

Look *VISION*

Nº ESPECIAL 20 ANIVERSARIO • JUNIO/JUNE 2021

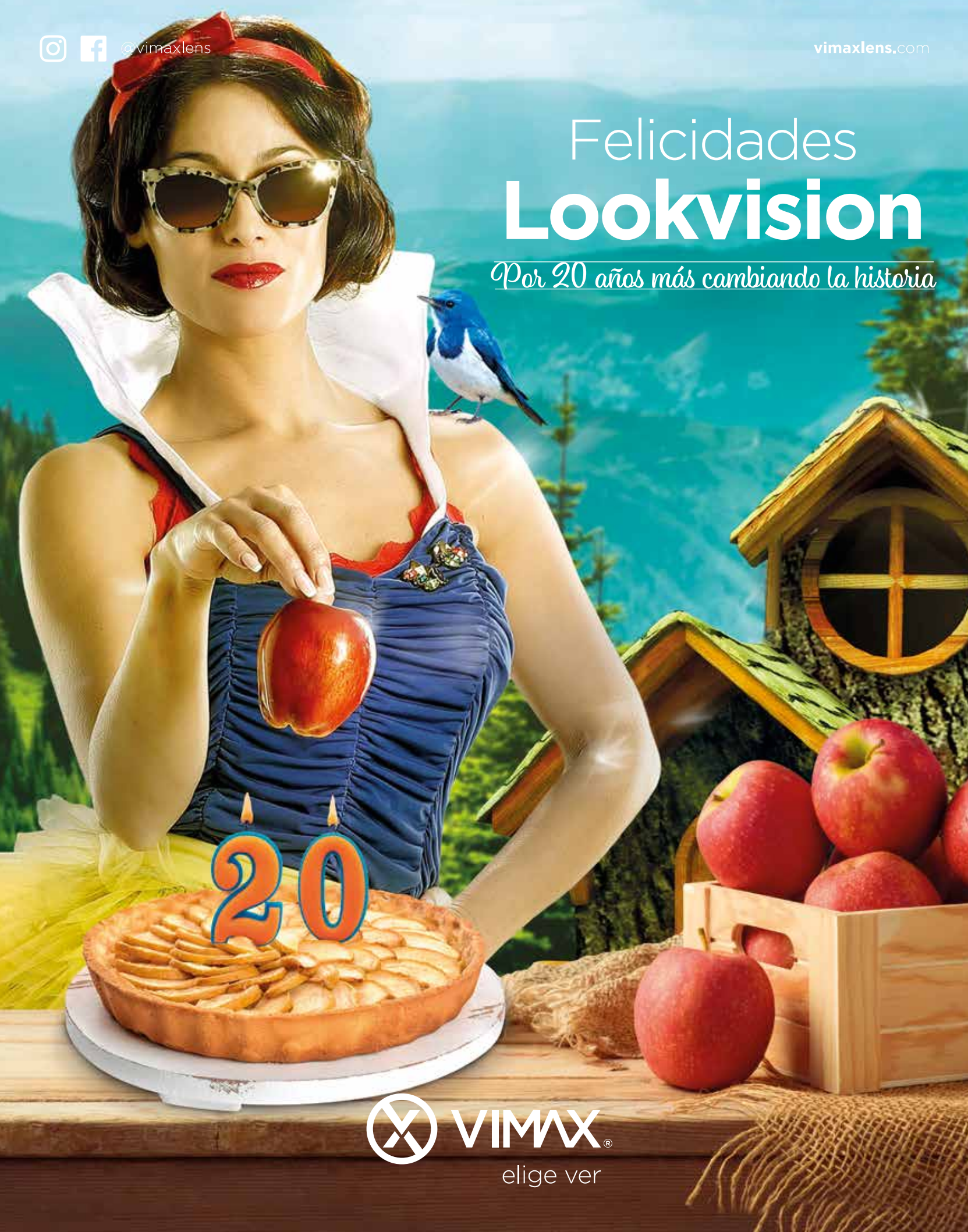
SEVENTH STREET

by *Sàfilo*



Felicidades Lookvision

Por 20 años más cambiando la historia



VIMAX®

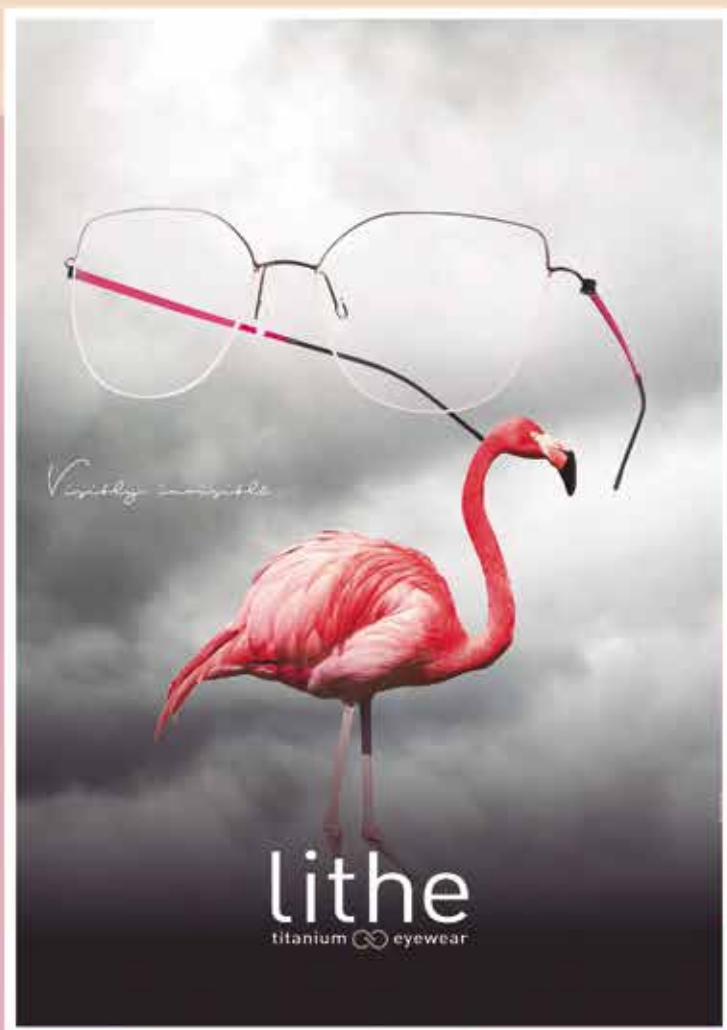
elige ver



WEBSHOP.VISIBILIA.COM



VISIBILIA
EYEWEAR



Visibilia

os desea muchas felicidades



MaxMara

sumario

10 Editorial

12 Face à Face se sumerge en el mundo de "El Caballero Oscuro" con Gotham.

14 Silhouette EOS View, nueva colección de graduado con llamativas monturas translúcidas.

17 Concurso de escaparates Ana Hickmann Eyewear.

18 Silmo París 2021: la próxima edición se celebrará presencialmente.

22 Owvo Optics, la marca norteamericana aterriza en España.

26 Prodesign Denmark, la pasión por el diseño danés crea gafas únicas.

28 Seventh Street by Safilo, nueva colección solar y óptica para toda la familia.

30 Opticlar, líquido limpiador de referencia para todo tipo de lentes y tratamientos.

32 Hoya Hi-Vision Sun Pro, el nuevo antirreflejante Premium.

34 Etnia Barcelona, su nueva campaña #BEANARTIST of a better tomorrow pone el foco en la sostenibilidad.

40 Kendall + Kylie Eyewear, las gafas de las hermanas más estilizadas de Hollywood.

44 Converse: nueva colección de gafas inspirada en sus emblemáticas zapatillas.

46 Monsine, gafas de moda convertidas en joyas.

48 Entrevista. Alberto Cubillas, director general de Carl ZEISS Vision España.

50 Jos. Eschenbach, sofisticación y modernidad.

54 Shamir y Alpine F1 Team, una asociación única.

55 iGreen Smart Eyewear: mucho más que unas gafas.



12



22



28



34



44



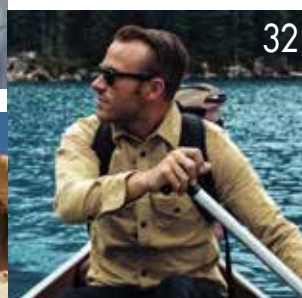
48



14



26



32



40



46

56 Grupo Velada y La Martina, exclusividad y diferenciación.

58 El 70% de los usuarios de gafas prestan más atención a su salud visual que antes del Covid.

60 Evil eye, presente en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2021.

62 CentroStyle & Blue Eco Line: juntos con Neyeture para devolver el espacio a la naturaleza.

64 Tendencias.

68 Claudia, primera niña en España que recibe el tratamiento de lentes que frenan el aumento de la miopía.

70 Contactología.

72 Entrevista. Esther Fernández, directora general de Awa Sunglasses. "Podemos bañarnos perfectamente con las gafas de sol Awa Sunglasses puestas".

74 Seiko Brilliance, disfruta de la máxima personalización.

76 Trevi Coliseum, 50 años al lado del óptico.

78 Hoya presenta su nuevo catálogo de lentes.

80 Marcolin vuelve a sorprender: diseños atrevidos, estilo deportivo y mucho color.

81 Noticias.

93 Coco Song, fusión entre Oriente y Occidente.

94 Lentes bifocales Duplo, la solución para altas adiciones y prismas.

95 Polaroid: nueva colección sostenible.

96 No Idols, calidad, diseño y ecología.

97 Agenda de Anuncios.

contents

20th ANNIVERSARY ESPECIAL ISSUE · JUNIO/JUNE 2021

10 Editorial

12 Face à Face dives into the world of "The Dark Knight" with Gotham.

14 Silhouette EOS View, a new graduate collection with eye-catching translucent frames.

17 Ana Hickmann Eyewear shop window contest.

18 Silmo Paris 2021: the next edition will be held in person.

22 Owvo Optics, the North American brand lands in Spain.

26 Prodesign Denmark, the passion for Danish design creates unique glasses.

28 Seventh Street by Safilo, new sun and optical collection for the whole family.

30 Opticlar, the reference cleaning liquid for all types of lenses and treatments.

32 Hoya Hi-Vision Sun Pro, the new Premium anti-reflective.

34 Etnia Barcelona, their new #BEANARTIST of a better tomorrow campaign focuses on sustainability.

40 Kendall + Kylie Eyewear, the glasses of the most stylish sisters in Hollywood.

44 Converse: new collection of glasses inspired by their emblematic sneakers.

46 Monsine, fashionable glasses turned into jewels.

48 Interview. Alberto Cubillas, CEO of Carl ZEISS Vision Spain.

50 Jos. Eschenbach, sophistication and modernity.

54 Shamir and Alpine F1 Team, a unique partnership.

55 iGreen Smart Eyewear, much more than just glasses.



56 Grupo Velada and La Martina, exclusivity and differentiation.

58 70% of spectacle consumers pay more attention to their visual health than before the Covid.

60 Evil eye, is present at the Tokyo 2021 Olympic and Paralympic Games.

62 CentroStyle & Blue Eco Line: together with Neyeture to return the space to nature.

64 Trends.

68 Claudia, the first girl in Spain to receive the lens treatment that slows the increase in myopia.

70 Contactology.

72 Interview. Esther Fernández, CEO of Awa Sunglasses. "We can bathe perfectly with Awa Sunglasses on".

74 Seiko Brilliance, enjoy maximum customization.

76 Trevi Coliseum, 50 years at the optician's side.

78 Hoya presents their new lens catalog.

80 Marcolin surprises again: Bold designs, sporty style and lots of color.

81 News.

93 Coco Song, fusion between East and West.

94 Duplo bifocal lenses, the solutions for big additions and prisms.

95 Polaroid: new sustentable collection.

96 No Idols, quality, design and ecology.

97 ADS Agenda.

MiYOSMART: la forma inteligente de tratar la miopía en niños

Lanzamiento 1 de Abril de 2021

Reduce la
progresión
de la miopía
en un
60%*



HOYA
FOR THE VISIONARIES

*Lam CSY, Tang WC, Tse DY, Lee RPK, Chun RKM, Hasegawa K, Oj H, Hatanaka T, To CH. Defocus incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses show myopia pregression: a 2 year randomised clinical trial. British journal of Ophthalmology. Published Online First: 29 May 2019. doi: 10.1136/bjophthalmol-2018-313739. Lente oftálmica que cumple con los requisitos generales establecidos en el anexo I del Reglamento Europeo 745/2017 sobre dispositivos médicos así como las normas ISO 8980-1/2/3/4 y 5 e ISO 14889. Número de aprobación de la comunidad de Madrid CPS.: 3938-PS-CM.



NUESTRA PORTADA:

Seventh Street by Safilo nos obsequia con la tarta de celebración de nuestro 20º aniversario presentándonos una nueva colección que, además de festejar también la llegada de la temporada estival, llega cargada de una personalidad arrolladora definida por el perfecto equilibrio entre diseño atemporal, detalles funcionales e innovadores, formas de tendencia, colores frescos, ligereza, comodidad y contrastada calidad de los materiales. Todo ello reflejado en una gama de modelos de vista, como los de la imagen de portada, y de sol para que mujeres, hombres y niños satisfagan sus necesidades visuales y protectoras en cada momento.

LookVISION

Nº ESPECIAL 20 ANIVERSARIO
JUNIO/JUNE 2021

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**



RevistaLookvision



@lookvisionrev



revista-lookvision



@revistalookvision

Asesoría fiscal y financiera:

Franpij - Gestión y Análisis, S.L.

Maquetación y preimpresión: **Creapro**

Impresión: **Monterreina**

Depósito legal: M-24975-2001

TIRADA CERTIFICADA CONTROL



20º aniversario de Lookvision

Año y medio después del amanecer del siglo XXI, en junio de 2001, editamos el primer número de Lookvision. Por tanto, este junio de 2021 es un mes muy especial para la revista: Celebramos nuestro 20º aniversario y aprovechamos la ocasión para compartirlo con todos los que formáis parte de esta gran familia del sector óptico en estos momentos tan singulares debido a la pandemia provocada por el covid-19. Desde la distancia personal que impone la situación, pero desde la cercanía de esta revista, tanto en su versión impresa como online, agradecemos una vez más a todos los que habéis hecho posible que Lookvision cumpla 20 años: a todos los ópticos-optometristas, a nuestros fieles anunciantes que confían en este soporte para dar a conocer sus productos y mensajes, a todos los lectores nacionales e internacionales y, por supuesto, al equipo humano que ha formado –como nuestro recordado Luis Iglesias– y forma parte de Lookvision.

Parece que fue ayer cuando el nº 1 de esta publicación vio la luz y ya han pasado dos décadas cumpliendo con rigor y puntualidad los compromisos editoriales adquiridos entonces y renovados periódicamente con cada número. En este año del vigésimo aniversario de Lookvision, que conmemoramos ahora con el sector óptico, seguimos demostrando nuestra capacidad de afrontar con esfuerzo, entusiasmo, profesionalidad y creatividad los nuevos retos que nos esperan para encarar el futuro con garantías de éxito y para seguir posicionados en lo más alto de la información óptica nacional e internacional gracias, por supuesto, al apoyo incondicional que hemos recibido en estas dos décadas por parte de todos vosotros, lectores, profesionales, empresas y amigos del sector. Ha sido –está siendo aún– un año difícil para todos, pero estamos seguros que nada, ni siquiera la pandemia covid-19, podrá detener los engranajes de la rueda que mueve este apasionante y agradecido mundo de la óptica.

Festejamos nuestro 20 aniversario con este número especial de junio sin celebraciones presenciales, sino de forma virtual en cierto modo, como no puede ser de otro modo debido a la pandemia provocada por el covid-19, con la seguridad de que vendrán tiempos mejores para todos y más “años Lookvision” mejorando y logrando la excelencia empresarial y la satisfacción de los lectores, de la comunidad óptica nacional e internacional al completo. Todos los que nos conocéis sabéis que Lookvision, medio de comunicación perteneciente a la empresa Mundipress Comunicación, está formada por profesionales de la información que siguen fieles a los principios fundacionales de la revista y a los de la profesión periodística: Objetividad, ética, respeto, libertad de expresión y opinión; un espacio de participación en el que caben todas las voces del sector, empresas y marcas –sean anunciantes o no–, un espacio en sus versiones impresa y online en el que la seriedad y la responsabilidad no dejan cabida a la frivolidad, ni del medio ni de sus periodistas.

Este es un espacio en el que se respeta la información precisa, honesta e independiente. Al no actuar en nombre de intereses específicos, la objetividad es otro de nuestros valores, y esa información imparcial, diversa e inclusiva, en la que caben todos los actores del sector óptico: profesionales, empresas y marcas genera en nuestra profesión credibilidad, confianza y empatía. Por supuesto, a todo ello unimos el valor de la transparencia y la credibilidad al ser una revista auditada –en su versión impresa o papel– por OJD, Oficina para la Justificación de la Difusión, cuyo último acta de control certifica una tirada de más de 8.600 ejemplares por edición, y por Google Analytics en su versión online con unos 257.000 páginas vistas el último año en web www.lookvision.es y 133.000 usuarios web únicos, así como 5.000 seguidores en redes sociales.

Y como señalamos al principio, dado que seguimos estando preparados para afrontar nuevos retos los próximos años, aprovechamos la ocasión para reiteraros nuestro agradecimiento por el apoyo incondicional que nos habéis prestado durante estas dos décadas y esperamos seguir contando con vosotros los próximos años para continuar afrontando nuevos e ilusionantes retos. ¡Gracias!

editorial

world
environment day



05 • 06 • 21



neyeture
BIOBASED EYEWEAR

FRAME WITH MAGNETIC CLIP-ON



FACE A FACE

PARIS

Se sumerge en el mundo de
"El Caballero Oscuro" con Gotham

La firma francesa presenta su nueva montura Gotham, inspirada en el mundo de Batman "El Caballero Oscuro" y su ciudad de origen. Además, el nuevo diseño de Face à Face tiene como protagonistas a los colores Pantone de 2021, transmitiendo un mensaje de fuerza y positividad para este año.



Face à Face presenta su nueva montura Gotham con los colores Pantone de 2021: Pantone 17-5104 Ultimate Grey + Pantone 13-0647 Illuminating. Dos colores que resaltan cómo los diferentes elementos se unen para apoyarse entre sí y que expresan perfectamente el estado de ánimo del color Pantone del Año 2021. Transmitiendo un mensaje de fuerza sutil y esperanza, un matrimonio de color que es perdurable y edificante. Práctico y sólido como una roca, pero al mismo tiempo cálido y optimista, la unión de estas dos tonalidades transmite fuerza y positividad.

Esculpidos y suaves, como el propio Caballero Oscuro, los frentes y los lados masculinos de la montura Gotham están tallados en láminas de acetato sólido para dar la sensación de precisión en sus bordes afilados. A la vez discreta e imperdible, su estética refinada y neo-retro se transmite por todo el marco y hasta las inconfundibles puntas de las varillas.

Gotham está disponible en tonos sutiles semitransparentes o en tonos oscuros con detalles de neón contrastantes en el interior. Un diseño sumamente elegante y con personalidad, que aunque es oscuro, es ideal para lucir, tanto por el día, como por la noche.

Face à Face pertenece al portafolio de marcas de Design Eyewear Group, junto a Infance, Woow, ProDesign, Kilsgaard y Nifties.

www.faceaface.com - [#faceaface_paris](https://www.instagram.com/faceaface_paris) - [@faceafaceparis](https://www.facebook.com/faceafaceparis)



La nueva montura masculina de Face à Face está realizada con láminas de acetato talladas, en un verdadero ejercicio de precisión, aportándole un inigualable estilo elegante y refinado.

#faceaface_paris / faceaface-paris.com / 944 211 776



FACE A FACE
PARIS



Silhouette®

EOS View, nueva
colección de
graduado con
llamativas monturas
translúcidas

Silhouette, firma austríaca con más de 55 años de experiencia en el diseño y producción de gafas premium, presenta su nueva colección de gafas graduadas EOS View, formada por cuatro nuevas y llamativas monturas translúcidas. Una colección que combina comodidad, ligereza y estilo, ideales para el día a día.



La nueva colección está inspirada en Eos, la diosa mitológica griega del amanecer, creadora de la sinfonía de colores y luz que llena el cielo poco antes de que salga el sol. Una línea que, gracias a su montura translúcida y su innovadora forma 3D, juega con las luces y sombras creando un efecto único.

Los modelos EOS View están producidos con el material patentado SPX[®]+, utilizando tecnología de moldeo por inyección precisa, y cuidan del más mínimo detalle. Ofrecen una combinación única de flexibilidad, robustez y ligereza; y además se producen de manera sostenible en la sede central de la firma en Linz (Austria). El look sofisticado y rebotante de estilo de esta colección se consigue gracias a su diseño, que crea un “shape-in-shape effect”. Gracias a las formas que se contrastan y el uso ingenioso de las luces y las sombras, la colección EOS View es realmente única.

EOS View de Silhouette ofrece cuatro llamativos diseños: dos formas femeninas, una cuadrada masculina y una forma clásica pantofo unisex. Están disponibles en seis colores translúcidos, incluyendo los seductores Smoky Blossom, Crystal y Golden Hour. Con su combinación de formas modernas y llamativas y la sutil sofisticación de sus matices de color, está garantizado que estas gafas serán el centro de atención.

www.silhouette.com - www.facebook.com/silhouette



Las nuevas monturas translúcidas Silhouette EOS View, realizadas en material patentado SPX[®]+, son ideales para el día a día de mujeres y hombres.



Estilo, comodidad, ligereza y tecnología se dan cita en la colección de graduado Silhouette EOS View, disponible en cuatro diseños y seis colores.

A close-up portrait of a woman with dark, wet hair slicked back. She is wearing clear, rectangular Silhouette glasses. The background is a bright, white, draped fabric, possibly a towel or sheet, creating a soft, airy atmosphere. The lighting is warm and directional, highlighting the contours of her face and the texture of her hair.

TRY IT.
WEAR IT.
LOVE IT.

Silhouette®

ICONIC EYEWEAR MADE IN AUSTRIA. SINCE 1964.



T-CHARGE

EYEWEAR

PRIMAVERA / VERANO



COLECCIÓN 2021

Excellence Made in Italy



Ana Hickmann

eyewear



¡ATENCIÓN, CONCURSO! LOS MEJORES ESCAPARATES

**Participe y gane 1 de los
3 premios originales de
Ana Hickmann Eyewear.**

**Promoción válida hasta
finales de junio de 2021.**

Solo tiene que enviar 3 fotos de su escaparate a info.marketing@goeyeweargroup.com, y ser uno de los felices ganadores * del concurso. * Los ganadores se anunciarán la última semana de julio de 2021.

Silmo París 2021

La próxima edición se celebrará presencialmente

La feria internacional de París lleva medio siglo siendo un lugar de encuentro para los profesionales del sector y ha tenido reinventarse durante la pandemia. Pese a un año complicado, la organización ha confirmado que la próxima edición se celebrará del 24 al 28 de septiembre en París Nord Villepinte.



Hace un año y medio la pandemia de COVID-19 llegó repentinamente e impactó profundamente nuestra vida personal y profesional. A pesar de esta situación, que hizo añicos una serie de hábitos y certezas, Silmo permaneció presente para la comunidad óptica y de las gafas al adaptar al momento actual todas sus herramientas y servicios desarrollados durante muchos años.

A pesar de la difícil situación que tanto el sector óptico como el mundo en general ha vivido en los últimos tiempos, ya se ve la luz al final del túnel. Así, el Gobierno francés anunció recientemente un plan para abrir progresivamente las medidas de cierre del país. Esto confirma oficialmente lo que la organización de Silmo París había estado anticipando: las conferencias y exhibiciones podrán volver a abrir. Comenzando el 30 de junio, no habrá una capacidad máxima para este tipo de eventos, siempre y cuando se observen las medidas sanitarias vigentes. De este modo, la próxima edición de Silmo podrá celebrarse de manera presencial en el recinto ferial de París Nord Villepinte del 24 al 28 de septiembre de 2021.

Los beneficios de las campañas de vacunación mundiales y su aceleración extendida, la relajación de las condiciones para viajes internacionales, el establecimiento de un Pasaporte de Salud Europeo y obviamente el afán de los profesionales por reunirse son algunos de los factores que posibilitan que la feria pueda volver a celebrarse.

“Después de dos años sin ferias internacionales, la reunión de los profesionales de la industria óptica y el eyewear será más intensa, estoy segura. El equipo de Silmo al completo está trabajando duro para preparar esta edición. ¡Esperamos verlos! Estamos deseando volver a sorprenderte con el talento de los profesionales entusiastas, ansiosos por disfrutar del placer del descubrimiento, la oportunidad de encuentros y la cordialidad de las discusiones. Está claro que toda la tecnología del mundo nunca reemplazará el poder y la emoción de un evento físico”, ha declarado Amélie Morel, presidenta de Silmo París.

Así que anota esta fecha en tu calendario: del 24 al 27 de septiembre de 2021 tienes una cita en la capital francesa para asistir a Silmo París. Una gran oportunidad para volver a encontrarte presencialmente con todos los profesionales del sector óptico, para volver a humanizar los negocios e intercambiar ideas y energía positiva. ¡Nos vemos en París!

Silmo París: 50 años apoyando al sector óptico

Siendo una fuente histórica de inspiración y progreso para toda una industria, SILMO ha influido en el mundo de la óptica y las gafas durante más de 50 años. Implicación, responsabilidad, atrevimiento, flexibilidad y cercanía son los valores que transmite la Feria Internacional de Óptica de París, que invita a los profesionales a reflexionar, concebir y explorar el futuro de este sector en constante cambio. Verdadero referente a nivel internacional y pionero en las fronteras de la innovación y la inspiración, SILMO organiza eventos en múltiples formatos y genera contenidos de alto valor para orientar a todo el profesional en el desarrollo y desempeño de su actividad.

En épocas de crecimiento o crisis como la actual, SILMO siempre ha apostado por pilares sólidos y un formato flexible:

- SILMO Family y sus múltiples formas de encuentros profesionales: eventos locales e internacionales, encuentros de convivencia, fuentes de sinergia y generadores de negocio.
- SILMO Signature: contenido de vanguardia, innovador e inspirador para cultivar reflexiones colectivas sobre el futuro del campo, asegurando la mayor difusión posible del progreso tecnológico y creativo al servicio de la salud visual para todos y el crecimiento general de la industria.

SILMO es capaz de adaptarse a las circunstancias cambiantes. Es un universo vivo donde las tecnologías, las tendencias y la experiencia se encuentran, convergen, se aglomeran y dan lugar a proyectos, colaboraciones, ideas y negocios.

Basado en la solidez de su experiencia y la que ha adquirido a lo largo de los años, SILMO es ahora, más que nunca, el socio de un campo de excelencia: la industria óptica y de gafas a nivel mundial.

A TRUE AMERICAN ICON

DISPONIBLES EN EL 99% DE LAS RECETAS

SERENGETI®



**ADAPTABLE
A LA VISTA**

www.bollebrands-RX.com



DOOBLE

Llega el momento
de no mirar atrás
y recuperar el tiempo perdido.
Ahora toca mirar adelante,
y poner los ojos en el futuro.
Vivir el doble.
Sentir el doble.
Disfrutar, viajar, salir
y emocionarse el doble.
Ha llegado el momento
de no estar sólo en el futuro.
¿vienes?

OPTICALIA[®]

www.opticaliaexpansion.com

Tel. 918 065 500



+info



OVVO OPTICS

La marca norteamericana aterriza en España



OVVO Optics apuesta por el mercado español y siguiendo su estrategia de expansión internacional aterriza en nuestro país con una innovadora colección de monturas y gafas de sol, de fabricación cien por cien europea, y con un equipo comercial de amplia experiencia en el sector perfectamente capacitado para ofrecer el mejor servicio y atención a las ópticas de España y Portugal.



Manteniendo el más alto estándar de excelencia, OVVO Optics crea gafas de alto rendimiento y tecnológicamente avanzadas desde 2011. Fabricadas a mano en sus instalaciones familiares de Polonia, las monturas OVVO se someten a 85 pasos de meticulosa artesanía.

Con más de una década de experiencia, OVVO Optics llega a la Península Ibérica de la mano de José Miguel García Zamora y un equipo de cualificados profesionales con amplio conocimiento y experiencia en el sector óptico. “La capilaridad de la red comercial es una apuesta fundamental para OVVO, siendo de vital importancia la cercanía del equipo al cliente con el objetivo de lograr un servicio personalizado” comenta José Miguel García, Territory Manager de OVVO Iberia, quien añade que “la historia de la firma se remonta a mucho más de diez años; concretamente a la Europa de la Guerra Fría, cuando un grupo de científicos desarrolló un material para naves espaciales y uso militar, fusionando el acero quirúrgico y el titanio, logrando así un material excepcionalmente ligero, duradero y flexible que además es hipoalergénico. Inspirados por sus notables cualidades, los ingenieros de la empresa empezaron a utilizar este compuesto para la fabricación de sus monturas”.

La compañía tiene su sede en EE.UU., donde está presente en más de 2.500 ópticas. La fabricación de sus gafas se realiza en Alemania y Polonia, utilizando materiales europeos como láminas de acero importadas de Suecia y utilizando tecnología láser de ingeniería alemana. En sus distintas etapas de fabricación, 250 artesanos realizan los más de 85 pasos que necesita la fabricación de cada montura. Con gran precisión y atención al detalle, las monturas son pulidas, pintadas, decoradas y ensambladas a mano. En cada fase, se inspeccionan para garantizar la máxima calidad.

Con un peso de 17 gramos, las monturas ofrecen una comodidad incomparable y una durabilidad inigualable. Las pruebas realizadas en laboratorios alemanes, demostraron que las monturas estiradas pueden soportar 25 kilos de peso sin deformarse ni romperse. Prácticamente indestructibles y altamente flexibles son también las bisagras sin tornillos patentadas, que se han convertido en una seña de identidad de la marca; éstas pueden soportar más de 300.000 rotaciones y no manifestar cambios en la estructura o apariencia.

Con cada nueva colección, la tecnología continua evolucionando, lo que ha valido a la compañía múltiples premios. En 2020, OVVO Optics recibió el Red Dot Design Award por su innovadora colección de DLC (Diamond Like a Carbon), que utiliza la nanotecnología para trasladar las características de los diamantes a la gafas. El DLC se sintetiza en laboratorio mediante la descomposición de gases de hidrocarburos para apilar átomos individuales en una película de carbono que es más delgada que el papel, más dura que el diamante y más fuerte que el acero. Al recubrir las monturas con esta pelicularidad, OVVO logra un nuevo abanico de posibilidades en cuanto a robustez, ligereza, resistencia a los arañazos y durabilidad. Esta tecnología de vanguardia se utiliza en industrias punteras como la Formula 1 o la aeronáutica, siendo OVVO la única compañía en incorporar la tecnología DLC al sector óptico.



Las pruebas realizadas en laboratorios alemanes, demostraron que las monturas OVVO Optics estiradas, con tan solo 17 gramos de peso, pueden soportar 25 kilos de peso sin deformarse ni romperse. Prácticamente indestructibles y muy flexibles son también sus bisagras sin tornillos patentadas.



La pasión por la creatividad, el diseño, la precisión, la comodidad y el rendimiento son evidentes en cada gafa de OVVO Optics. Además, por su innovadora colección de DLC (Diamond Like a Carbon), ha recibido el Red Dot Design Award.

Por su parte, la colección de madera y fibra de carbono fusiona las maderas exóticas de origen sostenible, procedentes de África, Centroamérica y Sudamérica. Con dos capas de madera y nueve capas de fibra de carbono, cada montura de esta colección fusiona lo natural y lo técnico como nunca antes se había hecho, dando como resultado una montura ligera, delgada y ajustable.

Combinando acetato de Mazzucchelli con varillas de acero quirúrgico y titanio, la colección Duo ofrece luz y comodidad sin renunciar a una estética atrevida, mientras la colección Junior, ganadora de iF Award y Good Design, permite que con cinco frentes en tres tamaños de diferentes colores y varillas con distintas longitudes y tonalidades el cliente pueda crear su montura perfecta ya que cuentan con 945 posibilidades.

La pasión por la precisión y el rendimiento es lo que hace que las gafas de OVVO sean diferentes. Cada montura que lleva el nombre de OVVO Optics ofrece calidad, estilo e innovación.

Para más información contactar con José Miguel García Zamora en el teléfono: +34 696 073 604 y en: josemi.ovvooptics@gmail.com
www.ovvooptics.com

Transitions™

Signature® GEN8™



Contacta con tu consultor de negocio de Essilor.

El equilibrio perfecto entre claridad y protección en interiores y exteriores

Las nuevas lentes *Transitions Signature GEN8™* son únicas: se adaptan constantemente a las variaciones de iluminación para disfrutar del tono adecuado en cada momento.



LENTES INTELIGENTES

QUE SE ADAPTAN AUTOMÁTICAMENTE A LA LUZ



MEJOR PROTECCIÓN PARA LOS OJOS

BLOQUEAN EL 100% DE LOS RAYOS UVA Y UVB

FILTRAN LA LUZ AZUL NOCIVA EN INTERIORES Y EN EXTERIORES



UN COLOR, UN ESTILO

OFRECE A TUS CLIENTES QUE PERSONALICEN SU MONTURA CON EL COLOR DE LA LENTE

7 COLORES DISPONIBLES



GRAPHITE GREEN



MARRÓN



GRIS

Style
COLORS



ÁMBAR



AMATISTA



ESMERALDA



ZAFIRO

Más información en

www.essilor.es/transitions



La pasión por el diseño danés crea gafas únicas

El cuidado de los detalles hace de cada modelo de Prodesign una gafa única, con máxima funcionalidad y elegancia. La colección para esta temporada destaca la perfecta fusión que la firma sigue perfeccionando con el paso del tiempo, a la par que declara su amor por el diseño danés.

Las nuevas monturas de Prodesign incluyen cualidades estéticas únicas y atractivas, que se fusionan con relevantes características técnicas. Sus diseños audaces e independientes mantienen a la firma fiel a su herencia nórdica, con líneas minimalistas y elegantes. Los colores nórdicos y las siluetas de diseño inspiradas en la naturaleza y la geometría son el núcleo de la colección. Muestra de ello es la paleta de colores y de formas que envuelve la gama de monturas masculinas, femeninas y unisex.

La firma Prodesign pertenece al exclusivo portfolio de marcas de Design Eyewear Group, junto con otras firmas como Face à Face, Inface, Nifties o Woow.

prodesigndenmark.com / designeyewaregroup.com



Las monturas masculinas Quadra -3171-73- se inspiran en la geometría con una forma panthos y otra cuadrada. El frente metálico en dos tonalidades crea un agradable contraste con el interior en metal colorido, mientras las varillas de solo dos capas de acetato, con ángulos extra afilados, combinan con el delicado exterior frontal. Por dentro, déjate cautivar por sus llamativos colores.



Honestas, elegantes y relajantes son las Prodesign North 3641-43. Combinan forma y funcionalidad en su montura de acetato de doble capa transparente, que deja a la vista la varilla metálica y detalles en el frente que combinan con el acetato. Las siluetas se dibujan en formas de inspiración nórdica.



Deportiva, masculina y llena de energía, Trail -6931-33- está disponible en tres tamaños con un frente modesto y acabados rebosantes de color. Su bisagra extra flexible y sus terminales en silicona combinada enfatizan la funcionalidad deportiva y técnica del modelo.



prodesign : denmark

BORN DESIGNED. CREATED IN DENMARK.

prodesigndenmark.com / info.es@designeyeweargroup.com / 944 211 776

Nueva colección solar y óptica para toda la familia

La nueva colección de gafas de la firma de Safilo presenta monturas ópticas, de sol y diseños clip-on para esta temporada con un estilo contemporáneo, en perfecto equilibrio entre diseño atemporal y detalles funcionales modernos. Todo ello resaltado por colores frescos y estilos de tendencia.



La jovialidad, alegría y comodidad definen la personalidad de la nueva colección de gafas SEVENTH STREET by SAFILO. Los nuevos diseños, fabricados en metal o en una atractiva mezcla de materiales, se ofrecen en una amplia gama de formas con un diseño ultraligero y fácil de llevar por mujeres, hombres y niños.

Las nuevas monturas ópticas masculinas se caracterizan por un estilo clásico con detalles modernos y una ligereza máxima. La nueva montura óptica 7A 083, ligera y de corte redondeado, representa una declinación moderna de una forma atemporal en acetato. El máximo confort está garantizado gracias a sus bisagras flexibles. El logo SEVENTH STREET es discretamente visible a la altura de la bisagra y los extremos ajustables en acetato. Este modelo está disponible en negro, azul, rojo y beige en colores translúcidos. Por su parte, la montura 7A 082, de forma rectangular en acetato, presenta una construcción lineal clásica. Los terminales de las varillas ajustables incrementan la comodidad de la montura y ofrecen la máxima funcionalidad. También incluye varillas planas ligeras y flexibles con el logo con los terminales de acetato ajustables. La paleta de colores explora tonos de azul, gris, habana y negro.

Los diseños ópticos femeninos destacan con formas de tendencia como el ojo de gato en acetato y varillas finas. El modelo SA 311 dispone de varillas metálicas flexibles cuyo color se combina con el del interior del frontal, mientras que el diseño SA 565 lleva varillas embellecidas con acetatos “jaspeados” a tono con la parte delantera de la montura.

Combinando diseños de tendencia y funcionalidad, la firma presenta dos nuevos diseños clip-on. Para mujer, destaca el nuevo modelo clip-on view 7A 588 CS, una montura con silueta de mariposa ultraligera, que irradia una sensación de modernidad atemporal gracias a los colores brillantes de la máscara solar que se puede quitar y poner muy fácilmente. Las varillas de metal fino y flexible, declinado en discretas tonalidades galvánicas, se completan con terminales ajustables en acetato. Por su parte, de estilo aviador unisex es el diseño clip-on 7A 559 CS. Fabricado en acetato, juega con el color de las lentes en combinación con el de las varillas. Al igual que el modelo femenino, el unisex también cuenta con una máscara solar de metal que se puede quitar y poner de manera sencilla, para adaptar las gafas a las necesidades visuales del usuario en cada momento.

Arpe® | **30**
Years

**¡Esto hay
que celebrarlo!**

+10% GRATIS
de producto en tu pedido
Compra mínima 500€

Pedidos nuevos o repeticiones de
gamuzas y fundas



MANUFACTURAS ARPE
PRODUCTOS
ÓPTICOS
SOSTENIBLES
MANUFACTURAS ARPE

 **rPET**
Post-Consumer

Nuestros productos están diseñados
y fabricados con hilo rPET
post-consumo con certificado GRS,
libres de sustancias nocivas con
certificado Oeko-Tex. Comprometidos
con un modelo de crecimiento
económico socialmente más inclusivo
y respetuoso con el medio ambiente.



OEKO-TEX®
STANDARD 100
20170K0460 AITEX



C-0000150 INTERTEK

info@arpe.es | arpe.es | 93 793 76 77



Líquido limpiador de referencia para todo tipo de lentes y tratamientos



Opticlar, líquido limpiador ideal para todo tipo de lentes y tratamientos que incluye Day & Night en su portafolio de productos exclusivos, se presenta en una variada línea de envases, algunos de ellos incluyen también gamuza digital, para satisfacer las necesidades del óptico y de sus clientes: desde 10 ml. en versión bolígrafo, en 30, 100 ml. y hasta de un litro.

El producto se fabrica íntegramente en España, en las instalaciones de Day & Night; por lo tanto, es un producto 100% nacional, de excepcional calidad, a un precio competitivo y con un servicio de atención y entrega rápido y eficiente.



Más información en: www.groupdayandnight.com y en el teléfono: 973 31 19 65.



LET'S GO!



INVU.
BY SWISS EYEWEAR GROUP 



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



Hi-Vision Sun Pro, el nuevo antirreflejante premium

Hoya lanza su nuevo tratamiento antirreflejante premium Hi-Vision Sun Pro para los usuarios que quieren protección 100 % UV en ambas caras de la lente y en el índice que elijan.



Hi-Vision Sun Pro mejora el rendimiento, la estética y la durabilidad de las gafas de sol. Este tratamiento incorpora una alta resistencia a los arañazos y un mejor contraste que las lentes de sol normales al reducir los reflejos.

Las características de Hi-Vision Sun Pro y los beneficios para el usuario son:

- **Reflejo residual incoloro:** El tratamiento no altera el color de la lente solar. El color y tono de la lente permanece invariable al aplicar el tratamiento antirreflejante. Añadir una protección a la lente y mejorar la calidad óptica no modifica su estética.
- **Antiestático:** Se introduce una capa extra con componentes antiestáticos. Evita que la superficie de la lente atraiga las partículas de polvo. No quedarán restos de polvo cuando limpies tus lentes.
- **Lipófugo:** La multicapa incluye componentes que repelen las manchas de grasa. Repele las posibles manchas de sustancias con componentes grasos. La lente no quedará marcada con las huellas de tus dedos.
- **Hidrófugo:** La multicapa incluye componentes que repelen las gotas de agua. Los componentes hidrófugos facilitan que las gotas se limpien más fácilmente. Tus lentes mucho más tiempo limpias.

- **Compactación de capas:** En la campana de alto vacío se alcanza una mayor presión. Las capas se van incorporando unas sobre otras con una mayor adhesión. Las lentes son más resistentes a los arañazos y abrasiones.
- **Similar índice de refracción:** Entre la materia base y el tratamiento endurecido. El emparejamiento de índices evita reflejos parásitos entre las capas del tratamiento. Mejor estética en cualquier lente independientemente de tu graduación.

Por otro lado, para tu negocio, obtendrás los siguientes beneficios:

- Te permitirá ofrecer lentes solares con tratamiento antirreflejante en todos los índices sin el impedimento de un reflejo verde.
- Ofrecer un valor añadido al resto de tratamientos disponibles.
- Mejorar la satisfacción del paciente al evitar una queja recurrente.
- Diferenciación frente a tratamientos de las lentes de promoción.
- 3 años de garantía en el tratamiento por la gran fiabilidad y resistencia demostrada.
- Garantía de calidad especialmente en tratamientos en lentes de alto índice.



etnia  **BARCELONA**

- VINTAGE COLLECTION -



etnia  **BARCELONA**

Su nueva campaña #BEANARTIST of a better tomorrow pone el foco en la sostenibilidad

La firma barcelonesa reclama una vez más su actitud revolucionaria y atrevida con una campaña que nos invita a pasar a la acción. #BeAnartist es ser tu propia revolución con el único objetivo de hacer de este mundo un lugar mejor.



La firma de gafas, a través de una colección libre y optimista, se reafirma como una marca para todos. La nueva colección de Etnia Barcelona para este verano 2021 está formada por 10 modelos de vista y otros diez de sol inspirados en la energía interior que se abre paso a través de lo estable haciéndose visible.

Modelos de acetato con laminaciones trabajadas para un resultado delicado pero avalado por el empleo de la más alta tecnología. Metal y mixto ligeros con formas de tendencia. Texturas y combinaciones de colores cálidos como malvas, mentas, nudes y amarillos contrastan con colores como habanas, negros o grises. Esta colección presenta una paleta cálida, pero llena de fuerza, dos características que forman parte del ADN de la marca.

La nueva campaña #BEANARTIST of a better tomorrow es un alegato hacia lo que de verdad importa, nuestro futuro. Un llamamiento a la acción y a rebelarse, creativamente porque to-

dos tenemos algo que aportar. Así, Etnia Barcelona continua su compromiso con la sostenibilidad, un valor que ha estado muy presente en la firma desde sus orígenes, trabajando con materiales naturales como el acetato de primera calidad, que proviene del algodón y la madera, y utilizando cristal mineral en sus colecciones de sol.

Para el packaging, Etnia, cuenta con un cartón de procedencia sostenible certificada, 100% reciclable y un compuesto de maíz biodegradable. Con gestos como este, Etnia ha conseguido disminuir nueve toneladas de plástico y sigue trabajando en reducir las emisiones de CO2.

Todas las colecciones de la firma se producen por completo en sus fábricas propias, con tecnologías que ayudan a reducir el impacto medioambiental y que garantizan un producto de calidad duradero, con el foco puesto en una línea de fabricación ética y contribuyendo a la economía circular.



#BEANARTIST of a better tomorrow es una llamada a la acción, a luchar por un futuro mejor para todos en el que la sostenibilidad tiene un papel crucial.



Todos los diseños de Etnia Barcelona se han creado en las fábricas propias de la firma empleando procesos que ayudan a reducir el impacto medioambiental así como tecnologías y materiales que garantizan un producto de calidad duradero.



La nueva línea que presenta Etnia Barcelona para este verano está formada por 10 modelos de vista y 10 de sol fabricados con materiales de alta calidad como acetato laminado y metal ligero.

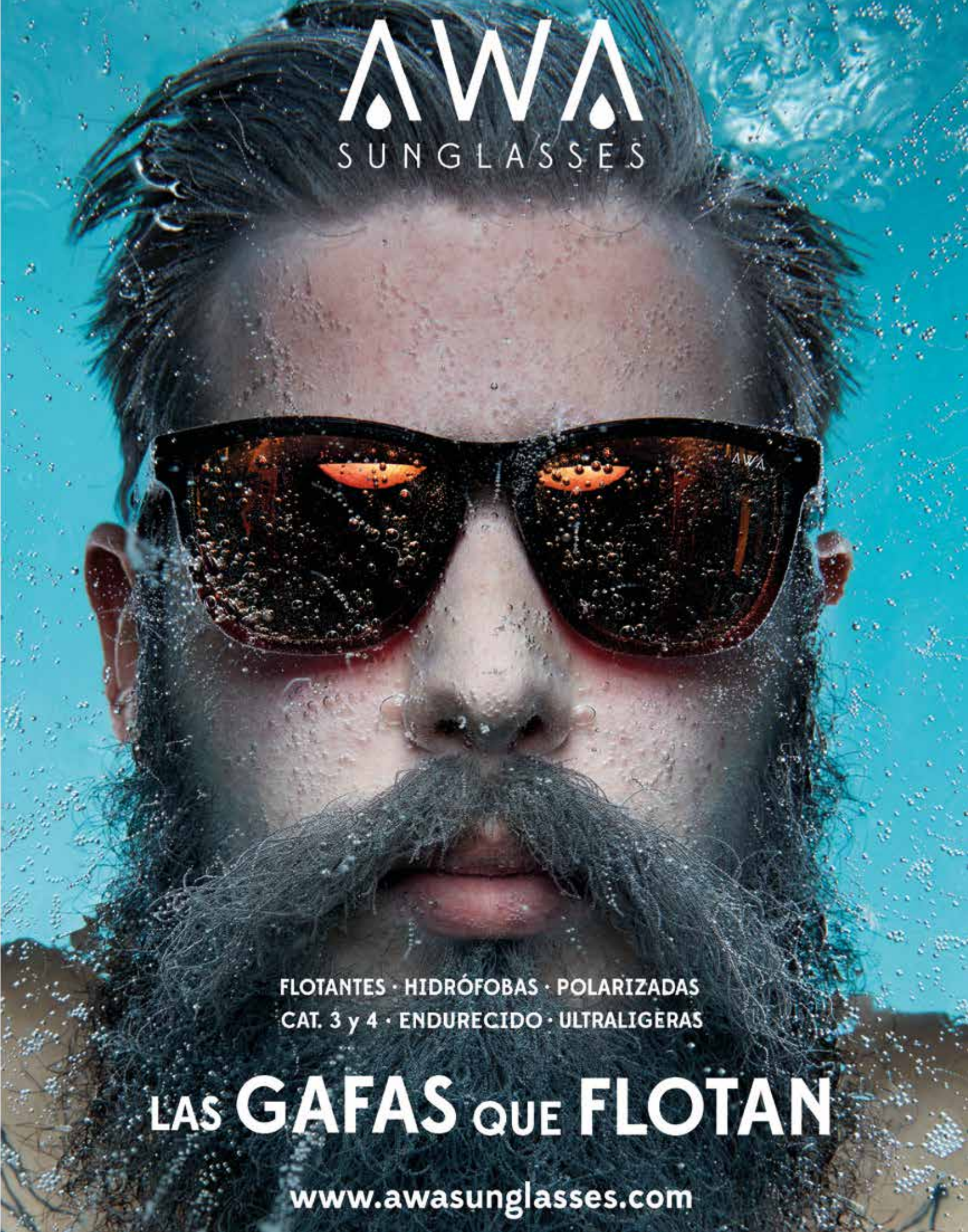


AWA
SUNGLASSES

FLOATING · HYDROPHOBIC · POLARIZED
ANTI-SCRATCH · CAT. 3 & 4 · ULTRALIGHT

MADE FOR WATER

www.awasunglasses.com



AWA
SUNGLASSES

FLOTANTES · HIDRÓFOBAS · POLARIZADAS
CAT. 3 y 4 · ENDURECIDO · ULTRALIGERAS

LAS GAFAS QUE FLOTAN

www.awasunglasses.com

RENTABILIDAD



BONO DE CONTACTOLOGÍA

Un BONO pensado para adquirir lentes de contacto y líquidos Farmaoptics de alta tecnología que se venden de forma exclusiva en las ópticas del grupo y no se venden por internet.



FARMABUSINESS

Hemos creado un plan de fidelización que beneficia el consumo en Farmaoptics.



COLECCIONES MARCA PROPIA FMO

Estamos potenciando la MARCA PROPIA en monturas de graduado y gafas de sol y en premontadas. Disponemos de una amplia cartera de productos de marca FMO diseñadas para cubrir las principales necesidades del mercado óptico y pensadas exclusivamente para nuestros asociados.

MARKETING



DOSIER DE MICROMARKETING

Para que cada óptica pueda hacer llegar su mensaje a su cliente potencial. Campañas diseñadas para llamar la atención por el contenido de la promoción y por la imagen cada vez más próxima y que proyecta la profesionalidad con la que se trabaja.



COMMUNITY MANAGER

Ofrecemos un Servicio integral de COMMUNITY MANAGER para crear y ejecutar una estrategia de Social Media para ayudar a conseguir objetivos de negocio, diferenciarse de la competencia y posicionarse en el mercado.



ASOCIACIÓN



FORTALEZA



INNOVACIÓN



MODERNIZACIÓN



EFICIENCIA

...¡Y MÁS!



SERVICIO A DOMICILIO

Hemos consolidado el SERVICIO A DOMICILIO para que nuestras ópticas sean relevantes para su cliente y estar a su lado cuando más lo necesite.



FARMAOPTICS ACADEMY

Disponemos de una plataforma exclusiva de formación. Queremos potenciar el aprendizaje continuo de nuestros asociados poniendo a su disposición una amplia variedad de contenidos que les ayuden a estar al día de las nuevas tendencias en el sector y a implementar nuevas estrategias de negocio.

Descubre en
www.farmaoptics.com/asociarte
cómo asociarte sin cuota
los primeros 6 meses

En Farmaoptics hemos iniciado un **giro estratégico hacia la renovación tecnológica** de la compañía apostando por la especialización y por la incorporación de nuevos servicios y una gran variedad de herramientas para que nuestros asociados gestionen su negocio y puedan invertir su tiempo en lo más importante: SU CLIENTE.

Hemos incorporado nuevos servicios para potenciar su **posicionamiento como profesionales** sanitarios y para **fidelizar a sus clientes**.

El objetivo es convertir las ópticas Farmaoptics en un referente para los clientes y conseguir la **máxima rentabilidad** en su negocio.

¿QUIERES SABER MÁS?

CONTACTA CON NOSOTROS Y COMPRUEBA TODO LO QUE FARMAOPTICS PUEDE HACER POR TI

KENDALL + KYLIE EYEWEAR

Las gafas de las hermanas más estilosas de Hollywood

La firma de las pequeñas del clan Kardashian lanza su nueva colección eyewear para este verano 2021. Formas geométricas, estilos retro y monturas ultra femeninas forman la propuesta de KENDALL + KYLIE para esta temporada.



La nueva colección eyewear KENDALL + KYLIE combina el estilo sofisticado y femenino de Kendall, con la originalidad y la estética vanguardista de Kylie.



Diseños muy femeninos, de plena tendencia e inspirados en el estilo de la jet-set americana, forman las propuestas de sol y vista de las hermanas del clan Kardashian, Kendall y Kylie. Una apuesta segura para mujeres que no quieren pasar desapercibidas.

La nueva colección, distribuida en España por Moppie Eyewear, muestra la dualidad de dos estilos personales distintos. Además, se inspira en el estilo de vida de las hermanas: multifacético, acelerado y de la jet set americana. Mientras que Kendall se inspira en siluetas femeninas sofisticadas, clásicas, elegantes y contemporáneas, Kylie aporta una originalidad ecléctica y una vanguardia característica a cada colección. Las gafas de KENDALL+KYLIE son la apuesta segura para mujeres que buscan no pasar desapercibidas.

La línea de sol de KENDALL + KYLIE combina diseños retro, unos fabricados en acetato grueso y otros en fino metal, con formas oversized, más vanguardistas y modernas. Los diseños de sol están fabricados con materiales Premium y un cuidado diseño que emplea acetatos únicos realizados a mano, y metales que combinan efectos mate y brillantes. Además, todos los diseños llevan el logo de la firma, una K abstracta de metal, en las terminales de las varillas.

La colección de monturas propone formas muy femeninas y llamativas, con diseños en metal, en acetato, y otros que combinan ambos materiales. Las formas cate eye y otras más cuadradas son las grandes protagonistas en esta colección que conseguirá ser el centro de todas las miradas.

Para más información y pedidos contacte con Moppie Eyewear en: pedidos@moppie-eyewear.com o en el teléfono: 619 468 722 (Thierry Pallas).



KENDALL + KYLIE

EYEWEAR



Distribuidor para España: MOPPIE EYEWEAR

Teléfonos de contacto: 934 191 512 y 619 468 722 · pedidos@moppie-eyewear.com

B.I.G.

BIOMETRIC INTELLIGENCE GLASSES



PARA MÁS INFORMACIÓN VISITA
RODENSTOCK PRECISION HUB
EN
WWW.RODENSTOCK.COM

R
RODENSTOCK
Because every eye is different

HA LLEGADO EL MOMENTO DE VER CON EL CEREBRO

**PIENSA EN GRANDE
B.I.G. VISION**



RODENSTOCK

Because every eye is different

Para más información consultanos en : 936 548 770 o 917 541 735
rodenstock@opticaprats.com



Nueva colección de gafas inspirada en sus emblemáticas zapatillas

Inspirándose en el legado de la marca en materia de calzado, la nueva colección de gafas Converse, distribuida por Marchon Eyewear, presenta diseños clásicos de espíritu callejero. La nueva propuesta está formada por diferentes gamas basadas en la historia de la firma: All Star, Chick, Disrupt, Activate, Malden, Ignite y Rebound.



La nueva colección de gafas Converse refleja el estilo urbano y callejero que forma parte del ADN de las emblemáticas zapatillas. Destacan las formas clásicas fabricadas en materiales de primera calidad y los detalles creados de manera artesanal.

Los nuevos modelos de gafas de sol y monturas ópticas de Converse están diseñados para permitir la libertad de expresión: presentan motivos reconocibles, paletas de colores alegres y elementos de diseño cuidadosamente contruidos para encarnar el estilo y la autenticidad de la firma.

Con atributos originales que resultan familiares a los consumidores habituales de Converse, la nueva oferta de gafas presenta siete historias de la colección, inspiradas en su herencia y su futuro: All Star, Chick, Disrupt, Activate, Malden, Ignite y Rebound. Con un enfoque clásico pero moderno, cada colección se compone de varios modelos de gafas y monturas ópticas, diseñados con un trabajo artesanal superior y detalles que siempre se vinculan a la marca.

Los modelos de tendencia incluyen el estilo aviador, las gafas redondas fáciles de poner y las formas clásicas diseñadas en una mezcla de materiales de primera calidad como el acetato, la goma y el metal. Los modelos presentan notables insignias de diseño del calzado Converse, incluido el mundialmente reconocido parche "All Star" y el logotipo Star Chevron de Converse. www.marchon.com

Créditos de las imágenes: Cortesía de Marchon Eyewear

ALL STAR VISION



CONVERSE EYEWEAR

ALL STAR VISION

ALL STAR COLLECTION





Gafas de moda convertidas en joyas

Monsine Eyewear busca atraer las miradas más femeninas y delicadas, capaces de apreciar la exclusividad y la excelencia en cada detalle, con su colección más natural, Habitat, inspirada en dos de las tendencias más fuertes de este 2021: el minimalismo de lujo y los colores neutros originarios.



Las formas, materiales, colores y acabados de la colección de sol y vista Habitat, de Monsine, nos trasladan a los escenarios más originarios de nuestro hábitat. La línea incluye modelos con clip-on.

Estos dos conceptos, minimalismo y lujo, son traducidos con los colores más singulares de la naturaleza y su semejanza con las formas curvas y orgánicas del entorno, a través de la morfología de las laminaciones y texturas de los acetatos seleccionados.

En cuanto a los materiales utilizados, Monsine ofrece la mejor calidad, aplicando aceros inoxidable e hipoalergénicos, ultraligeros y ergonómicos, con un doble baño de color y con un diferencial acabado extra-mate. Los acetatos naturales de diseño exclusivo empujan a esta colección a combinar el estilo, la elegancia y el lujo, convirtiendo cada gafa en el mejor complemento de moda, a un precio irresistible.

Sus atractivas lentes de colores degradados se perfeccionan con un filtro polarizado de masa, un tratamiento antirreflejante y un perfecto acabado hidro-oleófugo y endurecido, brindando al usuario final una exquisita experiencia visual y convirtiendo las gafas Monsine en verdaderas joyas.

La nueva colección Habitat de Monsine Eyewear podrá encontrarse en todos los puntos de venta asociados al grupo NOG, arropado por el amplio abanico de servicios y elementos de publicidad exclusivos para mejorar su experiencia de compra y que, sin duda, conseguirán cautivar todas las miradas.

Una colección que deja huella en estilo, calidad, servicio y posicionamiento en el punto de venta y que se puede ver en las redes sociales de la marca (@monsineeyewear).

ANTONIO MIRO

eyewear



@antoniomiroeyewear



LIMITED EDITIONS
EXCLUSIVE **NOG**
naturalopticsgroup.com



UGO | UNIÓN
GENERAL
DE ÓPTICA



Alberto Cubillas

Director General de Carl ZEISS Vision España

ZEISS pone a disposición del óptico y sus pacientes la máxima protección que unas lentes pueden aportar hoy en día: La Triple Protección ZEISS. Hablamos con Alberto Cubillas sobre el lanzamiento de ZEISS DuraVision® Antivirus Platinum UV, que ayuda a mejorar la higiene de las lentes y de nuestro sistema visual.

Han lanzado recientemente ZEISS DuraVision AntiVirus Platinum UV ¿Nos explica en qué consiste la innovación de este tratamiento?

Las lentes de las gafas están consideradas como superficies de alto contacto. Por lo tanto, son receptoras de virus y bacterias, que pueden permanecer activos entre varios días –como se ha demostrado con el SARS-Cov-2 que provoca el Covid19– y varios meses. El nuevo tratamiento antirreflejante ZEISS DuraVision® AntiVirus Platinum UV ayuda a mejorar la higiene de las lentes, y por ende de nuestro sistema visual. DuraVision® AntiVirus Platinum UV contiene plata antimicrobiana incrustada dentro de la estructura del tratamiento. La plata libera iones Ag+ que combaten y matan activamente el 99.9% de virus y bacterias potencialmente dañinos que tocan la superficie de las lentes. Este nuevo tratamiento antirreflejante mejora la higiene de nuestras gafas no solo porque es capaz de acabar por contacto con el virus SARS-Cov-2, sino también porque hace lo mismo con virus y bacterias que provocan conjuntivitis, blefaritis u otras infecciones. Este nuevo tratamiento mantiene la apuesta de ZEISS por el desarrollo de productos que mejoran la salud general del sistema ocular y, consecuentemente, facilitan a las personas una mejor visión.

Coincidiendo en el tiempo, lanzan ZEISS BlueGuard ¿Cuál es la innovación de estas lentes bloqueadoras de la luz azul?

A diferencia de ZEISS DuraVision AntiVirus Platinum UV, que es un tratamiento antirreflejante, en el caso de ZEISS BlueGuard el filtro de la luz azul forma parte del material de la lente. En un momento como el actual, en el que la mayoría de los españoles abusamos de los dispositivos digitales –hay estudios que indican que pasamos más de 11 horas frente a pantallas– o en interiores, iluminados por potentes luces LED, ZEISS BlueGuard llega para evitar el Síndrome Visual Informático que puede provocar someter a nuestros ojos tanto tiempo a una luz tan

energética. ZEISS BlueGuard es un filtro selectivo que bloquea hasta el 40% de luz azul potencialmente dañina e irritante que podría intensificar los síntomas del SVI. Además, comparada con nuestra solución anterior, ZEISS DuraVision BlueProtect aporta un 50% menos de reflejo, lo que redundará en una mejor estética y comodidad visual.

Hablan ustedes un nuevo concepto, el de la Triple Protección ZEISS. ¿Nos explica en qué consiste?

Hemos hecho coincidir ambos lanzamientos: ZEISS DuraVision AntiVirus Platinum UV y ZEISS BlueGuard, con el de nuestra tarifa en 2021, a partir del 1 de abril. Ha sido el primer hito de una estrategia en la que no hablamos de un producto aislado, sino del concepto Triple Protección ZEISS. Su primer pilar, ya bien conocido en el sector, es la Tecnología ZEISS UVProtect. Todas nuestras lentes transparentes ofrecen protección ante la radiación UV hasta los 400 nm, la recomendada por la OMS. El segundo es la protección ante el exceso de luz azul de ZEISS BlueGuard; y el tercero, la que aporta ante virus y bacterias ZEISS DuraVision AntiVirus Platinum UV. La Triple Protección ZEISS es un concepto escalonado que permite a nuestros partners, los ópticos, ofrecer diferentes niveles de protección a sus pacientes, según su estilo de vida o sus necesidades diarias y es un valor diferencial: si un óptico, o un usuario de gafas, quiere la máxima protección que es posible hoy día para sus ojos, tiene que recurrir a ZEISS, porque estas tres opciones, y su combinación, sólo las ofrece ZEISS.





El director general de Carl ZEISS Vision España, Alberto Cubillas, muestra su satisfacción por la gran acogida e interés de los ópticos por este nuevo producto que mejora la salud general del sistema ocular y facilita a las personas una mejor visión.

¿Y cuál está siendo la reacción del sector óptico a la innovación?

Hace unas semanas presentamos nuestras novedades al sector en un encuentro digital y el interés en el producto por parte de nuestros partners, los ópticos, se mantiene en una línea ascendente que se está traduciendo en ventas crecientes. La preocupación por la salud visual es una realidad social, y el concepto de la Triple Protección ZEISS responde a esa tendencia, aportando a los ópticos lo que necesitan, en el momento en el que lo necesitan.

¿Estas dos innovaciones son entonces la respuesta de ZEISS a la pandemia, desde el punto de vista de la salud visual?

ZEISS mantiene su compromiso, como lleva haciendo 175 años desde que el señor Carl Zeiss y el señor Ernst Abbe crearon ZEISS como Fundación, de buscar continuamente nuevas opciones, investigando nuevas soluciones para que la sociedad tenga una mejor calidad de vida. En ninguno de los dos casos, ni en el de DuraVision® AntiVirus Platinum UV, ni de ZEISS BlueGuard, se puede afirmar que la pandemia esté en su génesis, puesto que ZEISS ya venía trabajando en soluciones en esta línea. Cualquier lanzamiento de nuestra marca acumula años de investigación. Sí es cierto que la pandemia ha traído consigo un reenfoque de los desarrollos previos, y su aceleración, para convertirlos en realidad cuando la sociedad más los necesita. Todo lo que hacemos en ZEISS tiene como objetivo mejorar la calidad de la vida de las personas.

Además, han anunciado ustedes una campaña solidaria que muestra el compromiso social de ZEISS con la salud visual, y que además apoya a los ópticos ¿Nos la explica?

Precisamente apelando a la condición de Fundación de ZEISS, hemos desarrollado una iniciativa solidaria que vamos a mantener hasta que alcancemos el objetivo como país de que el 70% de la población adulta esté vacunada contra el Covid19.



El tratamiento ZEISS DuraVision Platinum AntiVirus UV no tendrá incremento de coste sobre ZEISS DuraVision Platinum UV, ni ZEISS BlueGuard DuraVision Platinum AntiVirus UV lo tendrá sobre ZEISS BlueGuard DuraVision Platinum UV según condiciones específicas de la óptica. Nos gustaría, igualmente, que el óptico proyectara también esta misma acción social hacia el consumidor final. Por eso, les pedimos a los ópticos que vayan de nuestra mano en esta iniciativa, destinada a beneficiar de esta mayor higiene en las lentes y por ende, a minimizar el riesgo de infecciones en el sistema ocular, al mayor número de personas posible. Con ella, ponemos de manifiesto el compromiso de ZEISS con la sociedad, contribuyendo a frenar la pandemia desde nuestra aportación, y con nuestros colaboradores, los ópticos, quienes durante este tiempo han prestado el servicio de salud visual en circunstancias complejas.



Minimalismo y sofisticación

Desde 1913, Eschenbach ha sido siempre sinónimo de diseño contemporáneo y fabricación innovadora. La compañía Eschenbach Optik se ha inspirado en su padre fundador Josef –“Jos”– para desarrollar una colección con los pies en la historia de la compañía y la vista puesta en el futuro. La nueva colección Jos. Eschenbach brilla combinando materiales de alta calidad, diseños de líneas elegantes y sofisticación técnica, además de conservar el espíritu de épocas pasadas.

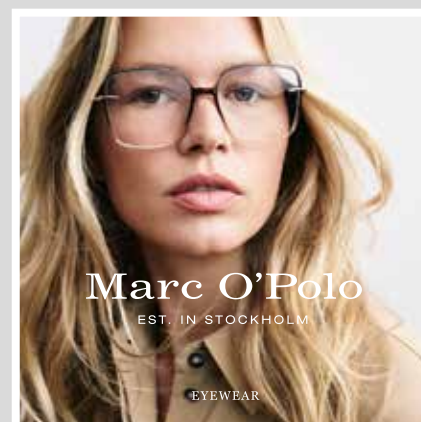
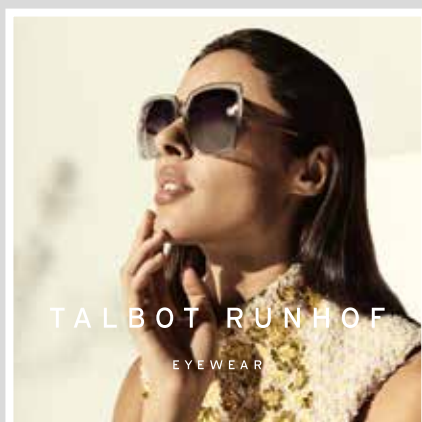


La nueva colección Jos. Eschenbach llega rebosante de elegancia y modernidad con espíritu vintage, sofisticación técnica y materiales de alta calidad.

La colección actual de primavera-verano de Jos. Eschenbach coloca al titanio en el centro del escenario. Once impresionantes modelos de gafas expresan la belleza de este increíble material tanto por sí solo como en unión de acetato contemporáneo, aportando de serie ligereza flexible, comodidad excepcional y una precisión inmaculada en su fabricación. La paleta de colores varía de moderadamente masculino hasta elegantes acabados mate que enfatizan el diseño minimalista de la colección y complementan con los detalles más llamativos.

Esta sofisticada colección también ofrece líneas acentuadas, elementos de diseño que hablan por sí mismos y unos acabados increíblemente finos y sofisticados. Con formas clásicas, lentes planas, un modelo piloto de doble puente y diseños de hexágonos de moda, la prestigiosa firma Jos. Eschenbach vierte el espectro completo de su manufactura y experiencia en los espectaculares modelos de esta temporada, unidos en una colección rebosante de elegancia, sofisticación y modernidad atemporal.

ESCHENBACH



Una colección para cada segmento de mercado

Eschenbach Optik, SL

Tel: 934 233 112 • www.eschenbach-eyewear.com • mail@eschenbach-optik.es

Lentes de contacto desechables diarias
Serie SEED 1dayPure moisture

ESFERICA



TORICA



MULTIFOCAL



Serie "SEED 1dayPure moisture" han sido desarrolladas como unas novedosas lentes de contacto desechables diarias capaces de mantener la humedad natural de nuestros ojos

Tel.: 916 418 906
info@eurolent.com
www.eurolent.com

Fácil de abrir y cerrar
con la punta del dedo.



CONSULTA OFERTA DE LANZAMIENTO

SEEDTM

EURO
Lent

SEED1dayPureTM

シード ワンデーピュア イードフ

EDOFTM

EDOF ES EL FUTURO



La primera lente de contacto de reemplazo DIARIA con profundidad de foco ampliada (EDOF) fabricada en Japón

EDOF

Extended Depth Of Focus

POWERED BY TECHNOLOGY OF



Brien Holden
VISION INSTITUTE

Tel.: 916 418 906
info@eurolent.com
www.eurolent.com

SHAMIR Y ALPINE F1 TEAM

Una asociación única

Shamir Optical Industry y Alpine F1 Team anuncian una nueva asociación innovadora que hará que Shamir se convierta en el socio de rendimiento óptico de Alpine F1 Team.



De izquierda a derecha: Esteban Ocon, Laurent Rossi y Fernando Alonso.

Esta colaboración, iniciada por FUSE France (la agencia de marketing deportiva del grupo Omnicom Media), tiene como objetivo mejorar la calidad visual y la seguridad de cada miembro del Race Team y, en última instancia, su rendimiento colectivo.

La asociación es una expresión natural de los valores compartidos entre Shamir y Alpine por las tecnologías líderes, la innovación, el alto rendimiento, la reacción rápida, la precisión, la seguridad y el gran trabajo de equipo.

Cédric Journal, Vicepresidente Ventas y Marketing de Alpine: *“La excelencia visual es un área muy poco explorada en nuestro deporte y esperamos explorar nuevas vías con Shamir, un líder de la industria oftálmica, para mejorar el rendimiento a través de herramientas y procesos visuales”.*

Shamir-Alpine F1 Team creará el primer laboratorio de rendimiento visual en la Fórmula 1, que proporcionará una evaluación oftálmica de alto rendimiento para los pilotos del Alpine F1 Team y Alpine Academy, así como para el equipo de boxes, el muro de boxes y el personal de las sedes del Alpine F1 Team en Enstone y Viry-Châtillon.

La investigación y el desarrollo serán un esfuerzo cooperativo y tanto los ingenieros de Alpine como los de Shamir investigarán nuevas tecnologías para mejorar el rendimiento en carreras y seguridad, centradas en la visión, que incluyen gafas de protección con reducción de deslumbramiento, viseras de colores y lentes antivaho para los cascos del equipo de boxes, entre otras innovaciones.

El equipo de pista Alpine F1 Team, así como el personal de sus dos oficinas centrales en Viry-Châtillon, Francia, y Enstone, Reino Unido, se beneficiarán de seguimientos oftálmicos precisos, al tiempo que estarán equipados con los equipos de seguridad y lentes de seguridad más avanzados de Shamir destinados a mejorar el rendimiento visual.

Yagen Moshe, CEO de Shamir: *“Estamos orgullosos de estar asociados con esta gran marca y felices de aplicar nuestra experiencia en apoyo del rendimiento de Alpine F1. Creemos que nuestra asociación permitirá a Shamir expresar su pasión por la innovación y continuar el desarrollo de productos únicos y líderes”.*



Los pilotos de Alpine F1 Team, en el centro, con los integrantes del equipo.

Zohar Katzman, Director de Tecnología de Shamir: *“Estamos entusiasmados de trabajar con Alpine F1 Team, una marca legendaria. Compartimos una visión y valores similares, entre ellos Excelencia, Precisión, Alto Rendimiento, Seguridad y más”.*

Como reflejo de su nueva posición como socio técnico, el logotipo de Shamir ahora aparecerá en el equipo del Alpine F1 Team, como en los cascos de los mecánicos, puertas de garaje y otros espacios.

www.shamir.es

Smart Eyewear mucho más que unas gafas

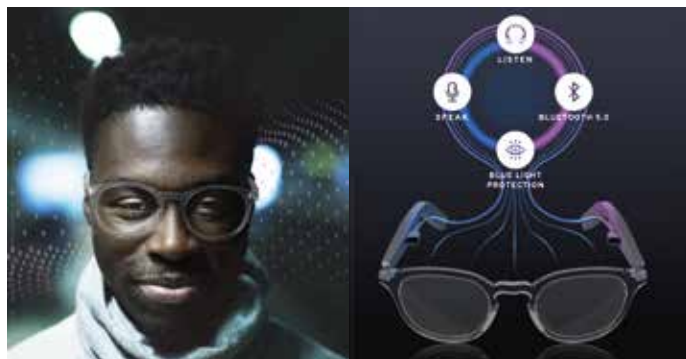
La firma continúa con su misión de renovar el sector a través de la investigación tecnológica. Así, ha lanzado su nueva colección cápsula de gafas inteligentes: iGreen Smart Eyewear. Compuesta por dos diseños de estilo pantos, fabricadas en acetato, estas monturas permitirán al usuario escuchar música, contestar a llamadas telefónicas, a la vez que le protegen de la luz azul, entre otras funcionalidades.

1 Green Smart Eyewear pretende revolucionar el sector de las gafas inteligentes, hasta ahora concebidas como un gadget, presentando una auténtica cápsula de dos modelos, creados con la precisión y el cuidado que distinguen a la marca, y enriquecidos con tecnología innovadora de vanguardia. La colección está a la venta en todos los minoristas de Green Vision y ahora también en España y Portugal.

Los terminales han sido diseñados para acomodar baterías más grandes, y así asegurar un uso frecuente, mientras que la inclusión de la tecnología Bluetooth 5.0 de última generación, necesaria para conectar las gafas inteligentes iGreen a dispositivos digitales, garantiza estabilidad y precisión en la transmisión de llamadas o comandos de voz. Además, cuentan con una batería de iones de litio de alta capacidad que garantiza y permite su conectividad frecuente y magnética, con una duración de la fase de recarga de dos horas y una duración de unas 160 horas en espera, 6 horas consecutivas de llamadas telefónicas y 4 horas de escucha continua de música.

Con estas gafas también podemos escuchar música, llamar y responder llamadas telefónicas: gracias a sus auriculares estéreo direccionales, el sonido llega limpio a los oídos sin molestar a quienes nos rodean. Asimismo, cuentan con un micrófono innovador y preciso para una voz cada vez más clara y sin interferencia de ruidos externos.

Las lentes cuentan con filtro de luz azul que te permite pasar horas frente a pantallas brillantes, ya sean smartphones, tabletas o PC, sin



Los diseños iGreen Smart Eyewear son mucho más que unas gafas al uso ya que permiten al usuario realizar diferentes tareas como hablar por teléfono, escuchar música, a la vez que lo protegen de la dañina luz azul, gracias a su filtro Blue Block.



forzar innecesariamente la vista y, si lo necesita, puede agregar lentes correctoras de prescripción en cualquier momento. Todos los controles que incorpora son sencillos e intuitivos y van colocados en el terminal, que está tratado para ser resistente al agua y al polvo.

Los dos modelos pantos de carácter unisex presentados por iGreen están disponibles en acetato de celulosa, en tres variantes de color cada uno y en diferentes calibres. Una forma que reproduce el modelo JSV190 y otra el modelo JSV 118 en dos calibres, 47 y 49, que te permitirán encontrar el tamaño adecuado para tu rostro.

Teléfono atención al cliente: + 34 931 816 472
www.themaoptical.com



Exclusividad y diferenciación

El Grupo Velada está de enhorabuena: La compañía La Martina ha escogido a la empresa española para distribuir su nueva colección de monturas y gafas de sol en España.



La nueva colección de gafas La Martina está pensada para los ópticos que quieren diferenciarse y disponer de un producto exclusivo y de alto valor para sus clientes. En definitiva, ser únicos.

Respecto a la espléndida colección de gafas de sol y graduadas hay que destacar que se caracterizan por un estilo elegante, pero con connotaciones deportivas. La Martina no pierde la esencia de su origen: una marca dedicada a vestir a importantes equipos internacionales de polo. Es una colección que transmite todos los valores de la marca como son la pasión, la innovación o la profesionalidad, con los que el Grupo Velada se siente plenamente identificado.

Esta colaboración es toda una ventaja competitiva para el Grupo Velada ya que La Martina se incorpora a las otras seis marcas que distribuye la empresa actualmente: Marathon, Laura Biagiotti Eyewear, Byblos, Albertomodiani, Damaris y Nirvana Spain.



¡Viaja a Tanzania con Grupo Velada!



Además del crecimiento del Grupo Velada y la incorporación de La Martina a su portafolio de marcas, otro momento especial del año para la empresa española es el anuncio del viaje anual al extranjero para todos sus clientes. Este año cobra una trascendencia especial y es motivo de ilusión por las excepcionales circunstancias que a todos nos está tocando vivir y que nos han impedido viajar hasta la fecha.

Tanzania y Zanzíbar ¡Es el destino elegido para celebrar que podemos volver a viajar con seguridad!

¿Quieres viajar con Grupo Velada? ¿Quieres formar parte de la aventura Tanzania 2021?

Si eres profesional del sector óptico podrás realizar este maravilloso viaje junto a todos los clientes y amigos del Grupo Velada. Sólo tienes que ponerte en contacto con su equipo para que te expliquen las condiciones del mismo.

Grupo Velada:
C/ Venus, 2, nave 36. 28936 Móstoles (Madrid)
Teléfono: 91 647 53 11
www.grupovelada.es
velada@grupovelada.com



LA MARTINA®

EYEWEAR

El 70% de los usuarios de gafas prestan más atención a su salud visual que antes del COVID

Después de tanto tiempo en interiores como consecuencia de la pandemia, el aumento del teletrabajo y las restricciones de movilidad, son cada vez más las personas que se plantean cómo cuidar su salud visual y protegerse de la luz azul que emiten los dispositivos electrónicos. Así, según revela un estudio realizado por Essilor, la preocupación de los usuarios de gafas por su salud visual ha aumentado significativamente.



En una encuesta realizada por Essilor en octubre de 2020, los usuarios de lentes ponen de manifiesto el interés creciente por adquirir las lentes adecuadas que protejan sus ojos de las radiaciones nocivas. Así, un 86% incide en que proteger su salud y la de su familia es más importante que nunca y un 70% considera que proteger sus ojos es más importante que antes de la pandemia. Además el 78% de los usuarios compraría un producto que proporcione protección contra la luz azul si un experto en salud visual les explicara los riesgos de no protegerse, un porcentaje que aumenta aún más con los millennials, ya que el 85% de ellos compraría una lente con protección a la luz azul tras una breve explicación sobre los riesgos que acarrea.

Protección contra la luz azul dañina todos los días

Es posible obtener protección frente a la luz azul mediante diferentes tecnologías aplicadas a los componentes de la lente y Essilor cuenta con productos específicos que ofrecen varias formas de protección a esta exposición, como las lentes fotocromáticas Transitions, que protegen los ojos de la luz azul tanto en interiores como en exteriores.

La última generación de Transitions Signature, Transitions Signature GEN 8TM bloquea hasta dos veces más la luz azul dañina en interiores y hasta ocho veces más en exteriores que una lente estándar. Por su parte, Transitions Xtractive bloquea hasta tres veces más la luz azul nociva en interiores y hasta ocho veces más en exteriores.

Nº 1

LA MARCA DE LENTES PROGRESIVAS
MÁS RECOMENDADA POR LOS
PROFESIONALES DE LA VISIÓN*



Varilux®
TU 2º PAR
DE LENTES PROGRESIVAS
DE REGALO**



**VER LOS DETALLES.
VER SIN LÍMITES.**

Contacta con tu consultor de negocio de Essilor.



*Encuesta realizada por CSA entre una muestra representativa de 1016 ópticos independientes, en 10 países: Francia, España, Alemania, Italia, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Brasil, India, China, Febrero-Abril 2018.

**Consulta las condiciones de la promoción en eslloras y en ópticas adheridas. Los productos sanitarios objetos de esta promoción son conformes a la legislación vigente, en particular a las regulaciones legales de la Directiva 93/42/CEE, relativa a los productos sanitarios, y del Real Decreto 1591/2009, por el que se regulan los productos sanitarios.

Presente en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2021

evil eye ha equipado con sus últimos y más avanzados diseños de gafas deportivas a las jugadoras de Beach Volley Liliana Fernández y Elsa Baquerizo, participantes de los Juegos Olímpicos de Tokio 2021, y al atleta de Hand Bike Sergio Garrote, que participará por primera vez en los Juegos Paralímpicos.



Liliana Fernández y Elsa Baquerizo participarán en los JJOO de Tokio 2021 representando al equipo femenino español de vóley playa. Para la cita han elegido los modelos de gafas deportivas evil eye trace pro, vizor hr y traileye pro.

La marca austríaca especializada en el diseño y producción de gafas deportivas, perteneciente a Silhouette International, estará presente en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2021 tanto a nivel internacional como con atletas nacionales como las jugadoras olímpicas de Beach Volley Liliana Fernández y Elsa Baquerizo, y al atleta paralímpico de Hand Bike Sergio Garrote, quienes contarán con la mejor equipación en gafas deportivas para conseguir los mejores resultados.

Liliana Fernández y Elsa Baquerizo son la pareja española de Vóley Playa que disputará los Juegos Olímpicos de Tokio 2021, tras conseguir el pase directo en la ronda final del preolímpico. Los JJOO de Tokio, que en un primer momento se tendrían que haber celebrado el año pasado y se tuvieron que aplazar a causa del covid-19, serán los terceros Juegos Olímpicos en los que participan como pareja, ya que también formaron equipo en los JJOO de Londres 2012 y Río en 2016, terminando en novena posición en ambas competiciones. Liliana y Elsa son el primer equipo femenino español de la historia de vóley playa en representar a España en unos Juegos Olímpicos. Actualmente se están preparando para la importante cita en Japón, donde quieren disfrutar de una experiencia inolvidable y buscan poder mejorar el resultado de las dos ediciones anteriores. Para esta ocasión tan relevante, Elsa y Liliana han elegido los modelos de gafas deportivas evil eye trace pro, vizor hr y traileye pro.

Por otro lado, evil eye colabora también con el ciclista de handbike Sergio Garrote, que empezó a practicar este deporte en el

año 2015 y que, desde entonces, ha tenido una carrera imparable. Desde la primera vez que fue convocado en 2016, ha ganado una medalla en todas las pruebas que ha participado junto a la Selección Nacional de Ciclismo Paralímpico. En el caso de Garrote, ésta será la primera vez que participe en los Juegos Paralímpicos, y es uno de los grandes aspirantes a colgarse una medalla. Actualmente el atleta afirma que se encuentra mejor que nunca, y que tiene muchas ganas de empezar a competir para poder demostrar todo lo que ha estado trabajando para este momento. Para esta importante cita, Sergio ha escogido los modelos de evil eye trace pro y nook.



El ciclista de handbike Sergio Garrote ha escogido los modelos de evil eye trace pro y nook para su participación en los Juegos Paralímpicos de Tokio.

Todos los modelos de gafas deportivas evil eye están diseñados para ofrecer los mejores resultados al practicar cualquier tipo de deporte, sin importar lo exigente que este sea o el grado de movimiento que requiera. Estas gafas ofrecen todas las prestaciones técnicas necesarias y tienen las opciones de personalización más avanzadas. Además, las gafas deportivas se adaptan a la perfección a cualquier tipo de condiciones meteorológicas, ya sea a las altas temperaturas a las que deben enfrentarse las jugadoras de vóley playa o al frío que tienen que afrontar los ciclistas en los tramos más elevados, ofreciendo al propio usuario una protección óptima en todo momento.

www.evileye.com

www.instagram.com/evileye.eyewear

www.facebook.com/evileye.eyewear

Déjanos impresiónArte

ESTUCHES Y GAMUZAS con imagen



Puedes elegir entre una gran variedad de imágenes gratuitas en nuestro banco de imágenes o mandarnos la tuya



S-02M/IM302

Elaborados con microfibra acolchada que limpia y protege las gafas



GAMUZA 6IM/IM302

Más modelos en nuestro catálogo

Solicítalo

Sublimia®



boceto@bocetoonline.com



963 463 122



www.bocetoonline.com

Juntos con Neyeture para devolver el espacio a la naturaleza

La firma italiana, distribuida en España por LaSedeOptica s.l., une su marca sostenible, Neyeture, con el revolucionario proyecto River Cleaner de la start-up Blue Eco Line, con el objetivo de combatir la contaminación marina por plásticos. La unión de ambas compañías pretende contribuir a la recuperación de plásticos flotantes y devolverlos al sistema de reciclaje, dándoles una segunda vida.



¿Qué tienen en común una start-up que quiere combatir la contaminación marina y una marca de gafas recién nacida, como Neyeture de Centro Style que opera en el sector de la óptica desde hace más de 40 años? La misión: devolver el espacio a la naturaleza.

En 2020 CentroStyle presentó con éxito la marca Neyeture al mercado de la óptica, que presta gran atención a la sostenibilidad de cada detalle del proyecto. De hecho, Neyeture ofrece una gama de monturas en Rilsan (poliamida de base biológica derivada del aceite de ricino en más del 45%) con clips magnéticos para responder, con un solo producto, a distintas necesidades de uso. El proyecto se completa con la microfibrá coordinada hecha con un 70% de botellas de PET recicladas, la caja del marco hecha 100% por RPET y la caja con clip magnético hecha de 35% de Rilsan, el mismo material de base biológica que los marcos.

2021 marca la unión entre la marca y Blue Eco Line que, con el proyecto River Cleaner, ha encontrado una solución concreta a la contaminación plástica de los ríos, principal causa de la contaminación de los mares. El deseo común de devolver el espacio a la naturaleza, recuperando los residuos plásticos flotantes y devolviéndolos al sistema de reciclaje, ofrece la oportunidad de resolver un problema dando al plástico una segunda vida. Un circuito virtuoso que realmente podría mejorar el mundo.

Europa es la segunda zona del mundo en producción de plástico. De esta cantidad el 80% proviene de los ríos, mientras que solo el

20% tiene una fuente vinculada a las actividades marinas. Sin un cambio efectivo, en 2050 en nuestros mares y océanos habrá más kilos de plástico que de pescado. Por ello, este problema requiere ser atajado lo antes posible. Para dar respuesta a esta situación, River Cleaner es el primer sistema automatizado que recoge desechos de los ríos antes de que lleguen al mar.

A lo largo de 2021, gracias a las ventas de monturas de clip Neyeture comercializadas en centros ópticos de todo el mundo, CentroStyle apoyará el proyecto River Cleaner participando en la creación de la primera planta automatizada en Veneto, alimentada por energía producida con fuentes renovables. La planta puede recuperar potencialmente hasta 25.000 kilos de plástico cada día, evitando que se vierta en los mares y se fragmente en microplásticos, contribuyendo así a la protección del medio ambiente.

Cada paquete incluirá un flyer elaborado con papel ecológico derivado del exceso de algas de ambientes de laguna en riesgo, combinado con fibras FSC[®] que ostenta la marca Impatto Zero[®] de LifeGate, como el resto de envases Neyeture. Gracias a un práctico QR Code, quienes elijan Neyeture podrán descubrir todos los detalles de la colaboración disponible en la web de CentroStyle.



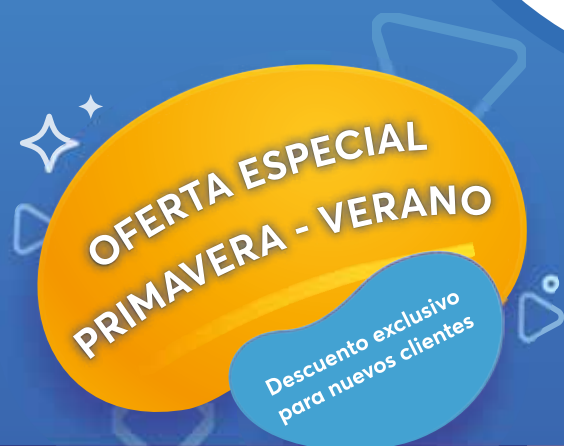
River Cleaner es el proyecto con el que Blue Eco Line pretende contribuir a reducir la contaminación plástica de los ríos. Gracias a las ventas de monturas de clip Neyeture durante este 2021, CentroStyle apoyará este proyecto, participando en la creación de la primera planta automatizada en Veneto.



El software más
completo y fiable para
gestionar tu óptica



El mejor
PRODUCTO, con el
mejor **SERVICIO** y
el mejor **TRATO**



Un gran equipo de
profesionales entregados
en ayudarte

¿Hablamos?



comercial@tematicasoftware.com



www.tematicasoftware.com



Siempre ayudando a la óptica



MOVITRA

La nueva colección de esta temporada se presenta en una campaña fotográfica subrayada por el espíritu único de la marca: la fusión de ingeniería y tecnología innovadoras, mezcla de estilo absoluto, diseño y artesanía, nacido de la tradición italiana y el conocimiento del pasado y la identidad única.

www.movitra.it



MOREL

Con el auge de tendencias como las gafas de sol de acetato translúcido, la firma francesa se une a la moda con propuestas nude para resaltar la piel bronceada y los rayos de sol este verano. Apuesta por una amplia variedad de tonos cristalinos disponibles en colores nude, caramelo y champán para crear una adición neutra pero sorprendente a su colección de gafas. www.morel.fr



LONGCHAMP EYEWEAR

La colección cápsula de la firma incluye dos modelos de gafas de sol y dos monturas ópticas fabricados con un 40% de resina de origen vegetal. La resina de origen vegetal está fabricada con aceite de ricino, una alternativa más limpia que los plásticos estándar a base de petróleo. Con esta colección, Longchamp Eyewear se inspira en el icónico bolso Voyageuse de la marca, aportando una interpretación moderna y sofisticada del patrón característico de la marca a la oferta de gafas.

www.marchon.com



MAGIC BY AFFLELOU

La actriz francesa Alice Taglioni, embajadora del chic francés, muestra las distintas facetas que hay dentro de una misma mujer y cómo Magic, gracias a su concepto revolucionario de gafas, permite adaptarse de forma inmediata a cada situación. Magic by Afflelou es un concepto revolucionario de gafas graduadas que pueden transformarse en cuestión de segundos gracias a los clips Magic. www.afflelou.es



SERENGETI

Las gafas Rolla incorporan la lente PhD TM 2.0, fabricada con tecnología NXT y material TRIVEX. Es extremadamente ligera y delgada: 750 más ligera que el vidrio, ultra flexible y, a la vez, altamente resistente a impactos y temperaturas. También ofrece una alta claridad óptica y evita cualquier distorsión.

El PhD TM 2.0 cuenta con recubrimientos frontales hidro y oleofóbicos, que ayudan a repeler el agua, las huellas dactilares y la suciedad. www.serengeti-eyewear.com



Camal Vision[®]



Made on earth
100% Mazzuchelli

Distribuidor: CAMARÓN VISIÓN, S.L.
www.camaronvision.com • Tel.: 609 842 100



ANDY WOLF

Con el nuevo modelo 4771, la firma austriaca dedica todos sus recursos a la creación de una montura pensada para los rostros pequeños de mujer. La forma geométrica representa un diseño contemporáneo y las esquinas redondeadas proporcionan un aspecto femenino interesante. La selección de colores es una mezcla de combinaciones de colores más vendidas.

www.andy-wolf.com



ADIDAS ORIGINAL

Inspirada en el legado de adidas, adidas Originals es una marca de estilo de vida fundada en 2001. Continúa con la herencia de la marca gracias a su compromiso constante con la innovación de los productos, como es el caso de estas nuevas monturas de inspiración años 90 de tendencia.

www.marcolin.com



AIRPORT

Las gafas Tokyo de la marca Airport de CentroStyle, presentan un contraste único entre las dos láminas de acetato que lo forman, una de 4mm y otra de 2mm, trabajadas a mano en un montaje que sorprenderá. El fresado en 3D del acetato crea un efecto único de color y brillo, con solo 28 grs de peso. Este diseño de inspiración japonesa crea un fascinante contraste entre tradición e innovación típico de la metrópolis de la que toma su nombre.

www.airporteyewearproducts.com



CAROLINA HERRERA

La colección eyewear primavera-verano 2021 evoca la atmósfera hedonista de la Costa Azul en los años sesenta. El hilo conductor de los nuevos diseños de Carolina Herrera es una modernidad relajada, glamourosa y esencial que viajó desde las playas mediterráneas por todo el mundo a través de las revistas de moda y estilo. www.derigo.com



DIDINSKY

El catálogo de Didinsky, empresa barcelonesa especialista en gafas premontadas incluye gafas de lectura sin varillas, plegables, ultra planas, con filtro de luz azul y con clip magnético, todas ellas en una amplia gama de diseños y colores. Sin mínimos de compra o reposición, con opciones de cambio, la marca dispone de un servicio de atención personal telefónico para gestionar reposiciones y ofrecer un seguimiento completo de ventas. Información: 679 344 128 (Javier) y 683 583 752 (Carlota).

www.didinsky.com



KOMONO

Su última propuesta, The illusions collection, requiere una segunda lectura por sus sutiles detalles que difuminan los límites entre lo real y lo imaginario. Las formas se distorsionan y deforman, los materiales se manipulan y los colores se reconstruyen. Crea un aire de ilusión con sustancias opacas y translúcidas, mientras que los acabados reflectantes crean una sensación de distorsión.

www.komono.com



LANVIN

La firma ha presentado su primera colección en asociación con Marchon Eyewear para esta primavera-verano 2021. La campaña está protagonizada por Paris Hilton y las propuestas, que reexaminan el legado de la Maison, sus archivos de diseño y trasciende el significado ideológico de Lanvin, combinan siluetas exclusivas con detalles exquisitos y la mejor artesanía. La gama de lujo incluye 21 modelos de gafas de sol y 20 monturas ópticas. Destacan las siluetas atrevidas y de gran tamaño, además de formas ojo de gato, así como tonos y coloraciones intensas.

www.lanvin.com / www.marchon.com



SPY+

Tan grande y audaz como la época y la música de los años 80 que lo inspiraron, las gafas de sol Discord demuestran que un poco de distensión te puede llevar lejos. Disponible con la tecnología de lentes premium Happy Definition (HD +) y polarización Trident™, el modelo Discord ofrece un 100% de protección UV. Unisex y en tallas M y L, estas gafas con montura en grilamid tienen base 6 y bisagra de 5 cilindros. www.spyoptic.eu



VUARNET

La marca francesa lanza un concepto patentado revolucionario con graduación integrada (bi-inyección). Maximiza la claridad óptica para un mayor rendimiento y comodidad e incorpora tecnología digital de prisma rotacional de forma libre. Además optimiza la experiencia visual y el rendimiento óptico. Está fabricado en policarbonato exclusivo ultraligero y resistente a impactos.

www.vuarnet.fr

KERING EYEWEAR

Kering Eyewear amplía su gama de productos con el lanzamiento del nuevo proyecto Blue & Beyond que incluye un surtido seleccionado de gafas de protección UV fotocromáticas y de luz azul. Presentado por primera vez en la industria de las gafas de lujo, el proyecto Blue & Beyond consiste en la combinación de monturas icónicas de alta gama con lentes de doble innovación que están específicamente diseñadas para aliviar la intensa fatiga visual tanto en interiores como en exteriores. www.kering.com



Claudia, primera niña en España que recibe el tratamiento de lentes que frenan el aumento de la miopía

Claudia es la primera niña en España que recibe el tratamiento MiYOSMART, las primeras lentes oftálmicas que frenan el aumento de la miopía infantil, desarrolladas por la compañía japonesa Hoya.



Las primeras lentes con el tratamiento MiYosmart de Hoya en nuestro país fueron entregadas en Central Óptica de Santander.

Responsables de la compañía hicieron entrega en Central Óptica de Santander de estas primeras lentes en el mercado español, que suponen una verdadera revolución en el tratamiento de este problema visual en niños y adolescentes. MiYOSMART consigue, a la vez que corrige la miopía, tratar su evolución y frenar su crecimiento de media un 60%. Se trata de un método innovador y único en España para el tratamiento de la miopía infantil, ya que las gafas son un tratamiento menos invasivo y más fácil de utilizar que otros sistemas, así como el más usado entre niños y adolescentes. Hasta ahora, entre las soluciones existentes en el mercado con alto grado de eficacia no estaban incluidas las gafas, que es el sistema de corrección más utilizado.

Desarrolladas, en colaboración con la Universidad politécnica de Hong Kong, las nuevas lentes MiYOSMART frenan la miopía en niños gracias a la patentada tecnología D.I.M.S. La innovadora solución basa su tratamiento en el impacto de cientos de pequeñas islas de desenfoque periférico que las lentes ofrecen, lo que permite tratar a la vez que mejorar la visión.

Tratamiento corrector

Durante el acto, Javier Sánchez, Responsable de Zona de Hoya, hizo entrega de sus primeras gafas a Claudia, que se encontraba acompañada de su familia. Además, en su apuesta por esta nueva lente, la compañía le realizará a Claudia de manera gratuita el tratamiento completo que consiste en un estudio inicial, las lentes necesarias durante 36 meses y un seguimiento continuado para ver la evolución del tratamiento. Javier Sánchez aseguró que “ralentizar el aumento de la miopía infantil debe de ser algo prioritario en la sociedad. Con el tratamiento MiYOSMART conseguimos frenar la miopía de una forma no invasiva y sencilla para los niños”. Por su parte, Andrea González, óptico de Central Óptica señaló que “es muy importante la detección temprana de la miopía infantil para evitar a futuro patologías más serias”.



Claudia durante las pruebas de adaptación de las lentes Hoya MiYosmart.

Avance de la miopía en España

Se estima que, en 2050, 4.758 billones de personas sufrirán miopía en el mundo y, de estos, 938 millones padecerán miopía severa. Hasta ahora se pensaba que esta pandemia se concentraba especialmente en Asia, pero avanza incansable y en 2050 se estima que, el impacto de ésta en Europa no solo igualará, sino que superará al de Asia.

La miopía, que se ha incrementado con el confinamiento relacionado con la pandemia del COVID, afecta ya al 10% de los niños de 8 años y al 60% de los adolescentes. En 40 años la miopía afectará a más del 98% de la población mundial. La prevalencia de la miopía en España es de en torno al 25% 5, y el 19% entre niños de 5 y 7 años. Más de un millón y medio de niños menores de 18 años sufren miopía en España.

Galardonadas con el Silmo D'Or en París

Las lentes MiYOSMART, galardonadas con el Grand Prize, Grand Award y la Gold Medal en la 46th Edición de la Exhibición Internacional de Invenciones de Ginebra en 2018, y en noviembre de 2020 con el reputado Silmo D'Or en París, se han comercializado, desde 2018, en diferentes países asiáticos y su introducción se ha expandido a Australia, Canadá, y diferentes países de Europa a lo largo de 2020.



— ¡ FELICIDADES LOOKVISION ! —

essedue®

ACUAISS DUAL GEL, PARA PACIENTES DE ORTO-K



Acuaiss Dual Gel es una lágrima-gel con base líquida y textura viscosa, que hidrata los ojos y aumenta la lubricación de la lente y la sensación de confort, también en usuarios de lentes Orto-K. Acuaiss Dual Gel se compone de dos humectantes: 0,30% de ácido hialurónico y 0,10% de hidroxietilcelulosa. Esta combinación aporta a la fórmula un efecto dual: el ácido hialurónico es capaz de retener hasta 6.000 veces su peso en agua y la hidroxietilcelulosa es un espesante de origen vegetal que actúa como un escudo protector en la superficie ocular, aportando estabilidad a la fórmula.

En el caso de pacientes que utilizan lentes de ortoqueratología para el control de la miopía, es recomendable aplicar unas gotas de Acuaiss Dual Gel, en formato monodosis sin conservantes, en el interior de la lente, justo antes de insertarla en el ojo. Con la lente puesta se puede añadir de nuevo unas gotas en el ojo para mejorar aún más la lubricación. También es conveniente aplicar una gota por la mañana antes de quitarse la lente para facilitar su extracción.

Tiene múltiples ventajas para el usuario, entre otras: Se puede usar de día o de noche, pues no produce visión borrosa; es compatible con todo tipo de lentes de contacto y contribuye a hacer más cómodo el porte de las mismas; permanece más tiempo en el ojo que una lágrima convencional, y es fácil de aplicar y tiene un efecto inmediato. Está disponible en envase de 10 ml y en formato monodosis, sin conservantes.

CONÓPTICA NOS RECUERDA LA IMPORTANCIA DE COMUNICAR BIEN LA ORTO-K A LAS FAMILIAS



Sabemos que la ortoqueratología, además de compensar la miopía, tiene un papel importante a la hora de decidir qué tratamiento es mejor en pacientes jóvenes con progresión miópica. Por este motivo, es muy importante que todo el equipo conozca la técnica y sepa argumentarla, potenciando los aspectos positivos de la misma. Joan Pérez (en la foto), miembro de la Junta Directiva de EurOk y de la International Academy of Orthokeratology and Myopia Control nos explica en un vídeo disponible en la web de Conóptica (www.conoptica.es) algunos aspectos que debemos tener en cuenta. Además, en la página web "Lentillas para mí" by Conóptica puedes encontrar información a nivel usuario que te ayudará a comunicar la mejor opción en cada caso.

No podemos evitar que nuestros hijos utilicen las pantallas: la tecnología está aquí y va a quedarse. Enseñarles buenos hábitos posturales y restringir el tiempo de uso, cambiándolo por actividades al exterior, ayuda a frenar la miopía. Así, desde Conóptica nos dan algunos consejos que podemos utilizar delante de las familias para prevenir o ralentizar la miopía de los pacientes como son: una buena alimentación, un espacio de estudio bien iluminado acompañado de una buena postura, actividades al aire libre, revisiones regulares y un uso razonable de la visión de cerca (pantallas) con breves descansos cada 20 minutos serán una gran ayuda para controlar la aparición y el crecimiento de la miopía de nuestros hijos. ¡Pongámoslo en práctica con nuestros pacientes!

Si todavía no eres centro especializado "Lentillas para mí", puedes ponerte en contacto con la compañía en: conoptica@conoptica.es

CONÓPTICA LANZÓ EN OPTOM21 EL EQUIPAMIENTO MÁS VANGUARDISTA



Conóptica presentó junto a Oculus Iberia los equipos más vanguardistas del mercado durante esta pasada edición de OPTOM21. Todos ellos incorporan en su estrategia de análisis, informes especializados de ayuda a la implementación y venta de nuevos servicios ópticos. En el segmento de la topografía corneal, además del más que reconocido topógrafo Oculus Easygraph, Conóptica lanzó el Oculus Keratograph 5M; es el equipo ideal, si además del análisis de la topografía corneal con el mayor número de puntos de medición real queremos ofrecer un completo y único sistema de evaluación del ojo seco. Por su parte, Oculus Pentacam se introduce como el tomógrafo de referencia mundial para segmento anterior por imágenes de Scheimpflug. Por último, en este afán de ofrecer al mercado soluciones tecnológicas innovadoras, Conóptica y Oculus Iberia ofrecen a los profesionales el Oculus Corvis® ST, equipo pionero en el estudio de la biomecánica corneal. La conexión y análisis conjunto de datos entre este y el Pentacam, alimentada por datos de inteligencia artificial, lo configuran como el sistema de referencia en la evaluación precoz del riesgo de ectasia, el análisis de la respuesta biomecánica corneal, tonometría y paquimetría con un nuevo y revolucionario software de detección del glaucoma.

REGALA LIBERTAD A TU CLIENTE CON FARMAOPTICS Y LENS FARMA DÍA SOFT

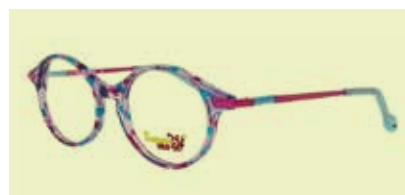


Farmaoptics diseña una campaña de Contactología para ayudar a sus asociados a cuidar de sus clientes con las lentes de contacto Lensfarma Día Soft, ideal para disfrutar de todas las actividades de ocio y al aire libre que nos ofrecen los meses de primavera y verano con la máxima comodidad.

Lensfarma Día. Soft es una lente que forma parte del portfolio de contactología de la gama Lensfarma de Farmaoptics. Es una lentilla desechable y diaria de hidrogel de silicona, que no necesita mantenimiento y que está indicada para la miopía o hipermetropía. Son la mejor opción para viajar, practicar deporte, ir a la playa y para realizar todas las actividades que más nos gustan. Además, es una lente de contacto que aporta grandes beneficios: más cómodas y prácticas, mejor confort y visión, con alta transmisión de oxígeno y una gran relación calidad-precio.

La campaña estará vigente desde el 15 de mayo al 31 de julio y se ha diseñado potenciando sinergias de colaboración con Coopervision, uno de los proveedores preferentes del Grupo. Con ella, premia las compras de sus asociados de la marca propia Lensfarma con regalos, para que puedan obsequiar a sus clientes y ayudarles a disfrutar aún más con el verano.

PARA UNA ÉPOCA
ESPECIAL,
COLECCIONES
ESPECIALES



TENDENCIA,
CALIDAD Y
DIVERSIDAD
EN GAFAS PARA
NIÑOS Y ADULTOS



MARCAS

Bob Esponja, Catimini,
Chick, Dondon, Georges
Rech, HVE, Jacadi, Karavan,
Karavan Kids, Life Italia
Kids, Le Ducat, Le Tanneur,
Medivision, mtv, Paris Club,
Patrulla Canina, SuperLight,
winx y Xénith.



NOVA OPTICA, S.L.
IMPORTACIONES DE ÓPTICA

COMPROMETIDOS CON LA SALUD VISUAL
Y EL SERVICIO AL PROFESIONAL ÓPTICO

DATOS DE CONTACTO:

Teléfonos: 979808540 - 979808537 / 979728536

Gerencia: ana@novaoptica.info

Repuestos y Ventas: logistica@ennovaoptica.com





Esther Fernández

Directora General de Awa Sunglasses

“Podemos bañarnos perfectamente con las gafas de sol Awa Sunglasses puestas”

En esta entrevista con Esther Fernández, la directora general de Awa Sunglasses, nos presenta esta colección de gafas surgidas por una necesidad y creadas para que en la playa, en la piscina o en el mar practicando deporte podamos bañarnos con las gafas de sol puestas sin la preocupación de poder perderlas, puesto que son insubmersibles, y con la seguridad de poder llevar las gafas de sol, dentro o fuera del agua, con estilo y con la mejor protección para los ojos.

¿Cuándo, cómo y por qué se crea Awa Sunglasses?

La idea de crear unas gafas de sol para bañarse con ellas surge cuando me detectan una pinguécula provocada por un exceso de radiación solar y me recomiendan el uso de gafas de sol en todo momento, sobre todo en la playa e incluso durante el baño. Así, temiendo que mis gafas de sol se dañaran por el salitre del agua, la arena, las cremas solares, las olas, etc. solicito a la óptica unas gafas especiales para poder bañarme con ellas, unas gafas que pueda usar sin temor a perderlas. La respuesta inmediata es que no hay nada específico, que no existen y que, de hecho, algunos pescadores se las han solicitado porque son los que más gafas de sol pierden en el mar. Les pregunto qué suele hacer la gente en mi caso puesto que la pinguécula es una lesión bastante común, ya que todos nos hemos estado bañando durante años sin tomar conciencia de los riesgos de la exposición al sol, y la respuesta es que la gente suele llevarse a la playa las gafas más viejas o las más baratas que se venden en los mercadillos, aún con el riesgo de quemarse la retina porque las lentes no son de buena calidad.

Con mi bagaje profesional y mi experiencia en fabricación de productos, visité diferentes ferias internacionales buscando algún material que flotara y encontré un polímero de baja densidad que flota perfectamente. También indagué sobre las diferentes soluciones hidrofóbicas que pudieran añadirse a las lentes. Y así es como surge Awa Sunglasses, una línea de gafas de sol flotantes para ser utilizadas, sobre todo, en el agua y que están dirigidas a todo tipo de público porque cada vez es más necesario protegerse los ojos durante el baño o las actividades náuticas con modelos variados, tanto deportivos como casual. Tenemos el nombre registrado a nivel europeo y, por supuesto, patentado su modelo de utilidad.

¿Qué aporta Awa Sunglasses al sector y cuáles son sus características diferenciadoras?

Awa Sunglasses es la primera marca de gafas de sol a nivel mundial especializada en gafas de sol flotantes para todo tipo de público, con más de 17 modelos diferentes. Todos nuestros modelos de gafas son flotantes, polarizadas, con tratamiento hidrófobo en las lentes, tratamiento endurecido, categoría de filtro solar mínimo Categoría 3 y en algunos modelos hemos sacado también Categoría 4 para ser utilizadas en alta mar o en alta montaña y ultraligeras: nuestras gafas pesan entre 15 y 18 gramos, por lo que son muy ligeras y no dejan marca en el puente de la nariz. Además, tenemos un modelo que se puede graduar para miopía con equivalencia hasta 5 dioptrías por ojo, manteniendo también la flotabilidad, y estamos trabajando en nuevos moldes para poder incorporar lentes para astigmatismo e hipermetropía y que, por supuesto, no pierdan su característica principal, la flotabilidad.

Con estas características físicas lo que buscamos es proteger la salud visual de nuestros clientes; proteger su economía, con precios asequibles evitando que pierdan más gafas en el agua; que disfruten del agua sin miedo, utilizando unas gafas adecuadas para este medio y, por último, y no menos importante, preservar los fondos marinos de la aparición de “nuevas criaturas marinas” con más gafas hundidas.

¿Cuáles son los productos y/o colecciones que comercializa y qué características destaca de cada uno de ellos en cuanto a diseño, calidad-precio?

Todos nuestros modelos tienen nombres de playas: Bolonia, Loira, Mundaka, Rodas, Carabassi, Sa Calobra, Somo, Blanes, Carmen... Y



Las gafas de sol flotantes Awa Sunglasses son ideales para disfrutar del sol con estilo y la mejor protección dentro o fuera del agua. Además de flotar y repeler el agua son polarizadas e incorporan tratamiento antiarañazos.

todos están en un precio entre los 30 y los 70 euros. Nuestra idea es ofrecer al mercado un producto con un coste asequible para un amplio abanico de público y, al mismo tiempo, garantizar la protección ocular en mar y playa, pretendiendo también que su rotación sea más elevada pudiendo cambiar de modelo cada año.

Háblenos de las cualidades los materiales utilizados en montura y lentes de las gafas de sol que comercializa la empresa.

Las gafas están fabricadas en un polímero de baja densidad que hace que las moléculas estén menos compactadas y esto facilita su flotabilidad. En cuanto a las lentes, son todas polarizadas TAC de 1.1 mm, con tratamiento hidrófobo en ambas caras, a las que hemos añadido un tratamiento endurecido para que aguanten mejor los roces con la arena de la playa. ¡Nuestros clientes se sorprenden de la calidad de nuestras lentes!

¿Cómo está sorteando Awa Sunglasses este último año de covid-19 y qué perspectivas tiene ante la previsible desescalada de la pandemia?

- En el año 2020 teníamos planeado asistir a una serie de eventos y ferias relacionados con la óptica y la náutica y comenzar así nuestra expansión nacional e internacional, pero todo se ha postpuesto para este 2021 e incluso para el 2022. Ahora, estamos en proceso de creación de una red comercial para poder llevar nuestro producto a todas las ópticas de España y Portugal.

¿Cuál es el canal o canales de distribución y comercialización de las gafas Awa Sunglasses?

El canal principal de distribución es a través de las ópticas independientes. Queremos ofrecerles un producto único, diferente y original con el que puedan ofrecer un valor añadido a sus clientes. Disponemos de página web de venta online www.awasunglasses.com para poder distribuir el producto allí donde todavía no tenemos representación física y donde vamos a ir indicando los puntos de venta donde se pueden adquirir nuestras gafas. También queremos que nuestras RR.SS. sirvan de apoyo a todas aquellas ópticas que quieren hacer promoción de la marca a nivel local y organizar algún evento. Las ópticas pueden contactarnos a través de la web o del teléfono de contacto que ponemos a su disposición y así podemos redirigirle al comercial de zona correspondiente para que puedan concertar una entrevista y ver el muestrario

¿Qué servicio postventa presta, qué garantías ofrece y cuál es su política comercial?

Ofrecemos una garantía de 2 años para las gafas y de 1 año para las lentes. Nuestro servicio postventa es completo, reponemos lentes, varillas o incluso enviamos una nueva gafa si fuera necesario.

¿Puede anticiparnos algunas novedades que presentan para este verano?

Este año tenemos varias referencias nuevas como el modelo Blanes y hemos modificado ligeramente el diseño de las Sa Calobra, de los dos tamaños de la Rodas y de las Carabassi para que se ajusten perfectamente a la cara. También hemos lanzado nuevos modelos de cordones de sujeción que también flotan.

¿Qué objetivos tiene ante sí Awa Sunglasses, incluido algún plan de expansión a corto y medio plazo? ¿En qué consiste?

Nuestro objetivo de comunicación este año es intentar educar y concienciar al cliente final de la importancia de mantener una buena protección ocular en los momentos de mayor riesgo como es en la playa y durante el baño o en la práctica de deportes o actividades acuáticas. Estamos trabajando también en generar sinergias con el óptico colaborando en eventos y promociones cruzadas que le ayuden a comercializar mejor nuestras gafas. Queremos estar presentes en las ferias más relevantes del sector a nivel nacional e internacional y participar en los Salones Náuticos que se celebren para dar a conocer nuestro producto y generar tráfico a las ópticas de la zona.

Nos gustaría tener distribución en toda España y Portugal al final de temporada y sentar las bases para comenzar nuestra expansión a Europa. Además vamos a continuar innovando, abriendo nuevos moldes y mejorando los diseños actuales para conseguir cada año un mejor producto y para lograr unas gafas que se puedan graduar y sigan manteniendo sus propiedades de flotabilidad con todo tipo de lentes. También vamos a trabajar en una colección para niños para que toda la familia pueda bañarse con nuestras gafas AWA.



La colección Awa Sunglasses está compuesta por casi una veintena de modelos que no se hunden en el agua y en versiones diferentes en formas y colores para todo tipo de público.

¿Qué mensaje le gustaría transmitir a sus clientes ópticos-optometristas y a los usuarios de sus gafas?

Me gustaría transmitir la importancia de mantener una buena salud visual para evitar lesiones oculares como la mía y que todo el mundo pueda probar la sensación de libertad y tranquilidad que uno siente cuando se baña con unas gafas de sol sin tener miedo a perderlas y sin tener que llevar los ojos arrugados por el molesto reflejo del sol en el agua. Y me gustaría que nadie más pierda sus gafas en el agua y así preservar los fondos marinos de más gafas hundidas. ¡El que ha probado nuestras gafas y se ha bañado con ellas ha quedado encantado con la experiencia y nos ha dado la enhorabuena!

De cara al óptico, me gustaría que encontraran en nuestra marca un aliado comercial que aporte valor añadido a su negocio y que prescriban nuestro producto cada vez que detecten alguna lesión ocular provocada por un exceso de radiación solar y recomienden su uso en la playa.

SEIKO BRILLIANCE

Disfruta de la máxima personalización



La innovadora lente SEIKO BRILLIANCE se adapta a los nuevos desafíos de la era digital y es totalmente personalizable en función del estilo de vida del usuario.

Seiko Optical presenta su lente progresiva más personalizada: SEIKO BRILLIANCE, que viene a dar respuesta a la creciente necesidad de soluciones personalizadas para el usuario que han surgido ante los nuevos cambios y desafíos de la era digital. Esta lente, creada con las últimas tecnologías, redefine la visión multifocal por completo.



En el mundo actual no solo basta con mejorar la visión de las personas, es imprescindible que las lentes progresivas se adapten al estilo de vida de cada usuario para que pueda sentirse cómodo al usar una lente totalmente personalizada. Además, el continuo uso de múltiples dispositivos digitales y el cambio constante de enfoque entre varias pantallas es otro aspecto que debe ser parte integral del proceso de diseño de las mejores lentes.

Con estos desafíos, SEIKO alcanza un nuevo hito al desarrollar unas innovadoras lentes progresivas personalizables que son creadas en función del estilo de vida del usuario. Equipado con cinco nuevas tecnologías innovadoras, el nuevo producto insignia de SEIKO, SEIKO BRILLIANCE, garantiza una mayor resistencia visual a lo largo del día. Además, reduce significativamente las inadaptaciones comúnmente asociadas con el cambio a nuevas lentes progresivas, como mareos y sensación de balanceo.

Para garantizar la máxima compatibilidad entre el diseño de las lentes y el estilo de vida, las preferencias visuales de cada usuario se traducen en un código de diseño de lentes personalizado, que luego permite dar forma a las lentes finales. El resultado: una solución altamente individualizada configurada a partir de más de 300 variaciones de diseño. La exclusiva tecnología Balance Zone de SEIKO, que se presenta en progresivos individualizados por primera vez, se adapta a la apariencia del ojo de manera natural gracias a los, extremadamente finos, bordes de las lentes.

Con la comercialización oficial desde el 17 de mayo, este producto de alta gama tiene como objetivo satisfacer incluso las más exigentes demandas visuales y estéticas, convirtiéndose en sinónimo de excelente rendimiento visual.



SEIKO SOLAR

**DEVUÉLVELE EL COLOR
A TU MIRADA.
DESCUBRE LA GAMA SOLAR
MÁS COMPLETA.**

Vive un verano lleno de color y confort visual. Con SEIKO encontrarás toda la variedad en lentes de protección solar para gafas monofocales o progresivas.

¡DESCÚBRELAS!

**POR LA COMPRA DE
TU 1^{ER} EQUIPAMIENTO,
LLÉVATE TU PAREJA
SOLAR ADICIONAL.**

*Consulta condiciones de la promoción.

SEIKO

PRECISION FOR VISION

50
1971 | 2021
ANNIVERSARY

Eyewear Trevicoliseum España | Calle Manuel Tovar, 42 - 28034 Madrid | +34 63420 474 | trevicoliseum.spain@gmail.com

Clark

trevicoliseum.it



TREVI COLISEUM

50 años al lado del optico

Fundada en 1971 en Domegge di Cadore, Trevi-Coliseum cumple 50 años de actividad: una meta importante que se ha conseguido gracias al compromiso y a las extraordinarias competencias de todos los que han trabajado en la compañía a lo largo de los años.

Una historia de competencia y experiencia en el mundo de la fabricación y de las ventas de gafas de vista y sol, con sus propias colecciones Clark, Coliseum, Cotton Club y Trevi1971.

Una compañía de gestión familiar que ha sabido adaptarse a las variables condiciones del mercado, adelantando las tendencias y presentando mano a mano los mejores productos a los mejores precios. Trevi-Coliseum ha sabido conservar las tradiciones de la fabricación y a la vez adaptarla a las nuevas necesidades y tendencias de la moda.

Clark



Coliseum



Cotton Club

Trevi 1971



HOYA PRESENTA

SU NUEVO CATALOGO DE LENTES

NOVEDADES 2021

Es el momento de cambiar, de seguir avanzando. Por eso, HOYA no cesa en su búsqueda de dar respuesta a las nuevas demandas visuales adaptándose en todo momento a los nuevos estilos de vida.

“Los Visionarios” sois este año portada, porque el catálogo se ha desarrollado pensando en vosotros, por lo que este año se han añadido unas fichas en las que además de resumir las características de las lentes se destacan los beneficios que cada una de ellas aporta al usuario y a tu negocio.



HI VISION SUN PRO

Es la mayor NOVEDAD de la tarifa. Marcará un antes y después en las gafas de sol.

HI- VISION SUN PRO es el nuevo tratamiento Premium de HOYA que mejora el rendimiento, la durabilidad y la estética de las lentes de sol.

Está especialmente indicado para los usuarios que quieren protección 100% UV en ambas caras de las lentes y está disponible en todos los índices para así llegar a todos los perfiles de tus clientes

Novedades en diseños



NULUX IDENTITY V+:

Se amplía su gama con la incorporación del material orgánico 1.50.



AMPLITUDE PLUS:

Nuevo diseño progresivo con Tecnología de Tallado Freeform en cara interna y 2 longitudes de pasillo disponibles: 11 y 15 mm.

Novedades en tratamientos y coloraciones



TRATAMIENTO MIRROR:

HOYA incorpora este tratamiento en las lentes para dispositivos digitales SYNC III y SYNC IIIi en los índices 1.50, 1.53 y 1.60 combinando así protección y estilo.



DEGRADADOS:

Este año HOYA lanza como novedad los degradados 90/40 en los colores Verde, G15, Maroon y Antracita. Una nueva opción para los que se sienten atraídos por la moda o realizan muchas actividades al aire libre.



SENSITY 2:

Tratamiento fotocromático que se aclara casi dos veces más rápido que las lentes Sensity y se oscurece como una lente solar de categoría 3 de forma rápida y sin importar el clima o la estación del año.

Como novedad este tratamiento está disponible en NULUX PNx 1.53 y NULUX 1.50 al igual que en HI-LUX ALTAS CURVAS en EYAS 1.60 y en 1.50.



HANDMADE
ACETATE



東

airport
FLYING WITH EYES

京

Distribuido por LASEDEOPTICA S.L. - www.lasedeoptica.es - info@lasedeoptica.es - Tel.: 911287016

Marcolin vuelve a sorprender

Diseños atrevidos, estilo deportivo y mucho color

El Grupo presentó un año más sus novedades en el transcurso de un press day realizado en la sede de Area Comunicación Global en Madrid. Las propuestas para esta primavera-verano son muy variadas: desde los diseños más rompedores, hasta clásicos que nunca fallan, pasando por modelos de estilo deportivo.



Max Mara presenta su primera colección en colaboración con Marcolin. Ambos equipos creativos resuelven con maestría artesanal diseños altamente femeninos, capaces de representar a la perfección el universo Max Mara. Ligereza, elegancia moderna y formas geométricas y sobrias dialogan en un perfecto equilibrio armónico. Por su parte, la nueva colección de Guess presenta gafas que realzan el atractivo sexy y juvenil de una mujer independiente y segura de sí misma. Las monturas masculinas por su parte, destacan por sus originales diseños y acabados en formas fáciles de llevar reinterpretadas para el hombre moderno. Las monturas oversize de metal o las más atrevidas en forma de ojo de gato y rectangulares acompañan a modelos aviador reinterpretados en clave moderna.

Tom Ford se distingue por sus formas con volúmenes oversized inspiradas en los años 50 y 70, y por modelos caracterizados por sus combinaciones de acetato y metal que conforman siluetas únicas. Entre las propuestas encontramos detalles y conceptos icónicos, como el logo metálico "T" en el frente y la silueta infinito. Para la colección de gafas graduadas, modelos ready-to-wear con lentes Blue Block.

La nueva línea de Diesel encarna el espíritu audaz e inconformista de la marca. Destacan las máscaras de look vanguardista que reinterpretan el estilo de los años 2000 en clave futurista. Las monturas de acetato se distinguen por su estilo rockero y atrevido, mientras que los modelos de metal se caracterizan por unos perfiles marcados y un sello provocador y moderno. En el caso de Gant, la firma presenta gafas de sol y monturas modernas a la par que funcionales, que destacan por sus llamativos diseños. Todas sus monturas han sido elaboradas en un 85% con plástico r-PET, lo que significa que cada par de gafas ha sido realizado con 5 botellas reciclables.

Swarovski cumple 125 años y para celebrarlo su nueva colección de gafas se inspira en sus emblemáticos accesorios. Las monturas destacan por sus formas chic donde el cristal de Swarovski sigue siendo el centro de atención. Rendimiento, estilo y responsabilidad medioambiental son las claves de la nueva colección de Timberland, cuyas gafas de sol y monturas, eclécticas y funcionales, destacan por su diseño moderno y actual. La colección se divide en dos grupos: moderno/casual, que incluye estilos con actitud urbana y contemporánea, y heritage/outdoor, que incluye diseños cómodos y funcionales, para un estilo de vida activo y dinámico.

Respetando la esencia de la marca, todas las gafas de Moncler se distinguen por su gran calidad, la investigación tecnológica y su inconfundible estilo. La colección se basa en tres temas principales: Sport, para monturas inspiradas en el legado de la marca; Duvet, gafas emblemáticas de efecto puffy, realizadas con termoformado, y Timeless, con gafas de líneas más esenciales con formas clásicas y retro.

Los nuevos diseños de Max&Co., están inspirados en el logo de la firma, que combina líneas rectas y dinámicas, con líneas curvas y suaves. La colección gira en torno a tres grupos principales: una oda a los diseños icónicos Max&Co., la atención por los detalles propios de la marca como son los materiales de gran calidad y tonalidades alegres e irónicas, así como una modernidad joven. Por último, la colección de adidas Sport Eyewear presenta gafas deportivas de grandes prestaciones, contemporáneas y versátiles, capaces de acompañar a quien las lleva por las calles y los estadios, mientras la colección adidas Originals ofrece diseños urbanos con formas de tendencia como las más caras y otros diseños evocadores de los años 90.



Las nuevas colecciones eyewear del Grupo Marcolin presentan diseños icónicos y superventas de algunas de sus firmas, en contrapunto con gafas de formas actuales como las geométricas o las máscaras, en plena tendencia.



presenta su nueva colección de estuches y gamuzas totalmente personalizables

El equipo de diseño de Boceto, fiel al dinamismo creativo que le caracteriza, vuelve a impresionar al sector óptico con la nueva colección de fundas y estuches **Sublimia**



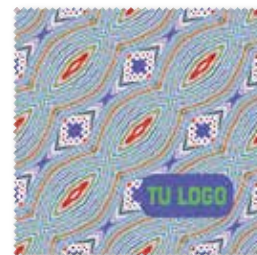
S-02/IM302

No cabe duda que la gafa se ha convertido en una joya y, como tal, está pidiendo a gritos un estuche digno que la realce y no una funda sin alma que la desmerezca. El estuche es el complemento de la gafa; es aquello que se añade para hacer un todo, tan importante como la propia gafa, el estuche es la mejor carta de presentación al entregarla.

Los estuches que presenta Boceto están elaborados artesanalmente y cuidando todos los detalles para conseguir un producto final de gran calidad. Se convierten así en el accesorio perfecto para guardar y proteger su valioso contenido. Aportan un valor añadido para tu marca y son un efectivo elemento de fidelización.

La colección está compuesta por ocho referencias, totalmente personalizables, con imágenes de un gran atractivo visual y con el logo de tu marca.

Sublimia aporta una bocanada de aire fresco, establece un antes y un después, rompe esquemas haciendo posible un nuevo concepto de estuches espectaculares, totalmente personalizables y llenos de color, convirtiendo a tus estuches en una potente herramienta de fidelización y de proyección de la marca dando al mismo tiempo un importante valor añadido a las gafas que va a proteger.



6IM/IM302



S-04/IM302

CentroStyle vuelve a imprimir su catálogo de suplementos solares



Es el primer catálogo de este producto que ha servido al óptico para mejorar sus servicios al cliente final, realizar un control de stock eficiente y aumentar las ventas de suplementos solares del mercado, gracias a la impresión a escala real que ayuda en el momento de la venta de este producto. Presentado hace ya 6 años con el desarrollo por parte de Centrostyle de la primera pinza de sujeción minimalista y estética del mercado, este producto ha permitido ampliar el público objetivo al que se dirigen sus clientes.

El catálogo impreso a escala 1:1 con 95 páginas llenas de soluciones para distintas necesidades del consumidor y modelos del mercado, es la herramienta que muchos de sus clientes estaban esperando. Puedes llamar a tu asesor comercial de siempre para que te entregue uno o contactar con nuestra oficina al 91 128 7016. info@lasedeoptica.es

Todos los socios de Opticalia en contacto a través de la nueva APP

El grupo óptico, en su avanzado proceso de digitalización, da un paso más con el lanzamiento de su nueva APP de comunicación interna. Gracias a ella, todos los servicios y contenidos están más que nunca en las manos de sus asociados. Con este nuevo canal de comunicación pueden estar informados en cualquier lugar y en todo momento de las novedades y noticias del grupo: nuevas campañas de marketing, completos programas de formación, novedades en colecciones de producto y nuevas herramientas para el punto de venta. También permite poder hacer gestiones comerciales directamente desde el móvil para mayor facilidad. Nunca fue tan fácil para un asociado de Opticalia gestionar su pertenencia al grupo.

La app de Opticalia destaca por su avanzado desarrollo tecnológico, su imagen moderna y una usabilidad, que permite que los asociados obtengan el mayor rendimiento posible de sus gestiones y consultas. Está disponible para dispositivos iOS y Android y su acceso y operativa es muy sencilla. Un paso más en el camino de convertir a Opticalia en la marca óptica referencia del sector en el desarrollo digital.



Natural Optics Group se posiciona como el primer grupo óptico en transformación y tratamiento de datos



Natural Optics sigue consolidándose como el grupo referencia en el tratamiento de los datos con el objetivo de ofrecer a sus asociados herramientas útiles para mejorar la rentabilidad de su negocio. Es por eso por lo que ha desarrollado una herramienta que permite explotar los datos de una óptica al máximo gracias a la Inteligencia Artificial para ayudar a sus asociados a aumentar las ventas, así como a captar y fidelizar clientes, mediante su novedoso servicio Natural BI, solución de análisis empresarial que permite a los asociados del grupo monitorizar la evolución de su negocio e impulsar mejores decisiones. Funciona con la tecnología Business Intelligence de reporting de Microsoft, Power BI.

Gracias a Natural BI, el asociado tiene a su alcance los datos de su negocio convertidos en información útil, que le permite, a su vez, detectar oportunidades de negocio y realizar campañas personalizadas para aumentar sus ventas y seguir fidelizando a sus clientes. Todo esto mediante un total de cuatro informes personalizados en los que se recogen las ventas del centro, la información de sus clientes, el funcionamiento de sus campañas CRM (fidelización y captación), y el detalle de la zona de actuación de su negocio.



Las gafas traileye pro de evil eye, galardonadas con el IF Design Award 2021

Las gafas deportivas de alto rendimiento traileye pro de evil eye han sido galardonadas con el IF Design Award 2021, uno de los premios de diseño más importantes a nivel internacional, otorgados por el International Forum Design y con una trayectoria de más de 70 años. Con este galardón, la organización ha reconocido las gafas traileye pro de evil eye como el mejor diseño de gafa deportiva.

Estas gafas ya se han convertido en uno de los modelos más icónicos de la firma austriaca por su plena adaptación a todo tipo de deportes, condiciones climatológicas y al usuario, ofreciendo una protección óptima para disfrutar sin límites. Debido a su gran acogida, evil eye acaba de presentar dos nuevos colores para esta colección: una llamativa montura transparente con detalles en rojo y lente LST active red mirror; y otra montura en negro mate con detalles en plateado y nueva lente LST Bright Vario Blue Mirror. Unas gafas que combinan estilo y tendencia con las prestaciones técnicas más avanzadas, avaladas por más de 25 años de experiencia y producidas íntegramente en Austria.

Las traileye pro están preparadas para ofrecer los mejores resultados y superar cualquier desafío gracias a sus opciones de ajuste versátiles e inteligentes, así como a la gran lente de una única pieza que ofrece una visión de campo casi ilimitado. Además, como ofrecen el resto de las modelos de la firma, la lente de estas nuevas gafas también se puede graduar, ya sea con graduación directa en la montura, adaptador o clip-in interior, incluso con curvaturas en base 6, 8 y 10 y valores de corrección altos. Están disponibles lentes progresivas y monofocales: Panorama Sport. Además, es posible graduar las lentes con la tecnología vario y LST propia de la marca, que intensifica los contrastes, armoniza las fluctuaciones de luz extrema asegurando una visión cómoda en todo momento e incrementando el poder de concentración.

www.evileye.com
www.instagram.com/evileye.eyewear
www.facebook.com/evileye.eyewear

Ya puedes inscribirte a las "Píldoras Formativas" de Industrias de Óptica Prats



Tras el éxito obtenido en los webinars impartidos el año pasado, Industrias de Óptica Prats ha iniciado en mayo las nuevas "Píldoras Formativas". Estos cursos online son la herramienta perfecta para ampliar los conocimientos del sector. Los contenidos, impartidos por el propio Departamento de Formación de la empresa se basarán en las diferentes áreas que engloba el sector de la óptica, desde el propio producto, características y avances tecnológicos del mismo, así como las áreas de marketing y ventas enfocadas del propio sector. Las sesiones formativas de Marketing Digital y Social Media serán impartidas por reconocidas profesionales del mundo online.

A través de los newsletter que Industrias de Óptica Prats enviará previamente, se informará del tema a tratar en cada webinar, así como del día y de la hora de las nuevas "Píldoras Formativas". Estas formaciones se impartirán dos días a la semana con una duración de entre 30 y 40 minutos y una vez finaliza cada "Píldora Formativa" se procederá al turno de consultas de los asistentes. Para más información contacta con tu Delegado Comercial en el teléfono: 902 230 260.

Airport, gafas de lectura para marcar la diferencia

La marca Airport, distribuida en España por LASEDEOPTICA nace con el fin de dar a los clientes de Centrostyle productos de mayor calidad y diseño, manteniendo la buena relación calidad-precio que caracteriza a la compañía. Los diseños se inspiran en las grandes ciudades, logrando un inconfundible estilo que refleja la moda en cada rincón del mundo. En el caso de las colecciones Airport de lectura, los detalles marcan la diferencia. Por su parte, el packaging es a la vez un elemento de presentación y una ayuda a la venta y la elegante pochette de microfibras denota la intencionalidad de la marca por ser un referente en la moda de lectura. Todo pensado para exhibirlo como un accesorio de moda real. Más información: www.lasedeoptica.es/info@lasedeoptica.es y en el teléfono: 91 128 70 16.



Acuaiss Baño ocular alivia los síntomas de la conjuntivitis alérgica



La conjuntivitis alérgica estacional, provocada por el polen, este año ha afectado con menos virulencia a las personas que padecen este trastorno. Una de las razones que explican esta situación es el uso de las mascarillas que, aunque sea parcialmente, filtran los virus y también impiden el paso de los alérgenos por la boca y la nariz.

No obstante, la conjuntivitis alérgica no ha desaparecido del todo y es probable que nos encontremos con pacientes que muestran molestias oculares relacionadas en esta época con la alergia al polen, como fotofobia, picor de ojos, sensación de arenilla o lagrimeo excesivo. A estas molestias se une también la sequedad ocular añadida que produce la propia mascarilla, ya que al tener la nariz y la boca tapados el aire que exhalamos se dirige hacia arriba y reseca los ojos.

Lo más conveniente en estos casos es recomendar baños oculares con Acuaiss Baño ocular para retirar los alérgenos de los ojos y conseguir aliviar los síntomas relacionados con la alergia al polen, por lo menos de manera momentánea, y combinar esta limpieza ocular con el uso de gotas humectantes con ácido hialurónico, como Acuaiss Gotas, Acuaiss Ultra, Disop Zero Gotas o incluso Acuaiss Dual Gel.

“¿Una manzana? no gracias”

Cuando ves bien, la historia cambia

Vaya que si cambia, porque no te das cuenta de cómo ves hasta que ves bien de verdad.

Por eso, de repente, una nave extraterrestre pasa a ser un dron de juguete y una deliciosa manzana se transforma en un veneno mortal ¿se entiende?

Lo mismo ocurre con las lentes progresivas,

Vimax es tecnología de vanguardia para tus ojos y todo lo demás, es puro cuento.

Infórmate en las ópticas asociadas o en vimaxlens.com

 **VIMAX®**
elige ver



Eschenbach Eyewear, galardonada cuatro veces en los Red Dot Awards 2021

Eschenbach Eyewear ha obtenido un gran éxito en los Red Dot Awards: Product Design 2021. El jurado internacional otorgó a cuatro modelos de gafas de las marcas Brendel eyewear, TitanFlex y Mini Eyewear el premio "Red Dot", que representa la más alta calidad en el diseño. En total, nueve modelos de Eschenbach han recibido el Red Dot Award en los últimos cinco años.

Dos modelos de la actual colección Eschenbach Mini Eyewear consiguieron convencer al jurado de los Red Dot Awards 2021: el modelo Clubmaster femenino 747020 col. 42, una combinación de acetato y acero inoxidable, con un puente alto y anchas varillas es realmente llamativo, y el modelo 743012 col. 60 de la actual colección Mini

Eyewear Primavera/Verano 2021 cuya forma cuadrada fabricada en acetato destaca gracias al diseño laminado del frente y al montaje nylor, mientras las varillas de acetato revelan el inconfundible patrón MINI en el alma metálica.

TitanFlex también volvió a convencer al jurado del Red Dot Award con su modelo TitanFlex 820875 col. 30. La integración de las piezas de Titanflex en el futurista concepto global resulta evidente en este modelo. Por su parte, Brendel recibió el galardón por su diseño 902351 col. 20, un clásico modelo pantos que irradia elegancia femenina con una noble combinación de acero inoxidable dorado brillante y acetato transparente en un tono cálido.

Wikivisión, primera enciclopedia virtual de la visión



Con motivo del Día de Internet, que se celebró el pasado 17 de mayo, Visión y Vida presentó Wikivisión, la primera enciclopedia virtual de la visión escrita en castellano que quiere acercar el mundo de la salud visual y del cuidado de la visión a la sociedad. En un lenguaje cercano y sencillo, la entidad ofrece diferentes contenidos escritos, gráficos y vídeos con definiciones sobre conceptos básicos de salud ocular, definiciones de términos poco conocidos, consejos para el cuidado de la visión y el uso de equipamientos ópticos, trucos, curiosidades entretenidas sobre este mundo y, cómo no, respuestas a dudas que todos hemos tenido en algún momento u otro. La entidad quiere que todos los profesionales, podamos dar respuesta a las preguntas más frecuentes que se encuentran en gabinete y derribar bulos y desinformación que circula por internet y que no ayuda a que se logre un 100% de buena salud visual en España. Así, se habilita la sección de "participa" donde podrán darse de alta como colaboradores y enviar sus contenidos para incluirlos, a su nombre, en esta enciclopedia virtual. "Necesitamos acercarnos a la sociedad y ocupar un espacio en los canales más usados para así derribar mitos y ofrecer información fiable y veraz. Ver cómo los más jóvenes, a día de hoy, no saben cómo cuidar sus ojos, observan lo que hace un influencer como fuente de inspiración o desconfían del consejo profesional por no hablar su idioma consideramos que es una barrera que podemos y debemos eliminar desde nuestro sector, en el que recae la tarea de educar en salud visual", explica Salvador Alsina, presidente de Visión y Vida.

CECOP y KIMERvisión inician una alianza estratégica

El grupo CECOP, creado por Jorge Rubio hace 25 años, ha firmado una alianza con KIMERvisión, fundada por Enrique Cabrera en 2014, para sumar el mayor número de ópticas independientes en España. A partir de ahora tanto CECOP, que actualmente tiene presencia en los mercados de España, Portugal, Italia, UK, Irlanda, Brasil, Colombia, México y USA, como KIMERvisión estarán bajo la supervisión directa de Rubio y bajo la dirección de Alejandro García Roqué, actual Country Manager de CECOP en España que pasa a responsabilizarse de ambas en nuestro país. Ambas marcas formarán parte de una compañía matriz tomando caminos independientes aunque paralelos.

Tanto los socios de KIMERvisión como los asociados de CECOP seguirán manteniendo todas las ventajas y condiciones que tienen actualmente con sus respectivos grupos y seguirán siendo atendidos por sus equipos profesionales como han venido haciendo hasta el momento. En palabras de Jorge Rubio: "Desde que empecé hace 25 años en este mundo siempre he tenido una visión: ayudar a crecer a los ópticos. Esa ilusión que tuve en los inicios la he ido conservando durante esta trayectoria y ahora tengo el enorme placer de anunciar que el grupo que creé en mis comienzos crece gracias a la suma de KIMERvisión a él. A partir de hoy la alianza de las dos compañías nos permitirá conseguir lo mejor para el óptico independiente, queremos que 1+1 sea igual a 3".



De Rigo y Gap firman un acuerdo de licencia para la colección de gafas



De Rigo anuncia un acuerdo de licencia para el diseño, la producción y la distribución de monturas de vista y gafas de sol de la marca Gap en Estados Unidos, Canadá, México y Brasil. Fundada en 1969 en San Francisco por Donald y Doris Fisher, Gap es hoy una marca de lifestyle líder en el segmento de la moda casual de Estados Unidos, y un símbolo del optimismo americano moderno. Con un estilo amado en todo el mundo, Gap trasciende generaciones y edades ofreciendo prendas esenciales pero versátiles para cada ocasión.

El acuerdo con De Rigo, mediado por IMG, marca un paso importante en la evolución del lifestyle de Gap, ya que se introduce una colección de gafas para hombre, mujer y niño que reflejará la oferta y los valores de la marca, comprometida en fabricar productos refinados y de calidad de forma responsable. El lanzamiento de la primera colección de gafas de Gap está previsto para 2022, y su distribución se realizará en la red de venta de De Rigo y en tiendas Gap seleccionadas.

"Estamos entusiasmados y orgullosos de anunciar nuestra asociación con Gap. Con una oferta de productos de moda a un precio asequible que atrae a consumidores de diferentes edades", comenta Michele Aracri, director general de De Rigo Vision.

La lectura, la primera víctima de la presbicia

La celebración del Día del Libro, el 23 de abril, siempre es una excusa perfecta para renovar los títulos de la mesita de noche o del e-book. Sin embargo, es precisamente en esos momentos de lectura cuando muchas personas notan que las letras se vuelven borrosas, que cada vez necesitan alejar más el libro o el e-book para ver bien el texto e incluso que sufren dolor de cabeza tras fijar la vista durante mucho tiempo. Estos síntomas están relacionados con la presbicia, un proceso degenerativo natural que afecta a un gran porcentaje de la población a partir de los 40 años, pero al que tardamos mucho tiempo en poner solución. En concreto, según datos del estudio VER&SE BIEN, elaborado por Essilor España, solo uno de cada cuatro españoles afirma tener presbicia y tenerla corregida. Alargar la revisión y, por tanto, el tratamiento de la presbicia también es algo latente, pues un 26,5% de los que hoy la tienen corregida tar-

dó más de un año en hacerlo. La principal razón para alargar la revisión tiene un componente emocional. Y es que aquellos que no están seguros de si tienen presbicia afirman en un 50% que el motivo es tener la sensación de estar haciéndose mayor.

El diagnóstico rápido es la mejor solución para poder evitar otros síntomas de la presbicia como son el picor de ojos, el enrojecimiento de los mismos o el dolor de cabeza. "No sirve de nada aguantar y tendemos a hacerlo hasta límites insospechados, no dándole la suficiente importancia al hecho de poder enfocar bien en la realización de nuestra actividad diaria", afirma Zoraida Marqués, experta en salud visual de Essilor España. "Acudir a revisiones periódicas, una vez al año, nos permite detectar a tiempo otros posibles problemas asociados a la edad que debemos tratar", añade. Por este motivo, la mejor



solución siempre es visitar al profesional de la salud visual, quien podrá determinar cuál es la solución más adecuada según las necesidades específicas de cada persona. De esta manera, será posible disfrutar en las mejores condiciones de una buena lectura.

Farmaoptics lanza nuevas herramientas para maximizar la rentabilidad de sus ópticas



En Farmaoptics tienen como objetivo que sus asociados accedan a todas las herramientas necesarias para ofrecer la mejor atención a sus clientes. Por ello trabajan día a día para incorporar nuevos servicios y mejorar los que ya están consolidados. "Lo que más nos importa en Farmaoptics son nuestros asociados. En los últimos meses, hemos incorporado nuevos servicios para potenciar el posicionamiento como profesionales sanitarios y para fidelizar a los clientes", explican desde el grupo. El objetivo es convertir las ópticas Farmaoptics en un referente para los clientes y conseguir la máxima rentabilidad en su negocio.

Farmaoptics anuncia nuevas herramientas, como el lanzamiento de un bono de contactología que permite adquirir lentes de contacto y líquidos Farmaoptics de alta tecnología que se venden de forma exclusiva en las ópticas del grupo y no se venden por internet. Asimismo ha creado un plan de fidelización que beneficia el consumo en Farmaoptics, el Farmabusiness. Otras herramientas que ha lanzado el grupo recientemente son: un dossier de microcampañas para ópticas, servicio integral de community manager, consolidación del servicio a domicilio y por último Farmaoptics Academy, una plataforma exclusiva de formación.

Essilor estrena su canal en LinkedIn para dar apoyo a los ópticos-optometristas

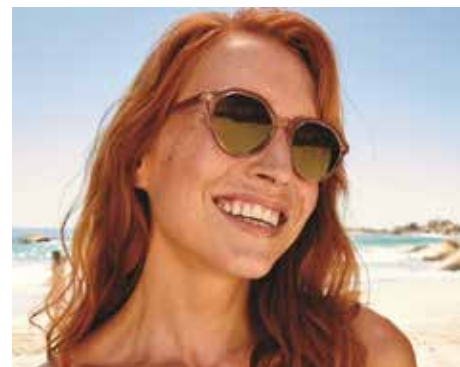
Essilor estrena su propio perfil corporativo en LinkedIn para mantener informados de todas las novedades de la compañía a los profesionales del sector a través de la red. De este modo, Essilor apuesta por un contacto directo con sus socios y profesionales en la industria óptica y abre un nuevo canal para relacionarse con su comunidad con el objetivo de publicar tutoriales, eventos, formaciones, testimonios, campañas y comunicaciones de marca que puedan ayudar a los profesionales.

De acuerdo con Luís Río, director de marketing de Essilor en España, "Essilor propone, a través de este nuevo canal, mejorar la vida de las personas mostrando las técnicas e instrumentos con la mejor tecnología del mercado". El nuevo perfil de la compañía facilita la inmediatez en las comunicaciones y fomenta la creación de la red de profesionales que establecen un diálogo con su entorno a través de estas plataformas. La compañía también empleará el canal para difundir noticias y compartir conocimientos.

LinkedIn se une al resto de redes sociales que Essilor mantiene activas como vía de comunicación y de información directa con los consumidores y los profesionales: YouTube y Facebook, además del blog que la compañía emplea para dar a conocer sus últimas novedades.



Máxima protección y durabilidad con el nuevo tratamiento Crizal® Sun XProtect



La mayoría de las lentes solares están etiquetadas como "bloqueo 100% UV", pero en realidad solo protegen los ojos de los rayos UV en la superficie externa de la lente. Sin embargo, hasta el 50% de la exposición total a los rayos UV se refleja en la cara interna de las lentes y en el ojo, lo que puede aumentar el riesgo de enfermedades oculares. Para proporcionar la máxima protección, Essilor presenta Crizal® Sun XProtect, un tratamiento especialmente diseñado para gafas de sol, que ofrece una protección completa tanto para los ojos como para las lentes solares.

Crizal® Sun XProtect protege los ojos 50 veces más que sin lentes, al tener la protección UV más alta E-SPF 50 y al eliminar la luz ultravioleta y los reflejos de la luz visible en la cara interna de la lente. Además, este tratamiento cuenta con la tecnología Ionic Shield, que utiliza la tecnología de deposición al vacío para crear una capa que refuerza la superficie de la lente solar y le brinda así de una mayor resistencia a posibles arañazos y manchas. Además, Crizal® Sun XProtect está disponible en una amplia variedad de colores y estilos y se adapta a cualquier tipo de montura, pero, sobre todo, es ideal para combinarse con las lentes solares Xperio®.

La mejor inversión para tu óptica: salud emocional



Las emociones, en íntima relación con nuestros pensamientos, nos provocan distintos sentimientos y determinan nuestros estados de ánimo, nuestras decisiones, nuestros comportamientos y los resultados que alcanzamos en nuestra vida, personal y laboral. La idea de dejar las emociones a la puerta del trabajo no tiene cabida en el pensamiento actual, cuando las últimas investigaciones sobre el papel de las emociones en el camino del logro profesional de las personas, enfatiza la importancia del desarrollo emocional como complemento indispensable al desarrollo cognitivo.

La dimensión emocional está siempre presente en cualquier contexto de interacción social, en las relaciones entre socios, compañeros, jefes y empleados, clientes y proveedores, seres humanos en diferentes formas de relación profesional. Cuidar la salud emocional de los equipos de trabajo provoca una notable mejora en el clima laboral, y por ende en la producti-

vidad de una empresa. El desarrollo de competencias emocionales como la regulación emocional, la empatía, la asertividad, la iniciativa, el trabajo en equipo, etc., es un gran apoyo para hacer frente a situaciones emocionalmente difíciles, para resolver conflictos y para tomar decisiones con seguridad.

Una de las mejores inversiones que podemos hacer en nuestras empresas es en la salud emocional de las personas que forman parte de ella, en su crecimiento personal y en la mejora del clima laboral. Los beneficios se harán notables en términos de: Bienestar personal; responsabilidad, compromiso y cooperación y mayores logros profesionales

¡Haz que tu óptica sea un ejemplo y una fuente de optimismo y buen humor! Información sobre programas de salud emocional para ópticas: <https://masquemarketing.com/programa-salud-emocional/> 91 656 52 91 - creo@masquemarketing.com

In Memoriam. Pedro Villena Caballero



Pedro Villena Caballero, profesional de amplia experiencia y reconocido en el sector óptico por su larga trayectoria profesional, ha fallecido recientemente. Actualmente ocupaba el puesto de delegado de ventas para Andalucía de la empresa Thema Optical srl. Comenzó su carrera laboral en el sector en los años 80 con Optyl; posteriormente ingresó en Luxottica y después en Marchon. En 2011 comenzó a trabajar en Thema Optical srl donde ha desarrollado su actividad profesional durante estos últimos diez años.

Además de por su amor y dedicación a su trabajo, Pedro Villena se ha caracterizado por su simpatía, don de gentes y gran capacidad de servicio y atención hacia sus clientes, principalmente los ópticos-optometristas, entre los que gozaba de una bien ganada reputación comercial. Amigo de sus amigos, sentía como nadie sus raíces andaluzas disfrutando y viviendo con intensa pasión tradiciones como las del Rocio o la Candelaria, entre otras. La cocina era otra de sus pasiones: su buena mano como cocinero -y como amante de la buena comida- era requerido en ocasiones para organizar ágapes que llegaban a reunir hasta más de cien personas.

Pedro Villena deja un gran vacío en su familia y en el sector en general, desde sus compañeros de Thema Optical hasta sus numerosos clientes y amigos. D.E.P.

Federópticos Cuadrado entrega unas lentes progresivas gratis "PRO para toda la vida"

Federópticos Cuadrado, situado en la ciudad de Ávila, entregó unas lentes progresivas para toda la vida a una de sus clientas. Se trata de un premio que se enmarca en la promoción "PRO para toda la vida" puesta en marcha por el Grupo Federópticos por tercer año consecutivo. El premio consiste la renovación de las lentes progresivas del ganador durante toda su vida, de manera gratuita, pudiendo renovarlas cada dos años. La promoción forma parte de la campaña de lentes progresivas "Cerca o lejos, lo importante es vernos bien". Para participar en el sorteo, los compradores deben acceder a la web de Federópticos y rellenar un sencillo formulario junto con el código promocional que reciben en su compra.

PRO es la principal propuesta de valor del Grupo Federópticos para los clientes de lentes progresivas y a través de la que les ofrece una serie de ventajas exclusivas tales como: la total adaptación de los lentes en los tres primeros meses, un seguro anti rotura o diferentes opciones de financiación. Esta campaña se desarrolla junto a Essilor, que mantiene la propuesta Pro Varilux, por la cual el cliente se lleva su segundo par de lentes progresivas de regalo.



El desinterés por la lectura puede ser signo de un problema visual



Los libros nos permiten viajar en el tiempo y el espacio y vivir experiencias maravillosas, sin necesidad de salir de casa. Sin embargo, hay veces que la lectura, en vez de ser un acto de disfrute, se vuelve algo tedioso. Esto se puede deber a un problema visual. En el proceso de lectura participan diferentes aspectos relacionados con la visión, como la visión periférica, que es la capacidad de ver elementos que no están en el centro de nuestro campo visual. Algunos síntomas que nos pueden alertar son acercar o alejar el papel, ladear la cabeza, sufrir dolores de cabeza frecuentes, ver dobles las palabras, tener molestias en los ojos o que lagrimeen, tener problemas de concentración o parpadear continuamente. En el caso de los niños y niñas, suelen utilizar el dedo para seguir la línea o no comprenden o recuerdan lo que acaban de leer o han de leerlo más de una vez.

Desde el Col·legi Oficial d'Òptics Optometristes de Catalunya (COOOC) nos dan cinco consejos para disfrutar de una buena lectura: Utilizar una distancia de lectura aproximada de 35 a 40 cm, contar con una buena iluminación, preferiblemente si es natural, hacer pequeñas pausas y mirar al horizonte para relajar la visión, adoptar una buena postura con el cuerpo en ángulo recto y parpadear frecuentemente. Por último, es importante realizarse, como mínimo, una revisión visual para descartar cualquier disfunción que puede pasar desapercibida.

Dandy's
uno stato di grazia



Distribuidor:

Luca Poltronieri. Teléfono: 664 583 659 · E-mail: lpoltro@yahoo.it
Javier Jiménez. Teléfonos: 649 701 039 y 934 548 647
www.dandyeyewear.com · www.germanogambini.com

Opticalia refuerza su presencia en Madrid con la integración de Los Centros Ópticos Delgado Espinosa



Con 5 ópticas en la capital y su buque insignia en plena Gran Vía, los Centros Ópticos Delgado Espinosa se suman a Grupo Opticalia. Su fundador, Juan Delgado Espinosa, cuenta con una extensa trayectoria en el mundo de la óptica y un gran reconocimiento en el sector, como pionero en adaptación de lentes de contacto en España y Portugal. También en el mundo de la docencia, como profesor de contactología en la Universidad Complutense de Madrid.

Con una historia de más de 50 años y cinco puntos de venta en Madrid, los Centros ópticos Delgado Espinosa entran a formar parte de la familia Opticalia, reforzando así la presencia del grupo óptico en la capital. La Gran Vía madrileña es una de las

principales ubicaciones de Opticalia Delgado Espinosa. Una localización privilegiada en la mayor zona comercial de España. A éste se suman otros cuatro centros ubicados en las calles: Fuencarral, General Ricardos y Paseo de Extremadura, y en la localidad de Collado Villalba.

Con más de medio siglo y una amplia experiencia en contactología, prótesis oculares, baja visión y audiolgía, los Centros ópticos Delgado Espinosa se han convertido en todo un referente. Tras abandonar la cooperativa Multiópticas, han decidido unirse al modelo de asociación de Opticalia. Un modelo que se ha implantado con éxito en España, Portugal, Colombia y México, y que recientemente se ha presentado en Marruecos.

Arpe cumple 30 años como empresa referente en el sector óptico



Desde sus inicios, Arpe ha creído en un modelo de empresa consciente, apoyando un consumo y producción responsable. A lo largo de estos 30 años, han apostado firmemente por sus clientes, que promueven un cambio social en el modelo de consumo actual.

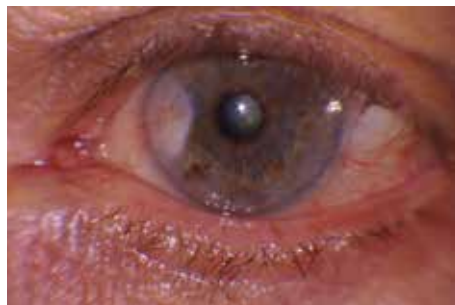
"Queremos daros las gracias por ayudarnos y crear en nuestro proyecto de vida durante estos 30 años, ha sido un placer compartir con vosotros este trayecto, que esperamos, sea mucho más largo y duradero", explican desde Arpe. "Nosotros seguimos creando, reinventándonos, mejorando, pero sobre todo comprometidos. Comprometidos con vosotros, con la sociedad y con un modelo de crecimiento económico más inclusivo y respetuoso con el medio-ambiente".

En estos 30 años Arpe ha conseguido ser un ejemplo a seguir como empresa europea sostenible. "Tenemos la intención de seguir en esta vía, con una cartera de productos aún más sostenibles, generando más puestos de trabajo decente y contribuyendo al tejido empresarial local. La triple vertiente de la sostenibilidad social, económica y ambiental es parte intrínseca de la empresa", afirman.

Rocío Villena, ganadora del 1º Concurso de Fotografía para Ópticos-Optometristas de CIONE

El fallo del Jurado del Concurso de Fotografía para Ópticos-Optometristas organizado por CIONE y Orduna e-Learning, tras deliberación en la reunión mantenida por videoconferencia el 28 de abril es el siguiente: Primer premio para "Pterigium", presentado por Rocío Villena Requena; 2º premio para "graduando", presentado por Ángel Guzmán Gómez; 3º premio para "Sinequa Iris-Cristalino", presentado por Elena Sanz.

La ganadora del primer premio, Rocío Villena Requena recibirá una beca para cursar el Curso de Especialista Universitario en Patología Ocular, Optometría Geriátrica, Baja Visión y Rehabilitación Visual que imparte Orduna e-Learning valorado en 2.900€. Por su parte los ganadores del 2º y 3er premio, Ángel Guzmán Gómez y Elena Sanz, recibirán una beca para realizar cualquiera de los Cursos Monográficos que imparte Orduna e-Learning valorados en 900€. "Ha sido la primera vez que, desde Cione, proponíamos la participación en un concurso fotográfico a nuestros asociados, y estamos encantados con la respuesta, puesto que ha estimulado la creatividad de los ópticos, con un punto de vista diferente", señaló destaca Felicidad Hernández, directora de Comunicación y RSE de Cione Grupo de Ópticas.



Safilo lanza su nueva web corporativa



Safilo presenta el nuevo diseño de su sitio web corporativa, completamente rediseñado y construido con el objetivo de mejorar la interacción con todos sus grupos de interés – clientes, inversores, consumidores, nuevos talentos, proveedores y comunidades locales – y, al mismo tiempo, destacar los valores que forman parte del ADN de la compañía: artesanía, innovación en tecnología y materiales, excelencia en el producto, respeto por el medio ambiente y sostenibilidad.

En el nuevo sitio web, diseñado para facilitar la navegación y ofrecer información de forma clara e inmediata a todos los visitantes, el contenido está organizado por secciones y enriquecido con imágenes, datos e infografías, pasando de la información puramente funcional a una experiencia verdaderamente emotiva. "Nuestro nuevo sitio web pretende ser un escaparate representativo de la esencia y misión de Safilo. Está diseñado para cumplir con dos imperativos esenciales: brindar información que cumpla con las expectativas de nuestros visitantes y compartir el espíritu único del Grupo", comentó Angelo Trocchia, CEO de Safilo Group. La nueva web corporativa es uno de los hitos de la transformación digital de Safilo, que también incluye el lanzamiento de la nueva plataforma business-to-business, que tuvo lugar el año pasado en toda Europa, y la adopción de una nueva plataforma CRM, demostrando cómo ofrecer altos niveles de servicio, desde la transacción inicial hasta la posventa, y la satisfacción del cliente, son una prioridad fundamental para la compañía.

Vimax entrega sus dos últimos Audi Q2 en Barcelona y Jaén

El pasado 31 de marzo la marca de lentes progresivas Vimax, a través de su campaña "Cuando ves bien, la historia cambia", hizo entrega de un coche Audi Q2 como premio del sorteo anual que efectúa la marca entre todas sus ópticas apuntadas a la promoción.

La óptica afortunada fue Armand Òptics, ubicada en la Plaça del Centre nº13 de Barcelona. El premio fue entregado por Francisco Prats y Eugenio

de Legórburu, Consejero Delegado y Director Comercial de Industrias de Óptica Prats, a Xavier Úbeda, Director General de Armand Òptics.

Además Vimax entregó su último premio en Santiesteban del Puerto (Jaén). El pasado 20 de abril, Manuela López García recogió su premio, un Audi Q2 sorteado ante notario, en la óptica donde compró sus lentes, Eurovisión Ópticos Santiesteban.



Un sector unido para recordar la importancia de proteger los ojos del sol esta temporada



La asociación Visión y Vida pone en marcha una campaña de concienciación sobre protección solar y visión de la mano de sus cerca de 6.000 asociados. Así, por medio de un identificativo que pueden mostrar en sus escaparates, buscan concienciar al ciudadano de la importancia del asesoramiento y la calidad a la hora de comprar sus gafas de sol, y más si cabe, este año. La realidad es que, según un estudio interno realizado por la entidad, tres de cada 10 personas (33,4%) renuevan sus gafas cada dos años o más. Esto indica que suelen tener solo un estilo de gafa y desconocen la posibilidad de tener una montura adaptada a cada necesidad. Para ayudar al profesional óptico-optometrista a aprovecharse del repunte de ventas de este verano, la segunda sesión del Fórum de Moda, Gafas y Negocio celebró su segundo seminario virtual, esta vez centrado en el visagismo. Así, de la mano de Andrea Villalonga, los asistentes pudieron aprender a asesorar al cliente y ayudarlo a escoger sus gafas según lo que quiere transmitir, las facciones que quiere potenciar o disimular y, sobre todo, según su personalidad. "Es imprescindible que nunca opinemos si nos gusta a nosotros o no, sino que apoyemos la venta en nuestros instintos, hablemos con el cliente, entendamos qué busca y con qué se siente cómodo y así podremos ayudarlo", explicó Andrea Villalonga. De este modo la asociación de fabricantes de óptica, AEO, de la mano de la asociación de utilidad pública, Visión y Vida, trabajarán juntas con una doble vertiente: por un lado, quieren transmitir y asesorar al ciudadano con información sobre tendencias y moda en óptica, animando así a que renueven sus gafas. Por otro lado, quieren informar sobre las consecuencias visuales que puede tener el enfrentarse a la radiación UV sin protección.

Afflelou incorpora a Jaime Scott como Director de Marketing y Comunicación



El grupo Alain Afflelou ha nombrado a Jaime Scott como nuevo Director de Marketing y Comunicación. Desde su nueva posición, Scott liderará la estrategia de Comunicación y Marketing de la Alain Afflelou en España, segundo mercado en importancia para la compañía, y gestionará áreas estratégicas como Trade, Comunicación, Digital, Producto y Atención al Cliente. Scott será a su vez miembro del Consejo de Dirección de la compañía, reportando a Eva Ivars, CEO de Alain Afflelou. "Es un gran reto formar parte de una compañía que hace de la innovación y del talento su seña de identidad. Haremos lo posible por cumplir con la misión de acabar con las barreras y contribuir a que todo el mundo pueda ver y oír bien", afirma Jaime Scott, Director de Marketing y Comunicación de Afflelou.

Dermeyes Blue Block, protege tu piel de la luz azul



Pasamos muchas horas frente a dispositivos digitales. Para proteger nuestra piel Iberia Vision Care lanza al mercado DERMEYES BLUE BLOCK, un Tratamiento Fotoprotector (LUZ AZUL y UV), crema facial y de contorno de ojos, con principios activos naturales (Péptidos vegetales, Ácido hialurónico, Flor de porcelana), ecológicos, que activan los fotosensores epidérmicos y las respuestas adaptativas de la piel para preparar, proteger y reparar la piel del daño inducido por la luz solar y artificial, lo que ayuda a minimizar los signos principales del foto-envejecimiento.

Centro Style presenta las monturas Salvalente



Estas monturas de acetato hand made, han sido diseñadas para recuperar las lentes respetando la distancia interpupilar. Gracias a la calidad del acetato y al espesor del aro, son perfectas para "salvar" lentes de monturas estropeadas. Están fabricadas en acetato de alta gama, flexible y maleable, un material que facilita la adaptación. Además, los codos amplían la gafa llegando a medidas entre 135 y 145mm. De esta forma se adapta a más clientes, aún considerando las lentes más reducidas. Por otra parte, el puente amplio mantiene los centros sin perder la estética y es posible adaptarlas a lentes progresivas ya cortadas. Un estudio realizado por laboratorios externos ha confirmado la fiabilidad en el montaje de altas potencias.

La marca pone a disposición del óptico un Kit diseñado para responder a los casos más complejos, con colores clásicos y atemporales que periten dar solución a todos sus clientes. Está compuesto por 11 monturas y una bandeja expositora. Por la compra de este Kit, el óptico podrá ahorrarse un 5%, respecto al precio original.

Más información contactando con su asesor Centro Style, llamando al teléfono: 91 128 7016 o a través del mail: pedidos@lasedeoptica.es



ExpoÓptica se celebrará presencialmente del 18 al 20 de marzo de 2022



ExpoÓptica, la gran cita del sector de la óptica, la optometría y la audiología en la Península Ibérica, celebrará presencialmente su 33ª edición del 18 al 20 de marzo de 2022 en el pabellón 10 del recinto

ferial de IFEMA MADRID, en coincidencia con OPTOM, Congreso Internacional de Optometría, Contactología y Óptica Oftálmica. Esta convocatoria, que supondrá el reencuentro de los profesionales del sector, contará con la participación de empresas y marcas que pondrán al alcance de los visitantes novedosos y atractivos contenidos, además de lo último en moda y los más recientes avances e innovaciones en el mundo de la óptica, la optometría y la audiología.

Como parte de la oferta expositiva, Moda Óptica será el escenario para conocer de primera mano las nuevas tendencias en monturas y gafas de diseño antes de su lanzamiento al mercado. Vanguardia, moda y diseño como claves de identidad de este espacio que combina a la perfección la salud visual

y la imagen personal. El sector de la Audiología tendrá su lugar en ExpoAudio, como área monográfica. Por su parte, el Foro de ExpoÓptica dará cabida a interesantes jornadas y ponencias para tomar el pulso del sector y conocer su futura evolución, junto con contenidos formativos y de asesoramiento.

Además, ExpoÓptica 2022 será mucho más que una cita presencial. Coincidiendo con el lanzamiento de la nueva estrategia de IFEMA MADRID, encaminada al liderazgo en el negocio digital, este salón da un paso al frente impulsando su canal digital ExpoÓptica 365. Este nuevo servicio online permitirá crear comunidad y disponer de una plataforma online durante los doce meses del año desde donde poder fortalecer lazos y multiplicar las oportunidades de negocio.

Grupo Prats inaugura su primera planta de fabricación de lentes en Latinoamérica



Grupo Prats ha inaugurado en San José de Costa Rica su cuarta planta de producción, que se suma a las ya existentes en España (Madrid y Barcelona) y en Portugal (Lisboa). El edificio comprende 3.000 metros cuadrados, 2.400 de los cuales están dedicados a la producción de lentes oftálmicas. Se trata de una de las plantas que han posicionado a Prats como líder de calidad y tecnología en el sector y que permiten de producción más avanzada de la compañía en la que se implantarán los mismos procesos de producción y control de calidad ofrecer dos años de garantía en todos sus productos.

En la nueva planta, Prats producirá las lentes progresivas VIMAX, la marca de alta gama del grupo fabricada con la más avanzada tecnología, bajo el principio de "Máxima Adaptabilidad" y que ofrece diferentes niveles de personalización para una completa adaptación; también se producirán los distintos tratamientos antirreflejantes Quarz Solutions. Almudena Cuervo, Gerente de Mercado Internacional de Prats, comenta: "Hemos elegido un país moderno y estable, como es Costa Rica, para estar más cerca de nuestros clientes y ofrecerles un servicio ágil y eficaz en toda la zona de Centro América, manteniendo nuestra filosofía de apoyo y servicio al óptico que, sin duda, es nuestra razón de ser."

Este laboratorio dispondrá de un centro de formación y experiencia, Campus Prats, en el que se realizarán jornadas de formación para profesionales nacionales e internacionales y que nace con la vocación de ser centro de referencia para toda Latinoamérica.

TEMÁTICA Software da un paso más incluyendo Landing Pages con el envío de SMS Marketing

Las capacidades de impacto del marketing y sus múltiples formas proporcionan a los profesionales de la óptica herramientas con las que llegar a sus clientes de la manera más eficiente. El marketing a través del envío de SMS es una tendencia al alza entre las formas de economizar el retorno de una inversión y asegurar el impacto, por su simplicidad y rápida lectura.

TEMÁTICA Software ha mejorado su sistema de envío masivo de SMS desde Visual GESOPT, añadiendo ahora la posibilidad de incorporar una landing page dentro del SMS. La landing page es una página web ubicada dentro del texto del SMS a la que puede acceder el cliente pulsando sobre el enlace, permitiendo que los pacientes de las ópticas puedan acceder a mayor contenido sobre la información o promoción que la óptica esté comunicando. La compañía proporciona a sus clientes plantillas que facilitan la creación de SMS y landing pages para periodos de ventas especiales como Campaña de Sol, Vuelta al Cole, Navidad, etc. También permite a los ópticos crear sus propias plantillas personalizadas y guardarlas para su uso posterior y continuado.

Las ventajas del envío de SMS con landing pages integradas son abundantes: Amplía la información que cabe en un SMS, mejora el diseño a través de colores y tipografías, incluye imágenes, enlaces y logotipos corporativos, ubica nuestro negocio y lo enlaza directamente a Google maps, mejora la experiencia del usuario y la digitalización de la óptica y genera estadísticas más fiables.



Opticalia inicia con éxito su expansión en el mercado marroquí



Los medios de comunicación marroquíes se vuelcan con el proyecto Opticalia asistiendo más de 40 de ellos a la presentación de Opticalia en Marruecos; entre otros los principales diarios nacionales, como Aujourd'hui le Maroc, L'économiste, Al Massae, Le Matin o La vie éco. El acto se llevó a cabo en las oficinas centrales del grupo, ubicadas en Casablanca, y fue conducido por Benito Cazal (en la foto), director de Opticalia Marruecos, e Imane Admeur, responsable de Marketing y Comunicación.

Los medios de comunicación pudieron conocer el modelo de negocio del grupo óptico, que se ha instaurado con éxito en España, Portugal, México y Colombia, así como sus objetivos, entre los que se encuentra abrir 200 ópticas en cinco años en el mercado marroquí. También pudieron visitar el recién inaugurado showroom, que acoge la imagen de Opticalia en el punto de venta y una representación de sus marcas en exclusiva, entre las que se encuentran Mango, Custo Barcelona, Pull&Bear o Victorio&Lucchino, entre otras.

Opticalia ya ha iniciado con éxito su expansión en el mercado marroquí, con un modelo de asociación centrado en el equilibrio en la relación entre el asociado y la central de Opticalia. Con este modelo el grupo ha conseguido sumar más de 1.100 ópticas en cuatro países: 600 en España, 260 en Portugal, 180 en Colombia y 100 en México. Con el salto a Marruecos, Opticalia continuará fortaleciendo el grupo, la marca y su ventaja competitiva.



La web que te ofrece packs de gafas
a **precios de fábrica** con la
máxima rentabilidad para tu negocio.

- ★ Últimas tendencias y primeras calidades.
- ★ Venta directa: de la fábrica al óptico.
- ★ 100% garantía de devolución.
- ★ Entrega gratuita en 24 horas (Península y Baleares).
- ★ Post-venta garantizada.
- ★ Venta exclusiva online solo para profesionales ópticos.
- ★ Packs de vista y sol en permanente renovación.

Regístrate en www.opti-privee.com
para ver precios y comprar.

Essilor mantiene su apuesta por los ópticos con el programa Enfoca2 en ti



Essilor refuerza su programa dirigido a apoyar la labor de los ópticos-optometristas ante los nuevos retos que encara nuestro sector. Enfoca2 en ti pone al óptico-optometrista y a su negocio en el centro de las decisiones de Essilor, como la mejor forma de demostrar el compromiso de la compañía con estos profesionales.

Tras la encuesta de satisfacción que la compañía lanzó el pasado otoño, Essilor ha confeccionado un plan para mejorar aún más la satisfacción de sus clientes. Enfoca2 en ti nació con el compromiso de apoyar y proteger a los ópticos-optometristas con nuevas herramientas de formación, comunicación y asesoramiento, así como con nuevas e innovadoras soluciones encaminadas a mejorar y potenciar la salud de sus negocios.

Desde entonces, la iniciativa se ha expandido de forma transversal, haciendo partícipes a todas las divisiones de la compañía y creando un nuevo de-

partamento centrado únicamente en el bienestar de los profesionales. De este modo, Essilor Customer Care tiene como objetivo poner en marcha planes y proyectos que ayuden a mejorar los indicadores de servicio al cliente en coordinación con el resto de la compañía. ¿Y qué significa eso para ellos? Essilor destina, así, parte de sus recursos y equipos para encontrar la forma de mejorar cada día en aquello que los profesionales valoran para su negocio y que les hacen crecer.

Enfoca2 en ti ofrece herramientas útiles en todos los procesos: desde el marketing y el desarrollo de negocio hasta la innovación en productos y servicios, pasando por una mejora en la gestión logística y facilitando el día a día del profesional. Simplificar documentos, humanizando y digitalizando los procesos no solo para mejorar la salud visual de los consumidores, sino también para aumentar el tráfico en el punto de venta y mejorar la fluidez entre el cliente final y el óptico-optometrista en cualquier circunstancia.

Opticalia presenta "DOOBLE", una campaña llena de optimismo



Ver el doble, vivir el doble, sentir el doble, disfrutar el doble... En torno a este motivador mensaje gira la nueva campaña de Opticalia para esta primavera/verano, con la que apuesta por una promoción de 2x1 en gafas graduadas y gafas de sol de marca.

Llegó el momento de mirar hacia adelante y disfrutar el doble... Este claim lleno de optimismo es el hilo conductor de la nueva campaña de Opticalia para esta temporada, que ya ha llegado a las ópticas de España y Portugal y a su tienda online. Con ella, apuesta por una de sus campañas más exitosas: un 2x1 en gafas de marca graduadas (monofocales o progresivas) y gafas de sol. Una oferta diferenciadora gracias a sus marcas en exclusiva, como Pepe Jeans, Pedro del Hierro, Mango, Custo, Victorio&Lucchino, Hackett o Pull&Bear.

Descubre el universo de TopBranding

TopBranding es una empresa distribuidora de monturas de sol y de vista para España, Andorra y Portugal fundada en 2014 por Javier y Montse. Tras más de 15 años de experiencia en el sector óptico, estos dos profesionales crearon esta distribuidora que busca ser la empresa de referencia para los ópticos especializados que buscan diferenciarse con su oferta de gafas.

"Nuestras marcas siempre aportan personalidad y una identidad definida y única para que tus clientes se sientan diferentes. Nuestro objetivo es aportar mayor capacidad competitiva a tu negocio, a través de productos que permitan que tu óptica sea exclusiva, especializada y diferenciada", explican desde TopBranding. Su catálogo de marcas se compone de: ONIRICO EYEWEAR, GIORGIO NANNINI, SABINE BE, RAEN y MONOQOOL. Conoce todas sus firmas y entra en el área profesional desde www.topbranding.es. Puedes contactar con el equipo de TopBranding en el tel.: 681 023 387.



Day & Night presenta la primera gamuza ecológica

En Day & Night se apuesta por el medio ambiente introduciendo una gama de productos Eco-Friendly en el mercado. De hecho, la empresa anuncia y presenta la primera gamuza confeccionada íntegramente con botellas de plástico recicladas. Con el plástico recuperado, primero se trocea, después se va manipulando hasta llegar a conseguir una fibra que al tejérsele se consigue el tejido final.

Todas las gamuzas confeccionadas con este material llevarán el símbolo distintivo de reciclado termo impreso en el extremo superior izquierdo de cada gamuza, logotipo que es totalmente opcional.



Más información en: www.groupdayandnight.com y en el teléfono: 973 31 19 65

Récord de inscritos en la campaña de comunicación de sol INDO



En esta nueva campaña dirigida al consumidor final se han inscrito un número récord de puntos de venta. Los inscritos disponen de materiales para sus establecimientos y de soportes digitales de comunicación. Además, aparecerán en el buscador de ópticas de la campaña, publicitada en redes sociales y Google.

"La nueva campaña a consumidor está siendo un éxito", se enorgullecen desde la compañía. "En Indo ya llevamos años haciendo este tipo de acciones, pero cada vez son más los ópticos que se inscriben para que les ayudemos a dinamizar sus ventas y generar tráfico en el punto de venta, señalan.

COCO★SONG

Fusión entre Oriente y Occidente

Estas dos culturas se unen para proponer una colección innovadora, llena de detalles y compuesta de monturas realizadas con preciosos detalles. El alma de Coco Song permanece inalterable, narrando historias únicas a través de sus diseños.



La nueva colección primavera-verano de Coco Song es el punto de encuentro entre Oriente y Occidente. De esta fusión surgen modelos de sol y vista que maximizan la elegancia a través de siluetas fabricadas con los materiales más exclusivos.

Colores y formas que hablan de países lejanos y misteriosos se traducen en monturas realizadas íntegramente a mano con elementos preciosos y exclusivos: sedas, plumas, flores secas y piedras semipreciosas como turquesas, lapislázu, howlita blanca, ojo de tigre. Las inserciones de metal micro-fundido completan las monturas, utilizando técnicas de orfebrería para crear joyas reales que cuentan historias con miles de años a través de simbologías y elementos auspiciosos. El hábil uso de las geometrías hace que esta selección marque tendencia gracias a la riqueza de los materiales y el diseño innovador.

Para esta temporada Coco Song continúa ofreciendo modelos por parejas, en los que utiliza el mismo concepto decorativo en la versión con frente de acetato o metal. Todas las propuestas se mantienen fieles a los códigos hasta ahora icónicos de la marca, proponiendo monturas inimitables que exploran formas nuevas y refinadas.

www.cocosong.it - www.area98.it



El modelo Space Tour incorpora varillas con piedras semipreciosas semicilíndricas engastadas como una joya en microfusión de metal, con esmaltes de colores que recuerdan a las escamas de los dragones mitológicos. Su frente amplio, con perfiles finos que se engrosan hacia los codos, lleva insertadas flores secas.



Hope Village es un modelo nacido para ser un icono. Su frontal angular en acetato con inserciones en auténtica seda y plumas no pasa desapercibido. En las varillas, una maraña de cuerdas fundidas con precisión envuelven las pequeñas piedras semipreciosas engastadas con cuadrados concéntricos.



El modelo Good Feeling representa la máxima expresión de atención al detalle. El frente de acetato es perfectamente armonioso en la elección de formas y volúmenes que permiten valorizar los colores intensos de las inserciones en seda y plumas; las varillas con colores contrastantes están dominadas por una joya preciosa que parte de la charnela y continúa con una decoración que se inspira en las escamas de criaturas mitológicas.

LENTES BIFOCALES DUPLO

La solución para altas adiciones y prismas

DISEÑADAS PARA APORTAR:

- MEJOR ESTÉTICA (ÍNDICES HASTA 1,74)
- OPCIÓN DE FILTRO SELECTIVO
- FLEXIBILIDAD EN VISIÓN LEJANA Y CERCANA
- OPCIÓN DE LENTE FOTOCROMÁTICA

NOVEDAD
NOVEDAD
¡NOVEDAD!
NOVEDAD
NOVEDAD

- MUY ALTAS ADICIONES*
- POSIBILIDAD DE PRISMAS DIFERENTES PARA LEJOS Y CERCA



BIFOCAL CON GRAN CAMPO VISUAL DISEÑO Y MONTAJE PERSONALIZADO **¡MÁXIMA EFICACIA!**

- SISTEMA ÓPTICO PERSONALIZADO PARA LA MONTURA ·
- TODAS LAS LENTES INCLUYEN ANTIRREFLEJANTE ·
- MONTAJE DE LA LENTE INCLUIDO** ·
- MONTURA DEL CLIENTE (SE RECOMIENDA PANTHOS) ·



DUPLO

LA LENTE BIFOCAL DE SEGMENTO RECTO TIPO FRANKLIN,
ES EL RESULTADO DEL TRABAJO DE I+D
DE T.D.S.O. Y LOW VISION LENS SL

www.tdso-taller.com - www.lowvisionlens.es
Telf. 913 810 211 - 918 515 433



Low Vision Lens S.L.
Prado de los Enebros 2
28400 C.Villalba, Madrid
Telf. 918 515 433
info@lowvisionlens.es



* Adiciones superiores a +12 dependiendo de la graduación lejos. Consultar fabricación.** Las lentes Duplo se sirven únicamente montadas.



Nueva colección sostenible

Siempre fiel a un enfoque original y pionero, la colección primavera/verano 2021 de la firma está enriquecida con una selección de opciones sostenibles: cinco nuevos modelos Sun Essential y 13 nuevas monturas ópticas realizadas con materiales de origen biológico y reciclados.



Para Polaroid Eyewear, la sostenibilidad es una oportunidad. Su nueva propuesta está fabricada en poliamida ecológica: un plástico de origen biológico con más del 40% procedente de recursos renovables, derivado del aceite de ricino, una materia prima renovable de cultivo responsable; acetato ecológico: derivado de la celulosa (algodón), y metal reciclado: los modelos sostenibles de Polaroid están elaborados principalmente con recursos de metal reciclados con el fin de convertir los residuos en material reutilizable. Además, el embalaje también es sostenible al estar realizado con papel reciclado.

La colección

Gracias al uso de materiales de origen biológico y reciclados, la colección para esta temporada de Polaroid es la máxima expresión de lo que es capaz de ofrecer la marca de Safilo Group en materia de productos sostenibles.

Agregado de otro material de origen biológico a la poliamida biológica, el acetato ecológico derivado de la celulosa conocida también como algodón, se incorpora a la oferta de una gama completa de monturas realizadas. Algunos diseños incorporan también metal reciclado combinado con materiales de origen biológico. Las combinaciones son infinitas y 100 % sostenibles.



La selección de sol exhibe un gran atractivo y colorido, mezclando varillas de colores sólidos con frente multicapas como el diseño PLD 4107/S. Para los usuarios más clásicos también existen opciones menos llamativas como el modelo PLD 4108/S.



La gama óptica se compone de 13 modelos, varios de ellos unisex, como el PLD418, fabricado en poliamida ecológica y disponible en cuatro colores con aplicación de metal en colores contrastados en bisagras, varillas y terminales. El PLD D421 luce el inconfundible toque Polaroid.

NO IDOLS

Calidad, diseño y ecología

Con tan solo cuatro años de vida, la marca ha creado una colección de gafas de sol 360° respetuosa con el medioambiente. Se han remasterizado en versión ecológica algunos de sus best sellers, reduciendo al máximo el coste medioambiental de su fabricación.



La colección No Idols para esta temporada incluye nuevos modelos como Olivia, Camila y Miley, pertenecientes a la colección femenina. Foster da nombre al modelo masculino mientras Morgan, Bruno y Malik son las gafas unisex.

La firma de gafas independiente NO IDOLS ha dado el salto definitivo a una producción sostenible. Desde su nacimiento, su fundador Ádam Balmas ha dirigido la marca hacia una producción eco friendly sin dejar de lado calidad y diseño. Todo está pensado y creado para minimizar al máximo el impacto de la huella ecológica: desde la misma gafa, pasando por la funda hecha de piel reutilizada, la gamuza fabricada a base de poliéster reciclado (PET) y finalizando en el packaging (de cartón reciclado) del que se ha eliminado el plástico en su totalidad.

El acetato orgánico y biodegradable es el material protagonista de la nueva colección. La introducción de este material en la producción, obtenido en su mayoría a base de plantas y fibras de algodón de primera clase, evita en gran parte el uso de aditivos y plastificantes químicos. De este modo, se reduce significativamente el uso de materiales fósiles y emisiones de CO² durante la fabricación.

En esta línea, se ha sustituido el enchapado clásico de los modelos que incluyen metal por la innovación tecnológica llamada eco plating. Mediante el uso de esta nueva técnica se consigue no generar ningún tipo de desecho derivado de la producción minimizando, además, el consumo de agua y energía. La pintura empleada para dar color a los diseños es igualmente ecológica. A diferencia de los tintes sintéticos que destruyen los ecosistemas, la pintura utilizada en la nueva colección es libre de plomo así como de otros agentes contaminantes.

www.noidolseyewear.com



Por ampliación de nuevas marcas a su actual portfolio de firmas como Ana Hickmann, Bulget, Hickmann Eyewear y T-Charge precisa:

AGENTES COMERCIALES PARA TODA ESPAÑA

Se ofrece:

- Incorporación a una empresa solvente y prestigiosa con una amplia cartera de clientes para representar las nuevas marcas que se presentarán al mercado próximamente.
- Producto de gran diseño y calidad con precios muy competitivos.
- Excelentes condiciones laborales y económicas con interesantes comisiones, incentivos y complementos.
- Apoyo publicitario y excelente servicio al cliente.

Se requiere:

- Profesional con iniciativa, visión comercial y disponibilidad para viajar.

Se valorará experiencia en el sector óptico.

Interesados enviar Currículum Vitae a:

silvia.labara@goeyeweargroup.com o llamar al teléfono 931 988 468.



Busca comercial para la zona de Andalucía Occidental por jubilación del titular

REQUISITOS:

- Demostrada Experiencia en el sector óptico.
 - Especialista en ópticas profesionales y de proximidad.
 - Orientación al logro y a la consecución de objetivos.
 - Vehículo propio.
- #### OFRECEMOS:
- Formar parte de un importante grupo europeo en crecimiento.
 - Proyecto con proyección a largo plazo.
 - Contrato en función del candidato.
 - Muy buen ambiente de trabajo.
 - Apoyo continuado.

Personas interesadas, enviar C.V. y carta de presentación con fotografía reciente a comercial@visibilial.es

Absoluta reserva a colocados. No se descartará ninguna candidatura por motivos económicos. Se contactará únicamente con los candidatos preseleccionados.



La filial de OPAL en España abre un proceso de selección para cubrir vacantes en su equipo comercial para la zona de LEVANTE en su división Eyewear.

Buscamos comercial exclusivo con vehículo propio, disponibilidad para viajar y experiencia mínima demostrable de 3 años en función similar, dentro del sector óptico.

Ofrecemos fijo + comisiones + incentivos Los candidatos interesados pueden enviar su C.V. a info@opal-iberia.com



Multinacional dedicada a la comercialización de monturas y gafas de sol

Precisa por jubilación:

Agente comercial para la de ANDALUCIA ORIENTAL (Málaga, Granada, Jaén y Almería)

Interesados en ampliar información contactar al teléfono 972 22 22 85 o enviar e-mail a

fanny@ateassessors.com

Persona de contacto: Fanny Salas



"Las gafas que flotan"

Necesitamos representante multicartera para cubrir las siguientes zonas:

MADRID Y ZONA CENTRO

ZONA NORTE

LEVANTE

BALEARES

Contactar en: comercial@awasunglasses.com

NICCOLO GIOVANNI GROUP S.L.

Precisa representantes comerciales para Levante, Centro y Norte.

La empresa española en crecimiento, con sede en Málaga y larga trayectoria en el mercado europeo, busca representantes comerciales autónomos con experiencia en el sector óptico para toda España menos Andalucía.

Las condiciones son negociables en función del perfil de candidato.

Personas interesadas pueden enviar su CV a: niccologiovannigroup@gmail.com o llamar al teléfono: 722 33 32 81.

SUR EYEWEAR

Empresa española necesita para su marca EL CABALLO cubrir puestos de comerciales autónomos en todo el territorio español.

Aportamos muestrario de gran rotación.



Interesados en las vacantes ofrecidas, rogamos envíen su CV a la siguiente dirección de correo electrónico: info@sureyewear.com o llamen al teléfono: 669 485 550.



PRECISA DELEGADOS COMERCIALES EN DIFERENTES ZONAS DE ESPAÑA

Para la representación de una nueva colección de estuchería, junto a monturas, gafas de sol y un variado portfolio de originales complementos para óptica.

Interesados pueden llamar al teléfono: 96 346 31 22 o enviar su Currículum Vitae a: maribel.zamorano@bocetoonline.com



Fabricante y distribuidor francés de gafas desde 1950, busca un representante para la distribución de las marcas:

AZZARO PARIS, CHANTAL THOMASS, VICOMTE A, CHARRIOL, ZILLI y la nueva colección LANCEL PARIS

Interesantes comisiones

Los candidatos interesados pueden contactar en: grosfilley@grosfilley.com

www.grosfilley.com

Se traspasa óptica con 20 años de funcionamiento en barrio de Sevilla. Local de 70 metros cuadrados, totalmente equipado incluidos equipos de refracción y tonómetro. Para más información contactar en el teléfono 651 81 62 37.



evil eye



***100% focus –
visión precisa
en el deporte***



Made in Austria

Lentes graduadas disponibles para todos los modelos
evil eye eyewear – visión perfecta en cualquier deporte.

evileye.com

Contigo,
con los ojos
cerrados

Tomás Pérez - Director de la Zona Centro de Essilor

En Essilor nuestros clientes están en el corazón del negocio.
Por eso hemos puesto en marcha el programa Enfoca2 En Ti.
Porque no solo queremos estar cerca, queremos estar a tu lado.
Descubre más del programa capturando este código QR:



ESSILOR

VER MÁS.
VIVIR MÁS.