

Look VISION

Nº 176 • MAYO/MAY 2018

¡O
años
OPTICALIA

*felicitades por
nuestros 10 años
que han vivido más
compartiendo historias
Gracias por todo
Alfonso*

A photograph of two women on a boat. The woman on the left has blonde hair and is wearing a blue button-down shirt and light-colored pants. She is smiling broadly and wearing dark, round sunglasses. The woman on the right has long brown hair and is wearing a light-colored t-shirt and a brown belt. She is looking towards the camera and wearing rectangular sunglasses. The background shows the white structure of a boat and some rigging.

COLORMATIC IQ SUN 2

LAS ÚNICAS LENTES DE SOL CON TECNOLOGÍA ACTIVE SUN PROTECT

Disfruta de la innovación más puntera: lentes más claras en la sombra y
más oscuras bajo el sol.

Seebetter. Look perfect.

 **RODENSTOCK**

ELIGE TU COLOR, Y VIVE MEJOR EL VERANO CON LAS LENTES RODENSTOCK COLORMATIC SUN

FASHION GREY

FASHION GREEN

FASION BROWN

CONTRAST GREEN

CONTRAST ORANGE

CONTRAST BROWN



COLORMATIC IQ SUN 2

**LAS ÚNICAS LENTES DE SOL CON
TECNOLOGÍA ACTIVE SUN PROTECT**

Disfruta de la innovación más puntera: lentes
más claras en la sombra y más oscuras bajo el sol.

Seebetter. Look perfect.

R RODENSTOCK

#BeAnartist

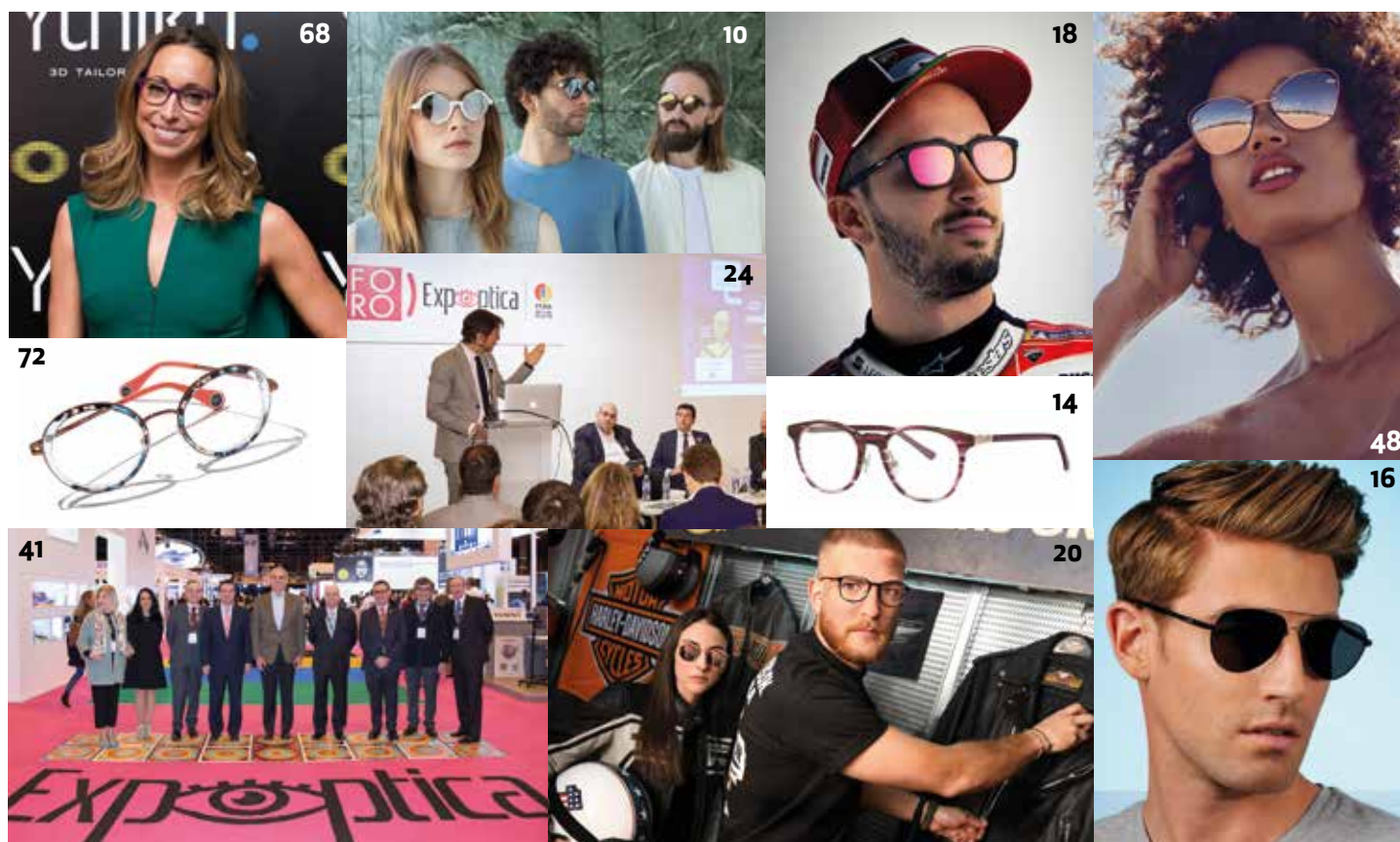
Series 3

Model **Carytown Sun SL**. Photography by **Biel Capllonch**



www.etniabarcelona.com

etnia  **BARCELONA**



8 Editorial.

Sigmund & Carl, una edición limitada de neubau eyewear inspirada en dos grandes psicoanalistas.

10 Colección Iris 5639-5640, deje que ProDesign enmarque su belleza.

14 INVU, diseño de moda global con lentes ultrapolarizadas.

16 En Primera Persona. Andrea Dovizioso, Piloto de MotoGP y subcampeón del Mundo con Ducati.

18 Zeppelin Vision presenta sus colecciones Mammot y Vicky Martín Berrocal.

20 Woodys Barcelona, conviértete en un héroe y sé único.

22 Essilor, la FIA y el RACE presentan la iniciativa "La seguridad vial empieza por una buena visión".

24 Art Life HD Printing colección primavera-verano.

28 Opticalia enciende el Teatro Real para celebrar su décimo Aniversario.

30 Clipoptic, llega la revolución del eyewear deportivo.

36 Tendencias.

38 ExpoÓptica 2018: El éxito reina en la 32ª edición de la feria de referencia de la Península Ibérica.

41 Silhouette Sun 2018. #tryitwearitloveit.

Excelente acogida de los ópticos españoles a la protección UV completa de serie en todas las lentes transparentes de ZEISS.

50 Dos premios iF Design para Porsche Design Eyewear.

56 Prats recibe en ExpoÓptica el premio "A la trayectoria empresarial emprendedora".

58 Nueva colección de gafas Lacoste de Novak Djokovic.

60 Canarians, moda cálida y diseño muy atractivo.

62 Contactología.

64 Los ópticos opinan del sector.

66 Entrevista: Gemma Mengual, medallista olímpica y embajadora de Yuniku.

68 OPTOM 2018: Más de 1.300 profesionales participaron en el 25 Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica.

70 Maui Jim, su colección de graduado protagoniza esta temporada.

71 ¡Sorprende con el factor WOOW!

72 El éxito presidió la participación de Essilor en ExpoÓptica.

75 Noticias.

86 adidas Sport eyewear, la solución en gafas deportivas graduadas.

88 N. Cardinal, la nueva firma española que conquista el sol.

89 OrCam MyEye 1.5: Nueva versión del dispositivo de visión artificial portátil.

90 Luxottica descubre sus novedades para la próxima temporada.

92 Artículo Divulgativo. La radiación UV y su impacto en la salud ocular, por el Dr. Carlos Orduna Magán.

94 La iniciativa "Una Mirada Solidaria" de Fundación Multiópticas llega a Las Palmas de Gran Canaria y Tenerife.

96 Informe "Prevalencia de la miopía en los jóvenes en España, 2018". Seis de cada diez jóvenes de entre 17 y 27 años son miopes.

98 Lozza presenta Zilo Titanium, un icono de estilo coleccionista.

100 HOYA lanza Sync III, su tercera y mejorada generación de lentes con refuerzo acomodativo. Están diseñadas para relajar los ojos en un mundo digital.

101 Agenda de Anuncios.

contents

Nº 176 / MAYO/MAY 2018



8	Editorial. Sigmund & Carl, a limited edition of neubau eyewear inspired by two great psychoanalysts.	Excellent reception of the Spanish opticians to full UV protection as standard on all transparent ZEISS lenses.	75	News. adidas Sport eyewear,
10	Iris Collection 5639-5640, let ProDesign frame your beauty.	Two iF Design awards for Porsche Design Eyewear.	86	the solution in graduated sports glasses.
14	INVU, global fashion design with ultrapolarized lenses.	Prats receives in the ExpoÓptica the prize "To the entrepreneur entrepreneurial trajectory".	88	N. Cardinal, the new Spanish firm that conquers the sun.
16	In first person. Andrea Dovizioso, MotoGP rider and World runner-up with Ducati.	New collection of Lacoste glasses by Novak Djokovic.	89	OrCam MyEye 1.5: New version of the portable machine vision device.
18	Zeppelin Vision presents their collections Mammut and Vicky Martín Berrocal.	Canarians, trendy warm and very attractive design.	90	Luxottica discover its novelties for the next season.
20	Woodys Barcelona, become a hero and be unique.	Contactology.	92	Divulgative Article. UV radiation and its impact on the eyes health, by Dr. Carlos Orduna Magán.
22	Essilor, the FIA and the RACE presents their initiative "Road safety starts with a good eyesight".	The optician's opinion of the sector.	94	The "Solidary Look" initiative of Fundación Multiópticas arrives in Las Palmas de Gran Canaria and Tenerife.
24	Art Life HD Printing spring-summer collection.	Interview: Gemma Mengual, Olympic medalist and Yuniku's ambassador.	96	Report "Prevalence of myopia in the young people of Spain, 2018". Six of every ten youngsters between 17 and 27 years are myopic.
28	Opticalia lights the Teatro Real to celebrate their tenth anniversary.	OPTOM 2018: More than 1,300 professionals participated in the 25 th International Congress of Optometry, Contactology and Ophthalmic Optics.	98	Lozza presents Zilo Titanium, a collector style icon.
30	Clipoptic, arrives the revolution of the sports eyewear.	Maui Jim, their prescription collection stars this season.		HOYA launches Sync III, their third and improved generation of lenses with accommodative reinforcement. They are designed to relax the eyes in a digital world.
36	Trends.	Surprise with the Woow factor!	100	ADS Agenda.
38	ExpoÓptica 2018: The success reigns in the 32 nd edition of the reference fair of the Iberian Peninsula.	The success presided over the participation of Essilor in ExpoÓptica.	101	
41	Silhouette Sun 2018. #tryitwearitloveit.			
48				

Nuestros ojos no están hechos para las pantallas



SYNC

III

Relaja tus ojos en un mundo digital

La manera en la que vemos el mundo ha cambiado. La mayoría de la gente pasa una media de 8 a 10 horas mirando una pantalla o realizando tareas de cerca. Esto puede causar fatiga ocular digital (DES), con síntomas como ojos irritados, visión borrosa y dolores de cabeza, después de solo 2 horas.

Las lentes Sync III tienen una potencia de lejos para uso diario y una "zona de refuerzo" en la parte inferior de la lente, lo que ayuda a relajar los músculos oculares, mejorando el confort visual en un mundo digital.

Nuestros ojos no están hechos para las pantallas, las lentes Sync III sí.



NUESTRA PORTADA:

Alejandro Sanz, imagen de Opticalia, felicita al Grupo óptico por su décimo aniversario. Para celebrar sus primeros 10 años de historia, Opticalia reunió a más de 1.500 personas en un espectacular evento en el Teatro Real de Madrid –del que ofrecemos un amplio reportaje en páginas interiores–, al que acudieron profesionales y directivos del sector óptico de España, Portugal, Colombia y México, países en los que está implantado el Grupo. Artistas de la talla de Dani Martín, Miguel Bosé, Diana Fuentes, Dama y Morat pusieron música a la velada. ¡Felicidades, Opticalia!

LookVISION

Nº 176 / MAYO/MAY 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



LA MIOPIA, NUEVA "PANDEMIA EUROPEA"

Según el informe de Visión y Vida

La asociación de utilidad pública Visión y Vida ha presentado recientemente el primer estudio de campo que analiza cómo la miopía afecta a los jóvenes de España, bajo el título "Prevalencia de la miopía entre los jóvenes en España, 2018". El informe, al que nos referimos en páginas interiores (96) comprende una muestra de más de 6.000 personas nacidas entre 1990 y 2005, dividida en dos grupos, para encontrar diferencias entre la generación de universitarios (18-27 años) y la de nativos digitales (2000-2005). Según revela este estudio las tasas de miopía en España están alcanzando unos límites preocupantes, ya que 6 de cada 10 jóvenes (62,5%) universitarios (de entre 17 y 27 años) son miopes. Además, esta tasa es mayor entre las mujeres (65,4%) que entre los hombres (54,7%). Sólo uno de cada cuatro (25,25%) disfruta de una buena visión.

Al 64,6% de la muestra se le detectó la miopía entre los 8 y los 15 años, siendo muy destacable que el 80% de los jóvenes fueron ellos mismos quienes se dieron cuenta de la existencia de un problema visual, ya sea por problemas al ver la pizarra o los carteles en las calles, haciendo ver que a día de hoy siguen fallando los sistemas de detección precoz, a pesar de que en un 79,8% de los casos existían antecedentes familiares de miopía, lo que habría exigido una monitorización intensa de la salud visual del menor desde los primeros años de vida. Además, un 14,4% de los hombres y un 5,6% de las mujeres nunca se han sometido a un examen visual. El cuidado y conocimiento de la salud visual es mayor y mejor entre las mujeres que los hombres.

Este informe muestra cómo los hábitos de vida de los jóvenes han cambiado, destacando ahora un estilo de vida más sedentario en el que las pantallas tienen gran importancia. Los más jóvenes pasan de media entre 4 y 8 horas al día ante pantallas y menos de una hora a actividades en el exterior. Esto puede estar teniendo una incidencia directa en el desarrollo de su miopía, ya que el estudio muestra que los nativos digitales son más miopes y desde más jóvenes. El promedio de incremento de su miopía duplica al de universitarios (-0,88dpt. vs -1,75dpt. en 5 años) y, siendo más jóvenes, tienen -0,5 dioptrías más de media. Asimismo, en el caso de la generación de Nativos Digitales se prevé que, si estas miopías siguen desarrollándose sin un control, en muchos casos llegarán a niveles de riesgo, siendo potenciales causas de patologías en la etapa adulta (más de 6 dioptrías).

La Dra. Mercè Morral, oftalmóloga especializada en córnea y cirugía refractiva del IMO (Instituto de Microcirugía Ocular), destacó durante la presentación del estudio que "muy pocas personas son conscientes de los riesgos asociados a la alta miopía o miopía magna, que es aquella de más de 6 dioptrías", haciendo hincapié en que "el 40% de los miopes de más de 8 dioptrías corre el riesgo de sufrir patologías en la zona central de su retina, lo que conduce a la pérdida de visión. Por ejemplo, entre el 60 y 70% de los pacientes con desprendimiento de retina son miopes o el 20% de los casos de cataratas en edades más jóvenes derivan de una alta miopía. Así, la ceguera se estima que afecta al 10% de personas con más de 15 dioptrías".

Para contener esta amenaza, los expertos apuestan por los sistemas actuales de control y prevención de la miopía, entre los que destacan la Orto-k (ortoqueratología), la terapia visual y las lentes blandas para el control de miopía. La mayoría ampliamente desconocidos por la ciudadanía. Analizando el resto de soluciones disponibles para controlar esta pandemia, el Dr. César Villa, Fellow de la Academia Americana y Europea de Optometría y catedrático en la UEM, explicó cómo las lentes de contacto blandas para el control de la miopía también dan resultados satisfactorios y son adecuadas para menores de 10 años para mantener su miopía por debajo de las 5 dioptrías puesto que un paciente con más de 7 dioptrías multiplicará por 44,2 las posibilidades de sufrir un desprendimiento de retina y por 126,6 las de maculopatía miópica.

Además, el estudio contempla las operaciones de cirugía refractiva como una de las soluciones existentes en el mercado para la corrección de la graduación del miope. Sin embargo, Visión y Vida destaca que la cirugía refractiva no controla o protege al ojo miope de las lesiones que podrá padecer por su problema visual, ya que este ojo es más largo de lo normal y la retina y otras estructuras están tensionadas. Elisenda Ibáñez, Coordinadora de Visión y Vida, explica que "es imprescindible que los profesionales incrementen la pedagogía relativa a las soluciones existentes en el mercado. Además, menos de la mitad de los jóvenes (48,6%) usan gafas de sol cuando todos sabemos la importancia de la protección UV para evitar daños en la retina. Respecto a los jóvenes, dado que no podemos vivir sin pantallas, sí que podemos enseñarles a cuidar su visión, por medio de la actividad en el exterior (2 horas al día), el descanso, la higiene visual ante las pantallas y, sobre todo, acudiendo al profesional siempre que se detecta algún síntoma extraño. En la muestra, la mitad de los jóvenes padecía ojo rojo, visión doble, dolor de cabeza, etc. y ninguno le estaba poniendo solución".

NO»»IDOLS®

EYEWEAR



Mod. JOL 001

www.noidolseyewear.com

Mod. YOK 002

Sigmund & Carl

una edición limitada inspirada en dos grandes psicoanalistas

La joven firma de gafas austríaca neubau eyewear presenta Sigmund & Carl, unas gafas de sol de edición limitada inspiradas en dos grandes psicoanalistas europeos del siglo XX: Sigmund Freud y Carl Gustav Jung. Una colección única para él y para ella, que se convertirá en el centro de todas las miradas gracias a su innovador diseño redondo y futurista.



Diseño, moda y estilo, además de tecnología y respeto al medio ambiente, se unen en perfecta simbiosis en la colección Sigmund & Carl, de neubau eyewear, para ellas y ellos.



Las gafas Sigmund & Carl, de innovador y futurista diseño y forma redonda, se presentan en serie limitada y en varios colores de montura y lentes.

Sigmund Freud y Carl Gustav Jung compartían algo más que su campo de trabajo e investigación, pues los dos eran apasionados de las gafas redondas: Freud las lucía con una montura de pasta en negro, mientras que Jung escogía una montura metalizada plateada más fina. Para esta colección tan especial, neubau eyewear ha querido fusionar ambos estilos en un diseño único y llamativo, pensado para las miradas más atrevidas.

Así, las lentes de las nuevas Sigmund & Carl de neubau eyewear lucen una llamativa forma redondeada, con una montura que combina el material plástico sostenible naturalPX con el metal para crear un estilo único. Además, este modelo de edición limitada destaca por sus cuidadosos e innovadores detalles, que fusionan funcionalidad y diseño. Un ejemplo de ello es la nueva bisagra incorporada en las varillas, que lucen el logotipo de neubau (NEU a la izquierda y BAU a la derecha) y lo expande a la tercera dimensión.

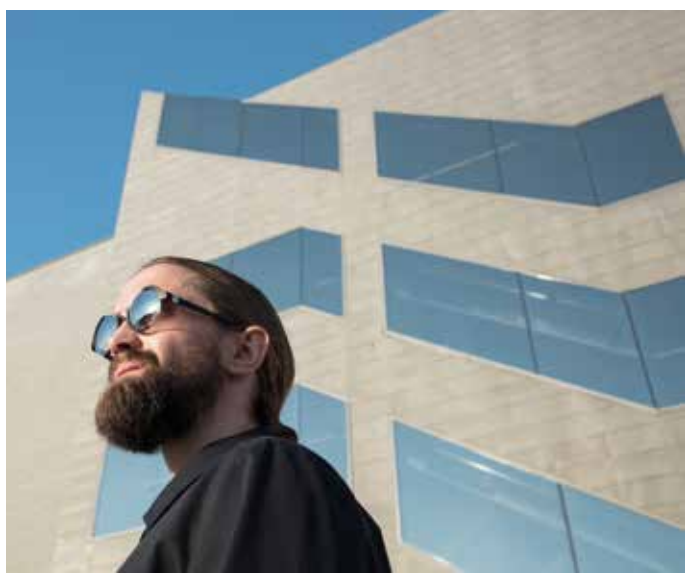
Las gafas Sigmund & Carl están producidas en titanio de alta calidad, acero inoxidable y en el material sostenible naturalPX, que está patentado por neubau eyewear y se elabora a partir de aceite de ricino. Unas gafas que garantizan la mayor durabilidad, al mismo tiempo que ofrecen ligereza, flexibilidad y resistencia a los efectos dañinos del sudor y los productos cosméticos.



Detalle del evento de presentación internacional de la colección Sigmund & Carl en la casa de Sigmund Freud en Viena.

La funda para guardar esta colección tan especial también es única: está elaborada en colaboración con la marca ANYDI, con sede en Munich, y es tan ligera que se puede llevar incluso en un bolso de mano. Además, está producida en poliéster reciclable, siguiendo con el compromiso de respeto al medio ambiente de neubau eyewear, que engloba en la filosofía See & Do Good.

Sigmund & Carl, un modelo para él y para ella, estará disponible por tiempo limitado en tres acabados de color diferentes: blanco mate / rosa, negro mate / plata y negro mate / oro, para encontrar el que más se ajusta a cada mirada y estilo.



www.neubau-eyewear.com
[Instagram.com/neubaueyewear](https://www.instagram.com/neubaueyewear)
[Facebook.com/neubaueyewear](https://www.facebook.com/neubaueyewear)
Theframeofmind.com



La montura combina el material plástico sostenible naturalPX con el metal –titanio y acero– para crear un estilo unisex exclusivo en unas gafas ligeras, flexibles y resistentes.



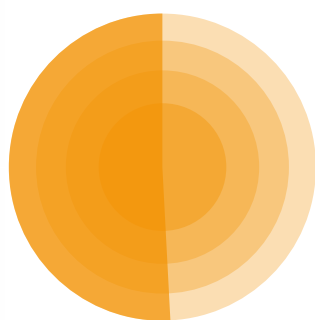


MAUI **BRILLIANT**TM

DISPONIBLES EN GRADUADO

MauiBrilliant es el material patentado más avanzado de Maui Jim que ofrece una óptica casi tan clara como el cristal y con sólo un tercio de su peso.

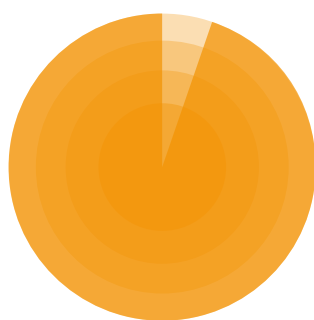
COMPARACIÓN DE VALOR ABBE POR MATERIALES



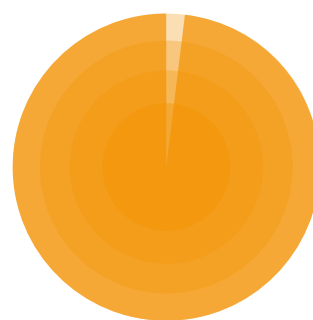
**POLICARBONATO
ABBE 30**



**OJO HUMANO
ABBE 50**



**MAUIBRILLIANT
ABBE 56**



**CRISTAL SÚPER FINO (ST)
ABBE 58**

Valores ABBE mostrados desde un máximo de 59 (cristal mineral)

El complemento ideal para tu belleza

Los diseños 5639-40 se inspiran en la joyería clásica para componer las nuevas piezas de la Iris Collection de ProDesign. Mantienen su herencia escandinava y muestran el perfecto equilibrio entre confort y diseño para las miradas femeninas.



El estilo 5639-40 es una poderosa combinación entre los colores más populares y las formas más vendidas. Las tonalidades son atrevidas y las varillas juegan con la dualidad entre patrones y coloraciones monocromáticas. “Los tonos que componen el estilo lucen y potencian las hermosas líneas del diseño, que enmarcan tu mirada elegantemente”, describe Marie-Louise Japhetson, Eyewear Architect de esta colección.



“Las tonalidades metálicas de las bisagras añaden glamour a la montura”, explica Japhetson sobre los modelos Iris 5639-40. “He rotado los cinco pequeños cubos en distintas direcciones, permitiendo capturar la luz de varias formas”.

Iris Collection introduce un nuevo concepto a través de los diseños 5639-40 con elegantes detalles inspirados en hermosas piezas de joyería. Durante más de 40 años ProDesign ha creado eyewear con un estilo limpio, de inspiración escandinava, con un perfecto equilibrio entre funcionalidad y expresión visual. “A la hora de diseñar nuevas ideas, siempre nos centramos en crear la combinación perfecta, que te haga sentir tan bien como aparentas”, explica Marie-Louise Japhetson, Eyewear Architect de ProDesign Denmark. “Todas nuestras monturas están hechas con un ajuste especial, lo que las convierte en fáciles y cómodas de llevar”.

“Nos tomamos la promesa de un ajuste perfecto muy seriamente”, explica Japhetson, “por lo que todos los acetatos de ProDesign permiten ajustar las almohadillas nasales como una característica opcional. Esto garantiza que las monturas sean cómodas de usar, sin importar la forma del rostro o de las facciones”.

Iris Collection está inspirada en las curvas y los detalles del diseño de la joyería atemporal, pensada para enmarcar la belleza de tus ojos. “Iris Collection juega con detalles dorados, acabados mate y metales auténticos para crear un look de lujo”, asegura Japhetson. Sobre los nuevos diseños, añade: “Para potenciar la elegancia de este look, la paleta de colores se asemeja a las deslumbrantes tonalidades de las piedras preciosas”.

ProDesign forma parte del portfolio Design Eyewear Group, junto con Face à Face, InFace y Woow. **Más información en el teléfono: 944 211 776 y en www.prodesigndenmark.com**



prodesign : denmark
THE IRIS COLLECTION

INVU.

Diseño de moda global con lentes ultrapolarizadas

Combinando las tendencias actuales en eyewear con la ingeniería suiza y materiales de máxima calidad, como las lentes ultrapolarizadas patentadas de Swiss Eyewear Group, la joven firma INVU presenta para esta temporada una espléndida colección de gafas de sol a la vanguardia de la últimas tendencias.



Las gafas de sol INVU son una elección perfecta para hombres, mujeres, niñas y niños. Diseñadas y fabricadas en Suiza por Swiss Eyewear Group, van equipadas con lentes ultrapolarizadas patentadas.



La ingeniería suiza con la tecnología de memoria de forma y el diseño retro actualizado se dan cita en la montura aviador Invu Flex Tech.

Sus diseños de moda global para hombres, mujeres y niños se convierten en una de las claves del éxito de INVU. La marca suiza, distribuida en España por Day & Night, se ha convertido en un referente internacional en estilo, protección y excelente relación calidad-precio. Las inigualables lentes ultrapolarizadas que incorporan sus modelos de sol ofrecen una visión de alto contraste sin deslumbramientos, con protección 100% UV A, B y C de hasta 400 nanómetros. Además, las lentes planas, combinadas con los revestimientos de espejo más modernos son también un must have para la Generación Z esta temporada.

De diseños cuidados y formas que van del más puro clasicismo al vanguardismo juvenil, las mujeres más exigentes pueden encontrar todo lo que están buscando en la colección femenina de la marca suiza: atención a los detalles, formas elaboradas y armónicas combinaciones de colores, todo para convertir las gafas en un accesorio perfecto para mujeres con estilo. Por su parte, la colección masculina está dedicada a hombres con un estilo de vida activo que exigen a sus gafas diseños para ir a la última y un alto rendimiento. Respecto a la colección infantil INVU, protección, confort, diseño, seguridad y durabilidad son pilares fundamentales de la misma.

Más información en: www.invueyewear.com y en su distribuidor para España, Day & Night, www.groupdayandnight.com - Tel.: 973 311 965.



La colección más juvenil de INVU incluye modelos unisex que combinan diseños y colores de moda con las últimas innovaciones en lentes y la máxima protección.



LIFE IN MOTION

THE ULTIMATE VISION & PROTECTION

Distribuidor en España: Day & Night.
Tel.: 973 31 19 65. www.groupdayandnight.com

INVU.
BY SWISS EYEWEAR GROUP 



Andrea Dovizioso, piloto del team Ducati de MotoGP estuvo en Mido 2018 presentando la nueva colección de gafas Ducati, diseñadas por el propio piloto y los diseñadores de Mondottica.

Andrea Dovizioso

Piloto de MotoGP y subcampeón del Mundo con Ducati

Fue campeón del mundo de la categoría de 125cc en el año 2004, y subcampeón de 250cc en 2006 y 2007. Desde 2008 ha competido en la clase MotoGP con Honda, Yamaha y actualmente en el equipo oficial de Ducati. El piloto, nacido en 1986 en la ciudad italiana de Forlì, habla con Lookvision de sus proyectos, de su nueva temporada en MotoGP con Ducati y de las gafas de la escudería en las que el propio Dovizioso ha puesto su pasión, creatividad y estilo junto a la ingeniería y la calidad de fabricación de Mondottica.

El embajador de Ducati Eyewear es el piloto de MotoGP, Andrea Dovizioso, quien ha creado su propio modelo de gafas de sol DA9001. Al igual que en las carreras, Andrea tomó un papel de liderazgo en el proceso de diseño de las gafas. En visitas a las oficinas de diseño y desarrollo de Mondottica, seleccionó los colores, la forma y los materiales del DA9001 cuyo resultado es un elegante estilo cuadrado acabado en negro mate con interiores rojos, los icónicos colores de Ducati, con su nombre grabado en la parte superior. Poniendo la seguridad y el rendimiento por delante de la estética, las lentes espejadas en rojo ofrecen una visión sin distorsiones, aunque se utilicen tras la visera del casco. Además, del mismo modo que los ingenieros de Ducati se esfuerzan constantemente por obtener mejoras en el rendimiento, las Bisagras de Resortes de Ducati, mejoran la funcionalidad de las gafas tradicionales al mover los resortes hacia el exterior de las varillas, ya que proporcionan una fuerza extra y conservan altos niveles de confort. Al igual que la suspensión en una motocicleta, su apertura y cierre se controla mediante un amortiguador que se coloca dentro de la varilla. Al usarse, estos componentes se mueven sincronizados, como si estuvieran absorbiendo baches en la carretera y en la pista.

- Tras el excelente año 2017, quedando subcampeón de MotoGP, inicias este 2018 tu sexta temporada como piloto del Ducati Team. ¿Cuál es tu principal objetivo para esta temporada? ¿Y tus próximos retos?

- Seguramente la lucha por ganar el campeonato porque el año pasado terminamos segundos. Demostramos que pudimos luchar hasta el final. Sabemos que cada año hay al menos seis pilotos con motos buenos que pueden ganar el campeonato por lo que es muy difícil. Pero mejoramos mucho la moto en los tests invernales y creo que podemos luchar hasta el final. Después pueden pasar muchas cosas pero tenemos posibilidades.



El piloto oficial del equipo Ducati en Moto GP y embajador de la colección de gafas de la marca, Andrea Dovizioso, ha creado su propio estilo de sol: DA9001, una gafa cuadrada con los icónicos colores de Ducati, fabricada y distribuida por Mondottica.

- **¿Qué aporta Ducati a tu trayectoria profesional en el motociclismo? ¿Y las gafas de esta marca de Mondottica a tu visión? ¿qué cualidades destacarías de ellas?**

- El modelo que hemos hecho entre los diseñadores de Mondottica y yo tiene varias características. La primera es que las elegimos juntos y decidimos diseñarlas inspirándonos en la moto que resume la filosofía Ducati. En la colaboración con la óptica siempre buscamos el mejor material, los colores adecuados, las mejores lentes y detalles particulares que, como a mí, gustarán a todos. Ya las he probado en Malasia y nos han ido muy bien.

- **¿En qué situaciones de su vida diaria se siente más a gusto con su nuevas gafas Ducati?**

- Yo las uso mucho en las carreras de fin de semana y en la parrilla de salida. Es un momento muy importante, con mucha tensión, y tener la posibilidad de llevar estas gafas hace que te sientas muy protegido. También las utilizo en mis muchos viajes en coche para ir a los entrenamientos, también las uso con la moto de agua, el jetski, etc.

- **La vista es el sentido más importante corriendo en un circuito. ¿Cómo está la visión de Dovizioso? ¿Utilizas corrección óptica? Cómo ves los circuitos y a tus rivales a más de 300 Km. por hora... Incluso a más de 350 Km/h porque eres uno de los pocos pilotos que ha pasado esta barrera?**

- La visión en general en las carreras es que el circuito es pequeño. En pista, cuando estás en la moto, el cerebro va muy deprisa y no tienes problemas de visión, la pista es larga, no ves poco, vas acelerado. Cada año, y máxime cuando vas subiendo de categoría, siempre aumentas la velocidad. Mi visión es buena y en pista, corriendo en una categoría como MotoGP, a velocidades muy elevadas, es fundamental.

- **¿Tienes moto para luchar también este año por el campeonato mundial de moto GP?**

- Tenemos una buena base y grandes posibilidades de competir para quedar arriba. Para ganar no sé, pero creo que sí.

- **¿Qué es lo que más valoras de tu profesión? Para ti, ¿por qué vale la pena el riesgo que asumís los pilotos en cada carrera?**

- Nosotros, los pilotos, como muchos deportistas, jugamos todos los días con los límites y los riesgos. La pasión que tienes y las ganas de obtener resultados superan los riesgos. Nadie se quiere hacer daño y cuando pasa piensas en parar, en dejar de correr, pero la pasión que tengo por ir en moto y obtener resultados supera cualquier cosa. El deporte es mi vida y me hace vivirla mejor por muchos motivos, entre otros porque te despiertas por la mañana con objetivos y todo lo que haces es para conseguir ese objetivo; te da mucha energía. Soy afortunado por vivir así y hacer lo que me gusta. Cuando el objetivo es grande te ayuda a sufrir, a entrenar, a buscar el modo para ir más rápido, ser más fuerte. Es difícil de explicar, pero es una cosa muy bella y gratificante.

- **¿Con qué pilotos de la parrilla tienes mejor feeling? ¿Y con su compañero Jorge Lorenzo?**

- Con los adversarios hay varios tipos de relaciones. Más o menos me llevo bien con todos. Intento llevarme lo mejor posible con ellos. Ser verdaderos amigos es difícil porque hay mucha competencia entre nosotros como pilotos. Jorge y yo nos conocemos desde 2001 porque siempre corrimos en las mismas categorías y siempre fuimos adversarios. Él lo hizo muy bien, ganó muchos campeonatos del mundo. Cuando me enteré de que venía a Ducati me puse muy contento porque estar al lado de él, que ganó tanto, me parece muy importante. Era y es un desafío muy bonito.

- **¿Su favorito para el título este año, aparte del propio 'Dovi'?**

- No lo sé. Márquez seguramente sea el gran favorito. Tiene muchas posibilidades, pero al menos hay otros tres que tenemos las mismas posibilidades.

- **Para terminar, ¿De qué forma animarías, no sólo a tus fans sino a ópticos y usuarios para elegir las gafas de sol Ducati de las que eres imagen?**

- Si miramos el modelo que hicimos conjuntamente, se parece bastante a la moto en color y en la búsqueda de materiales y acabados. Por lo que si eres apasionado de las motos estas gafas te gustarán y, si eres fan de Ducati, con más razón.

iberiaoffice@mondottica.com - www.mondottica.com



Andrea Dovizioso con nuestro fotógrafo, Isaac Norte (isaac.norte@gmail.com - @norte.photography), y con nuestro redactor, Julio A. Rozas, durante la presentación de la nueva colección de gafas Ducati, y en la entrevista que mantuvo en exclusiva con Lookvision. El piloto italiano nos firmó la revista y nos obsequió con su amabilidad.

Zeppelin Visión

presenta sus colecciones Mammut y Vicky Martín Berrocal

Innovación, diseños actuales fieles a las tendencias de moda, buenos materiales y una producción muy cuidada caracterizan los fabricados de Zeppelin Visión, empresa con sede en Badajoz que presenta al mercado óptico nacional las colecciones Mammut y Vicky Martín Berrocal.



Las gafas de sol y monturas Mammut, frescas y juveniles, visten de moda los rostros de ellas y ellos. Además, las lentes polarizadas de su colección de sol les protegen de los rayos UV.

Mammut Polarized nació en 2013 con la filosofía de crear una línea fresca, divertida, juvenil y con tendencias deportivas sin renunciar a la moda más actual, a la comodidad y a la calidad siempre con lentes polarizadas. Mammut tiene la intención de vestir y acompañar a su público en todo momento, de día, con sol, en estudios, reuniones sociales o eventos deportivos.

Desarrollada por una empresa íntegramente nacional, la trayectoria de Mammut ha ido avanzando siempre en consonancia con las necesidades del mercado, de los clientes, de forma que la participación de esto en la creación de los muestrarios, tanto de sol como de vista, es de vital importancia.

En ese sentido y para que el óptico tenga un abanico mayor de posibilidades, la empresa extremeña ha incorporado a su portfolio la colección de Vicky Martín Berrocal, ya en el mercado desde hace un año. De ella ya se están lanzando nuevas líneas, todo bajo el paraguas de la compañía Zeppelin Visión y bajo la esencia primaria con la que nació el proyecto: evolucionar junto al profesional óptico.

Ambas colecciones podrás encontrarlas en www.mammutpolarized.com y en www.vickyglasses.com



Creada hace poco más de un año, la colección Vicky Martín Berrocal evoluciona y lanza nuevos modelos de la mano de Zeppelin Visión.



mAMMUT

P O L A R I Z E D

ZEPPELIN
vision

(+34) 924 531 401

www.mammutpolarized.com

Conviértete en un héroe y sé único

La firma presenta su propuesta para la temporada estival. Repleta de héroes anónimos, Woodys Heroes Collection mezcla acetatos de máxima calidad con metales y pequeños toques de madera más personales. Ya está aquí la revolución de la óptica.



Heroes Collection llega con una amplia línea de gafas de sol y de vista que crean tendencia, ideales para gente única con vidas normales que cuando se ponen sus Woodys se convierten en superhéroes.

Tras hacer un restyling de su imagen, llega la línea más trendy y rompedora de Woodys Barcelona. Sus nuevas creaciones de sol y de vista, con diseños únicos y la más alta calidad, incluyen su toque más personal: la madera. Heroes Collection llega para revolucionar el mercado por sus materiales y su buena relación calidad-precio.

Los nuevos héroes están en la ciudad. Son gente única con vidas normales pero son auténticos héroes en su día a día. Además, les gusta salir de lo convencional, su vida cotidiana está llena de sorpresas. Con las nuevas Woodys consiguen tener el poder de hacer cosas increíbles y la seguridad para hacer todo lo que se propongan. Cuando se ponen sus Woodys se convierten en superhéroes.

Esta colección está formada por 33 nuevas referencias de sol y otras 36 referencias de vista. Con esto, Woodys Barcelona demuestra su clara apuesta por esta colección, retro futurista, con formas más atrevidas, únicas, con toques retros y con materiales y colores que dan el toque futurista deseado. Consigue un diseño innovador con los materiales de más alta calidad a un precio inmejorable. Además, también ha lanzado por primera vez gafas totalmente de acetato, sin madera en las varillas. En estas creaciones, hay pequeñas incrustaciones de madera laminada, como material distintivo y original de la marca.



La propuesta Heroes Collection está formada por 33 referencias de sol y 36 de vista. El estilo retro futurista es el protagonista al incluir formas más atrevidas, con toques retro y materiales muy especiales que te harán viajar al futuro.

Otras novedades que presentan son gafas de acetato, con laminados de acetato, que se combinan entre sí, mezclando colores sólidos y transparentes, con acetatos clásicos de habana. Esta colección está llena de combinaciones con mucho color, materiales muy originales y detalles que hacen de estas gafas modelos únicos. Además, por su ergonomía son gafas que se adaptan a todo tipo de rostros.

Una gran innovación que presenta la marca barcelonesa es a nivel de lentes. Por primera vez, Woodys Barcelona acompaña sus monturas con unas lentes de colores sólidos como el amarillo y el rojo, que harán las delicias del consumidor. También utilizan lentes con cristales flash (semi espejo). Con el uso de ambas lentes, han conseguido darles un toque aún más futurista a estos nuevos modelos.

La mayoría de las lentes están producidas por Carl Zeiss Vision, empresa alemana reconocida mundialmente por sus productos ópticos de alta calidad. En cuanto al estilo de la campaña se basa en un estilo retro futurista, que combina la estética retro de los años 50 con materiales y colores más futuristas. Su eslogan es Be Unique, Be Heroe.



Woodys Barcelona incluye en sus gafas de sol lentes de colores sólidos como el amarillo y el rojo para enamorar al usuario esta temporada. También utilizan lentes con cristales flash (semi espejo). Muchas de ellas están fabricadas por Carl Zeiss Vision.



SILMO

Paris

THE OPTICAL FAIR

MUCHO MÁS
QUE UNA FERIA

DEL 28 DE SEPTIEMBRE
AL 1 DE OCTUBRE 2018

PARIS NORD VILLEPINTE

silmoparis.com

Essilor, la FIA y el RACE presentan la iniciativa

“La seguridad vial empieza por una buena visión”

A pesar de que la visión es uno de los sentidos más importantes cuando estamos al volante, el 25% de los conductores españoles reconoce que no se ha revisado la vista en los últimos dos años. Por ello, el grupo Essilor y la Federación Internacional del Automóvil (FIA) se han unido para concienciar a la población sobre la importancia de la visión en la conducción a través de un acuerdo global que en España se lleva a cabo de la mano del Real Automóvil Club de España (RACE), miembro fundador de la FIA.



Presentación de la mesa sobre seguridad vial y visión organizada por Essilor, la FIA y el RACE en el Foro de ExpoÓptica 2018.

La iniciativa se ha presentado coincidiendo con la inauguración del Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica (OPTOM) y ExpoÓptica, el Salón Internacional de Óptica, Optometría y Audiología, en una mesa redonda en la que han participado expertos en visión y seguridad vial: David Navarro, VP Global Strategic Projects Essilor; Pedro Cascales, Country VP Essilor España; Tomás Santa Cecilia, director de Seguridad Vial del RACE, y Ángel Pingarrón, vicepresidente de la Asociación Española de Centros Médico-Psicotécnicos.



La mala visión es un importante factor de riesgo en la carretera, donde cada año fallecen en todo el mundo más de un millón de personas en accidentes de tráfico y en torno a 50 millones de personas resultan gravemente heridas, según la Organización Mundial de la Salud. De hecho, uno de cada cinco conductores en el mundo no puede ver la carretera con claridad a causa de problemas de visión, tal y como reflejan los datos de la Federación Internacional del Automóvil (FIA), lo que extrapolado a nuestro país representa que más de cinco millones están circulando con una mala visión.

La importancia de la visión cobra especial relevancia cuando hablamos de la carretera porque la agudeza visual afecta a los reflejos en la toma de decisiones y en la capacidad de reacción al volante. Por ejemplo, circulando a una velocidad de solo 50 kilómetros por hora, un conductor que tiene una agudeza visual de 0,5 necesita tres segundos más para leer una señal de tráfico que un conductor con su agudeza visual en perfectas condiciones. “Muchos conductores no son cons-

cientes de que la mala visión es uno de los principales factores de riesgo en carretera y no realizan revisiones periódicas ni protegen sus ojos de los deslumbramientos cuando conducen de noche o en días soleados”, afirma David Navarro, VP Global Strategic Projects Essilor.

El nuevo acuerdo de colaboración entre el Essilor y el RACE tiene como objetivo aumentar la sensibilización sobre la importancia de realizar controles periódicos de la visión, proteger los ojos de los deslumbramientos y el sol en carretera y utilizar las lentes adecuadas para conducir. La ini-

ciativa se enmarca dentro del acuerdo que mantiene a nivel mundial el grupo Essilor con la Federación Internacional del Automóvil (FIA) y se materializará en el lanzamiento de campañas educativas y de concienciación dirigidas a conductores, motoristas, ciclistas y peatones para mejorar la seguridad vial.

Pedro Cascales, Country VP Essilor España explica que “gracias a este acuerdo al que hoy se suma un nuevo aliado en España, el Real Automóvil Club de España, conseguiremos amplificar nuestro mensaje de responsabilidad para que toda la sociedad sea consciente de la importancia de revisar y proteger su vista a la hora de mejorar la seguridad en las carreteras”.

Para Tomás Santa Cecilia, director de Seguridad Vial del RACE, “es un honor que el Real Automóvil Club de España, como miembro fundador de la FIA, haya sido elegido por Essilor para dar visibilidad a una problemática que afecta a millones de españoles. Hay que tener en cuenta que la vista es el sentido más importante a la hora de ponernos al volante, por lo que cualquier circunstancia que afecte de forma negativa a nuestras habilidades nos expone al riesgo de una manera directa. Si queremos reducir en los próximos años el número de heridos y fallecidos en carretera, este tipo de compromisos y acciones es el camino a seguir”.

Mejorar la seguridad vial, mejorando la visión

El grupo Essilor y la FIA anunciaron el pasado mes de septiembre una colaboración de tres años para promover conjuntamente la seguridad vial y aunar fuerzas por un objetivo común: mejorar la seguridad vial mejorando la visión de las personas. De hecho, la FIA incluyó en 2017 como una de sus once reglas de oro la revisión de la visión, al considerarlo un aspecto clave en materia de seguridad vial al mismo nivel que el uso del cinturón de seguridad y el casco en el caso de las motocicletas, la prohibición de beber alcohol cuando se va a conducir o la obligatoriedad de respetar los límites de velocidad.



pierre cardin
PARIS



Ultraprácticas

Funda con la forma de las Nooz, para que ocupen el mínimo espacio. Perfectas para viajar con ellas. Gafas adaptadas para manipularlas rápidamente y a menudo. Estuche rígido, ultracompacto con revestimiento Soft Touch.

Ultraligeras

¡Solamente pesan 6 gramos!

Puente flexible que permite una adherencia extraordinaria sin presión desagradable en el puente nasal. Siente la libertad en las sienes y las orejas.



Ultraseguras

Diseñadas con el Centro de oftalmología del Delfinado de Grenoble (Francia). Gafas de gran calidad óptica fabricadas en Francia. Montura de policarbonato de alto rendimiento: transparente, elástica y resistente al calor. Y lentes con tratamiento de protección antiarañazos.

DISTRIBUIDOR OFICIAL EN ESPAÑA:

Para recibir más información o realizar un pedido puedes contactar en: pedidos@topbranding.es o en el teléfono 934 616 420


TOPBRANDING
Eyewear Distributor Barcelona

NOOZ

OPTICS



El concepto Nooz

Las Nooz son gafas de lectura para ver mejor de cerca en cualquier momento. Modernas, simples y discretas, se convierten en parte de tu vida diaria para hacértela más fácil y con mucho estilo. Son una minirrevolución que combina la calidad óptica con el diseño y la comodidad con muchísima ligereza.



HD PRINTING COLECCIÓN PRIMAVERA - VERANO

ARTLIFE presenta su nueva colección HD Printing, una colección única que busca diferenciarse del resto de monturas del mercado a través de una técnica de estampación artesanal. Para conseguir los efectos multicolores de esta nueva serie, el equipo de producción realiza la inserción de una lámina ultrafina de acetato entre dos laminaciones de diferentes acetatos.

La estampación se detalla mediante una técnica de impresión en alta definición a partir diseños creados en exclusiva por el equipo de diseño de ARTLIFE para esta

colección que se presenta en 8 formas diferentes y en más de 50 variaciones de colores.

Los estampados varían entre coloraciones florales, formas geométricas e inspiraciones de figuras naturales todo ello combinado para conseguir contrastes imposibles para aquellos más atrevidos y desenfadados. El resultado es una colección rompedora y única con laminaciones de lo más creativas que no dejarán indiferente a nadie.



BERGER: 68231 512



BERGER: 68231 515



BUCK: 68223 546



TAYLOR: 68230 567

FLOWERS INSPIRATION



SOLICÍTANOS EL CATÁLOGO
Y MÁS INFORMACIÓN



ARTLIFE

A WORLD FULL OF IMAGINATION



OPTICALIA®

Enciende el Teatro Real para celebrar su décimo Aniversario

El grupo óptico celebró por todo lo alto sus diez años de trayectoria, reuniendo a más de 1.500 personas en el Teatro Real de Madrid. Las actuaciones de Miguel Bosé, Dani Martín y los colombianos Morat pusieron la guinda a una noche que ya forma parte de su historia.



El majestuoso Teatro Real de Madrid se vistió de gala para acoger la celebración del décimo aniversario de Opticalia.

No todos los días se cumplen 10 años y Opticalia quiso celebrarlo por todo lo alto en un espectacular evento en el Teatro Real de Madrid, en el que se dieron cita más de 1.500 personas de España, Portugal, Colombia y México. Asociados, proveedores, artistas, directivos... Ninguno de ellos quiso perderse la noche del 15 de abril, en la que se puso de manifiesto que el grupo óptico vive un gran momento.

Las actuaciones de Dani Martín, Miguel Bosé, los colombianos Morat, la cubana Diana Fuentes y los portugueses Dama, pusieron la música a la noche, bajo la batuta del presentador Carlos Sobera. El director del Grupo Opticalia, Javier Carceller, se encargó de recordar los grandes hitos del grupo en sus diez años e hizo especial hincapié en todos los asistentes, como piezas fundamentales de su éxito.



Mil quinientas personas, profesionales del sector óptico de España, Portugal, Colombia y México celebraron los diez primeros años de Opticalia.



La noche estuvo acompañada además por un soberbio catering diseñado por el chef Ramón Freixa (dos estrellas Michelin) y una fiesta que se alargó hasta las cinco de la mañana. Los 1.500 invitados cerraron el Teatro Real con un gran sabor de boca: el de haber formado parte de una noche espectacular e histórica en su carrera profesional.

Los directivos del sector óptico tampoco quisieron perderse el décimo aniversario de Opticalia y fueron los grandes patrocinadores de la noche. Entre ellos: Essilor, Hoya, Prats, Indo, Zeiss, Nexo, Luxottica, De Rigo, Kering, Silhouette, Etnia, Marchon, Marcolin, Safilo, Avizor, CooperVision, Centrostyle, Visionix, Oticon, GN Hearing, Bernafon y Multiacústica.



La fiesta del décimo aniversario de Opticalia se vio realizada con las actuaciones estelares de Dani Martín, Miguel Bosé, los colombianos Morat, la cubana Diana Fuentes y los portugueses Dama.



Javier Carceller, director general de Opticalia, recordó a los asistentes los grandes hitos del grupo en sus diez años de historia y les señaló como piezas fundamentales de su éxito.



El presentador Carlos Sobera, que ejerció de maestro de ceremonias de la gran gala del Grupo, con el director general de Opticalia Javier Carceller.



Las claves **OPTICALIA®** para ser líder

Detrás del éxito de Opticalia se encuentra un modelo de negocio que se ha implantado ya en 4 países y que cuenta con más de 1.000 ópticas. Su éxito radica en una potente inversión publicitaria y en una estrategia de posicionamiento basado en la moda, apostando por marcas internacionales en exclusiva.

La trayectoria de Opticalia ha estado acompañada siempre por una fuerte inversión en grandes medios, que ha sido determinante en la creación de la marca. Con el objetivo de crear una marca global, la compañía ha apostado por embajadores de talla mundial como Alejandro Sanz, Ricky Martin o Antonio Banderas.

Otro de los factores determinantes en el crecimiento de Opticalia ha sido la captación de licencias en exclusiva para construir una ventaja competitiva. Marcas reconocidas internacionalmente como Pepe Jeans, Mango o Pull&Bear han apostado por Opticalia para la venta en exclusiva de su línea de gafas. También diseñadores como Custo Barcelona, Davidelfin, Victorio y Lucchino han confiado su firma con exclusividad al grupo óptico.

En esta trayectoria imparable, el grupo desembarca ahora en México, donde cuenta ya con una central en Ciudad de México. Durante este 2018, su objetivo es implantar con éxito su modelo de negocio para llegar a las 1.000 ópticas en 6 años.



OPTICALIA



10 años y esto no ha hecho más que empezar...

Más de 1000 ópticas, más de 500 asociados en 4 países,

12 marcas internacionales en exclusiva...

Había que celebrarlo y lo hemos hecho por todo lo alto.

GRACIAS A TODOS por una noche inolvidable

CLIPOPTIC®

Llega la revolución del eyewear deportivo

CLIPOPTIC® es un nuevo concepto revolucionario en el sector del mercado óptico deportivo: las gafas de moda y el modo máscara, todo en uno. La montura híbrida garantiza confort en el equipamiento deportivo profesional a un precio asequible.

El nuevo producto que promete revolucionar el sector del equipamiento deportivo ya está aquí. En CLIPOPTIC®, su combinación de gafas de moda y modo máscara todo en uno es perfecta para los deportistas que busquen mejorar su confort con un eyewear innovador y con la última tecnología. Clipoptic es universal para todo tipo de máscaras: esquí, moto, buceo, sol, invierno, verano... Gracias a la última tecnología, soluciona los problemas detectados en los insertos ópticos presentes hoy en el mercado.



Clipoptic es el todo en uno que revoluciona el mercado del equipamiento deportivo, gracias a su modo máscara que se transforma en gafas de moda aptas para cualquier actividad.

Estas gafas de moda son ligeras, flexibles y aptas para todas las actividades, tanto deportivas como de ocio y diarias. Su diseño unisex y atemporal las convierten en un complemento fácil de llevar que nos facilitará nuestro día a día. En tan solo unos segundos, gracias a su clip adaptable, se transformará en máscara deportiva o profesional. Su transformación en modo máscara incluye una inserción universal, válida para todas las máscaras del mercado. Con el campo visual ampliado, permite una instalación fácil y un uso libre de vaho.

Entre sus características destacan: puente nasal de silicona ajustable, disponible en dos tamaños para asegurar el confort durante su uso y varillas ajustables, lo que garantiza una ergonomía cómoda. Gracias a sus antenas extraíbles, se puede posicionar fácilmente en cualquier máscara, así como con los serflex de manera opcional. Clipoptic también permite ajustar las lentes graduadas independientemente del tamaño y del nivel de corrección, gracias al montaje de las lentes tipo nylor.

Clipoptic ha sido desarrollado tras tres años de I+D y una solicitud de patente que cumple más de diez puntos de la montura. Es un producto único diseñado a medio camino entre una montura ligera y un inserto óptico universal adaptable en todo tipo de máscaras. Fabricado 100% en Francia, puede consultar más información en la web clipoptic.com y en su distribuidor para España: Moppie eyewear en el teléfono: 619 46 87 22 y en: pedidos@moppie-eyewear.com



La tecnología híbrida innovadora de Clipoptic permite pasar fácilmente de gafas de moda a máscara. Su soporte amovible permite varios tipos de lentes, tanto solar como de visión de cerca, de lejos o progresivas.

Transitions™

light under
control™

Descubre la nueva gama de colores Transitions:

Iconic colors



Gris



Marrón



Verde

Style colors



Zafiro



Esmeralda



Amatista



Ámbar



AMAL CLOONEY LUCE GAFAS DE SOL SALVATORE FERRAGAMO BY MARCHON

La abogada, activista y escritora libanesa-británica Amal Ramzi Clooney, casada con el actor George Clooney, es también una celebridad que marca tendencia gracias a su elegante y particular look. Recientemente, paseando por Nueva York, ha sido vista luciendo el modelo SF889S, de Salvatore Ferragamo by Marchon, unas gafas de sol femeninas, de corte rectangular, sofisticadas y exuberantes, que reflejan el concepto de bloque de color de Ferragamo mediante la combinación de materiales y acabados. La parte frontal del marco es extragrande y tiene esmaltados personalizados en dos tonos diferentes que están aplicados sobre la superficie de metal transparente. Las varillas son de metal y tienen un acabado a tono en los extremos. Este modelo está disponible en gris cristal, café cristal y rojo cristal.

Más información en: www.ferragamo.com

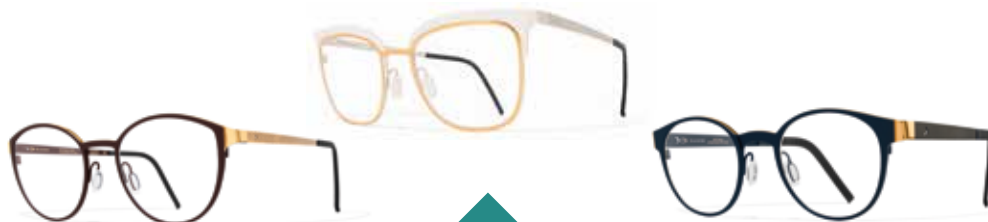
Créditos de la foto: Amal Clooney: © 2018;

Sunglasses: Courtesy of Salvatore Ferragamo



TITANFLEX Y BRENDL, DOS GAFAS DE PREMIO RED DOT

Los modelos Titanflex 824099-10 y Brendel 906125-50, ambas marcas de Eschenbach Optik, han logrado el premio Red Dot por sus diseños de alta calidad. En la gafa Titanflex 824099-10, la tecnología se une al diseño; una nueva y completa forma futurista con una extraordinaria combinación de acetato HD y el flexible y robusto material Titanflex, una aleación de metal con memoria patentada por la compañía Eschenbach Optik, establecen nuevos estándares en diseño y calidad. Por su parte, el modelo Brendel 906125-50 es una inspirada interpretación de las legendarias gafas de sol para mujer de los años 60, con el estilo de Jackie Onassis, fabricadas en acetato. El frontal grande, con una ligera forma de ojo de gato en la línea exterior, muestra bordes suaves y colores opacos pero translúcidos.



EDICIÓN LIMITADA DE BLACKFIN 24KT GOLD

Blackfin presenta la gama Blackfin 24KT Gold edición limitada, una colección de modelos numerados que otorga un significado completamente nuevo a la palabra lujo. Una montura con un peso de unos pocos gramos que encarna la más alta calidad: diseño con estilo y fabricación de excelencia italiana con un acabado en puro oro de 24 quilates. Esta colección de edición limitada se compone de ocho monturas en un único color combinado con oro puro, diseñadas para que la personalidad del usuario brille a través de ellas. Gracias a la tecnología Blackfin Nano-Plating™, un proceso que utiliza los principios de la física atómica, es posible obtener una capa de 24 quilates de oro que convierte a este eyewear en inconfundible y lo último en lujo.



GAFAS DE SOL Y POLARIZADAS DE SQUAD PARA ESTA PRIMAVERA

Squad presenta nuevos diseños de gafas de sol y gafas polarizadas. La marca sorprende en esta nueva colección de gafas de sol con estilos atrevidos, llenos de personalidad y, sobre todo, plenos de color. La colección de gafas polarizadas destaca tanto en estilos deportivos como clásicos. Descubre las gafas de sol y polarizadas para esta primavera y hazte con los modelos de moda de esta temporada en www.squadeyewear.com. Monturas muy favorecedoras, con una gran diversidad de modelos, alternativas para todos los gustos y para ir a la última en moda.



TOM FORD BLUE BLOCK

Tom Ford es la primera marca de lujo en introducir a nivel global, desde esta temporada, gafas de vista ready-to-wear para aquellas personas que quieran completar su look con un detalle icónico, incluso si no las necesitan. Este nuevo tipo de lente reduce el riesgo de los rayos de luz azul e incrementa el confort visual tras la utilización prolongada de dispositivos electrónicos. Además, las lentes blue block tienen recubrimientos antirrayados y antirreflejos para garantizar la mejor visión.

AGATHA RUIZ DE LA PRADA





Rischio

jaytesa[®]
GRUPO

(+34) 924 530 824
www.jaytesa.com

ExpoÓptica 2018

El éxito reina en la 32ª edición de la feria de referencia de la Península Ibérica

El salón organizado por IFEMA en Madrid, registró más de 8.300 participantes y reunió a 159 empresas expositoras directas y cerca de 170 marcas –un 14% más que en su edición de hace dos años–, que presentaron sus novedades e innovaciones en una superficie neta de casi 5.000 metros cuadrados, localizada en el pabellón 9.



ExpoÓptica, Salón Internacional de Óptica, Optometría y Audiología, la feria profesional de referencia del sector en la Península Ibérica y punto de encuentro comercial para todos sus agentes en España y Portugal, ha concluido su trigésimo segunda edición, celebrada del 13 al 15 de abril en IFEMA-Feria de Madrid, superando todas las expectativas: Más de 8.300 visitantes, 159 empresas expositoras directas y cerca de 170 marcas en una superficie neta de 4.879. m2, del pabellón 9.

En esta convocatoria, el salón estrenó un concepto renovado, acorde con las nuevas necesidades del mercado, incorporando un 14 % más de marcas nacionales e internacionales de prestigio, además de novedosos y atractivos contenidos, que incluían desde los últimos avances en el mundo de la óptica y la optometría, a las nuevas propuestas en moda de las destacadas marcas participantes. Además, la Audiología tuvo un especial protagonismo, estrenando espacio propio: ExpoAudio.

La oferta de ExpoÓptica incluyó desde lentes oftálmicas y de contacto, a monturas, gafas de sol e instrumentos ópticos, materias primas, equipamiento de ópticas, mobiliario, maquinaria, estuches, accesorios, recambios, productos de mantenimiento, soluciones informáticas para ópticas, franquicias, formación... En definitiva, una completa panorámica de esta industria y de los sectores de Óptica, Optometría, Contactología, Oftalmología, Baja Visión (Salud), y Acondicionamiento para Puntos de Venta.



A la inauguración oficial de ExpoÓptica 2018 acudieron el consejero de Salud de la Comunidad de Madrid, Enrique Ruiz Escudero; el Secretario General de Sanidad y Consumo del Ministerio de Sanidad, Javier Castrodeza; Eduardo López-Puertas, director general de IFEMA; Juan Carlos Martínez Moral, presidente del Consejo General de Ópticos-Optometristas; Lola González, directora de ExpoÓptica y otros miembros del Consejo General y del certamen.



Tras la inauguración de ExpoÓptica, las autoridades y directivos recorrieron el pabellón 9 de IFEMA. Además de saludar a los expositores, visitaron la exposición de ModaÓptica, situada frente al stand de la revista Lookvision.





Más de 8.300 profesionales se han dado cita en la 32ª edición de ExpoÓptica. Su presencia y la de las marcas y empresas representadas, han contribuido al éxito de la que se ha convertido en feria de referencia de la Península Ibérica.



ExpoÓptica 2018 recupera a grandes marcas entre sus filas

Esta edición del salón volvió a contar con la participación de grandes empresas del sector de la Óptica y la Audiología. Así, en Óptica destacaron, entre otros, Prats, Essilor, Zeiss, Indo, Optiwin, Topcon, Visual Global, Bausch & Lomb, Grupo Nos, Optiwell, Servilens, Centrostyle, Visionix, Panoptica, Conoptica, Eurolent, Jaytesa, Quiksilver, Mark'Ennovy, Tiwi, Recoletos, ABS. Y en el sector de Audiología, Beltone, Interton, Bernafon, Otometrics, Widex, Audio Service, Inventis, Humangechnik y Oticon.

A la nutrida participación empresarial de ExpoÓptica se sumó el renovado respaldo por parte de las principales asociaciones y entidades del sector, como la Federación Española de Asociaciones de Óptica, FEDAO; la Asociación Española de Fabricación, Comercialización e Importación General de Óptica y Oftalmología, AEO; el Consejo General de Colegios Ópticos Optometristas, CNOO, y la asociación de utilidad pública Visión y Vida.

La Moda, uno de los puntos de interés de esta edición

La Moda tuvo un especial protagonismo en esta convocatoria de ExpoÓptica, con la realización por segundo año consecutivo de un área específica, denominada ModaÓptica, donde se mostraron todos los modelos con un alto componente de Moda y Diseño, que buscan reflejar un estilo de vida, tanto en monturas graduadas, como en gafas de sol.

En concreto, en el espacio ModaÓptica confluyeron las colecciones de diseñadores noveles, consagrados y marcas independientes, con sus creaciones exclusivas, de vanguardia, muy enfocadas a las tendencias de Moda, realizadas en ocasiones con materiales innovadores, ecológicos, etc. Una ocasión única para conocer de primera mano las nuevas tendencias en monturas y diseño, antes de su lanzamiento al mercado.

Todos los modelos reunidos en este espacio se incluirán en un catálogo para su posterior difusión entre las ópticas de España, Portugal y Latinoamérica, ampliando además su difusión al consumidor potencial, así como a los profesionales y prensa especializada en óptica y moda.



Además de la notable presencia de visitantes y profesionales, la feria ha albergado en los 5.000 metros cuadrados del pabellón 9 a un total de 159 empresas expositoras y 170 marcas.

También tus gafas

RITU®



911 690 375
info@ritu.es



www.ritu.es
Web Informativa
No Venta Directa

con funda adhesiva convertible en SOPORTE para TELÉFONOS MÓVILES

1. Adhiere la funda a cualquier teléfono móvil.
2. Pulsa en RiTU y se convertirá en un SOPORTE.



Grosor de la Funda: 5 mm



3. Lee tus mensajes, e-mails y disfruta de tus vídeos de forma cómoda

RITU NO DISPONE DE VENTA DIRECTA ON LINE A USUARIO FINAL



Nuevos Colores Brillo

Elige entre los CUATRO DIFERENTES FORMATOS donde llevar tus Gafas de Lectura RiTU

RITU.
Hard Case
Metal&Color



RITU.
Support Case
3M Adhesive



RITU.
Adhesive Case
3M Adhesive



RITU.
iPhone* Case
*Mod. 6,6s,7 y 8



Patents & Certificates Definitive no. 004493617-0001 / 0526158 / 0526159

ritu.es

ExpoAudio, nuevo sector monográfico dedicado a Audiología

En esta edición, también contó con especial protagonismo el sector de Audiología, con el lanzamiento de ExpoAudio como área monográfica en el marco de ExpoÓptica, donde se dieron cita las novedades más relevantes de esta industria. Este nuevo sector surgió ante el auge del mercado de la Audiología en los últimos años y la tendencia creciente de los establecimientos de óptica a ofrecer un espacio dedicado a la Audiología, junto a sus instalaciones de óptica y optometría.

Gala de la Óptica

Una novedad destacada en esta edición fue la celebración de la primera Gala de la Óptica, concebida como una gran fiesta para expositores y visitantes, donde se entregaron reconocimientos en diferentes categorías a marcas que destacan por su diseño y por la orientación hacia la Moda y las nuevas tendencias en sus productos.

En el transcurso de la Gala se entregaron cinco premios. A la mejor trayectoria empresarial, que recayó en Francisco Prats; a las gafas más chic, aunando diseño y practicidad, elegidas por un jurado de expertos, que fue a parar a manos de Optiwell, y a las gafas más chic, por mostrar tendencia, estilo y moda, votadas a través de redes sociales, que fue para Emoji. Finalmente los galardones a una vida en la óptica y a una personalidad de este sector recayeron en Juan Delgado Espinosa (Multiópticas) y Juan Carlos Martínez Moral (CGCOO), respectivamente.



Los avances del sector, en la Galería de Innovación Científica y Tecnológica

ExpoÓptica 2018 acogió la segunda convocatoria de la Galería de Innovación Científica y Tecnológica para el sector de la óptica oftálmica y la optometría. Esta galería, que celebró su primera presentación en la anterior edición del salón, se realizó bajo el auspicio de Ifema-ExpoÓptica y el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas (CGCOO), es un escaparate del I+D+i de esta industria, donde mostrar los productos y servicios más avanzados de la optometría y la óptica oftálmica. Las empresas seleccionadas en esta primera edición fueron: Beltone, con sus productos Beltone Trust y Beltone Remote Care; Oticon, con Oticon Opn; Conóptica en el Stand 9B03 presentando Life Experience, el nuevo concepto de formación y por último, Audio Service, con la nueva plataforma de Audio Service.

La Galería de ExpoÓptica

Del mismo modo, ExpoÓptica 2018 acogió la tercera edición de la Galería de ExpoÓptica, un espacio de la feria donde una selección de expositores presenta de forma destacada el producto más relevante de su marca. En esta ocasión participaron en este atractivo escaparate Zeiss, Jaytesa, Life Loft, Natural Optics Group, Optic View, Conóptica, Oticon, Medical Equipment Design GN Hearing Care SAU INVENTIS y AS Ibérica.



Durante la Gala de la Óptica, novedad destacada de esta edición, se entregaron premios a reconocidos profesionales como Juan Delgado Espinosa, Francisco Prats y Juan Carlos Martínez Moral, así como a las gafas más chic de la feria: Optiwell y Emoji. Fue una gran fiesta para expositores y visitantes.



El Foro de ExpoÓptica, que acogió interesantes conferencias, y la Galería, donde algunos expositores presentaron sus novedades, contribuyeron a la brillantez de la 32ª edición del salón madrileño.

El mercado español de la óptica en el Foro ExpoÓptica

El foro ExpoÓptica acogió diversas conferencias relacionadas con el sector. GfK, empresa de investigación y análisis, mostró sus resultados sectoriales que recogen las ventas de gafas de sol, monturas, lentes oftálmicas, lentes de contacto y soluciones de mantenimiento en cuatro mercados clave de Europa: España, Italia, Francia y Alemania. Durante la presentación, GfK confirmó el incremento en las ventas en un 0,2% en el conjunto del mercado en comparación con el año anterior.

Uno de los datos más relevantes es la tendencia del mercado español, que está por encima de la media (+0,5), destacando por su importancia las lentes oftálmicas, que no sólo aportan más de la mitad del negocio, sino que además ven incrementar su peso año tras año, debido a la gran inversión del sector en I+D+i que las empresas del sector han realizado en el desarrollo de sus productos. Le siguen en importancia las gafas graduadas y monturas, las lentes de contacto, las gafas de sol y los productos de mantenimiento.

Esta tendencia positiva de España y también de Alemania, aunque en menor medida, contrasta con el descenso de la facturación global en

Italia y Francia, país donde la creciente regulación legislativa ha afectado negativamente a las ventas. En España, la erosión de precios que sufren las monturas y las gafas de sol hace que, a pesar del aumento en número de unidades, su facturación se vea lastrada por dicho descenso de los precios. Así, en 2007 el precio medio (PVP) rondaba los 120 euros y actualmente se encuentran en un rango de unos 80 euros. Por otro lado, las soluciones para presbicia, tanto monturas como lentes oftálmicas, presentan un incremento muy interesante en sus cifras.

En cuanto al futuro del sector, se prevé que más empresas de moda entren en el mercado, a la vez que aparecen nuevos riesgos, como la preferencia de las nuevas generaciones por la compra de marcas fashionistas en el canal de Internet; marcas centradas en la captación de nuevos usuarios, siendo conscientes de su poca lealtad y asumiendo que se trata de un público hiperconectado, difícil de conquistar.

25ª edición del congreso OPTOM

Como en cada edición, ExpoÓptica coincidió con la celebración del 25º Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica, OPTOM (del que ofrecemos más información en este mismo número), un evento científico-profesional con proyección y prestigio internacional, imprescindible para especialistas y expertos en salud visual, organizado por el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas. Destacados expertos nacionales e internacionales del sector de la Óptica y la Optometría participaron en esta convocatoria del congreso, que se desarrolló del 13 al 15 de abril en el Centro de Convenciones Puerta Norte de Feria de Madrid. En total, esta edición del congreso registró a 1.300 profesionales.

Con todo ello, ExpoÓptica 2018 ha cerrado sus puertas hasta su siguiente edición, en 2020, confiando en que el buen ritmo y ánimo que se ha sentido durante esta convocatoria se materialice en múltiples acuerdos comerciales para el beneficio de todas las empresas y marcas expositoras.



El Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica – OPTOM–, que congregó a 1.300 profesionales y se celebró en coincidencia con ExpoÓptica, volvió a ser un importante dinamizador de la feria.



Silhouette®

Sun 2018

#tryitwearitloveit

Llega una nueva campaña llena de imágenes sensuales e inspiradoras con los modelos de sol de Silhouette que marcarán tendencia este verano.

La nueva colección de sol Silhouette destaca por sus llamativos diseños y combinaciones de color, llenos de matices que la convierten en una colección única. Las nuevas tonalidades bronze mint y nude y el sutil toque metalizado que lucen, haciendo un guiño a la década de los ochenta, se convertirán en un must imprescindible.

Bajo el lema #tryitwearitloveit: pruébalo, llévalo, ámalo, Silhouette sorprende por un diseño e innovación en estado puro y por la extraordinaria comodidad que siempre ha destacado en sus colecciones de graduado y de sol. En estas imágenes descubrimos los modelos más representativos y que no te dejarán indiferente.

www.silhouette.com



EL MODELO MÁS COOL: Titan Breeze, decididamente cool, colores actuales y renovada forma retro en montura de titanio ultraligero.



TMA ATWIRE: Uno de los modelos más especiales de la colección. Incorpora una forma superpuesta en titanio para crear un efecto montura cat-eye.



ADVENTURER AVIATOR: Reinterpretación del mítico modelo aviator, que sigue siendo uno de los clásicos favoritos.



YOU'LL
NEVER WANT
TO WEAR
ANYTHING
ELSE AGAIN.

Incomparably light.
Extraordinarily comfortable.
Try it. Wear it. Love it.

Silhouette[®]

ICONIC EYEWEAR MADE IN AUSTRIA. SINCE 1964.

www.silhouette.com

Excelente acogida de los ópticos-optometristas españoles a la protección UV completa de serie en todas las lentes transparentes de ZEISS

El sector óptico, reactivado tras la crisis, ha mostrado músculo en una feria ExpoOptica igualmente reactivada, en la que sobresalieron las novedades presentadas por la marca alemana: Tecnología ZEISS UVProtect, que ofrecerá de serie protección UV hasta 400 nm, y el Análisis Visual del Siglo XXI.

Madrid, abril de 2018. Del 13 al 16 de abril, Carl Zeiss Vision España ha presentado en ExpoOptica su inminente lanzamiento mundial, que llegará a las ópticas españolas a partir del 1 de mayo: protección UV completa de serie en todas sus lentes transparentes. La marca alemana ha apostado fuerte por la feria más importante del sector en España y, dos días después del cierre de la trigésimo segunda edición del evento, “nuestra primera conclusión es que el mercado del sector se ha reactivado y, obviamente, una de las consecuencias es que ExpoOptica renace, igualmente reactivada”, valora Alberto Cubillas, director general de Carl ZEISS Vision España. Han sido cientos los ópticos-optometristas y estudiantes de óptica que han pasado por el gran expositor de ZEISS en IFEMA para conocer de primera mano tanto la Tecnología ZEISS UVProtect como el otro gran argumento de la presencia ZEISS en la feria: el Análisis Visual del siglo XXI. El equipo ZEISS se ha encargado de atender personalmente a cuantos se acercaron, interesados por el valor añadido que pueden aportar a sus negocios, o futuros negocios, las novedades ZEISS. Con ilustrativas demostraciones prácticas, el staff de la marca ha subrayado dos de sus valores irrenunciables, como son la cercanía y profesionalidad, que se suman a la calidad del producto, siempre resultado de una potente inversión de la multinacional en i+D.

Cientos de ópticos-optometristas y estudiantes de óptica han pasado por el gran expositor de ZEISS en ExpoOptica para conocer la Tecnología UVProtect® y el ecosistema de equipos e instrumentos ZEISS

Refiriéndose a la innovación recién presentada en España, Cubillas afirma que la Tecnología ZEISS UVProtect en todas las lentes transparentes de ZEISS aporta “valor añadido” cuando se la compara con el resto de soluciones



ópticas, y cubre la necesidad y la preocupación de la sociedad acerca de la protección contra los rayos ultravioletas no sólo a nivel cutáneo, sino también del ojo y la piel que lo rodea. **“Nuestra sensación es que el óptico-optometrista español ha percibido la Tecnología ZEISS UVProtect como un argumento de peso con el que posicionarse del lado de la salud visual ante el consumidor final”,** termina.

Además de mostrar su innovación mundial a los ópticos-optometrista, ZEISS organizó en la feria una rueda de prensa a la que acudieron periodistas pertenecientes a los sectores de la economía, salud, moda o estilo de vida, y una convocatoria paralela de influencers y bloggers. “Como fabricante de soluciones visuales, consideramos parte de nuestra obligación informar al consumidor final sobre la importancia de proteger los ojos. Somos conscientes que la luz ultravioleta puede dañarnos la piel, incluso hasta el punto de provocar cáncer; nos protegemos de este riesgo utilizando crema protectora con distintos factores, con los que nos hemos familiarizado. Este es un gesto que tenemos asumido como imprescindible para nuestra salud, y especialmente para la de los niños. Pues bien, ejerciendo la que consideramos nuestra responsabilidad, ahora también podemos proteger nuestros ojos, y la piel que hay alrededor de nuestros ojos, con la nueva Tecnología ZEISS UVProtect. **Es la primera vez que cualquier lente transparente de la misma marca va a contar con protección total de hasta 400 nm, de serie”,** afirma Juan Luis Rexa, Vice President Global Sales Development de Carl Zeiss Vision.

La otra gran novedad presentada por ZEISS ha sido el Análisis Visual del Siglo XXI. Con él, **la marca alemana ha mostrado la precisión que puede alcanzar el óptico-optometrista con la tecnología de sus instrumentos de óptica**, la visibilidad de todo el proceso de la graduación que facilita, y que el profesional puede poner a disposición del consumidor, igualmente aportando valor añadido al óptico-optometrista, y la conectividad de todos los instrumentos que integran el ecosistema ZEISS. La feria ha servido no sólo para cerrar operaciones de venta directa sino para iniciar negociaciones y nuevos contactos que fructificarán a lo largo del año.



¿Sabías que...

**... alrededor del 40%
de la radiación UV se encuentra
entre 380 y 400 nanómetros?**

**Protección
UV
incompleta**

Las lentes transparentes con protección UV incompleta se ven transparentes cuando se fotografían con una cámara UV.

Esto demuestra que las lentes no bloquean o bloquean ligeramente los rayos UV y potencialmente pueden dañar los ojos y la piel que los rodea.



Elevando el estándar en salud visual.

Lentes ZEISS con Tecnología UVProtect

El
estándar
ZEISS
400nm

Las lentes transparentes con ZEISS UVProtect se ven oscuras como las lentes solares cuando se fotografían con una cámara UV.

La promesa de ZEISS



Las lentes bloquean completamente los rayos UV, hasta 400nm.



Protección UV total de los ojos y la piel que los rodea.



Las lentes transparentes diarias ofrecen la misma protección que las lentes solares premium.



Imagen tomada con cámara UV.

Protección UV total en todas las lentes transparentes.

Lentes ZEISS con Tecnología UVProtect

El
estándar
ZEISS
400nm



Las lentes ZEISS con Tecnología UVProtect

consiguen el equilibrio perfecto entre protección, claridad y estética ofreciendo una protección UV total hasta 400 nm, tal y como recomienda la Organización Mundial de la Salud.

www.zeiss.es/pro/uvprotect



A partir de mayo, protección UV total de serie en todas las lentes orgánicas transparentes de ZEISS

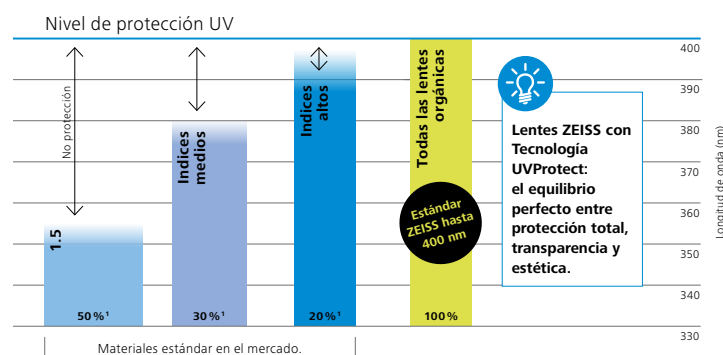
Proteger los ojos de la radiación ultravioleta es esencial para una visión saludable.

Por eso la Tecnología ZEISS UVProtect cubrirá el rango entre 380 y 400 nanómetros, donde se acumula hasta el 40% de la radiación, potencialmente peligrosa para la salud.

Madrid, 24 de abril de 2018. La radiación UV siempre está ahí. Todos los días del año, ya sea invierno o verano, con sol o en condiciones nubladas. Si no se protegen adecuadamente, los ojos y la piel que los rodea su impacto puede afectar seriamente a la salud. Como fabricante de lentes, la labor de ZEISS, coincidente con la del profesional de la visión, implica un compromiso con la responsabilidad social: educar activamente a los pacientes sobre la protección UV y los riesgos asociados que para la salud implica no contar con ella.

Los números lo dicen todo. El 48% de la ceguera mundial está causada por cataratas⁽¹⁾. Según la OMS aproximadamente el 20% de todas las cataratas son causadas o empeoradas por los rayos UV⁽²⁾. Y entre el 5% y el 10% de los casos de cáncer de piel afectan a los párpados. El rango entre los 380 y los 400 nm representa el 40% de la cantidad total de radiación UV solar medida en la tierra⁽³⁾. Y el 80 % de las lentes actuales no ofrecen protección completa⁽⁴⁾.

Cerca del **80 %** de las lentes orgánicas vendidas en el mundo no proporcionan una protección UV total hasta 400 nm⁴



ZEISS plenamente consciente del valor de la salud visual, en primer lugar en sí misma, pero también como poderoso argumento para apoyar a sus aliados, los ópticos-optometrista, eleva la protección UV hasta los 400 nm. Así, desde el 1 de mayo, las lentes ZEISS con Tecnología UVProtect proporcionan protección contra los rayos UV de hasta 400 nm, de acuerdo al estándar de protección UV tal como lo define la Comisión Internacional sobre protección contra la radiación no ionizante (ICNIRP) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), yendo más allá del estándar de la industria a 380 nm. “El 100% de nuestras lentes transparentes

ofrecerá protección UV total”, sintetiza Juan Luis Rexa, Vice President Global Sales Development de Carl Zeiss Vision.

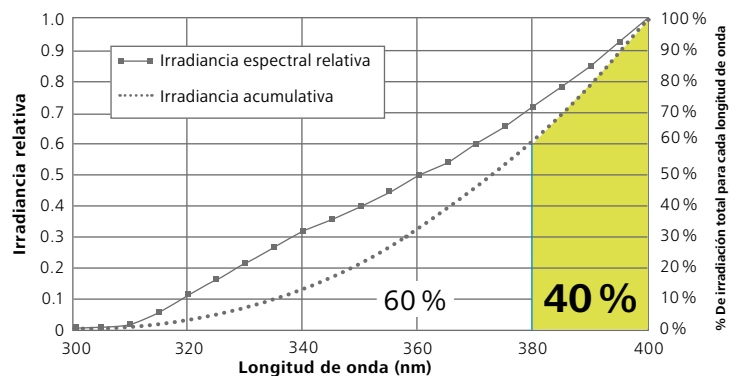
Entre el 5% y el 10% de todos los casos de cáncer de piel afectan a los párpados porque están expuestos a la radiación UV de manera continua.

Estándar actual del mercado para protección UV en lentes

No todas las lentes oftálmicas tienen la misma capacidad para filtrar la radiación UV. Mientras algunas lentes de alto índice hacen un trabajo razonable –el policarbonato filtra solo la radiación UV hasta 380 nm y el material estándar 1.5 solo lo hace hasta 355 nm– Cerca del 80 % de las lentes orgánicas vendidas en el mundo no proporcionan una protección UV total hasta 400 nm⁽⁴⁾.

Para una protección completa de los ojos y el tejido que los rodea, el usuario necesita lentes con absorción UV por encima de 380 nm y hasta 400 nm. Las lentes orgánicas ZEISS con Tecnología UVProtect ofrecen protección UV de hasta 400 nm para el ojo, párpado y la piel que rodea al ojo, minimizando el riesgo de contraer enfermedades oculares, e incluso cáncer de piel. ZEISS ha logrado modificar el material plástico utilizado actualmente en las lentes orgánicas consiguiendo que absorban todo el espectro UV relevante sin limitar la visión del usuario.

“La mayoría de nosotros sabemos que los rayos UV pueden dañar la piel, pero la exposición a los rayos UV puede también ser perjudicial para los ojos y el área que los rodea. Para proteger la piel, usamos protector solar. Incluso las plantas generan su propio ‘protector solar’ para absorber la luz UV. Desafortunadamente, no podemos aplicar protector solar a nuestros ojos, pero sí podemos protegerlos de la radiación UV con todas las lentes transparentes ZEISS, un valor añadido a su excelente calidad óptica”, termina Rexa.



Espectro del UV solar normalizado a su valor máximo de 400 nm.

1. Datos globales sobre discapacidad visual, 2002. Bull World Health Organ. 2004 Nov; 82 (11): 844-51. 2. Organización Mundial de la Salud, Los efectos conocidos de los rayos UV en la salud, 2018 <http://www.who.int/uv/faq/uvhealth/en/index3.html>. 3. Memorando Técnico NASA, A. T. Mecherikunnel y J. C. Richmond – Distribución espectral de la radiación solar, 1980. 4. Cuota de lentes 1.5, índices medios y policarbonatos, estudio de demanda mundial de lentes y monturas 2016, SWV Strategy with Vision.

Dos premios iF Design para Porsche Design Eyewear



Justo a tiempo del 40º aniversario de Porsche Design Eyewear, dos productos de la firma alemana reciben el premio de diseño más conocido y reconocido internacionalmente: el IF Design Award. Durante 65 años, este premio ha sido un sello distintivo reconocido en lo que respecta al diseño extraordinario. Los dos productos lograron ganarse al jurado internacional independiente de 63 miembros de entre las más de 6.000 presentaciones.



El icónico modelo Porsche Design P'8663, denominado también "Laser Cut", premiado con el IF Design Award 2108, combina innovación tecnológica y diseño funcional. Su montura en 100% titanio, cautiva al usuario gracias a las formas que componen el frente y la integración de las lentes en la montura.

la innovadora tecnología de fabricación, la lente da la impresión de estar flotando sobre el frente de titanio. Porsche Design ha utilizado conscientemente material puro en el diseño. El P'8663 no tiene lacado en absoluto. El logotipo característico de Porsche Design está grabado en los laterales de titanio mediante una técnica de láser especial.

El modelo Laser Cut pertenece a la categoría ORO de la serie Icónicas y, por lo tanto, su producción se ha limitado a 911 unidades. Las gafas incluyen un elegante estuche además de una caja exterior diseñada exclusivamente para este modelo.



Aún no disponible, el modelo "Ball tec" de Porsche Design también ha logrado el reconocido premio internacional IF Design.

Uno de los premios IF Design Award 2018 fue para el modelo P'8663, denominado también "Laser Cut". Con este modelo icónico, Porsche Design ha creado una vez más gafas únicas que combinan innovación tecnológica y diseño funcional. Con una montura fabricada en 100% titanio, cautiva al usuario gracias a las formas que componen el frente y la integración de las lentes en la montura.

Las lentes con tonos grises se pulen con precisión para que queden al ras donde se encuentran con el borde exterior del frente; al mismo tiempo se colocan de forma firme en la montura. A través de

Otro premio IF Design 2018 ha sido para el nuevo, y aún no disponible, modelo serie "Ball Tec". La característica especial de los modelos que pertenecen a esta serie es la bisagra: Es una bola al final de las varillas, las cuales son presionadas sobre el frente en material RXP, que permite una perfecta adaptación a las diferentes formas del rostro del usuario. Este concepto, que amplía el segmento de rendimiento de Porsche Design, es un elemento de diseño para la colección 2018.

www.porsche-design.com

¿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

Prats recibe en ExpoÓptica el premio “A la trayectoria empresarial emprendedora”

Industrias de Óptica Prats ha participado en ExpoÓptica con un espectacular stand situado en el pasillo central de la feria. Durante los tres días que duró el evento: 13, 14 y 15 de abril, el equipo de la empresa atendió a los visitantes y les presentó las novedades de este año 2018. Además, Prats recibió el galardón “A la trayectoria empresarial emprendedora”.



El equipo de Prats en su stand con Lucrecia, protagonista de la campaña Vimax Sun ¡Madre mía qué colores! La polifacética cantante desplegó su simpatía y se fotografió con los visitantes que acudieron al stand de Prats.



Francisco Prats recibiendo el galardón “A la trayectoria empresarial emprendedora” de manos de Elisenda Ibáñez.

Los numerosos visitantes que pasaron por el stand de Prats en ExpoÓptica, además de recibir una calurosa acogida por parte del equipo de la empresa capitaneado por Francisco Prats y Eugenio de Legorburu, tuvieron la ocasión de conocer las últimas novedades de este año 2018, entre ellas el Blue Safe System (BBS), el nuevo material transparente que protege las estructuras oculares de los efectos nocivos de la luz, con un corte selectivo que respeta los ritmos circadianos. Asimismo, todos los visitantes que estuvieron en el stand descubrieron la nueva campaña Vimax de Prats, una campaña que sigue con la línea cinematográfica iniciada en 2016, con 10 imágenes que se adaptan a cada producto y a época del año (www.vimaxlens.com).

Otros dos acontecimientos pusieron el broche de oro a la participación de Prats en la feria: La visita de Lucrecia, protagonista de la campaña ¡Madre Mía Qué Colores!, la tarde del sábado 14, y la posterior recepción del premio “A la trayectoria empresarial emprendedora”. Un galardón que se concede por decisión de las instituciones organizadoras de ExpoÓptica, y en especial de FEDAO (Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico) como reconocimiento a la trayectoria iniciada en 1969, una trayectoria que ha hecho que Prats sea una marca consolidada y de liderazgo en el sector de la óptica oftálmica. Este reconocimiento, que recogió Francisco Prats, está basado en la calidad de sus productos y el continuo crecimiento de su portfolio, así como por su labor de apoyo continuo al sector en sus acciones y organizaciones, entre otras: ExpoÓptica, Optom, Jornadas Universitarias, formación a estudiantes y Jornadas organizadas por el CNOO (nacional y regionales), participación activa en FEDAO, AEO y Visión y Vida.

Desde Prats, aprovechan la ocasión para agradecer su visita a todos los profesionales que pasaron por su stand, emplazándoles ya para próxima ExpoÓptica.

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

Nueva colección de gafas de Novak Djokovic

Compuesta por tres modelos de gafas exclusivos, esta nueva línea conecta el histórico legado natural de la marca, inspirada en la elegancia deportiva francesa, con el carisma ganador y el juego limpio del tenista campeón Novak Djokovic.



El tenista Novak Djokovic luce el nuevo y elegante modelo aviador L102S, de estilo vintage y detalles de tendencia. La montura combina una forma oval con un puente metálico doble que crea un sofisticado contraste con el borde de acetato Windsor rodeando los cristales. Las varillas llevan acabado metálico y un esmaltado en textura habana con tres bloques de color.

Las gafas de la nueva colección incluyen una firma especial de Novak Djokovic en el terminal de la varilla, como un emblema del dinámico refinamiento y de la alta calidad de este proyecto exclusivo. Cada uno de los tres nuevos modelos tiene su propia personalidad, elevando a los más alto la tradición deportiva de Lacoste mediante la innovación contemporánea y una estética versátil y simple. Diseñadas para añadir distinción en el look diario, estas gafas de sol, además de proteger eficazmente frente a los rayos del sol, también mejoran la libertad de los movimientos en las pistas.

Caracterizada por formas funcionales, materiales premium y detalles icónicos, esta primera colección de gafas de Novak Djokovic, fabricada y distribuida por Marchon, resalta por la auténtica expresión de la elegancia sin esfuerzo y una activa actitud de la marca, incorporando combinaciones de color y dibujos inspirados por la colección de ropa Lacoste de Novak Djokovic.



Inspirada en la famosa raqueta de tenis Lacoste LT12, la gafa rectangular L601S, en acetato multicapas, está personalizada con un nuevo metal Croc en las varillas para combinar el color de la sección central del acetato. Incluye almohadillas de silicona en la parte interna de las varillas, que van firmadas con el monograma de Novak Djokovic.



El estilo unisex y geométrico del modelo L829S presenta unas proporciones de alto impacto en diferentes colores, destacado por el monograma de Novak Djokovic en el terminal de las varillas y estampados color block. La gafa lleva lentes Zeiss Performance, disponibles en tres colores que se adaptan a diferentes condiciones y a diferentes pistas de tenis.



La nueva colección se ha presentado en las oficinas centrales de Lacoste en París, a la que asistieron directivos y representantes de Marchon España.



CRÉETELO

EL DUEÑO DE LA PRÓXIMA ÓPTICA ALAIN AFFLELOU PUEDES SER **TÚ**.

¿Crees que tienes que dar un salto profesional y no sabes cómo?

¿Crees que estás capacitado para ser tu propio jefe?

En ALAIN AFFLELOU creemos en ti y pensamos que tienes el talento y la experiencia necesaria para estar al mando de tu propia óptica. Sin complicaciones. Nosotros te contamos cómo hacerlo y tú solo tienes que creértelo.

¿Crees que no sabrías encontrar la localización perfecta para tu óptica?

Ponemos a tu disposición el Departamento de Expansión que buscará, estudiará y te propondrá la mejor ubicación dentro de tu zona de interés.

¿Crees que no tienes la formación empresarial necesaria?

En ALAIN AFFLELOU te ofrecemos un programa completo de formación continuada que te servirá para gestionar tu óptica de la mejor manera posible.

¿Crees que los clientes no vendrían a tu óptica?

Durante todo el año realizamos campañas de comunicación nacionales, tanto en punto de venta como en prensa, y hacemos una potente inversión en televisión. Además, desarrollamos acciones de publicidad a nivel local.

¿Crees que en realidad no podrías dirigir el negocio como a ti te gustaría?

En ALAIN AFFLELOU, nuestra principal preocupación es que nuestros franquiciados sientan libertad al gestionar su negocio y desarrollar su profesión. Por lo tanto, podrás decidir qué comprar y fijar tus propios precios.

CRÉETELO Y SÉ UNO DE LOS NUESTROS

Infórmate en infofranquiciados@afflelou.es o llamando al 91 151 77 00

ALAIN AFFLELOU
Óptico y Audiólogo



Moda cálida y diseños muy atractivos con materiales resistentes y ligeros

Después de llevar mas de 30 años en el sector de la moda y ver de la forma que ha evolucionado,nos planteamos crear una marca que reflejara tendencia y actualidad.

Para ello,decidimos crear un producto de alta calidad,económico y que siempre estuviera a la moda.

Un producto que nace en canarias con diseños muy innovadores y siempre a la moda,por ello el nombre de "Canarians".

Con esto queremos llegar a todo el público con edades entre 18 y 55 años,tenemos diseños masculinos y femeninos,con una gran variedad en modelos y colores.

Nuestra idea para canarians es sencilla,dar al cliente la actualidad de la moda a precios reducidos.

Para ello contamos con diseñadores y ojeadores que están pendientes de la moda,y con ello logramos estar siempre a la última.

Con un gran equipo de profesionales conseguimos dar al cliente un producto de alta calidad a unos precios muy asequibles.

La coleccion de Bambú ofrece un material muy resistente,lentes polarizadas y montura de policarbonato.Dentro de la colección nos encontramos los modelos Tenerife,El Hierro,La Palma,fuerteventura,Lanzarote y Las Palmas.



Mod. Tenerife Bambú



Mod. El Hierro Bambú



***Precios muy competitivos**

***Precios especiales aplicables de ventas al por mayor por compra mínima.**

Todos nuestros productos los puedes encontrar en nuestra página web www.canarians.es, también en las redes sociales de Instagram @canarians_ y en Facebook.com/canarianss.

En las redes sociales tenemos muchos colaboradores relacionados con la moda,televisión,fitness etc.

Somos una empresa sin intermediarios,por eso somos muy competitivos en calidad y precio,no disponemos de comerciales,hacemos venta directa con nuestros clientes.Para mas información pueden dirigirse a nuestro correo electronico info@canarians.es.


Canarians



"Live Experience", nuevo modelo del programa de formación de Conóptica

Acompañar al profesional en su aprendizaje desde el minuto cero es la apuesta de Conóptica para este año 2018 y son conscientes del reto que supone iniciarse en áreas de la contactología como la ortoqueratología o la adaptación en córneas irregulares. Por este motivo, han diseñado el programa de formación de gran éxito Live Experience, en donde el participante se encuentra arropado en todo momento por los mejores profesionales de las lentes de contacto y le permitirá realizar la primera adaptación con un tutor personalizado de la compañía.

Conóptica pone a disposición de los profesionales cursos Live Online donde, de una forma cómoda, se pueden seguir las presentaciones desde un dispositivo electrónico donde quiera que nos encontremos, con la ventaja de preguntar en directo y durante el curso sobre cualquier duda que se tenga. El programa se divide en seminarios modulares (formación online); talleres clínicos (formación presencial) y cápsulas formativas (formación flash online).

Conóptica continúa con el calendario previsto de cursos de formación y anima a los profesionales a participar en el resto de cursos que están programados hasta el verano (la última formación será el 17 de julio). **Más información en:** <http://www.conoptica.es/es/servicios/formacion>



Visionlab lanza el primer kit antialergias del mercado



Visionlab ha anunciado el lanzamiento del primer "Kit Antialergias" de la mano de DISOP, laboratorio español especializado en la fabricación de productos de salud ocular y contactología. El Kit "El alivio de los ojos" se compone de dos productos: "Acuaiss Baño ocular con bañera", una solución de suero fisiológico con ácido hialurónico, que aporta hidratación y limpieza en un solo paso. Está indicado en periodos de alergia estacional para realizar lavados oculares tantas veces como sea necesario y aliviar los síntomas relacionados con la presencia de alérgenos en el ojo, y "Acuaiss Ultra gotas humectantes", una lágrima artificial sin conservantes indicada para el alivio prolongado en caso de sequedad moderada y ojos cansados y estresados. El "Kit Antialergias" está disponible en todos los centros ópticos de Visionlab en España y Portugal, y en la página web oficial.

En palabras de Carlos Otero, director general de Visionlab, "uno de los compromisos por excelencia de Visionlab es la apuesta por la búsqueda de nuevos tratamientos que mejoren la salud visual de nuestros clientes. En España hay 16 millones de personas que sufren enfermedades alérgicas, es decir, un 33% de la población española, por lo que un kit de estas características será de gran ayuda en el cuidado visual de todos aquellos que las padezcan".

Según la SEIAC, la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica, para este 2018 se prevé una primavera de intensidad moderada, sobre todo en el centro y el suroeste peninsular. Además detalla que en los últimos diez años, a causa del efecto de la contaminación y el cambio climático, se ha duplicado el porcentaje de alérgicos a los pólenes más alergénicos como las gramíneas, la arizónica, el plátano de sombra, la salsola y el olivo.

CooperVision apuesta por las lentes de contacto diarias

Las lentes de contacto diarias son consideradas la primera opción a la hora de prescribir por muchos profesionales de la contactología gracias a la combinación de ventajas que el usuario reconoce como importantes cuando han de elegir una solución que aúne comodidad, precio y salud. CooperVision, consciente de que la tendencia es imparable, apuesta por este tipo de reemplazo desde su propia perspectiva, extendiendo sus ventajas a toda la gama de prescripciones e introduciendo innovaciones tecnológicas desarrolladas por sus laboratorios I+D. De este modo, CooperVision ofrece actualmente opciones de lentes de contacto diarias en todas las necesidades de adaptación, desde lentes de hidrogel convencional hasta las más avanzadas lentes de hidrogel de silicona, pasando por la revolucionaria Mi-Sight 1 Day capaz de controlar la progresión de la miopía.

Las tres principales familias de lentes de contacto diarias ofrecidas por CooperVision son: MyDay, desarrollada con la tecnología Smart Silicone para proporcionar una experiencia de uso excepcional, es una lente premium que cuenta con versiones esférica y tórica; Clariti 1 Day, la única lente diaria de hidrogel de silicona que cubre miopía, hipermetropía, astigmatismo y presbicia y está fabricada con la tecnología WetLoc que crea lentes de contacto de humectabilidad natural para una excelente comodidad durante todo el día, y MiSight 1 Day, la última incorporación al catálogo de lentes de contacto diarias de CooperVision y con la que se da un salto cualitativo en el tratamiento de la miopía puesto que, por primera vez, se ha demostrado capaz de ralentizar la progresión de su avance en niños y adolescentes, con las ventajas de su tipo de reemplazo que la hacen ideal para su edad al aportar mayor salud y menos incidencias ya que no requieren mantenimiento y menos manipulación. **Más información:** www.LentillasDiarias.com



EURO *Lent*

DISTRIBUIDOR LENTES DE CONTACTO



wöhlk
CONTACTLINSEN



We make it visible.

Nuevo Material **ALGIN**

*Agente Natural
obtenido a partir
de un extracto
de ALGAS*

NEW!



ESFÉRICA
+8.00 > -16.00 dpt
TÓRICA Y MULTIFOCAL

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



Industrias, 17 - 2ª planta
28923 ALCORCÓN (Madrid)

Tlf. 916 418 906

info@eurolent.com
pedidos@eurolent.com

Desde Lookvision estamos contactando con ópticas del país para dar a conocer sus establecimientos y las impresiones sobre las marcas y empresas del sector. En este primer artículo nos hemos puesto en contacto con varias ópticas de Barcelona para que nos hablen de las características de sus establecimientos y acerca de las cualidades que más valoran de sus proveedores, como en este caso Optim. Los responsables de cinco ópticas expresan su opinión sobre los productos de esta importante empresa, sobre la atención que reciben por su parte y acerca del servicio post-venta y las garantías que les ofrece Optim.

Los ópticos opinan del sector

Òptica Martí Pujol

¿Cómo valora usted el producto de optim en cuanto a relación calidad-precio-diseño?

El diseño de las gafas de Optim es muy atractivo. La amplia cartera de marcas llega a todas las edades y a todos los gustos. Son gafas de alta calidad, donde puedes encontrar la moda más actual hasta las gafas para clientes más conservadores. Color, diversión y calidad están aseguradas en Optim.

Además sus productos, ¿qué valores profesionales caracterizan a su establecimiento?

Somos una óptica de proximidad, cercana al cliente. Tenemos una alta calidad a un precio ajustado.

Prestamos un buen servicio, satisfaciendo las necesidades de los clientes, haciendo que se encuentren cómodos dentro de la óptica, las personas se marchan contentas. Son casi veinte años cuidando la visión de nuestros clientes y eso es indicativo de que lo estamos haciendo bien. Nos preocupamos por las necesidades de las personas que nos visitan.

Montserrat Òptics

¿Qué importancia tiene para usted y para su óptica la atención y el servicio post-venta? En este sentido, ¿Cómo califica el que presta Optim?

Para Montserrat Òptics es muy importante ya que uno de nuestros puntos diferenciales reside en ese

mismo servicio post-venta. Cualquier óptica o centro de salud visual no puede ofrecer unas buenas garantías a sus clientes si el proveedor no ofrece este servicio. A día de hoy, Optim goza de todos los recambios que le hemos solicitado y de no haber sido así, siempre hemos contado con una respuesta satisfactoria por su parte.

Además sus productos, ¿qué valores profesionales caracterizan a su establecimiento?

Los valores profesionales que caracterizan a Montserrat Òptics son: la atención personalizada, las evaluaciones en gabinete realizadas de forma completa y muy exhaustiva, nuevas líneas de tratamiento,

propuestas innovadoras de visión y, todo ello, adecuado al precio de cada consumidor y/o usuario.

Òptica Ronda

Optim proporciona 3 años de garantía a sus productos ¿Qué opinión le merece este valor añadido y cómo lo traslada usted a sus clientes?

Es un año extra que otras marcas no ofrecen y nos da la posibilidad de fidelizar al cliente con estos productos.

Además sus productos, ¿qué valores profesionales caracterizan a su establecimiento?

Óptica Ronda es una empresa familiar con más de 45 años de experiencia y servicio al cliente. Nos distinguimos por una atención única y personalizada para cada cliente. Nuestro óptico está especializado en optometría comportamental, terapia visual, lentes de contacto, control de miopía, ortoqueratología, retinografía, topografías corneales y topometrías. Nuestros clientes pueden disfrutar de una amplia gama de servicios, de un trato personal y de las garantías que ofrece comprar en Óptica Ronda.

Centre Òptic Tàrraga

La política comercial y de marketing de optim ¿le parece adecuada?

Si, siempre estoy informada de todas las novedades, los representantes se mantienen en contacto con nosotros por diferentes canales y tienen una buena publicidad.

Además sus productos, ¿qué valores profesionales caracterizan a su establecimiento?

Para nosotros es muy importante la atención personalizada esto implica generar la máxima confianza por parte del paciente hacia nuestro establecimiento. Buscar soluciones rápidas a sus necesidades y siempre con el máximo respeto y amabilidad.

Òptica Colom

En líneas generales ¿cuál es el nivel de confianza que tiene en Optim?

Hemos apostado por ellos, así de claro. Ante todo, por la calidad de los productos, también por haber demostrado capacidad de superación y regeneración y, por último, por el gran equipo humano que sustenta la marca, encabezado

por Ramón, su comercial. Es notable también el cambio en el diseño tanto en las nuevas líneas como en las tradicionales. Somos por muchos conocidos en el sector y conocéis bien cuál es nuestra línea de trabajo.

Además sus productos, ¿qué valores profesionales caracterizan a su establecimiento?

En Colom llevamos 44 años en contacto con nuestros clientes, es un orgullo que hayan pasado tres generaciones familiares por nuestras dependencias. Nuestra obsesión es ofrecer calidad, profesionalidad y un servicio personalizado. Esto es posible gracias a nuestro gran equipo humano y la avanzada tecnología de nuestros equipamientos (tres gabinetes para control refractivo, tonómetro, taller propio con servicio al momento, etc.). Partiendo de productos de calidad, tenemos una amplia oferta de precios tanto en óptica y contactología y también en nuestro Centro de Audiología adjunto a la óptica.

Descubre quién es Optim en:
www.optim.vision





Gemma Mengual

Medallista olímpica y embajadora de Yuniku

"Yo creo que el consumidor va a agradecer el sistema de Yuniku porque va a poder tener unas monturas y lentes hechas especialmente para él, muy personalizadas y siempre acompañadas de unos diseños muy modernos, que se van a adaptar perfectamente a su fisionomía".

Hablamos con Gemma Mengual, medallista olímpica y campeona mundial de natación sincronizada, que ejerció de madrina, junto con el diseñador Juanjo Oliva, en la presentación en Madrid de Yuniku. Esta nueva firma de gafas que utiliza un avanzado sistema de escáner facial que ajusta la lente a las necesidades de visión, estilo de vida y fisionomía del cliente, se lanza ahora en España de la mano de Hoya Lens.



Gemma Mengual, en la entrevista exclusiva que mantuvo con Lookvision, dice sentirse impresionada por la tecnología de Yuniku y la perfecta adaptación de lente y montura a cada fisionomía para ver mejor e ir a la última.

La ex-nadadora de natación sincronizada, usuaria de gafas desde hace años, es una de las deportistas más laureadas de nuestro país. Cuenta en su palmarés con 36 medallas entre las que se encuentran mundiales, europeos y Juegos Olímpicos, siete de ellas de oro y dos platas olímpicas. Ahora, retirada de la competición, ejerce como entrenadora del Equipo Nacional de Natación Sincronizada y dedica su tiempo libre a otras de sus grandes pasiones: la gastronomía, viajar y, por supuesto, disfrutar de su familia.

- Tras probar la plataforma de escaneo facial Yuniku, ¿Qué es lo que más te ha impresionado y qué conclusiones has sacado?

- Me ha impresionado la tecnología en sí y la preocupación por adaptar la lente y la montura a la fisionomía y a las necesidades ópticas de cada persona. Está muy enfocado a ver mejor y siempre acompañado de la parte estética y de moda.

- Yuniku evalúa las necesidades visuales del usuario y sus rasgos faciales, calcula la posición ideal de las lentes en relación a los ojos y luego diseña la montura en base a esos parámetros únicos. ¿Qué necesidades visuales tiene Gemma Mengual y qué valora más de una lente y una montura?

- Valoro que sea cómoda y, sobre todo, que me quede bien y me sienta a gusto con ella, que me vea en el espejo y me reconozca... Ir con ellas en mi día a día, incluso si algún día necesito arreglarme y me apetece ponerme las gafas como complemento, que pueda hacerlo.

Además, a la vez yo tengo astigmatismo y las necesito. Cuando cuando entrenaba me ponía poco las gafas porque estaba más tiempo dentro del agua que fuera. Pero ahora sí que las uso más: en casa para ver la televisión, cuando conduzco, cuando estoy en una competición de sincro y estoy en la grada... Si no me las pongo no veo bien. Ahora tengo astigmatismo y un poco de miopía, además me he hecho gafas progresivas, que nunca había llevado y me he acostumbrado muy bien a ellas.

- Según tu experiencia, ¿Qué puedes decir al óptico y al usuario final de Yuniku?

- Al óptico le diría que es una herramienta muy útil porque estás dando calidad y un servicio que es único ahora mismo. Yo creo que el consumidor lo va a agradecer mucho porque va a poder tener unas monturas y lentes hechas especialmente para él, muy personalizadas y siempre acompañadas de unos diseños muy modernos, que se van a adaptar perfectamente a su fisionomía. Es algo que cualquier consumidor agradecería.

- Desde que fuiste voluntaria en Barcelona 92 con 15 años, muchas cosas han cambiado en tu vida deportiva, llegando a lo más alto del podio, y personal, con dos hijos preciosos, ¿Y en tu visión tanto de las cosas y de la vida como en el aspecto orgánico-funcional de tus ojos?

- Sobre todo cuando fui madre empecé a notar los cambios en mi vista, sí que es verdad que en mi familia todo el mundo lleva gafas, pero mis padres cuando era pequeña me llevaron a hacer la revisión y tenía muy poquito. Me pusieron gafas, pero me las ponía muy poco. Fue



La medallista olímpica y campeona mundial de natación sincronizada ha sido la protagonista de las presentaciones de Yuniku en Madrid (con el diseñador Juanjo Oliva) y en Barcelona organizadas por Hoya Lens junto con Optica2000 y Cottet, respectivamente.

después de tener a mis hijos, a partir de los treinta y pico cuando empecé a notar que lo necesitaba más. No era cada día, pero sí había en momentos puntuales en los que tenía que fijarme en un cartel, cuando estaba en las competiciones... Notaba que no veía del todo bien.

- *Trasladando la visión a la vida cotidiana, ¿Qué quitarías de tu vista y qué querías mantener siempre en tu retina?*

Quitaría las injusticias, las enfermedades, las guerras y todo lo negativo. No quitaría a mi familia, mis seres queridos, todo lo que me alegra la vista, especialmente las expresiones artísticas en sí; al final es lo que me llena, me hace sonreír y me hace feliz.

- *¿Qué has sacrificado por la natación sincronizada y qué satisfacciones te ha proporcionado?*

He sacrificado muchas cosas, pero al final ha sido todo muy recíproco. Aunque haya sido mucho sacrificio, también he de reconocer que este deporte me ha dado muchas alegrías; por tanto, puedo decir que la balanza ha estado equilibrada.

- *En una ocasión dijiste que "ya no tiene sentido competir; que lo que tenías que hacer ya lo has hecho". Pero, como se dice, quien tuvo retuvo...y siempre queda "el gusanillo". ¿Qué queda a Gemma Mengual por aprender y enseñar?*

Esta declaración creo que la dije cuando me retiré en 2011, pero luego volví a competir, en el 2015 y en el 2016, en los Juegos Olímpicos. Eso quiere decir que todavía tenía por dar y ahora que estoy en el otro lado, también puedo aportar mucho, porque he estado en el agua hasta hace nada y, al final, han sido casi treinta años de experiencia. Aún sigo teniendo todas esas sensaciones de la competición, de lo que es este deporte, ahora como entrenadora me gusta poder aportar tanto desde dentro del agua, como desde fuera de ella.

- *Además de la natación sincronizada, ¿Cuáles son tus actividades y pasiones en la actualidad?*

Me gusta mucho leer, ver películas, ir por ahí con mis hijos, viajar, ir al teatro y todo tipo de espectáculos... Lo normal, no soy de aficiones rocambolescas. Me gusta disfrutar de la vida, me apasiona la gastronomía, disfrutar de restaurantes nuevos...

- *¿Qué mensaje o consejo darías a quienes se inician en este deporte para llegar a lo más alto como tú? ¿Y a las integrantes del equipo nacional?*

Yo siempre digo que cuando se empieza en un deporte lo primero es que te tiene que gustar, pasártelo bien y todo lo demás ya viene sólo. No tienes que empezar pensando que quieres llegar a lo más alto, es una cosa que viene o no viene. Hay gente que empieza en un deporte y le gusta, pero no tiene ambición. Lo debes tener claro es un objetivo, cuando ves que tienes un nivel y unas posibilidades reales. A mí me agobia mucho pensar que hay padres que meten a sus hijos a hacer un deporte y ya están pensando en van a ser un Nadal... y no tiene por qué, lo bonito es hacer deporte y disfrutarlo, lo demás llega sólo.

A las integrantes del Equipo Nacional les diría que tenemos posibilidades para las próximas Olimpiadas. Nos queda un camino por recorrer porque son chicas muy jóvenes ahora, pero estoy convencida de que, tal y como están trabajando y con lo que les queda por hacer y aprender, pueden llegar muy alto seguro.



Nuestra entrevistada, Gemma Mengual, ahora utiliza más las gafas tanto porque las necesita como complemento de moda. Gracias a Yuniku mejora su visión, le quedan bien y valora que sean cómodas.

OPTOM 2018

Más de 1.300 profesionales participaron en el 25 Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica

El Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas celebró, del 13 al 15 de abril, OPTOM 2018, el 25 Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica. Este evento, que reunió a cerca de 1.300 participantes, en su mayoría ópticos-optometristas, es uno de los más importantes encuentros científico-profesionales a escala internacional.



El 25 Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica reunió a cerca de 1.300 participantes.

El acto inaugural de OPTOM 2018 contó con la presencia e intervención de José Javier Castrodeza Sanz, secretario general de Sanidad y Consumo, y de Eduardo López-Puertas, director general de IFEMA, que junto a Juan Carlos Martínez Moral, presidente del Consejo General de Ópticos-Optometristas dieron la bienvenida a los asistentes.

En su intervención, el presidente del Consejo General de Ópticos-Optometristas, puso de manifiesto la importancia de la Validación Periódica Colegial (VPC) por la cual los ópticos-optometristas se comprometen a seguir desarrollando una formación continuada que revertirá en el bien de la sociedad. En este sentido, Martínez Moral, expresó que: "no es de recibo que haya profesionales que no se reciclen en 5, 10 o incluso 15 años, puesto que a pesar de los cientos de cursos, jornadas y congresos que organiza la Organización Colegial de Ópticos-Optometristas, sólo acuden un cuarto de los colegiados". Y finalizó explicando que "la VPC por ahora es un proceso voluntario, pero es algo que demanda la sociedad", y espera que el Ministerio de Sanidad desarrolle la ley de profesiones en la que la formación continuada sea obligatoria.

Por su parte, el director general de IFEMA, Eduardo López-Puertas, ensalzó el "elevado valor del Congreso OPTOM 2018, no solo por su contenido científico, sino también por el beneficio que supone para la sociedad el hecho de contar con profesionales sanitarios formados". López-Puertas también quiso destacar el éxito de ExpoÓptica, la feria del sector óptico que se celebró también en IFEMA en paralelo al Congreso OPTOM 2018.

Finalmente, José Javier Castrodeza se dirigió a los ópticos-opto-

metristas comentando que "en el Ministerio de Sanidad estamos convencidos de que es imprescindible impulsar las profesiones sanitarias para poder hacer frente a los cambios demográficos. Las patologías crónicas han aumentado su prevalencia, así como la esperanza de vida. Este cambio de patrón afectará a aspectos económicos y de ámbito social, por lo que será imprescindible la humanización de la asistencia sanitaria". En cuanto a la situación de la profesión expresó "la importancia de la profesión óptico-optométrica que comparte intereses con las demás profesiones sanitarias y que poco a poco se va consolidando su presencia en el Sistema Nacional de Salud".

La conferencia estrella del congreso tuvo lugar durante la primera jornada del congreso ¿Qué no sabes y deberías saber sobre el ojo seco?, dedicada al síndrome del ojo seco; probablemente, el tema más discutido en la comunidad óptico-optométrica, sobre todo por su prevalencia en la práctica clínica diaria que varía entre un 5 y un 50%, dependiendo de los criterios utilizados para su diagnóstico. Se estima que más de cinco millones de españoles, un 11% de la población, sufren el síndrome del ojo seco (SOS), un trastorno ocular que causa malestar, problemas visuales e inestabilidad de la película lagrimal con daño potencial en la superficie ocular.



El acto inaugural de OPTOM 2018 contó con la presencia de José Javier Castrodeza Sanz, secretario general de Sanidad y Consumo; Eduardo López-Puertas, director general de IFEMA, y Juan Carlos Martínez Moral, presidente del Consejo General de Ópticos-Optometristas.

OPTOM cerró con notable éxito su vigésimo quinta edición en el Centro de Convenciones Puerta Norte de IFEMA-Feria de Madrid, tanto por el número de asistentes, como por el completo programa formativo que ha ofrecido a los profesionales este año. En él destacaron temas de máxima actualidad tales como incentivar en los profesionales de la visión el liderazgo en salud visual para mejorar sustancialmente la atención clínica que ofrecen a la población, actualizar los conocimientos sobre el ojo seco, promover nuevos métodos de corrección de la presbicia y ofrecer una visión global de la miopía como la nueva pandemia del siglo XXI.



La colección de graduado protagoniza esta temporada

¡Aloha, verano! La temporada veraniega supone una celebración para la firma hawaiana, con el graduado como protagonista absoluto de sus novedades. Junto con el anuncio de la apertura de su nuevo laboratorio europeo en Alemania, lanza la promoción “Ámalas o déjalas”, además del exclusivo material disponible para graduado MauiBrilliant™.



El material de lentes MauiBrilliant™, propiedad de Maui Jim, ofrece una claridad óptica parecida a la del cristal y prácticamente el doble de las de policarbonato. Con solo un tercio del peso del cristal normal, es el material más ligero de todo el mundo.

La firma hawaiana disfruta de la llegada del sol con el lanzamiento del material propio más avanzado para lentes planas y graduadas, MauiBrilliant™. Supone una revolución ya que combina lo mejor del mundo de plano y graduado. El espíritu aloha anuncia también la apertura de su nuevo laboratorio en Alemania y la promoción de sell-out para animar al consumidor final a probar por primera vez sus Maui Jim graduadas.

Al utilizar un material de lentes propio como MauiBrilliant™, con una claridad óptica similar a la del cristal y casi el doble de las tradicionales lentes de policarbonato, Maui Jim ofrece también la aclamada tecnología PolarizedPlus2®. El resultado es espectacular: el destello se elimina, el 95% de la luz azul se elimina y se bloquea el 100% de los rayos UV dañinos a la vez que potencia el color hasta niveles superiores.

Además de la claridad superior y el realce de color, MauiBrilliant™ es el material de lentes más ligero de todos los fabricados, con casi un tercio del peso del cristal normal. Todo ello combina con los niveles ultra altos de resistencia a arañazos e impactos. MauiBrilliant™ es el material más ligero y con mayor claridad para graduado de todo el mercado.

Nuevo laboratorio

Esta temporada, durante el segundo cuatrimestre de 2018, el laboratorio europeo de graduado abrirá sus puertas en Braunschweig, Alemania. La firma está finalizando los últimos detalles de la construcción de este espacio totalmente automatizado. Diseñado para exceder los estándares de alta calidad, cada pedido europeo de graduado será fabricado con elegancia en estas instalaciones.



El nuevo laboratorio de graduado Maui Jim comenzará a fabricar graduado para Europa a partir del segundo cuatrimestre de 2018. Ubicado en Braunschweig (Alemania), está completamente automatizado.

Promoción “Ámalas o déjalas”

Para presentar a los consumidores de las últimas tendencias y maximizar las oportunidades durante la temporada alta, Maui Jim presenta un pack promocional para lucir en las ópticas. Gracias a la promo “Ámalas o déjalas”, los consumidores pueden probar unas gafas graduadas Maui Jim sin ningún riesgo. Si no están satisfechos, se les devolverá el importe de su compra al retornar el producto durante los 60 días siguientes a la compra.



Con la nueva promoción “Ámalas o déjalas” de Maui Jim, la firma quiere animar a los consumidores a probar con sus propios ojos las nuevas lentes graduadas con espíritu aloha. Si no está satisfecho durante los primeros 60 días, podrá devolverlas sin ningún coste.

Sorprende con el factor WOOW !

La temporada más calurosa llega repleta de sorpresas que te cautivarán. La firma Woow rediseña los clásicos y revisita las transparencias en sus últimos diseños. Este verano diviértete y enamora con el factor WOOW.

Este verano que está a punto de llegar, los clásicos se reinventan junto con las grandes formas de los setenta y las transparencias de la mano de Woow. La firma te sorprenderá con el factor WOOW, un toque extra de tendencias y diseño añadido a sus propuestas más veraniegas.

Durante los últimos cinco años Woow ha conquistado el mundo con sus ingeniosos toques de diseño, sus brillantes colores y sus looks de tendencia. Cada uno de los conceptos, divertidos y llenos de color ha sido ideado por Pascal Jaulent y su equipo creativo en el estudio de diseño parisino. Esta temporada pre-veraniega, las nuevas propuestas están listas para eclosionar y cautivar al consumidor. ¡Es el factor WOOW!

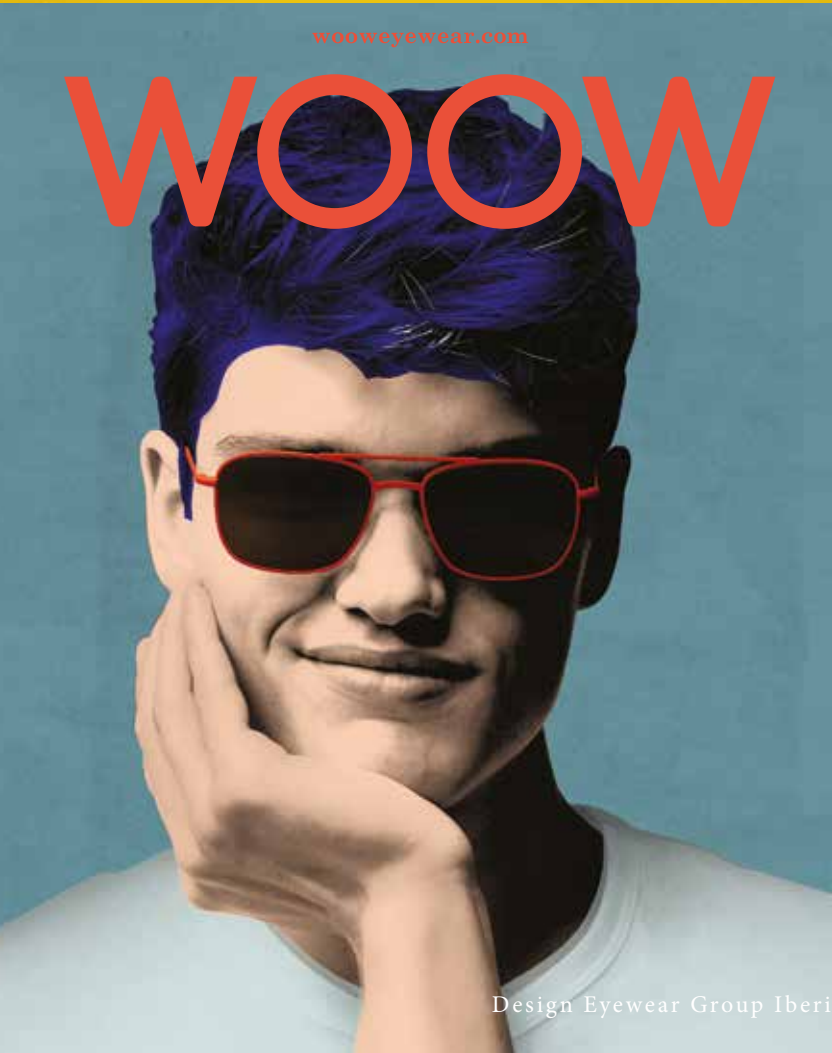
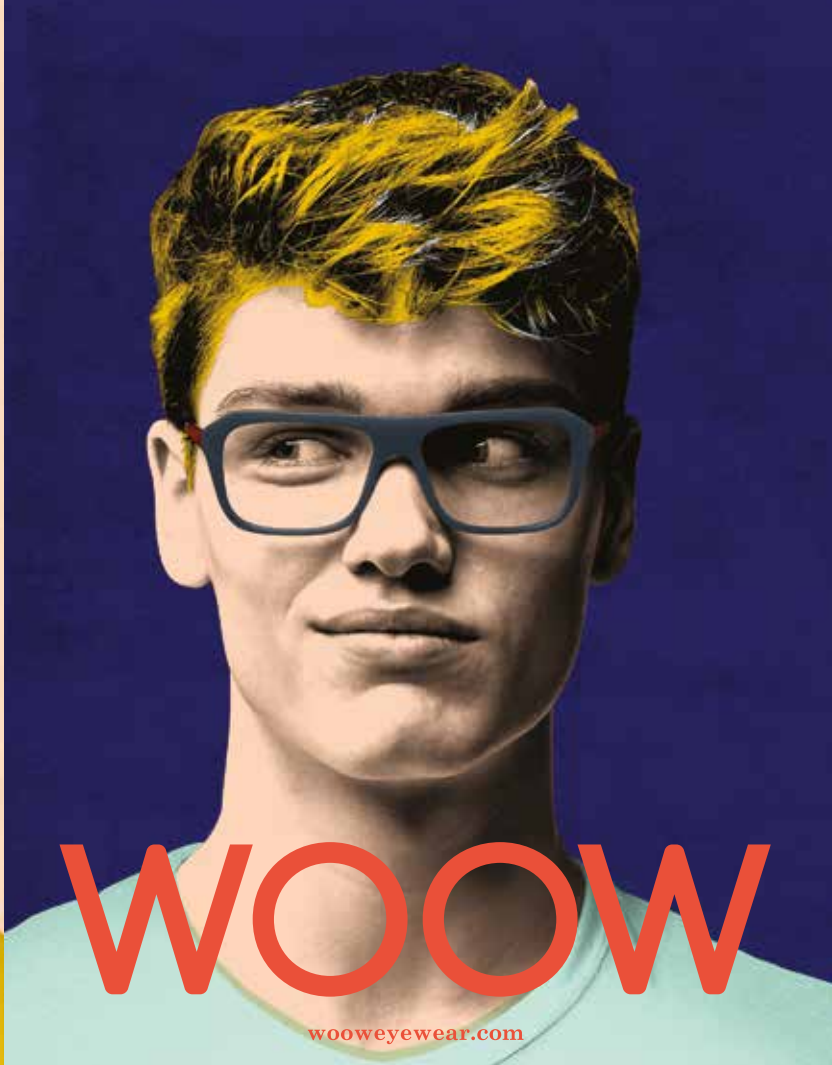
Woow forma parte del portfolio de marcas de Design Eyewear Group, junto con otras firmas como ProDesign, Inface y Face à Face. Puede consultar más información en el teléfono: 944 211 776 y en www.designeyeweargroup.com.

Las monturas Pop Up muestran su atrevida combinación de metal fino y acetato colorido. Las grandes formas se inspiran claramente en los años setenta. Están disponibles en dos formas, con seis colores cada una.



Las monturas de la línea Make Sense (hand made in Italy) lucen un nuevo concepto que te transportará directamente a los años ochenta. De perfiles amplios, delgada y repleta de color, esta gafa de acetato crea un animado juego que te sorprenderá con el factor Woow.

Los modelos Watch Out son una revisión de la clásica montura Windsor. Con un añadido de colores fuertes, doble puente y mucha personalidad, este nuevo concepto en acero inoxidable está disponible en tres formas con seis colores cada una. Es el diseño perfecto para una generación que se atreve a expresar su estilo.



El éxito presidió la participación de Essilor en ExpoÓptica

Essilor ha asistido a la última edición de ExpoÓptica para presentar sus últimas novedades en lentes, tratamientos, maquinaria y gafas. La feria dirigida a profesionales ópticos-optometristas españoles, celebrada en IFEMA Madrid del 13 al 16 de abril, se ha saldado con un importante éxito para el Grupo.



Essilor presentó en su stand de ExpoÓptica novedades como Vision-R800, un nuevo sistema de refracción revolucionario, la lente Crizal Sapphire+ UV y la nueva colección gafas Bolon.

En el evento, Essilor presentó sus novedades más recientes, entre las que destaca Vision-R800, el mayor avance en los últimos 100 años que hace la refracción más precisa, sencilla y cómoda. Asimismo, la gama Crizal acudió a ExpoÓptica con la incorporación de Crizal Sapphire+ UV en el top de gama de los anti-reflejantes. Se trata del primer tratamiento que reduce los reflejos independientemente del ángulo de incidencia de la luz, tanto frontal, como lateral o trasero. Ofreciendo al consumidor una transparencia total.

Los profesionales que asistieron al stand de Essilor Instruments también pudieron conocer de primera mano los nuevos modelos de la colección de gafas Bolon, una marca que se caracteriza por tener un diseño de calidad, único y elegante. Bolon acerca el lujo a su público a un precio asequible. La marca de monturas del grupo, además, contó con un espacio en el área especial de moda óptica de la feria.



Pedro Cascales, Country VP Essilor España, y Tomás Santa Cecilia, director Seguridad Vial RACE, ratificaron en ExpoÓptica 2018 el acuerdo estratégico entre Essilor, la FIA y RACE para concienciar sobre la importancia de la visión en la seguridad vial.

Por último, cabe destacar que durante la edición trigésimo segunda del salón de la óptica-optometría, Essilor presentó su acuerdo estratégico con la FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) y el RACE (Real Automóvil Club de España), destinado a concienciar sobre la importancia de la visión en la seguridad vial. Tras la presentación del acuerdo, a la que asistieron una gran cantidad de profesionales, se llevó a cabo una mesa redonda en la que intervinieron David Navarro, VP Global Strategic Projects Essilor; Pedro Cascales, Country VP Essilor España; Tomás Santa Cecilia, director Seguridad Vial RACE, y Ángel Pingarrón, vicepresidente Asociación Médica de Reconocimiento de Conductores.

CECOP recibe

el reconocimiento como patrocinador de OPTOM



La edición 2018 de OPTOM ha contado con CECOP como empresa patrocinadora del congreso. Sobre las razones de este patrocinio, el director general de CECOP, Jorge Rubio, comentaba: "la formación 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 por ende también para nuestros asociados, ofreciendo nuestro apoyo".

Por su parte, el comité de organización del congreso agradeció la colaboración por parte de las empresas patrocinadoras entregando un premio a CECOP como reconocimiento por su apoyo. En representación de CECOP asistieron al acto de entrega de premios Claudio Bautista y Rafael Núñez, que recibieron el reconocimiento de la mano de Juan Carlos Martínez Moral, presidente del Consejo General de Colegios de ópticos-optometristas de España.

Amplia y activa

presencia del COOCYL en ExpoÓptica y OPTOM



Una vez más, los ópticos-optometristas de Castilla y León han demostrado su compromiso con la profesión y su actualización permanente en beneficio de los pacientes participando de manera destacada y activa en el 25º Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica (OPTOM 2018), que se celebró en Madrid entre los días 13 y 15 de abril, en paralelo al XXXII Salón Internacional de Óptica, Optometría y Audiología (ExpoÓptica 2018).

Al encuentro asistió una nutrida representación del COOCYL, formada por su decana, Inmaculada Aparicio; la secretaria general de la institución colegial, Ana Belén Cisneros; el tesorero, Luis Ángel Merino, y el vocal Raúl Martín. Además, muchos de los colegiados de Castilla y León intervinieron de forma activa en las sesiones científicas programadas en el marco del OPTOM 2018.

Así, María Jesús González García moderó la sesión plenaria sobre ojo seco, ¿Qué no sabes y deberías saber sobre el ojo seco? Y Raúl Martín coordinó las comunicaciones orales sobre lentes de contacto y control de la miopía. Asimismo, durante el fin de semana los asistentes pudieron disfrutar de varias exposiciones orales o en formato póster presentadas por miembros del COOCYL como Sara Ortiz, que expuso su Desarrollo de una guía clínica para la adaptación de lentes de contacto en queratocono; Francisco José Pinto Fraga, que se alzó con el Premio a la Mejor Comunicación Oral por su trabajo Desarrollo de un cuestionario para la detección de cambios en la sintomatología relacionada con el Síndrome de Ojo Seco o Alberto López de la Rosa y Cristina Arroyo, que participaron en comunicaciones orales sobre lentes de contacto y película lagrimal. Además, al congreso acudieron también numerosos estudiantes del Grado de Óptica y Optometría de la Universidad de Valladolid. En el congreso también hubo espacio para recordar a aquellos que ya no están, así, los congresistas rindieron un homenaje póstumo a Juan José Rodríguez Sáez, colegiado de Burgos y primer presidente de la Sociedad Española de Optometría (SEO).

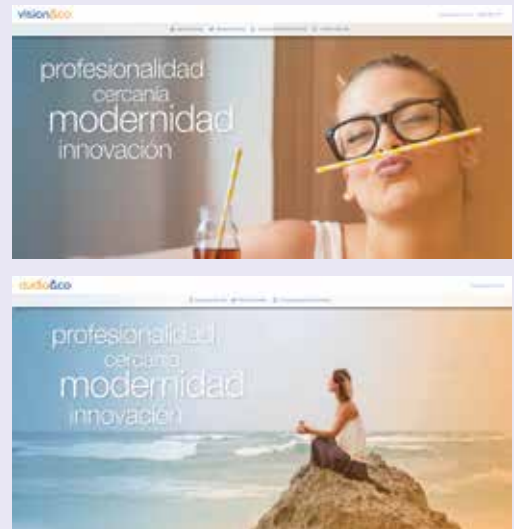
Easyscan refuerza

su equipo para España y Portugal con el nombramiento de Laia Pous



EasyScan Iberia, a punto de cumplir su primer año en la península, amplía su equipo incorporando a Laia Pous Garriga como responsable de la zona Nordeste de España y Portugal. La empresa refuerza así su decidida apuesta por el mercado español y luso. Laia Pous Garriga cuenta con una dilatada y exitosa carrera en el sector óptico. Laia ocupó durante seis años el cargo de Key Account y Trade Marketing Manager en INDO LENS GROUP y durante los últimos cuatro años ha desempeñado su labor profesional como Business Development Manager en Horizons Optical. "Estamos convencidos -comenta César Gil Algora, Business Development Manager Iberia- que, gracias a su experiencia y profundo conocimiento de la óptica, Laia será un pilar fundamental en el crecimiento y consolidación de EasyScan. Su contribución ayudará a desarrollar el negocio de los profesionales que apuesten por nuestras soluciones". (lpousgarriga@easyscan.es). Más información: www.easyscantest.com/es

Los grupos de imagen de Cione renuevan su presencia on-line



Las marcas de Cione Grupo de Ópticas renuevan su imagen en internet. La actualización responde a la apuesta por reforzar la presencia on-line de los grupos de imagen en un momento crucial para la entidad, mientras pone de largo la plataforma LOOKTIC con la que aborda su salto al e-Commerce.

"El avance de las nuevas tecnologías y las posibilidades que, cada vez más, abre a los consumidores la presencia on-line de nuestras marcas, dirigen los pasos de Cione, como no puede ser de otra manera, hacia la consolidación de nuestro Canal Digital", valora Belén Andres, directora de Marketing y del Canal Digital de Cione.

Así, de forma efectiva, vision&co, audio&co y Primera Ópticos actualizan su presencia en internet con tres nuevas propuestas, actuales, muy sencillas, con contenidos definidos, intuitivos, amigables, dinámicos y atractivos, que transmiten los valores esenciales de las marcas: profesionalidad, tecnología, modernidad y cercanía, pero siempre prestando especial atención a la visibilidad y usabilidad de las webs en la red.

En la web de vision&co los internautas encontrarán los compromisos de la marca con el cliente y valiosa y útil información sobre la importancia del cuidado de los ojos y la salud visual en la vida diaria. Por su parte, la nueva web de Primera Ópticos muestra un amplio abanico de soluciones visuales que garantizan el bienestar de los pacientes, presenta su servicio de asesoramiento estético y recuerda los compromisos de la marca con los pacientes, asumidos siempre desde la responsabilidad para buscar soluciones personalizadas y específicas, adecuadas a las necesidades de cada persona. La web de audio&co, además de dar acceso a una revisión auditiva completa y a facilidades de pago, subraya el compromiso de la marca para aconsejar y aportar las soluciones apropiadas para la salud auditiva, recalando la profesionalidad de sus audioprotesistas.

CECOP firma un acuerdo de colaboración con la Asociación Abre sus Ojos con fines solidarios



CECOP, grupo óptico internacional que reúne a más de 3.200 ópticas a nivel mundial, ha firmado en España un acuerdo de colaboración con la Asociación Abre Sus Ojos -ASO-, por el que el Grupo dará cobertura a los proyectos "Ven y Verás" Vigo 2018 y al proyecto solidario en el hospital de Turkana en Kenya, aportando apoyo logístico y económico.

Abre Sus Ojos, asociación sin ánimo de lucro, que vio la luz hace más de 15 años gracias a la iniciativa de un grupo de especialistas de la visión, tiene como objetivo mejorar la calidad visual de las personas con discapacidad intelectual y de colectivos desfavorecidos; con sede en Madrid, opera desde 1997 en proyectos nacionales e internacionales, para contribuir en la integración social de estas personas, a través de la mejora de sus capacidades visuales y auditivas.

El acuerdo de colaboración se firmó durante la reunión anual del Grupo con sus asociados, ExpoCECOP, en Madrid; éste fue rubricado por Antonio García, presidente de ASO, y Jorge Rubio, director general de CECOP, en presencia de Ernesto Marco, vicepresidente de la asociación, quien impuso a Jorge Rubio la Insignia de Plata por el apoyo desinteresado prestado a ASO.

La edición de este año de Ven y Verás, la principal iniciativa solidaria de la asociación en España, se celebrará los días 26 y 27 de octubre en Vigo, y tendrá como beneficiarios a más de 600 personas con discapacidad intelectual, que serán atendidos por 70 voluntarios entre optometristas, oftalmólogos, audioprotesistas, terapeutas ocupacionales, psicólogos y pedagogos, que trabajarán en la atención a las necesidades de los participantes, a lo largo de las dos jornadas.

"Para CECOP es un honor" comenta el director Jorge Rubio "poder apoyar la asociación en el desarrollo de sus iniciativas solidarias, ofreciendo apoyo logístico, además de la contribución económica y en producto que haremos llegar a la asociación para que pueda llevar a cabo sus proyectos. Del mismo modo, contamos con la generosa colaboración también de nuestros asociados, que se han mostrado siempre muy receptivos hacia las iniciativas solidarias del Grupo, involucrándose de manera muy activa en ellas".

¡Enamórate del color

con Kodak Lens!



Las lentes Kodak enamoran. Es un hecho. Por eso, desde la compañía Kodak pusieron en marcha una acción muy especial entre sus ópticas Kodak Lens Expert. La promoción, llevada a cabo con motivo del día de San Valentín, ha querido enamorar a los profesionales ópticos-optometristas, en especial a aquellos que más confían en la marca Kodak, los Kodak Lens Expert, que fueron invitados a participar en la promoción "EscapaRates", en la que optaban a ganar un iPad. Para formar parte del concurso, los profesionales debían compartir una imagen de su escaparate Kodak en Facebook y votar por su fotografía favorita (dándole al like y dejando un comentario), compartiendo, además, el post en su Facebook. El establecimiento ganador fue Óptica Losan, situado en el Barrio del Pilar (Madrid).

Además, la marca sorteaba cada día 10 entradas dobles de cine entre los usuarios. Pero esto no ha sido todo: al final de dicha acción, se sorteó un iPad entre los participantes. La feliz ganadora de la preciada Tableta de Apple ha sido Natalia Santos, su marido fue a recoger el premio en Óptica Visión 65, de la madrileña localidad de Villaviciosa de Odón.

La "taberna"

de Visual Global recibió a los visitantes de ExpoÓptica



Como es habitual, Visual Global ha participado en una edición más de ExpoÓptica 2018, feria que tuvo lugar en Madrid el fin de semana del 13 al 15 de abril. Durante el evento, la empresa recibió a todos sus clientes y demás visitantes en su ya conocido stand estilo "taberna madrileña", con jamón y un buen vino para reponer fuerzas. Con motivo de la Feria, Visual Global aprovechó para presentar las novedades de 41 Eyewear, tanto gafas como accesorios, además de la nueva colección Eyecroxx, de ultem y acero con clip solar polarizado con imán. ¡Hasta la próxima ExpoÓptica!

Marcolin presenta

sus colecciones otoño-invierno 2018



El grupo italiano Marcolin ha mostrado a medios de comunicación sus novedades en eyewear para la próxima temporada otoño-invierno en un Press Day organizado por su agencia de medios en Madrid, Área Comunicación Global.

Ermenegildo Zegna se mantiene fiel a su estilo habitual con líneas elegantes y sofisticadas que incorporan a su propuesta las formas geométricas de tendencia y los diseños con puente de cerradura. Tom Ford viene con diseños contundentes en tamaño oversize, tanto en metal como en acetato, entre los que destacan los diseños tipo aviador, y las formas geométricas en las gafas de sol para mujer. En monturas ópticas, la principal novedad es la incorporación de lentes que bloquean luz azul. La propuesta de Moncler es fresca e innovadora, con diseños muy diferentes y un estilo rompedor.

DSquared2 añade llamativos detalles a sus diseños de sol y de vista, en los que predomina la forma wildfire con un toque ojo de gato y los modelos con doble puente. Gant sigue fiel a su estilo clásico y deportivo. Roberto Cavalli juega con las formas geométricas y con las transparencias en diseños ultra femeninos que combinan metal y acetato. Emilio Pucci se incorpora al portfolio de Grupo Marcolin con una propuesta llena de color con diseños oversize y formas geométricas. Diesel destaca por los modelos de sol con gruesos acetatos en vivos colores y diseños tipo pantalla. Su colección de monturas oftálmicas se distingue por modelos en colores empolvados y formas muy femeninas.

Guess mantiene su estilo característico en diseños con un aire vintage, tanto en forma ovalada como circular. Los diseños metálicos, con doble puente y los tipo pantalla destacan en su nueva propuesta. En Swarovski las tendencias se dibujan en las monturas de sol con formas circulares y ojo de gato, aportando toques sesenteros y una amplia paleta de tonos de lentes. Web destaca por sus diseños de tendencia con una colección en la que predominan las formas redondas, cat eye y para hombre los diseños tipo máscara, deportivos y aviador. Timberland llega con una colección para los más aventureros, con gafas versátiles, cómodas y súper ponibles. Por último, en la colección Just Cavalli destacan los diseños tipo cat eye, las formas redondeadas y el estilo pantalla, con lentes claras y combinaciones de metal y acetato.

PORSCHE DESIGN

EYEWEAR

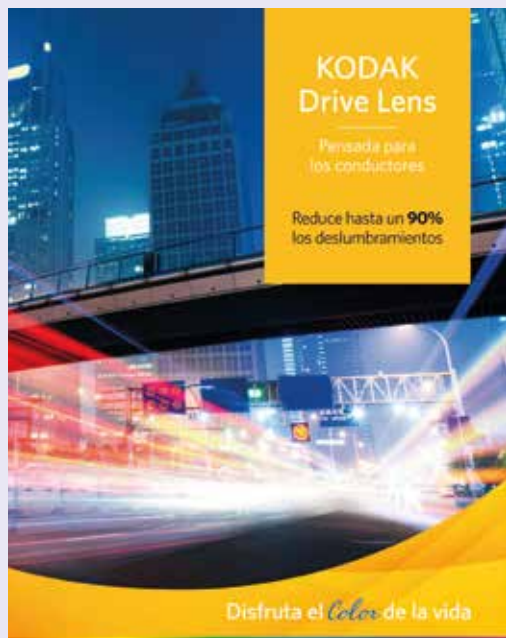
Con el modelo icónico Laser Cut, Porsche Design ha creado, una vez más, gafas únicas que combinan innovación tecnológica y diseño funcional. Una montura fabricada en 100% titanio que cautiva al usuario debido a las formas que componen el frente y la integración de las lentes en la montura”



INSPIRED BY OUR PASSION FOR DESIGN
www.porsche-design.com



Kodak Drive, la lente más evolucionada de NEXO Optics para conductores



El 90% de los estímulos que se reciben al volante llegan al cerebro a través de la vista. Este sentido es fundamental durante la conducción en la que la seguridad está en juego. Los conductores tienen necesidades visuales concretas: el 48% de las personas que conducen, por ejemplo, reconocen verse afectados por los deslumbramientos. Por esta razón, NEXO Optics lanza Kodak Drive Lens, una lente especialmente pensada para ofrecer una visión segura durante la conducción nocturna, y que también presenta un buen rendimiento durante el día. Por ello son las lentes ideales para todas las actividades durante el día y para la conducción nocturna.

Gracias a su alta tecnología y grado de innovación, Kodak Drive Lens es dos veces más efectiva contra los deslumbramientos que una lente con anti-reflejante estándar. En comparación con una lente sin anti-reflejante, la efectividad de Kodak Drive Lens es impresionante: los deslumbramientos quedan reducidos hasta en un 90%.

Kodak Drive Lens anula los deslumbramientos de diferentes fuentes de luz como focos y luces de coche, ofreciendo mayor nitidez en los detalles y mejorando la percepción del color y el contraste. Al tratarse de una lente Kodak, Kodak Drive Lens mantiene los contornos y colores definidos en todo momento, permitiendo "disfrutar del color de la vida", también al volante.

Grupo Marcolin

y Moendi crean una empresa conjunta en México



Grupo Marcolin, uno de los fabricantes líderes del sector de las gafas, ha anunciado hoy la firma de un acuerdo de empresa conjunta con Moendi, que se cuenta entre los mayores distribuidores independientes de México. La empresa conjunta, denominada Marcolin México, que pertenece a Grupo Marcolin con el 51%, tendrá sede central en Naucalpan, en el Estado de México, y distribuirá algunas marcas de las colecciones de gafas del grupo Marcolin. "Nos enorgullece crear esta empresa conjunta con la familia Goldwasser. Su larga experiencia en el comercio mayorista y la venta al por menor de gafas por todo México permitirá a Grupo Marcolin seguir creciendo y reforzando su presencia en esa área", declaró Massimo Renon, consejero delegado del Grupo Marcolin. Por su parte el fundador de Moendi, Mario Goldwasser, comentó: "Nuestra familia está muy orgullosa de formar esta nueva empresa conjunta con un líder del sector como el Grupo Marcolin. Compartimos la misma visión empresarial, que es uno de los fundamentos de nuestra relación de socios, y con ella trabajaremos juntos para aumentar la participación de mercado de Grupo Marcolin en nuestro país".

Betria, de Emoji

premio a la gafa más chic en ExpoÓptica



Emoji Glasses and Sunglasses ha recibido el premio a la gafa más chic en ExpoÓptica 2018, feria que celebró su trigésimo segunda edición del 13 al 15 de abril, cosechando un notable éxito al reunir en Madrid a 159 empresas del sector óptico-optométrico y audiológico.

La moda tuvo un especial protagonismo en la feria, con un área específica: ModaÓptica, donde se mostraron las diferentes gafas con un alto componente de moda y diseño, tanto en monturas graduadas como en gafas de sol. Entre todas las gafas expuestas, el público votó y otorgó el Premio



a la Gafa más Chic al modelo Betria, presentado por la joven firma Emoji Glasses and Sunglasses. En ExpoÓptica, Emoji Glasses and Sunglasses ha presentado también su nueva colección monturas de graduado, con una amplia gama para niños, y una novedosa gafa que ayuda a dormir mejor -el modelo Blue Buster-, que protege frente a la luz azul dañina que emiten las televisiones y pantallas de tabletas y teléfonos móviles. "Este ha sido un año decisivo para nosotros", dice Pablo Fuente, CEO de la compañía. "Hemos trabajado muy duro para poder ofrecer una gama de productos diferente; nuestro objetivo es que la gente se ilusione cuidando de sus ojos con una gafa que realmente refleje su personalidad. Este premio supone la recompensa a todo ese esfuerzo. Alegría, estilo, calidad, salud y precio se pueden encontrar todos juntos en una sola gafa". www.emojisunglasses.com

Visionlab regala gafas

graduadas a niños de familias vulnerables



Visionlab ha desarrollado un acuerdo de colaboración con Ayuda en Acción y Clínicas Baviera por el que contribuyen a corregir los problemas visuales regalando gafas graduadas a los niños que las necesitan. El proyecto, puesto en marcha por Ayuda en Acción en centros educativos concertados de todas las comunidades autónomas, va destinado a más de 10.000 alumnos que pertenecen a familias vulnerables con problemas económicos importantes y riesgo de exclusión social. Los oftalmólogos de las Clínicas Baviera son los encargados de realizar los estudios visuales a los niños de los colegios concertados para esta acción. En los casos de niños de familias vulnerables que necesiten gafas, podrán acudir a cualquier de los 140 centros que Visionlab tiene en España con la receta del oftalmólogo de Clínica Baviera sellada y firmada o con una carta de Ayuda en Acción y se le harán las gafas graduadas según la receta sin coste alguno.

Según Carlos Otero, director general de Visionlab, "este proyecto nos permite ayuda a las familias más necesitadas aportando lo que mejor sabemos hacer, unas buenas gafas a niños que no pueden acceder a ellas de otra manera".

Jaytesa: calidad,

eficacia y atención personalizada



Empresa dedicada a la fabricación y venta de monturas, gafas de sol y todo tipo de componentes ópticos, desde su sede central en Extremadura Jaytesa distribuye sus productos para toda España y el resto de Europa a los mejores precios y con un servicio puntual y totalmente fiable. El objetivo que persigue esta empresa, en todo momento, es ofrecer la máxima calidad a sus clientes con rapidez, eficacia y atención personalizada. Para ello dispone de una amplia y dinámica red de comerciales al servicio del óptico en cualquier punto que se encuentre. Además, quiere ser un referente de calidad y para ello evoluciona constantemente para mantenerse en la vanguardia del sector óptico y conseguir la satisfacción total de sus clientes. Descubre en Jaytesa a tu aliado comercial. Quiere verte bien. Conoce todos sus productos en www.jaytesa.com

Jisco ha presentado

sus colecciones en Vision Expo New York



Tras la presentación de sus colecciones en Opti Munich y Mido Milán, Jisco ha participado también en Vision Expo East de Nueva York logrando un notable éxito. De este modo, la firma apuesta por el mercado norteamericano.

El stand de Jisco en Vision Expo, inspirado en los colores y paisajes mediterráneos característicos de la marca, fue el punto de encuentro de los profesionales que quisieron conocer de primera mano las novedades de la colección 2018. Siguen creciendo las propuestas de los modelos en titanio integral con impecable calidad japonesa, con tres modelos ultraligeros que siguen la senda del color iniciada en su colección anterior. También aumenta la selección de acetatos exclusivos con modelos para todos los gustos, en diferentes tamaños, tanto en combinación con titanio como en acetato integral con interesantes juegos de colores: transparencias, combinaciones elegantes y originales, y detalles sorprendentes. Novedades y más información en: www.jiscostyle.com

Arpe Optical

Complementos con arte



Coincidiendo con el centenario de la desaparición de Gustav Klimt, autor de la famosa obra "El Beso" Arpe ha preparado una colección especial de fundas y gamuzas inspiradas en el mundo del arte. La propuesta de complementos de Arpe para ópticas reproduce la obra de Klimt. El diseño colorido y la influencia japonesa del autor son la base de la colección para esta temporada en la que la marca continúa apostando por la calidad de cada producto, cuidando de todos los detalles, desde los diferentes acabados, la gama de colores de las gomas, los ribeteados etc. Arpe Optical ofrece opciones distintas y personalizables para cada marca. Los diseños de sus productos tienen prevista una zona visible para poder insertar el logotipo de cada empresa garantizando la visibilidad del mismo y una excelente combinación con el diseño elegante de cada una de las piezas.

Todos los productos de Arpe Optical se fabrican en Europa, destacando tanto por su diseño e impresión, como por la calidad certificada con la garantía OEKO-TEX.

Para más información: <http://www.arpeoptical.com/EN/1/>

Llega la colección

Sun '18 a Farmaoptics con nuevos modelos de tendencia



La colección Sun'18 ofrece la máxima protección y unos diseños modernos, atractivos y originales, con precios irresistibles. Son modelos pensados para un público amplio y que le gusta la moda. Esta colección ha llegado a las más de 500 ópticas del grupo Farmaoptics en el mes de abril y ya ha empezado a comercializarse. Cada asociado de Farmaoptics recibe junto con la Campaña Sun'18 un pack de material para decorar su óptica y su escaparate. Son materiales que refuerzan la imagen de la Campaña y que permiten visualizar la nueva colección de gafas solares.

"Primeras imágenes"

Participa en la historia de una chica ciega con los ojos cargados de rebeldía



El realizador granadino César Ríos rueda en Madrid la historia 'Primeras Imágenes' dentro de la película 'El último cine vivo', escrita y dirigida por él, y protagonizada por las actrices Ana Fernández y Andrea Molina, que dan vida a la historia de una chica ciega, que interpreta Fernández, con los ojos cargados de rebeldía.

'El último cine vivo' se estrenará en otoño. Es una obra coral con relatos independientes que abordan temáticas como el cine, la amistad, la nostalgia, la discapacidad o la infancia, todas ellas ambientadas y enmarcadas en diferentes salas de cine.

En 'Primeras Imágenes' se da vida a una amante del cine dispuesta a sentir las películas que no puede ver por su ceguera, escenas con situaciones de las que no tiene aún referencias para poder imaginar. Un relato con el que Ríos quiere "visualizar las barreras que todavía existen en el mundo de la cultura para las personas ciegas", afirma. El reparto de la película cuenta, entre otros, con Pepón Nieto, Kira Miró, Ana Milán, Pedro Casablanc, Antonio Dechent, María Garralón o Mar Saura.

Para participar en "Primeras imágenes" y que esta ficción sea impulsada y sacada adelante es precisa la colaboración de entidades y marcas dispuestas a poner su granito de arena patrocinando esta historia: dar visión a las barreras culturales a las que se enfrentan las personas con discapacidad visual. A cambio, la aparición de la marca o entidad en créditos iniciales, finales, presencia en photocall el día del estreno. Para participar en este proyecto y conocer rangos de participación y recompensas puede escribir al email: crios.muchocine@gmail.com

Essilor Instruments presenta Vision-RTM 800, la nueva era de la refracción



Los métodos subjetivos de refracción no habían cambiado apenas durante muchos años; la llegada del foróptero Vision-RTM 800, de Essilor, supone una verdadera revolución en este campo. Su capacidad de ofrecer continuos cambios de potencia hace que la refracción sea más precisa, más fácil de realizar por parte del especialista de la visión y, al mismo tiempo, más confortable para el paciente. Con Vision-RTM 800 llega la nueva era de la refracción para ofrecer a sus pacientes su mejor visión.

El módulo óptico exclusivo de Vision-RTM 800 controla las potencias a 0.01 D y ofrece la posibilidad de cambios continuos e instantáneos de esfera, cilindro y eje al mismo tiempo. La refracción se vuelve más exacta, pudiendo realizar la prescripción a pasos de 0.05 D. Esta tecnología de última generación permite que el profesional obtenga, de forma precisa y cómoda, el potencial total de la visión del paciente.

Gracias a sus continuos y simultáneos cambios de potencia de esfera, de eje de cilindro y de potencia de cilindro, el foróptero Vision-RTM 800 es capaz de alcanzar la refracción final más rápidamente que los métodos de refracción tradicionales. Además, las "pruebas inteligentes" y los algoritmos únicos que posee Vision-RTM 800, ayudan al profesional durante todo el proceso de refracción, haciendo que sea más fácil y preciso. Este foróptero es capaz de determinar la refracción directa, en el espacio dióptrico 3D, realizar refracción asistida mediante pruebas semiautomatizadas y, además, permite un control permanente de la posición del paciente con cámaras de video y una medición electrónica de la distancia del cuadro cercano.

El paciente también se beneficia de los avances de Vision-RTM 800. Este aparato reduce los tiempos del proceso de refracción, disminuyendo la fatiga del paciente. Además ofrece una visión natural, con un campo visual amplio, sin interrupciones en el cambio de potencia; registra todas las respuestas con cálculo estadístico y puede efectuar una comparativa entre diferentes prescripciones. Asimismo, este innovador foróptero ofrece la oportunidad de comparar refracciones en un escenario personalizado de inmersión en la vida real, lo que supone una experiencia fascinante para los pacientes.

IOT lanza inMotion

la lente diaria para conducir
que reduce los efectos de la
miopía nocturna



La miopía nocturna es un fenómeno que afecta a 1 de cada 3 personas, tanto emétopes como amétropes. Se trata de un fenómeno que ocasiona la pérdida de la capacidad de enfocar objetos lejanos por la noche. Una óptima visión en lejos es esencial durante la conducción ya que nos permite anticiparnos a lo que va a suceder, especialmente durante la noche, cuando la visibilidad disminuye. Numerosos estudios afirman que el 43% de los conductores (según el Organismo Nacional de Seguridad Vial), se sienten inseguros conduciendo por la noche debido a la pérdida de su capacidad visual.

En respuesta a este problema, IOT presenta inMotion™, la nueva lente diaria para conducir que reduce los efectos de la miopía nocturna. Ofrece una zona específica para la visión de noche que proporciona una visión más amplia en la periferia, intermedio y lejos facilitando el enfoque en el cuadro de mandos y en la carretera. inMotion™ es una lente completamente personalizada a la que se le aplica la tecnología desarrollada por IOT, Digital Ray-Path®. Daniel Crespo, CEO y presidente de IOT, comenta: "hay otras lentes progresivas en el mercado que están optimizadas para conducir, pero inMotion™ es una lente única que incorpora una zona específica para la miopía nocturna". inMotion™ ofrece una agudeza visual superior, reduciendo el estrés y la fatiga visual, muy comunes durante la conducción nocturna y proporciona una conducción cómoda en cualquier condición lumínica, de día y de noche. **Más información en: www.iot.es**

Visolux Digital FHGD

de Eschenbach: excelente calidad
de imagen y reproducción

Visolux Digital XL FHD combina un equipamiento moderno y fácil de usar, un diseño ergonómico, un manejo intuitivo así como un conjunto de útiles funciones con una pantalla táctil de 12 pulgadas que magnifica hasta el más pequeño detalle. La función de desplazamiento de línea dinámica (DLS) del dispositivo permite al usuario desplazarse horizontal y verticalmente en la pantalla con mayores niveles de aumento sin tener que mover el dispositivo. El soporte de la nueva Visolux Digital XL FHD y el desplazamiento de la cámara permiten escribir debajo de la unidad sin necesidad de una base adicional.



Los dos puertos HDMI de entrada y salida integrados en Visolux Digital HD permiten al usuario la opción de transmitir imágenes directamente a cualquier monitor con entrada HDMI y la conexión de una cámara externa para ver de lejos (por ejemplo la pizarra del aula). Sus incomparables opciones de conectividad y una calidad de imagen superior lo convierten en un excelente dispositivo existente de ayudas en baja visión.

OPTICA2000

diseña el nuevo Protocolo de
Gabinete Optométrico



Los optometristas de OPTICA2000, la óptica de El Corte Inglés, han empezado a trabajar con el nuevo Protocolo de Gabinete Optométrico (PGO) para ofrecer a los clientes un servicio de atención optométrica personalizada, con el objetivo de proporcionarles la mejor solución visual. La puesta en marcha del PGO permite al cliente vivir una nueva experiencia durante su revisión visual, que destaca por la variedad de pruebas que se le realizan. La finalidad es conseguir una recomendación y tratamiento personalizado acorde a las necesidades visuales del cliente.

Para realizar los exámenes que recoge el nuevo PGO, los ópticos estructuran la revisión dentro del gabinete optométrico en cuatro fases: acogida al cliente, en la que se revisa la historia clínica del cliente y se conoce el motivo de la visita, pruebas optométricas; se realizan los diferentes exámenes visuales, adaptando la batería de pruebas a cada perfil, prescripción; los optometristas indican las recomendaciones que debe seguir cada persona y el tratamiento más conveniente, y, por último, se facilita un informe optométrico con los resultados de la revisión, los beneficios que le va a aportar el tratamiento y el producto recomendado. Este procedimiento permite recopilar una serie de datos que facilitan la detección de los valores de eficiencia visual del cliente y por tanto, saber qué tipo de solución visual necesita según su trabajo y estilo de vida.

**LLEGA A ESPAÑA UNA COLECCIÓN
DE UNA GALAXIA MUY MUY LEJANA...**



STAR WARS

Disney

TM

LUKASFILM

**COLECCIONES DE
VISTA Y SOL**

— OLSOL —

SOLICITANOS EL CATÁLOGO Y MÁS INFORMACION

rjofra@olsol.com
93 480 99 80



Natural Optics Group presentó su nueva estrategia en ExpoÓptica



Natural Optics Group ha asistido como expositor al certamen de ExpoÓptica 2018, una edición muy especial para el grupo óptico ya que ha supuesto el marco perfecto para la presentación de la nueva estrategia de posicionamiento para sus 3 marcas: Natural Optics - Marca e Innovación; Natural Audio - Profesionalidad y Garantía; Via Óptica - Soluciones Digitales, y - UGO - Servicios eficientes.

Por el stand han pasado cientos de ópticos-optometristas que se han interesado de manera muy activa por los servicios innovadores adaptados a las diferentes necesidades del óptico, así como por el diseño y la calidad de los productos que comercializa.



En esta edición de la feria, en la que la moda ha constituido uno de los ejes centrales, las nuevas colecciones de Antonio Miro Eyewear, Miro Jeans y Monsine han brillado de manera muy especial en el Área ModaÓptica gracias al alto nivel de creatividad, calidad y diseño de sus monturas. También cabe destacar la participación del grupo en el Foro, con una interesantísima conferencia sobre la importancia de los programas de CRM y los beneficios que supone para todo negocio la correcta gestión de sus clientes.

Natural Optics Group, que ya cuenta más de 650 puntos de venta a nivel nacional, está seguro de que tras su paso por el certamen se superarán todas las previsiones de expansión previstas para este año. Además, la compañía aprovecha estas líneas para expresar su más sincero agradecimiento a todos asociados que les han acompañado en estas intensas y apasionantes jornadas.

naturalopticsgroup.com

Celebrada con éxito

la XXIV edición de las Jornadas Anuales de Zas Visión



Con un gran éxito de asistencia se han celebrado las XXIV Jornadas Anuales de Zas Visión. El evento, que ha tenido lugar el pasado fin de semana en el hotel Villaitana de Benidorm, ha supuesto un encuentro entre una nutrida representación de socios de Zas Visión de toda España y los principales proveedores.

Los asistentes pudieron ver in situ los productos que los proveedores mostraron en sus stands, sobre todo las novedades para este 2018. Además, en el stand de Zas Visión se expusieron los productos de sus marcas propias: Marco Motta, Lilo Colors, Free Lance, Sihlens, Hydrolens, Activa, entre otras. En esta ocasión las Jornadas de este año se han centrado en las relaciones comerciales entre socios y proveedores y tras la clausura de las mismas, ahora la mirada ya está puesta en la organización de las del año que viene, la edición número XXV.

La cooperativa Zas Visión se creó en 1973. Hoy en día cuenta con un gran número de ópticas asociadas repartidas por todo el territorio nacional. Tras todos estos años siguen destacando por su profesionalidad y su dilatada experiencia en el sector.

La audiología

protagonista del VI encuentro Multiópticas



Más de 70 profesionales de Multiópticas acudieron al VI encuentro sobre audiología, "Juntos hacia el futuro de la audiología", organizado por la Cooperativa en el Hotel Barceló Imagine de Madrid. El evento tuvo como objetivo analizar las últimas tendencias y novedades que presenta el sector de la audiología en España. Este foro, dirigido a socios y colaboradores de la firma, contó con la presencia del Dr. Juan Gómez-Ullate, jefe de Servicio de Otorrinolaringología del Hospital Universitario de Móstoles, quien expuso las claves sobre la atención a pacientes que requieran prótesis auditivas. En este sentido, puso de manifiesto la importancia que adquieren las ramas de la otorrinolaringología y audiología en la convivencia de la profesión.



La iniciativa se enmarca dentro de las acciones que realiza la compañía en su compromiso formativo con el objetivo de estar a la vanguardia de las últimas tendencias del sector. Además, la Cooperativa aprovechó la ocasión para presentar internamente la nueva imagen de Multiópticas Centros Auditivos, cuya previsión de lanzamiento es a finales de junio. En palabras de Carlos Crespo, director general de Multiópticas: "Desde la empresa siempre hemos apoyado esta línea de negocio, pero en este 2018 queremos hacer especial hincapié en este sector que presenta una gran proyección a futuro en todos nuestros centros de España". "Asimismo, es de vital importancia aportar valor a nuestros socios y colaboradores, quienes se esfuerzan cada día en que los clientes reciban la mejor atención y son uno de los pilares de la Cooperativa", añadió.

Proyecto Teaming

Los empleados de Óptica Universitaria recaudan 14.600 euros para causas sociales



Los trabajadores del grupo óptico recaudaron durante el año pasado un total de 14.600 euros en el marco del proyecto Teaming. Esta iniciativa que Óptica Universitaria puso en marcha en 2012, ofrece a sus más de 800 empleados descontar un euro de su nómina al mes, comprometiéndose la empresa a doblar el importe recaudado a final de año, para destinarlo a causas sociales. Las organizaciones sin ánimo de lucro beneficiarias de la donación son propuestas por los propios empleados de la compañía y seleccionadas mediante votación interna. Los resultados de la votación del último año han decidido que, del importe recaudado, 8.000 euros se hayan destinado al SJD Pediatric Cancer Center, del Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona; 5.000 euros a la Fundación Esclerosis Múltiple, entidad que tiene el objetivo de mejorar la calidad de vida de personas que sufren esta enfermedad, y los 1.600 euros restantes han sido donados a la protectora de animales Peluts Rodamons, de Torrelles de Llobregat (Barcelona).



Temática Software en ExpoÓptica 2018



Como cada edición de ExpoÓptica, TEMÁTICA software asistió como expositor para presentar sus últimas novedades. En esta ocasión, la empresa valenciana celebra su 40 Aniversario y, por lo tanto, la cita en la feria ha tenido un claro carácter conmemorativo. En este contexto, realizó un homenaje a los ópticos-optometristas con la campaña "Soy un óptico estrella". Este homenaje consistió en dedicar un photocall a los ópticos visitantes al stand, quienes podían realizar una foto y compartirla en redes sociales con el hashtag #SoyUnÓpticoEstrella. La campaña tuvo una gran repercusión en redes sociales.

Durante la feria destacaron de forma significativa las demostraciones de Paskal 3D, el único sistema de refracción binocular que utiliza tecnología 3D, que incluye más de 100 tests de revisión ocular, destacando los nuevos test para niños, baja visión y de conducción. En varias demostraciones de Paskal 3D, se contó con la presencia de Fritz Passmann, uno de sus creadores, quien imprimió su particular enfoque técnico, tanto en las demostraciones como en la conferencia "Ventajas de la Refracción Binocular con Paskal 3D", que impartió en el Foro ExpoÓptica.



Otro producto innovador presentado por TEMÁTICA, fue My MI, un avanzado sistema de marketing Inteligente especialmente diseñado para ópticas. Asimismo se presentó My Cloud, que es la evolución de Visual GESOPT al entorno cloud. Este módulo permite el acceso remoto a la gestión de la óptica desde cualquier ordenador conectado a Internet. El producto principal de TEMÁTICA software es la gestión para ópticas Visual GESOPT, capaz de gestionar ópticas individuales, cadenas y grupos, en mono o multiusuario. También se presentaron otros productos como: My Center, un centrador pupilar para iPad de gran precisión y sencillez de uso, y My Buy, un demostrador de valor añadido para lentes que funciona sobre iPad, que simula tratamientos, calidad de visión, estética, espesores, etc. Todos los productos presentados por TEMÁTICA software, aportan valor añadido al trabajo del óptico-optometrista y mejoran la experiencia del cliente, tanto en el gabinete, como en el proceso de decisión y compra.

MIOPTICO ya está en

el Centro Comercial La Vaguada y en Humanes de Madrid



El Grupo MIOPTICO ha inaugurado una nueva óptica en uno de los principales centros comerciales de la capital: La Vaguada, que cuenta con tres plantas de oferta comercial y recibe al año más de 25 millones de visitantes. Además suma también una nueva apertura en una de las principales calles de la localidad de Humanes de Madrid. MIOPTICO apuesta por espacios innovadores con las últimas tecnologías en el que se puede encontrar los modelos más novedosos del mercado y colecciones exclusivas siempre de la mano de los principales proveedores del mercado. Las dos aperturas seguirán la política comercial del grupo, que ofrece una amplia oferta a todos sus clientes. Con estas dos ópticas en Madrid el grupo MIOPTICO sigue crecimiento alcanzando ya los 582 asociados en España y Francia.

Más información en: <http://www.mi-optico.com> - Info@mi-optico.com y en el teléfono: 91 126 62 96

Federópticos

incorpora nuevos centros en España



El Grupo Federópticos ha incorporado en los últimos meses cinco nuevos centros a su red de salud visual distribuida por toda España. En concreto se trata de dos ópticas en Galicia, dos en Toledo y una más en Sevilla. Los centros de Galicia son Federópticos Pontecastro, que se encuentra en Santiago de Compostela (A Coruña) y Federópticos Bernárdez, óptica de nueva apertura en Vigo (Pontevedra). En total son 17 los centros de salud visual que, bajo la marca Federópticos, ofrecen sus servicios en la comunidad gallega. Por su parte, Federópticos Herrero (Consuegra) y Federópticos Boreal, en

Toledo capital, consolidan la presencia del grupo en esta provincia, que ya tiene centros establecidos en La Puebla de Montalbán, Talavera de la Reina, Quintanar de la Orden y Sonseca. Además, Federópticos Juan Luis Reina, ubicado en la localidad sevillana de Bormujos, completa la decena de centros de salud visual de Federópticos en la provincia andaluza. Esta óptica pertenece a la división Saludvisión, y entre sus servicios especializados ofrece terapia visual. Juan Luis Reina, optometrista comportamental, lleva desarrollando su profesión desde hace 25 años y recientemente ha tomado la decisión de abrir un centro de optometría donde poder desarrollar distintos servicios clínicos que abarquen desde la población pediátrica a la geriátrica. Reina se muestra ilusionado de haber conocido Federópticos, grupo con el que se "identifica por la preocupación por la salud visual y la imagen de profesionalidad".

Fundación Ruta de la Luz

ayuda a Bulade para ser óptico



En 2006 la Fundación Cione Ruta de la Luz inició un proyecto de Salud Visual en Boane, Mozambique. Tras la instalación de un taller óptico en el hospital de Boane, emplazó en el año 2009 la Óptica Encontro. Esta óptica hace las veces de comercio y atiende a personas que no tienen recursos. Además, acoge a estudiantes en prácticas de diferentes cursos para darles una oportunidad en el mundo laboral. Así entró Bulande Matsinhe en la vida de la óptica y de la Fundación. Tras cuatro años dedicados a la Óptica y tras varios intentos por entrar en la Universidad, en enero de 2018 consiguió entrar en la Universidad de Lurio para estudiar óptica y optometría.

La Fundación Ruta de la Luz ha apostado por su educación y ha lanzado una campaña de match-funding en migranodearena.org para que, con la ayuda de los ciudadanos, consigan becarle y Bulande pueda cumplir el sueño de ser óptico. El reto es conseguir 3.786€ hasta el 30 de mayo, habiendo conseguido, en las primeras 24h de la publicación del reto, 1.000€. Gracias a la solidaridad de las personas que han donado, la Fundación optará a un premio de 1.500€ extra por parte de migranodearena.org gracias a la iniciativa T2M (Treinta 200 Mil). Puedes colaborar en: <https://www.migranodearena.org/es/reto/18332/bulande-quiere-ser-optico-ayudanos-a-becarle>



Lotus

www.lotus-desing.com
lotus_desing@infonegocio.com



EYEWEAR

La solución en gafas deportivas graduadas

Tanto si se reacciona rápidamente ante cualquier movimiento o como si se analiza cualquier detalle, una visión precisa permite conseguir los mejores resultados y disfrutar más del deporte. Los ojos fatigados reducen la energía del cuerpo, lo que repercute en la concentración. Incluso las pequeñas desviaciones en los parámetros de corrección pueden limitar considerablemente la capacidad visual; es por ello que las gafas deportivas adidas ofrecen una amplia variedad de soluciones para graduar que garanticen una visión perfecta.



Se puede elegir entre graduación directa, graduación con adaptador o clip-in; adidas Sport eyewear siempre ofrece la solución adecuada para rendir al máximo mientras se practica deporte. Tanto en los entrenamientos como en los días de competición, las gafas deportivas de adidas ofrecen una visión clara y nítida para enfrentarse a cualquier desafío. Se ajustan a las preferencias individuales y a distintos deportes combinando tecnologías innovadoras para la montura, lentes de última generación y diferentes posibilidades en graduación. Entre ellas destaca la graduación directa (hasta monturas de base 10).

La mayoría de modelos adidas se pueden graduar directamente. Esta solución ofrece un ajuste individual y una visión perfecta en el uso diario o al practicar deporte. Se pueden graduar tanto lentes monofocales como progresivas siempre con tecnología freeform que garantiza una amplio campo visual libre de aberraciones.



Entre las opciones de lentes graduadas más destacadas encontramos las lentes LST. La lente graduada mantiene las características de tecnología estabilizadora de la luz (Light Stabilizing Technology™) e intensifica los contrastes, armoniza las fluctuaciones causadas por la luz y la sombra, reduciendo así la fatiga ocular y favoreciendo una mejor concentración del atleta.



Otra de las lentes destacadas entre las posibilidades en graduación directa es la lente vario (fotocromática) que permite una transmisión de la luz de 13 a 82%, pasando de transparente a gris oscuro en pocos segundos y cambiando de categoría 0 a categoría 3. adidas Sport eyewear también ofrece la posibilidad de graduar lentes polarizadas y espejadas; asimismo se pueden incorporar tratamientos de endurecido, antirreflejantes y/o tratamientos hidrofóbicos de forma adicional.



Para parámetros de graduación elevados, adidas Sport eyewear ofrece otras soluciones muy eficientes como el adaptador graduable de nylon, el adaptador graduable con montura o el clip-in (una solución prácticamente invisible y con gran variedad de formas).

Sean cual sean las necesidades, el concepto de graduación de adidas se presta a dar respuesta a las necesidades individuales y a ofrecer soluciones a todo tipo de graduaciones.

Para más información sobre adidas Sport eyewear y sus modelos, visita su página web: adidassporteyewear.com, entra en facebook. [com/asporteyewear](https://www.facebook.com/asporteyewear), @asporteyewear en Instagram.

ARPE®
Optical

FUNDAS Y GAMUZAS

con mucho arte

Rememora el centenario de la desaparición
de **Klimt** con "El beso" su obra más conocida



—  —
TU LOGO
AQUÍ

"El Beso" Gustav Klimt
disponible en **nuestro banco**
de imágenes gratuito.



ESPECIALISTAS EN MICROFIBRA DESDE 1991

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

www.arpeoptical.com

ARPE®
Optical



La nueva firma española que conquista el sol

Con el objetivo de conquistar al público moderno e inconformista, Northern Cardinal aterriza en el sector óptico español. Sus primeras dos colecciones de sol ya acumulan numerosos seguidores o 'cardinals'.

Northern Cardinal es una firma de gafas de sol todolente que nace en 2017 en San Lorenzo de El Escorial (Madrid). Fundada por los hermanos Álvaro y David Marinas, N. Cardinal busca revolucionar el sector a través de un nuevo concepto de marca con actitud propia. Su objetivo principal es llegar a un público moderno, inconformista y activo que forme parte de una gran comunidad de personas a través del N. Cardinal Spirit.



Fundada en San Lorenzo de El Escorial por los hermanos Álvaro y David Marinas, Northern Cardinal busca revolucionar el sector creando una gran familia de 'cardinals' con un gran alcance en las redes sociales.

Las gafas de sol todolente N. Cardinal, diseñadas en España, están fabricadas en policarbonato de alta calidad, con tecnología AntiScratch y protección 100% ultravioleta UV400. Se trata de la nueva generación de gafas de sol unisex con materiales premium, ultraligeros y muy resistentes, lente plana y exclusivos diseños tricolor de su todolente.



N. Cardinal ha lanzado dos líneas de gafas de sol: los modelos "Originals", con un diseño más atrevido, resaltan con mucha fuerza. Los modelos "Zero" siguen una línea completamente novedosa con formas redondas e increíbles matices de color en cada lente.

N. Cardinal ha lanzado dos colecciones diferentes de gafas de sol todolente. Los modelos 'Originals' tienen un diseño moderno con líneas tradicionales, y los modelos 'Zero' cuentan con un diseño actual y líneas curvas.

NCardinal.com es, principalmente, un e-commerce que pretende transmitir su filosofía y sus valores a través de las redes sociales. De mano de sus 'cardinals', la firma de gafas de sol busca viralizarse en la red a través del deporte, el ocio y la moda. "No queremos vender únicamente pares de gafas, queremos formar una familia mucho más grande y sólida en torno a la marca, que nos permita alcanzar nuestras metas", asegura el co-fundador, Álvaro Marinas.

N. Cardinal es una empresa comprometida con la sociedad y el medio ambiente que colabora con diferentes asociaciones. "Desde N. Cardinal apoyamos proyectos solidarios como el impulsado junto con la Asociación Española del Síndrome de Wolf-Hirschhorn (AESWH) para dar visibilidad y apoyo económico a los niños con esta enfermedad, señala Álvaro Marinas. La marca de gafas de sol todo lente también quiere impulsar el talento universitario con proyectos como el N. Cardinal Experience que, junto a la Asociación Interuniversitaria de Jóvenes Emprendedores (AIJE), ayuda a los estudiantes universitarios a conseguir sus objetivos a través de financiación.

Más información en: www.ncardinal.com



Diseñadas en España, las gafas N. Cardinal están fabricadas con lente plana de policarbonato de categoría 3; son ultraligeras y resistentes y van equipadas con tecnología antiScratch a prueba de impactos y protección total ultravioleta UV400.

OrCam MyEye 1.5

Nueva versión del dispositivo de visión artificial portátil

El pequeño dispositivo portátil de visión artificial llega ahora con una versión más avanzada y audio digital mejorado. Además nos presenta a Susana Rodríguez, triatleta paralímpica y brand ambassador de la marca.



Susana Rodríguez, triatleta paralímpica, es la nueva brand ambassador de OrCam MyEye. Para quienes como ella tengan discapacidad visual o ceguera total, recomienda que lo prueben para comprobar cómo pueden mejorar sus vidas.

Apenas unos meses después de la presentación del revolucionario dispositivo OrCam MyEye, distribuido en ópticas y centros de baja visión de toda España, la empresa fabricante OrCam presenta OrCam MyEye 1.5, un equipo portátil que permite a las personas que tienen baja visión, “ver” aquello que les rodea de una forma aún más cómoda. En esta nueva versión, la discreta unidad de cámara/altavoz del dispositivo de visión artificial OrCam MyEye 1.5 es más liviana y pequeña (menos de la mitad) que la del diseño anterior. Además, utiliza un soporte magnético que le permite acoplarse y desprenderse de la montura de las gafas de forma más sencilla. OrCam MyEye 1.5 también incorpora un audio digital mejorado y acceso a una toma de audio mediante la eliminación del mini altavoz personal de la unidad.

Yonatan Wexler, vicepresidente ejecutivo de Investigación y Desarrollo de la empresa fabricante dice: “OrCam ofrece ahora una unidad principal mejorada para OrCam MyEye, que potenciará aún más a las personas que tienen problemas de visión y dificultades de lectura. El nuevo avance de OrCam permite un mayor control y versatilidad, incluida la capacidad de desconectar la unidad principal de las gafas del usuario para utilizarla como un “bolígrafo” para la lectura instantánea de texto a voz y el reconocimiento facial”.

¿Cómo Funciona OrCam MyEye?

Casi un millón de personas en nuestro país padecen discapacidad visual, lo que impide que lleven una vida autónoma y puedan manejarse diariamente con independencia. Este dispositivo electrónico inteligente supone una ayuda fundamental para ellas, ya que es capaz de leer textos y, también, reconocer objetos y rostros de personas que han sido previamente “almacenados” en su memoria. La información captada por OrCam MyEye se transmite al usuario mediante un mensaje de voz que éste recibe a través de un auricular. No precisa de ninguna conexión a Internet, ya que gestiona los datos de forma independiente, desde el propio dispositivo.

Susana Rodríguez, una embajadora de élite para OrCam MyEye

Además de haber recibido la medalla de plata en el último Mundial de Triatlón Paralímpico, la atleta gallega de 29 años, cuenta con un diploma olímpico en los últimos Juegos Paralímpicos de Río (2016), tres campeonatos mundiales de duatlón. Actualmente compagina sus entrenamientos preparatorios para los Juegos de Tokio con la medicina. Tras licenciarse, es MIR en el Hospital de Santiago, este mismo año ha comenzado a utilizar el dispositivo OrCam MyEye, del que destaca su capacidad lectora, que aprovecha mientras trabaja o estudia. Susana Rodríguez tiene una condición genética hereditaria conocida como albinismo oculocutáneo, que afecta a una de cada 20.000 personas en Europa y de la que deriva su discapacidad visual. Su porcentaje de visión es de menos del 8%. Tal y como ha declarado la triatleta: “OrCam MyEye me pareció una idea espectacular que sin duda quería probar para ver hasta dónde podría ayudarme con ciertas situaciones del día a día”.



OrCam MyEye 1.5 es mucho más pequeño que el diseño anterior y se acopla más fácilmente a la montura. Además, incorpora audio digital mejorado y acceso a una toma de audio.

Para ella, resulta de gran utilidad “poder leer con fluidez en el trabajo en el Hospital de Santiago, en casa para estudiar o leer artículos, o simplemente en una cafetería para leer un menú”. Susana Rodríguez, como nueva brand ambassador de OrCam MyEye, recomienda a las personas que, como ella, tengan una discapacidad visual o ceguera total, que prueben este revolucionario dispositivo para comprobar por sí mismos cómo puede mejorar sus vidas.

Luxottica descubre sus novedades para la próxima temporada

Luxottica ha presentado sus nuevas colecciones de gafas para la próxima temporada otoño-invierno en un press day organizado por la agencia de comunicación Algotonito.



El Palacio de Santa Coloma, sede del Consulado italiano en Madrid, ha sido un año más el espacio elegido por el grupo italiano para dar a conocer a los medios de comunicación sus últimas novedades.

Ray-Ban llega con algunos de sus modelos más emblemáticos, como los denominados The General y Wayfarer adaptados a las tendencias actuales. Tanto en gafas de sol como en graduado destacan las monturas metálicas, con formas redondas, cargadas de color, inspiradas en la vida moderna. Otra tendencia en alza son las pantallas, que llegan con lentes espejadas y en llamativos colores.

Dolce & Gabbana se inspira un año más en su línea de complementos para crear gafas joya con incrustaciones de pedrería y originales acabados en diseños oversize. Entre sus propuestas para el próximo invierno también destacan los modelos de la Dolce & Gabbana Graffiti Eyewear Collection, con diferentes diseños, tanto de vista como de sol, inspiradas en el mundo del arte urbano. Para hombre, resalta el modelo "Domenico" que cuenta con lentes negras y montura de líneas rectas, también decorada con dibujos tipo grafiti.

Los nuevos modelos femeninos de Prada tienen reminiscencias de otras épocas, desde los años 50, con formas cat eye y lentes claras, pasando por formas más redondeadas y oversize propias de los años sesenta y setenta, llegando hasta los noventa con diseños de menor tamaño y estilo futurista. Prada Linea Rosa, la línea más juvenil de la marca viene con modelos muy diversos en cuanto a formas y texturas, tanto de vista como de sol, con juegos de acetato y color.

Emporio Armani presenta una línea de mujer que se caracteriza por las formas redondeadas y cat eye, con modelos semi al aire en acetato y otros que dejan a la vista los tornillos en el frontal de la gafa. Para hombre destacan las monturas ópticas con clip solar, ideales para lucir tanto en exterior, como en interior. Por su parte, Giorgio Armani presenta una línea de mujer que se caracteriza por las formas

ovaladas, que combinan metal y acetato, con lentes empolvadas. Para la colección de graduado destacan las monturas semi al aire y los diseños con doble puente.

La colección más deportiva llega de la mano de Oakley, con gafas de sol que se adaptan tanto a la práctica de deporte, como para el día a día. Las lentes polarizadas, seña de identidad de la marca, siguen estando muy presentes en los nuevos diseños de la marca, a las que se une la novedosa lente Prince, que enfatiza los colores rojos y los verdes. Arnette es una de las propuestas más juveniles, con gafas inspiradas en el mundo del skate, con texturas que imitan la madera del skateboard. Entre sus novedades destacan los diseños metálicos y tipo pantalla.

Persol presenta su Tailoring Edition, una colección destinada a un público más joven, que viene acompañada de una campaña muy fresca y colorista. Esta temporada la firma se reinventa con formatos más femeninos, en metal. Vogue vuelve a colaborar con la modelo e it girl Gigi Hadid, con siete nuevos modelos en plena tendencia. Destacan las formas ovaladas y cat eye con perfiles muy afilados, en metal y acetato, tanto en diseños de vista como de sol. La colección de Polo Ralph Lauren es un guiño al mundo preppy de Polo. Además, la marca ha realizado una colaboración con el torneo de Wimbledon. Por su parte, los diseños de Ralph Lauren se caracterizan por su sensibilidad sofisticada y su combinación de materiales de primera con sorprendentes colores y líneas elegantes. Michael Kors presenta modelos muy femeninos con detalles inspirados en sus bolsos y complementos. Las formas redondeadas son la clave en la nueva colección. Miu Miu presenta una colección extremadamente femenina y detallista, que destaca por modelos con incrustaciones de perlas, tachuelas y cristales de Swarovski, en diseños de vista y sol que cubren la ceja. En monturas ópticas resaltan las formas ojo de gato, en fino metal y en colores empolvados. Para terminar, Oliver Peoples llega con sus clásicos modelos atemporales, aunque introduce también formas más atrevidas como las monturas ovaladas y con lentes claras.

VIVE LA TRANSPARENCIA



Crizal®
SAPPHIRE+™ UV

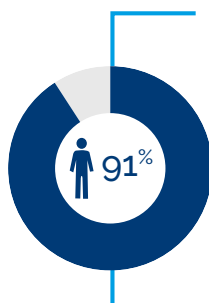
NUEVO TRATAMIENTO ANTI-REFLEJANTE



**MULTI-ANGULAR
TECHNOLOGY™**

Reduce los reflejos,
independientemente
del ángulo de incidencia.

VISIÓN MÁS PURA. MEJOR ESTÉTICA.



El **91%** de los usuarios
prefiere Crizal® Sapphire+UV™
en comparación con sus lentes
actuales.

La radiación UV y su impacto en la salud ocular

ARTÍCULO DIVULGATIVO

Dr. Carlos Orduna Magán

Licenciado en Medicina y Cirugía por la Universidad Complutense de Madrid.
Cirujano Oftalmólogo vía MIR por el Hospital Virgen de la Arrixaca de Murcia.
Doctor en Medicina y Cirugía por la Universidad Complutense de Madrid.
Director Médico de Oftalmología Orduna

La radiación ultravioleta, invisible para el ojo humano, es capaz de producir daño en el sistema inmune, en la piel, y en las distintas estructuras del ojo; igual que existe una gran concienciación y difusión sobre la protección de la piel frente a dicha radiación, no sucede de la misma manera a nivel ocular.¹

Dicha radiación está presente en la luz solar y en otras fuentes luminosas artificiales, pertenece al espectro electromagnético, irradia entre los 0 y los 400 nanómetros y se subdivide en cuatro tipos en función de la longitud de onda:

- UVA: 400-315 nm o UV de onda larga.
- UVB: 315-280 nm o UV de onda media.
- UVC: 280-200 nm o UV de onda corta.
- UV de vacío: 200-100 nm, solo se encuentra en el vacío.

Las radiaciones UVC y UV vacío solares son absorbidas por el ozono de la atmósfera y no suponen un peligro a nivel ocular, convertido a día de hoy este hecho por el agujero de la capa de ozono; sin embargo, y es un hecho ampliamente conocido, la radiación UVA y UVB son susceptibles de producir lesiones en los distintos tejidos oculares.²

El daño producido por la luz solar en determinados ambientes y condiciones de luminosidad se conoce desde la Antigüedad, se citan casos de ceguera transitoria en la Biblia, en el episodio sufrido por San Pablo, en las observaciones empíricas de Platón en el siglo IV a de C. Y existe la creencia -cuestionada- de que Galileo, en el siglo XVI, padeció una posible maculopatía fototóxica como consecuencia de observar el sol a través del telescopio astronómico.^{4,9}

Más recientemente en la historia, durante la Segunda Guerra Mundial, fueron descritos casos de ceguera en un radio de 80 kilómetros desde las ciudades de Nagasaki e Hiroshima después del lanzamiento de la bomba atómica.⁴

Es sabido también que la exposición a la luz ultravioleta de forma prolongada, sin protección, al sol, y a algunas fuentes artificiales como dispositivos láseres, o a la soldadura de arco, producen, entre otros efectos deletéreos, lesiones en la retina relacionadas con un mecanismo fotoquímico y térmico.⁴

Por tanto, es necesario valorar la PROTECCIÓN OCULAR frente a la radiación ultravioleta A y B, para evitar lesiones oculares ante exposiciones prolongadas en medios con mayor cantidad de radiación, o en el caso de aquellas personas que pasen muchas horas al aire libre, o que trabajen con fuentes emisoras de radiación ultravioleta. La cantidad de energía ultravioleta irradiada es dependiente de la altitud, latitud, estación del año, hora del día y del albedo; la mayor porción de radiación se produce entre las diez de la mañana y las dos de la tarde.¹⁰

Haremos mención en esta publicación divulgativa a algunas de las lesiones oculares relacionadas con la radiación ultravioleta, prestando mayor atención a las relacionadas con la retina.

EFFECTO DE LA RADIACIÓN ULTRAVIOLETA EN EL OJO

La radiación UV es absorbida por los distintos tejidos oculares, y es susceptible de producir lesiones en todos ellos, recientes estudios han demostrado que se debe distinguir entre la luz irradiada y la reflejada, por factores anatómicos y geométricos la más perniciosa a nivel ocular es la reflejada. Las lesiones relacionadas con la radiación ultravioleta pueden ser agudas o crónicas.¹

1. CONJUNTIVA

Es un tejido altamente sensible a la radiación UV, debido a reacciones oxidativas complejas que se producen a este nivel. Las lesiones más conocidas relacionadas con la radiación son:

- 1.- Pterigio, es un pliegue de tejido fibrovascular alado que crece hasta la córnea, pudiendo causar irritación, alteración refractiva, discapacidad visual y un problema estético.^{6,7}
- 2.- Pinguécula, es una lesión conjuntival interpalpebral, blanco amarillenta, adyacente al limbo corneal, que no produce alteración corneal. Los síntomas de picor y escozor asociados y la inflamación de la lesión producen molestias.¹⁰
- 3.- Carcinoma de las células basales, constituye el tumor palpebral más frecuente, se localiza mayormente en el párpado inferior y en el canto medio.¹⁰

2. CÓRNEA

La córnea absorbe la mayor cantidad de radiación UVB, la más energética, siendo el efecto acumulativo a lo largo de la vida; el epitelio corneal y la membrana de Bowman absorben hasta el doble de radiación que la parte posterior de la córnea. El endotelio es un tejido que no se puede regenerar.

Existen además lesiones corneales agudas:

La Fotoqueratitis o ceguera de la nieve es ejemplo de una respuesta aguda a la radiación ultravioleta, en la que se produce una respuesta inflamatoria, que incluye edema, congestión conjuntival y queratitis punctata superficial asociada a disminución de la agudeza visual unas 6 horas después de producirse la exposición en ambientes altamente reflectantes, nieve, arena de playa, desierto, etc.^{6,10}

3. CRISTALINO

El cristalino modifica su absorción de luz ultravioleta a lo largo de la vida como consecuencia de los cambios que se producen en él.

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud), el 20% de todas las cataratas están relacionadas con la luz UV. Numerosos estudios clínicos, incluyendo el de Chesapeake, que muestra asociación fuerte, han estudiado que la exposición a la luz UV es un factor de riesgo para el desarrollo de la catarata relacionada con la edad, en otros la evidencia muestra una relación entre débil y moderada. En algunos estudios ("Global Burden of Disease due to Ultraviolet Radiation Study") se considera que hasta un 25% de las cataratas corticales están relacionadas con la radiación ultravioleta, dependiendo de los distintos factores ambientales y geográficos.^{1, 5, 15}

4. RETINA

La irradiancia en la retina es más peligrosa que en el resto de los tejidos oculares, por la acción de las lentes oculares, córnea y cristalino y la concentración que producen de la luz; el riesgo es mayor en perso-

nas jóvenes con los medios oculares transparentes, afáquicos, emétopes e hipermétropes.¹⁵

La mácula, área central de la retina, es especialmente vulnerable a la acción de la luz ultravioleta.

La fototoxicidad en la mácula se puede producir por tres mecanismos diferentes:

- 1.- Daño fotomecánico: causado por irradiaciones elevadas, en periodos breves de exposición, las lesiones son generadas por la imposibilidad de disipar la energía calorífica; produce daño irreversible en los fotorreceptores y en el epitelio pigmentario de la retina.
- 2.- Daño fototérmico: Relacionado con la transferencia de la energía de un fotón de luz a la retina. Se produce cuando la irradiancia es tan elevada como para aumentar la temperatura en al menos 10°C por encima del nivel ambiental de la retina.
- 3.- Daño fotoquímico: se produce cuando la energía de un fotón de luz induce cambios en las moléculas, generando radicales libres.^{3,4,16}

RETINOPATÍA SOLAR

La exposición prolongada del ojo humano a la luz solar intensa en condiciones extremas de luz como las de un eclipse puede producir lesión a nivel de las capas más externas de la retina, es una lesión fotoquímica y térmica.¹⁶

Los síntomas visuales más comunes en la retinopatía solar son disminución de la agudeza visual, que normalmente oscila entre 20/30 y 20/60, escotoma central, alteración de la visión central, fotofobia y metamorfopsia; la afectación de la función visual es generalmente bilateral y asimétrica.^{4,8,9,12,14}

En el examen fundoscópico se observa una pequeña lesión foveolar de aspecto amarillento, aunque es importante subrayar que en la mitad de los casos no se puede observar la lesión.¹⁵

Muchas veces la lesión es transitoria, pero hoy, se pueden observar cambios pigmentarios permanentes a nivel del epitelio pigmentario de la retina.

Actualmente podemos caracterizar las lesiones mediante las pruebas de imagen que aportan valoración cuantitativa y cualitativa. Es interesante, adicionalmente a la exploración fundoscópica estudiar las lesiones mediante retinografía, OCT, angio-OCT, autofluorescencia, microperimetría y oftalmoscopia láser confocal(SLO). Todas ellas aportan información complementaria en el estudio, diagnóstico y se-

guimiento de las lesiones. A continuación se muestran retinografías y OCTs de un caso de retinopatía solar y un agujero macular producido por la acción de un láser en una discoteca (Figuras 1,2,3,4)

La tomografía de coherencia óptica (OCT) muestra un espacio hiporeflectivo característico en la retina externa en pacientes con retinopatía solar crónica. Los hallazgos son congruentes con la histopatología de esta condición y constituyen una herramienta clínica útil para confirmar el diagnóstico.^{8,11}

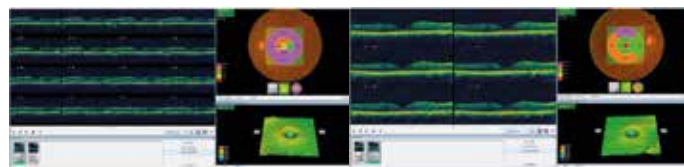


Figura 1 y 2. Retinopatía solar bilateral crónica en paciente varón, ocurrida en el año 1970 mirando un eclipse solar, en el momento de la lesión el paciente tenía 38 años, agudeza OD:07 NMA, agudeza OI: 0.5, NMAE (no mejora con agujero estenopecico).



Figura 3 y 4. Agujero macular monocular producida por la acción de un láser en una discoteca en varón de 27 años, agudeza visual en el ojo afecto de 0.1.

Debido a que la tecnología láser se ha vuelto fácilmente disponible para su uso en laboratorios científicos, medicina, ocio, punteros láser y con fines militares, ha habido un aumento en los casos de lesión retiniana. El láser es una luz coherente colimada, que emite luz entre los 400-1400 nanómetros que puede producir destrucción tisular y por tanto afectación permanente e irreversible de la visión.^{2,13}

PROTECCIÓN

Se debe concienciar a la población general mediante campañas divulgativas y preventivas de la necesidad de usar protección adecuada frente a la radiación ultravioleta, y a los pacientes desde las consultas mediante gafas, sombreros, pantallas y protecciones adecuadas en los casos de los soldadores y usuarios de dispositivos láser. Es un deber velar por la salud ocular de nuestros pacientes.

1. Francine Behar-Cohen, Gilles Baillet, Tito de Ayguavives, Paula Ortega García, Jean Krutmann, Pablo Peña-García, Charlotte Reme, James S Wolffsohn. Ultraviolet damage to the eye revisited: eye-sun protection factor (E-SPF®), a new ultraviolet protection label for eyewear. Clin Ophthalmol.2014; 8:87-104.
2. Bergmanson J and Sheldon T. Ultraviolet radiation revisited. CLAO J, 1997; 23:3:196-204.
3. Jorge R, Costa RA, Quirino LS, Paques MW, Calucci D, Cardillo JA, et al. Optical coherence tomography findings in patients with late solar retinopathy. Am J Ophthalmol 2004;137:1139-43.
4. Begaj TI, Schaaf S2.Sunlight and ultraviolet radiation-pertinent retinal implications and current management. Surv Ophthalmol. 2018 Mar - Apr;63(2):174-192. doi: 10.1016/j.survophthal.2017.09.002. Epub 2017 Sep 18.
5. Weale RA. Age and the transmittance of the human crystalline lens. J Physiol. 1988 Jan; 395: 577-587
6. Taylor H. Aetiology of climatic droplet keratopathy and pterygium. Br J Ophthalmol, 1980; 64:154-163.
7. Saw S, Tan D. Pterygium: prevalence, demography and risk factors. Ophthalmic Epidemiol. 1999; 6(3):219-28.
8. Codenotti M, Patelli F, Brancato R. OCT findings in patients with retinopathy after watching a solar eclipse. Ophthalmologica 2002; 216: 463-466.
9. Drake-Casanova P,Bolívar-de-Miguel, Castro-Rebollo , Clement-Corral, Dapena-Sevilla I, Pareja-Esteban J. Retinopatía por eclipse. A propósito de tres casos. Eclipse retinopathy: Three cases report.
10. Karen Walsh. UV radiation and the Eye.
11. Sasaki H, Kawakami Y, Ono M et al. Localization of cortical cataract in subjects of diverse races and latitude. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2003;44(10):4210-4.
12. Kaushik S, Gupta V, Gupta A. Optical coherence tomography findings in solar retinopathy. Ophthalmic Surg Lasers Imaging 2004; 35: 52-55.
13. Barkana Y, Belkin M. Laser eye injuries. Surv Ophthalmol. 2000;44:459e78
14. Kallmark FP, Ygge J. Photo-induced foveal injury after viewing a solar eclipse. Acta Ophthalmol Scand 2005; 83: 586-589.
15. Delcourt C et al. Light exposure and the risk of cortical, nuclear and posterior subcapsular cataracts: the Pathologies Oculaires Liees a l'Age (POLA) study. Arch Ophthalmol,2000; 118:385-92.40.
16. Rodríguez-Marco NA, Andonegui-Navarro J, Companys-Silva E, Rebollo-Aguayo A, Aliseda-Pérez de Madrid D, Aranjuren-Lafin M. OCT y Fototoxicidad Macular. Arch Soc Esp Oftalmol 2008; 83: 267-272.

La iniciativa “Una Mirada Solidaria” de Fundación Multiópticas llega a Las Palmas de Gran Canaria y Tenerife

Durante una semana, Fundación Multiópticas llevó a cabo su campaña “Una Mirada Solidaria” en la que se realizaron revisiones visuales gratuitas a más de 200 personas de colectivos vulnerables que atiende Cruz Roja en las dos ciudades del archipiélago canario.



Las graduaciones gratuitas se realizaron gracias a la colaboración de ópticos-optometristas voluntarios de Multiópticas Gran Canaria y Multiópticas Rodríguez de Tenerife.

Fundación Multiópticas, en colaboración con Cruz Roja Española, ha realizado durante una semana de forma gratuita una campaña de graduación de la vista a todas las personas de colectivos vulnerables a los que atiende Cruz Roja en Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife y que han participado en la iniciativa. Durante las cuatro jornadas que duró la campaña, han sido atendidas más de 200 personas pertenecientes a diversos colectivos que se encuentran en situación de vulnerabilidad. Según Cruz Roja Española, en esta acción de #MiradaSolidaria han participado personas



Más de 200 personas en situación vulnerable atendidas por Cruz Roja se beneficiaron de esta iniciativa solidaria promovida por Multiópticas.

que carecen de recursos económicos suficientes o se encuentran en situación de extrema vulnerabilidad a las que la Organización presta apoyo de forma habitual a nivel insular a través de los diferentes proyectos que desarrolla. Las revisiones se han realizado en las Oficinas Provinciales de Cruz Roja Española en Las Palmas y en Santa Cruz de Tenerife hasta donde se han desplazado los usuarios y donde han contado con la colaboración de ópticos-optometristas voluntarios de Multiópticas Gran Canaria en Las Palmas y de Multiópticas Orotava y Multiópticas Rodríguez en Tenerife.

“Estamos muy satisfechos de lo que hemos conseguido con esta acción de Mirada Solidaria, una iniciativa que continuamos impulsando con mucha ilusión”, asegura Salomé Suárez, Directora de Relaciones Corporativas y Responsable de la Fundación Multiópticas. “En Multiópticas tenemos como objetivo principal cuidar de la salud visual de las personas y, por eso, estamos muy orgullosos de poder ayudar también a través de la Fundación a aquellos usuarios que por sus circunstancias no tienen acceso a servicios de primera necesidad”, añade.

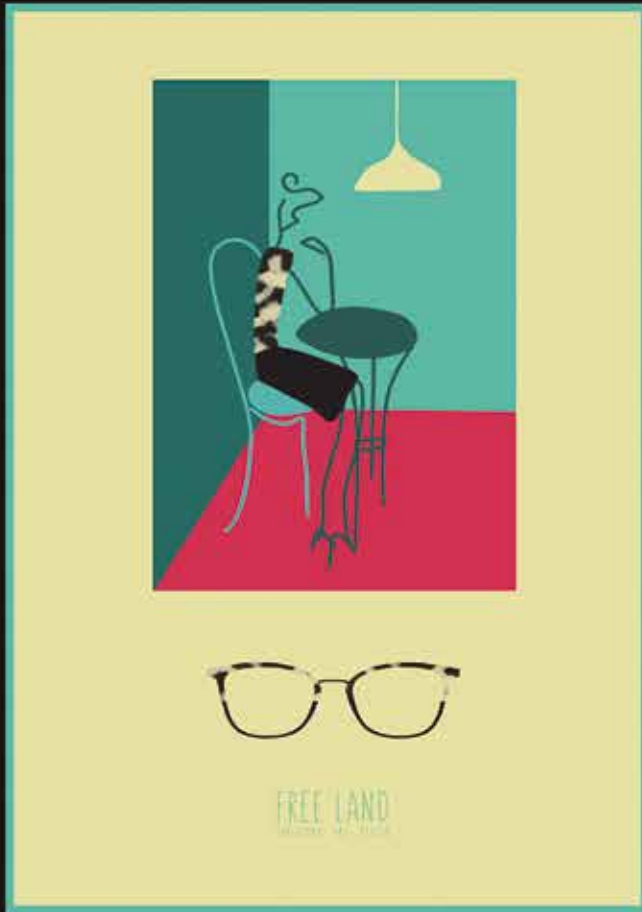
Durante ambas acciones estuvieron presentes el presidente provincial de Cruz Roja en Las Palmas de Gran Canaria, Juan Campos, y la presidenta provincial de Cruz Roja en Santa Cruz de Tenerife, Mayte Pociello, quienes han mostrado su agradecimiento a este tipo de aportaciones y colaboraciones, tan valiosas, que hacen posible ampliar cada día la respuesta y atención a todas aquellas personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad social.

Esta iniciativa lleva toda la semana apoyando la Comunidad Autónoma de Canarias. En total entre las dos acciones realizadas en las dos provincias, se estima que más de 200 adultos, de las cuales 49 niños y niñas, han sido atendidas durante esta semana de intensas jornadas de Fundación Multiópticas y Cruz Roja.



VISIBILIA

EYE PROFILE



Informe:

“Prevalencia de la miopía en los jóvenes en España, 2018” Seis de cada diez jóvenes de entre 17 y 27 años son miopes

La asociación de utilidad pública Visión y Vida ha presentado recientemente en la Asociación de la Prensa de Madrid, de la mano de grandes expertos de la óptica y la oftalmología, el primer estudio de campo que analiza cómo la miopía afecta a los jóvenes de España, bajo el título “Prevalencia de la miopía entre los jóvenes en España, 2018”.



El informe analiza cómo está afectando la pandemia de la miopía en España, gracias a una muestra de más de 6.000 personas, entre nativos digitales (nacidos entre 2000 y 2005) y jóvenes universitarios (1990-2000). Este informe está considerado como “una primera aproximación al tema, dado que es necesario realizar estudios de mayor calado; pero para nuestra asociación es fundamental el cuidado de la visión infantil y, por ello, hemos puesto en marcha esta iniciativa. Con estos datos sabemos el punto en el que nos encontramos y tenemos ya una base para seguir trabajando”, explica Salvador Alsina, presidente de la asociación de utilidad pública Visión y Vida.

En el evento de presentación del informe participaron los colaboradores del libro, quienes en ponencias de diez minutos explicaron las soluciones existentes en el mercado para controlar esta amenaza y analizaron cómo un ojo miope de alta graduación puede terminar generando una patología que derive en baja visión. D. Salvador Alsina, presidente, y Dña. Elisenda Ibáñez, Coordinadora, de la Asociación Visión y Vida presentaron el evento y hablaron acerca del Análisis del estudio, conclusiones y recomendaciones. En las ponencias participaron: Dr. Joan Pérez Corral, vicepresidente de la Academia Europea de Ortoqueratología (Orto-k) y Centro Oftalmológico ICR. Con la ponencia: Control del progreso de la miopía con Orto-k; Dr. César Villa, Fellow de la Academia Americana (y europea) de Optometría, Catedrático UEM y Contactólogo en Novovision, cuya ponencia fue: Control de miopía con lentes blandas; D^a. Olga Esteban, directora Confort Visión y vicepresidenta de SIODEC hasta 2017. Cuyas ponencia fueron: Control de miopía con terapia visual y Precauciones del ojo miope; la Dra. Mercè Morral, Oftalmóloga especializada en córnea en IMO expuso la ponencia: La cirugía refractiva como corrección de la miopía; la Dra. Mercedes Aguirre (que intervino por vídeo), directora de I+D en Nua Biological Innovations y autora de libros divulgativos habló sobre La importancia de la alimentación en la salud visual, y la Dra. Carol Camino, presidenta SEEBV -Sociedad Española de Baja Visión- y especialista baja visión del IMO ofreció la ponencia: Rehabilitación del ojo miope con baja visión.

“La miopía está considerada como una “pandemia europea” y, sin embargo, no se sabía con exactitud cómo afectaba a nuestros jóvenes y sí que su prevalencia va en aumento. “Creemos necesario implicar a nuestras autoridades sanitarias en este tema, dado que estamos previendo que en un futuro próximo contaremos con unas generaciones cuya esperanza de vida sea la más larga de la historia, pero con una calidad de vida muy pobre que, además, generará un alto coste social. Falta co-

nocimiento sobre la pandemia de la miopía y es necesario que se trate de manera preventiva uno de los mayores problemas que enfrentan las sociedades digitales en las que ahora vivimos”, explicó el presidente de Visión y Vida. “además, según el Brien Holden Vision Institute, si lográsemos reducir la progresión de la miopía a la mitad en todos los pacientes, evitaríamos que el 90% de los actuales miopes llegase a niveles de riesgo”, concluyó Alsina en la apertura del acto.

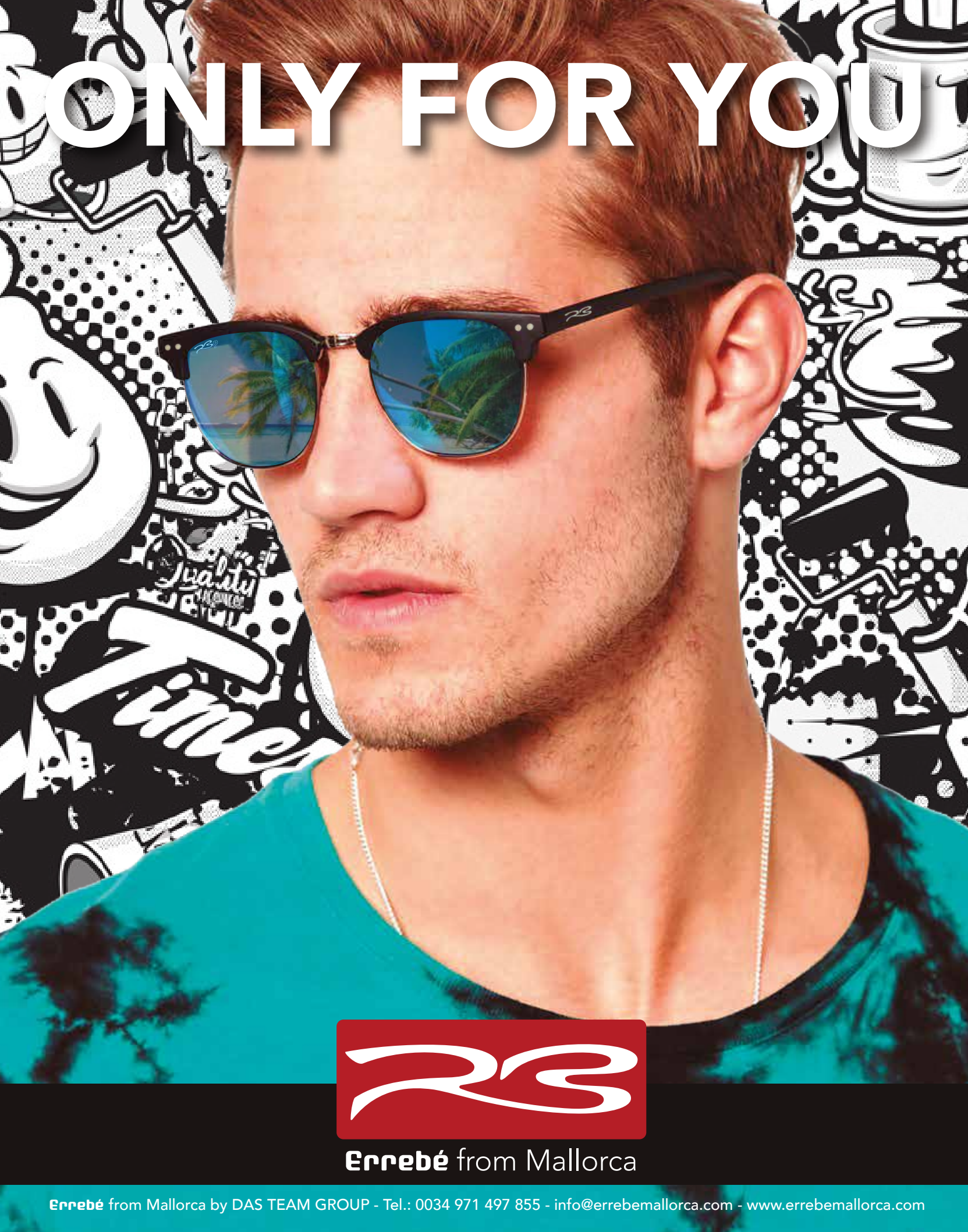


Algunas de las conclusiones más relevantes que se dieron a conocer en el evento fueron:

- 6 de cada 10 jóvenes (62,5%) son miopes; esta tasa se ha incrementado mucho respecto a los últimos datos europeos que se tenían, que estimaban que la prevalencia rondaba el 47%.
- Los nativos digitales son más miopes y desde más jóvenes. El promedio de incremento de su miopía duplica al de universitarios (-0,88dpt. vs -1,75dpt. en 5 años) y, siendo más jóvenes, tienen -0,5 dioptrías más de media.
- Uno de los factores clave de esta pandemia son los nuevos hábitos de vida: estilo de vida sedentario (menos de 1 hora al día destinada a las actividades en el exterior) y entre 4 y 8 horas ante pantallas.

Para contener esta amenaza, los expertos han explicado los sistemas actuales de control y prevención de la miopía, entre los que destacan la Orto-k (ortoqueratología), la terapia visual y las lentes blandas para el control de miopía. La mayoría ampliamente desconocidos por la ciudadanía.

Este estudio quiere servir como primera aproximación para entender la magnitud del problema, para instar a las autoridades a tomar cartas en el asunto y poner en marcha iniciativas que eviten consecuencias indeseadas en el futuro, como pueden ser: El 40% de los miopes de más de 8 dioptrías sufren el riesgo de sufrir patologías en la zona central de su retina, generando pérdida de visión; entre el 60 y 70% de los pacientes con deprendimiento de retina son miopes y el 20% de los casos de cataratas en edades jóvenes; la ceguera afecta al 10% de las personas con más de 15 dioptrías, y si redujésemos la progresión de la miopía en la mitad de los pacientes, evitaríamos que el 90% de los actuales miopes llegase a niveles de riesgo.



ONLY FOR YOU



Errebé from Mallorca



Zilo Titanium

un icono de estilo coleccionista

Nace la edición limitada de titanio de Zilo, modelo representativo de la marca de gafas más antigua de Italia, para celebrar el 140º cumpleaños de Lozza.



Las gafas Zilo, en edición limitada y dos variantes de color, tienen montura realizada enteramente en titanio. Su frente con lentes con forma de gota y doble puente se combinan con lentes polarizadas de cristal "Barberini".



La edición limitada se compone únicamente de 140 unidades numeradas en cada variante de color. Se ofrece en un estuche exclusivo que evoca a la historicidad de la marca.

Con motivo del 140º aniversario de Lozza, marca de la casa del grupo De Rigo, nace "Zilo Titanium", una edición limitada especial con montura de titanio que rinde homenaje al emblemático modelo de la marca de gafas más longeva de Italia.

Investigación constante, creatividad y vanguardia: estas son las características que han distinguido a Lozza desde su creación y que, a lo largo de los años, le han permitido mantener intacto el atractivo de sus colecciones, centradas constantemente en la innovación y la investigación de los productos.

Nacidas en los años 40 después de un estudio morfológico y de ingeniería preciso y especialmente innovador para esa época, las Zilo se fabrican a partir de dos láminas de acetato (de celuloide en la primera versión) pegadas alrededor de un núcleo de metal. El resultado es una síntesis perfecta entre ligereza, resistencia y ductilidad que ha convertido a este modelo en un producto especial, un verdadero símbolo de estatus en los años sesenta y principios de los setenta.

Las Zilo, a lo largo de los años, han formado parte del atuendo de campeones deportivos (Fausto Coppi, Jackie Stewart), políticos y estrellas de cine. En conjunto, todos estos elementos son los que han determinado el éxito secular de estas gafas. Un gran icono no solo dentro de las colecciones de Lozza, sino, más en general, en todo el sector óptico, con millones de unidades vendidas, un premio Oscar de la moda en los años 60 y que sigue siendo, aún hoy, un modelo de gran tendencia.

Las exclusivas Zilo en titanio, disponibles en dos variantes de color, plateado y dorado, incorporan las líneas históricas del modelo, ofreciendo toda la calidad de visión de las lentes polarizadas de cristal "Barberini". La edición limitada consta de 140 unidades numeradas para cada variante de color, y viene en un estuche exclusivo que evoca a la historicidad de la marca y al inmutable encanto de los modelos más emblemáticos.

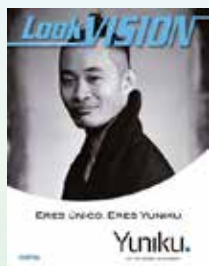
LookVISION

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**



HOYA lanza Sync III, su tercera y mejorada generación de lentes con refuerzo acomodativo

Diseñadas para relajar los ojos en un mundo digital

Hoya vision Care, empresa clave en el mercado global de lentes oftálmicas, anuncia el lanzamiento de Sync III, su tercera generación de lentes con refuerzo acomodativo, diseñadas específicamente para aliviar la fatiga visual digital y mejorar el confort visual a lo largo del día.

Entre teléfonos móviles, ordenadores, tablets, televisores y otros dispositivos digitales, la mayoría de la gente pasa una media de 8 a 10 horas diarias mirando una pantalla o realizando otras tareas de cerca. Pasar mucho tiempo frente a una pantalla puede causar fatiga ocular digital (DES), con síntomas como, ojos irritados, visión borrosa y dolores de cabeza, después de sólo 2 horas². Cambiar de dispositivos lo puede empeorar, dado que los ojos nunca se relajan.

Las lentes Sync III tienen una potencia de lejos para el uso diario y una "zona de refuerzo" en la parte inferior de la lente, optimizada para la forma en la que los usuarios usan sus ojos hoy en día. La zona de refuerzo incrementa ligeramente la potencia de la lente, lo que ayuda a relajar los músculos oculares para que pueda enfocar, más fácilmente, aliviando la fatiga ocular y mejorando el confort visual durante las actividades de cerca en un mundo digital. Cualquier persona de entre 13 a 45 años que pase 2 horas o más usando pantallas digitales o realizando tareas de cerca se puede beneficiar del poder de relajación de Sync III.

"La revolución digital ha cambiado drásticamente la forma en la que vemos el mundo, y los ojos están sufriendo literalmente las consecuencias." Dice Olga Prenat, optometrista y directora de Hoya Faculty. "Esto es debido en gran parte al hecho de que nuestros ojos simplemente no están hechos para pasar largos periodos

de tiempo mirando a la pantalla o haciendo tareas de cerca. Pero las lentes SYNC III sí lo están. De hecho, nuestros estudios indican que la mayor parte de usuarios de dispositivos digitales nunca han oído hablar de la fatiga visual digital y aceptan los síntomas

como inevitables. Por lo tanto, educar a sus pacientes es crucial. Dado que nuestras vidas se están volviendo cada vez más digitales, todo el mundo en el campo óptico se va a encontrar con nuevas demandas visuales.

"Al mismo tiempo, reconocemos que no todos los usuarios digitales son igual", añade Maarten Brouwer, Lens Expert EMEA. "Por ello desarrollamos tres opciones de refuerzo para diferentes perfiles de usuarios. Estas tres opciones aseguran un refuerzo adaptado a la edad del paciente, al uso de dispositivos digitales y a la gravedad de los síntomas de la fatiga visual. Combinando nuestra larga experiencia en el campo de la salud visual y un análisis completamente al día del comportamiento humano, las lentes Sync III reflejan todo lo que sabemos sobre cómo actúan las personas con sus dispositivos

digitales. Como resultado, hemos desarrollado unas lentes dirigidas expresamente a las necesidades de los usuarios digitales de hoy en día – y ofrece a los profesionales de la salud visual una oportunidad ideal para diferenciarse de otros en la amplia oferta de lentes monofocales"

Nuestros ojos no están hechos para las pantallas

Relaja tus ojos en un mundo digital

HOYA
Eye for detail

SYNC
III

ITALIA Independent

Con las marcas Italia Independent, Popline y Adidas Original, está buscando dos agentes comerciales para dos zonas principales de España:

ZONA 1: Catalunya-Andorra y Aragón

ZONA 1: Andalucía

No hay futuro sin pasado, participa en La Renaissance y en los nuevos proyectos por venir de licencia con Disney, Hublot y Rossignol.

Interesados, gracias por enviar su CV a:

a.perrier@italiaindependent.com

ZEN

ZEN Eyewear busca dos agentes de ventas exclusivos para las zonas:

- ZONA 1: Norte, Aragón y Castilla y León.

- ZONA 2: Madrid, Extremadura, Castilla la Mancha y Andalucía Occidental.

Imprescindible experiencia en el sector en puesto similar.
Conocedor de las zonas y sus puntos de venta.

Se ofrece:

- Cartera de clientes activa.

- Fijo + Comisión + Gastos + Vehículo.

Interesados enviar C.V. a **info@zenbarcelona.com**

Asunto: Agente ZONA 1 / Agente ZONA 2.

InterOptik Winter, S.L.

Empresa consolidada con más de 40 años de experiencia en el sector de la óptica y Distribuidor Exclusivo de la marca:

VUILLET VEGA®

Orfèvre lunetier depuis 1843

BUSCA AGENTE COMERCIAL PARA CENTRO, ANDALUCÍA Y LEVANTE

PERFIL DEL CANDIDATO:

Personas de ambos sexos, autónomo, con experiencia en el sector óptico. Motivación y capacidad de identificarse con las marcas. Vehículo propio

SE OFRECE

Marca de prestigio, diseño y muy alta calidad con crecimiento en el mercado. Servicio excelente. Cartera de clientes. Incorporación inmediata.

Los interesados pueden enviar C.V. a:

v.sanchez@grupowinter.com

O bien llamar a los números: 91 300 96 20 / 22

Optojoy Boxes
OPTOPLAST

Optojoy Boxes, distribuidora de estuches para gafas, busca agente comercial multicartera, para representación de sus estuches, en varias zonas de España.

Interesados contactar:

Info@optojoyboxes.com,

o llamar a los teléfonos:

952 86 16 25 / 674287701



MORTIMA
BORN IN CANARIAS

Marca independiente canaria, precisa agentes comerciales para todo el territorio español.

Buscamos gente comprometida, con presencia, con ganas de formar parte de un proyecto ambicioso y crecer con la empresa.

Se requiere experiencia en el sector y vehículo propio. Conocedor de las zonas y puntos de venta.

Interesados envíen CV a: info@mortima.es

Julbo

Empresa líder en gafas de sol deportivas y técnicas, precisa representantes multicartera para Levante, Andalucía y Madrid zona centro, para sus colecciones de:

- Graduado Niño
- Graduado Cadete y Adulto
- Sol Niño
- Sol Adulto

Contactar con Mª Carmen Fernández en el teléfono:
93 237 74 76

Monturas Ópticas Españolas

Precisa representante a comisión para la zona de Levante y Baleares.

Interesados contactar con Ricardo en el teléfono 652 70 79 50.

RTC

Empresa líder en accesorios de óptica, precisa representantes multicartera para Levante, Andalucía y Madrid zona centro.

Interesados ponerse en contacto con Mª Carmen Fernández en el teléfono: 93 237 74 76

Errebé

Errebé from Mallorca

PRECISA AGENTES COMERCIALES PARA CUBRIR DIFERENTES ZONAS DE ESPAÑA Y PORTUGAL

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 : 0034 971 497 855
clientes@errebemallorca.com
interesados enviar c v

A.T.E.

Asesores Técnicos de Empresas

Selección de agentes comerciales, distribuidores, vendedores y directivos

Multinacional dedicada a la comercialización de monturas y gafas de sol

Precisa Agente Comercial para la zona Andalucía Occidental y Badajoz

Interesados en ampliar información contactar al teléfono 972 22 22 85 o enviar e-mail a fanny@ateassessors.com Persona de contacto: Fanny Salas

WO WORLD OPTIK

A través de su filial en España CRGT Occhiali, World Optik está seleccionando vendedores para las zonas Centro, Cataluña, Andalucía Occidental y Oriental, Noreste y Noroeste.

Distribuimos marcas como Quiksilver, Roxy, YOUS 'S Ámsterdam, London Brand, Plus 4, etc.

Buscamos vendedores multicartera con experiencia de al menos 5 años en el mercado óptico.

Ofrecemos exclusividad de zona, citas concertadas y las más altas comisiones.

Interesados ponerse en contacto con Raúl González en el teléfono: +34 689 847 070 o enviar email a: gonzalezcambaraul@gmail.com.





F O C U S E D

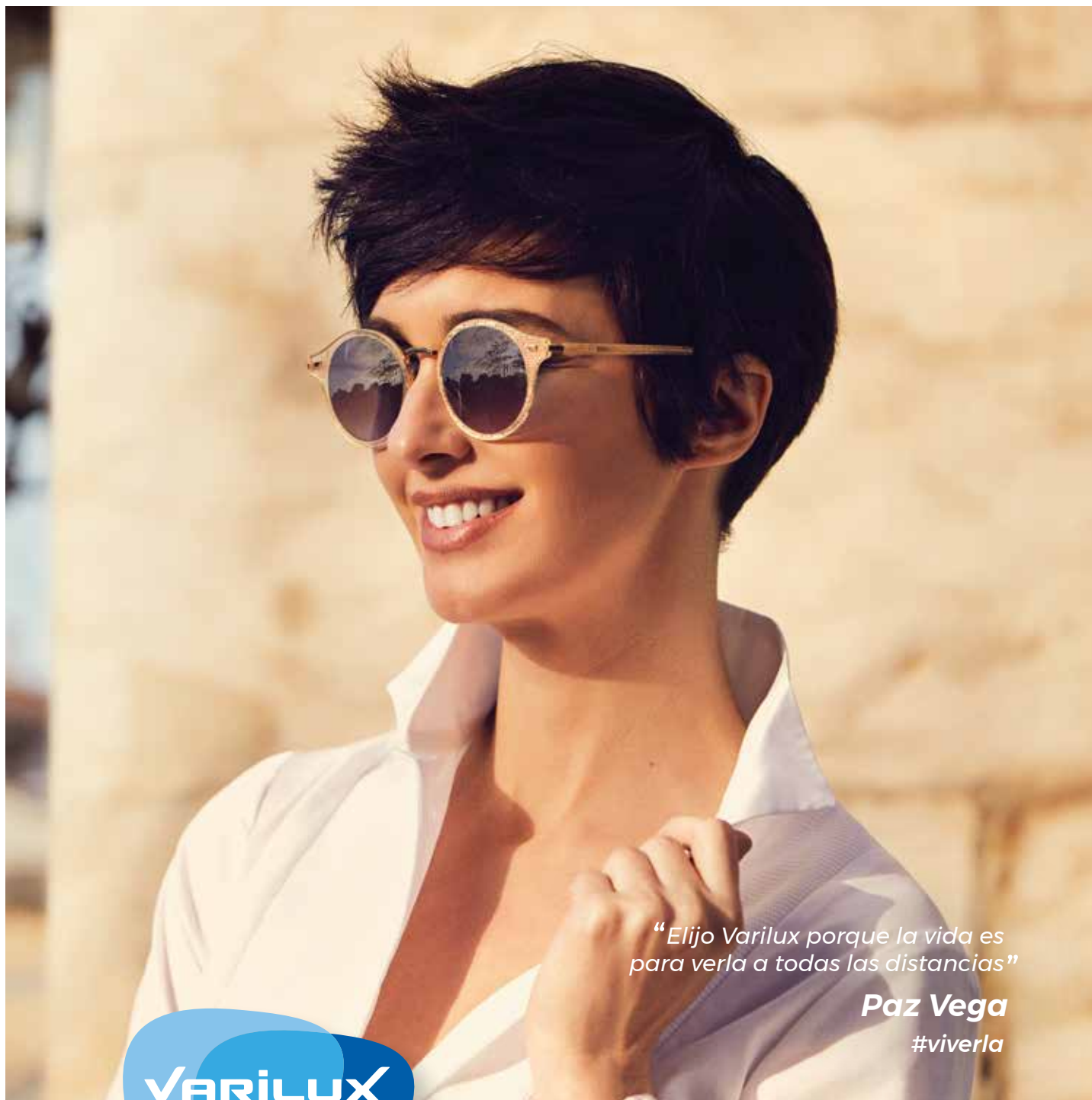
E V E R Y

R U N

T E M P E S T

VARILUX®

MARCA Nº1 MUNDIAL EN LENTES PROGRESIVAS*



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

Paz Vega

#viverla

VARILUX
SOLUTIONS

VARILUX
SOLUTION
DRIVE

VARILUX
SOLUTION
SUN

VARILUX
SOLUTION
DIGITAL

**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.