost se implementará, una vez se cumplan los requisitos legales y se ejecute el acuerdo, mediante la figura del master franquicia y será liderada por Manuel Baltar. Está previsto que la evolución de las dos marcas se oriente hacia una única enseña: Optimil Discount. Un modelo de negocio que ya opera a nivel internacional en 200 puntos de venta distribuidos en otros países donde está presente el grupo (Francia, Bélgica y Marruecos) bajo el nombre de Optical Discount.

Eva Ivars, directora general del grupo Afflelou en España, manifiesta su apuesta por el segmento discount y el potencial de este movimiento estratégico. "Estamos ante una alianza en la que cada parte aporta gran valor. Nosotros contribuimos con nuestras campañas de marketing y publicidad y con el conocimiento de marca, ellos con producto potente y con la estrategia discount". Además, la directora general –a quien vemos en la foto con Manuel Baltar, Master Franquicia– asegura que España se ha convertido en el segundo mercado más importante para la multinacional después de Francia.

Los hermanos Cottet

lideran el 4º relevo generacional del Grupo Cottet



Cottet Óptica y Audiología, empresa familiar del sector de salud visual y auditiva, inicia su relevo generacional al asumir Javier Cottet el cargo de presidente y su hermano Alex Cottet la vicepresidencia de la compañía.

Javier Cottet, director general y Alex Cottet, nombrado recientemente director de relaciones corporativas, se colocan en puestos clave para liderar la cúpula de la compañía. El objetivo de este 4º relevo generacional responde a afianzar el liderazgo de Cottet en el mercado español y avanzar en nuevos mercados internacionales, bajo la premisa de excelencia en la calidad y servicio al cliente. Se ha nombrado, además, a David de Antonio como nuevo subdirector general y director de operaciones del grupo, que ocupará un papel fundamental para la organización y coordinación interna de todas las áreas. Su incorporación busca seguir impulsando procesos de profesionalización de la compañía, con el objetivo de mantener la mejora constante en la gestión y desarrollo de operaciones, así como fomentar la innovación tecnológica y ofreciendo la máxima calidad de productos y servicios.

De forma paulatina, David de Antonio asumirá el relevo de la dirección general del grupo. De Antonio, licenciado en económicas y coach certificado por ICF, es un profesional con una amplia experiencia en el sector, desarrollando su carrera profesional en empresas multinacionales del sector retail como Follie Follie, donde fue retail manager; Swarovski, donde fue también retail manager, y Montblanc, empresa en la que trabajó como retail operations manager.

CECOP estrena nuevo

Plan de Comunicación

El grupo, que cuenta ya con más de 3.200 asociados en todo el mundo, ha estrenado 2018 con un nuevo Plan de Comunicación, que envió ya a mediados de diciembre a todas sus ópticas asociadas, y que reúne las propuestas de campañas para sus miembros, en formato trimestral. "En CECOP sabemos que sólo el 12% de los impactos publicitarios diarios se queda en el recuerdo de quienes los reciben, y por ello este año hemos diseñado una comunicación diferente con respecto a los planes de años anteriores, en gráfica y mensajes, con el objetivo de que nuestras ópticas se posicionen en ese 12% y logren conectar con el consumidor final", comentan desde el departamento de marketing.

El plan de campañas incluye todas las programadas, divididas en campañas de promoción y de servicios profesionales, las de días especiales y todos los elementos de comunicación a los que los asociados tienen acceso, en diferentes formatos y según objetivos. Un completo abanico que abarca promociones de todos los productos estrella de la óptica, las relacionadas con las fechas más señaladas, y los servicios profesionales disponibles en las ópticas.



Las ópticas del grupo recibieron, además, la nueva edición de la revista CECOPEXPRESS, el módulo de adhesión a ViveCECOP, el programa que premia con regalos y viajes a los asociados por sus compras, y toda la información relacionada con el programa "Evolution".

Tomás Pérez

nuevo National Head of Sales & Area Sales Manager de la Zona Centro de Essilor España



Tomás Pérez asume el cargo de National Head of Sales & Area Sales Manager de la Zona Centro de Essilor España, coordinando el Equipo de Ventas y reportando directamente a Luis Elzaurdia, Managing Director de Essilor Network. El puesto supone un importante reconocimiento a la trayectoria de este gran profesional, que lleva más de tres décadas trabajando para el Grupo. El objetivo principal de esta decisión estratégica es mejorar la eficiencia en la comunicación bidireccional entre las áreas de soporte y ventas y, sobre todo, incrementar la rapidez en la ejecución y el enfoque del equipo. La llegada de Tomás a este cargo refuerza al equipo de ventas de Essilor y, además, genera una estructura más ágil, abierta y enfocada al cliente, favoreciendo de este modo el desarrollo y talento interno.

Tomás Pérez empezó a trabajar en Essilor en 1977, ocupando diversos puestos hasta que en 1999 asumió la Dirección de la Zona Noroeste. Tras esta etapa, Tomás asume la Dirección de la Zona Norte y, en 2014, la Dirección de la Zona Centro y Sureste. Su dilatada experiencia en el departamento de ventas, así como los éxitos cosechados durante este tiempo, han sido claves para proponerle como National Head of Sales & Area Sales Manager. Desde Lookvision y, por supuesto, desde Essilor, felicitamos a Tomás por su sólida y ascendente carrera dentro de la compañía.

LookVISION

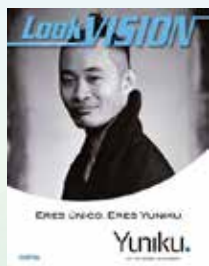
La revista de moda óptica y optometría con Control OJD
Oficina para la Justificación de la Difusión / Circulation Audit Bureau Control

LOOKVISION, revista mensual impresa (9 ediciones/año) tiene una tirada auditada y certificada de 8.590 ejemplares por cada edición mensual y una media de 30.000 lectores. Los datos de control de difusión, tirada y distribución de Lookvision, junto con los de las publicaciones españolas más importantes, tanto diarios como revistas, se pueden comprobar en la página web oficial de OJD: www.ojd.es y una vez dentro, en Medios Controlados (diarios, revistas, etc.), ir a P. Técnicas y profesionales. Solicita los datos y acta de control o certificado oficial español de la tirada y distribución real para tener garantía del número de ejemplares editados y de que su información o anuncio llega a su destinatario.



8.590

ejemplares por número / monthly issues



La edición online o web de la revista LOOKVISION (www.lookvision.es) incluye diariamente informaciones del sector y, al igual que sus redes sociales, tiene un gran impacto mediático y un creciente número de seguidores. Además, recoge las estadísticas de la fuente más fiable: Google Analytics. Para conocer con total certeza y fiabilidad las cifras reales de las publicaciones con versión digital y, por tanto, del impacto de tus anuncios e informaciones, solicita siempre informes oficiales de la plataforma de Google Analytics.



Google
Analytics

119.000 sesiones

200.000 visitas a páginas en 2017

**Suscríbete GRATIS a la newsletter semanal
en lookvision.es/newsletter**

**¿Aún no recibes la revista en tu negocio?
Solicítala gratis en info@lookvision.es**



Los deseos se hacen realidad en tu mirada



Diseño, ligereza y mucho más... Haciendo referencia a estos calificativos que definen a Dilem, la marca francesa presenta tres propuestas de monturas para el hombre y la mujer que quieren ver cumplidos sus sueños cada día. Con diseños contemporáneos y atrevidas mezclas de materiales, el arte gráfico y la modernidad dibujan las colecciones 1W, TI y 2C.

Los estilos actuales varían casi todos los días. Desde el más trendy hasta el trotamundos, los deseos y looks se reinventan a todas horas. La propuesta de Dilem es hacerlos realidad a través de su nueva colección de monturas de diseño contemporáneo. La firma cede un lugar importante al arte gráfico, que viste hábilmente las varillas y la mirada de sus usuarios. Gracias a su sistema patentado de varillas intercambiables, Dilem permite cambiar de look y de deseos muy fácilmente, en el momento elegido por el usuario.

A lo largo de la propuesta, crece la personalidad: mientras que algunos modelos de acetato denotan sobriedad, otros se presentan con un frente o puente metálico que crean diferenciación y tendencia. En todos los casos, la modernidad es la protagonista absoluta de la colección.



Los modelos unisex 1W son el ejemplo perfecto de elegancia. Con un juego de relieves y combinaciones de acetato y metal, estas monturas mezclan elementos mate y brillantes para crear una mirada llena de carisma. Sus frentes con suaves notas de color, unidos al resto de elementos, aportan temperamento y osadía a la montura sin renunciar nunca a la elegancia. Las monturas 1W, con frentes de acetato y varillas metálicas, están disponibles en cuatro variantes de color.



Tras el éxito de la colección 1U y sus elegantes combinaciones de acetato y metal, la marca francesa lanza la colección Dilem XD TI (modelos 47 a 49). Pensada para adolescentes o adultos que buscan calibres pequeños, es fácil de llevar gracias a su toque moderno con formas actuales y profundidad en sus acetatos. A través de la montura se pueden adivinar los adornos luminosos que se manifiestan con energía en el interior o en los contornos del frente. Los modelos, ricos en adornos y detalles, juegan astutamente con el efecto anverso/reverso de esta colección que se presenta en cuatro formas de montura, cada una en seis colores.



Con líneas femeninas, refinadas y modernas la colección Dilem 2C juega con el material y deja entrever audazmente pequeños detalles. A nivel del puente y del arco surge un juego de fresado que talla el acetato tipo carey descubriendo sus capas inferiores y, con ellas, todas sus sutilezas. Las varillas ZB o ZS aciduladas reflejan el acetato del frente. Está disponible en cuatro formas y cinco colores cada una.

Expoptica

Salón Internacional de Óptica, Optometría y Audiología

32
EDICIÓN

13-15
Abril
2018

ORGANIZA



WWW.expooptica.ifema.es

IFEMA - Feria de Madrid
902 22 15 15
(34) 91 722 30 00
expooptica@ifema.es

Colaboran:



En coincidencia con:



Cione muestra el futuro de la Audiología a estudiantes de la UE

Felicidad Hernández, jefa de producto de audiología de Cione Grupo de ópticas, explicó a cerca de un centenar de estudiantes de Audiología de la Universidad Europea (UE) la realidad actual del sector, las oportunidades de negocio que ofrece de manera general, y concretamente la cooperativa, al audioemprendedor, y la tecnología que incorporan actualmente los audífonos, incluida la conectividad y la asistencia remota.



En una charla de prácticamente dos horas, Hernández mostró a los alumnos de la UE la evolución del negocio y sus cifras clave, tanto desde la perspectiva empresarial como desde la de evolución de los pacientes que sufren hipoacusia con ratio de edad cada vez menor, para adentrarse después en las oportunidades de negocio que ofrece a corto y medio plazo. En este sentido, la jefa de producto de Cione Grupo de Ópticas mostró también las ventajas que ofrece la cooperativa para el audioemprendedor. Por último, Hernández hizo un repaso de las novedades tecnológicas a las que, desde el punto de vista de producto, pueden acceder desde cualquiera de las dos opciones, Connecta o audio&co.

Otometrics abre el camino hacia la verificación integrada

Otometrics, fabricante de aparatos de electromedicina y soluciones de software para Audiología, ha anunciado la integración y compatibilidad de los audífonos de Oticon con el sistema modular de adaptación Otometrics Aurical. La integración de los audífonos de Oticon permite la verificación automática de los audífonos Oticon a través de Otometrics Aurical, la herramienta modular más completa del mercado para el ajuste y análisis de audífonos.



Otometrics Aurical trabaja con Inter Module Communication 2 (IMC2), el estándar de la industria para la integración entre el ajuste de la prótesis auditiva y el módulo de Oído Real desde diciembre de 2015. IMC2 es un software que permite que los módulos de ajuste y los de medición "hablen" entre sí directamente. A efectos prácticos, esto significa que todo el proceso de adaptación está asistido y automatizado, simplificando el flujo de trabajo de los profesionales de la audición que adaptan audífonos.

Así, Oticon se ha convertido en el tercer fabricante mundial que incluye a Otometrics Aurical en su software de adaptación de audífonos. La integración en Aurical del software de adaptación de audífonos -ReSound Aventa que se sirve para ello de AutoRem; Phonak Target que utiliza TargetMatch; y REM AutoFit, con Oticon Genie y Genie 2- permite verificar la adaptación de la prótesis de forma automática, con una intervención mínima del paciente y un breve entrenamiento por parte del audiólogo.

Otometrics Aurical ha sido diseñado para agilizar el proceso de adaptación de la ayuda auditiva, al tiempo que garantiza la calidad y la eficiencia de cada paso. Además de las soluciones IMC2 aplicables a los audífonos Phonak, ReSound y Oticon, Otometrics está trabajando para incorporar al fabricante Sivantos. Ambas partes están creando una solución para poder conectar el Connexx Eight con el Aurical.

GAES ayuda a 12 deportistas anónimos a alcanzar sus retos en la edición más premiada de sus becas

12 deportistas anónimos están mucho más cerca de cumplir sus sueños y de superar sus retos solidarios. Y es que GAES, ha celebrado recientemente su acto de entrega de la sexta edición de las becas Persigue tus sueños, la más premiada de su historia. El acto tuvo lugar en la Antiga Fàbrica Estrella Damm y se repartieron un total de 22.000 euros. "Es para nosotros un honor poder apoyar a estos deportistas y ayudarlos en su camino hacia la consecución de sus sueños", afirma Antonio Gassó, consejero delegado y director general de GAES Centros Auditivos. "Para nosotros es muy difícil escoger entre todas las candidaturas que nos llegan. En total, este año hemos recibido 190, cada una de las cuales representa un proyecto de superación especial y único", añade.



Las iniciativas galardonadas y los promotores de las mismas fueron Nadando por Sonrisas, Titán contra la Leucemia, de Iván González, el proyecto ¿TEA-puntas?, proyecto 2 Ultraman por ProyectoPol de Tomás López Castellanos, Jorge Pineda con su reto de llegar a las Paralimpiadas de Tokio 2020, Damián Aragón de la Fuente, cuyo reto es participar en la Titan Desert, el proyecto Triatlón for Senegal de Tomás Chavero, Juan José Camacho, con el reto de participar en los próximos juegos Paralímpicos, Roberto Rodríguez Corrales, que participará en la Ultraman de Benicàssim y los amigos Christian Silva y Javier Rondón, con el reto de participar en la Titan Desert de 2018.

Además, un año más, se entregaron los premios especiales de la Fundación ONCE y el premio Orbea. El primero recayó en Agna y Miguel, afectados de Esclerosis Múltiple, y dotado con 3.000 euros. Con el proyecto OrbeaMonegros con Esclerosis Múltiple ambos quieren completar la Orbea Monegros 2018 y recaudar fondos para la Fundación GAEM, dedicada a la investigación de esta enfermedad. Damián Aragón, con su reto de realizar la Titan Desert para la investigación del Síndrome de Angelman recibió el premio Orbea, consistente una equipación completa, con casco y ropa para poder realizar su reto, y una bicicleta, que podrá disfrutar durante un año.

La web de ReSound ya cuenta con un test de audición online

La web de ReSound ya cuenta con su propio test de audición online. Con él, los usuarios de internet que naveguen por el sitio web de la firma danesa pueden obtener en él una primera aproximación de su nivel de audición realizando esta prueba auditiva online. El único requerimiento técnico es contar con una conexión de audio en el dispositivo desde el que se vaya a realizar, ya sea pc, móvil o tablet, así como realizarlo en un lugar tranquilo y sin interrupciones. El sitio da la opción de realizar el test utilizando unos cascos, o los altavoces del ordenador, móvil o tablet.



ReSound advierte desde el primer momento al interesado que este test no reemplaza en ningún modo al estudio auditivo completo que se realiza en los gabinetes, pero sí pretende contribuir con la iniciativa a la concienciación acerca de la salud auditiva. "El test auditivo de ReSound no sustituye la visita a un profesional y no constituye un diagnóstico médico. Si una vez llevado a cabo, el usuario considera que sufre una pérdida auditiva, le aconsejamos que visite a un especialista que le practique un examen exhaustivo", explica Sandra Salobral, directora de Marketing de ReSound.

 **MOREL**
öca



LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

Distribuidor para España: DAY & NIGHT - Tel.: 973 311 965 - www.groupdayandnight.com



El más puro clasicismo retro actualizado al gusto de hoy

La próxima temporada viene cargada de propuestas y nostalgia gracias a la firma Hally & Son, de AVM 1959. Tras presentar su nueva colección de 17 modelos en MIDO, la firma anuncia una exclusiva selección de diseños vintage en su Hally & Son PIN-UP Collection.



Hally & Son lanza 17 nuevos modelos para la próxima temporada. Con su clásico estilo retro y su amplia variedad de combinaciones de color, las lentes de sol se dibujan en tonalidades naranjas y amarillas con formas panthos, ovaladas y circulares.

La propuesta de la firma para esta temporada primavera-verano 2018 se compone de 17 modelos en 68 combinaciones de color con varios materiales: acetato con alma de titanio, acetatos ultrafinos y metal, a menudo combinado con acetato. Esta colección se caracteriza por un toque retro gracias a sus formas panthos, ovaladas y circulares, con puente de herradura. Los diseños se distinguen por sus ribetes icónicos en el frontal y los terminales, característica que ya se ha convertido en uno de los símbolos de la firma Hally & Son. Los colores dominantes son el naranja y el amarillo habana con detalles marrones, enriquecidos con dorado, paladio y tonos oscuros. En la gama de sol, destacan las tonalidades verdes, azules, naranjas y marrones.

Tras el éxito de la colección ultraligera de la firma en 2017, los nuevos modelos se presentan en exclusiva mundial en MIDO. Destacan por un uso de acetatos ultrafinos con varillas tubulares en los diseños HS668 - 669 - 671. En la feria también se dan a conocer los diseños de la línea Hally & Son PIN-UP Collection. Es una propuesta pensada para la mujer, a pesar de que un 80% de la firma habitualmente va dirigida a los hombres. Se compone de tres versiones disponibles en nueve combinaciones de color. Los acetatos vintage se inspiran en las formas y colores clásicas de los años 50 y 60.

La firma, nacida en 1959, está dedicada a todos los artesanos que trabajaron en la industria del eyewear. Sus valores presentes en todas las colecciones actuales se basan en un estilo retro clásico, formas atemporales, materiales preciosos y un total cuidado de los pequeños detalles.



El modelo HS669 está realizado en acetato ultrafino con transparencias y varillas en carey. El puente, de estilo herradura, le otorga un toque vintage característico de la firma.



El diseño redondo, con doble puente, de los modelos HS667S y HS678S, combinado con las diferentes tonalidades de las lentes consiguen un estilo nostálgico en el look de esta temporada.

distrop vision

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



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



tus gafas
RITU
siempre contigo
always with you



Precisa delegado de zona para:
Extremadura, Madrid, Castilla y León,
Castilla-La Mancha, Asturias y Santander.
Interesados enviar curriculum vitae a:
info@ritu.es o llamar al teléfono:
911 690 375

www.ritu.es

R
RODENSTOCK

PRECISA
CUSTOMER CARE REPRESENTATIVE
PUESTO REQUERIDO PARA LA DIVISIÓN DE LENTES OFTÁLMICAS
EN MADRID

se requiere un perfil con sensibilidad para gestionar una marca de prestigio
habilidades de comunicación, habilidades de gestión de cuentas,
resolución de incidencias y asesoramiento de productos.

Si deseas entrar en un proyecto profesional estimulante
envíanos tu candidatura indicando: CV_ODR a:

SPAIN@RODENSTOCK.COM

**¿Quieres ver
tu futuro?**

Ponte las gafas de
Multiópticas y forma
parte de nuestro equipo

Buscamos ópticos-optometristas
con ganas de formar parte de un equipo
que lidera el sector óptico en España.

Ofrecemos formación continua
de alto nivel y proyección de futuro.

Si estás interesado, envíanos tu CV
a rrhh@multioplicas.com

MULTIÓPTICAS

R
RODENSTOCK

PRECISA BUSINESS DEVELOPER PARA ZONA CENTRO, MADRID CAPITAL Y
CATALUÑA

PUESTO REQUERIDO PARA LA DIVISIÓN DE LENTES OFTÁLMICAS

se requiere un perfil con sensibilidad para gestionar una marca de prestigio
tenacidad y perseverancia, habilidades de comunicación, habilidades de
gestión de cuentas, conocimiento del sector y afán de crecimiento.

Si deseas entrar en un proyecto profesional estimulante
envíanos tu candidatura indicando: CV_COM a:

SPAIN@RODENSTOCK.COM

13X74 Eyewear Design



Precisa agente comercial
para la representación de la marca
Blauer USA
en zona norte de España.
Interesados preguntar
por Raúl Simarro
en el teléfono: 686 927 427

SNOOP!

Gafa de NIÑO PUENTE
INVERTIDO
Precisa Agentes Comerciales
Multicartera para las Zonas:

- LEVANTE
- MADRID
- ARAGÓN
- CATALUÑA

Interesados contactar con:
pedidos@snoop.es

Squad
eyewear

Autoservicióptico S.L, empresa
líder en la fabricación, distribución
y diseño de monturas precisa
representantes para su división
comercial de Cataluña (Barcelona,
Gerona, Lérida y Tarragona).
Imprescindible experiencia en
el sector. Interesados enviar
currículum vitae a

info@autoservicioptico.eu o
llamar al teléfono +34 91 640 17 57



Errebé from Mallorca

Precisa para diversas zonas
vendedores con experiencia
demostrada en el sector de la Óptica.

Muestrarios de Sol y Graduado
de alta calidad y diseño.
Apoyo comercial
Altas Comisiones

Teléfono : 971 497 855
clientes@errebemallorca.com
interesados enviar c.v.

italia independent

Busca dos agentes comerciales para dividir la zona Norte de España (provincias
de La Coruña, Pontevedra, Lugo, Ourense, Asturias, León, Palencia, Burgos,
Cantabria, Álava, Vizcaya y Guipúzcoa).

Para las marcas Italia Independent, Popline y Adidas Original.

¡No hay futuro sin pasado, participa en La Renaissance!

Interesados enviar CV a: a.perrier@italiaindependent.com



**NECESITA AGENTE COMERCIAL, PARA LA ZONA NORTE,
POR AMPLIACIÓN DE COLECCIONES.**

Se valorará experiencia en el sector óptico.

Interesados enviar Currículum Vitae al e-mail:
pilar.rodriguez@goeyeweargroup.com o llamar al teléfono: (+34) 93 198 84 68.





POSSIBILIDADES EN GRADUACIÓN



INCLUSO LAS PEQUEÑAS DESVIACIONES EN LOS PARÁMETROS DE CORRECCIÓN PUEDEN LIMITAR CONSIDERABLEMENTE TU CAPACIDAD VISUAL. LAS GAFAS DEPORTIVAS ADIDAS TE OFRECEN UNA AMPLIA VARIEDAD DE GRADUACIONES QUE TE GARANTIZAN UNA VISIÓN PERFECTA. GRACIAS A LAS DIFERENTES POSIBILIDADES DE GRADUACIÓN DIRECTA, GRADUACIÓN CON ADAPTADOR O CLIP-IN, ESTAMOS SEGUROS QUE ENCONTRARÁS TU SOLUCIÓN ADECUADA PARA QUE RINDAS AL MÁXIMO. PARA MÁS INFORMACIÓN:

ADIDASPORTEYEWEAR.COM

VARILUX®

MARCA Nº1 MUNDIAL EN LENTES PROGRESIVAS*



*"Elijo Varilux porque la vida es
para verla a todas las distancias"*

Paz Vega
#viverla

VARILUX
SOLUTIONS



**DISFRUTA
EL DOBLE**
CON VARILUX SOLUTIONS

TU 2º PAR
DE LENTES PROGRESIVAS
INCLUIDO

DESCUBRE LA HISTORIA COMPLETA EN
WWW.VARILUX.ES

*Datos de Euromonitor 2016: Valor de venta según PVPR (Precio de Venta al Público Recomendado) en las categorías de lentes para gafas y marcas de lentes progresivas. **Consulta las condiciones de la promoción en varilux.es y en ópticas adheridas.