

# Prooptica convida óticos a conhecer as novas coleções

**A Prooptica percorreu vários pontos do país e reuniu-se com óticos e parceiros, para dar a conhecer as mais recentes novidades das quatro áreas de negócio: óculos, lentes, acessórios e IT, design e arquitetura. A ÓpticaPro esteve no showroom do Porto para conversar com Alexandra Fernandes, diretora da área de óculos da Prooptica, que destacou o lançamento de uma nova marca parisiense, no segmento premium, a Nuxe Eyewear.**

Na área de armações e óculos de sol, a grande novidade foi a apresentação da marca Nuxe Eyewear, que se uniu ao portfólio de marcas internacionais da Prooptica, para se destacar no segmento premium, com especial relevância para o público feminino. A coleção inspira-se no Huile Prodigieuse, um óleo com “um perfume único, feito com produtos naturais e multifunções, já que pode ser utilizado no rosto, corpo e cabelo”. Para Alexandra Fernandes, diretora da área de óculos, esta coleção “terá, certamente, uma grande aceitação em Portugal”. Alexandra Fernandes revela que a coleção está repleta de pormenores: “A coleção é feita em acetato biodegradável e todas as peças são muito elegantes, têm um toque único, especial e muito suave. Em todas as armações as ponteiros terminam com uma gota de óleo, a fazer alusão ao icónico Huile Prodigieuse, e as partes metálicas arredondadas, evidenciadas na frente das peças, têm como inspiração a tampa do frasco do óleo. No que toca ao jogo de cores, temos bem presente tons translúcidos e peças em degradê que nos fazem lembrar o próprio óleo e a ligação com a natureza”.



A coleção Nuxe Eyewear é muito feminina, com formas harmoniosas, que remetem para a beleza das flores, e dos seus tons suaves, como o rosa, o mel e o verde. O pormenor da gota de óleo nas ponteiros, dá o toque final a esta coleção, onde se sente a paixão pelas fragâncias e a ligação com a natureza, na conceção de cada detalhe.

Alexandra Fernandes ressalta ainda, dentro do segmento premium, as marcas Jaguar Eyewear e Minamoto. A Jaguar Eyewear, que celebra 40 anos, apresenta peças sofisticadas, que acompanham a tecnologia e design exclusivos da marca, transferindo cuidadosamente os detalhes dos carros Jaguar, para as armações e óculos de sol. Para celebrar o aniversário, a marca criou uma peça emblemática, vintage, feita em titânio, que vem numa



Rui Silva, Sérgio Fangueiro, Hernâni Almeida, Alexandra Fernandes e Almerindo Félix

caixa cuidadosamente trabalhada. Segundo Alexandra Fernandes, os 40 anos da marca “também estão presentes e evidenciados nas imagens de comunicação”.

A marca Minamoto, inspirada na cultura japonesa, remete-nos nesta coleção às raízes e a toda a herança desta cultura, “surge agora com detalhes em acetato na frente da armação, que enriquecem as peças de puro titânio, modelos extremamente leves e com elevado nível de durabilidade”, refere a diretora de óculos da Prooptica.

No segmento trendy, o destaque vai para as marcas Danell, Amália e Duyos, todas elas com muitas novidades. Na marca Danell, Alexandra Fernandes fala da introdução de algumas peças com salpicos de cor. “Lançada há cinco anos, a marca está bem implementada no setor ótico e aparece este ano com algumas cores mais intensas e alguns degradês. Apesar de ser uma marca desenhada a pensar no homem clássico e conservador, fiel a um estilo próprio, as suas coleções apresentam designs sofisticados, muito masculinos, mas com pequenos toques de modernidade”, acrescenta Alexandra Fernandes.

Na marca Amália há também novidades,

nomeadamente a incorporação de glitter nas armações, que dá um toque diferenciador às peças. A coleção é inspirada na diva portuguesa do fado e, por isso, todas as peças têm um malmequer na ponteira. Em destaque está também um modelo especial da coleção Amália by João Rolo, feita pelo estilista português: “Temos um modelo muito elegante e distinto, desenhado pelo renomeado costureiro de haute couture João Rôlo. Esta peça é limitada e numerada de 1 a 100. Este óculo é entregue envolto numa embalagem personalizada com uma pintura do artista plástico Rui Silva. A coleção Amália apresenta um estilo clássico, elegante e com traços de ousadia”. Alexandra Fernandes confidenciou que em setembro de 2024 a coleção cápsula Amália by João Rôlo será alargada a mais modelos.

Já na marca Duyos, dedicada ao universo feminino, que surgiu no ano passado, a diretora de óculos evidencia que foi uma marca vencedora, que conquistou os óticos portugueses e teve bastante impacto no mercado nacional. A coleção diferencia-se pela conjugação marcante de cores, transparências e padrões, e pela utilização de acetatos

laminados, diferenciação que o próprio estilista espanhol usa na sua coleção têxtil. As peças continuam bastante disruptivas e irreverentes, assim como elegantes e sofisticadas. Relativamente ao segmento essencial, a diretora de óculos da Prooptica salienta as novidades das marcas Dielmar, Quebramar, Lanidor, Throttleman e Masai. No caso da Dielmar, marca 100% portuguesa, Alexandra Fernandes menciona “peças mais modernas e simples, com a introdução de grifos”.

Na coleção Quebramar o ponto forte passa pelos clips-on, que são cada vez mais procurados no mercado, e pela linha sport, com num design desportivo e lentes espelhadas. A coleção aposta em jogos de cor intensos e transparências que enriquecem o design descontraído e confortável.

Segue-se a marca Lanidor, muito conhecida no panorama português, com uma coleção eyewear de formas equilibradas, refinadas e elegantes, “inspirada numa mulher cheia de atitude e de personalidade”, coleção essa que “segue as tendências, com cores fortes, bastantes pormenores e muito equilibrada em termos de metais e de acetatos”. Na marca Throttleman encontramos tons terra e nudes, numa coleção descontraída e descomplexada, focada nos mais jovens. Por último no segmento essencial, a diretora de óculos salienta a marca Masai que “apresenta novas imagens que resultam como um manifesto de inclusão, onde cada par de óculos é uma celebração da diversidade humana”.

Alexandra Fernandes explica “que a marca é universal, bastante consensual e adequada a qualquer indivíduo”. A coleção apresenta-se sem fronteiras, desenhada para abraçar cada indivíduo, independentemente da sua cor, origem, raça ou idade. Os modelos apresentados mostram linhas simples e elegantes.

No que toca ao segmento Specialist, o destaque vai para a marca Progear Eyeguard que fornece uma ampla gama de óculos de proteção desportiva”. A área de acessórios está repleta de novidades, onde destacamos na



marca Essential: o novo catálogo de oficina, o mais recente catálogo de correntes e cordões, bem como um programa bem estruturado para a oferta de artigos personalizados. Já na área de lentes, o foco de Alexandra Fernandes foi o catálogo Solution Lenses, a marca própria de lentes oftálmicas. Para finalizar, a área de arquitetura que está cada vez mais desenvolvida com soluções chave na mão, sendo assim, uma grande aposta da Prooptica.

No que toca ao segmento Specialist, o destaque vai para a marca Progear Eyeguard que fornece uma ampla gama de óculos de proteção desportiva”.

A área de acessórios está repleta de novidades, onde se destaca a marca Essential: o novo catálogo de oficina, o mais recente catálogo de correntes e cordões, bem como um programa bem estruturado para a oferta de artigos personalizados. Já na área de lentes, o foco de Alexandra Fernandes foi o catálogo Solution Lenses, a marca própria de lentes oftálmicas. Para finalizar, a área de arquitetura que está cada vez mais desenvolvida com soluções chave na mão, sendo assim, uma grande aposta da Prooptica.

Questionada sobre a importância destes momentos de exposição, a diretora de óculos reforça que é “fundamental para estar próximo dos clientes e parceiros, de forma a conseguir dar a conhecer todo o portfólio disponível”. Alexandra Fernandes termina dizendo que em setembro terão mais novidades, o lançamento de uma nova marca, Sevenoaks e a reestruturação da marca Piper, uma coleção de óculos de criança, muito divertida.

# ÓPTICA PRO

.....  
**Nº 251**  
.....

**Revista de Informação Especializada e Profissional** – Destinada a profissionais  
Preço de Capa €10,60 – Mensal • abril 2024

## Reunião de Júri Prémios ÓpticaPro



**Um tributo à ótica excepcional**