

Look VISION

PERÍODO II · Nº 1 · NOVEMBRO/NOVEMBER · DEZEMBRO/DECEMBER 2023

NOVO

Varilux® XR series™

A melhor lente progressiva
Varilux® de sempre.*



* Simulações internas do departamento de I&D da Essilor - 2022 - em comparação com lentes Varilux® X series™
© Essilor International - julho 2023 - Essilor® e Varilux® XR Series™, são marcas comerciais da Essilor International. Armações Persol®, Oliver Peoples®.
As lentes Essilor® são qualificadas como dispositivos médicos nos termos previstos no Regulamento UE 2017/745.



prooptica[®]
full eyewear concept

30
anos

expò-òptica

Salão Internacional de Ótica, Optometria e Audiologia

expò-audio | moda óptica

Com a colaboração de



fedao



Amplie a visão
do seu negócio.

12-14
Abr

2024

Recinto Ferial
ifema.es



**The
eyewear
universe.**



FEBRUARY 3-5, 2024
Fiera Milano, Rho



Diferencie-se e brilhe

com as lentes
Pentax

Porque as melhores
experiências começam
com a melhor visão



PENTAX LIVE LIFE@MAX



SCAN FOR MORE



10 Editorial.

12 Carrera: um classicismo avant-garde que vai além do design.

14 MIROJEANS Eyewear apresenta sua coleção O/I: novos formatos e designs coloridos.

16 Um dia com ... Novo Oculista de Loures. Paula Alves Silva.

19 Descubra a nova coleção O/I do grupo Go Eyewear.

20 Robusto portfólio de evidências MiYOSMART impulsionado por resultados promissores a um ano de um grupo de estudo europeu.

22 Tendências.

25 Varilux XR Series: Uma inovação revolucionária nas lentes progressivas.

26 Silhouette: "Vivid Sky", uma nova coleção para cativar os olhos.

28 Em primeira pessoa. Luis Justino, Diretor da Prooptica.

31 Notícias.

35 Nova garantia Essilor Stellest.

36 SILMO Paris 2023: O pólo de atração de uma indústria dinâmica!

42 As Óticas do Futuro: Inovação, Personalização e Experiências Imersivas.

43 Visão Noturna na Condução: Melhore a sua Segurança na Estrada.

44 Vivececop Japão 23: Construindo uma comunidade.

45 Ana Hickmann, a beleza encontra a elegância em designs emocionantes e inovadores.

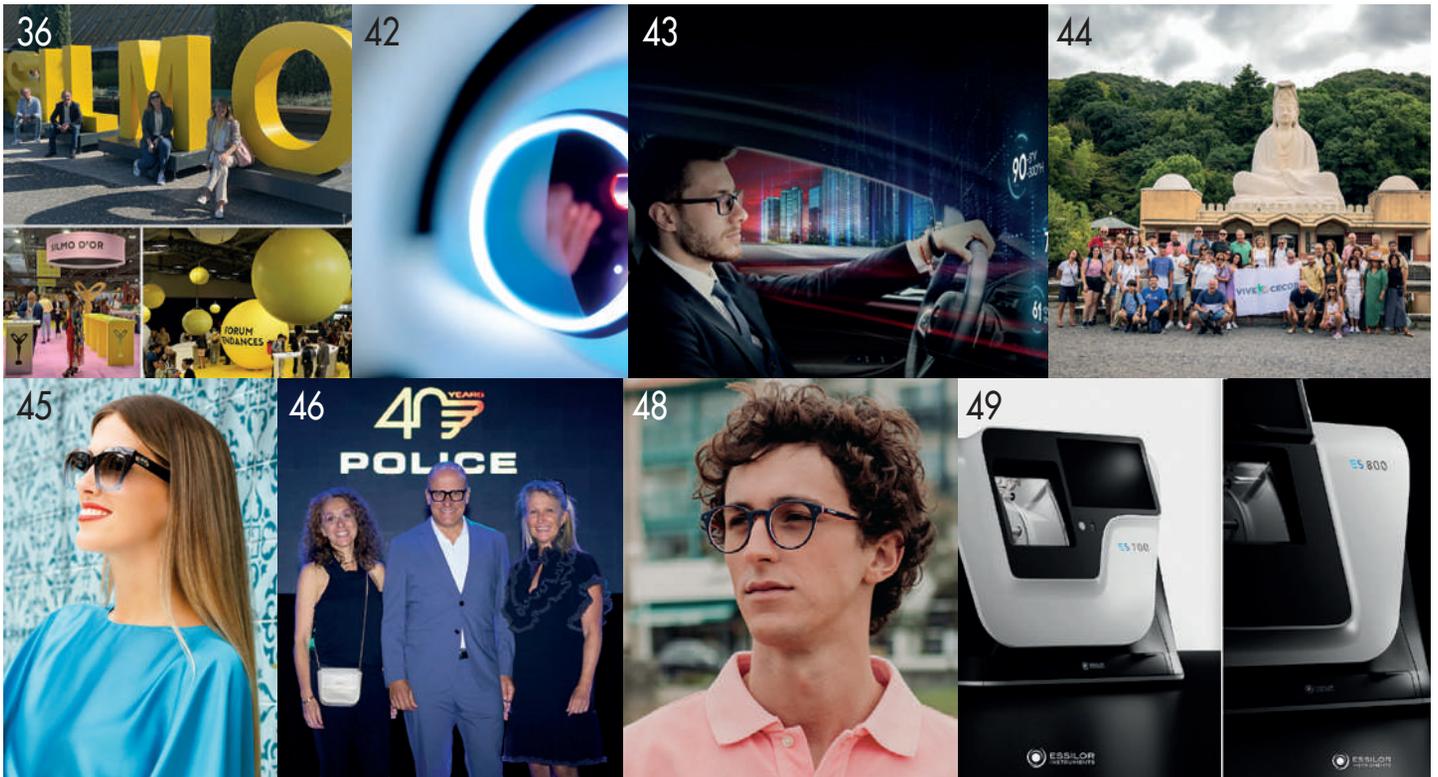
46 De Rigo comemora 40 anos de história da Police, 1983-2023.

48 Opticalia apresenta exclusivamente a marca de óculos El Ganso.

49 Essilor Instruments lança sua nova linha de biseladoras ES.

contents

PERÍODO II · Nº 1 · NOVEMBRO/NOVEMBER · DEZEMBRO/DECEMBER 2023



10 Editorial.

12 Carrera: an avant-garde classicism that goes beyond design.

14 MIROJEANS Eyewear presents its O/I23 collection: new shapes and colorful designs.

16 A day with... Novo Oculista de Loures. Paula Alves Silva.

19 Discover the new O/I collection from Go Eyewear Group.

20 Robust MiYOSMART evidence portfolio driven by promising results one year from European study group.

22 Trends.

25 Varilux XR Series: A revolutionary innovation in progressive lenses.

26 Silhouette: "Vivid Sky", a new collection to captivate the eyes.

28 In first person. Luis Justino, Director of Prooptica.

31 News.

35 New Essilor Stelless warranty.

36 SILMO Paris 2023: The attraction of a dynamic industry!

42 The Optics of the Future: Innovation, Personalization and Immersive Experiences.

43 Night Vision Driving: Improve Your Safety on the Road.

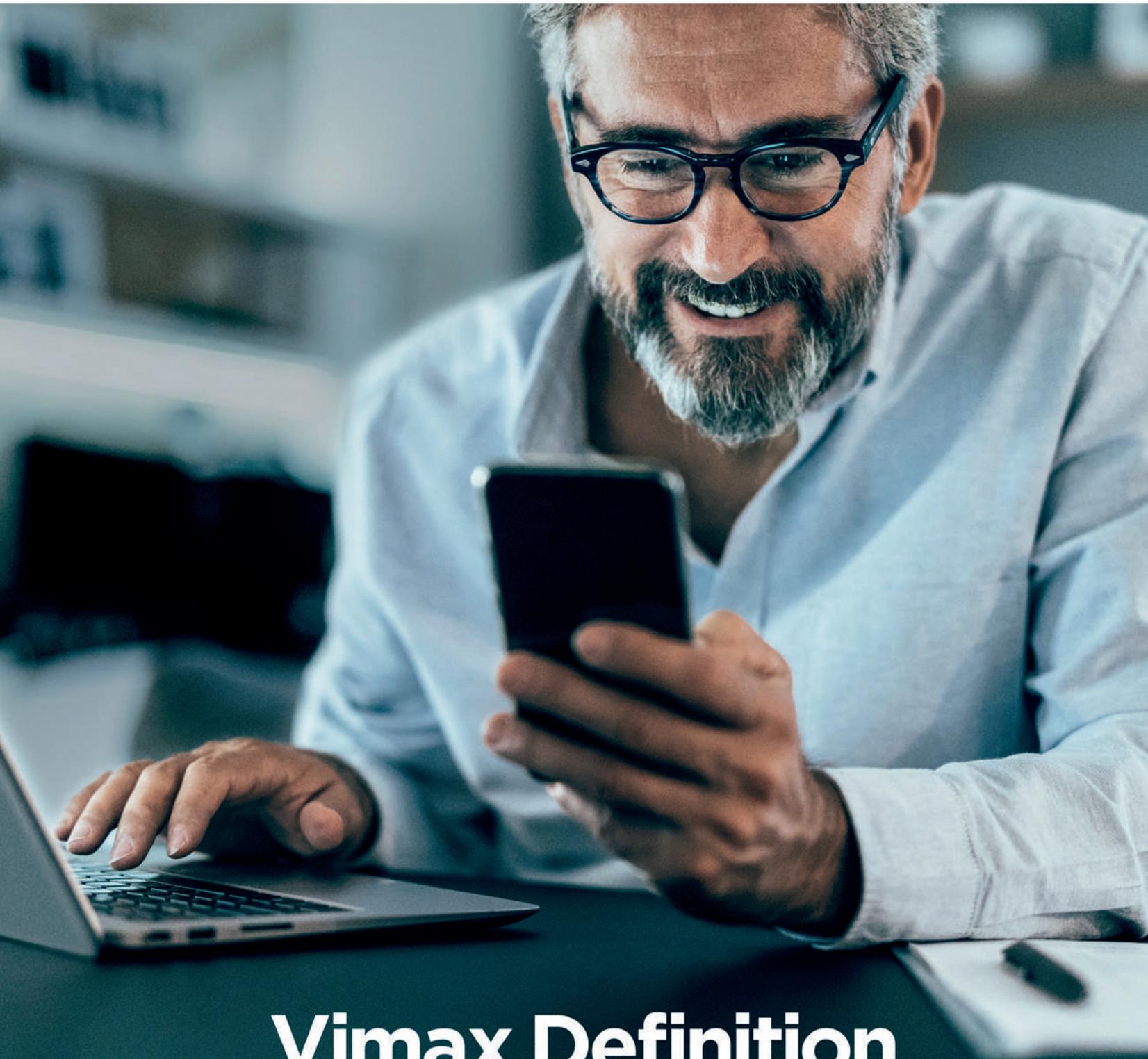
44 Vivececop Japan 23: Building a community.

45 Ana Hickmann, beauty meets elegance in exciting and innovative designs.

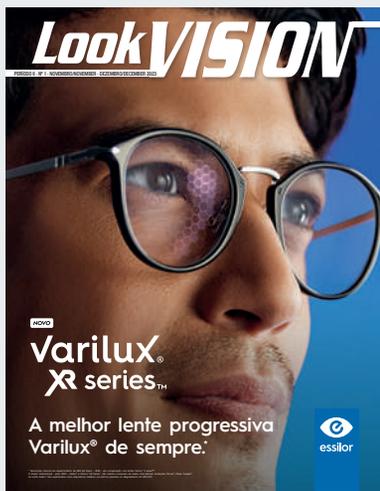
46 De Rigo celebrates 40 years of Police history, 1983-2023.

48 Opticalia exclusively presents El Ganso eyewear brand.

49 Essilor Instruments launches its new line of ES edgers.



Vimax Definition
As lentes progressivas
para o mundo digital



NOSSA CAPA: A chegada das novas lentes Varilux XR Series da Essilor, empresa líder em cuidados da visão da EssilorLuxottica, marca um novo capítulo no mundo das lentes progressivas, pois são as primeiras do género desenvolvidas graças à Inteligência Artificial e as primeiras também com resposta ocular que respeitam o comportamento natural do olho e oferecem nitidez instantânea. Assim, as pessoas com presbiopia ganham ainda mais conforto no seu dia-a-dia, proporcionando-lhes mais clareza e um campo de visão mais amplo.

LookVISION

PERÍODO II · Nº 1 · NOVEMBRO/NOVEMBER ·
DEZEMBRO/DECEMBER 2023

Uma revista de:

MUNDIPRESS COMUNICACIÓN, S.L.

Diretor: **Julio Rozas**

Editora:

M^o Carmen Rodríguez

Editora em Lisboa:

Maria Manuela (contactos@lookvision.pt)

Colaboradores:

**Vivian Watson, Maria J. Gildea,
Fermín J. Alonso y Julio Alberto R.**

Redação, administração e publicidade:

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

Tels. **+34 91 406 18 61 - +34 649 819 655**

Email: **contactos@lookvision.pt**

info@lookvision.es

julio@lookvision.es

maricarmen.rodriguez@lookvision.es

web: **www.lookvision.pt**



Lookvision Portugal



Lookvision Portugal



@lookvision_portugal

Design e préimpressão: **Creapro**

Impressão: **Monterreina**

Depósito Legal: M-24975-2001

editorial

Bem-vindo a uma nova Lookvision! Bem-vindo à sua revista!

Com uma história de quase uma década de Lookvision em Portugal, esta revista conhecida e reconhecida em todo o setor óptico continua a ser publicada em Portugal e em português em formato impresso e online. À edição online, disponível no site www.lookvision.pt, que é complementada pela newsletter semanal e pelas redes sociais, a edição impressa chega agora com um novo design, moderno e atrativo, um novo formato, independente, verdadeiro e rigoroso e com o carisma, ambição e profissionalismo comprovados há quase 25 anos em Espanha e 10 em Portugal. Assim, com a ajuda de María Manuela, de Lisboa, e da equipa da revista mãe de Madrid, amplia-se a ponte de colaboração entre os dois países e os mercados irmãos e complementares.

Iniciando agora esta segunda era ou, melhor, segunda década em Portugal, queremos continuar a ser a sua revista de confiança, uma publicação de todos e para todos os protagonistas do mundo da óptica e da optometria onde todas as suas informações, novidades e desenvolvimentos têm espaço. O seu conteúdo informativo, interessante e lúdico, técnica e esteticamente bem conservado, continuará a mostrar o sentimento do setor e dos seus protagonistas através de reportagens, notícias, entrevistas, colaborações e artigos em geral para cumprir os propósitos da publicação: informar, divulgar e entreter, aproximando a informação dos verdadeiros protagonistas do mundo da óptica: oculistas-optometristas, contactologistas, fonoaudiólogos e, claro, fabricantes, distribuidores e importadores.

Desta forma, a marca Lookvision continuará a ser uma referência como meio de comunicação através desta revista líder no sector óptico em Espanha e Portugal. Assim, depois de alguns meses de "impasse", a Lookvision continua o seu percurso editorial em Portugal com o aval de um nome, uma empresa líder no sector. Iniciamos assim uma nova etapa na qual esperamos continuar a contar com o apoio incondicional que até agora nos têm demonstrado, profissionais, clientes e amigos. Não o vamos desapontar. Muito obrigado pelas demonstrações de incentivo recebidas e pela confiança e apoio que esperamos continuar a merecer por muitos mais anos.

Por fim, para finalizar, além de agradecer a confiança e o apoio, queremos que participe nesta publicação e receba as suas novidades, comentários e colaborações. Por isso, agradecemos também por enviar-nos notícias sobre a sua empresa e novidades em geral, sobre as suas sensações sobre o setor através das suas colaborações e artigos de opinião para publicá-los na revista impressa e online de forma totalmente desinteressada e que este seja o seu outro, ou novo, meio de comunicação e expressão, o seu porta-voz para atingir todo o setor. Com os seus artigos e colaborações, bem como com as suas opiniões, adaptaremos os conteúdos da revista às suas preferências e aos aspectos e informações mais relevantes na sua opinião e que mais interesse despertem para as empresas em particular e para a óptica. Sector optométrico em particular, do ponto de vista técnico-profissional, os últimos avanços em saúde visual, bem como moda, vanguarda e tendências. A nossa contribuição é modesta, como jornalistas e comunicadores, embora esperemos cumprir os objetivos e desafios que enfrentamos com uma grande dose de entusiasmo, experiência e profissionalismo informativo. Esperamos não o desiludir nesta nova etapa da Lookvision e contar com o carinho que nos é demonstrado nos mercados português e espanhol. Muito obrigado também pelo incentivo, confiança e apoio.



ME WE ARE opti

THE INTERNATIONAL TRADE SHOW
FOR OPTICS & DESIGN

12.–14.01.2024

Fairground Munich
www.opti.de

Dagmar Schwall | Object Manager eyebizz

Um classicismo avant-garde que vai além do design

Carrera, uma das marcas emblemáticas do grupo Safilo, inclui no seu portfolio uma ampla gama de óculos de sol e armações em diferentes coleções: Signature, Flag e active, em que projetos, materiais e estilos interpretam perfeitamente tendências atualizadas para satisfazer os seus gostos e eles adaptarem-se às suas diferentes atividades diárias.



Graças à combinação de formas e design clássicos com um toque de atitude urbana, a coleção de Carrera “Signature” revela uma expressão original e moderna do design italiano, caracterizado pelo cuidado artesanal dos detalhes, o uso de materiais leves e o máximo conforto. A Signature, de aço inoxidável leve, transmite uma sensação vintage e sofisticada. Por sua parte, a Signature Bold, em acetato grosso, exhibe um design quadrado unissexo com inspiração retro. Ambas as versões são adequadas para lentes oftalmológicas.

Original e sempre avant-garde, a coleção “Flag” é a corrida mais ousada. As Flag Icon de sol, com o seu design de acetato retangular, são distintas pelo logotipo distinto “C” visível na ponte e pelas hastes de metal personalizadas com o logotipo Carrera. Quanto à máscara Flag Lab, destacamos a sua forma de acetato quadrado oversize, distinguível pelo logotipo Carrera distinto na frente e pela placa com o logotipo C nas hastes largas. Nas suas versões ópticas, as Flag apresentam-se numa forma, ousada e distinta quadrada de acetato oversize com detalhes de metal na ponte dupla e nas hastes em metal, a forma de lágrima, o gráfico, e as cores na frental e o logotipo em relevo.

A linha Active inclui uma ampla variedade de óculos de alto desempenho e informais para a prática de atividades ao ar livre, bem como para as mais diárias que atendem às necessidades de óculos para pessoas com estilo de vida ativo. Poliamida injetada, eles exibem um design redondo, também adequados para lentes oftalmológicas, interpretadas de uma maneira moderna e colorida com o logotipo Carrera nas hastes e detalhes de borracha confortáveis e coloridos nos terminais para fornecer o melhor ajuste.



Carrera Signature em metal e Signature Bold em acetato.



Óculos de sol Carrera Flag Icons, em acetato com hastes em metal e máscara Flag Lab inteiramente em acetato.



Nas suas versões ópticas, as armações Flag estão disponíveis com frentes em acetato ou em metal.



Os Carrera Active, em poliamida injetada, têm um clip-on solar e lentes ultra-polarizadas.

CARRERA 311



CARRERA
E Y E W E A R S I N C E 1 9 5 6

MIROJEANS Eyewear apresenta sua coleção O123

Novos formatos e designs coloridos

Um caminho mágico para o entretenimento, onde o impossível se torna realidade. Desta forma, a marca reflete todo um mundo de fantasia em cada modelo do seu novo lançamento.



Uma nova coleção que vem carregada de novidades em graduados e clip-on, com novo design de anéis sobrepostos, acetatos com padrões geométricos, acetatos sólidos em cores muito mais vibrantes, desenhos lineares em padrões estampados e em alguns detalhes de construção como cotovelos, frentes e pontes, e cliques solares de metal muito coloridos e pintados à mão.

Da mesma forma, a marca dá especial ênfase aos diferentes materiais utilizados, como o acetato natural e o aço inoxidável hipoalergénico, para oferecer ao consumidor um produto de elevada qualidade.

Um total de 18 modelos, divididos em graduados e clip-on que agregam à sua coleção, Circus, uma grande variedade de modelos para todos os gostos.

Descubra todas as novidades desta coleção no Instagram (@mirojeanseyewear) e no sítio Web do Portal Visual (www.portal-visual.com).



A nova coleção outono/inverno da MIROJEANS apresenta armações com formas geométricas modernas em cores vibrantes e cliques funcionais.



ANTONIO MIRO

eyewear



@antoniomiroeyewear



www.
portal-visual.com
para el profesional online



Paula Alves Silva

Novo Oculista de Loures

Como profissionais já experientes no ramo da óptica, o NOL – Novo Oculista de Loures, foi fundado a 22 de Março de 1988, já conta com trinta e cinco anos de reconhecimento e com muitos clientes fiéis que estão ao seu lado desde o início da actividade.

Paula Alves conta como o primeiro espaço comercial foi aberto em Loures a 1 de Julho de 1988, onde, com forte espírito de equipa, inovaram o mercado da óptica na região. Mantendo o intuito de crescimento, em Julho de 1996 abriram a primeira sucursal, e em Agosto de 2003 adquiriram dois imóveis em Vila Franca de Xira, onde abriram a segunda sucursal, integrando ainda a centralização dos escritórios e armazém. “Em Outubro de 2005, aderimos a um conceito alternativo de comércio, abrindo a terceira sucursal, agora instalada num Centro comercial, concretamente no LouresShopping. A sede mantém-se em Loures, próxima de três dos nossos espaços comerciais, onde trabalhava há época, o maior número dos nossos 42 colaboradores”.



Paula Alves Silva, uma das fundadoras do Novo Oculista de Loures, com Tiago Silva, gerente das lojas Olhar de Prata.

Em 2012, o Novo Oculista de Loures deu um salto significativo na busca constante pela excelência e inovação no mercado óptico. Inauguraram em Lisboa um novo conceito de óptica, alargando assim a sua oferta para um sector do mercado onde o Cliente procura a exclusividade das marcas. Assim, a “Olhar de Prata” abre as suas portas na Avenida Fontes Pereira de Melo em Lisboa, no que se veio a provar um sucesso acarinhado pelos seus clientes, que os levaram à abertura

de novos pontos comerciais com esse conceito, no Centro Comercial Colombo, Amoreiras Shopping Center, Avenida da Liberdade e no Complexo Turístico Vila Vita no Algarve.

Este crescimento do Novo Oculista enquanto grupo, integra hoje mais de nove lojas e com tendência a continuar a aumentar e perto de oitenta colaboradores, nas diversas valências, necessárias a um acompanhamento efectivo do Cliente no sector da óptica e cada vez mais da moda.

Entre a vossa oferta de produto estão as marcas da GO Eyewear, que destacaria de cada uma das marcas e como as classifica a nível de desenho – qualidade – preço?

A oferta de produtos da GO Eyewear inclui várias marcas de óculos de sol e armações que apresentam uma excelente relação entre design, qualidade e preço. É importante notar que a percepção de valor varia de pessoa para pessoa. Alguns podem estar dispostos a pagar mais por um design exclusivo, enquanto outros podem priorizar a relação qualidade-preço. Em última análise, como é o caso, uma boa marca de óculos deve oferecer uma variedade de opções que atendam a uma ampla gama de necessidades e preferências dos consumidores, mantendo consistentemente altos padrões de qualidade e design. A GO Eyewear tem acompanhado sempre a evolução de mercado e as tendências da moda.

Que importância tem para vocês o serviço pós-venda e como o classificariam?

PS: O serviço pós-venda é de extrema importância para qualquer empresa, independentemente do setor. A qualidade do serviço pós-venda desempenha um papel significativo na satisfação do cliente e na construção de uma reputação sólida da marca. Para nós, o serviço pós-venda é um dos pilares fundamentais para o sucesso da marca, e consideramos que a sua qualidade é crucial.

Aqui estão algumas razões pelas quais o serviço pós-venda é essencial e como o classificamos:

- **Satisfação do Cliente:** Um serviço pós-venda eficaz demonstra cuidado com os clientes após a compra. Isso inclui oferecer suporte para questões técnicas, reparações, trocas e devoluções. Quando os clientes sentem que podem contar com um suporte pós-venda de qualidade, eles estão mais propensos a tornar-se clientes fiéis.
- **Resolução de Problemas:** A capacidade de resolver problemas de forma rápida e eficaz é um indicador importante da qualidade do serviço pós-venda. Um bom serviço pós-venda deve estar preparado para lidar com problemas, sejam eles relacionados a defeitos de produto, ajustes ou questões de garantia.
- **Comunicação Eficaz:** A comunicação aberta e clara com os clientes é fundamental. Isso inclui fornecer informações sobre prazos de entrega, procedimentos de devolução, garantias e todas as informações relevantes para os clientes. A transparência contribui para a confiança do cliente.



Novo Oculista de Loures abriu o seu primeiro espaço comercial em 1988, em 2012 deu um salto qualitativo abrindo um novo conceito de óptica exclusiva, “Olhar de Prata”.

- **Feedback dos Clientes:** O serviço pós-venda também é uma oportunidade para recolher feedback dos clientes. As marcas podem aprender com as experiências dos clientes para melhorar os seus produtos e processos.
- **Fidelização de Clientes:** Um serviço pós-venda de alta qualidade ajuda a construir relacionamentos duradouros com os clientes, incentivando a fidelização. Clientes satisfeitos são mais propensos a repetir a compra e a recomendar a marca a outras pessoas.

Considerando todos esses fatores, classificamos o serviço pós-venda como um elemento crítico para o sucesso da marca. É uma parte fundamental da experiência do cliente e contribui para a reputação da marca a longo prazo. Portanto, investir na melhoria contínua do serviço pós-venda é uma estratégia essencial para garantir a satisfação do cliente e o crescimento da marca.

Que valores destacam na GO Eyewear, seja a política comercial, garantias, relação com os agentes e como estes passam para o vosso cliente?

Os valores destacados na GO Eyewear abrangem vários aspectos da empresa, incluindo a política comercial, as garantias, a relação com os agentes e como esses valores são transmitidos aos clientes. Para nós, esses valores são fundamentais e representam um dos grandes pilares para o sucesso da marca. Consideramos que ao longo do tempo tem havido uma boa evolução na implementação desses valores, resultando num serviço de alta qualidade e satisfação do cliente. Aqui estão alguns dos valores destacados:

- **Qualidade e Inovação:** A GO Eyewear está comprometida com a qualidade e a inovação em seus produtos. Isso reflete-se na sua busca constante por materiais de alta qualidade, tecnologia avançada de fabricação e design inovador. Esses valores são transmitidos aos clientes por meio da oferta de produtos duráveis e atualizados com as tendências da moda.
- **Relação de Parceria com Agentes:** as relações com os agentes são valorizadas, incluindo revendedores e parceiros comerciais. A empresa busca estabelecer parcerias sólidas baseadas na confiança, suporte e colaboração mútua. Isso traduz-se em cooperação eficaz que beneficia tanto os agentes quanto os clientes finais.
- **Atendimento ao Cliente e Satisfação:** O foco na satisfação do cliente é um valor central da GO Eyewear

Quais são as prioridades que sentem que têm que ter para fidelizar os vossos clientes?

Cada vez mais, a fidelização de clientes se torna um desafio que exige esforços contínuos e dedicados. Entendemos que a lealdade do cliente não é automática, mas é algo que deve ser conquistado diariamente. As nossas principais prioridades para fidelizar os nossos clientes estão centradas no rigor e na qualidade dos produtos e serviços que oferecemos.

- **Qualidade Consistente:** A nossa prioridade número um é manter a qualidade consistente em todos os aspetos de nossos produtos e serviços. Isso significa garantir que cada par de óculos ou serviço de cuidados com a visão que oferecemos atenda ou supere as expectativas dos clientes. A qualidade é a base da confiança do cliente.
- **Atendimento Personalizado:** Reconhecemos a importância do atendimento ao cliente personalizado. Cada cliente é único, e nossos esforços se concentram em entender as suas necessidades específicas e proporcionar uma experiência de compra e serviço adaptada a eles.
- **Serviço Pós-Venda Excepcional:** Continuamos a investir no nosso serviço pós-venda, assegurando que os nossos clientes tenham um suporte eficaz após a compra. Responder às dúvidas, resolver problemas e garantir a satisfação do cliente são aspectos fundamentais de nossa estratégia de fidelização.
- **Inovação e Acompanhamento das Tendências:** Estamos atentos às tendências do setor e às expectativas em constante mudança dos clientes. A inovação em produtos e serviços ajuda-nos a manter a nossa oferta relevante e atraente para os clientes.
- **Feedback dos Clientes:** Valorizamos o feedback dos clientes e usamos as suas opiniões para melhorar continuamente os nossos processos e produtos. Isso ajuda-nos a demonstrar que ouvimos e nos importamos com as suas preocupações.
- **Programas de Fidelidade:** Oferecemos programas de fidelidade e benefícios exclusivos para recompensar e incentivar a lealdade de nossos clientes.

Em resumo, reconhecemos que a fidelização de clientes requer um compromisso contínuo com a qualidade, o atendimento personalizado e a adaptação às necessidades do cliente. É um trabalho diário que se baseia na criação de uma experiência excepcional para cada cliente que escolhe os nossos produtos e serviços.



A Novo Oculista de Loures satisfaz as necessidades e gostos dos seus clientes, disponibilizando nos seus estabelecimentos uma gama de produtos com uma excelente relação qualidade-preço-design e equipados com os mais recentes avanços em equipamentos optométricos.

Preveem alterações dentro do sector óptico? De que tipo?

Preveemos que o setor óptico continuará a passar por mudanças significativas, sendo muitas dessas mudanças transversais a diversos setores. A globalização tem desempenhado um papel fundamental nas transformações do nosso setor, com a entrada de grandes empresas na gestão e operação de negócios ópticos. Aqui estão algumas das principais alterações que observamos:

- **Consolidação de Empresas:** A globalização tem levado à consolidação de empresas no setor óptico. Grandes conglomerados e grupos empresariais estão a adquirir e fundir várias óticas e marcas, o que pode afetar a concorrência e a dinâmica do mercado.
- **Avanços Tecnológicos:** A tecnologia desempenha um papel cada vez mais importante na indústria óptica. Isso inclui o desenvolvimento de lentes de contacto inteligentes, óculos de realidade aumentada e a digitalização de processos, como os exames à vista.
- **E-commerce:** A venda de óculos e produtos ópticos online tem crescido consideravelmente. Isso está a mudar a maneira como os consumidores compram óculos, e as óticas tradicionais estão-se a adaptar a essa tendência.
- **Sustentabilidade:** A preocupação com a sustentabilidade está-se a tornar mais importante no setor óptico. Os consumidores procuram produtos e marcas que sejam ecologicamente responsáveis, levando a mudanças na produção e no design de óculos.
- **Telemedicina:** A telemedicina ganha destaque na área de saúde ocular, permitindo que os pacientes façam exames e consultas oftalmológicas online. Isso pode afetar a forma como os serviços de cuidados oculares são prestados.
- **Tendências de Moda:** A ótica está cada vez mais integrada com a moda. As tendências de moda influenciam o design de óculos e impulsionam a procura de modelos personalizados e exclusivos.
- **Regulamentação:** A regulamentação no setor óptico pode mudar à medida que novas tecnologias e modelos de negócios surgem. Isso pode impactar nos requisitos de licenciamento e conformidade.

- **Envelhecimento da População:** O envelhecimento da população em muitas regiões do mundo está a fazer aumentar a procura de serviços oftalmológicos e produtos relacionados com a visão.

Em resumo, o setor óptico está a passar por transformações significativas devido a fatores como a globalização, avanços tecnológicos e mudanças nas preferências dos consumidores. Para se manterem competitivas, as empresas do setor óptico precisam estar atentas a essas tendências e adaptar as suas estratégias de negócio de acordo com as mudanças em curso.

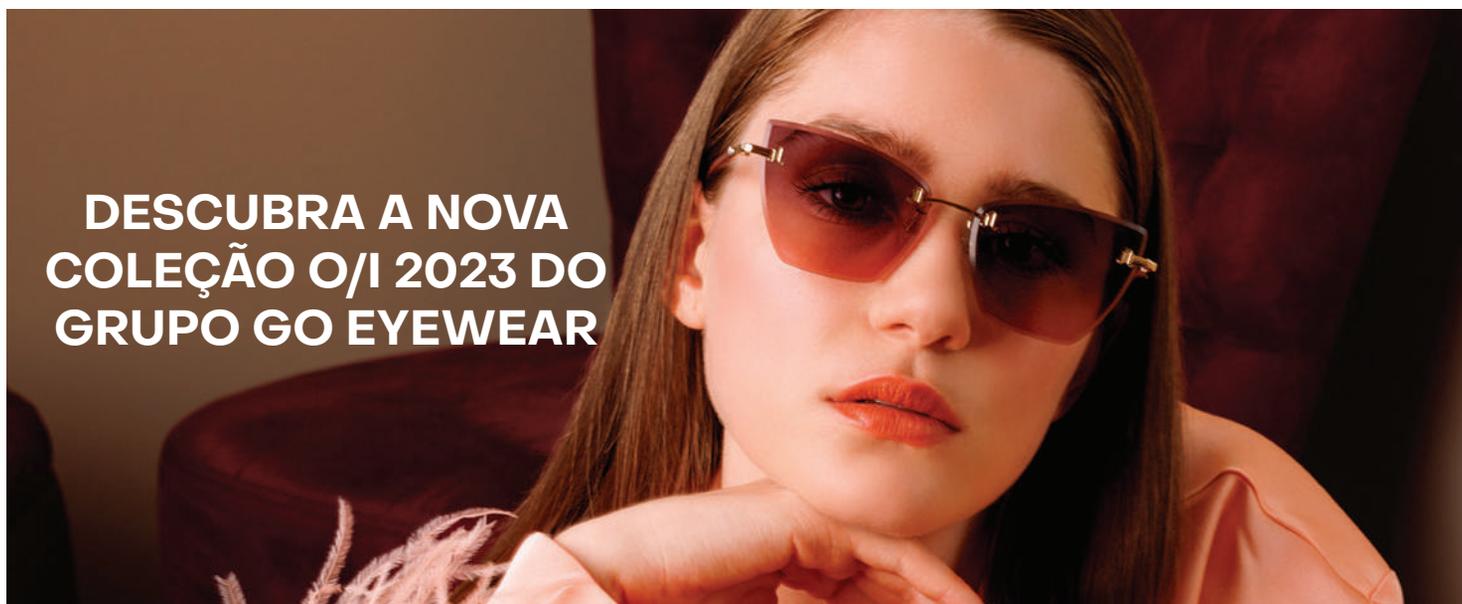
LV: Que mensagem gostariam de passar aos vossos clientes e fornecedores?

Gostaríamos de transmitir aos nossos clientes e fornecedores a mensagem de que estamos comprometidos em manter os mais altos padrões de qualidade, inovação e excelência. Reconhecemos que o ambiente em que operamos está a passar por mudanças significativas devido à globalização e aos avanços tecnológicos, e estamos comprometidos em nos adaptar a essas mudanças de maneira proativa.

Para os nossos clientes, queremos enfatizar nosso compromisso contínuo em fornecer produtos de alta qualidade que atendam às suas necessidades e expectativas. Valorizamos cada cliente e a sua satisfação é nossa prioridade. Estamos aqui para oferecer óculos e serviços que garantam a saúde ocular e o estilo de vida dos nossos clientes.

Para os nossos fornecedores, queremos transmitir o nosso apreço pela parceria e colaboração que temos. Reconhecemos a importância de nossa cadeia de abastecimento e estamos comprometidos em manter relacionamentos transparentes, éticos e mutuamente benéficos. Esperamos continuar a trabalhar juntos para atender às necessidades do mercado em constante mudança.

Em resumo, a nossa mensagem é de comprometimento com a qualidade, adaptabilidade à evolução do setor e a valorização das parcerias que sustentam o nosso negócio. Agradecemos a confiança dos nossos clientes e a colaboração dos nossos fornecedores enquanto continuamos a oferecer produtos e serviços de excelência no setor óptico.



O GO Eyewear Group cria e desenvolve óculos para marcas que são sinónimo de design, tecnologia e qualidade em todo o mundo. Comprometida em oferecer um produto de qualidade, desenvolvendo as tendências do mercado e dando prioridade a cada exigência do cliente, a GO Eyewear conta com uma equipa de profissionais para criar designs próprios para cada marca, utilizando as mais recentes tecnologias. Com sede e logística localizadas entre Portugal e Itália, a GO Eyewear está presente com filiais nas principais cidades europeias e em mais de 70 países.



T-CHARGE
EYEWEAR



Ana Hickmann
eyewear



Hickmann
eyewear



JO&MARGOT
Milano



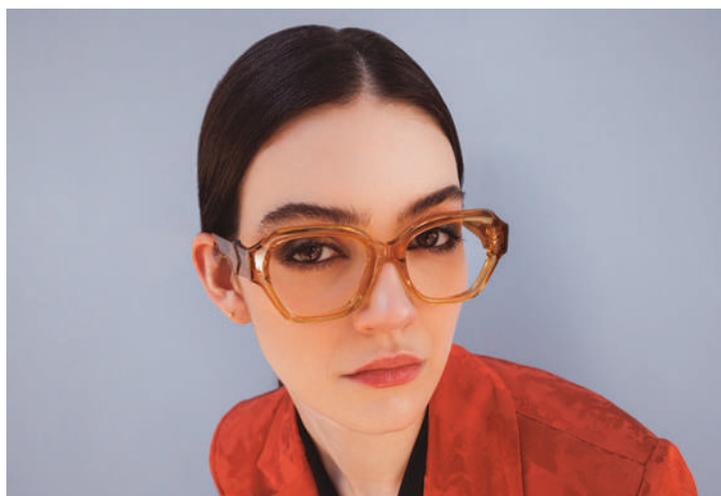
Bravewear



BULGET
EYEWEAR



TRUSSARDI



Robusto portfólio de evidências MiYOSMART impulsionado por resultados promissores a um ano de um grupo de estudo europeu

A HOYA Vision Care, empenhada em desenvolver soluções inovadoras para abordar o crescente problema da progressão da miopia em crianças, estendeu a sua investigação à Europa num esforço para combater este problema a nível global.



No sector dos cuidados da saúde visual, a maioria das pesquisas sobre miopia infantil estão disponíveis com estudos no Leste Asiático, onde a condição é mais prevalente(1). No entanto, devido ao aumento da prevalência de miopia em todo o mundo, também há a necessidade de testar a eficácia das soluções de gestão da miopia em crianças de outras etnias e áreas geográficas.1 É por isso que a equipa de Serviços Médicos Globais da HOYA está a levar a cabo um estudo observacional de 3 anos no Reino Unido (Reino Unido), com o objectivo de estender o alcance dos benefícios MiYOSMART para crianças europeias com miopia. Este novo estudo atingiu o marco de 1 ano no início deste ano, cujos resultados foram oficialmente apresentados na conferência Association for Research in Vision and Ophthalmology (ARVO) 2023 nos dias 23 e 27 de Abril, em Nova Orleães(2).

O estudo envolve 128 crianças com idades compreendidas entre os 5 e os 15 anos recrutadas em três centros universitários no Reino Unido. A todas as crianças foram prescritas lentes para óculos MiYOSMART e o seu progresso foi acompanhado, com o objetivo de avaliar o desempenho das lentes MiYOSMART em crianças europeias(2). Os resultados do estudo demonstraram eficácia semelhante das lentes para óculos MiYOSMART em crianças caucasianas versus asiáticas, particularmente em crianças com idades compreendidas entre os 8 e os 13 anos (2,3). A maioria das crianças estava livre de sintomas no espaço de uma semana, mostrando grande tolerabilidade e aceitação(2).

«Estamos muito entusiasmados por partilhar os resultados intercalares muito encorajadores da nossa investigação europeia até à data. A miopia infantil é uma preocupação generalizada e estamos empenhados em continuar a combater este problema, utilizando soluções inovadoras como as lentes oftálmicas MiYOSMART. Os resultados comparáveis no grupo europeu sinalizam-nos que a MiYOSMART é uma forma eficaz de abrandar a progressão da miopia em crianças em todo o mundo com diferentes etnias. Estamos ansiosos para compartilhar os resultados completos deste estudo de 3 anos num futuro próximo», disse a Dra. Natalia Vlasak, Chefe Global dos Serviços Médicos e Científicos da HOYA Vision Care.»

A HOYA Vision Care está comprometida com a gestão da miopia baseada em evidências e esforça-se para levar essa abordagem para o próximo nível, capacitando os profissionais dos cuidados de saúde visual na sua prática clínica. Este compromisso é concretizado através da sua nova campanha Confidence through Evidence,, que foi lançada no dia 1 de Outubro de 2023. A campanha tem como objetivo educar todos os Profissionais de Saúde Visual sobre a importância das evidências científicas na miopia infantil, bem como chamar a atenção para os robustos estudos da MiYOSMART, que permitirão gerir com confiança a miopia na sua prática clínica diária.

"É importante escolher tratamentos para abrandar a progressão da miopia em crianças com base nas melhores evidências disponíveis", disse o professor Saw Seang Mei, do Singapore Eye Research Institute, numa das entrevistas com especialistas da campanha publicada pela HOYA Vision Care no portal LinkedIn.

Mais de 2 milhões de pais em todo o mundo já confiaram na MiYOSMART, desde o seu lançamento em 2018(4). Com as evidências da MiYOSMART estendendo-se a grupos de crianças na Europa, a HOYA Vision Care continuará a ajudar a combater e controlar o crescente problema da miopia em todo o mundo.

Responsabilidade do produto: As lentes para óculos MiYOSMART não foram aprovadas para uso na gestão da miopia em todos os países, incluindo os EUA, e não estão atualmente disponíveis para venda em todos os países, incluindo os EUA.

Siga a HOYA Lens Portugal no LinkedIn



Referencias:

- (1) Grzybowski A, Kanclerz P, Tsubota K, Lanca C, Saw SM. A review on the epidemiology of myopia in school children worldwide. BMC Ophthalmol. 2020;20(1):27.
- (2) McCullough S, Barr, H, Fulton, J, et al. 2-Year Multi-Site Observational Study of MiYOSMART myopia control spectacle lenses in UK children:1-year results (Abstract). ARVO 2023; 23-27 April 2023; New Orleans, LA, USA.
- (3) Lam CSY, Tang WC, Tse DY, Lee RPK, Chun RKM, Hasegawa K, et al. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomised clinical trial. Br J Ophthalmol. 2020;104(3):363-8.
- (4) Basado en el número de lentes oftálmicas MiYOSMART vendidas por HOYA a fecha de Julio 2023.

**Confidence through evidence.
That's MiYOSMART.**



**MiYOSMART, a forma inteligente
de tratar a miopia em crianças.**



HOYA
FOR THE VISIONARIES

TENDÊNCIAS [TRENDS]



BLACKFIN EYEWEAR

As novas armações Blackfin Pacific também se distinguem por toques de cor que combinam sutilmente a elegância dos contornos clássicos e a modernidade do design minimalista contemporâneo e atemporal.

Quatro estilos emergem de um bloco sólido de titânio de 3 mm – 2 femininos, 1 masculino e 1 unissex – com perfis curvos para um efeito de toque suave. Os contornos arredondados de Catalina e os levemente achatados de Carmel expressam uma feminilidade sofisticada graças em parte à combinação de cores brilhantes e foscas, como vermelho bordô e rosa anodizado, rosa neon fosco com prata polida, ameixa com violeta brilhante ou, com um toque mais leve, aros vermelhos ou turquesa em moldura dourada clara. As cores parecem mais suaves no Yosemite masculino quadrado e no Sonoma unissex, mesmo com o novo efeito ouro envelhecido ou metal envelhecido. www.blackfin.eu



BOLLÉ

Bollé apresenta os seus novos AIRDRIFT, óculos desenhados especialmente para desportos náuticos. O AIRDRIFT possui um formato retangular plano que oferece um visual mais casual. O material leve e flutuante combinado com a tecnologia Air Float permite que os óculos de sol flutuem horizontalmente e também possuem um revestimento hidrofóbico para que as gotas de água não fiquem presas às lentes. Este modelo base 8, equipado com tecnologia Fin Shield, oferece amplo campo de visão e cobertura máxima, mesmo nas laterais. Este modelo muito confortável e estável está equipado com recursos de alto desempenho, como dobradiças e pontas das hastes autotravantes e protetores de nariz em borracha termoplástica Thermogrip. O AIRDRIFT é feito com 40% de material de base biológica e está disponível com lentes VOLT+, desenvolvidas pela Bollé. www.bolle.com



VALENTINO EYEWEAR

O lançamento inicial da coleção óptica FW23 inclui uma coleção cápsula de seis estilos com um total de dezoito cores – a ser seguida por uma oferta mais ampla SS24 em fevereiro de 2024. A coleção de vista Valentino Eyewear foi desenhada e produzida para satisfazer os requisitos técnicos dos oculistas mais exigentes e os padrões de qualidade dos seus clientes mais exclusivos. Fabricados no Japão com os melhores materiais, todos os óculos da coleção exalam qualidade e transmitem de forma clara e elegante a herança da alta costura da Maison. Nomeada em homenagem aos códigos de design e valores fundamentais atemporais de Valentino, esta coleção abraça a estética de design sonhadora e a elegância elegante sobre a qual a lenda Valentino foi construída.



FURLA

A nova coleção de óculos Furla para o outono/inverno 2023 caracteriza-se por uma mistura de elegância, estilo moderno e originalidade de cores, uma expressão do estilo de vida Furla. Os modelos com formas arrojadas e acabamentos característicos lembram elementos emblemáticos da marca. Óculos de sol com efeito “diva” frontal quadrado oversized. A estrutura é feita de acetato, enriquecida com um toque de cor inesperado no terminal. O logotipo arco-íris da Furla em letras está localizado nas hastes e retoma as cores dos terminais.

www.furla.com/www.derigo.com



MAX&CO

Eclética e única em seu estilo, Anna Dello Russo assinou a colaboração com a MAX&Co. com um par de óculos de sol exclusivos. O novo design da MAX&Co. em colaboração com Anna Dello Russo (MO0093) são uns óculos de sol elegante e delicado em formato oval. Dourado e preto são as cores elegantes escolhidas para este modelo com frente em metal esmaltado, enquanto as hastes finas combinam perfeitamente com um design moderno para expressar o luxo da simplicidade numa armação intemporal.

www.maxandco.com/www.marcolin.com



MAUI JIM

Projetados no Havaí, os modelos Mikioi, One Way e Walaka foram projetados para aproveitar ao máximo a sua experiência e aproveitar a boa vida, permitindo-lhe passar mais tempo ao ar livre e ao sol. Estes novos óculos de sol apresentam tecnologia de lentes PolarizedPlus2® para uma experiência reveladora de cores brilhantes, contraste rico e acuidade visual incomparável, mantendo sempre os olhos e a pele protegidos dos efeitos nocivos do sol. Bons para corredores, caminhantes, jogadores de golfe, jogadores de tênis e outras pessoas ativas, os óculos de sol Maui Jim manterão os seus olhos relaxados sem ter que semicerrá-los ou fechá-los. www.mauijim.com

**LOOK**

A empresa italiana apresenta os seus novos modelos de inspiração desportiva, a síntese perfeita entre estilo dinâmico e tecnologia de ponta. Três armações ópticas para homem concebidas para satisfazer as necessidades dos utilizadores que procuram um produto leve, confortável e resistente, sem sacrificar o fator "cool". O design funcional oferece um visual contemporâneo, abraçando uma vibração "athleisure" para o uso quotidiano. As armações da linha Sport são fabricadas em NIL (Natural Injection Light), um polímero ultraleve mas resistente que confere um toque casual às armações quadradas. Para proporcionar o máximo conforto de ajuste, as armações estão equipadas com uma dobradiça flexível invisível. Isto significa que se adaptam perfeitamente ao rosto do utilizador e permanecem no lugar, mesmo durante uma atividade intensa. www.lookocchiali.it

**NIRVAN JAVAN**

Nas mesas do bazar, limões e romãs alinham-se ao lado de montanhas de hortelã marroquina. À sombra da marcante arquitectura árabe, decorada com motivos centenários, as pessoas regateiam e vendem. A metrópole ganha vida; Cores intensas, motivos tradicionais e formas curvas são incorporados ao acetato japonês. A cultura do Magrebe ganha vida nos designs, sempre com o estilo característico do designer Nirvan Javan. Os detalhes meticulosamente incorporados conferem às armações uma elegância especial: motivos árabes gravados e o monograma da marca nas inserções das hastes. Os óculos de moda feitos à mão para homens e mulheres oferecem assim o mais alto nível de qualidade, durabilidade e estética. O Magreb quer ser vivido. www.nirvanjavan.com

**MAX MARA**

Para comemorar o décimo aniversário do casaco Teddy Bear, a Marcolin apresenta óculos de sol para combinar com a peça que marcou a história de sucesso da Max Mara. Após a sua estreia na passarela em 2013, o Teddy Bear imediatamente se tornou um "It Coat". Seduziu o mundo da moda e as celebridades. Os novos óculos de sol da coleção Max Mara Eyewear também apresentam os mesmos elementos distintivos. A grande armação, envolvente com arestas voluptuosas e curvas envolvem todo o rosto. As facetas na frente e as hastes grossas criam um visual sedutor e harmonioso. A silhueta vibrante com linhas geométricas sofisticadas e detalhes inovadores emolduram a vista. O estilo conta uma história de paixão, tradição e estilo. www.maxmara.com/ www.derigo.com

**LÖLA ATELIER**

Inspirada nas cores e sabores do outono, a marca de óculos löla criou uma nova coleção cápsula de edição limitada na qual dá o seu toque mais lúdico aos estilos clássicos. A nova coleção löla Atelier RX conta com uma seleção premium de acetatos Mazzucchelli, havanas combinados com massas translúcidas e hastes super confortáveis, acentuando o artesanato de cada peça. Nos seus designs milimetricamente trabalhados, destacam-se os detalhes nas reentrâncias, tângidos à mão, que conferem personalidade às molduras. A sua paleta outonal mergulha nos tons de groselha, carmesim, xarope, menta, rosa selvagem e limoncello, para evocar uma estação acolhedora e confortável pensada para ser desfrutada. Com nomes sugestivos como Cariños, Amores, Calmados e Fascinaciones, a nova coleção cápsula inclui desde propostas casuais até propostas mais discretas, com destaque para os grandes calibres. www.lola.com

**NIKE VISION**

A mais recente coleção de óculos da Nike oferece-lhe a durabilidade e o conforto personalizado de que necessita nos seus óculos do dia a dia, com armações fabricadas com Acetato Renew da Eastman, que contém pelo menos 20% de conteúdo reciclado por peso (excluindo as lentes). Já disponíveis, esses oito novos estilos de óculos, oferecidos em quatro cores cada, apresentam formatos leves com um toque familiar para complementar todos os formatos e tamanhos de rosto. Têm dobradiças robustas com molas combinadas com pontas das hastes macias e emborrachadas para um ajuste confortável durante todo o dia. Logotipos em folha metálica lisa completam o visual. www.marchon.com

**EVIL EYE**

O novo modelo elate.ng. Versátil e leve, com uma armação completa e uma combinação de cores moderna e apelativa, é um óculos de sol polidesportivo que responde a todas as exigências dos desportistas. Fabricado com o material PPX® patentado, robusto e flexível da marca austríaca, está disponível em seis cores e dois tamanhos e oferece diferentes opções de ajuste concebidas para garantir o máximo conforto e segurança em várias modalidades desportivas ao ar livre, especialmente nos desportos de montanha. Com um sistema de regulação da posição nas hastes e uma almofada nasal com duas regulações, o elate.ng garante um ajuste perfeito dos óculos no rosto, evitando qualquer deslizamento ou movimento. Além disso, para as zonas onde o tempo pode mudar drasticamente, os elate.ng dispõem da tecnologia de filtro LST® de alta qualidade para garantir uma visão perfeita em qualquer altura. As lentes duradouras não só protegem os seus olhos do pó, da chuva ou do vento, como também os protegem dos raios UVA, UVB e UVC nocivos. www.evileye.com

TENDÊNCIAS [TRENDS]



GIGI STUDIOS

A marca apresenta três modelos excepcionais que fazem parte da sua nova coleção: NONA, MICHELA e GINGER. Os três modelos sem aro são a fusão perfeita entre o design de vanguarda e a estética minimalista. A estética minimalista capaz de elevar qualquer look ao próximo nível. Os novos modelos sem aro, elegantes e vanguardistas, são fabricados em aço inoxidável alemão e estão disponíveis em quatro tonalidades de lentes impressionantes. Uma verdadeira afirmação de estilo e a última tendência. www.gigistudios.com



T-CHARGE

Apresentando a mais recente coleção de óculos da T-Charge: onde a sofisticação encontra o clássico contemporâneo. T-Charge é há muito tempo sinónimo de fusão de estética moderna e elegância atemporal, atendendo aos gostos mais exigentes de pessoas que buscam óculos que não sejam apenas modernos, mas também confiáveis. A nova coleção, com incorporação de componentes de titânio, lentes polarizadas e modelos sem aro, exemplifica a busca da T-Charge pela excelência em cada detalhe. Experimente uma clareza incomparável com lentes polarizadas projetadas para reduzir o brilho, proporcionando proteção ocular essencial para todas as suas atividades. E para quem aprecia linhas limpas e elegância contemporânea, explore o charme minimalista dos modelos sem aro da T-Charge. Eleve o seu estilo com óculos que combinam funcionalidade e moda em perfeita harmonia. www.tchargeeyewearurope.com



FILA

A nova coleção de óculos FILA combina a herança da marca com o seu estilo mais contemporâneo e moderno. Os modelos "Performance" são óculos de sol concebidos para satisfazer as necessidades individuais dos desportistas, enquanto os modelos "cápsula" são fabricados com lentes Zeiss avançadas para oferecer a máxima clareza visual em qualquer óculos de sol. Outro dos novos modelos é um óculos de sol com lentes largas e uma frente muito envolvente, perfeito para todas as condições meteorológicas e para oferecer um ajuste que se adapta mesmo a uma atividade desportiva intensa. Tem lentes Zeiss com tratamento à prova de água Ri-Pel™ e aberturas laterais para ventilação. www.derigo.com/ www.filaeyewear.com



LINDA FARROW

LINDA FARROW anuncia o lançamento da coleção exclusiva BLACK SERIES para a primavera/verão 2024, uma gama para homem que cria um novo sentido de luxo discreto combinado com detalhes técnicos excepcionais. Concebida para o cliente exigente que procura um luxo discreto, a BLACK SERIES é uma coleção de peças concebidas com acabamentos inteiramente em preto, para uma estética subtil em que as camadas e os detalhes intrincados são revelados ao utilizador. www.lindafarrow.com

TOM FORD

A moldura Whitney é o centro das atenções na coleção TOM FORD Archive desta temporada. O modelo icónico apresenta novas variações surpreendentes, cada uma com um nome diferente para indicar seu apelo peculiar. Consistência em toda a gama: um estilo espetacular baseado na intersecção entre público e fantasia. O elemento distintivo do design é a sua graciosa frente "cruzamento infinito" que cria um efeito borboleta ousadamente sedutor. A Nicoletta é uma incrível moldura de titânio de edição limitada. Os modelos Bettina, Fernanda e Jada apresentam a silhueta da borboleta e o distintivo aplique metálico "T" de Tom Ford na têmpora, uma marca de elegância suprema e design magistral. www.tomford.com/ www.marcolin.com



Varilux® XR Series™

Uma inovação revolucionária nas lentes progressivas

Essilor, a marca líder em cuidados visuais da EssilorLuxottica, lançou este ano no mercado português a melhor lente progressiva Varilux® de sempre*: as novas lentes Varilux® XR series™. Suportada por inteligência artificial, é a primeira lente progressiva reativa ao comportamento do olho para uma nitidez instantânea, mesmo em movimento.



O poder da inteligência artificial reside na quantidade, qualidade e variedade de dados e na forma como eles são analisados, como explica Norbert Gorny, co-diretor de operações da EssilorLuxottica. “A informação que trabalhamos foi obtida graças aos dados recolhidos de encomendas, testes a utilizadores reais e outras medições. Por este motivo, os modelos fisiológicos são exclusivos da EssilorLuxottica”, declara Gorny e adiciona que “graças à tecnologia do gémeo digital, é possível estabelecer um perfil de comportamento visual para cada prescrição e fornecer a primeira lente reativa ao comportamento do olho e que respeita o comportamento natural do olho”.



Nitidez instantânea otimizada, mesmo em movimento

Os estudos demonstraram que os utilizadores de Varilux® XR Series™ beneficiam de nitidez instantânea, mesmo em movimento, e de até +49% de volume do campo de visão** em comparação com a lente Varilux® X Series™. Em testes realizados com entidades independentes, 87% dos consumidores, utilizadores de lentes progressivas premium, preferiram Varilux® XR Series™ às suas lentes anteriores, sem alteração na prescrição***. E 95% dos utilizadores adaptaram-se às suas novas lentes no primeiro dia.

De acordo com as expectativas dos clientes e o compromisso da EssilorLuxottica em reduzir a sua pegada no planeta, Varilux® XR series™ é uma lente progressiva de design ecológico. Este facto está certificado por uma análise ao ciclo de vida realizada por uma entidade independente, que identifica uma redução de 19% no consumo de plástico, resultando em -6% nas emissões de CO2.

No atual estilo de vida, os nossos olhos movem-se em média 100.000 vezes por dia para captar todas as informações visuais ao nosso redor. As novas Varilux® XR series™ nascem da necessidade de criar umas lentes capazes de se adaptarem a este estilo de vida e aos desafios visuais dos presbitas. Deste modo, os investigadores da EssilorLuxottica aproveitaram o poder da inteligência artificial, ao estudar mais de 6.500 consumidores e reunindo mais de um milhão de dados reais para desenvolver um sistema inovador de modelação comportamental que simula e prevê como os presbitas observam os objetos ao seu redor.

Uma melhoria na qualidade de vida dos presbitas

“O lançamento das novas lentes Varilux®XR series™ marca um novo capítulo no mundo das lentes progressivas”, explica Tiago Sobreiro, Country Manager da EssilorLuxottica Portugal. “Estamos muito orgulhosos de poder lançar esta nova lente no mercado português. Devido à tecnologia inovadora utilizada, conseguimos oferecer aos presbitas uma solução mais cómoda para o dia-a-dia”, conclui.

* Simulações internas do departamento de I&D - 2022 - em comparação com lentes Varilux® X Series™.

** Simulações internas de I&D - 2022 - vs Varilux® X Series™ e vs desempenho médio das marcas de lentes mais conhecidas da concorrência (Pesquisa dos consumidores sobre marcas de lentes - entidade independente - 2022 -BR/CA/CN/FR/IN/IT/UK/US (n=8000)). O volume de visão considera a nitidez e fluidez da visão.

*** Sem alteração de prescrição.

Silhouette®

“Vivid Sky”, uma nova coleção para cativar os olhos

Silhouette, marca austríaca líder no design e produção de óculos premium, apresenta a nova coleção “Vivid Sky” com seis elegantes designs full-frame, para homem e mulher, que mantêm um estilo colorido e contemporâneo.



A nova Silhouette “Vivid Sky”, com armações completas e estilo urbano, combina materiais exclusivos com formas, cores e texturas modernas para rostos femininos ou masculinos.

A nova coleção adapta o seu design full frame, cores e texturas modernas com formatos elegantes de acordo com o rosto feminino ou masculino. Todos os modelos “Vivid Sky” são feitos com materiais Silhouette de alta tecnologia para conseguir um visual mais leve e cativante.

Os mais modernos contrastes de cores e texturas para ele

Combinando os materiais exclusivos e o design impecável do “Vivid Sky”, o novo modelo Silhouette está disponível num formato retangular muito viril. Ele vem em seis cores diferentes que, aliadas à diversidade de texturas, combinam com qualquer look, seja para o dia a dia ou para ocasiões especiais.

As cores da nova coleção masculina são um energético azul elétrico, um vibrante verde digital, um elegante branco transparente, um sofisticado cinza gelo e o sempre clássico preto fosco. Cada cor foi aplicada com uma técnica precisa de coloração que consegue um acabamento único, resultando num design sofisticado e elegante, para os looks mais exigentes. Além disso, o consumidor também pode escolher entre um acabamento fosco ou um brilho deslumbrante, permitindo-lhes personalizar os seus óculos de acordo com o seu estilo.

As formas mais ousadas e subtis para ela

Mantendo a personalidade da coleção “Vivid Sky”, os modelos full frame femininos vêm em quatro formatos diferentes. Para realçar o visual mais subtil e moderno, os novos modelos estão disponíveis em contornos redondos, retangulares, quadrados ou com acabamento subtil cat-eye. O conjunto de combinações que oferecem consegue realçar a personalidade e o estilo individual de cada um, ao mesmo tempo que proporciona o máximo conforto e leveza, duas características essenciais da marca austríaca.

As hastas ajustáveis garantem um ajuste ideal para o consumidor e as dobradiças de encaixe livres de manutenção tornam os óculos muito mais fáceis de manusear sem a necessidade de reajuste. Roland Keplinger, Head of Design da Silhouette, destaca que “a combinação das formas contemporâneas da coleção com cores vivas e ousadas proporciona um visual ousado, moderno e criativo a quem as usa”.

www.silhouette.com

www.facebook.com/silhouette

www.instagram.com/silhouetteeyewear



Com um design irrepreensível e diferentes cores, em formas para ele, para ela e unissexo, são apresentadas as confortáveis e leves armações Silhouette “Vivid Sky”.

Silhouette

Empowered by Lightness





Luis Justino

Director da Prooptica

À conversa com Luis Justino, Diretor da Prooptica, descobrimos como, ao longo dos seus 30 anos de história, a empresa cresceu, evoluiu e diferenciou-se num mercado exigente e em constante mutação. Várias vezes reconhecida como PME Líder e PME Excelência, a Prooptica não é apenas um caso de sucesso empresarial, mas também um exemplo de como a resiliência, a inovação e uma visão clara podem levar a um sucesso sustentado.

Com otimismo e determinação, Luis Justino diz estar pronto para mais 30 anos e garante que a Prooptica continuará a construir o seu legado com o mesmo esforço e envolvimento que sempre a definiu.

Com 30 anos no mercado, em que ano foi fundada a Prooptica e qual a história que esteve na origem da sua criação?

A Prooptica foi fundada em junho de 1993, somando agora 30 anos de existência no mercado. A origem da empresa está ligada à visão de quatro sócios que identificaram uma oportunidade no sector óptico. Desde o início, foram muito bem recebidos por um mercado em constante mudança, o que os motivou a avançar com o projecto.

Na altura da sua criação, identificaram que o mercado óptico necessitava de uma abordagem mais integrada e inovadora. Esta percepção revelou-se acertada, já que não só preencheram uma lacuna no mercado português como também conseguiram internacionalizar a empresa com investimento directo em Espanha, Marrocos e Angola e de uma forma indirecta para mais de 10 países.

Mas a Prooptica nunca foi somente um projecto comercial, sempre foi encarada como um projecto de vida pelos seus fundadores. Este compromisso reflectese na dedicação da empresa a todos os que com ela interagem, sejam colaboradores, clientes ou outros parceiros.

O seu sentido de missão e propósito permitiu não apenas a sua sobrevivência, mas também o seu crescimento sustentado, desafiando as estatísticas que indicam que a grande maioria das start-ups não sobrevive aos primeiros cinco anos.

Como evoluiu a empresa durante estes 30 anos? Quais principais momentos/pontos de viragem?

Ao longo destes 30 anos de existência, a Prooptica enfrentou muitos desafios e marcos que moldaram a sua trajetória. Enfrentou várias crises económicas e a pandemia recente, mas em cada adversidade viu uma oportunidade para inovar e se adaptar, tornando-se mais resiliente. Em 1999 fez uma aposta clara na inovação e no design português, colaborando até hoje com marcas e personalidades que ajudaram a projectar a cultura e a moda portuguesa no mundo. João Rolo, Ana Salazar, José António Tenente, Amália Rodrigues, Lanidor, Dielmar, Quebramar e Trottlemann têm sido os nomes escolhidos pela empresa para se diferenciar no mercado. Outro grande marco na história da empresa foi a sua internacionalização, com uma expansão bem-sucedida para mercados como Espanha, Marrocos e Angola. A empresa aprendeu a

adaptar a sua estratégia de marketing e operações às particularidades culturais e comerciais de cada país, solidificando assim a sua presença internacional.

Desde 2008 que apresenta um modelo de negócio inovador que integra quatro unidades de negócio distintas, conseguindo diferenciarse nos mercados onde actua como "one stop shop".

Além disso, a empresa adoptou uma abordagem mais humanizada, tornando-se genuinamente mais solidária através do apoio a organizações sociais e contribuindo para o bemestar da comunidade. Este percurso foi trilhado com humildade e respeito constantes pela equipa, clientes e parceiros, criando um ambiente de confiança mútua que permitiu à empresa crescer num mercado muito dinâmico e competitivo.

A Prooptica não é apenas um caso de sucesso empresarial, mas também um exemplo de como a resiliência, a inovação e uma visão clara podem levar a um impacto significativo e a um sucesso sustentado.

O que vos diferencia e vos torna tão únicos no setor?

A Prooptica apresenta uma combinação de uma proposta de valor diferenciadora e um conjunto sólido de valores empresariais que nos torna um player de confiança e relevante no sector óptico.

Por um lado, distingue-se no mercado pela sua abordagem de "one-stop-shop", integrando quatro áreas estratégicas de negócio: óculos, lentes oftálmicas, acessórios e soluções tecnológicas e design e arquitectura. Esta integração permitenos oferecer soluções completas e personalizadas aos nossos clientes, facilitando a gestão das suas necessidades e otimizando a sua experiência de compra. Este posicionamento estratégico não só realça a nossa inovação constante e a qualidade dos produtos e serviços que oferecemos, mas também sublinha o nosso compromisso em ser um parceiro de negócios completo e confiável para os nossos clientes.

Por outro lado, o que também nos define e nos torna únicos no sector são os valores pelos quais nos regemos: Integração, Inovação, Experiência, Credibilidade, Esforço e Envolvimento. Estes valores não são apenas palavras, são princípios orientadores que nos ajudam a manter uma relação de elevada confiança e proximidade com os nossos clientes e parceiros. A Integração é manifesta na nossa capacidade de oferecer soluções completas, a Inovação reflectese na nossa procura incessante por novos e melhores produtos e serviços, a Experiência é

evidente na profunda compreensão que temos do mercado e das necessidades dos nossos clientes, a Credibilidade é conquistada através da qualidade e fiabilidade dos nossos produtos e o Esforço e Envolvimento são visíveis no nosso compromisso inabalável de ir além das expectativas dos nossos clientes em todas as interações.

Referiu que a Prooptica atua em 4 áreas estratégicas de negócio. De que forma estas áreas contribuem para a consolidação e diferenciação da empresa?

Este posicionamento no mercado como um "One Stop Shop" através do conceito abrangente de "Full Eyewear Concept", permitenos ser um parceiro estratégico e de valor acrescentado, capaz de responder a todas as necessidades dos nossos clientes e parceiros de forma integrada e eficiente.

Na área de óculos, apresentamos um portefólio diversificado e bem segmentado com marcas de renome nacional e internacional. Apostamos em inovação, elegância e qualidade, e desenvolvemos as coleções de eyewear de marcas relevantes da cultura e moda portuguesa. Segmentamos a nossa oferta em quatro categorias: Premium, Trendy, Essential e Specialist, adaptandonos desta forma às diferentes necessidades do mercado. Trabalhamos com um total de 16 marcas, abrangendo marcas próprias como Danell, Masai e Piper; marcas licenciadas como Dielmar, Lanidor, Quebramar, Throttleman, Amália e Duyos; e marcas de distribuição como Jaguar, Minamoto, New Balance, Morgan, Menrad, Progear e Milo&Me.

Na área de lentes oftálmicas, somos representantes de marcas de grande notoriedade como: KODAK, NIKON e Solution Lenses. Estas marcas são conhecidas pela sua qualidade, inovação e excelência, e a sua produção é integralmente sediada na Europa, o que garante os mais elevados padrões de qualidade e fiabilidade. Kodak e Nikon são marcas de elevada notoriedade que utilizam a mais evoluída tecnologia freeform e tratamentos de última geração. A Solution Lenses, por outro lado, é a nossa "house-brand", que foi cuidadosamente desenvolvida para oferecer produtos de alta performance que satisfazem uma ampla gama de necessidades visuais e orçamentais dos nossos clientes e parceiros. Além disso, disponibilizamos um leque de serviços que incluem encomendas online, biselagem remota e montagem de óculos, fortalecendo o nosso posicionamento.

Em relação aos acessórios e TI, dispomos de um dos mais completos portefólios do mercado, liderado por marcas de prestígio como Breitfeld & Schliekert e a nossa própria marca, Essentials. O segmento de Oficina é focado em soluções dedicadas à eficiência e funcionalidade indispensáveis a um técnico de oficina moderno. Por outro lado, o segmento de Comércio centrarse na oferta de uma variedade de acessórios que complementam e enriquecem a oferta ao consumidor, incluindo artigos como óculos de desporto, protecção, clips solares, cordões, produtos de limpeza, entre outros. Na vertente tecnológica, colaboramos com marcas como Samsung e Fittingbox para fornecer soluções digitais de vanguarda.

Relativamente ao nosso departamento de Design e Arquitectura é relevante salientar que toda a concepção dos projectos é desenvolvida internamente, um atributo que nos distingue e adiciona uma camada extra de personalização e eficácia às soluções que propomos. Este departamento, inteiramente gerido pela Prooptica, não só disponibiliza soluções 'chave na mão', como também tem um profundo conhecimento do mercado e do sector ótico. Esta especialização permitenos propor soluções inovadoras, flexíveis e totalmente adaptadas às necessidades específicas dos nossos clientes e parceiros de negócio.



Luis Justino: "Os colaboradores da nossa empresa são competentes, resilientes, inteligentes e irreverentes, mas também extremamente adaptáveis e focados no cliente".

Já foram considerados várias vezes PME Líder e PME Excelência e foram novamente reconhecidos com o estatuto PME Líder em 2022. O que isso representa para a Prooptica?

A Prooptica sentese honrada por ter sido distinguida por diversas vezes na sua trajetória. Somámos já 12 prémios como PME Líder e duas distinções como PME Excelência. A mais recente certificação PME Líder em 2022 é não só um motivo de orgulho, mas também o reconhecimento do nosso esforço e dedicação ao longo destes 30 anos. É a prova viva do crescimento estratégico e sustentado que temos conseguido, ancorado na qualidade e na diferenciação dos nossos serviços e na nossa capacidade para nos adaptarmos às necessidades e desafios do mercado. Estas distinções não são apenas galardões para exibir, são verdadeiros marcos do nosso compromisso com a excelência, a inovação e a qualidade da nossa gestão. São, acima de tudo, um incentivo para continuarmos a ir além, a procurar novas formas de satisfazer as necessidades dos nossos clientes e a enfrentar os desafios do sector com soluções inovadoras e eficazes.

Estes prémios trazem consigo uma grande responsabilidade. Cada distinção lembranos a contínua necessidade de evoluirmos, inovarmos e melhorarmos em todas as vertentes do nosso negócio. É um compromisso que nos obriga a cimentar ainda mais as relações de respeito, confiança e proximidade que mantemos com os nossos clientes e parceiros comerciais. Estas distinções são tanto um motivo de orgulho como um catalisador para a melhoria contínua dos nossos serviços, reforçando o nosso compromisso com a qualidade e a satisfação do cliente

Qual a vossa área geográfica de atuação?

A Prooptica tem uma presença geográfica diversificada e está em processo de expansão contínua. Atualmente, a nossa atuação estende-se por diversos países, incluindo Espanha, Moçambique, Marrocos, Angola, Grécia, Cabo Verde e Roménia. Esta presença internacional evidencia a nossa capacidade de adaptação a diferentes mercados e culturas, bem como a nossa ambição de levar os nossos produtos e serviços a nível internacional.

A estratégia de internacionalização é, sem dúvida, um elemento fundamental para o nosso crescimento sustentado. Temos como prioridade a manutenção e a consolidação da nossa presença nos mercados onde já operamos. Este foco permitenos aprimorar o nosso entendimento destes mercados específicos, otimizar a nossa oferta e fortalecer as relações comerciais já estabelecidas. Também estamos constantemente a monitorizar oportunidades noutros países, particularmente na Europa, com o intuito de expandir a nossa atuação geográfica. A nossa abordagem equilibrada entre a consolidação em mercados existentes e a expansão para novos horizontes permitenos ser flexíveis e dinâmicos, características que consideramos vitais no sector óptico internacional.



Como é constituída a equipa actualmente?

A nossa equipa é composta por 40 profissionais qualificados, distribuídos entre Portugal e Espanha, com uma média de idades ronda os 40 anos, o que nos confere uma mistura saudável de experiência e energia jovem. Contamos com quatro directores de área, uma directora financeira, uma responsável de logística, uma responsável de serviço pós-venda e uma responsável de marketing, que lideram esta equipa competente e dedicada.

Os colaboradores da nossa empresa são competentes, resilientes, inteligentes e irreverentes, mas também extremamente adaptáveis e focados no cliente. O empenho de cada um num serviço de excelência reflecte-se no crescimento contínuo e no sucesso da nossa organização. A sua dedicação vai muito além das responsabilidades funcionais, eles são verdadeiros embaixadores da empresa, a viver os nossos valores essenciais de integração, inovação, experiência, credibilidade, esforço e envolvimento. Esta mentalidade e o compromisso para com o cliente tornam a nossa equipa única, e é essa unicidade que tem sido uma das chaves para o nosso reconhecimento no mercado. O nosso pessoal é dotado não só de competências técnicas, mas também de capacidade de trabalhar em equipa, de comunicar eficazmente e de adaptar-se a um ambiente de mudança rápida, o que é essencial num sector tão dinâmico como o nosso.

No dia a dia os nossos colaboradores são encorajados a contribuir com as suas ideias e perspectivas, criando assim um ambiente de trabalho colaborativo que beneficia não só a equipa interna, mas também os nossos clientes e parceiros. O resultado é uma cultura empresarial que nos permite responder de forma rápida e eficiente aos desafios e oportunidades que surgem, mantendonos na vanguarda do sector óptico.

Celebram também 22 anos de moda e design português. Que balanço faz destes anos?

Este ano celebramos um marco importante na nossa história: 22 anos dedicados à divulgação da moda e do design de eyewear portugueses. Esta é uma conquista que nos preenche de orgulho e nos motiva para o futuro. Quando lançámos a nossa primeira coleção com o designer João Rôlo em 2001, o cenário era radicalmente diferente do que é hoje. Naquela época, o mercado da moda estava firmemente centrado nas grandes marcas internacionais, e a ideia de "Made in Portugal" não tinha o mesmo prestígio e reconhecimento que tem hoje. A percepção do consumidor estava alinhada com essa realidade: as marcas portuguesas eram frequentemente subestimadas, se não totalmente ignoradas.

Frente a gigantes do sector, normalmente grandes grupos italianos, o desafio parecia quase insuperável. Contudo com uma visão clara e uma equipa dedicada, enfrentámos inúmeras batalhas, muitas delas desiguais, investindo continuamente na inovação, na qualidade e no design. Atravessámos momentos difíceis, é verdade, mas cada obstáculo superado tornou-nos mais fortes e mais determinados.

Não apenas sobrevivemos, mas prosperámos, estabelecendo marcas e parcerias que celebram o melhor da cultura e do design portugueses. Ao longo dos anos, continuámos a inovar em design, em materiais de alta qualidade, em processos de produção e na imagem das marcas. Mantivemos uma forte ligação com personalidades destacadas da cultura portuguesa, o que nos permitiu criar peças com um carácter e uma identidade únicos.

Hoje, olhando para trás, podemos dizer que esta aposta estratégica foi bem-sucedida. Não apenas conseguimos competir com marcas internacionais estabelecidas, mas também contribuimos para alterar a percepção da moda portuguesa, tanto a nível nacional como internacional. O consumidor de hoje valoriza e tem orgulho em usar marcas portuguesas. Esta mudança de paradigma é, em si mesma, uma vitória e uma recompensa pelo trabalho árduo de toda a nossa equipa e parceiros ao longo destas duas décadas.

No final, o balanço é absolutamente positivo: 22 anos de dedicação, esforço e inovação resultaram num posicionamento forte e distintivo no mercado. Tornámonos um símbolo de autonomia e um factor de diferenciação, não apenas sobrevivendo, mas prosperando e acrescentando valor de forma relevante aos nossos parceiros e consumidores. Por isso, ao celebrarmos estes 22 anos, fazemo-lo com um sentimento de gratidão, com a certeza de um caminho bem trilhado e com a ambição e o compromisso de continuar a elevar a moda e o design portugueses aos patamares mais altos.

Em relação ao futuro, o que nos pode revelar? O que espera para a empresa?

O futuro para a Prooptica é um livro ainda em aberto, mas com algumas páginas já bem delineadas. Continuaremos a abordá-lo com o mesmo esforço e envolvimento que nos caracterizam desde o início, sempre focados em evoluir e superar novos desafios. O ano de 2023 marcou o início de uma nova etapa para nós, com várias mudanças significativas. Mudámos para novas instalações que não só representam o nosso crescimento, mas também nos oferecem o espaço e as condições de que precisamos para continuar a evoluir. A empresa começou em 1993 num pequeno escritório com apenas 30m² e, após seis mudanças decorrentes da necessidade de expansão, encontra-se agora em instalações com mais de 1200m² em Famões. Para além disso, lançámos um site e loja online completamente renovados, para proporcionar uma melhor experiência aos nossos clientes e representar fielmente os valores e a identidade da Prooptica. Também estamos a expandir o nosso portefólio de marcas com a inclusão da nova marca Duyos no nosso portefólio, resultado de uma colaboração com o estilista madrileno Juan Duyos revelando a forte aposta que fazemos no mercado ibérico.

No futuro, continuaremos a apostar em três pilares fundamentais: transformação digital, expansão internacional e sustentabilidade financeira. Assim, no próximo ano, planeamos introduzir novos produtos e expandir a nossa presença em novos mercados, sempre com o objectivo de continuar a crescer e a fortalecer a nossa posição no sector.

Olhamos para o futuro com optimismo e determinação, prontos para mais trinta anos – e quem sabe, até mais. Levaremos connosco as lições aprendidas, o sucesso alcançado e uma vontade indomável de aproveitar as oportunidades que o futuro tem para nos oferecer. Assim, continuaremos a construir o nosso legado, sempre com "olhos postos no futuro", dedicados a manter os padrões de qualidade e inovação que sempre nos definiram.

A HOYA Vision Care lança a plataforma de sustentabilidade "One Vision"

A HOYA Vision Care lançou o programa de sustentabilidade "One Vision". Este programa está integrado na estratégia empresarial da HOYA e foi concebido de acordo com o objetivo da empresa de se tornar uma empresa mais conectada, consciente e orientada para um futuro melhor. O programa "One Vision" da HOYA - que está a ser executado com sucesso internamente há mais de um ano - baseia-se em três pilares: Ambiente, comunidade e local de trabalho.

Com o efeito crescente das alterações climáticas globais, a HOYA Vision Care está empenhada em tomar as medidas críticas necessárias para causar impacto através de ações baseadas na ciência. Neste contexto, a HOYA está empenhada em iniciativas ambientais com um elevado impacto, tais como a redução das suas emissões de CO2 através da redução do consumo de energia e de uma maior eficiência em todas as suas operações globais. A HOYA pretende atingir 100% de eletricidade renovável até 2040, com um objetivo intermédio de 60% até 2030.

No que respeita aos resíduos, o objetivo é reduzir significativamente o impacto ambiental da utilização de água no fabrico e implementar programas de re-

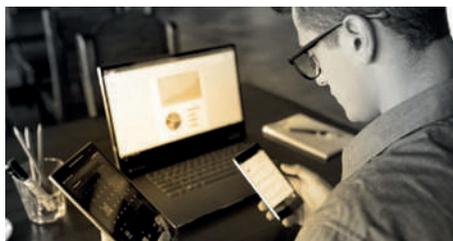
dução, reutilização e reciclagem de embalagens na cadeia de abastecimento. A HOYA pretende também melhorar a qualidade de vida, assegurando que todos têm a mesma oportunidade de ter uma visão clara. O pilar comunitário centrar-se-á em colmatar as lacunas em matéria de cuidados oftalmológicos para os cerca de 2,2 mil milhões de pessoas que se estima sofrerem de deficiência visual ou cegueira. Também procura promover, no local de trabalho, a cultura única da liderança sustentável a todos os níveis, atraindo e fomentando talentos excecionais e permitindo resultados de equipa extraordinários num ambiente inclusivo, assim como a mobilidade interna de talentos através de um mercado de carreiras interno.

"O programa de sustentabilidade One Vision da HOYA, composto por três pilares, tem como objetivo abordar o impacto que nós, enquanto empresa, temos no mundo, nos nossos funcionários, nas nossas comunidades e no planeta, assegurando que estamos a operar todos os aspetos da nossa atividade de uma forma sustentável e responsável", afirma Alexandre Montague, CEO da HOYA Vision Care. "Como empresa global, temos a clara responsabilidade de nos centrarmos nas alterações climáticas,



de trabalharmos com as comunidades em que operamos e de lhes retribuirmos, incluindo a redução do défice de saúde ocular, e de criarmos uma força de trabalho forte e altamente qualificada, repleta de oportunidades de carreira para garantir um futuro sólido. Temos todos os pilares bem assentes e estamos entusiasmados por continuar a nossa viagem One Vision", conclui o CEO.

SEIKO lança a sua campanha mais especial para regressar ao trabalho



A SEIKO volta ao trabalho neste mês de setembro de forma especial e com uma nova campanha para o seu SEIKO Vision Specialist. Boa visão e zero stress visual para o retorno à rotina é o objetivo perseguido pela empresa japonesa, principalmente em ambientes com dispositivos digitais.

Neste sentido, a SEIKO lança uma promoção exclusiva com a melhor solução para as necessidades visuais digitais, com lentes SEIKO SmartZoom. Além disso, inclui o seu mais aclamado tratamento anti-reflexo, SuperResistantBlue, para eliminar qualquer possível stress visual diante de ecrãs digitais.

A campanha da Seiko também aposta em compras acrescentadas e inclui promoção de desconto no segundo par de lentes ocupacionais, com SEIKO Indoor PC e SEIKO Indoor 100/200, com elevada precisão e grande conforto; uma excelente aposta para tarefas a distâncias curtas e intermédias.

J.F. REY: Rumo à Península Ibérica

A J.F.REY continua o seu desenvolvimento internacional estabelecendo-se em Espanha e Portugal. A nova estrutura de distribuição direta, com sede em Barcelona, foi confiada a Anna Tarragó, profissional pela sua vasta experiência de mais de 20 anos no setor óptico e pela sua visão especializada do mercado espanhol e português.

Na imagem vemos: Anna Tarragó, Country Manager Espanha-Portugal; Jordi Llagostera, área comercial do Norte de Espanha, e Pierre-Yves Chouvet, diretor comercial de exportação J.F.REY em todo o mundo.

A equipa J.F.REY IBERIA apresentará as novas coleções da marca na SILMO 2023 (Hall 7, Stand E104). Entre em contato com J.F.REY IBERIA:

Telefone: + 34 931 592 210.

E-Mail: iberia@jfrey.com



MONDOTTICA lança a sua primeira coleção de óculos AllSaints



AllSaints, marca de moda britânica, lançou a sua primeira coleção de óculos de sol e de vista em colaboração com o Grupo Mondottica. Fundada em 1994, a AllSaints tornou-se um fenómeno de moda global conhecido pelas suas roupas femininas e masculinas, mantendo a sua independência, sem perder o seu espírito independente e rock'n'roll. Catalisadora da moda, a nova linha de óculos inclui óculos de sol e armações de género neutro, com acabamento em tartaruga e acetato colorido. Feitos com o acetato mais ecológico e com lentes de proteção UV 400 nos óculos de sol, cada modelo inclui lentes duráveis e luxuosas com dobradiças de cinco cilindros, gravadas com o logotipo AllSaints. A coleção de vista inclui detalhes como dobradiças de marca personalizadas, charneiras elegantes e os melhores detalhes em metal. Cada estilo de óculos incorpora detalhes icónicos da marca, como os pinos hexagonais em forma de parafuso nas hastes e as dobradiças que levam o nome AllSaints. Uma peça final integrada e a placa da dobradiça são adornadas com o logotipo AllSaints no clássico acabamento metálico envelhecido da marca. A embalagem da coleção foi cuidada com o máximo cuidado, com estojo em tecido de couro vegano reciclado e tecido para lentes 100% poliéster reciclado.

Grupo Conselheiros da Visão reforça relação com a Prats



Foi na passada quinta-feira, dia 21 de setembro, na fábrica da Prats em Carnaxide, que os associados do Grupo Conselheiros da Visão se juntaram para realizarem uma visita guiada às instalações e conhecerem "in loco", todo o processo de fabrico de uma lente oftálmica – um processo ultra tecnológico que permite criar lentes de excelência e oferecer um conforto, qualidade e acessibilidade única ao utilizador.

O objetivo foi dar a conhecer todo o portefólio, capacidade de fabrico e relação com os clientes por parte da Prats, e ainda o fornecimento de produtos exclusivos para o grupo.

No final do evento, que contou com um jantar convivio, o resultado foi muito positivo onde Pedro Soares, Presidente dos CV, referiu que "é de extrema importância para ambas as partes este tipo de acção, pois permite criar diferenciação nas ópticas e, assim, estas poderem servir cada vez melhor o cliente final, oferecendolhe várias opções de qualidade adaptadas à sua necessidade." Pode acompanhar os Conselheiros da Visão no site www.conselheirosdavisao.pt

Morel ganha o prémio CSR Burgundy Franche-Comte pelo seu compromisso com a proteção da biodiversidade



No âmbito da 3ª edição dos prémios anuais "Trophées CSR", que reconhecem as empresas da região pelas suas estratégias e iniciativas exemplares em responsabilidade social corporativa, a Região Borgonha-Franche-Comté homenageou a Maison MOREL pelo seu compromisso com a proteção de biodiversidade.

Instalado no parque natural do Haut-Jura há mais de 140 anos, o fabricante francês de óculos é particularmente sensível aos grandes problemas do nosso tempo. Por isso, há vários anos que desenvolve uma estratégia de longo prazo baseada em três pilares: o produto, o ambiente e o social. Mas para além de todas as iniciativas tomadas para promover o seu know-how e produtos, foram as suas ações para proteger o ambiente e a biodiversidade local que se destacaram para a Maison MOREL aos olhos do júri.

Inicialmente, a MOREL recorreu à energia limpa para garantir a sua própria produção autossuficiente de eletricidade. A instalação de sistemas de sombreamento fotovoltaico destina-se a cobrir quase 80% das suas necessidades energéticas a longo prazo. Este movimento em direcção à eficiência energética enquadra-se perfeitamente na sua iniciativa de relamping, em que todo o sistema de iluminação da empresa foi substituído por LEDs, conhecidos pelo seu baixo consumo de energia e maior durabilidade. A MOREL também está empenhada na preservação dos espaços verdes, assim, em colaboração com a fundação Planting for the Future, Morel já contribuiu para a reflorestação de 8 hectares

de terreno na Borgonha Franche-Comté, plantando mais de 8.500 árvores. Além disso, após instalar vinte colmeias nas suas instalações, a empresa produz o seu próprio mel e já está a trabalhar num projeto de reorganização ecológica. O objetivo é recriar nas suas próprias instalações um ambiente natural e selvagem, característico da flora do Jura.

PENTAX entra no mercado ótico português

A Pentax, fundada em 1919, líder na inovação de lentes para máquinas fotográficas, reconhecida mundialmente pelo design e elevada qualidade ótica das suas máquinas fotográficas, entra no mercado português no setor ótico com a comercialização de lentes oftálmicas. A sua presença noutros países do mundo neste mesmo setor - como em Espanha, onde está presente desde novembro de 2022 - fez da Pentax uma das marcas de confiança para a prescrição de lentes oftálmicas.



A marca japonesa de lentes destaca-se pela sua elevada qualidade e design de precisão, mas também pelos seus preços razoáveis. Concebidas para descobrir o mundo com uma visão perfeita e para experimentar uma imagem perfeita da vida, as lentes oftálmicas Pentax satisfazem todas as necessidades dos utilizadores, tornando-as a escolha ideal em lentes padrão com um nível de qualidade superior e de alta tecnologia.

"A Pentax está empenhada não só em melhorar a durabilidade e o desempenho, mais encima de tudo em melhorar o conforto visual. Trata-se de uma gama muito completa, que responde a todas as exigências visuais dos nossos clientes, o que para um ótico é muito importante", afirma a empresa.

Modo tem o prazer de anunciar a nova configuração da marca Italia Independent, Lapo Elkann assumirá o cargo de Diretor Criativo



O Grupo MODO, referência na indústria de óculos independentes há mais de trinta anos, anuncia a nova configuração da marca Italia Independent, após a aquisição assinada em 12 de setembro, que agregou a marca fundada por Lapo Elkann ao portefólio da Modo Eyewear, que produz e distribui as marcas MODO e ECO.

A aquisição do Grupo Modo diz respeito apenas à marca Italia Independent, com o objetivo de aumentar o seu valor. Com estrutura e know-how próprios, o Grupo garantirá uma sólida organização corporativa e uma presença mais forte na distribuição internacional. No novo rumo da marca Italia Independent, Lapo Elkann assumirá a função de Diretor Criativo.

Alessandro Lanaro – fundador e CEO do GRUPO MODO – afirma: "O fundador da Italia Independent é o seu coração pulsante. Estou muito satisfeito que Lapo nos acompanhe no relançamento desta marca única e pioneira, contribuindo com o seu estilo e genialidade. Lapo e eu estamos plenamente de acordo sobre o rumo a seguir e estou convencido que com o seu envolvimento como Diretor Criativo conseguiremos renovar a magia que cativou uma grande comunidade de clientes e consumidores no auge dos anos dourados da marca."

A primeira entrega da coleção Italia Independent na órbita do Grupo MODO está prevista para a primavera/verão de 2024, será Made in Italy e distribuída através de uma rede exclusiva de óticas em todo o mundo.

Essilor lança Essilor Miopia Care, uma comunidade para combater a miopia infantil

A Essilor, marca líder em cuidados de visão da EssilorLuxottica, lançou a comunidade Essilor Miopia Care, com a qual incentiva todos os seus clientes a unirem forças contra a pandemia de miopia infantil. A miopia é um problema global e em constante crescimento que afeta mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo. As crianças e os jovens são particularmente vulneráveis ao seu desenvolvimento e a incidência da miopia está a aumentar a um ritmo alarmante. Isto não só afeta a qualidade de vida de quem sofre com isso, mas também pode levar a complicações mais graves de saúde ocular no futuro.

Este novo projeto nasceu para tentar melhorar o futuro da saúde visual das crianças, proporcionando aos clientes da EssilorLuxottica diversos recursos para aumentar a conscientização sobre a miopia infantil, incluindo: diferentes cursos e ferramentas de formação no Leonardo, a plataforma online da EssilorLuxottica, com informações sobre as pesquisas mais recentes e avanços no tratamento da miopia; a mais recente inovação para retardar a progressão da miopia, as lentes Stellest; e diversos materiais para aumentar a consciência social sobre a miopia e dar-lhe mais visibilidade.



Phillipp Plein Group e De Rigo anunciam acordo de licenciamento global para óculos "Plein Sport"



O Grupo Philipp Plein e o Grupo De Rigo anunciaram um acordo de licenciamento para a criação, produção e distribuição mundial da marca de óculos de sol e óculos PLEIN SPORT. A coleção de óculos PLEIN SPORT será caracterizada por uma proposta estilística e de posicionamento que pretende realçar o ADN único e independente da marca de activewear. Um DNA feito de inovação e design ultramoderno, resultado de pesquisas minuciosas, extraordinário conhecimento técnico e qualidade intransigente.

"Estamos muito satisfeitos por ampliar a nossa parceria com o Grupo Philipp Plein. PLEIN SPORT é uma marca de roupa desportiva inovadora e de última geração, que representa uma grande oportunidade para fortalecer o segmento masculino do nosso portfólio. Estamos especialmente satisfeitos com este novo acordo de licenciamento e confirma o notável sucesso que estamos a alcançar junto com Philipp Plein, bem como a relação de confiança mútua que estamos a construir. A nossa colaboração está se a mostrar muito bem-sucedida e tem um grande potencial de crescimento", disse Michele Aracri, Diretor Geral da De Rigo Vision.

"Sinto-me orgulhoso e satisfeito com esta colaboração com a DE RIGO, um grupo internacional que, graças à sua experiência e conhecimento desta categoria de produtos, traduziu e transferiu muito bem os códigos de todas as nossas marcas. PLEIN SPORT é um projeto extremamente ambicioso e, do ponto de vista técnico e de design, o produto está totalmente alinhado com as necessidades da marca e do mercado" Philipp Plein, CEO do Grupo Philipp Plein.



A coleção de óculos PLEIN SPORT estará disponível nas boutiques da marca a partir de setembro de 2023 e antecipadamente no ORIOCENTER com a abertura da primeira loja PLEIN SPORT na Itália. Globalmente, a coleção será distribuída através da rede comercial da De Rigo a partir de janeiro de 2024.

MIDO 2024: Inscrições de visitantes e inscrições para prémios CSE abertas

De 27 de setembro a 27 de novembro, todos os expositores da MIDO podem candidatar-se para participar no Prémio Certified Sustainable Eyewear (CSE), criada pela MIDO em colaboração com a ANFAO e a Certottica, que avalia a sustentabilidade na indústria de óculos a nível internacional.

Materiais reciclados, redução do consumo nos processos de produção e distribuição, maximização da cadeia de abastecimento, eliminação de



resíduos, grau de reciclabilidade, utilização de recursos renováveis e certificações já alcançadas, são alguns dos critérios que o júri utilizará para determinar os vencedores do prémio. 2ª edição do prémio. Os vencedores serão anunciados durante a feira MIDO, que acontecerá de 3 a 5 de fevereiro na Fiera Milano Rho. O prémio é dividido em seis categorias: CSE Award Sunglasses Europe, CSE Award Sunglasses Rest of the World, CSE Award Frames Europe, CSE Award Frames Rest of the World, CSE Award Cases Europe e CSE Award Cases Rest of the World. Para participar, os concorrentes deverão preencher o formulário online disponível na seção "Participar" do site www.mido.com. A partir de 18 de outubro também estarão abertas as inscrições para o prémio BeStore, em reconhecimento ao melhor centro óptico do mundo, e no dia 26 de outubro serão abertas as inscrições para o prémio Stand Up For Green, que será atribuído aos mais sustentáveis stand, baseado no foco no impacto ambiental e no uso de materiais.

O registo de visitantes também já está aberto para o público em geral em: www.mido.com/en/entry-pass. A organização MIDO oferecerá comboios gratuitos para oftalmologistas provenientes das principais cidades italianas, bem como transferências das estações ferroviárias e aeroportos de Milão. Também foram ativados pacotes de viagens para visitantes dos Estados Unidos, América Central e do Sul e Canadá, que já estão disponíveis no site da MIDO.

A rede do Institutoptico continua a aumentar com a integração de três novas óticas



A rede do Institutoptico continua a crescer e integra, agora, três novas lojas nos distritos de Setúbal e Vila Real, com a abertura de pontos de venda no Seixal, Pedras Salgadas e Vila Pouca de Aguiar.

A excelência no cuidado da saúde ótica é espalhada no rápido crescimento da marca. Como afirma Suheil Mamad do Institutoptico – Optical Clinic, do Seixal: “Escolhemos o Institutoptico devido às suas sólidas credenciais e experiência na área da saúde visual, acreditando que esta parceria irá fortalecer a nossa capacidade de fornecer serviços óticos de elevada qualidade. Esperamos que esta integração resulte numa experiência ainda melhor para os nossos clientes, com acesso a uma gama mais ampla de soluções e tecnologias óticas líderes de mercado.”

As três lojas passam agora a disponibilizar, além de consultas de optometria e de uma oferta de armações e lentes de variadas marcas, também as

insígnias próprias do Institutoptico, como a Cierzo, Orocci, WilliWaw, Estygma e IO Max.

António Vaz, responsável das óticas Vaz Ópticas, em Vila Real, esclarece: “A Vaz Ópticas escolheu o Institutoptico pois este apresenta um serviço de excelência na qual é mantida a identidade de cada aderente, assegurando assim uma melhor relação com os clientes. As expectativas são elevadas, uma vez que, o grupo proporciona-nos um reconhecimento a nível nacional e excelentes produtos. Através desta adesão conseguimos manter o propósito da nossa ótica, melhorar a saúde visual dos nossos clientes.” O Institutoptico passa assim a ter 150 lojas em todo o país e consolida, uma vez mais, o seu posicionamento na área da ótica em Portugal.

A nova campanha outono-inverno da Persol: estilos atemporais cheios de personalidade



A nova campanha da marca EssilorLuxottica para 2023 destaca a essência da Persol com um fascinante elenco de protagonistas da temporada outono-inverno. Uma ode contemporânea ao luxo com estilo atemporal, a campanha celebra a tradição centenária da marca de artesanato superlativo e design premium com sofisticação sutil. E, como sempre, são os estilos que contam a história.

Apresentando a qualidade inimitável e o design icónico da marca com uma simplicidade elegante, a campanha concebe a razão de ser da Persol através dos olhos de três novos ícones: Elio, Francis e Greta, ao lado de um elenco promissor de talentos exclusivos e de novos estilos. Através dos seus personagens distintos e da visão internacional do estilo italiano, cada ícone protagoniza o seu próprio mundo dentro da Persol, desempenhando o seu papel único na narrativa global da marca.

Do design inspirado no know-how dos conhecedores fiéis da Persol ao refinamento personalizado dos que procuram estilo de hoje e à visão funcional de indivíduos de alto desempenho, a nova campanha dá vida à herança da marca inspirada no cinema, no design e na cultura automóvel de uma forma clara e poderoso manifesto visual, capturando tanto o DNA discreto quanto o espírito ousado com iconicidade natural, porque, em poucas palavras, é Persol.

Indo expande a sua linha de lentes monofocais avançadas com Power VS 0.0

A Indo continua apostada na inovação e no desenvolvimento de soluções adaptadas às necessidades dos clientes. É o caso da Pottencia VS 0.0, a mais recente lente monofocal avançada que a Indo lançou e que se concentra na redução da fadiga visual para todos os utilizadores monofocais.

A gama Pottencia VS é composta por 4 versões com ligeiro reforço positivo e o novo Pottencia 0.0, criado com a tecnologia Optical Transfer Module, para proporcionar a máxima definição em todos os ângulos de visão.

Power VS 0.0 é desenvolvido sob tecnologia Optical Transfer Module que garante que, em cada ponto da lente, independente do ângulo de visão e da posição do objeto, a graduação percebida pelo olho seja a da sua correção, eliminando o erro de potência e astigmatismo indesejado. “Esta solução responde à necessidade de reduzir a fadiga visual também para aqueles utilizadores que necessitam de reforço positivo. Toda a gama Pottencia VS, que inclui Pottencia VS+ e Pottencia VS 0.0, abrange todas as soluções que os utilizadores até aos 45 anos possam necessitar.”



Nova Óptica – Veio reforçar a aposta das Óticas Conselheiros da Visão no crescimento do Grupo



As Óticas Conselheiros da Visão anunciaram uma nova adesão ao Grupo, reforçando assim a grande aposta para este ano, na expansão e crescimento no mercado nacional. A Nova Óptica, em setúbal, associou-se ao Grupo no primeiro semestre de 2023 e tem já a nova imagem dos Conselheiros da Visão.

José Careca é o proprietário da ótica situada na Avenida dos Ciprestes, em Setúbal, e destaca o dinamismo de toda a equipa CV, assim como a entajuda entre cooperadores, revelando que sentiu logo, desde o início, que a entrada no Grupo seria “a aposta certa”.

Com esta nova entrada, as Óticas Conselheiros da Visão continuam o seu plano de crescimento de forma sustentada, privilegiando aqueles que se identificam, valorizam e partilham a mesma identidade e valores da marca, ao nível dos cuidados em saúde ocular. Pedro Soares, Presidente do Grupo, deu as boas-vindas a José Careca, desejando-lhe “o maior sucesso a nível pessoal e profissional, para que ambas as partes possam crescer assentes nos valores qualidade e excelência que sempre caracterizaram o Grupo, que conta já com 34 anos de existência.”

Nova garantia Essilor® Stellest® +

Agora os mais novos já podem desfrutar das suas lentes para o abrandamento da progressão da miopia, sem preocupações.



Agora, com esta nova garantia, os mais novos podem desfrutar das suas lentes Essilor® Stellest® e dos seus benefícios para abrandar a progressão da miopia, sem preocupações: se durante os 12 meses posteriores à compra, as lentes se danificarem, riscarem, perderem ou, inclusive, necessitarem de atualização por alteração da prescrição, é possível obter um novo par de lentes com condições muito especiais.

Como funciona?

Beneficiar da garantia Essilor® Stellest®+ é muito fácil: ao realizar o primeiro pedido de lentes Essilor® Stellest® receberá um voucher com o código que acciona a garantia, e que poderá utilizar se se destinarem ao mesmo utilizador, durante os 12 meses seguintes à primeira compra.

Sobre a Essilor

Essilor faz parte do grupo EssilorLuxottica e é líder mundial em lentes oftálmicas (1) e a marca de lentes número um recomendada por profissionais de saúde visual(2). Oferece uma gama completa de soluções dedicadas às necessidades visuais e estilo de vida de cada pessoa

Essilor, a marca líder em cuidados visuais do Grupo EssilorLuxottica, lançou este ano a sua nova garantia Essilor® Stellest®+. Esta nova garantia está disponível para as lentes Essilor® Stellest®, especialmente concebidas para a correção da miopia nas crianças e, sobretudo, para o abrandamento da sua progressão.

ao longo da sua vida. Cada lente Essilor é uma combinação de múltiplas tecnologias complementares graças ao seu conjunto de soluções de primeira qualidade para os cuidados visuais, que inclui marcas inovadoras como Stellest, Eyezen, Varilux® e Crizal. Estas tecnologias revolucionárias corrigem a visão, protegem os olhos das radiações nocivas e melhoram a nitidez visual.



Referências:

(1) Fonte: Euromonitor, Edição Óculos 2023; Essilor International Company; vendas internacionais em RSP.

(2) Estudo quantitativo realizado com uma amostra representativa de 958 profissionais de saúde visual independentes por CSA em fevereiro de 2019 – França, Reino Unido, Alemanha, Itália, Espanha, Estados Unidos, Canadá, Brasil, China, Índia.

SILMO PARIS 2023

O pólo de atração de uma indústria dinâmica!

A Geração Silmo respondeu marcando forte presença na edição 2023, realizada entre 29 de setembro e 2 de outubro. Durante os quatro dias de feira, compareceram 31.337 visitantes (+16,5% vs. 2022), dos quais 15.902 vieram do estrangeiro (+18,3% vs. 2022) e 15.535 de França (+14,7% vs. 2022). As empresas presentes foram 929, o que representa um total de 9.400 pessoas nos stands – sem contar com os visitantes – espalhadas pelos 75.000 m² dos pavilhões 6 e 7 do Paris-Nord Villepinte.



A equipa da Lookvision, fiel ao seu encontro anual com a Silmo, deslocou-se ao Campeonato do Mundo de Ótica em Paris 2023 para ver os novos produtos e partilhá-los com os seus leitores.

A edição deste ano da Silmo Paris confirmou definitivamente que o evento parisiense é o local ideal para o lançamento de novas coleções e marcas, bem como de conceitos inovadores, à escala internacional. A sua força advém também da formidável oferta de eventos que promovem a inovação, a criação e o conhecimento, para dar destaque às empresas que estão a inventar a ótica de hoje e de amanhã. Os pontos-chave foram a grande recepção e a apreciada convivência, facilitada por uma aclamada e bem recebida reconfiguração de um Salão como Silmo Paris, reflexo fiel da indústria ótica, com atores grandes e pequenos, históricos e novos, representativos de toda a cadeia de valor.

Os 30.º Prémios Silmo d'Or, entregues no surpreendente cenário do Hipódromo de Paris, Folies Gruss, continuam a ser o pilar central desta valorização. Os membros do Júri, cuja integridade e profissionalismo são calorosamente apreciados pelos organizadores, estudaram cuidadosamente todas as candidaturas e selecionaram com imparcialidade as criações e inovações que mais lhes chamaram a atenção. Na sua missão contaram com o apoio

de um presidente de júri de fora do setor óptico, que apresentou uma perspetiva diferente e desafiante. Este ano, Nicolas Fafiotte, que se descreve como um “costureiro de ocasiões excepcionais”, aceitou o desafio. Uma homenagem ao nosso setor: este promotor da elegância francesa vem de Oyonnax!

Os vencedores da edição de 2023:

Crianças: Etnia Barcelona, com “Ba-baaaang!”. Desporto: Marchon com “Flyfree” – Nike. Vision, dois vencedores ex-aequo, em Saúde Visual: Essilor Luxottica, com “Varilux XR Series” e em Sistema Óptico: Morrow, com “Morrow eProgressives”. Material-Equipamento: Saargos, com “Quicksee Free” – Plenoptika. Moldura Óptica “Marcas & Etiquetas”: ODLM-Seaport, com “CC1086 – Vedo” – Carven. Óculos de sol “Marcas & Etiquetas”: ODLM-Seaport, com “CC4091S Nove” – Carven. Inovação Tecnológica em Óculos: Sbrusset&Co, com “Meyronde OP”. Óculos de sol “Eyewear Designer”: Andy Wolf, com “Blossom col.05”. Armação Óptica “Eyewear Designer”: Cutler e Gross, com “9126 Lunettes Cat-Eye”. Prémio Show Premiere Classe: Veronika Wildgruber, com “Lane”. Prémio Especial do Júri: Lafont, com “Ouvrage”.

A cerimónia Silmo d'Or 2023 foi também uma oportunidade para entregar outros dois prémios, um deles pela primeira vez. Com a responsabilidade social e ambiental corporativa no centro dos desafios sociais atuais, os organizadores da Silmo decidiram criar um Prémio Empresa Responsável. Aberto a todos os expositores, o objectivo do prémio é distinguir uma empresa do sector óptico pelo seu contributo para a redução do seu impacto ambiental e optimização do seu impacto social. A Feira colaborou com a agência de RSE Hyssop na preparação do caderno de encargos do prémio e na avaliação das empresas candidatas. Um júri independente, composto por profissionais ópticos e especialistas em RSE, avaliou as candidaturas e escolheu o vencedor desta primeira edição: Mykita, empresa sediada em Berlim fundada em 2003, que optou por uma estratégia de responsabilidade que incorpora aspectos ambientais e sociais, a fim de reduzir a pegada dos seus produtos e das suas atividades em geral.

O Prémio Óptico Internacional do Ano, atribuído pela IOA (Associação Internacional de Ópticos) em colaboração com Silmo Paris, incentiva e premeia os ópticos pela sua visão e pelo seu compromisso na promoção dos valores da sua profissão. Pela primeira vez, um francês foi o vencedor deste prémio de 2023: Jean-François Porte, cofundador do grupo Edgard e vice-presidente do Rassemblement des Opticiens de France. Por sua vez, Thomas Truckenbrod recebeu o Prémio de Reconhecimento Especial da Associação Internacional de Ópticos pela sua notável contribuição à profissão óptica.



A Silmo 2023 contou com um total de 31.337 visitantes e 929 expositores. Com muitos deles tivemos a oportunidade de partilhar bons e inesquecíveis momentos.





Entre os eventos Silmo, os Prémios Silmo d'Or foram entregues durante uma noite excepcional realizada no cenário deslumbrante do Hipódromo de Paris, Folies Gruss.

O futuro da indústria, no centro dos temas abordados por Silmo Paris

Silmo Next, um fórum multidisciplinar dedicado ao futuro, abordou as últimas inovações tecnológicas e os principais avanços em óculos inteligentes, experiências phygital e design ecologicamente responsável. Além desta retrospectiva imersiva, a Futurology revelou zonas de experiência únicas para testar produtos inteligentes, descobrir novas tendências em realidade virtual e experimentar uma abordagem inovadora à produção sustentável.

O design é o rei da feira e expressa-se de duas formas: a primeira é o Forum des Tendances, um espaço montado na entrada da feira para permitir aos visitantes uma imersão nas principais tendências, graças a uma seleção temática de óculos de vista e óculos de sol dos expositores presentes na sala. O segundo foi o Concours Design Optique, reservado a estudantes de escolas de design de todo o mundo; Para esta segunda edição, eles foram convidados a fazer um brainstorming sobre um tema atual: o desporto. O júri, composto por profissionais de óptica e design e presidido por Marie-Christine Dorner, arquiteta de interiores, designer e cenógrafa, selecionou o conceito Tribi de Hugo Plessis, aluno da ESDAC de Lille: óculos multifuncionais para triatlo e biatlo. Além do reconhecimento no mundo dos óculos de vista, o vencedor e a sua escola receberam cada um, um cheque de 5.000 euros doado pela feira.

No plano desportivo, com a celebração paralela do Campeonato do Mundo de Rugby e em antecipação aos Jogos Olímpicos de Paris em 2024, o simpósio científico da Silmo Academy centrou-se na otimização do desempenho e na garantia do sucesso, durante a sua sessão de treino e debate. Este tema foi abordado sob dois ângulos: a atuação do profissional óptico e a atuação do paciente. Os profis



Óculos de sol e armações, clássicos e vanguardistas, para todos os gostos, foram os protagonistas desta última edição da Silmo.



Os principais intervenientes do sector ótico: óculos, lentes oftálmicas, materiais, lentes de contacto, etc. foram todos expositores na Silmo 2023.

sionais ópticos têm um papel fundamental a desempenhar na melhoria da qualidade de visão e de vida dos seus pacientes. Os diferentes oradores revelaram medidas de desempenho para otimizar a saúde visual, a acuidade ou a qualidade de vida e destacaram a importância de associar a visão perfeitamente corrigida ao desempenho, seja por razões profissionais, de sucesso académico, de sucesso desportivo ou de segurança, como na condução de um automóvel.

A troca de informações e melhorias também tiveram eco nas The Talks: num espaço aberto e dedicado, vários oradores (oradores, especialistas, jornalistas, observadores...) abordaram questões atuais em 30 minutos. Essas palestras estão disponíveis na íntegra em vídeo no site: silmoparis.com

Silmo Paris, uma feira com visão de futuro, centra-se nos desafios que o setor da indústria e da distribuição enfrenta e, em particular, no emprego e na aquisição de talentos. Silmo Job fez...o trabalho, com expositores oferecendo oportunidades exclusivas e reuniões diretas para recrutar os colaboradores de amanhã. História e experiência também estão intimamente ligadas na Feira de Paris: O Museu da Indústria de Pentes e Plásticos de Oyonnax e o Museu dos Vidros de Morez combinam a riqueza das suas reservas expondo na feira uma (muito) pequena parte das suas coleções, demonstrando que o futuro é construído sobre o passado. Na mesma linha patrimonial, os Melhores Artesãos de França (Meilleurs Ouvriers de France), ofereceram aos visitantes a oportunidade de participar em workshops para descobrir óculos.

Sendo Silmo Paris, global e aberto ao mundo, a edição de 2023 acolheu amigos e vizinhos transalpinos na Place d'Italie, uma encruzilhada de criatividade, um lugar para partilhar e encontrar o saber italiano no centro do pavilhão 7. The Place d'Italie, nomeada desde 1864, é uma praça parisiense situada no cruzamento de uma estrada romana que ainda liga a Itália à França através da Nationale 7, um símbolo apropriado para uma Place d'Italie! em Silmo Paris!

E na Silmo Paris houve ainda mais eventos organizados pelos próprios expositores e comemorações em geral como a festa de décimo aniversário da Woodys Eyewear que aconteceu num Bateau Mouche, com um terraço ao ar livre de onde pudemos admirar as fantásticas vistas de Paris na noite enquanto navegávamos pelo Sena. A saída e chegada deste agradável e tranquilo “cruzeiro”, com serviço de bebidas e snacks, foi a partir do cais Debilly/Trocadero e o final da festa prolongou-se até à 1h da manhã.

Por fim, cabe destacar que com a Silmo News toda a feira foi transmitida ao vivo e gravada. Assim, uma reportagem diária resumiu os acontecimentos da Feira, complementada com entrevistas, debates e transmissões ao vivo para captar as impressões dos visitantes e expositores e revelar a originalidade dos produtos e empresas... Para assistir e jogar em silmoparis.com, YouTube e todas as redes sociais da Silmo Paris.

Outro Silmo Paris fechou as portas no dia 2 de outubro, mas o próximo está já em andamento: até que nos reencontremos numa “edição olímpica” –Paris sediará os Jogos Olímpicos de Verão de 2024–, numa nova edição do Silmo que acontecerá a partir de 20 a 23 de setembro de 2024. Antes disso, os próximos eventos da Família Silmo são: Silmo Istanbul, de 23 a 26 de novembro de 2023, e Silmo Singapura, de 24 a 26 de abril de 2024.



Diversos eventos, conferências, fóruns e simpósios tiveram lugar nos pavilhões 6 e 7 do centro de exposições Paris-Nord Villepinte, bem como apresentações de empresas e celebrações como o 10º aniversário da Woodys eyewear no Bateau Mouche, no Sena.





MOREL

LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

*LOOKING FORWARD
SINCE 1880*

As Óticas do Futuro

Inovação, Personalização e Experiências Imersivas

As Óticas desempenham um papel essencial na indústria da moda e cuidados visuais, proporcionando aos consumidores uma ampla variedade de estilos e opções para atender às suas necessidades. No entanto, à medida que a tecnologia avança e as exigências dos consumidores aumentam, as Óticas terão de se desenvolver para oferecer experiências inovadoras e personalizadas. Neste artigo, exploraremos as tendências emergentes e as características das Óticas do Futuro.



Realidade aumentada e provedores virtuais:

Uma das principais inovações nas Óticas do Futuro é a integração da realidade aumentada (RA) e a utilização de provedores virtuais. Com a RA, os clientes podem experimentar virtualmente diferentes tipos de lentes, sem precisar fisicamente colocá-las. Basta utilizar um dispositivo como um iPad ou óculos de realidade virtual para visualizar como funcionam, por exemplo, as lentes progressivas, podendo ajustar dados como Graduação, Vertex, Pantoscópio, entre outros e o cliente ter uma percepção imediata dos campos visuais de cada tipo de lente progressiva (APP MuyBuy Pro da Tematica Software). Com os provedores virtuais, presentes já em muitos dos grandes fornecedores do mercado, mas sendo também cada vez mais uma aposta grande, das chamadas 'marcas independentes', podemos dar a experimentar aos clientes, outros modelos e cores antes de realizar uma encomenda. Essas tecnologias permitem uma experiência de compra mais imersiva e conveniente, ajudando os clientes a tomarem decisões mais informadas antes de fazerem uma compra.

Impressão em 3D e óculos personalizados:

A impressão em 3D tem ganho destaque em diversas áreas, e as Óticas não são exceção. No futuro, as Óticas poderão oferecer serviços de impressão em 3D para criar óculos personalizados de acordo com as preferências e medidas de cada cliente, produzidos e entregues em poucas horas. Essa tecnologia permitirá que os clientes tenham óculos exclusivos, adaptados perfeitamente ao formato de cada rosto e estilo pessoal. Além disso, a impressão em 3D também agilizará o processo de produção, permitindo que os óculos sejam fabricados no local, reduzindo os prazos de entrega a que estão sujeitos no Presente.

Inteligência artificial e recomendações personalizadas:

A inteligência artificial (IA) desempenhará um papel fundamental nas Óticas do Futuro, ajudando a fornecer recomendações personalizadas aos clientes. Com base em dados recolhidos, como preferências de estilo, formato do rosto e histórico de compras, os algoritmos de IA poderão sugerir modelos de óculos que melhor se adequem a cada cliente e que se encontram no stock da loja. Além disso, a IA poderá auxiliar os vendedores durante as interações com os clientes, fornecendo informações adicionais sobre os produtos e ajudar a criar experiências de compra mais personalizadas e envolventes.

Experiências sensoriais e interativas:

As Óticas do Futuro vão se esforçar em oferecer experiências sensoriais e interativas aos clientes. Por exemplo, as lojas poderão utilizar tecnologias como realidade virtual ou TVs interativas para permitir que os clientes se visualizem com diferentes tipos de lentes, tratamentos ou revestimentos e como afetam a sua visão em situações específicas, como conduzir à noite ou ler em ambientes de pouca luz. Essas experiências imersivas ajudarão os clientes a entender melhor os benefícios e as opções disponíveis, tornando a compra de óculos uma experiência educativa e envolvente.

Conclusão:

As Óticas do Futuro terão de se transformar para atender as expectativas dos consumidores e aproveitar as tecnologias emergentes. A integração da realidade aumentada, a impressão em 3D, a inteligência artificial e as experiências sensoriais e interativas estão redefinindo a forma como os clientes compram e experimentam óculos.

Essas inovações permitem uma maior personalização, facilidade de experimentação e uma experiência de compra mais envolvente. À medida que a tecnologia continua a avançar, podemos esperar Óticas ainda mais inovadoras, que oferecem um equilíbrio perfeito entre estilo, funcionalidade e atendimento personalizado, para os consumidores do Presente e Futuro.

Autor: Joaquim Oliveira

Profissão: Engenheiro Informático

Posição atual na Ótica: Representante da Temática Software (Líder Ibérico em Softwares para Ótica)

Visão Noturna na Condução

Melhore a sua Segurança na Estrada

Conduzir durante a noite pode ser uma experiência desafiadora. A escuridão envolve a estrada, a visibilidade diminui e os faróis dos outros veículos podem ser intensos. Neste artigo, vamos explorar a importância da visão noturna na condução e como pode melhorar a segurança na estrada, com um olhar especial para as lentes Shamir Driver Intelligence™.



A Importância da Visão Noturna na Condução

A visão é crucial para a percepção do mundo, representa até 80% das experiências sensoriais. [1] Isso também se aplica à experiência de condução: A visão é essencial para segurança na estrada!

Durante o dia, a luz natural proporciona uma visão mais nítida da estrada, permitindo que os condutores vejam com clareza os obstáculos, placas de trânsito e outros veículos. No entanto, o excesso de brilho e encadeamento solar são obstáculos a enfrentar. À noite, a falta de luz natural e as condições de iluminação variáveis podem tornar a visão noturna um verdadeiro desafio.

Uma visão noturna deficitária acarreta uma série de problemas: Dificuldade em perceber obstáculos, tempo de reação em situações de aumento tráfego, e até um aumento da fadiga ocular, muito por causa do brilho dos faróis. Para garantir uma condução segura é necessário cuidar e melhorar a visão.

5 Dicas para Melhorar a Visão Noturna

Ficam algumas medidas que os condutores devem considerar:

- Manter os Faróis Limpos: Quando sujo, os faróis, podem difundir a luz e reduzir a visibilidade;
- Evitar olhar diretamente para faróis de outros veículos: Quando um veículo está a aproximar-se, com faróis altos, deve desviar o olhar para a faixa da direita e usar a sinalização adequada para indicar a presença;

- Considerar lentes de condução específicas: Lentes de condução como as Shamir Driver Intelligence™ são projetadas para melhorar a visão durante a condução – para condução noturna e em condições de fraca luminosidade, as MOON; para condução diurna, as SUN – reduz o encadeamento e melhora o contraste
- Reduzir a velocidade: Conduzir a uma velocidade mais controlada à noite permite uma melhor reação a obstáculos inesperados. Evite a pressa e mantenha uma condução tranquila e segura.
- Parar frequentemente: Se conduzir por longos períodos durante a noite, é importante parar regularmente para descansar e evitar a fadiga.

Conclusão

A segurança na estrada deve ser uma prioridade para todos. Adotar hábitos e precauções adequadas pode fazer uma grande diferença na experiência de condução noturna.

A visão noturna desempenha um papel crucial na segurança da condução. Seja adotando dicas para melhorar a visão noturna ou considerando lentes de condução específicas como as Shamir Driver Intelligence™. Investir na visão é uma decisão inteligente!

Lembre-se, uma visão nítida é a chave para uma condução noturna segura e tranquila.

Vivececop Japão 23: Construindo uma comunidade

Mais de 80 associados da CECOP retornaram da viagem inspiradora de Vivecop ao Japão, onde mergulharam na cultura, história e beleza deste país asiático do Extremo Oriente.



Essa viagem não foi apenas uma aventura inesquecível, mas também uma manifestação dos valores fundamentais do CECOP: diversidade, inclusão e apoio à óptica independente. “A viagem ao Japão com ViveCecop foi uma experiência transformadora. Não apenas tivemos a oportunidade de explorar a riqueza cultural do Japão, mas também fortalecer nossas conexões com colegas do setor”, diz Antonia Carrera, da Optics Carrera. “Esta viagem lembrou-me porque escolhi ser um oculista independente e como a CECOP está realmente comprometida com o nosso sucesso”, acrescenta Susana Cabanas, Vision Spa Optics.



A Vivecopp valoriza a diversidade em todas as suas formas. Durante a viagem, os associados tiveram a oportunidade de explorar e apreciar a diversidade cultural do Japão, desde as antigas tradições de Kyoto até a modernidade de Tóquio. A inclusão também foi um tema central, pois eles mergulhavam na rica história do país e tiveram a oportunidade de se conectar com pessoas de diferentes origens culturais.

A CECOP permanece comprometida com a sua missão de fornecer apoio e recursos à ótica independente em todo o mundo. Com o ViveCecop, o seu objetivo é criar experiências e encontros que fortalecem as relações entre os profissionais da ótica. A viagem ao Japão foi uma experiência enriquecedora que

deixou uma impressão duradoura em cada viajante. “O Japão é um país incrível e essa viagem foi uma oportunidade única de vivê-lo na companhia de colegas apaixonados. Além das visões incríveis e da cultura fascinante, o que eu mais valorizava foi o senso de comunidade que compartilhamos”, explica José Ramón Gaspar, da Extremeña Vision Health Optics.

Os trilhos das experiências mais destacadas incluíram:

- Templos de Kyoto: a visita aos antigos templos de Kyoto, como Kinkaku-ji e Nijo Castillo, deixaram todos impressionados com a riqueza da história japonesa e a arquitetura impressionante.
- Nara e o cervo: a caminhada pelo parque de Nara e o encontro com o cervo amigável deixaram uma impressão duradoura, destacando a relação única entre natureza japonesa e cultura.
- Modern Tóquio: a exploração de Tóquio, de Tóquio Skytree ao distrito de Harajuku, refletiu a surpreendente fusão de tradição e modernidade que caracteriza o Japão.
- Jantar de despedida: o jantar emocional de despedida num restaurante local foi um momento especial que reforçou os laços entre os associados da Cecop.

Compromisso contínuo com a óptica independente

A viagem ao Japão foi um lembrete de que a colaboração, a diversidade e o apoio são valores fundamentais para o CECOP. A organização continuará trabalhando para capacitar a ótica independente e fortalecer a sua presença nas suas comunidades. A ViveCecop representa o compromisso da CECOP de abrir novas perspectivas e oportunidades para os seus associados. A organização espera com entusiasmo iniciativas futuras que continuam enriquecendo a vida de ótica independente e fortalecendo a comunidade global do CECOP. “A viagem de Vivececop ao Japão foi uma experiência excepcional para todos nós. O mais importante é o espírito da comunidade e a unidade que experimentamos nesta viagem. Como fundador da CECOP, tenho orgulho de ver os nossos associados participarem ativamente da pesquisa para a excelência e crescimento na indústria de ótica independente”, acrescenta Jorge Rubio, CEO da CECOP.

Ana Hickmann

eyewear



A beleza encontra a elegância em designs emocionantes e inovadores

Uma expressão graciosa e feminina retorna à Ana Hickmann este Outono/Inverno 2023, a glamorosa e impactante marca de óculos femininos produzida pela GO Eyewear. Os materiais avançados e de alta qualidade incluem acetato, titânio, beta-titânio e aço inoxidável, dando continuidade ao estilo e fascínio do conceito estético de Ana Hickmann, garantindo ao mesmo tempo excelência técnica e conforto durante todo o dia.

Pela primeira vez, Ana Hickmann apresenta um clip-on contemporâneo na coleção, desenvolvido para ter um apelo mais trendy e também uma solução prática de proteção UV num instante. O clip-on é magnético e é preso à frente de acetato em vários pontos separados da armação para segurança, conforto e incrível facilidade de uso.

O conceito exclusivo Duo-Fashion de Ana Hickmann ganha mais uma vez destaque na coleção, desta vez com um novo padrão, chamado MOSAICO, de design arrojado e geométrico, com estilo expressivo e luxuoso para mulheres que desejam usar algo fresco.



AH3280

Óculos de sol quadrados oversize em metal, com lentes solares degradês elegantes. As três cores diferentes são marcantes e sedutoras em combinações ouro/dourado, verde escuro/verde ou ouro/verde – as hastes apresentam o logotipo DUOFASHION com a Impressão do AH da marca.



AH6543

Uma combinação maravilhosa de armação com um design geométrico oversize, o AH3278 oferece um formato perfeito para virar a cabeça e detalhes interessantes, como uma haste dupla de metal segurando o logotipo ANA HICKMANN. As cores incluem metal dourado com verde escuro, metal dourado com preto e metal dourado com castanho escuro.



AH3277

O visual muito especial do Ana Hickmann AH3277 oferece uma nova tendência nesta linha para a temporada. O formato é angular, bastante estreito e muito moderno. A paleta de cores do estilo inclui uma tartaruga preta com estampa delicada, um cristal rosa e um verde com estampa natural.

1983-2023: De Rigo comemora 40 anos de história da Police

A marca de estilo de vida do grupo De Rigo comemora os seus primeiros 40 anos e fala sobre os objetivos e os seus projetos futuros. Uma nova evolução da Police em nome de uma nova identidade.



Uma constante mudança que a marca do grupo De Rigo, líder mundial no design, produção e distribuição de óculos Sol e Vista, optou por comemorar em Barcelona.

“Dary Evolution” é o ponto culminante das grandes celebrações deste ano, nas quais a Police queria honrar no seu quadragésimo aniversário, juntamente com mais de 200 convidados de todas as categorias (óculos/ perfumes/ relógios) na sala Luz de Gas, sala emblemática da cidade.

O evento: uma viagem ao passado e ao futuro do universo Police

O evento começou com a participação de Barbara de Rigo (chefe de marketing da DRV), que fez uma revisão histórica dos melhores momentos que a marca viveu nesses 40 anos.

Posteriormente, Pau Fonts (desenvolvimento do mercado europeu) apresentaram a situação atual da Police em todo o mundo e o valor de todas as categorias de estilo de vida. Susana Garrido e Rebecca Adillo fecharam o evento explicando aos participantes todos os projetos das categorias de perfumes e relógios, respectivamente.

No entanto, 2023 não apenas representa o ano em que o quadragésimo aniversário da Police é comemorado, mas também o momento em que a marca de estilo de vida escolhe redefinir-se.



Barbara de Rigo, diretora de marketing da De Rigo, Pau Fonts (Desenvolvimento do Mercado Europeu), Susana Garrido e Rebecca Adillo da Police participaram no evento.

A marca da casa do grupo De Rigo evoluiu ao longo dos anos sem nunca trair os seus valores, conquistando mais gerações com coragem, determinação e espírito aventureiro. Das suas origens, a Police é a marca que melhor interpreta o espírito ousado daqueles que não gostam de homologações. Testemunha de um universo em constante mudança, hoje a marca dilui o estilo dos anos 90 numa versão mais contemporânea, onde a verdadeira força não coincide com os estereótipos clássicos, mas com a coragem de ser quem é e a capacidade de descobrir a individualidade e a própria singularidade.

Os números de POLICE

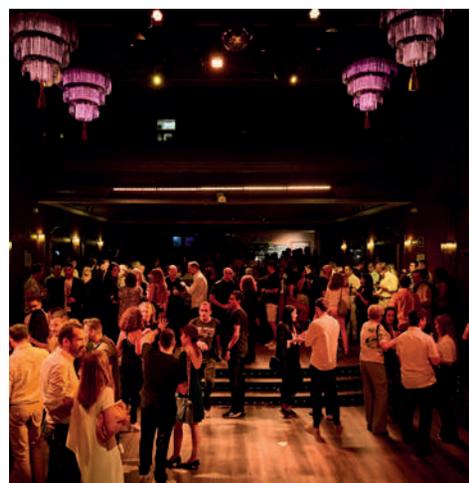
Em 2022, o estilo de vida da Police continuou com o crescimento que começou em 2021, graças ao sucesso constante das várias coleções e aos importantes investimentos de apoio. O fecho do ano mostra um valor de +22% em comparação com 2021, com uma cobrança para venda de estilo de vida no mercado superior a 300 milhões de euros.

2023 também começou muito bem, com um crescimento de dois dígitos da renda total no primeiro trimestre. Em particu-

lar, graças à valiosa colaboração com a ILG por relógios e jóias e um desempenho MAVIVE particularmente positivo para a licença de perfume, que registrou um aumento de 59%.

Presente em mais de 100 países graças a uma importante rede de distribuição para todas as categorias de produtos, é na Europa onde a Police tem um mercado de escolha (50% da cobrança), com as vendas promovidas pelos negócios da Itália, França, Alemanha, Espanha, Reino Unido e Portugal. Fora do antigo continente, entre os mercados mais importantes da marca que encontramos na Ásia (20% do faturamento), onde o Japão está entre os principais mercados, seguidos pela Índia, Coreia, Indonésia e China, Oriente Médio e África (14%), com atenção especial aos Emirados Árabes Unidos. O crescimento da distribuição e dos negócios nos EUA é recente.

Do ponto de vista da contribuição para a facturação por categoria de produto, os óculos representam o principal negócio (52%). Tanto os perfumes quanto os relógios e as jóias representam 20% da faturação e são muito importantes na distribuição da Police em todo o mundo, seguidas de roupas e acessórios para a pele.



Vários momentos do evento de celebração do 40.º aniversário da Polícia na Sala Luz de Gás em Barcelona.

Opticalia apresenta exclusivamente a marca de óculos El Ganso

A primeira coleção de óculos de sol e vista El Ganso x Opticalia estará disponível a partir de 7 de setembro nas ópticas do grupo em Espanha e Portugal e em www.opticalia.com.



Na sua aposta na moda e nas marcas exclusivas, o grupo óptico apresenta a primeira Coleção El Ganso x Opticalia. É composta por óculos graduados e óculos de sol que refletem a essência e o DNA da marca El Ganso.

Cada um dos designs é a soma de tradição e modernidade, uma fusão perfeita entre clássicos intemporais e novas tendências de moda, cores e formas atual. Destina-se a um público que quer se reinventar sem perder sua essência e procura de elegância com um toque casual e divertido.

A coleção El Ganso x Opticalia propõe modelos masculinos e femininos, além de modelos unisexo. Todos eles transferem fielmente o estilo de El Ganso para o mundo óptico, através das cores (vermelho, azul, verde, preto e castanho), as formas e os detalhes destacam-se principalmente nas hastes.

As fotos expostas são uma amostra de alguns dos óculos que estarão à venda

Essilor Instruments lança a sua nova linha de biseladoras ES

Com décadas de experiência em biselamento e montagem, bem como seu domínio de lentes e armações, a Essilor Instruments tem sido uma pioneira confiável na indústria de biselamento, comprometida com pesquisa de ponta, inovação e atendimento aos profissionais de saúde desde 1954. Hoje, a Essilor continua a construir essa confiança com a biseladoras ES: ES™ 700, o chanfrador ES™800 e a centralizadora automática TCB 800™: uma nova linha de sistemas de biselamento de última geração em óptica. Graças ao seu design compacto e facilidade de utilização, esta nova gama permitirá aos profissionais poupar tempo e espaço, mantendo a experiência e o artesanato como um dos principais valores.



Essilor Instruments lança ES™ 700 e ES™800, uma nova linha de sistemas de biselamento de última geração em óptica.

Fluxo de trabalho simplificado. Produtividade melhorada

Para a nova linha ES™, a otimização desempenha um papel importante: maior precisão e maior produtividade, mesmo quando se trata de óculos exigentes. Graças à sua tecnologia de última geração, o tempo de leitura óptica é reduzido em até 75%, o tempo de travamento e centralização em até 20% e o tempo de biselamento em até 19%, através da implementação do Ciclo de Desbaste Rápido (FRC). Além disso, o TCB 800™ harmoniza automaticamente o caminho da base da estrutura e ajusta os dados de centralização com base em parâmetros 3D, permitindo um traçado perfeito e garantindo o ajuste correto.

Projetado pensando em profissionais e clientes

Os seus materiais de elevada qualidade e as suas silhuetas modernas e elegantes fazem com que a gama ES™ se adapte facilmente ao espaço de trabalho de qualquer profissional, mas o seu design elegante está longe de ser o seu único trunfo: graças aos ecrãs ergonómicos multitoque e a uma interface intuitiva, a facilidade de utilização é fundamental. o coração deste instrumento. Com perfis de usuário personalizados, acesso rápido a trabalhos usados com frequência e a extensa e atualizada biblioteca de coleções de montagens do TCB 800™, a personalização fica mais fácil do que nunca.

Precisão de eixo otimizada

Graças ao controle em tempo real das forças de corte, o ciclo de desbaste se adapta automaticamente à curva das lentes até a base 10, o que significa mitigar os riscos de desvio do eixo e otimizar o posicionamento do chanfro e a profundidade do passo para uma montagem mais segura. Além disso, com os chanfradores ES™ 700M e ES™ 800M que combinam tecnologia híbrida de fresamento e desbaste, os profissionais têm a garantia de controle absoluto do eixo, mesmo para lentes escorregadias, hidrofóbicas e delicadas. Graças à tecnologia de corte a seco ecológica, também podem reduzir o consumo de água e odores indesejados.

Com a biseladora ES™ 800, os profissionais inspirarão seus clientes

Usando seu aplicativo web M'Eye Custom™, o chanfrador ES™ 800 oferece aos profissionais a oportunidade de envolver os clientes com um estilo de óculos personalizado exclusivo e uma experiência de compra interativa. Eles podem facilmente gravar lentes com M'Eye Sign™, personalizar o formato das lentes com M'Eye Shape™, oferecer soluções de encaixe com M'Eye Clip™ e até mesmo integrar lentes pequenas com M'Eye Diamond™, oferecendo opções para ser capaz de personalizar cada par, melhorando a conexão do cliente com o produto e permitindo ao profissional maximizar sua criatividade.

SILMO

ISTANBUL

OPTICAL FAIR

INTERNATIONAL OPTICAL & OPHTHALMOLOGICAL PRODUCTS EXHIBITION

EVOLUTION BEGINS

23>26 NOVEMBER
2023
HALL 5-6-7 ISTANBUL EXPO CENTER

10th
ANNIVERSARY



Request Your Badge

DISCOVER THE MOST
ADVANCED SUN LENS

PHOTOCHROMIC

SPECTRAL CONTROL®

POLARIZATION

Stellest®

Essilor®

#1 marca de lentes

mais recomendada por
profissionais de saúde visual*

As lentes Essilor® Stellest®
Abrandam a progressão
da miopia em média 67%**

**Em comparação com lentes unificas standard, quando utilizadas pelas crianças pelo menos 12 horas por dia, todos os dias. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Lentes oftálmicas com microlentes esféricas para controlo da miopia vs Lentes oftálmicas unificas. Estudo clínico randomizado. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-278. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>. As lentes Stellest® são qualificadas como dispositivos médicos nos termos no Regulamento UE 2017/745. Essilor® e Stellest® são marcas registadas da Essilor International.

