

LOOKVISION

EDIÇÃO PORTUGAL • Nº 69 • JULHO/AGOSTO 2018

JOÃO GONÇALVES

A ótica com energia
alternativa

ANDRÉ BRODHEIM

Uma nova mensagem chamada Optivisão

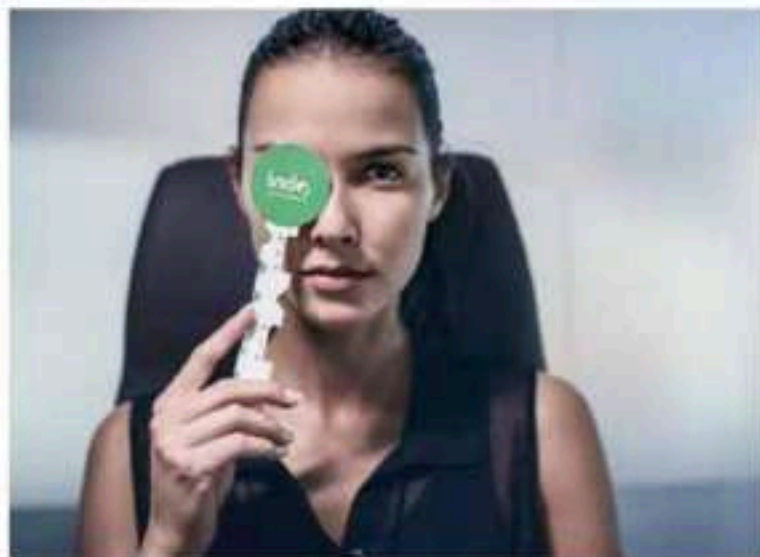
MAUI JIM

A Europa com mais e melhor Maui Jim

OPTOMETRIA

Bases do treino visual desportivo





INDO

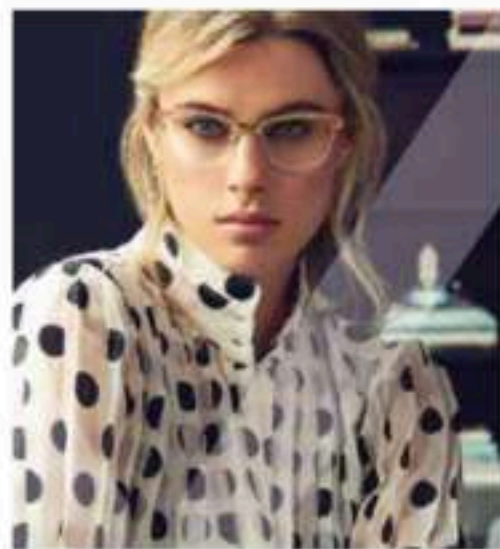
Nova vida em Portugal A marca dedicada à comercialização de lentes oftálmicas e equipamentos para óticas e oftalmologistas inicia uma nova fase em Portugal com a inauguração, em julho, das novas instalações, no coração de Lisboa. O objetivo central é servir melhor os seus parceiros, através da otimização dos serviços e um acompanhamento técnico mais próximo. Adicionalmente a Indo lusa reúne, desta forma, as suas equipas de lentes oftálmicas e equipamentos óticos sob o mesmo teto, potenciando sinergias em prol dos seguidores da insígnia. O quadro humano da empresa também se renovou, contando com o novo diretor comercial, Tiago Ferreira e os mais recentes gestores comerciais, Tiago Melo e Sérgio Santos, lado a lado com os já experientes António Pinharandas e Nuno Santos. Ainda como reforço comercial, a *key account manager* Carmem Mendes traz a sua experiência na empresa e conhecimento dos clientes para elevar esta função. Diogo Rosa é também um novo reforço na equipa, encarregue do novo departamento de gestão personalizada de clientes, que alinha a comunicação entre a Indo e os seus parceiros. Em comunicado a empresa ressalva que "o mercado nacional continua a ser essencial na estratégia da Indo, sobretudo nesta nova etapa de crescimento na qual contará com os conhecimentos do seu novo acionista maioritário, o Grupo Ergon Capital." Em junho, a marca de lentes e equipamentos anunciou a entrada deste gestor de investimentos na Indo Optical, através da compra de uma parte da principal acionária da casa, Sherpa Capital. A promessa é a de mais investimentos para solidificar o crescimento de vendas que a Indo tem registado.



MULTIOPTICAS

Projetos sociais ao lado de Jorge Pina

O atleta paralímpico Jorge Pina viajou até Cabo Verde para uma formação internacional de boxe, levando consigo alguns jovens da Associação Jorge Pina para competirem e interagirem com pugilistas mais experientes de além fronteiras. No âmbito desta viagem, o atleta passou por diferentes aldeias cabo-verdianas e, com o apoio da MultiÓpticas, distribuiu materiais lúdico-pedagógicos como livros e roupas e produtos de higiene pessoal para as crianças carentes que vivem nestes locais. Adicionalmente, o grupo de ótica está já a desenvolver um projeto no sentido de, brevemente, levar a estas populações um optometrista para realizar exames visuais e oferecer óculos graduados às crianças. A parceria entre a Associação Jorge Pina e a MultiÓpticas, líder de ótica em Portugal, tem resultado em diferentes iniciativas e vai contar com a 3ª edição da Corrida Associação Jorge Pina powered by MultiÓpticas e More Results, no dia 30 de setembro, no Parque de Jogos 1º de Maio, em Lisboa. As inscrições já estão abertas e a totalidade dos lucros reverte para a instituição. A Associação Jorge Pina conta neste momento com 200 crianças e jovens e quer incentivar os jovens com deficiência a praticar exercício físico, na promoção do bem-estar mental e social e na integração por via do desporto.



FYSH

Um novo capítulo A marca canadiana lança-se num novo episódio do seu percurso e muda o seu *branding*. Um visual ambicioso e que fala de olhos nos olhos com a mulher moderna e independente desenvolve-se agora em torno do seu Y, que assumirá um papel cimeiro na comunicação da FYSH, numa mensagem minimalista mas poderosa. Do "outro lado" da marca estão as criações brilhantes que se desdobram em desenhos muito femininos, pontilhados com cores, padrões e efeitos cintilantes que se comprometem com uma imagem perfeita.