

Look *VISION*

Nº 182 · ENERO-FEBRERO/JANUARY-FEBRUARY 2019



ADOLFODOMINGUEZ

Licencia exclusiva
OPTIM
www.optim.vision
+34 934 809 393
info@optim.vision

Protege los ojos de todos tus clientes.

Con la Tecnología ZEISS UVProtect



No importa la estación del año o las condiciones climáticas, la luz ultravioleta está siempre presente y puede causar daños graves a los ojos y la piel que los rodea. Las lentes transparentes ZEISS ofrecen una protección total contra la radiación UV.

Protección UV total. Todo el día. Todos los días.

Lentes ZEISS con tecnología UVProtect



Ana Hickmann

eyewear



— AH6377

General OptiSpain, Slu. Ronda del Este, 77-79 4ª Planta, 08210 - Barberá del Vallés ESPAÑA | Tel.: 931 98 84 68 | info.es@goeyeweargroup.com



Milan | 23, 24, 25 Febrero 2019
GO Eyewear Group
Hall 6 Stand D24 E23



BUILT TO ENDURE



SERENGETI®
THE MOST ADVANCED EYEWEAR

DESCUBRE LAS NOVEDADES 2019

clientes@bollebrands.com / 628 24 87 10

DISPONIBLE CON PRESCRIPCIÓN

sumario

8 Editorial.

10 Silhouette Momentum, nueva colección de elegancia atemporal.

12 Etnia Barcelona Titanium Collection: Un viaje a la tradición japonesa.

14 Assoluto y My Way Eyewear, pasión, elegancia y creatividad Made in Italy.

18 Face a Face, un mágico juego de colores.

20 El arte, uno de los pilares de Art Life.

22 adidas Sport eyewear: striv, exhale y xpulsor, fusión de tecnología y funcionalidad.

23 Contactología

24 Jos Eschenbach, estilo atemporal bajo el prisma de la innovación.

25 Crespi Interiorisme actualiza el centre Òptic Alcarràs con un espléndido proyecto de reforma.

28 Suitto presenta nuevos colores exclusivos para la colección 2019.

30 Shamir Spectrum+, la lente ergonómica de uso diario.

31 United Colors of Benetton: La diversidad llega al eyewear con Mondottica.

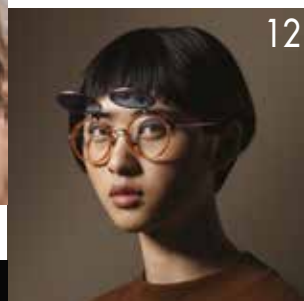
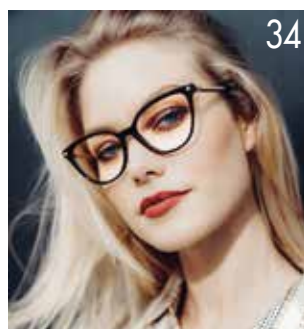
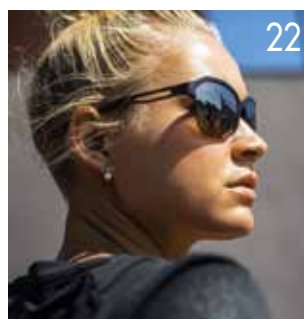
32 Adolfo Domínguez: hay que escuchar a lo viejo porque es sabio.

34 Ana Hickmann, el encanto femenino.

38 Gigi Barcelona lanza 30 nuevas monturas con modelos exclusivos para hombre.

40 Tendencias.

44 Intensifica la mirada a través de tus gafas.



45 IGreen by Thema Optical presenta su nueva versión Igreen Evo en metal.

46 Varilux X Series, reconocida como 'Producto del Año 2019'.

48 Life Italia Kids, confort y seguridad en gafas infantiles.

49 TDSO da la bienvenida a 2019 y celebra la "Fiesta del Roscón".

51 Free Land lanza una colección cápsula de sol.

52 Neubau eyewear amplía su línea de gafas en acero inoxidable con Lisa y Martin.

54 ProDesign colección sol, innovación y estilo de corte escandinavo.

56 Oculos Óptica: Las Rías Baixas inspiran sus diseños.

58 SILMO Istanbul, una feria que se consolida en el corazón euroasiático.

60 Dilem, cambios de look infinitos con mucho arte.

61 Noticias.

70 Ver para Crecer revisa la vista a personas en situación de vulnerabilidad en Palma de Mallorca.

72 Audiología.

74 Calvin Klein by Marchon. Sus novedades, protagonistas en Multiópticas Delgado Espinosa.

76 Made in Cadore, la majestuosa belleza de la naturaleza.

78 Coco Song Award. La firma italiana apuesta por los jóvenes talentos.

80 Miller & Marc abre su segunda óptica en Barcelona.

81 Agenda de Anuncios.

contents

Nº 182 / ENERO-FEBRERO/JANUARY-FEBRUARY 2019

8 Editorial.

10 Silhouette Momentum, new collection of timeless elegance.

12 Etnia Barcelona Titanium Collection: A trip to the Japanese tradition.

14 Assoluto and My Way Eyewear, passion, elegance and creativity Made in Italy.

18 Face a Face, a magical game of colors.

20 Art, one of the pillars of Art Life.

22 adidas Sport eyewear: strivr, exhale and xpulsor, fusion of technology and functionality.

23 Contactology

24 Jos Eschenbach, timeless style under the prism of innovation.

25 Crespi Interiorisme updates the center Òptic Alcarràs with a splendid project of reform.

28 Suitto presents new exclusive colors for the 2019 collection.

30 Shamir Spectrum+, the ergonomic lens for daily use.

31 United Colors of Benetton: Diversity reaches the eyewear with Mondottica.

32 Adolfo Domínguez: we must listen to the old because it is wise.

34 Ana Hickmann, the feminine charm.

38 Gigi Barcelona launches 30 new frames with exclusive models for men.

40 Trends.

44 Intensify the look through your glasses.



46



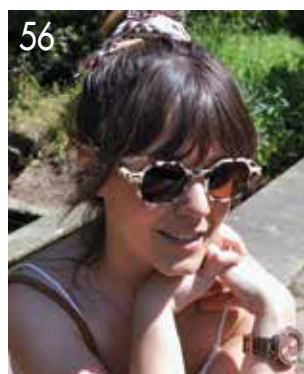
49



52



54



56



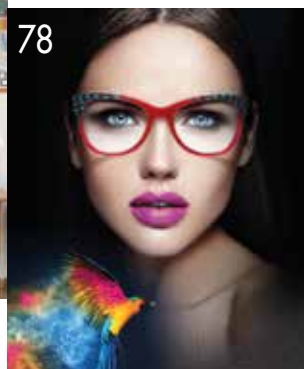
60



74



70



78

45 IGreen by Thema Optical presents their new version IGreen Evo in metal.

46 Varilux X Series, recognized as 'Product of the Year 2019'.

48 Life Italia Kids, comfort and safety in children's glasses.

49 TDSO welcomes 2019 and celebrates the "Fiesta del Roscón".

51 Free Land launches a sun capsule collection.

52 Neubau eyewear expands its line of stainless steel glasses with Lisa and Martin.

54 ProDesign sun collection, innovation and Scandinavian style cut.

56 Óculos Óptica: The Rías Baixas are the inspirations for their designs.

58 SILMO Istanbul, a fair that is consolidated in the Eurasian heart.

60 Dilem, infinite look changes with a lot of art.

61 News.

70 See to Grow, checks the eyes of people in situations of vulnerability in Palma de Mallorca.

72 Audiology.

74 Calvin Klein by Marchon. His novelties, protagonists in Multiópticas Delgado Espinosa.

76 Made in Cadore, the majestic beauty of nature.

78 Coco Song Award. The Italian firm is committed to young talents.

80 Miller & Marc opens their second optical shop in Barcelona.

81 ADS Agenda.

RODENSTOCK

R

R

COLORES Y CLARIDAD EXHUBERANTES

100% DE ÉXITO GARANTIZADO

Ofrecerás la visión más natural que jamás antes habías podido garantizar a tus clientes.

Rodenstock DNEye® es la solución oftálmica más avanzadas de siempre .

Pregunta por DNEye® Scanner 2+ en:

rodenstock@opticaprats.com





NUESTRA PORTADA:

Adolfo Domínguez, de la mano de Optim, presenta su nueva colección de gafas para hombre y mujer. En un mundo donde sólo importa lo último, lo que acaba de salir, la marca apuesta por volver a los orígenes, escuchar y aprender de lo viejo. Porque los viejos saben; los viejos han visto. Es por ello que la firma propone formas traídas de otras épocas, en monturas de acetato, para él y para ella. Los nuevos modelos de la marca española, tanto en monturas como en gafas de sol, huyen de las modas y las tendencias efímeras recuperando lo de siempre: los diseños que han acompañado a varias generaciones.

LookVISION

Nº 182 / ENERO-FEBRERO/JAN-FEBRUARY 2019

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



Comenzamos 2019 al lado de los profesionales del sector: ¡Nos vemos en Opti Munich!

Desde este primer número de 2019, queremos aprovechar esta tribuna editorial para deseñar todo lo mejor a los profesionales, amigos y clientes de Lookvision, agradeciéndoles la confianza y fidelidad que depositan en nosotros año tras año. Desde esta revista reiteramos nuestro compromiso con la información, siempre honesta y veraz, que de manos de nuestro equipo de periodistas difundimos mensual –en la revista impresa–, diariamente en nuestra web y semanalmente en la newsletter de los miércoles, así como nuestro apoyo incondicional a todos los profesionales que formáis parte de este sector. El inicio del nuevo año es el momento ideal para afrontar la realidad que nos rodea con positivismo y tomar impulso para hacer frente con la mayor energía a todo lo que venga a lo largo de los próximos doce meses ¡A por 2019!

En este primer trimestre del año empieza también la temporada de ferias: Opti Munich, del 25 al 27 de enero; Mido Milán, del 23 al 25 de febrero, y OPTA República Checa, del 8 al 10 de marzo. Lookvision, como es habitual, estará presente en Munich y Milán para acompañar a empresas y profesionales del sector óptico, e informar de todo lo ocurrido en la feria, así como para dar a conocer las últimas novedades de la industria en las próximas ediciones de la revista y en nuestra web www.lookvision.es... Unos meses después nos volveremos a encontrar con profesionales y amigos en París con motivo de la celebración de Silmo 2019, cita que será del 27 al 30 de septiembre.

La próxima edición de opti Munich, que se celebra del 25 al 27 de enero de 2019, mostrará a profesionales de la industria óptica todas las novedades del sector visual-óptico, desde monturas hasta lentes oftálmicas, lentes de contacto, baja visión, accesorios para tiendas, marketing y ventas, instrumentos, herramientas, accesorios, equipamiento técnico y formación profesional. En su anterior edición de opti más de 28.400 visitantes acudieron a la feria de Munich, que contó con 667 expositores provenientes de 40 países diferentes. opti ofrece una plataforma ideal para presentar nuevos productos de productos tanto para los líderes del mercado internacional, como para las nuevas empresas. La nueva estructura de la feria hace que su visita sea aún más estructurada, efectiva y fácil de planificar. Los fabricantes de estarán ubicados en los halls C1-C3 mientras que el hall C4 ofrece todo lo que los minoristas ópticos necesitan para su negocio, y servicios técnicos; las gafas y lentes de contacto se encontrarán en los nuevos espacios C5 y C6. Además, los visitantes podrán disfrutar de nuevas áreas de encuentro y networking a lo largo de todo el recinto. Como novedad, este año opti presenta su nuevo espacio Showcase, situado en el hall C4, que tratará sobre el ciclo de la vida del cliente como temática principal, dividida en tres áreas: "Need" (necesidad), "Buy" (compra) y "Use" (uso). Este nuevo espacio de 200 metros cuadrados albergará una plataforma interactiva para tratar e implementar temas a largo plazo que puedan ponerse en práctica en directo. Así se ofrecerá a los profesionales ideas para perfeccionar el ciclo de compra en la óptica tanto antes como después de la venta, en un acercamiento al marketing óptico. Bettina Reiter, project manager de la feria, dice: "Nuestro objetivo es proveer a los profesionales con ideas y consejos para seguir mejorando su negocio".

Como cada año, en el Hall C4, los visitantes podrán renovar sus conocimientos y aprender otros nuevos de mano del opti Forum, en el que se ofrecerán conferencias de expertos de primer nivel. Además, en el mismo espacio, los asistentes podrán disfrutar el sábado 26 de enero a las 12:30 p.m. de la presentación de los opti Blogger Spectacle Award 2019; las firmas que optan a este galardón son las 16 marcas expuestas en los opti Boxes situados en el Hall C2: No Idols, Nina Mûr eyewear y Metalcraft (España); Gaston ETC, (Francia), Roav (Suiza); Annu GmbH, Tom + Hatty inh. Ivy Bossert, Headrix, Guckstoff. Brillenmanufaktur y Lorg Eyewear Horn Design (Alemania); Helden Optical (Países Bajos); Portrait Eyewear Srl y Lightbird srl (Italia); Komorebi (Bélgica), Impressio (Luxemburgo) y Rounder Rounder (China). Asimismo, en el Hall C4 se situará también el Campus opti en el que los futuros ópticos podrán descubrir cómo enfocar su carrera o los diferentes programas de estudio disponibles en el campo de la óptica y la optometría. Diferentes universidades y escuelas de estudios superiores de Alemania y Austria estarán presentes en este espacio enfocado a la educación, asesoramiento y orientación.



prodesign : denmark

THE SUN COLLECTION

Design Eyewear Group Iberica SLU / info.es@designeyeweargroup.com / Tel 944 211 776 / prodesigndenmark.com

Silhouette®



YOU'LL
NEVER WANT
TO WEAR
ANYTHING
ELSE AGAIN.

Momentum, nueva colección de elegancia atemporal

Silhouette presenta su nueva colección de graduado Momentum, que luce un diseño atemporal, minimalista y elegante. Una nueva línea emblemática formada por 12 modelos, siete para él y cinco para ella, basada en la filosofía de la firma austríaca líder en gafas al aire y con diseños que se adaptan a cada rostro y estilo.



La colección Silhouette Momentum está compuesta por siete modelos masculinos y cinco femeninos, todos ellos en varias combinaciones de color.



La colección al aire Momentum destaca por la combinación de varillas en titanio de alta tecnología, con una superficie mate refinada con bordes brillantes en contraste, y con atractivas formas de lentes que posibilitan un sinfín de opciones para diseñar las gafas que mejor se ajustan al usuario, según sus rasgos y preferencias.

Unas gafas perfectas para lucir en el día a día, ideales en cualquier ocasión y adaptables a cualquier estilo. Durabilidad, diseño y resistencia, incorporan además un nuevo sistema de bisagra todavía más preciso gracias al mecanismo Pin-cision, inspirado en el arte de la relojería.

La colección Momentum de Silhouette está disponible desde enero de este año 2019. Los modelos femeninos se presentan en elegantes y tenues combinaciones de color: Oro Rosa/Gris Highland, Oro/Rojo Siena, Rodio/Violeta, Oro Rosa/Desierto y Plata/Azul Côte d'Azur. Para los modelos masculinos se puede elegir entre siete modelos, disponibles en las tonalidades: Ruthenium Skyline, Rhodium/Sonic Blue, Silver/Pacific Blue, Ruthenium/Cohiba Brown, Titanium/Iceland Black, Golden Dome y Rhodium/Monaco Red.



Más información en: www.silhouette.com
www.facebook.com/silhouette



Un viaje a la tradición japonesa

etnia  **BARCELONA**

Titanium Collection

Detallista, minimalista, ligera e inspirada en la artesanía japonesa. Así es la nueva y primera colección de titanio de Etnia Barcelona.

La marca barcelonesa se ha atrevido a ir un paso más allá y nos presenta mucho más que una colección: un viaje a la tradición, cultura y artesanía japonesa. Una edición creada con titanio puro 100% japonés, que además de ser uno de los materiales más resistentes y ligeros en el mundo eyewear, también es hipoalergénico.

Esta nueva apuesta de Etnia Barcelona presenta 10 modelos: 6 de vista y 4 de sol. Una colección en la que la investigación de nuevos materiales y el know-how de la marca han sido los principales protagonistas. La experiencia y la minuciosidad con la que se ha trabajado cada modelo se aprecia en cada una de las partes y nos acerca un poco más a una cultura tan milenaria como la del país del sol naciente: formas ligeras muy minimalistas, grabados que recuerdan a las armaduras de los antiguos samuráis y colores sobrios estilo vintage y handmade inspirados en los talleres de los antiguos artesanos. Pero siempre con este toque de color que tanto diferencia a la marca.

La colección de sol contará con un modelo Premium que se lanzará a principios de abril en 2 colores. La marca ha optado por presentar una edición limitada numerada en cada varilla. A diferencia del resto de modelos, esta Collector's Edit incorpora un clip-on fijo y abatible. En los modelos de vista, la marca ha elegido diseños mixtos de acetato de Mazzuchelli y titanio. Dos materiales excelentes que conviven a la perfección tanto en forma como en color.

Titanium Collection de Etnia Barcelona llega pisando fuerte gracias a la innovación en materiales tan resistentes y de alta calidad como el titanio japonés y las lentes de cristal mineral antirreflejante de Barberini: una de las mejores del mercado, ya que ofrece la mejor experiencia visual. Estilo y tecnología, tradición y modernidad se reúnen en una colección sofisticada disponible a comienzos de febrero en ópticas de todo el mundo, en etnibarcelona.com y en la flagship de la marca en Barcelona.



etnia **O.** BARCELONA

Titanium Collection



A Trip to
Japanese
Tradition

Pasión, elegancia y creatividad Made in Italy

De la mano de Sur-eyewear llegan a España y Portugal las monturas y gafas de sol de las colecciones Assoluto y My Way, caracterizadas por la creatividad y elegancia de sus diseños, por la utilización de los mejores materiales y detalles técnicos y estéticos, así como por la garantía del Made in Italy de Eurodecori, s.r.l.



La aplicación de cristales Swarovski en muchos de los modelos Assoluto Eyewear realzan el carácter elegante y refinado de estas gafas con diseños técnicos y estéticos... absolutos.

Assoluto eyewear representa la exclusividad y el refinamiento del Made in Italy surgido de la pasión y creatividad de Eurodecori, emblemática empresa italiana que aplica su know how y terminaciones exclusivas a gafas de los principales fabricantes mundiales. Las monturas y gafas de sol Assoluto expresan una fuerte personalidad a través de sus diseños atemporales y elegancia intrínseca realizada por la aplicación de cristales Swarovski, trabajados a mano en la "casa" y combinados con ricos y bellos esmaltes de colores. Materiales exclusivos, diseños distintivos y una producción completamente realizada en Italia con la sabiduría de la tradición artesanal de Belluno, han permitido a la marca alcanzar una posición de privilegio y reconocimiento mundial. Los detalles técnicos estéticos y funcionales definen su estilo y una forma de interpretar la moda que es muy apreciada y buscada por el público femenino más exigente y elegante.



My Way Eyewear toma un camino preciso en sus creaciones de diseño italiano: el de resaltar la diversidad de lo clásico transformándolo en audaces innovaciones juveniles en las que formas, materiales, texturas y colores siguen las tendencias del momento.

My Way eyewear, literalmente mi camino, colección surgida como variante de Assoluto, expresa en cada uno de sus modelos una fuerte identidad, una personalidad clara que resalta la diversidad y la libertad con la que todos pueden decidir qué camino seguir en la moda eyewear. My Way diversifica lo clásico y lo adapta a los gustos y necesidades de un público joven, tanto masculino como femenino, que sigue las tendencias de moda en cuanto a diseños, colores, detalles y materiales. Un gama de 40 modelos conforman esta colección innovadora, audaz, juvenil y clásica al mismo tiempo, que sabe responder perfectamente a las demandas del mercado y a las máximas exigencias en materia de calidad, comodidad, ligereza y precio.

Las gafas de sol y monturas oftálmicas Assoluto y My Way Eyewear ya están presentes en España y Portugal desde principios de este año 2019 gracias al distribuidor: Sur-eyewear, s.l. (tel.: 669 48 5550 sureyewear@gmail.com) www.assoluto-eyewear.com



Distribuidor para España y Portugal: SUR-EYEWEAR, S.L.
 Tel.: 669485550 • e-mail: sureyewear@gmail.com • www.assoluto-eyewear.com



No»»

I HATE
EVERYBODY

www.noidolseyewear.com

REF. ONEDIET 03

REF. SWIF 04



IPOLS[®]

FACE A FACE

PARIS

Un mágico juego de colores



La nueva colección de la firma parisina Face a Face llega como una metamorfosis. Cada diseño cambia drásticamente según su coloración, jugando con las luces y los volúmenes, dando como resultado una colección intrigante y misteriosa.

Face a Face emana audacia, siempre exquisita y atrevida, inspirada en el arte moderno, la arquitectura y el diseño contemporáneo. Cada modelo es un dominio de los colores, explorando volúmenes y luz. Los diseños se alejan de los estándares de la moda y de las tendencias conformistas; siempre juegan en una liga propia.

En su nueva colección para la primavera 2019, Face a Face va un paso más allá jugando con las transparencias y los efectos ópticos. “A veces, un detalle es casi invisible cuando es transparente y otras veces se resalta cuando es colorido. La forma en que se entrelazan la luz y el color es realmente cautivadora”, explica Pascal Jaulent, director creativo de la firma.

Disfrute de la expresión versátil de cada modelo, creado por colores y efectos de luz, que cambian al girar la montura. Los volúmenes y formas son sorprendentes, sólo visibles desde un punto y los elementos geométricos (un triángulo, una barra o un patrón) se suspenden en levitación y convierten las monturas en elegantes esculturas.

Descubre la colección completa en www.faceaface-paris.com

Face a Face pertenece al portfolio de marcas de Design Eyewear Group junto con otras prestigiosas firmas como ProDesign, Infafce, Woow, Kilsgard y Nifties. www.designeyeweargroup.com. Tel: 944 211 776.



Anouk es la reinterpretación en montura óptica del diseño de sol de Prism. También juega con las formas triangulares rompiendo el contorno de la montura y redibujando la forma de los ojos. Sus finas varillas de metal están bien definidas, otorgándole una apariencia refinada y moderna.

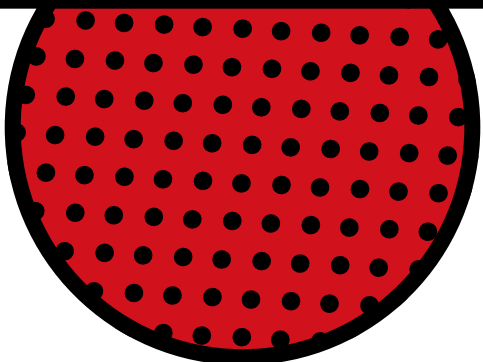


Explorando el sentido de la música, con un estilo vanguardista y una ausencia casi total de color, el modelo Djazz está inspirado en la mezcla del movimiento Art Decó de 1920 y 1930 y la vibrante era del Jazz. En este diseño las formas geométricas se combinan con colores vibrantes dando lugar a un diseño verdaderamente innovador.



FACE A FACE
PARIS

faceaface-paris.com • Tel 944 211 776



El arte es uno de los pilares
de **ARTLIFE**, y **ROY LICHTENSTEIN**,
reconocido por su estilo **POP ART...**

¡Se ha convertido en nuestra
fuente de inspiración!

● **iiiEL REGRESO DE LA
FORMA CAT!!!**

En varios modelos de
la nueva colección,
encontramos las lentes
al aire. Estos pequeños
detalles, hacen de la gafa
un objeto diferenciador y
que marca tendencia.

Este modelo en concreto,
juega con una forma
agatada **muy femenina**
y **sexy iii** Que no va a
pasar desapercibida **!!!**



ANTHONY • AL30027 567

● **LENTE POLARIZADAS**

En la colección
encontramos muchas
formas unisex
adaptadas a la mayoría de
fisonomías y estilos, con
combinaciones de metal
y acetato disponibles en
una gran gama de colores.
Todas ellas con lentes
polarizadas graduables.



WATTS • AL30025 595

● **URBAN STYLE**

Esta nueva colección
de sol destaca por ser
de lo más **urbana** y
trenddy, siguiendo
las tendencias más top
del mercado.



JOEL • AL30033 512

Solicita el catálogo y más información

93 480 99 80
rjofra@olsol.com
artlifeeyewear.com

ARTLIFE





EYEWEAR

strivr, exhale y xpulsor, fusión de tecnología y funcionalidad

La nueva colección WIRE SPX™ de adidas Sport eyewear plasma en sus diseños la arquitectura moderna de las ciudades, consiguiendo así un look de lo más urbano para practicar deporte. Los tres nuevos modelos de montura semi al aire: strivr, exhale y xpulsor combinan las últimas tendencias con todas las prestaciones necesarias para ofrecer los mejores resultados corriendo por las transitadas calles de la ciudad.



strivr



exhale



xpulsor

Los modelos strivr, exhale y xpulsor lucen un diseño minimalista y con toques urbanos que fusiona tecnología y funcionalidad. Gracias a su montura semi al aire, ultraligera, flexible y altamente resistente, ofrecen un mayor campo de visión y el máximo confort. Entre las características que incorporan, destacan el diseño antideslizante de los terminales de las varillas y las dos posiciones del puente nasal, ofreciendo así un ajuste perfecto en todo momento y sin puntos de presión.

Los tres modelos están disponibles con lente espejada color viola que ofrece una perfecta absorción de la luz y garantizan el mejor contraste. Existen también lentes polarizadas o con la tecnología estabilizadora de la luz LST™ patentada por adidas Sport eyewear, una propiedad adicional que armoniza las fluctuaciones causadas por la luz y la sombra para disfrutar de la mejor experiencia corriendo.

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

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

COOPERVISION BUSCA AL ESTUDIANTE FORCE DE 2019



CooperVision organiza la séptima edición de la competición Estudiante FORCE del Año. Esta edición promete ser el evento más grande hasta el momento con estudiantes de toda Europa, Medio Este y África (EMEA). Future Ocular Research Creativity Event (FORCE) es una competición anual en el campo de las lentes de contacto que reúne a los mejores estudiantes de las universidades y tiene como objetivo estimular a los jóvenes a conseguir la excelencia en sus estudios y animarlos a desarrollar su conocimiento profesional y contactos para mejorar sus futuras carreras.

Los estudiantes deben realizar un proyecto de investigación de seis a ocho semanas, un ensayo clínico o el informe de un caso, sobre el tema que elijan relacionado con las lentes de contacto blandas. Los estudiantes elegidos para representar a su universidad competirán en las finales nacionales para tener la oportunidad de competir con los ganadores de cada país en la final FORCE de EMEA, que se llevará a cabo en el Centro de Innovación en Budapest (Hungria), los días 10 y 11 de mayo de 2019. El jurado estará compuesto por el presidente, el Profesor James Wolffsohn, de la Universidad de Aston; Eef van der Worp, Director de Eye-Contact-Lens Research& Education; Elena García Rubio, directora de INOP; y Pascale Dauthuille, presidenta de AFELC. El estudiante que resulte ganador al premio Estudiante FORCE 2019 de CooperVision recibirá un viaje y alojamiento para asistir a un congreso internacional de lentes de contacto.

visionary

EVALUATION TOOL

VISIONARY, LA HERRAMIENTA MÁS COMPLETA EN TERAPIA VISUAL

¿QUÉ ES VISIONARY?

Visionary combina videojuegos con terapia visual.

Adaptada a todas las edades y aplicada al tratamiento de la ambliopía, estrabismo, problemas vergenciales, parálisis oculomotoras, etc.

Anaglifos, SmartTV, Proyección polarizada, Eye tracker, Realidad Virtual: la tecnología es un medio, no un fin.

¿COMO FUNCIONA?

Visionary, la terapia visual que se mueve contigo.

Desde la web Visionary podrás: prescribir tareas al paciente para que las haga en casa o en la clínica, supervisar su cumplimiento y resultados y valorar su evolución.

¿CUANDO EMPEZAMOS?

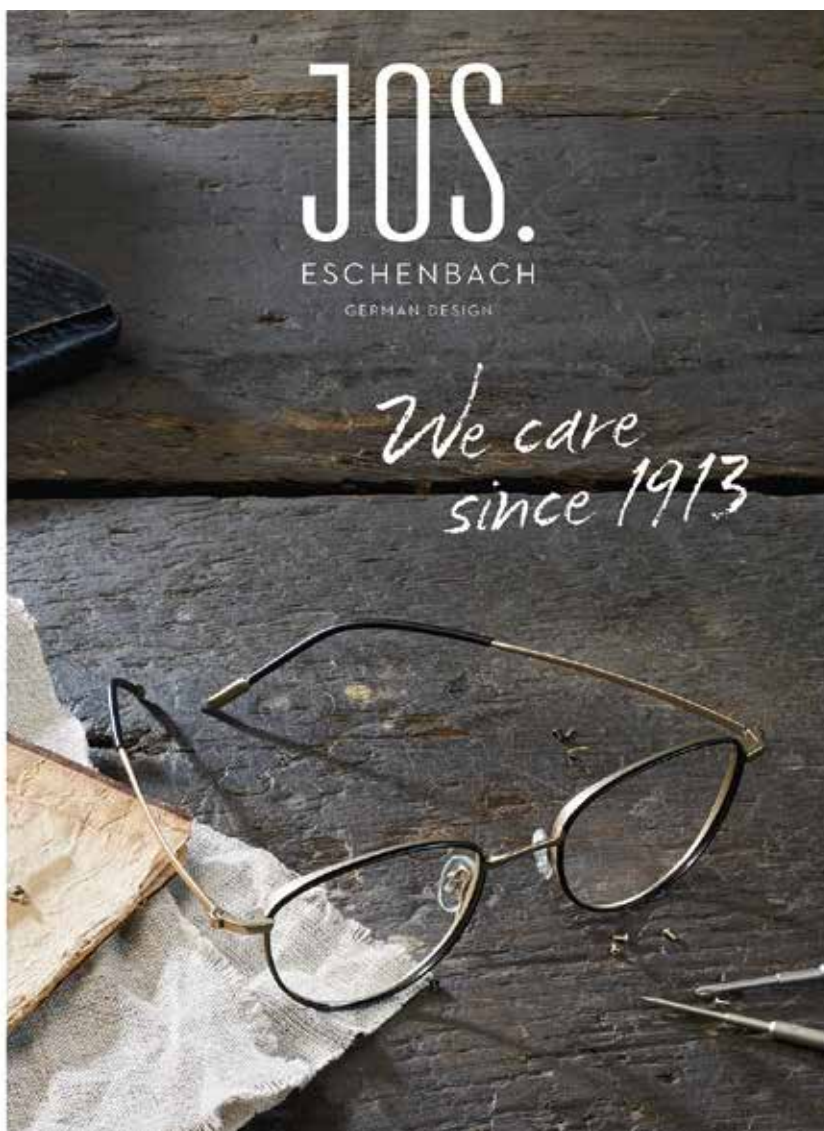
Súmate al proyecto Visionary.

Asiste a uno de nuestros cursos de formación online y únete a la familia Visionary.

¿Quieres un equipo del sXXI?



Para más información visita nuestra web www.visionarytool.com
O si lo prefieres escribenos a info@visionarytool.com



Estilo atemporal bajo el prisma de la innovación

Desde 1913, la compañía Eschenbach Optik ha sido sinónimo de artesanía tradicional en la fabricación de gafas, con una audaz previsión y fuerza innovadora. La marca Jos. Eschenbach une todos estos valores. Al hacerlo, la marca reflexiona sobre el legado del padre fundador y homónimo Joseph Eschenbach: "Jos" era su nombre abreviado.

Jos. Eschenbach es sinónimo de visión, tradición e innovación en el diseño y fabricación de gafas de alta calidad. Hoy en día, más de un siglo después de la fabricación y comercialización continuada de gafas artesanas realizadas con los mejores materiales, la marca alemana se ve reforzada por la innovación técnica con el objetivo de desarrollar una colección de titanio de alta calidad con un diseño atemporal.

"Heritage"... **¡con una interpretación actual!**

Gafas con la marca de 1913 definen la nueva colección "Heritage". La artesanía en el diseño y elaboración de cada modelo de gafas se interpreta para la era actual y crea una simbiosis armoniosa entre tradición y diseño moderno. Antiguos modelos Eschenbach con placas metálicas laterales son la fuente de inspiración para la actual colección, algo reducida para adaptarse a las necesidades diarias, y que se muestra con un aspecto actual, muy de nuestros días. Algunas monturas de la colección reciben suaves reflejos de luz a través de una tecnología puntera de transferencia del color. Las varillas remachadas otorgan una probada estabilidad a la montura, mientras que la evolución moderna de lo terminales en forma de bucle proporciona un gran equilibrio a la gafa para una mayor comodidad de uso. Se trata de formas de filigrana en titanio ultraligero: calidad premium para cualquier edad.

Core, diseño atemporal **ligero como una pluma**

Jos. Eschenbach persuade a través de los materiales premium. Modelos actuales, sofisticados y armoniosos, en donde las distintas formas se unen creando un diseño único. Sorprendentemente ligeras, con solo cinco gramos, las monturas de titanio son enormemente robustas y flexibles al mismo tiempo. Todas las monturas Core de titanio de la marca Jos. Eschenbach son a la vez ultraligeras, flexibles y con una gran estabilidad. Completadas con acetato de alta calidad, toda la colección promete comodidad en el uso diario y una longevidad casi eterna.





Actualiza el centre Òptic Alcarràs con un espléndido proyecto de reforma

Centre Òptic Alcarràs viene ofreciendo desde hace años una excelente labor profesional gracias a un equipo humano excelente, altamente cualificado, y con el respaldo de maquinaria técnica de última generación propia únicamente de los centros ópticos más punteros. A esta profesionalidad, atención y tecnología que ofrecen en la óptica se añade ahora una imagen estética acorde y necesaria a los tiempos y tendencias actuales en decoración y estilismo, materializada en un espléndido proyecto de reforma para actualizar las instalaciones que ha visto la luz de la mano de CRESPI INTERIORISME, todo un referente en diseño y decoración de espacios comerciales en general y de ópticas en particular.

Tras las preceptivas conversaciones y estudios previos entre los responsables de Centre Òptic Alcarràs y CRESPI INTERIORISME, ambas partes decidieron cuál era el proyecto ideal y llegaron a la conclusión de que el realizado es, si lugar a dudas, el que mejor cumple con sus necesidades actuales y de futuro. Con las ideas claras se realizaron imágenes virtuales en 3D, para definir



Crespi Interiorisme, estudio especializado en el diseño de ópticas desde hace 20 años, ha dotado al Centre Òptic Alcarràs de una imagen acorde con las tendencias actuales en decoración y estilismo.

Funcional y exclusivo, el establecimiento transmite profesionalidad en un clima acogedor que realza el producto y lo acerca al cliente.

detalles, colores y confirmar necesidades. La obra física la realizaron industriales de la zona, aportando CRESPI INTERIORISME el montaje del mobiliario, así como todos los planos en los que se basaron los industriales para realizar la obra.

Como es norma habitual la iluminación general y puntual se realizó mediante equipos led que permiten enfatizar, poner en valor y destacar el producto de manera sorprendente con la tonalidad acertada y la potencia adecuada. “Es una tienda muy visual, la mayoría del producto está expuesto mediante distintos soportes para evitar la monotonía y potenciar su aspecto. El cliente puede ver, tocar, probar, elegir el producto y tras su elección dejarse asesorar por los profesionales”, comentaban los responsables de CRESPI INTERIORISME y Centre Òptic Alcarràs, establecimiento en el que cabe destacar también el clima acogedor que transmite mediante la perfecta elección y equilibrio de las tonalidades de los materiales que le otorgan fuerza, tranquilidad, diseño y una solidez que le va a permitir perdurar con el tiempo.

Mas información en:
www.crespinteriorisme.com





MANGO

Es una de las marcas de moda más importantes del mundo y ha elegido Opticalia para desarrollar y comercializar en exclusiva sus colecciones de gafas **en más de 50 países.**

¿Quieres formar parte de Opticalia?

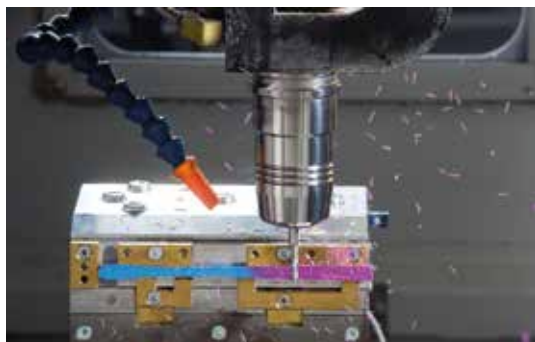
OPTICALIA

www.opticalia.es

Suitto

Presenta nuevos colores exclusivos para la colección 2019

Los colores de la colección de acetato y los lacados de las monturas metálicas son creados exclusivamente para Suitto, según las referencias Pantone escogidas.



Las monturas Suitto se diseñan y fabrican en Barcelona siguiendo los más estrictos procesos creativos y a partir de placas artesanales de celulosa de una sola pieza.



Nacidas de la experiencia y el conocimiento de la profesión óptica, la base del diseño de las monturas Suitto es la de solucionar las necesidades visuales y estéticas del usuario.

Diseñadas y fabricadas en Barcelona por ópticos artesanos, la colección de monturas Suitto nace de la experiencia y del conocimiento global de la profesión, con el compromiso de ofrecer el mejor producto y servicio óptico. Para Suitto, la base del diseño debe ser poder solucionar las necesidades visuales y estéticas de cada usuario.

“Tested on faces” es el proceso creativo de Suitto, donde una vez hecho el esbozo definitivo con los calibres determinados, se hacen muestras con impresora 3D, para verificar los diseños, luego se hacen los prototipos en acetato celulosa o en metal y se testan en personas reales, buscando el ajuste perfecto a cada rostro.

Las monturas ópticas de metal son de aleación ligera y galvanizadas, ofrecen estabilidad en su uso y facilidad de ajuste. Los frontales están lacados a mano a juego con el color del terminal de acetato de la varilla. Por otra parte, la colección de monturas de acetato, se fabrican a partir de placas artesanales de acetato de celulosa de una sola pieza para dar solidez en el conjunto de la montura, sobre todo en los codos y puente.

Las monturas Suitto se distribuyen exclusivamente en ópticas profesionales que respetan los productos y los servicios ópticos.

www.suittoeyewear.com - @suittoeyewear - comercial@suittoeyewear.com



Suittor

Tested on faces

SHAMIR SPECTRUM+™

La lente ergonómica
de uso diario



Desde su lanzamiento, Shamir Autograph Plus™ es una de las lentes favoritas de los presbíteros. Ahora, en una versión actualizada, Spectrum + incorpora la tecnología de diseño de lentes más innovadora de Shamir.

No sólo ofrece zonas de lectura más amplias, sino que es una lente personalizada que se adapta a la postura de lectura del cliente, ofreciendo una experiencia visual mejorada y más cómoda.

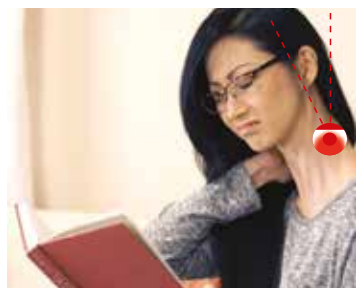
¿Por qué Shamir Spectrum +™ es una gran opción en lentes progresivas?

Siguiendo con sus innovaciones en el mundo de la óptica, Shamir incorpora su última tecnología a una lente ya popular para hacerla aún mejor.

SHAMIR SPECTRUM+™ - Ahora con Natural Posture Technology™

Progresivo Sin Natural Posture™

Postura incorrecta, causa malestar



Shamir Spectrum+™

Postura de lectura natural y cómoda



NATURAL POSTURE™ TECHNOLOGY - Un gran concepto de diseño ergonómico



Esta tecnología posiciona dinámicamente la zona de lectura cercana dentro del pasillo de la lente, teniendo en cuenta si la graduación es positiva o negativa. Así reducimos la necesidad de mover la cabeza hacia delante o hacia atrás, de bajar o levantar un libro cuando lo leemos, en un intento de encontrar la distancia y el ángulo de visión correctos. Las molestias posturales se reducen al mínimo, asegurando una postura natural y cómoda durante la visión cercana.

Shamir Spectrum+, incorpora el nuevo concepto de diseño ergonómico, **Natural Posture Technology**, que personaliza el posicionamiento de la zona de visión próxima en función de la prescripción del usuario, teniendo en cuenta si es positiva o negativa. El resultado es una postura de lectura natural que proporciona un enfoque óptimo. Shamir Spectrum + asegura una experiencia natural y cómoda durante todo el día.

www.shamir.es



SHAMIR



Inspirada en la forma aviador con un toque retro y puente extra plano, la gafa BE5003 está disponible en negro, tortuga y cristal con acabado mate y lentes espejadas. Por su parte el modelo femenino BE5006 luce una silueta ovalada de inspiración años 90 y se presenta en varios colores de montura y lentes.

United Colors of Benetton

La diversidad llega al eyewear con Mondottica

La firma de moda presenta su primera colección de eyewear diseñada, producida y distribuida por Mondottica. Con una montura ideal para cada usuario, la propuesta es una celebración de la expresión individual de hombres y mujeres de todo el mundo.



Inspirada en una sinfonía de detalles que celebran simbólicamente la diversidad global, la marca italiana United Colors of Benetton toma su exclusivo ADN para reinterpretar los diseños más elegantes de eyewear de los últimos 50 años convirtiéndolos en formas icónicas llevables en el día a día.

El confort se maximiza en cada gafa gracias a las suaves varillas ajustables y las almohadillas nasales fabricadas con materiales premium que aseguran ajuste perfecto y durabilidad. La colección estará disponible a partir de 2019 en ópticas y en tiendas Benetton.

Disponible en una variedad de tonalidades muy amplia que se adapta a todas las formas de rostro y de tonalidades de piel, el diseño BE5010 es ligeramente extra grande y muy ligero, mientras que el BE5013 incluye varillas de goma para garantizar el máximo agarre.

Hay que escuchar a lo viejo porque lo viejo es sabio



AD14411 512

En realidad, todos deberíamos ser más viejos. Al menos de vez en cuando. En un mundo donde solo importa lo último, lo que acaba de salir, Adolfo Domínguez apuesta por volver a los orígenes, escuchar y aprender de lo viejo. Porque los viejos saben. Los viejos han visto.

Es por ello que, para su colección de Sol de 2019, propone formas heredadas de los años 60 y 70 tanto para hombre como para mujer. Para ella, las formas de pera y Lennon predominan sobre base plana en los modelos de metal. En acetato, la montura se torna más gruesa mientras que su forma se estiliza dando lugar a unas angulosas "cat eye" con ribetes de metal envolviendo la lente.

Todo resulta familiar y evoca al pasado, a la eternidad de algo que ha sido vivido durante generaciones y que vuelve renovado con materiales más resistentes. Los imborrables recuerdos del pasado siempre se pueden mejorar. Para él, se proponen modelos de metal en tres piezas. Máximo minimalismo donde el cromatismo de la lente toma el protagonismo y se funde con la piel de su portador. En modelos de acetato, las formas se tornan filis de poderosas líneas hexagonales y perfiles más altos, más anchos.

En total, 24 modelos con tonalidades suaves que invitan a la calma y en las que predominan los colores de la tierra. Toda una declaración de intenciones en la que lo natural y lo de siempre busca imponerse ante las nuevas modas. Porque lo efímero no puede estar por encima de nuestro viejo y experimentado sentido común.

OPTIM
optim.vision

 @optim.vision
 optim.vision
 @optim.vision
 @modaoptica



www.optim.vision

Síguenos en Instagram para conocer todas las novedades de **Optim**. ¡Y no olvides el resto de redes sociales y nuestra página web!



ADOLFODOMINGUEZ

El encanto

femenino

La colección primavera-verano 2019 de la firma homenajea a la mujer y a su elegancia, con unos diseños de formas clásicas reinventadas ideales para complementar un look encantador.

Ana Hickmann rinde culto a la mujer en su nueva propuesta para la próxima temporada. La esencia de la feminidad es la clave de sus líneas sutiles y redondeadas, que se inspiran en una selección de las monturas clásicas más encantadoras de la firma.

Pensadas para la mujer con gran sentido del estilo como punto en común, la colección revive el ojo de gato más popular de los años 30 junto con el sistema de varillas Duo-Fashion de la colección DNA. Estas monturas de última tecnología poseen un sistema de varillas con movimiento rotatorio, lo cual permite combinaciones de colores y materiales sorprendentes, incluso dos looks en uno.

Ana Hickmann pertenece a GO Eyewear Group, junto con firmas como Bulget y T-Charge. Sinónimo de diseño, tecnología y calidad en todo el mundo, puede obtener más información en: goeyeweargroup.com/es/ y en el teléfono 931 988 468.



La colección de sol rinde homenaje a las formas más clásicas como el corte diamante o el ojo de gato. El modelo AH3202 se inspira en el corte Peruzzi original, que dio lugar al corte de diamante actual. Con lentes customizadas, esta gafa de sol al aire, en tres colores exclusivos, enfatiza la delicadeza a la vez que hace toda una declaración de estilo.



El diseño de vista de "arlequín", nacido en los años 30 de la mano del diseñador Altina Schinasi, inspira la montura metálica ojo de gato AH1372. Esta forma clásica ha sido rediseñada para resultar más angular. Combinada con las varillas Duo-Fashion, son la última expresión de la elegancia y la feminidad. Está disponible en cuatro colores.



La tendencia ojo de gato confiere nuevas formas angulares a los modelos más clásicos. Es el caso de la montura Ana Hickmann AH6377, en acetato grueso y cuatro colores a elegir que, junto con detalles metálicos en el talón y en la varilla, logra un look sutil a la par que encantador.

CUMPLE TU SUEÑO

4 RAZONES PARA ESTAR TRANQUILO.

Abre tu propia óptica con el respaldo de un líder, **ALAIN AFFLELOU**.



Encontrarás la localización perfecta para tu óptica

El Departamento de Expansión buscará y estudiará la mejor ubicación para ti.



Tendrás la formación empresarial necesaria

A través de un programa completo de formación continuada presencial y on-line.



Los clientes conocerán tu óptica

Mediante una presencia continuada en TV, acciones de marketing local y CRM y una inversión intensa en publicidad digital.



Dirigirás tu negocio como a ti te gusta

Tú decides qué comprar, tú fijas los precios. Nosotros te ayudamos a tener éxito con tu plan de negocio.

SOLICITA EL DOSSIER INFORMATIVO COMPLETO EN
www.afflelou.es/franquicia

Para cualquier duda o consulta estaremos encantados de atenderte en el **91 151 77 00 (Marta)**



ALAIN AFFLELOU
Óptico y Audiólogo





PORQUE EL POLO MOLA, PERO UN POLO GRATIS MOLA MÁS.

Nueva campaña Vimax 2019 by Prats.

Debido al éxito de la Campaña de un año de cine con Vimax, para este 2019 se ha diseñado una campaña, nuevamente con una imagen totalmente innovadora y rompedora en el sector.

Una campaña donde **cada mes se sortea un Wolswagen Polo** entre todos los usuarios finales de lentes Vimax que se den de alta en la web www.vimaxlens.com.

La nueva campaña viene apoyada de un kit material de punto de venta con el cual las ópticas VIMAX mejoraran su mix de ventas, pudiendo ofrecer segundas parejas de lentes adaptadas a los **diferentes Usos de Visión** de cada usuario. Lentes ocupacionales, lentes especiales de conducción, lentes solares, lentes deportivas,...

Además durante todo el 2019, tendremos **sorpresas a nivel nacional para fomentar la venta de lentes VIMAX** entres las ópticas especializadas en lentes progresivas Vimax. Si quieres saber más sobre la campaña Polo Vimax **contacta con tu Delegado Comercial o llama al 902 230 260.**



grupoprats.com



[/vimaxlens](https://www.facebook.com/vimaxlens)



[/Vimaxlens](https://www.instagram.com/Vimaxlens)

vimaxlens.com



VIMAX

vision to the max



Elige **lentes progresivas Vimax**
y regala a tus clientes
un Volkswagen Polo cada mes.

INTRODUCE A TU ÓPTICA EN vimaxlens.com

Porque el polo mola, pero un Polo Gratis mola más.

Las lentes progresivas más avanzadas del mundo sortean 1 Volkswagen Polo cada mes durante 2019. Elige Vimax, y benefícate de una promoción única para tu óptica y tus clientes. Además recibirás un material promocional espectacular para ayudar a tus ventas.

Vimax by grupoprats.com



vimaxlens.com



VIMAX®

elige ver.

GIGI Barcelona



Gigi Barcelona presenta sus nuevos diseños
Entre los nuevos 30 modelos, la marca lanza
la primera colección exclusiva para hombre

Gigi Barcelona lanza este enero nuevas creaciones. Un total de 30 nuevas monturas que refuerzan las tres líneas de la marca: Optical, Sun y Lab y, por primera vez, lo hace con 11 modelos que han sido concebidos exclusivamente para hombre. Monturas de mayor calibre con diseños sofisticados y de máxima calidad que quieren convertirse en una referencia para el público masculino.

La colección para hombre cuenta con cinco modelos de OPTICAL, entre los que destaca Denver, un modelo de estilo aviador con Windsor de acetato o Lewis, más cuadrado y con doble puente.

Por su parte Gigi Barcelona LAB, la colección más minimalista de la marca elaborada con materiales exclusivos, crece con seis nuevos diseños siendo dos de ellos para hombre. Se trata de Joel y Egor, dos monturas elaboradas en betatitanio.

La colección de SUN también cuenta con cuatro nuevos diseños masculinos. Son modelos como la cuadrada Harry o Jourdan, de inspiración aviador, ambas elaborados en acero inoxidable y los diseños oversized Liam y Philipp fabricados con elegantes y suntuosos acetatos.

También para mujer hay importantes novedades. Sobresalen tres monturas de la colección Sun muy femeninas elaboradas en acetato. Son las refinadas y elegantes Amelia, Agatha y Margot. Así mismo, destaca Stef, una gafa en forma de pantalla y unisex.

Todas las novedades de la marca se presentan oficialmente en la feria OPTI 2019 que se celebra en Múnich del 25 al 27 de enero (Hall C2 Yes! Area - Stand 625) y se pueden consultar ya en la web de Gigi Barcelona.

www.gigibarcelona.com

Sun



MARGOT, oversized, cat-eye y con elegantes rebordes, es uno de los nuevos diseños para mujer de la colección SUN. También en havana, negro y beige translúcido.

Lab



En Gigi Barcelona LAB, destaca JOEL una montura extra ligera para hombre de forma rectangular. Fabricada en betatitanio.

GIGI Barcelona estará presente en Opti 2019, en Múnich del 25 al 27 de enero. Hall C2 Yes! Area Stand 625

Optical



JACK es un diseño para hombre elaborado en acetato fresado, una de las novedades de la colección OPTICAL.



DSQUARED2

Los actores protagonistas de *Élite*, Jaime Lorente, Álvaro Rico Ladera, María Pedraza y Ester Expósito lucen gafas de sol Dsquared2, del Grupo Marcolin. Jaime y Álvaro llevan el modelo DQ0303 en negro y en azul, mientras María y Ester se decantaron por la gafa DQ0298 en azul y dorado, respectivamente.



CH CAROLINA HERRERA

CH Carolina Herrera, firma de De Rigo, nos sorprende en su nueva colección primavera-verano con modelos de sol como éstos, muy femeninos, de estilo vintage y amplias formas cuadradas. Los especiales encolados del acetato crean un efecto geométrico a imitación de un tablero de ajedrez.



VAVA EYEWEAR

Vava eyewear presenta para la temporada primavera-verano nuevos modelos fabricados en aluminio que amplían la colección White Label, su línea más clásica, cuyo patrón se basa en la sencillez y los diseños minimalistas. Los modelos WL0022, de vista, y WL0023, de sol están fabricados en Italia e incorporan lentes Barberini. La forma circular y el doble puente marcan el contraste en el diseño, con diferentes juegos de color. Su look se mantiene sofisticado, sutil y elegante.



KOMONO

La cantante y actriz británica Rita Ora ha lucido la gafa de sol Ava de Komono en el festival de música Jingle Bell Ball 2018, celebrado hace unas fechas en Londres. El modelo Ava presenta un diseño metálico de estilo minimalista, que destaca por su silueta cat eye muy afilada, con el frontal superior y el puente totalmente rectos.



VINYL FACTORY

Vinyl Factory da a conocer en opti (Múnich) su nueva colección, en la que destacan dos modelos de sol y otros dos de vista. Mioll es una psicodélica gafa de sol estilo años 70, en acero con sinuosas líneas llenas de color en las varillas y Hughes se centra en una estructura metálica que refuerza su personalidad.

En vista, la amplia forma rectangular de Warwick garantiza la máxima comodidad mientras el acetato realza su clasicismo. La opción más retro es Burrows, cuya ceja destaca para realzar el contraste con el metal más marcado.



LIGHTBIRD

Lightbird, nueva marca de gafas fundada por el diseñador Corrado Rosson, se suma al mercado del eyewear con un producto innovador enmarcado en la colección Light_matter (con 13 modelos de vista y 2 de sol), nombre del material en que están realizadas las gafas: derivado de la unión del acetato italiano y la aleación de aluminio ligero de alta tecnología.

A close-up photograph of a man and a woman. The man, on the left, has short brown hair and a light beard, wearing thin, round, blue-rimmed glasses. The woman, on the right, has long, wavy brown hair and is wearing thin, round, gold-rimmed glasses. They are both looking directly at the camera with soft expressions. The man's hand is gently resting on the woman's shoulder. The background is a plain, light grey.

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



BLACKFIN

Las nuevas monturas de Blackfin se unen a la colección Black Edition en la que el titanio alcanza niveles desconocidos hasta ahora. Gracias al tratamiento patentado Blackfin Nano-Plating™, 10 de sus modelos bestsellers están disponibles ahora con un exclusivo acabado brillante y detalles en colores como el ámbar dorado o el amarillo imperial. www.blackfin.eu



STING

Sting -De Rigo- crea para él y ella la familia Love, protagonizada por diseños de estilo aviador, de forma geométrica, líneas delgadas y colores vivos colocados en los bordes superiores externos.



SEEEO

La firma austriaca SEEEO ofrece un regalo ideal para la festividad de San Valentín, el 14 de febrero. Obsequia a tu pareja con un complemento que potencie su manera de ser y su imagen, porque ¡No hay nadie como él/ella! Más allá de la parte estética, las gafas SEEEO van con prácticos estuches en piel y en distintos colores como sus diseños. Comodidad y estilo van de la mano.



JF REY

Con materiales nobles, ajustes favorecedores, siluetas perfeccionadas y dualidad de estilos la línea *Carbon Wood*, de JF Rey, seduce con sus piezas más chic que combinan madera natural y fibra de carbono con la creatividad y singularidad habituales en la firma francesa. Sus nuevos modelos, mezcla de estilo contemporáneo y retro, aportan elegancia y modernidad al look masculino o femenino.



XAVIER GARCÍA

Xavier García emprende un proceso de *rebranding* e idea nuevas formas de incorporar los valores de transversalidad, empatía y autenticidad; todo mediante un lenguaje que posiciona a la marca en el mundo de la moda al tiempo que proyecta su actitud contemporánea. Su nueva colección se centra en el material: los colores y las formas se combinan para formar piezas atemporales y cada montura se convierte en un objeto de diseño, creado con una delicada combinación de lo contemporáneo y lo clásico.



SALVATORE FERRAGAMO

El actor estadounidense Armie Hammer disfrutó de un espléndido día en Los Angeles protegiendo su vista con gafas de sol de Salvatore Ferragamo, modelo

SF187S, una gafa cuadrada con bordes redondeados y efectos de contraste. El marco va perfilado en metal y las varillas ultraligeras y delgadas llevan terminales rectangulares grabados con el logotipo de la marca.



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



**STAR
WARS**

Disney

© 2015 Lucasfilm Ltd. All Rights Reserved. LUCASFILM



**COLECCIONES DE
VISTA Y SOL**

— OLSOL —

SOLICITANOS EL CATÁLOGO Y MÁS INFORMACION

93 480 99 80

Intensifica la mirada a través de tus gafas

En cualquier momento del día o de la noche, pero especialmente en fiestas, reuniones y celebraciones, todos –especialmente ellas– queremos lucir nuestro mejor aspecto, lo más radiante posible. Al llevar gafas es frecuente que surja la pregunta ¿cómo puedo resaltar mis ojos para que no se pierdan detrás de las gafas? Desde Óptica Universitaria nos dan una serie de tips para que las gafas sean el aliado perfecto para realzar la mirada destacando el brillo de los ojos y resaltando la belleza del rostro.

Todo empieza en el cristal

Si tienes miopía sentirás que los cristales te hacen la mirada más pequeña. Para contrarrestar este efecto apuesta por marcar bien el ojo utilizando un eyeliner oscuro. Después, aplica un par de capas de máscara de pestañas negra. Si, por el contrario, tienes hipermetropía y los cristales que usas te agrandan el ojo, opta por un maquillaje suave, por ejemplo, apuesta por un eyeliner fino y aplica una única capa de máscara de pestañas. Además, recuerda que es importante tener en cuenta el recubrimiento antirreflejos de las gafas, ya que, de no llevarlo, los cristales estarán llenos de reflejos y no se podrán apreciar bien tus ojos.



Ilumina tu mirada

Bajo cierta luz e independientemente del cristal que lleves, algunas monturas pueden arrojar sombras alrededor de la zona de los ojos. Para combatirlo, recurre a la técnica del contouring, aplicando iluminador en la parte inferior de los ojos hacia abajo hasta llegar al centro de la nariz. De esta manera, resaltarán los ojos y no las sombras.



Ojos o labios, pero no ambos

Al igual que con cualquier look, lleves gafas o no, es mejor resaltar los ojos o los labios, pero no sobrecargar ambos. Si llevamos unas gafas llamativas y nos encantan las sombras dramáticas, es mejor que descartemos una barra de labios de color intenso y combinemos nuestra mirada con un brillo sin color o un bálsamo labial ligeramente teñido. Si no es así, podemos pasar de los ojos dramáticos y optar por el eyeliner, rímel y un labial colorido y brillante. Este look queda especialmente bien con gafas de estilo vintage.

Estilo de cejas adecuado

El estilo de las cejas debe ir en función del tamaño y la forma de la montura de gafas que llevemos, así como también del espesor y la forma natural de las cejas. Actualmente son tendencia las cejas llenas, definidas y arqueadas, sin embargo, si llevamos una montura llamativa o de colores intensos, debemos evitar el maquillaje muy fuerte en las cejas. Si llevamos una montura más pequeña y sutil, podemos rellenar las cejas de su color natural, lo que ayudará a centrar la atención en los ojos y a resaltar la mirada.

Párpados llenos de color

Cuando llevamos monturas de colores intensos solemos optar por que todo nuestro maquillaje sea sutil, pero no debemos descartar un maquillaje intenso, sobre todo en la zona de los párpados. Un delineador de ojos llamativo, unas pestañas bien definidas y sombras llenas de color, son todas excelentes maneras de jugar con los ojos. Si elegimos un color de sombra de ojos brillante, debemos tener en cuenta que complementa el color de la montura que llevamos; ya que si desentonan podría deslucir el resultado final.

No olvidemos la higiene

Aunque queramos lucir nuestro mejor look no debemos olvidar que la salud va por delante; en este sentido, Alicia Escuer, directora técnica de Óptica Universitaria, comenta: “está bien llevar maquillaje, pero también puede aumentar el riesgo de irritación de los ojos. Por ello, es importante que siempre nos desmaquilemos completamente antes de irnos a dormir”.

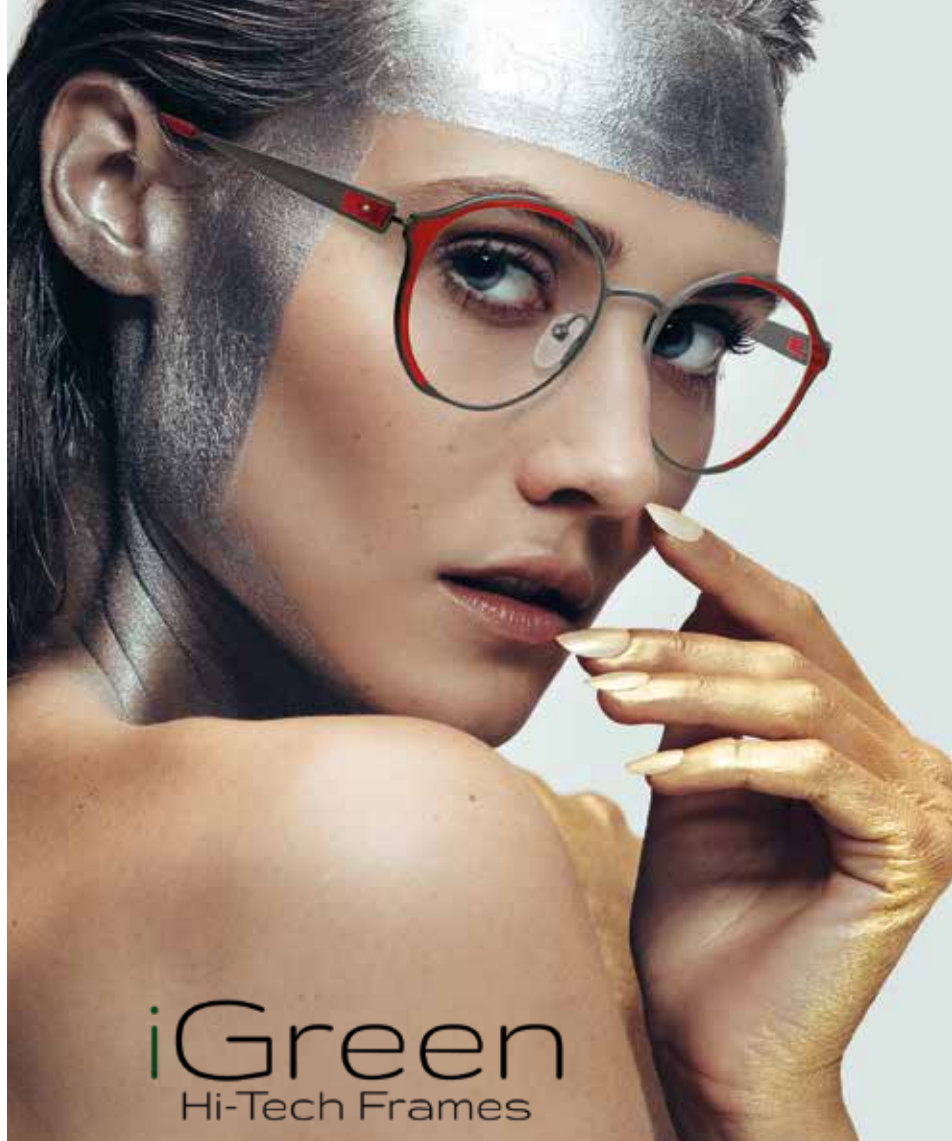


iGreen by Thema Optical Presenta su nueva versión **iGreen Evo en metal**

iGreen es la colección de gafas más innovadora y tecnológica de Thema Optical. Esta línea, en constante evolución, se enriquece este año con iGreen Evo, una nueva colección de monturas que tiene como protagonista al metal.



Las nuevas monturas de la colección iGreen Evo, del fabricante italiano Thema Optical, se caracterizan como todas las de la serie iGreen ofrecer monturas ligeras y flexibles, con colores brillantes y personalizables, con especial atención al medio ambiente gracias al uso de sistemas que limitan el consumo de agua, electricidad y, sobre todo, de disolventes durante los procesos de fabricación. Estos nuevos modelos actualizados



a los estilos del momento, en acero, van realzados e iluminados por inserciones en acetato transparente en los frentes que hacen que los matices sean delicados y elegantes. La gama de colores va desde dorado pálido combinado con violeta, pasando por el metal pistola con verde bosque o azul china hasta el plata.

"Thema Optical acaba de lanzar la nueva colección Evo, perteneciente a su marca estrella iGreen. Realizada enteramente en metal, con aplicaciones de acetato colorido, se presenta en versiones para hombre y mujer"

iGreen completa la oferta básica con 6 modelos nuevos, todos personalizados: 4 en versión para mujeres, una unisex y otra masculina. Todas las propuestas tienen varillas de metal planas, muy ligeras y flexibles. Las formas cuadradas



y grandes llegan pisando fuerte dada la tendencia de volver a ponerse de moda, junto a ellas tenemos en esta colección de iGreen las muy femeninas de mariposa para un look retro pero siempre de moda.



Varilux X Series, reconocida como “Producto del Año 2019”

Varilux X Series, la gama más avanzada de lentes progresivas Varilux a nivel mundial, ha sido reconocida como ‘Producto del año 2019’ y elegida entre más de cien productos inscritos a este certamen en 46 categorías.

La 19ª entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación tuvo lugar a mediados del pasado mes de diciembre en el Hotel Majestic de Barcelona, donde se congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban representantes del mundo empresarial y del Marketing y la Comunicación.

Las lentes Varilux X Series han sido validadas por el comité deontológico del ‘Gran Premio a la Innovación: El Producto del Año 2019’ tras un exhaustivo estudio realizado con más de 10.000 personas sobre innovación en gran consumo. Este estudio ha sido realizado a través de dos tipos de test totalmente independientes de la organización que garantizan la absoluta imparcialidad y rigor de los resultados y escenifican el proceso de compra habitual. En concreto, la evaluación ha consistido, por una parte, en un test online a esas más de 10.000 personas representativas de la población española mayor de 18 años, valorando el grado de innovación y de intención de compra.

“Este galardón supone un impulso y un enorme reconocimiento para Varilux, una de las principales marcas de nuestra compañía, Essilor, que se traduce en la gratificación del trabajo bien hecho”, ha apuntado Pedro Cascales, Country VP Spain de Essilor. El reconocimiento llega en un momento importante para la compañía, ya que recientemente Varilux ha sido nombrada como la marca más recomendada por los profesionales de la visión, según una encuesta realizada en abril pasado a 1.018 ópticos independientes de diez países, entre ellos España.

Durante el evento se presentaron las conclusiones del estudio sobre ‘Innovación en el punto de venta’ realizado por Salvetti Lombart para El Producto del Año y Euromadi a 600 consumidores en el mes de octubre. Las conclusiones demuestran que la innovación supone un ancla efectiva de compra para los consumidores. Y es que dos de cada diez la buscan proactivamente en el punto de venta, dato que aumenta hasta el 33% entre los millenials. Además, al 50% de los consumidores les gusta comprar innovaciones cuando las ve en el punto de venta, aunque muchas veces les resulta difícil identificarlas.

Varilux X Series

Las nuevas lentes Varilux X Series responden a los retos del presbita actual: visión perfecta, multitarea e hiperconectividad, para ofrecer una visión extendida en el área de visión al alcance de los brazos. Además, son las más avanzadas gracias a sus cuatro tecnologías exclusivas que permiten una rápida adaptación y un elevado grado de personalización. Se trata de la tecnología Xtend o fluidez en la visión de cerca, Nanoptix o equilibrio en el movimiento, Synchron Eyes o amplio ángulo de visión que tiene en cuenta las diferencias fisiológicas de cada ojo para proporcionar campos de visión amplios, y, por último, Xclusive 4D, que identifica el ojo dominante para personalizar las lentes progresivas y ofrecer un tiempo de reacción más amplio.

La nueva gama de lentes progresivas Varilux X Series se produce en España. La producción local permite a Essilor, no sólo contribuir a la economía española y apostar por la innovación, sino ofrecer un servicio más rápido y próximo al cliente.

Personalización, clave para Varilux

Son varios los parámetros que hay que tener en cuenta a la hora de definir y evaluar el grosor de una lente progresiva, como la graduación del usuario, la materia con la que está fabricada la lente y el índice de refracción de la misma. Además, el proceso de elección de la lente se simplifica gracias a un modelo de software interactivo que permite medir todos los parámetros fisiológicos y de comportamiento del usuario. De esta manera, se realiza la toma de medidas digital de forma más cómoda, rápida (menos de 40 segundos) y precisa gracias a una cámara de alta definición.

Toda la gama Varilux ofrece la posibilidad de elegir la montura deseada gracias a la ayuda de un simulador virtual. La elección de la montura también es importante en un progresivo ya que se deben tener en cuenta las necesidades visuales del usuario, las actividades que realiza y sus preferencias estéticas.



Lotus

www.lotus-desing.com

Foto: NORTE Fotografia Profesional
isaac.norte@gmail.com (@norte.photography)



Confort y seguridad en gafas infantiles

De la mano de Nova óptica llega la nueva colección 2019 de gafas infantiles Life Italia Kids, con modelos para niños desde los 3 hasta los 12 años. Son monturas diseñadas y creadas para ofrecer el mayor confort, ajuste y seguridad a los pequeños ya que son totalmente ergonómicas, flexibles y sin partes metálicas.



La nueva colección de la marca está fabricada a base de goma médica EMS, un innovador material que es completamente antialérgico, lo que garantiza la seguridad de los niños ante la exposición a productos químicos. Asimismo, utiliza el avanzado sistema de varillas Multi-Flex, que dota de gran flexibilidad a estas monturas ya que permite doblarlas hasta más de 270° y volver a su forma original. Además de adaptarse a distintos rangos de edad, gracias a su ergonomía son aptas para lentes multifocales.



Los nuevos modelos de la colección Life Italia Kids se adaptan a diferentes rangos de edad, desde bebés hasta los 12 años. Fabricadas en goma médica, incorporan un avanzado sistema de varillas Multi-Flex y son aptas para lentes multifocales.

Life Italia kids propone nuevas y divertidas gafas para satisfacer las exigencias y necesidades de los padres y sus peques tanto en seguridad y confortabilidad como en diseño pues se presentan en una gran variedad de colores y formas que van desde las circulares a las rectangulares. Con esta nueva línea que acerca a nuestro país Nova Óptica, los bebés y niñas y niños entre los 3 y los 12 años tendrán el modelo más adecuado a sus deseos y preferencias en materia de salud visual y estética.



Distribuidor para España:

NOVA OPTICA, S.L.
IMPORTACIONES DE ÓPTICA

Tels.: 979 80 85 37 y 979 80 85 40

Fax: 979 80 85 38.

Email: dondonova55@gmail.com



Da la bienvenida a 2019 y celebra la “Fiesta del Roscón”

El equipo de TDSO –Taller de Desarrollo de Sistemas Ópticos–, encabezado por su director-gerente Javier Martín, reunió en sus instalaciones de Madrid a proveedores, clientes y amigos del sector óptico la tarde-noche del 4 de enero para celebrar su ya tradicional “Fiesta del Roscón”, en la que son protagonistas los típicos roscones de Reyes.

Para celebrar la llegada de 2019 y conmemorar la festividad de Reyes, TDSO organizó el entrañable y animado evento ya conocido en el sector como “Fiesta del Roscón”. En esta edición más de medio centenar de profesionales de la óptica, entre ellos Lookvision, nos dimos cita en las instalaciones de la empresa para brindar por el nuevo año y compartir con el equipo de la empresa, amigos y profesionales, una velada entrañable en la que siempre reina la cordialidad, amistad, buen humor... Y unos espectaculares roscones de reyes rellenos de exquisiteces ibéricas como jamón, lomo y chorizo, o los más tradicionales y dulces como los rellenos de nata.



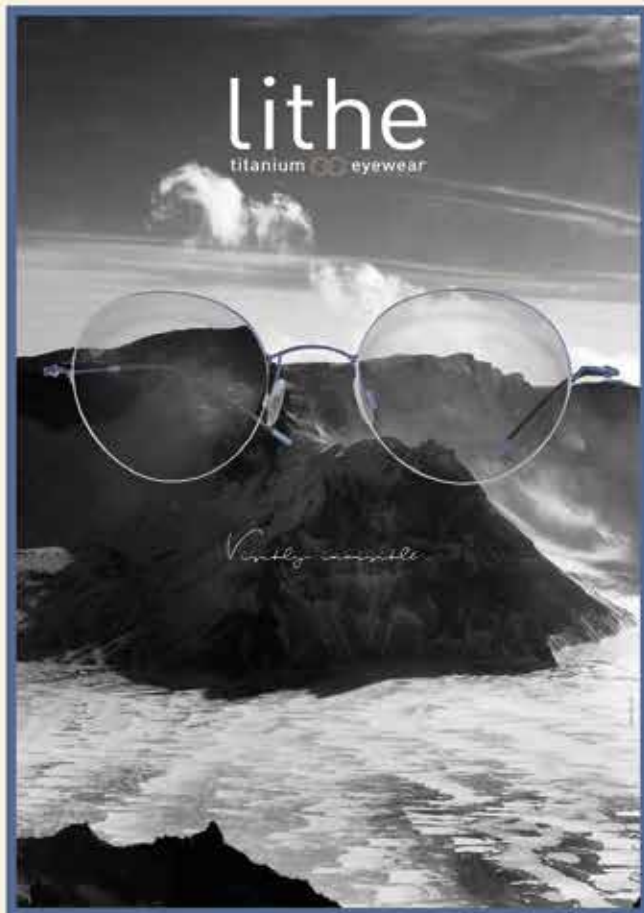
La familia Martín, con Javier al frente en su calidad de director-gerente de TDSO, celebró con profesionales y amigos del sector la llegada del nuevo año 2019 y su tradicional “Fiesta del Roscón”, en la que succulentos roscones de reyes hacen las delicias de los invitados.

TDSO –Taller de Desarrollo de Sistemas Ópticos–, es actualmente todo un referente en el sector y líder en montaje de lentes en todo tipo de monturas: graduadas, de sol y deportivas para cualquier actividad. También ofrece servicio de soldadura láser para titanio y otros metales y colabora activamente en los proyectos solidarios “Ven y Verás” de la Asociación Abre sus Ojos. La empresa cuenta con una experiencia de más de 25 años proporcionando un servicio integral de montaje y reparaciones de todo tipo de gafas a ópticas

independientes, cadenas y grupos de toda España. Para ello, en sus instalaciones de Madrid cuenta con maquinaria Essilor de última generación y un equipo de profesionales altamente cualificados capacitados por Javier Martín, director-gerente de la empresa, quien nos comentaba durante la “Fiesta del Roscón” que: “De este modo hacemos frente a un gran volumen de trabajo con extremada precisión y acabados perfectos en tiempos récords, prácticamente en 24 horas, y a unos precios altamente competitivos, con lo que la satisfacción de nuestros clientes, los ópticos, está totalmente garantizada”.



Las instalaciones de TDSO en Madrid acogieron un año más a los invitados a la “Fiesta del Roscón”. Como todos los años, contó con la presencia de profesionales del sector y de la propia empresa, así como la revista Lookvision.



Lanza una colección cápsula de sol

Se presenta en opti 2019 junto con otras novedades de Visibilia

Visibilia acude un año más a la feria alemana de Opti Munich con un amplio y representativo stand en el que mostrará a los visitantes todo su potencial y presentará las novedades más importantes de todas sus líneas de gafas.

Free Land es una de las marcas con las que Visibilia acude a opti 2019, del 25 al 27 de enero. En su stand 308, situado en el hall 3 de la feria, también estarán representadas sus otras firmas, entre ellas: Betty Barclay, Tom Tailor, Lithe, Visibilia Titan, Inout y Moxxi, todas ellas con interesantes novedades que podrán descubrir los visitantes de la feria, los clientes de la empresa y los profesionales del sector óptico en general.

La marca Free Land, que ya fue reconocida internacionalmente en Silmo al ser elegido su modelo Free Land Cardinale 71087 en “La Sélection” de Silmo, en la categoría Le Future, vuelve a sorprender presentando una colección cápsula de gafas de sol que se presenta al óptico en un estuche con los cinco modelos lanzados. De diseño único y original, estas gafas se presentan en dos colores cada una, están fabricadas en edición limitada, con materiales de la mejor calidad y van equipadas con lentes que incluyen tratamiento antirreflejante interior.

Con esta primera serie cápsula de Gafas de sol Free Land, Visibilia ofrece a las ópticas profesionales una oportunidad más de diferenciarse y ofrecer a sus clientes unas gafas de sol exclusivas dentro de la mejor relación calida-precio-diseño.

www.visibilia.es - www.freeland-bcn.com



Free Land también ofrece una amplia colección de monturas nacidas de la creatividad, la influencia del arte, los colores y los patrones inspirados en el Mediterráneo.



Visibilia lanza en exclusiva una línea cápsula de Free Land que incluye en su estuche cinco gafas de sol fabricadas en edición limitada.

Amplía su línea de gafas en acero inoxidable con Lisa y Martin



neubau eyewear amplía su gama de gafas en acero inoxidable con los nuevos modelos de graduado Lisa y Martin. Dos modelos que destacan por combinar un estilo urbano y minimalista, reinterpretando las míticas formas de los años cincuenta.



La feminidad y estilo quedan patentes en el modelo Lisa.



Martin es una nueva gafa unisex de neubau eyewear que se adapta a ti.

El nuevo modelo **Lisa** de neubau eyewear combina las favorecedoras formas cat-eye y mariposa, para conseguir una mirada más amplia y expresiva, que realza de forma sutil la feminidad de la mujer. Este nuevo modelo está disponible en los tonos pastel verde agave mate y rosa sedosa mate, que inspiran un ambiente primaveral y aportan luminosidad. Para aquellas que prefieren tonos más sobrios, Lisa también está disponible en una tonalidad rojo rubí mate.

Martin es un modelo de gafas unisex que reinterpreta el clásico estilo Clubmaster. Se adapta a cualquier rostro y rasgos, aportando un toque urbano y sereno a la mirada. Este nuevo modelo de neubau eyewear está disponible en diversas tonalidades de color, pensadas para encajar en cualquier estilo y ocasión: madera mate, oro mate y tinta negra mate.

Ambos modelos destacan por su ligereza, comodidad y resistencia, siguiendo con los estándares de calidad de la firma austriaca. Las plaquetas nasales permitirán ajustar las gafas según los rasgos del usuario, para asegurar una posición óptima. Como elemento decorativo y estético, el logo de neubau eyewear está presente en la varilla.

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





prodesign : denmark

THE SUN COLLECTION

Innovación y estilo de corte escandinavo

La nueva propuesta de sol de la firma está diseñada para garantizar un ajuste perfecto. Combinadas con una paleta de colores que enmarca la mirada con la máxima belleza, las nuevas creaciones de ProDesign juegan con las curvas y las tonalidades para conformar un universo minimalista.



Las tres formas con suaves curvas 8658-59 y 60 lucen lentes que combinan con los acetatos para crear un hermoso look. Sus elegantes bisagras flexibles aseguran el ajuste perfecto. Cada modelo está disponible en tres colores.

Tras más de 40 años de experiencia, ProDesign Denmark presenta su última colección de sol con su tradicional corte minimalista escandinavo, aunando funcionalidad y diseño. “Nuestra colección de sol está enriquecida con colores vivos y una alta saturación”, explica Martin Jespersen, Eyewear Architect de la marca. “Para garantizar que no resultara abrumadora, hemos mantenido los diseños minimalistas y otorgado todo el protagonismo a los colores”.



Las nuevas siluetas enmarcan lentes tintadas de tendencia que combinan con el tono del acetato, en colores que van desde el tradicional negro o marrón hasta el azul claro o incluso el rosa. Todas las lentes están disponibles para graduar.

ProDesign Denmark pertenece al portfolio

de marcas de Design Eyewear Group junto con otras prestigiosas firmas como Nifties, Face à Face, Inface y Woow. **Para más información visite: www.designeyeweargroup.com y en el teléfono: 944 211 776.**



El concepto novedoso de la serie 8661-63 es moderno y cautivador. De atractivas formas y amplios frentes en acetato, con varillas metálicas, ofrecen la mejor protección frente al sol. El toque más contemporáneo lo aportan las nuevas lentes en degradé. Cada uno de los tres modelos está disponible en cuatro tonos de color.

SHAMIR **URBAN**TM

You in the **city**



SHAMIR

www.shamir.es



Modelos de sol Atiu (hexagonal), Aviator camuflaje, Hydra + cadena, y Paros.

Oculos Óptica

Las Rías Baixas inspiran sus diseños

Oculos Óptica, cadena gallega de ópticas con establecimientos en las Rías Baixas, Vigo y alrededores, formada y dirigida por mujeres, nos presenta su colección de gafas de sol y graduado, así como un accesorio que cada vez cuenta con más incondicionales: las cadenas para gafas.

Desde su pasión y vocación por el mundo de la óptica, este grupo de mujeres entienden la gafa como el complemento de moda más importante: "Viste tu mirada y diviértete jugando con las formas y los colores. Desde el conocimiento del sector, en nuestro producto hay siempre dos máximas: diseño y calidad óptica" –comentan a Lookvision–.

Como podemos ver en las imágenes, vistiendo ellas mismas y familiares diferentes modelos, en su colección encontramos una mezcla de diseños clásicos y vanguardistas inspirados en la belleza de las Rías Baixas.
<https://oculosoptica.com/tienda/> - <https://www.instagram.com/oculosoptica/>



Montura de vista Bluebell y gafas de sol Nola y Cies(eyecat), Maui + cadena y Creta.

Extiende tus posibilidades con la nueva Neksia™ High Curve de Essilor



Lleva tu taller al siguiente nivel con la nueva biseladora Neksia™ High Curve con la que no sólo disfrutarás de las **características tradicionales** de la gama Neksia™ como un **uso sencillo y cómodo**, sino que también podrás obtener el máximo de tus **montajes en gafas de alta curvatura**. Y, por si fuera poco, con una relación calidad-precio imbatible.



Contacta con el equipo de Essilor Instrumentos y descubre cómo optimizar tu taller con Neksia™ High Curve.



Una feria que se consolida en el corazón euroasiático

El pasado mes de diciembre tuvo lugar una nueva edición de Silmo Estambul, una feria que ha demostrado ser un evento esencial en tan solo seis ediciones. Es ya una pieza indispensable en el horizonte de las ferias del sector óptico.

Del 13 al 16 de diciembre de 2018, Silmo Estambul acogió a 150 empresas y 647 marcas en los más de 17.000 m2 del centro de exposiciones Yeşilköy de Estambul. Allí acudieron 10,784 visitantes, una cifra que ha aumentado un 16% respecto a 2017. Otro incremento relevante ha sido el de visitantes internacionales: un 27,5% más, lo que se traduce en un total de 1.627 profesionales. Una edición más que ratifica el cumplimiento de su objetivo inicial: un crecimiento continuo año tras año.

Esta evolución progresiva refleja la ambición de esta feria del sector de ganar relevancia en el corazón de la zona euroasiática, un espacio que está emergiendo como el punto de encuentro ideal de la industria del eyewear y la óptica. En concreto, el espacio MENA –Middle East and North Africa–, Oriente Medio y Norte de África, comprende un mercado de 350 millones de consumidores con una capacidad de compra creciente. Gracias a la exposición de Silmo Estambul, los profesionales del eyewear tienen la oportunidad de potenciar su negocio con fabricantes turcos y extranjeros y potenciar su negocio en Estambul, la capital económica de Turquía.

"Silmo Estambul cumple con su objetivo de crecimiento continuo y año tras año se coloca como una cita ineludible para los profesionales del eyewear en el centro de la zona de Oriente Medio y el Norte de África, que comprende más de 350 millones de consumidores"

En esta sexta edición se sellaron grandes acuerdos empresariales, siempre dentro de la atmósfera de convivencia característica de Silmo. Esta feria demuestra su excelencia desde la organización hasta la acogida y exposición en general, con stands propios de una filial que reivindica su experiencia, saber hacer y creatividad.

La próxima edición de la feria Silmo Estambul 2019 se celebrará del 21 al 24 de noviembre. **Para más información visite <http://www.silmoistanbul.com/>**



Nueva Colección 2019

Gafas de Sol

Polarizadas y graduables



Cambios de look infinitos con mucho arte



Montura Dilem "2I", pop y glamour en un estilo original y gama ultravitaminada de colores.



El modelo estrella Dilem "2H" llega con un espíritu marcadamente retro y un juego de relieves que da a la montura un carácter especial.



Dilem "2F" Windsor se inscribe en la más pura tendencia retro. La delicadeza del metal grabado y los perfiles en acetato crean una unión pura y con carácter.

La firma francesa perteneciente a Oxibis Group, propone tres nuevos estilos con el arte como protagonista absoluto. Dilem descubre los deseos de tendencia para interpretarlos en sus nuevas monturas de diseño con varillas intercambiables.

Dilem cede un lugar importante al arte gráfico en su nueva colección, vistiendo hábilmente las varillas y la mirada de sus usuarios. Con su sistema patentado de varillas intercambiables –uno de los más avanzados, de los más sencillos, y también de los más variados– Dilem® permite a sus usuarios cambiar de look y de deseos muy fácilmente, en cualquier momento.

El diseño Dilem "2I" aporta a la marca un estilo humildemente original y una gama ultravitaminada de colores. Por el lado del frente, el metal fino con colores sobrios y elegantes presenta un arco calado, preludio de una delicada creatividad. De perfil, el color gana protagonismo. Las varillas ZF flúor, nude, opalina o con efecto irisado, resaltan hábilmente la montura en un tono sobre tono o contrastado. Todo unido promete una mezcla inimitable entre pop y glamour. Está disponible en 5 formas y 5 colores distintos.

Dado el éxito de su colección 1W, la firma lanza el modelo estrella Dilem "2H" con un espíritu retro aún más marcado. Sobre el puente, se repite este famoso juego de relieve que da a las monturas su carácter y temperamento especiales. Sin embargo, 2H marca la diferencia en su construcción, adoptada para destacar sus arcos de acetato.

Hay quien optará por la elegancia de los modelos combinados con bisel tradicional (arco con efecto camuflaje para el modelo de doble barra o carey translúcido). Otros escogerán la versión nylon y sus arcos con cortes vivos, más razonable pero también más colorido. 2H propone 3 formas para hombre (2 cerradas y 1 nylon), cada una se presenta en 5 colores y vestidas con las varillas de metal ZT.

Para satisfacer a los más adeptos al retro, Dilem "2F" Windsor viene a completar la colección con 3 nuevos modelos. La delicadeza del metal, el decorado grabado, formas con aspecto envejecido... Todos ellos lucen los detalles que hacen de 2F un éxito. Sin embargo, estas novedades confirman su diferencia gracias a un detalle importante: la finura de su estructura. 2F añade un estilo Windsor que remarca el modelo y le da aún más carácter.

Para vestir la montura Dilem ha escogido tonos sobrios, nude, o carey de colores, siempre en combinación con los terminales. Así se crea una unión pura y con carácter para un modelo que definitivamente se inscribe en la más pura tendencia retro. Dilem completa la colección 2F con 2 modelos femeninos y 1 masculino.

El óptico-optometrista Ernesto Marco publica el “Manual de Salud Visual y Ocular”

Ernesto Marco, óptico-optometrista y farmacéutico, es el autor del “Manual de Salud Visual y Ocular”. La obra, recientemente editada por Laboratorios Cinfa, está concebida como una herramienta de consulta rápida con la que el profesional dé respuestas a las preguntas más frecuentes que los pacientes que acuden a la óptica hacen cada día. “También ofrece una serie de recomendaciones y consejos que, como profesionales sanitarios, debemos dar a nuestros pacientes”, señala Ernesto Marco.

“Actualmente sería impensable no trabajar en colaboración (inseparable y directa) con otros profesionales sanitarios (médicos, optometristas, etc.) por lo que se hace imprescindible ampliar nuestros conocimientos también en el campo de la salud visual. Por ello, como consejeros de primer orden, debemos tener criterio profesional con el que responder a las inquietudes de una sociedad que deposita tanta confianza en nuestra profesión”, dice Ernesto Marco.

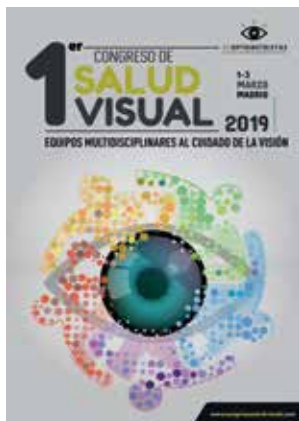
Este manual dedica unos capítulos a la anatomía ocular y los defectos refractivos, así como a las

patologías más frecuentes con las que el óptico se va a encontrar en su día a día y cómo darles solución. Porque tan importante como resolverlas, puede ser cómo y cuándo derivar al especialista adecuado. Así, otros capítulos están dedicados a las enfermedades que pueden afectar al ojo y los medicamentos, unos de diagnóstico, otros de tratamiento oftalmológico y otros sistémicos, que afectan a la visión. El “Manual de Salud Visual y Ocular” también hace un recorrido por las recomendaciones y consejos que el óptico puede ofrecer a los pacientes en general, con especial dedicación en el uso de las lágrimas artificiales y colirios, tanto su administración como su posología. Por último, y no menos importante, trata cómo abordar las principales urgencias oculares que pueden llegar a una farmacia. “Aunque he intentado que no sea una guía muy extensa –lo que haría mucho más complicada su consulta– espero que te pueda ayudar en bastantes de los casos que se te presenten a partir de ahora. Si lo logramos, habremos cumplido con la intención con la que se creó”, termina diciendo el autor de la obra, Ernesto Marco.



El 1º Congreso de Salud Visual, del 1 al 3 de marzo en Madrid

La Asociación Española de Optometristas Unidos organiza el primer Congreso de Salud Visual durante los días 1, 2 y 3 de marzo de 2019 en la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid. El evento contará con dos comités compuestos por



profesionales provenientes de toda España, uno técnico y otro científico, que decidirán los premiados en las categorías de Health Visual Competition, Mejor Comunicación Oral y Mejor Comunicación en Póster. Durante esta primera edición los asistentes podrán disfrutar de sesiones científicas con mesas redondas, conferencias y simposios para los profesionales del sector sobre temáticas como el queratocono, la terapia visual y el futuro de la salud visual en España.

Multiópticas Atenea abre sus puertas en Tres Cantos

La cooperativa suma un nuevo centro en Madrid con la reciente apertura de Multiópticas Atenea, situado en el municipio de Tres Cantos. El nuevo establecimiento está ubicado en Avenida de España, 46. Con el objetivo de hacer de la compra de gafas y el cuidado de la salud visual una experiencia para sus clientes, los espacios del nuevo centro se han diseñado y concebido para el disfrute del mundo dedicado a la vista, la salud y las tendencias estéticas del momento.



“En el sector óptico nos avala una experiencia de más de 40 años, tiempo durante el cual Multiópticas ha hecho un esfuerzo por innovar de manera constante para estar siempre a la vanguardia y poder ofrecer a sus clientes los mejores productos, los últimos avances tecnológicos en el campo de la salud visual y unos conocimientos cada vez más actualizados”, dice Ana Tarancón Faus, socia del nuevo establecimiento.

Eschenbach Optik renueva su acuerdo de licencia con Marc O’Polo Eyewear



La compañía alemana Eschenbach Optik ha renovado a largo plazo su acuerdo de licencia con la firma Marc O’Polo y, al hacerlo, se basa en el gran éxito de la marca a lo largo de toda una década. Diez años de acuerdo avalan una buena asociación basada en la confianza, experiencia y la comunicación “face to face”. Por todo ello, Eschenbach Optik se enorgullece de que esta gran historia de éxito verá su continuación y consolidación en el futuro.

Marc O’Polo Eyewear es sinónimo de un relajado estilo de vida urbano con estándares exigentes. Sus monturas están realizadas con materiales de alta calidad y mano de obra experta, funcionalidad sofisticada y un elegante diseño atemporal y purista son las características distintivas de sus colecciones tanto de prescripción como de gafas de sol. La marca continuará definiéndose como urbana y auténtica, con mucha personalidad y, naturalmente, con diseños contemporáneos también para el 2019, año en que la firma celebra su décimo aniversario.

Otro año de récord para ZEISS: sus ingresos aumentan un 9%



Grupo ZEISS mantiene su trayectoria de crecimiento. En el año fiscal 2017/18 (finalizado el pasado 30 de septiembre), la empresa logró facturación y beneficios sin precedentes. Los ingresos aumentaron en un 9%, hasta alcanzar los 5.817 millones de euros (5.334 millones de euros en el ejercicio anterior). Después de llevar a cabo los ajustes de divisas necesarios, la facturación aumentó en un 12%. Así, con 772 millones de euros, los beneficios antes de intereses e impuestos (EBIT) fueron ligeramente más altos que el año anterior (770 millones de euros). El margen EBIT se elevó hasta el 13% y el volumen de pedidos aumentó en un 7%, llegando hasta los 6.046 millones de euros.

"Todas las divisiones y regiones de ZEISS han aportado su parte para lograr un resultado excepcional. Particularmente, la innovación de los productos para la industria de los semiconductores y de la tecnología médica han favorecido nuestra dinámica de crecimiento significativamente por encima del mercado", dice el Dr. Mi-

chael Kaschke, presidente y director general de ZEISS (en la foto). "Tenemos una cartera de producto sólida y preparada para el futuro, y nuestros clientes están muy satisfechos con nuestras soluciones de alta tecnología líderes y nuestra oferta de servicios integral".

Las cuatro divisiones de ZEISS han contribuido a los excelentes resultados del Grupo, aunque la dinámica de cada una de ellas ha sido diferente. El segmento de Calidad e Investigación Industrial, que incluye soluciones de metrología y microscopía, continuó beneficiándose de la demanda estable de esta tecnología; el segmento de Tecnología Médica ha sido el motor del crecimiento en el negocio directo de Zeiss; el de Mercados de Consumo, que comprende las unidades de negocios estratégicas Vision Care y Productos de Consumo, creció con una tasa superior a la del mercado en casi todos los países en los que se comercializan lentes oftálmicas de la marca ZEISS. Por último, las inversiones millonarias en investigación y tecnología, y el aumento de las capacidades permitieron al segmento de Tecnología de fabricación de semiconductores lograr un crecimiento de más del 25%.

Grupo ZEISS generó en 2017/18, aproximadamente el 90% de sus ingresos fuera de Alemania. El negocio directo en China ha crecido en un 21%, superando a Alemania como el segundo mayor mercado de ventas de la compañía, después de los EE. UU. ZEISS ha seguido creciendo en la región de EMEA (Europa, Oriente Medio y África) con un aumento del 4% en su facturación.

Tras registrar un crecimiento del 5%, la compañía de óptica (Vision Care) volvió a acumular ganancias en la región de América. En ese mismo año fiscal se registró un aumento del 16% en la inversión en investigación y desarrollo; la liquidez neta totalizó 2.120 millones de euros, que fue de 134 millones de euros mayor que al cierre del año fiscal anterior; el flujo de efectivo libre ascendió a 752 millones de euros (2016/17: EUR 658 millones), el patrimonio se incrementó en un 10%, hasta los 3.763 millones de euros, y el número de empleados en todo el mundo aumentó en un 9%, destacando Alemania con más de 700 nuevos empleados contratados. El 30 de septiembre de 2018, ZEISS tenía una fuerza laboral global de alrededor de 30.000 empleados.

Mirando ya hacia el año fiscal 2018/19, ZEISS está perfectamente preparado para responder a las dinámicas actuales y continuar con la trayectoria de crecimiento de la compañía: "Incluso si, a la luz de la previsión económica, el impulso en los segmentos y regiones variara, anticipamos crecimiento orgánico continuo en general con un margen de EBIT estable. Con nuestro enfoque constante hacia la innovación, las inversiones y la expansión, tenemos fijado nuestro objetivo en lograr seis mil millones en ingresos", dice Kaschke. "Los motores de este crecimiento serán las soluciones de alta tecnología de la compañía, que desempeñarán un papel importante en todas las tendencias futuras clave, desde la digitalización y la producción inteligente hasta la atención médica en una sociedad que envejece", termina diciendo el presidente y director general de ZEISS.

Barberini Eyewear y la Scuola Sci Cortina colaborarán en los JJ.OO. 2022



La colaboración entre Barberini y la escuela de esquí italiana Cortina continúa, a la espera de los Juegos Olímpicos de Invierno 2022 en los que participa Cortina: sus 150 profesores tendrán a su disposición las últimas novedades de Barberini Eyewear, incluidos los nuevos modelos Explorer-X BR1816 y BR1817. Su diseño ergonómico, especialmente pensados para un estilo de vida deportivo, es perfecto para la montaña gracias a sus lentes Platinum GlassTM. La polarización, el fotocromatismo, la protección infrarroja y el tratamiento hidrofóbico garantizan las mejores prestaciones en todas las situaciones.

MIOPTICO continúa su expansión en la Comunidad de Madrid

El grupo MIOPTICO abre una nueva óptica en la localidad madrileña de Coslada, consolidando así su presencia en la Comunidad de Madrid con 31 ópticas de imagen. Situada en la Avenida de Vicalvaro número 14, los habitantes de la localidad encontrarán en esta óptica un equipo experto, con ópticos-optometristas y audioprotesista sexperimentados, que ya has dirigido varias ópticas y ahora han decidido hacerlo de la mano del Grupo MIOPTICO.



En la nueva óptica de Coslada ya se pueden elegir una gran variedad de colecciones de sol y graduado, así como de productos contactología y audiolología.

Safilo y Levi Strauss & CO. anuncian su acuerdo de licencia global para las gafas Levi's

Safilo

LEVI STRAUSS & CO.

Safilo y Levi Strauss & Co, una de las compañías de moda de marca más grandes del mundo, anuncian su acuerdo de licencia global para el diseño, fabricación y distribución de gafas de marca Levi's, que entra en vigor durante este mes de enero y estará vigente hasta noviembre de 2024, siendo prorrogable por cinco años más, hasta 2029. Las colecciones de gafas Levi's llegarán al mercado durante la primavera/verano 2020. "Esta nueva asociación es muy importante para nuestro portafolio de marcas, ya que Levi's es la marca número uno en denim y atrae a Millennials y jóvenes de la Generación Z de todo el mundo", dijo Angelo Trochia, CEO de Grupo Safilo. "Con la marca Levi's, agregamos una oportunidad importante para crecer en el segmento de mercado más moderno, que es el más grande en tamaño y potencial con un mayor desarrollo en mercados emergentes clave, como China".

RODENSTOCK



R

VISIÓN SORPRENDENTE, ESTÉTICA MODERNA

100% DE ÉXITO GARANTIZADO

Elegir Rodenstock lentes significa considerar las soluciones más avanzadas e innovadoras, funcionales y estéticas. Nuestras lentes ofrecen una garantía de éxito al 100% . Nr1 en Alemania.





Multiópticas protege tus ojos en la era digital

Los establecimientos de Multiópticas instarán a partir de ahora a sus clientes a comprar gafas de graduado que tengan cristales con filtro de protección contra la luz azul. Como parte del compromiso de la Cooperativa, se busca concienciar a los consumidores de la necesidad de realizar un uso responsable de los públicos más jóvenes a quienes afecta más esta clase de luz. Una persona mira su smartphone alrededor de 150 veces al día, según apunta la 14ª edición del informe anual "La sociedad de la información en España" de la Fundación Telefónica.

Desde la irrupción masiva de los dispositivos digitales en nuestra vida diaria, estamos expuestos de

manera constante a fuentes de iluminación procedentes de pantallas LED que tienen un denominador común: la luz azul. Aunque los efectos a largo plazo de una sobreexposición a este tipo de iluminación no se pueden demostrar aún de manera científica, existe un consenso muy extendido entre los profesionales del sector que apunta a los daños que la luz azul puede causar en nuestros ojos, tales como cansancio, estrés visual y puede contribuir a la formación de cataratas y daño en la retina. Asimismo, es uno de los factores que contribuyen a la aparición de DMAE (Degeneración Macular Asociada a la Edad), una de las principales causas de ceguera a nivel mundial.

**1 de cada 4 mujeres
sufre problemas en los ojos
a causa del maquillaje**



Maquillarse forma parte de la rutina diaria de muchas mujeres, tanto que la cosmética se cuela en los rituales de belleza del 67% de las españolas, pero no todos los productos cosméticos son cuidadosos con nuestra salud ocular. Según una encuesta llevada a cabo por la Clínica Rementería, el 26% de las mujeres reconoce haber tenido problemas en los ojos a causa de maquillarse con productos como eyeliners, máscaras de pestañas o sombras de ojos. Cuando nos maquillamos nos aplicamos una gran cantidad de productos químicos o sintéticos y María Teresa Iradier, cirujana oftalmóloga del Hospital Clínico San Carlos de Madrid, afirma que "los problemas causados por el uso continuo de maquillaje alrededor de los ojos puede provocar desde leves molestias hasta alergias o infecciones como la conjuntivitis".

Dermalook es la primera marca mundial en elaborar productos cosméticos que apuestan por el cuidado de los ojos, creando un concepto nuevo hasta la fecha: la Optocósmética. La firma está especializada en cosmética hipoalérgica y en el cuidado de la salud ocular. Dermalook dispone de una amplia gama de productos de belleza que cuidan de la salud visual como un eyeliner, una colección de sombras de ojos, máscaras de pestañas y desmaquillantes, entre otros.

Ruta de la Luz y GN España: 5 años mejorando la vida de personas discapacitadas en Dakhla

La Fundación Cione Ruta de la Luz y GN España han culminado recientemente la quinta expedición de cooperación internacional a Dakhla (Sahara Occidental) -la cuarta multidisciplinar de óptica y audiolología-. En estos cinco años de labor en pro de la mejora de la vida de personas discapacitadas en esta zona sahariana, los cooperantes han adaptado más de 600 gafas y más de 300 audífonos Beltone. Dakhla no es un lugar de pobreza extrema. La escolarización y la sanidad básica sí están al alcance de una gran mayoría de la población; sin embargo, las revisiones ópticas, y por lo tanto la corrección visual, no resultan tan accesibles.



La logística de esta misión ha sido muy similar a las anteriores, prestando el servicio de atención audiológica y óptica en las mismas instalaciones que la vez anterior. El trabajo previo de las asociaciones locales con la selección de los beneficiarios, ayudaron en todo momento al correcto desarrollo de la misión. En 2018 han participado en la misión la óptico-optometrista Lorena García y la óptico-optometrista y audioprotesista Nuria Oliveira, como voluntarias de la Ruta de la Luz, y el audioprotesista Israel García Moro, cooperante de GN España. En algo más de una semana de trabajo examinaron la vista de 403 personas, prescribiendo 228 gafas, y revisaron la audición de 73 pacientes, adaptando 56 audífonos, a lo que hay que añadir la labor de mantenimiento necesario de muchos de los aparatos adaptados en años anteriores.

Óptica & Audiolología Universitaria abre en El Vendrell y cierra el año con 70 centros propios



Óptica & Audiolología Universitaria ha cerrado el año con la inauguración de un nuevo centro en El Vendrell, Tarragona, al que ha destinado una inversión de 400.000 euros. Con este nuevo establecimiento, la compañía suma 70 puntos de venta propios repartidos en las provincias de Alicante, Baleares, Barcelona, Castellón, Girona, Lleida, Madrid, Murcia, Tarragona, Valencia y Zaragoza, y una plantilla de más de 850 personas. "Nuestro objetivo para los próximos años es seguir creciendo en puntos de venta, tanto en nuevas comunidades como en aquellas en las que ya estamos presentes, y continuar con nuestra apuesta tecnológica en comercio electrónico y en el ámbito digital", afirma Héctor Ibar, director comercial de Óptica & Audiolología Universitaria, quien añade que "nuestro objetivo es alcanzar los 80 centros en 2020".

En esta línea, a lo largo de 2018, Óptica & Audiolología Universitaria ha inaugurado sus primeros centros en Madrid y en Benidorm, además de continuar con su expansión en Cataluña mediante la apertura de Via Julia (Barcelona), Finestrelles (Esplugues de Llobregat) y este último de El Vendrell, ubicado en la Plaça Nova número 3, que se convierte en el tercer centro de la compañía en la provincia de Tarragona. El establecimiento cuenta con una superficie comercial de 130 metros cuadrados, destinados a la venta de productos de visión y audición. El centro inicia un nuevo concepto de espacio, tras la prueba piloto llevada a cabo en el establecimiento del Centro Comercial Finestrelles. Este nuevo concepto apuesta por espacios abiertos de exposición, con el objetivo de mejorar la experiencia de compra y dar mayor visibilidad al producto.

Safilo renueva sus acuerdos de licencia con Havaianas, Tommy Hilfiger y Missoni

Grupo Safilo, uno de los líderes mundiales en diseño, fabricación y distribución de gafas, ha renovado de forma anticipada los acuerdos de licencia de gafas Havaianas, Tommy Hilfiger y Missoni. El acuerdo entre Grupo Safilo y Alpargatas, empresa brasileña de calzado, ropa y accesorios propietaria de la firma Havaianas, se prolongará hasta finales de diciembre de 2024. Por su parte, el acuerdo para el diseño exclusivo y la fabricación a nivel mundial de las colecciones de gafas de sol y monturas oftálmicas Tommy Hilfiger, de propiedad exclusiva de PVH Corp., se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2025. El nuevo acuerdo con la firma de moda Missoni tiene una duración de 5 años, para las colecciones de gafas Missoni y M de Missoni, que se lanzarán al mercado en enero

de 2020, y puede ser renovable en las mismas condiciones hasta 2029.

"Queremos hacer crecer el negocio de las gafas Havaianas a través de colecciones que reflejan la personalidad única y la simplicidad creativa de esta importante marca brasileña, que está recibiendo una acogida excepcional, especialmente en el sur de Europa", comentó Angelo Trocchia, CEO de Safilo Group, respecto a la renovación de la licencia de Havaianas. "Las marcas Missoni y M Missoni encajan perfectamente en nuestra cartera. Compartimos con estas marcas icónicas italianas los mismos valores de un diseño visionario, tradición y excelencia en la fabricación", añadió Trocchia.



Matteo Gaeta, nuevo Director Gerente de Marchon Asia-Pacífico



Marchon Eyewear, Inc. ha nombrado a Matteo Gaeta como director gerente de Asia-Pacífico. Gaeta ha comenzado a desempeñar su cargo en enero desde las oficinas centrales de Asia-Pacífico de Marchon Eyewear en Hong Kong. Formará parte del equipo de gestión global de Marchon, trabajará

bajo las órdenes de Nicola Zotta, presidente y CEO de Marchon Eyewear y se encargará de dirigir la gestión de las filiales de Marchon en China, Hong Kong, Japón y Singapur, así como de la empresa conjunta con Sterling en India y de las relaciones con distribuidores en todos los demás mercados de la región Asia-Pacífico. Gaeta también supervisará el desarrollo de producto y la adaptación de éste a Asia, que incluye a los equipos de diseño de Hong Kong y Tokio en Japón. "Nos complace dar la bienvenida a Matteo Gaeta a Marchon Eyewear. Sus profundos conocimientos del mercado de las gafas, así como de la región Asia-Pacífico, hacen que tenga una cualificación única para su puesto", afirmó Nicola Zotta. Gaeta llega a Marchon Eyewear con una amplia experiencia laboral en mercados internacionales y ha pasado los últimos 18 años en Asia. Gran parte de su experiencia laboral se ha desarrollado en el sector de las gafas con Safilo Group; también supervisaba la región Asia-Pacífico en su puesto de presidente regional para la empresa finlandesa Fiskars. Matteo Gaeta cuenta con un Máster en Administración de Empresas de la University of Chicago Booth School of Business y con un doctorado en Administración de empresas de la City University of Hong Kong.

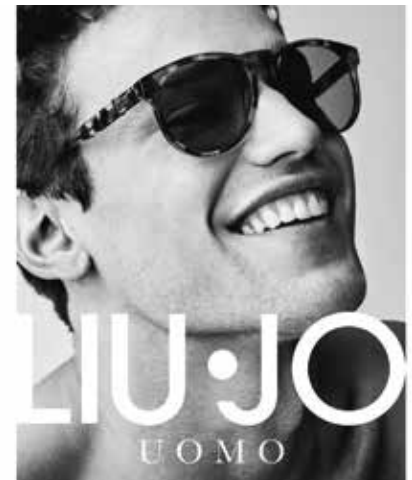
Gafas de sol polarizadas, también en invierno

En muchas ocasiones el desconocimiento de los usuarios de gafas de sol hace que consideren relevante el uso de estas únicamente durante los meses de verano. Sin embargo, como profesionales, debemos informar de la importancia de utilizar gafas de sol polarizadas durante todo el año, siempre que se encuentren en el exterior, para lograr una protección del 100% de los rayos UV nocivos. Para beneficiarse de las lentes polarizadas, es importante que estas sean de calidad ya que unas gafas de mala calidad pueden provocar más daños que no usar gafas, debido a la penetración de más rayos UV por la dilatación de la pupila.



Por lo tanto recomendamos escoger la máxima protección, como es el caso de las lentes tratadas con la tecnología PolarizedPlus2® exclusiva de Maui Jim. Este proceso patentado mejora la claridad y aumenta el detalle como ninguna otra lente en el mercado. Además protege la zona de alrededor de los ojos de problemas de salud a largo plazo y elimina el 99.9% de los destellos producidos por el sol. Con la tecnología más avanzada del mercado, las lentes PolarizedPlus2® de Maui Jim marcan la diferencia desde el primer uso, con unos sorprendentes colores saturados, un contraste realzado y una gama de lentes de varias tonalidades preparadas para todo tipo de condiciones de luz solar.

Marchon Eyewear y Liu Jo lanzan la primera colección de gafas Liu Jo Uomo



Marchon Eyewear, Inc., fabricante y distribuidor de gafas graduadas y de sol, y Liu Jo S.p.A., una de las marcas de moda más dinámicas en el segmento del lujo, anuncian el lanzamiento de la primera colección de gafas Liu Jo Uomo. La nueva colección de gafas para hombre ha sido diseñada para enriquecer aún más el universo de la línea de moda para hombre, Liu Jo Uomo. La nueva colección de eyewear de Liu Jo Uomo consta de gafas de sol y monturas de graduado y completa la oferta actual de la marca, que ya incluye colecciones para mujer y niños. Desde enero de 2019, la nueva colección de gafas para hombre de Liu Jo se distribuye en Italia y España en las tiendas de Liu Jo Uomo y en ópticas. La colección llegará a otros países europeos en otoño de 2019. "La colección de gafas de Liu Jo ha significado una historia de éxito inmediata para Marchon Eyewear desde que comenzamos nuestra colaboración con la marca en 2014", afirmó Nicola Zotta, presidente y CEO de Marchon Eyewear, Inc.

Los Ángeles de Victoria's Secret lucirán gafas del Grupo Marcolin



Grupo Marcolin ha firmado un acuerdo de colaboración para el diseño y producción de las gafas de Victoria's Secret y Victoria's Secret Pink, marcas que son propiedad de L Brands. El acuerdo de licencia internacional será válido hasta finales de 2023 y la distribución a nivel mundial para el sector óptico comenzará este año 2019. Durante el último desfile de Victoria's Secret, en noviembre pasado, se desveló la primera colección de gafas creada en asociación con L Brands. Las supermodelos lucieron sobre la pasarela las gafas de sol de Victoria's Secret y Victoria's Secret Pink, diseñadas y fabricadas por el Grupo Marcolin. Los diseños, con siluetas modernas y atractivas reflejan la esencia de la firma de moda íntima, luciendo elegantes detalles y haciendo gala de elementos emblemáticos propios de la marca.

Las gafas de Victoria's Secret y Victoria's Secret Pink se comercializarán como colección flash, cada dos o tres meses y en momentos clave del año. "El Grupo Marcolin siempre ha adoptado un enfoque innovador respecto al mundo de las gafas. Una vez más, al asociarse con L Brands, nuestro grupo lidera una visión actualizada, contemporánea y dispuesta a satisfacer las necesidades de nuevos clientes en un mercado que avanza y evoluciona con rapidez", declaró Massimo Renon, consejero delegado del Grupo Marcolin.

Andrea Zaffin, nuevo director comercial IMEA de Safilo



Safilo nombra a Andrea Zaffin como nuevo director comercial para la región IMEA. Desde su nueva posición, que ha asumido este mes de enero, Andrea encabezará los negocios de la compañía en India, Medio Oriente y Sudáfrica, dependiendo directamente de Angelo Trocchia, CEO del Grupo Safilo. Andrea, que desempeñará su cargo desde la sede en Dubai, pasó más de 15 años en Luxottica trabajando como responsable de la filial de la compañía en Dubai y desarrollando el negocio en toda la región IMEA. Más recientemente, ha trabajado con Italia Independent como consultor para Medio Oriente, África y la India. "Damos la bienvenida a Andrea, que tiene una larga experiencia en la industria y en estos mercados tan específicos. Él cuenta con grandes habilidades empresariales y un background sólido y de éxito", comentó Angelo Trocchia.

OPTA calienta motores para su 14ª edición

OPTA, la Feria internacional de Óptica, Optometría y Oftalmología de la República Checa, tendrá lugar del 8 al 10 de marzo de 2019 en el BRNO Exhibition Centre. Esta exposición internacional, que celebra este año su 14ª edición, está organizada por la Asociación de Ópticos y Optometristas Checos y la Sociedad Checa de Contactología.

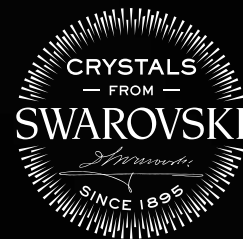


OPTA no es solo una exposición de monturas, gafas de sol y lentes de contacto, ni de la mejor tecnología empleada en el sector óptico, sino que también sirve como centro de educación y ofrece numerosas conferencias y seminarios especializados, entre los que destaca el Congreso Internacional OPTA para Profesores y Profesionales de Óptica y Optometría. La anterior edición de la Feria Internacional contó con 5179 visitantes y más de 160 empresas participantes, que se distribuyeron a lo largo de una superficie de 2920 m² en los que se dieron a conocer las últimas novedades del sector óptico. Más información: www.bvv.cz/en/opta/

Carl Zeiss Visión España añade la ISO 9001:2015 para "Comercialización de productos ópticos"

Carl ZEISS Vision España ha renovado su certificación de gestión de calidad, de acuerdo con la nueva versión ISO 9001:2015, para la Comercialización de lentes y soluciones oftálmicas e instrumentos de precisión y venta. Con esta certificación, mucho más exigente que la versión ISO 9001:2008 con la que ya contaba, la compañía acredita la excelencia del conjunto de su actividad operativa, que abarca desde la fabricación de las lentes oftálmicas, gracias a la certificación de Carl Zeiss Vision Internacional, hasta la eficiencia y eficacia del proceso de comercialización en nuestro país. La norma ISO 9001:2015 es sinónimo de gestión eficiente, del cumplimiento de la normativa que rige en este sector productivo, de una mejora en la comunicación con los proveedores y de las ofertas y contratos a los que se dan curso en la empresa.

"En Carl ZEISS Vision España la calidad de las lentes oftálmicas y equipamientos que comercializamos se acompaña de esa misma calidad, certificada, de todos nuestros procesos operativos, como acredita la renovación de la ISO 9001:2015 recién obtenida. El mismo estándar de calidad que nos autoimpone, por ejemplo, para elevar la protección UV de todas nuestras lentes oftálmicas transparentes hasta los 400 nm, es el que aplicamos al resto de nuestra actividad", valora Alberto Cubillas, director general de Carl ZEISS Vision España.



SEKSY®

eyewear by SWISS EYEWEAR GROUP 

100% UV PROTECTION
EMBELLISHED WITH SWAROVSKI® CRYSTALS

Distribuidor: DAY & NIGHT • www.groupdayandnight.com • Teléfono: 973 311 965



Visionary ofrece al optometrista nuevos servicios de terapia visual

Visionary continúa con su expansión ofreciendo nuevos servicios para el optometrista interesado en la Terapia Visual, el tratamiento de la ambliopía, estrabismo, problemas vergenciales, etc. En 2019, la empresa inicia un programa de formación clínica permanente, a través de una plataforma online, para dar soporte a los más de 200 centros de Terapia Visual que ya confían en Visionary. Visionary ofrece a los centros de Terapia Visual tres soluciones: VisionaryTool, una colección de actividades para realizar en el domicilio del paciente utilizando gafas anaglifo y un ordenador conectado a internet; VisionaryEye, una serie de actividades para realizar en clínica utilizando un sistema de seguimiento de mirada (eye tracking); y VisionaryVR, un sistema de realidad virtual para realizar actividades en clínica (el llamado sinoptóforo del s.XXI). Todas estas herramientas están gamificadas, es decir, se presentan al paciente (en general menor de edad) en forma de juego, un juego basado en las aventuras del perrito Bowie en su desafío de entrenarse para el Gran Campeonato Canino.

El nuevo servicio ahora presentado, VisionaryClassroom, en palabras de la responsable de formación, la

Dra. Ainhoa Molina, surge "con la intención de facilitar al optometrista criterios y procedimientos, protocolos, para el uso de las herramientas de Visionary. Un repositorio de información y foro virtual donde compartir experiencias, consultar dudas y, en definitiva, mejorar el servicio que prestamos a nuestros clientes".

VisionaryClassroom agrupa tres tipos de contenidos: de carácter clínico, para definir protocolos y criterios de uso de las herramientas en la terapia visual; de carácter técnico, para resolver dudas sobre el uso de los productos Visionary; y de carácter científico, orientados para las Universidades y Clínicas Universitarias que están utilizando estas soluciones.

Periódicamente, además, se organizan webinars (seminarios online abiertos gratuitos) para tratar temas de interés, y tutorías donde se presentan casos clínicos para su discusión. Los centros de optometría además pueden servirse de los foros de la plataforma VisionaryClassroom para plantear este tipo de consultas y discutirlos con el resto de colegas y personal de Visionary.

Farmaoptics renueva su acuerdo de colaboración con De Rigo



Un año más, Farmaoptics vuelve a renovar su compromiso con De Rigo. El acuerdo de colaboración fue firmado a primeros de enero en la sede central de Farmaoptics en Agramunt (Lleida), entre el presidente de Farmaoptics, Josep Esteve Roset, y el director general de De Rigo, Xavier Selma. Coincidiendo con la firma de este acuerdo tuvo lugar una reunión de trabajo en la que intervinieron directivos y miembros de ambas empresas así como el director de Grandes Cuentas de De Rigo, José Ramón Signoret.

La filosofía de trabajo de De Rigo coincide plenamente con la de Farmaoptics: lo importante es la visión de las personas, así como hacer las cosas bien y con pasión. La mezcla de estilo y tradición de las gafas italianas que ofrece De Rigo, junto con unos procesos de producción artesanal y a la vez artísticos, aporta al grupo óptico la garantía del producto que quiere.

Carolina Herrera, Police, Sting, Tous son algunas de las marcas del Grupo De Rigo que forman parte de las principales colecciones del 2019 de Farmaoptics. Son marcas de gran prestigio, diseño, innovación y calidad que los asociados y asociadas de Farmaoptics pueden adquirir a unos precios muy competitivos. Colecciones de sol y de graduado, con líneas aparentemente sencillas, que se adaptan fácilmente a los diferentes estilos de vida.



Convocado el Premio de Fotografía ZEISS 2019

ZEISS y la Organización Mundial de Fotografía invitan a fotógrafos de todo el mundo a participar en el Premio de Fotografía ZEISS 2019. En su cuarta edición, el premio propone a los participantes enviar trabajos relacionados con el argumento central, que es el lema 'Viendo más allá: lo inesperado'. Pueden enviar una serie de 5 a 10 imágenes que sobrepasen lo cotidiano y se adentren en lo imprevisto o sorprendente,

ya sea a través del paisaje y el entorno físico, o a través de la expresión humana. Los concursantes deben subir sus fotos de forma gratuita en www.zeiss.com/zpa19, con fecha límite de 8 de febrero de 2019 a las 13:00 GMT. El ganador de 2019 recibirá 12.000 euros en objetivos ZEISS, y otros 3.000 euros para cubrir los gastos de viaje para un proyecto fotográfico y la oportunidad de trabajar personalmente con ZEISS y la Organización Mundial de Fotografía. La ceremonia de entrega de premios tendrá lugar el 17 de abril de 2019 en Londres. Las fotos ganadoras, y una selección de trabajos preseleccionados, se exhibirán en Somerset House en Londres del 18 de abril al 6 de mayo de 2019. ZEISS también invitará al ganador a la sede de la empresa en Alemania, donde podrá conocer más a fondo cómo fabrica sus lentes. Más información: www.zeiss.com/zpa19 y las redes sociales: @WorldPhotoOrg, @ZEISSCameraLenses (Instagram y Facebook), @ZEISSLenses (Twitter) y #ZEISSPhotoAward.



En la imagen vemos la fotografía ganadora de la edición 2018 "Garden of Delight", de Nick Hannes.

ZAS VISIÓN apuesta por disminuir la huella ecológica en todos sus procesos

ZAS VISIÓN da un paso más en su labor por cuidar el medio ambiente. El proceso empezó hace unos años con la eliminación de las bolsas de plástico corporativas, utilizando tanto el papel como otros materiales reutilizables y duraderos. Siguiendo con esta línea, desde hace unos meses, ZAS VISIÓN utiliza sólo papel 100% reciclado tanto en los productos internos como en los destinados al cliente final. "Ahora el papel que se usa para las impresoras, las bolsas de entrega de productos, así como las bolsas de envío rápido es 100% ecológico y reciclado. Nuestro compromiso con el medio ambiente es cada vez mayor y por ello los productos publicitarios, como son los calendarios que se regalan a los clientes, también son ecológicos", afirman desde el Grupo de ópticas.

"Somos conscientes del problema que el plástico está ocasionando, sobre todo en los mares y esta-

mos reduciéndolo al máximo; negociando con los proveedores, para así, cuando sea posible, cambiar el empaquetado de los mismos, introduciendo botes de material reciclado y reciclable, eliminando los cartones no necesarios y/o cambiándolos por papel o cartón 100% reciclado. Teniendo en cuenta el camino a recorrer, se irán implementando, poco a poco, más medidas, tomando como objetivo final la disminución al máximo posible la huella ecológica de nuestras ópticas", terminan diciendo desde Zas Visión.

Para concienciar al usuario final de la necesidad de reciclar o reutilizar correctamente los productos ópticos del día a día, Zas Visión ha creado un apartado específico en la web corporativa (www.zasvision.es/recicla.php) en el que se irán introduciendo las medidas realizadas y se dan consejos para el reciclaje. Todo, con el objetivo centrado en contribuir a reducir

ZASvisión
CENTROS DE SALUD VISUAL



el impacto medioambiental y en apostar por lo ecológico como un punto más de su identidad.

Más información en zasvision@zasvision.com

El oftalmólogo Jorge Alió viajó a Irak para tratar a víctimas de la guerra



El doctor Jorge Alió ha viajado a Irak invitado por su Ministerio de Defensa para examinar y tratar a las personas heridas en la guerra que sufre el país. Concretamente ha estado en su capital, Bagdad, para conocer in situ la situación de las víctimas. Tras el diagnóstico de la salud visual de los soldados del segundo ejército de Irak que luchan contra el ISIS, el Ministerio de Defensa iraquí enviará a algunos de los heridos más graves a Alicante para que el Dr. Alió realice complejas cirugías y reconstrucciones de ojo. Alió ha sido elegido por la administración iraquí por ser el mejor profesional en su especialidad. En su visita, tuvo la ocasión de acudir al hospital infantil "Luz de sus ojos" destinado a cubrir las necesidades básicas de salud y educación de niños huérfanos con el que establecerá futuras colaboraciones.

Este viaje ha cerrado un año lleno de reconocimientos para el Dr. Alió, que recientemente entró en la lista "Forbes" de los 100 mejores médicos de España, siendo uno de los seis oftalmólogos españoles mencionado en su último número. El director científico de las clínicas oftalmológicas Visum también fue premiado con el "Life Achievement Honor Award" de la Academia Americana de Oftalmología (AAO), siendo el primer médico español en conseguirlo. Asimismo, la revista británica "The Ophthalmologist" situó al Dr. Alió en el puesto 12 de los 100 oftalmólogos más influyentes del mundo.

Las gafas de Kendall + Kylie triunfan en Instagram

Kylie Jenner ha publicado en su perfil de Instagram recientemente dos fotos con su hermana Kendall en la que luce uno de los diseños de sol de su colección de gafas Kendall + Kylie, concretamente el modelo Courtney. Moppie Eyewear es el distribuidor exclusivo para España de la firma de gafas de las hermanas Kardashian, una de las familias más influyentes en Hollywood, Kendall y Kylie Jenner. La marca refleja la dualidad de dos estilos distintos en una gama de gafas de sol y monturas oftálmicas muy femenina y con un corte moderno, inspirado en el polifacético y acelerado estilo de vida de la jet-set.



El post ya acumula más de 4.400.000 likes y es que, todo lo que tocan las hermanas más pequeñas del clan Kardashian es un éxito asegurado. Combinando sus seguidores en redes sociales suman más de 260 millones, lo que las convierte en dos de las influencers más populares entre los jóvenes millennials. Este enorme alcance en redes sociales ha contribuido al rápido crecimiento de su marca, KENDALL + KYLIE, que ofrece ropa y accesorios con un estilo moderno y de tendencia.

Más información: www.kendall-kylie.com y pedidos en: pedidos@moppie-eyewear.com o en el teléfono 619468722 (Thierry Pallas)

2018. Récord de altas de nuevos Asociados en Natural Optics Group



Sin duda 2018 ha resultado un año de grandes éxitos para Natural Optics Group. Más de 80 nuevos puntos de venta, distribuidos por toda la geografía nacional, se han incorporado al grupo a lo largo de todo el periodo. Desde su nacimiento, el grupo se ha orientado hacia el servicio profesional al óptico asociado, siendo el único actor existente en el mercado que cuenta con tres formatos ópticos diferenciados. Natural Optics, para el óptico que desea una imagen corporativa que le respalde y le dote de herramientas de comunicación potentes y asequibles; Viaóptica, que con su propia imagen da respuesta a aquellos asociados que prefieren su propia gestión en algunas áreas, y UGO, concebido para apoyar a los profesionales con mayor independencia. El objetivo de la empresa, para este 2019, es mantener un crecimiento constante y sostenido, así como ampliar y mejorar la cartera de servicios al óptico, todos ellos enfocados a ofrecer un amplio abanico de soluciones en torno a la salud visual y auditiva de sus pacientes.



VER PARA CRECER



Esta acción se repite un año después de la primera misión de VpC en Palma de Mallorca, como resultado de la cooperación entre la asociación y la Fundación Sant Joan de Deu, que cedió el espacio de su centro de acogida para que los voluntarios del proyecto revisasen la vista a personas en situación de vulnerabilidad.

Revisa la vista a personas en situación de vulnerabilidad en Palma de Mallorca

Durante esta nueva acción de Ver para Crecer (VpC), seis voluntarios –tres de ellos ópticos-optometristas– revisaron la vista de 80 personas sin hogar y en situación de vulnerabilidad en Palma de Mallorca. En colaboración con la Fundación Sant Joan de Deu, VpC regresó a la ciudad balear un año después de su primera misión.

La acción de Ver para Crecer tuvo lugar en el Centro de Acogida de la Fundación en el Camí Vell de Bunyola 9 de Palma de Mallorca, donde residen 70 personas sin hogar, en su mayoría familias con menores que han perdido su casa o que no tienen hogar. “Aportar los beneficios de una correcta salud visual a la labor diaria de esta Fundación ha sido, de nuevo, muy gratificante”, valoró Sara Calero, portavoz de VpC.

Tras realizar el completo examen visual a todos los beneficiarios, un total de 40 de ellos necesitan gafas o, como mínimo, actualizar la corrección de las que llevaban puestas. Todos ellos las recibirán nuevas, hechas a su medida en el modelo y color que eligieron y de manera gratuita, en el plazo aproximado de un mes, salvo los casos más urgentes en los que se acortarán los plazos.

Inmaculada Iglesias, directora de la Fundación Sant Joan de Deu Servicios Sociales en Mallorca, explicó: “Nuestra misión es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que atendemos, e iniciativas como la de VpC son una excelente manera de hacerlo. Nuestros beneficiarios/as posponen la salud visual para un mañana que luego nunca llega”. Iglesias ensalzó ayer la labor del proyecto y también la de los voluntarios.

Desde mayo de 2015, VpC surgió como un proyecto que se apoya en la capacidad tecnológica de la iniciativa ‘Vision For Life’, de Essilor, y en la experiencia en cooperación de la Fundación Cione Ruta de la Luz. En estos tres años ha revisado la vista de más de 2.700 personas en situación de vulnerabilidad y ha entregado ya cerca de 2.000 gafas nuevas a beneficiarios/as de las 28 campañas sobre el terreno realizadas hasta ahora en España.



De los 80 beneficiarios de la acción de VpC, un total de 40 necesitarán gafas nuevas o una actualización de la graduación. En los casos más urgentes, la asociación intenta acortar los plazos para entregar las gafas lo antes posible.

A man and a woman are sitting in the front of a dark-colored car. The woman is leaning her arms on the roof of the car, looking out the window. The man is also looking out the window. They are both wearing sunglasses.

BUILT TO ENDURE



SERENGETI®
THE MOST ADVANCED EYEWEAR

DESCUBRE LAS NOVEDADES 2019

clientes@bollebrands.com / 628 24 87 10

DISPONIBLE CON PRESCRIPCIÓN

MULTIACÚSTICA PRESENTA EORA, EL PRIMER AUDÍFONO JOYA

EORA es un pendiente premium, hecho a mano y diseñado para que en su interior se “engarse” un audífono adaptado y capaz de solucionar el problema de audición. De la mano de Multiacústica, compañía experta en soluciones auditivas, EORA se distribuirá en los mejores centros auditivos de toda España.

El pendiente EORA combina la última tecnología en ayuda auditiva con el elegante diseño de una joya. Las ondas sonoras se filtran a través de la red de filigrana característica del propio pendiente llegando hasta el dispositivo auditivo que se esconde en su interior. La filigrana es una técnica orfebre utilizada desde hace miles de años y es muy valorada por su elegancia, ligereza y excelencia. EORA se fabrica a mano en Alemania por la diseñadora de joyas Sandra Coym y está disponible en clásica plata de ley o en diferentes aleaciones como oro, rodio y antique Black.



JAKOB GUDBRAND, NUEVO CEO GLOBAL DE GN HEARING



Grupo GN ha anunciado que Jakob Gudbrand será, a partir del 18 de febrero de 2019, el nuevo CEO global de GN Hearing, además de miembro de la gerencia ejecutiva de GN Store Nord. Hasta ahora, Gudbrand había ejercido el cargo de presidente de la división de Cromatografía y Espectrometría de Masas de la compañía Thermo Fisher Scientific, con sede en Estados Unidos. “Para mí, es un honor unirme a GN Group y GN Hearing y servir a una empresa con una trayectoria de innovación tan destacada”, comenta Jakob Gudbrand.

“Mientras nos preparamos para afrontar la próxima fase de crecimiento de GN Store Nord, me complace dar la bienvenida a Jakob a GN como nuevo CEO global de GN Hearing. Nos encontramos ante punto de inflexión, con la tecnología cada vez más involucrada en la ayuda auditiva, así como ante nuevas dinámicas del mercado, especialmente en lo que se refiere a los Estados Unidos. De la mano de Jakob Gudbrand avanzaremos en ambos sentidos”, dice el presidente Per Wold-Olsen.

RESOUND Y #SALVATUSOÍDOS ACERCAN A LOS “CELEBRITIES” A LOS GABINETES AUDITIVOS

#SalvaTusOídos es una campaña de concienciación social impulsada por ReSound y apadrinada por el cantante Antonio Orozco y el actor Nacho Guerreros. La campaña, a la que se han sumado más de 200 ‘celebrities’ del panorama artístico nacional, tiene como objetivo ayudar a personas con deficiencia auditiva y concienciar a la población española sobre la importancia de contar con una buena salud auditiva. En 2019, la campaña quiere llegar también a personas en riesgo de exclusión y con recursos limitados que padecen problemas auditivos, para los que ReSound donará audífonos de última generación. Además, este 2019 la compañía pondrá en marcha una campaña de concienciación con el fin de normalizar el uso de audífonos, especialmente entre los jóvenes.



ReSound quiere que #SalvaTusOídos beneficie también a sus clientes. Para ello, la firma patrocina un concurso que premiará las acciones de marketing relacionadas con la campaña, con la visita de un celebrity al gabinete ganador. Para ello, ReSound ha enviado a todos sus clientes el material necesario para que puedan poner en marcha su propia campaña de marketing. Ya está abierto el plazo, que terminará el 31 de enero, para que los centros interesados pongan en marcha sus campañas. El centro ganador, que se conocerá en febrero, será aquel que consiga hacer llegar la iniciativa a más público.

OTOMETRICS PRESENTÓ SUS NOVEDADES EN EL 69º CONGRESO DE LA SEORL



Otometrics ha estado presente, por décimo año consecutivo, en el Congreso de la SEORL (Sociedad Española de Otorrinolaringología). En su 69ª edición, celebrada en el Hotel Meliá Castilla de Madrid, participó, por primera vez como división de Natus, y, como en cada una de las anteriores, también en la de 2018 la multinacional

presentó novedades que han despertado el interés de la comunidad científica. Principalmente, fueron dos: el módulo de pruebas calóricas que estrena ICS Impulse, equipo v-HIT de Otometrics que se ha convertido en el estándar del diagnóstico vestibular en todo el mundo, un nuevo módulo aporta continuidad y fluidez al trabajo en consulta del ORL; y la nueva generación de productos Bio-Logic, marca que se distingue por fabricar instrumentos tan fáciles de usar como precisos y cuya tecnología permite que el otorrino/profesional pueda llevar a cabo las adecuadas combinaciones de pruebas en un solo dispositivo, adaptándose a las necesidades de sus pacientes, cualesquiera que sean. Las soluciones de diagnóstico de Bio-Logic están especialmente indicadas para audiólogos que necesitan dispositivos que les ahorren espacio y que, al mismo tiempo, sean eficientes y flexibles.

ALIANZA ESTRATÉGICA DE MULTIACÚSTICA CON PEPPER MONEY



Multiacústica, con el espíritu de colaboración permanente al profesional audiólogo, ha llegado a una alianza estratégica con el grupo financiero Pepper Money. De esta manera, ofrece a sus clientes la posibilidad de facilitar las compras según las necesidades de cada situación personal. “Disponer en el centro auditivo u óptica de un servicio de financiación puede ayudar a ganar clientes y ventas –afirma Multiacústica–. Además, es una opción fundamental que incentiva la captación de nuevos usuarios, con importantes ventajas”. Pepper money ofrece una financiación más rápida y fácil. Sólo con el DNI, sin papeles. Por teléfono o por la plataforma web. Con un ingreso del dinero instantáneo. Y dispone de excelentes tarifas porque son especialistas en financiar las ventas de miles de negocios.



FRAMES



**THE LAUNCH
OF THE YEAR**

AS LIGHT AS A JUMP WITHOUT GRAVITY

FIRST COLLECTION

Calvin Klein by Marchon

Sus novedades, protagonistas en Multiópticas Delgado Espinosa



Amarena Delgado ante el escaparate de Multiópticas Delgado Espinosa presidido por una imagen de Calvin Klein.



Diversas imágenes del evento en las que vemos a algunos invitados, profesionales de la óptica, encabezados por Juan Delgado Espinosa y Amarena Delgado, así como a Tarik Mestassi, de Marchon, David García, de Hoya Lens Iberia, y Julio Rozas, de Lookvision.

Calvin Klein by Marchon ha sido una de las marcas de eyewear protagonistas en el emblemático establecimiento Multiópticas Delgado Espinosa de Gran Vía 15, en Madrid, durante el último mes del pasado año, con motivo de la presentación en exclusiva de algunas de sus novedades.

Calvin Klein by Marchon ha presentado su nueva colección de gafas de sol y monturas oftálmicas para 2019 en Multiópticas Delgado Espinosa, en Madrid. Al evento asistieron medios de comunicación como la revista Lookvision, bloggers, influencers y rostros conocidos, así como Tarik Mestassi, coordinador de Marchon Zona Centro, y David García, de Hoya Lens Iberia. Todos los invitados contamos con la hospitalidad del equipo de profesionales de la óptica madrileña, encabezados por el profesor Delgado Espinosa y Amarena Delgado, quien en su intervención agradeció la presencia de los invitados al acto y a Marchon por la organización y apoyo al evento de presentación de la colección Calvin Klein.

Con una amplia oferta de gafas de sol y monturas oftálmicas, la nueva colección Calvin Klein by Marchon muestra una gran diversidad de modelos y formas con siluetas tanto clásicas como vanguardistas, metales y acetatos solos o combinados, una distintiva paleta de colores y detalles muy cuidados. En determinados modelos de la colección 205 vemos perfiles arquitectónicos integrados en diseños elegantes y ligeros fabricados con creativa genialidad al combinar delicados materiales y acabados.

Como colofón al “cocktail party” de presentación de novedades de la marca se sortearon entre los asistentes dos gafas de sol Calvin Klein, una de mujer y otra de hombre, y unas lentes progresivas Hoya de alta gama de Hoya entre los clientes de la óptica.



Ganadores de las dos gafas de sol Calvin Klein sorteadas por Marchon entre los asistentes y Tarik Mestassi con la ganadora del premio. En otra imagen vemos a David García, de Hoya, dando a conocer el ganador de unas lentes progresivas Hoya de alta gama.



Milano Eyewear Show
23, 24, 25 febrero | 2019

MIDO
LIVE THE WONDER



La majestuosa belleza de la naturaleza

Las montañas de los Dolomitas son una vez más la inspiración de la nueva colección MIC-Made in Cadore 2019, diseñada por Tiziano Tabacchi. Un total de 11 nuevas monturas componen esta última propuesta.

Los diseños minimalistas con líneas definidas se basan en la naturaleza, la cultura y la emoción, ambos elementos presentes en cada detalle de la colección. Con materiales de máxima calidad, el acetato y el metal se llenan de colores sutiles y elegantes como el acero dorado o plateado, incluso mate, o el acetato negro o habana con varios estampados tomados de la naturaleza, elemento que también inspira los nombres de cada montura.

La colección MIC de Made in Cadore
(Facebook @madeincadore
Instagram micmadeincadore)
está realizada y distribuida por Immagine98.



En la colección de vista destacan las monturas de acetato con estructura metálica: Brina, unisex, de amplia forma circular; Corteccia, de silueta pantos más masculina, y Goccia, de líneas pantos más redondeadas terminadas en un ojo de gato que realza la mirada de la mujer.

La gafa de sol Humus sigue las tendencias gracias a su estilo máscara y lentes de varios colores, entre ellos el azul; Radice, de acetato circular con estructura metálica, muestra un diseño retro con reinterpretación contemporánea, mientras Sole es una gafa técnica deportiva con forma envolvente y lentes Zeiss.

¿Quiere
dar valor a su
gabinete?



Eyegenius de Hoya

Sistema para el examen visual con un método único
para la medición y corrección de la disparidad de fijación



COCO★SONG

AWARD - ED.2

La firma italiana apuesta por los jóvenes talentos

Area98, en colaboración con Harim Accademia Euromediterranea, anuncia una nueva edición de los Coco Song Award, galardones que premian a estudiantes de este centro formativo y les ofrece la oportunidad de hacer su propia interpretación de la colección Coco Song.

Después del éxito y excelente acogida de la edición anterior, Area98 ha decidido continuar la iniciativa y lanzar un nuevo desafío a los estudiantes de Diseño de Moda, Diseño de Joyas, Diseño de Interiores y Diseño de Producto de la Harim Accademia Euromediterranea, invitándoles a presentar sus diseños para la línea de gafas de sol Coco Song con la máxima libertad de expresión. Los proyectos serán evaluados por su capacidad para combinar el valor creativo e innovador con la inspiración de los elementos distintivos de la colección: el atractivo oriental, el papel clave del color, el uso de la seda y las inserciones naturales en las monturas.

El jurado, formado por miembros del Comité y de la Oficina de Desarrollo de Producto de Área 98, profesores de la Harim Accademia Euromediterranea, ópticos de los principales mercados en los que trabaja Área 98 y representantes de la prensa del sector óptico (entre ellos la revista Lookvision), seleccionará a cinco finalistas que se anunciarán el próximo 25 de febrero en MIDO. De los cinco proyectos seleccionados, la Oficina de Producto Area98 realizará los prototipos en una o más variantes de color, que se presentarán al público al final del año académico en la pasarela organizada por la Harim Accademia Euromediterranea y en Milán, en el Fashion Graduate Italy 2019. El ganador del Coco Song Award será dado a conocer en Silmo el 30 de septiembre de 2019 y recibirá un premio de 1.000 euros. Además será invitado a las instalaciones de Area98 en Pavia di Udine, donde podrá conocer la compañía así como el patrimonio histórico, artístico y cultural de la región italiana de Friuli Venezia-Giulia.

Elisio Tessaro, director artístico de Coco Song, comentó: “Estamos encantados de volver a emprender este proyecto, que en 2017 ofreció una oportunidad única para nosotros y para los estudiantes. Area98 siempre ha sido sinónimo de creatividad y experimentación, y los jóvenes talentos de Harim Accademia Euromediterranea representan una fuente inagotable y extraordinaria de ideas frescas y originales. Esperamos recibir nuevas propuestas y abrir nuestra marca a diferentes niveles de interpretación”.



Elisio Tessaro, director artístico de Coco Song y alma mater del premio Coco Song Award, del que se ha convocado ya su segunda edición.

Más información en: www.area98.it o **Facebook:** [facebook.com/area98eyewear](https://www.facebook.com/area98eyewear) y [facebook.com/cocosongeyewear](https://www.facebook.com/cocosongeyewear) e **Instagram:** [@area98eyewear](https://www.instagram.com/area98eyewear)

LookVISION

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



¡Gracias por anunciarte en LOOKVISION!

Escribenos a info@lookvision.es
o llámanos al 91 406 18 61

SÍGUENOS EN REDES SOCIALES



*Datos oficiales y certificados por la Oficina para la Justificación de la Difusión/ Certified by the Circulation Audit Bureau Control

**Datos del primer semestre de 2018 recogidos por Google Analytics/ 1st semester 2018 report from Google Analytics



MILLER & MARC

ABRE SU SEGUNDA ÓPTICA EN BARCELONA



La nueva óptica Miller & Marc de Barcelona muestra un ambiente cálido y relajado, similar al de la óptica que la firma tiene en el madrileño barrio de Malasaña.

Instalada en el barrio de Gracia, amplía el espacio de showroom físico que la firma de gafas estrenó en Malasaña (Madrid) hace año y medio. Con una cuidada estética, se incluye dentro de un plan expansivo que prevé más aperturas hasta 2020.



Miller & Marc se posiciona en el concepto de “lujo asequible”, reconoce Sergio Navarro. Sus diseños de sol y de vista, atemporales y de inspiración vintage, para ellas y ellos, a menudo están inspirados en iconos de cine y música de mitad del siglo XX.

Nacida hace tres años, la marca española de gafas de sol y graduadas Miller & Marc cuenta desde mediados de 2018 con un segundo punto de venta físico, una nueva óptica en Barcelona. Con una estratégica localización, la nueva óptica contribuye a ampliar el espacio de showroom que la firma inició hace un año en Madrid, dentro de un plan expansivo que incluye cinco aperturas más hasta el año 2020.

En pleno corazón del barrio de Gracia (Carrer Gran de Gracia, 88), el establecimiento de Barcelona es un diáfano y acogedor espacio en el que conviven las líneas rectas con ornamentos arquitectónicos de estilo neo-clásico, mobiliario en madera de castaño, y espejos enmarcados en color cobre. Su diseño con identidad propia se desmarca de las ópticas tradicionales, evocando el cuidado estilo de una boutique de moda. El resultado es un espacio amplio, cálido y relajado en el que vivir la experiencia de marca, y entender su filosofía. “Nuestros clientes no sólo ven las gafas como un instrumento de salud, sino como un accesorio estético. Son conscientes de que pueden cambiar de look alternando modelos de gafas, y no sólo de zapatillas, así que ¿por qué tener un par de gafas si pueden acceder a más?”, explica Sergio Navarro, CEO y cofundador de la firma.

La firma atrae a un público eminentemente joven, de nivel cultural alto, que se define por su diversidad, y se aleja de estereotipos. Al atractivo estilo de sus diseños, atemporales y de inspiración vintage, se suma un elevado nivel de calidad, para lo que fabrica los productos a base de acetato de celulosa de la fábrica italiana Mazzucchelli en talleres artesanales.

Para más información visita www.millerandmarc.com.

NO»IDOLS®
EYEWEAR

Precisa cubrir los puestos de comercial para zona NOROESTE y NORTE.

interesados contactar con: valerie@noidolseyewear.com

ZEN

Precisa cubrir el puesto de comercial para Catalunya y Baleares.

Se requiere experiencia en el sector.

Interesados contactar al e-mail:

info@zenbarcelona.com

EYEART

Por ampliación de su red comercial.

Precisa comerciales autónomos con experiencia en el sector para la zona de cataluña-aragón-pais vasco.

SALARIO FIJO + COMISIÓN

NUESTROS PRODUCTOS:

Gafas: Eye Art - Zazen -

Custom life - Gloop

Lentes: stock - laboratorio - progresivos

Complementos: gamuzas - estuches - taller

interesados enviar c.v. con fotografía
a: aurora@eyeart.es



FRAMES

¿QUIERES FORMAR PARTE DE NUESTRO NUEVO EQUIPO?

Buscamos agentes para toda España por el lanzamiento de la nueva colección KODAK Frames

Necesitamos personas comprometidas, con motivación, profesionales y con ganas de formar parte de un proyecto ambicioso.

Se requiere previa experiencia en el sector
Interesados enviar CV a loliaguacil@olsol.com



Multinacional dedicada a la comercialización de monturas y gafas de sol

Precisa

Agente comercial para la zona de

Andalucía Occidental

Interesados en ampliar información contactar al teléfono 972

22 22 85 o enviar e-mail a fanny@ateassessors.com Persona

de contacto: Fanny Salas



ERREBÉ EYEWEAR

PRECISA PARA LAS ZONAS NOROESTE y LEVANTE VENDEDORES CON EXPERIENCIA EN EL SECTOR DE LA ÓPTICA

MUESTRARIOS DE SOL y VISTA DE ALTA CALIDAD COMISIONES + APOYO COMERCIAL

INTERESADOS ENVIAR C.V. A:
info@errebemallorca.com
TEL.: +34 971 497 855

AREA98 - Empresa italiana exitosa y creativa, que opera en el sector óptico, está buscando para sus líneas COCO SONG, LA MATTIA y KAOS, en las zonas Centro y Norte de España, Islas Canarias y Galicia

agentes comerciales autónomos con vehículo propio, dinámicos y motivados, para formar parte de un proyecto serio y duradero.

Nuestro diseño, los altos estándares de calidad y las increíbles combinaciones de colores de nuestras monturas, las convierten en extraordinarias e inimitables.

Ofrecemos seriedad en las entregas, excelente servicio al cliente, puntualidad en los pagos, así como un excelente soporte publicitario.



Las personas interesadas, rogamos envíen su C.V. con foto, junto con una carta de presentación al siguiente correo electrónico:
area98jordi@gmail.com

¡Esperamos vuestras candidaturas!

MUNDOGAFAS

necesita comercial para cubrir varias zonas de España

Buscamos: personas con actitud, motivadas y con ganas de crecer profesionalmente que le guste el mundo de la moda y la óptica.

No se precisa exclusividad.

Si eres autónomo y te gustaría vivir una experiencia comprometedor y formar parte de un equipo joven envía tu CV a: rrhh@mundogafas.es

Se vende gabinete de óptica, en perfecto estado, compuesto por unidad con sillón que funciona, con foróptero, lámpara de hendidura con mesa eléctrica, queratómetro, proyector, caja de prueba con dos gafas de prueba (niño y adulto), diverso material como test de la mosca, luces de wort, test en cartulina, oclusores, etc., visualizador de Lc y mesa manual (todo ello está en Pedro Muñoz (Ciudad Real).

Si estás interesado pide más información a: jmcruzcan@hotmail.com y en el teléfono 687 434 328. Se mandan fotos por mail y más descripción. Precio del gabinete completo: 4.000 euros.

SUR-EYEWEAR PRECISA COMERCIALES AUTÓNOMOS PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

Fabricante italiano, a través de su distribuidor oficial para España y Portugal, necesita cubrir puestos de comerciales autónomos en todo el territorio español y portugués.

Aportamos muestrario de gran rotación, moda, diseño actual y mucho colorido. (MY WAY - ASSOLUTO).

Interesados en las vacantes ofrecidas, rogamos envíen su C.V. a la siguiente dirección de correo electrónico: sureyewear@gmail.com o llamar al teléfono: 669485550.

www.assoluto-eyewear.com

Traspaso óptica en Sevilla, en calle Rioja, 13; zona muy comercial situada en la llamada "Milla de Oro" de la ciudad. Local de dos plantas, cada una con 24 m². Cuenta con sala de refracción y maquinaria de primer nivel. Interesados contactar con José Luis Velo en los teléfonos: 954 21 55 57 y 687759004 o email optica-de-paris@hotmail.com



WHERE
WE
PLAY

BACKLAND SPHERICAL GOGGLES




adidas

ADIDASPORTEYEWEAR.COM



VARILUX[®] series[™]



¡GRACIAS!

Más de **10.000** consumidores han elegido a **Varilux X Series** como **producto del año**.

DISFRUTA
CADA DETALLE
DE TU MUNDO

