

MEMORIA ANUAL
2023



MULTIÓPTICAS



ÍNDICE

Introducción	6
Corporativo	10
Portfolio de marcas	24
Marketing	52
Lente oftálmica	94
Contactología	100
Audiología	116
Sostenibilidad	124



01

INTRODUCCIÓN

“**2023 ha sido un año realmente significativo en la historia de Multiópticas, pero nuestra vocación por ofrecer un servicio único estoy seguro de que nos impulsará a seguir mejorando para seguir alcanzando metas y superando nuevos desafíos**”

Carta del Presidente de la Cooperativa

A lo largo de 2023 Multiópticas ha vuelto a evidenciar que una filosofía compartida basada en ofrecer experiencias extraordinarias, diseños innovadores y un servicio único, es nuestro valor diferencial más importante. Un valor que gracias a la dedicación y esfuerzo de nuestros socios y empleados nos ha permitido consolidar nuestro liderazgo en el sector de la salud visual y moda.

2023 se resume en un año de muy buenos resultados. Un año en el que hemos consolidado nuestra solvencia y liderazgo en un entorno económico desafiante, hemos sido protagonistas con un claro incremento de las campañas de marcas propias y colecciones cápsulas propias y en colaboración con diseñadores, hemos centrado nuestros esfuerzos en la inauguración y la renovación de imagen de numerosos establecimientos ópticos con el fin de obtener un mismo “look and feel” en diseño, imagen y servicios. Esta estrategia de compañía no solo nos ha permitido crecer en el sector óptico sino en el ámbito de la audiolología, un pilar de negocio fundamental durante 2023.

En un sector como el nuestro, la clave del éxito está en poner siempre foco en las necesidades de los clientes: ofreciendo de esta forma productos en tendencia y con una gran visión en moda, pero siempre centrados en ofrecer la máxima calidad en salud visual. Una calidad que queremos que cada vez llegue más lejos y a más personas, por eso, este año hemos puesto en marcha una estrategia que nos ha permitido incrementar nuestra presencia entre el público masculino e infantil.

En esta línea, quiero agradecer a todos los socios, colaboradores y empleados el esfuerzo y el trabajo diario que habéis desempeñado durante el 2023. Para nosotros, el talento de nuestros equipos, su implicación y compromiso son ingredientes fundamentales para nuestro éxito. Un éxito que pasa por generar un impacto real en lo que hacemos. Queremos continuar contribuyendo de forma activa y voluntaria a que todas las personas tengan las mismas oportunidades de acceso a la salud, de ahí que la labor de nuestra Fundación un año más ha sido clave.

2023 ha sido un año realmente significativo en la historia de Multiópticas, pero nuestra vocación por ofrecer un servicio único estoy seguro de que nos impulsará a seguir mejorando para seguir alcanzando metas y superando nuevos desafíos.

Carlos Piñeiro

Carta del Director General

En Multiópticas siempre hemos demostrado ser capaces de ir un paso por delante siendo una marca que ha apostado por democratizar el uso de las gafas y acercar al sector la moda a través de distintas marcas y líneas de negocio. Este ADN de compañía ha estado presente durante 2023, un año marcado por un contexto de incertidumbre en el que, a pesar de todo, Multiópticas ha evidenciado su liderazgo en el sector visual en España anticipándose e impulsando la innovación como principal palanca.

Durante el 2023 hemos afianzado el posicionamiento como compañía líder en el sector con un crecimiento económico del 18%, demostrando así la solidez y estabilidad de nuestra empresa en el mercado. La producción de campañas creativas y de gran difusión nos ha permitido continuar poniendo foco en líneas exploradas anteriormente como la de la implementación de las gafas progresivas con “Es Momento de Progresivos” y “Mes de los progresivos” o la “Asignatura Pendiente”, la cual continúa el relato de Generación Borrosa y ha permitido a Multiópticas posicionarse como referente en cuanto a la problemática de la miopía infantil. Además, en Multiópticas seguimos colaborando con la Clínica Universidad de Navarra, patrocinando proyectos de investigación en el ámbito de la salud visual.

Me enorgullece mencionar que MÓ, marca icónica dentro de Multiópticas, se sigue posicionado como una de las firmas de referencia en monturas de sol y graduado a nivel nacional, gracias a sus colecciones propias conceptualizadas en torno a un storytelling que se entrelaza siempre con la actualidad y las tendencias del momento. Una narrativa que se ha visto favorecida y reforzada a través de colaboraciones con grandes celebridades del panorama español y

líderes en la industria de la moda, como los diseñadores Teresa Helbig, Juan Avellaneda, Palomo Spain o Juanjo Oliva, quienes ya conforman parte del imaginario MÓ.

Así como grandes marcas del sector del retail que nos han permitido acercarnos al público masculino con líneas estratégicas como nuestra colaboración con la Selección Española o Silbon o para el público infantil con colaboraciones con Patrulla Canina y las Tortuga Ninja.

Nuestro liderazgo, además, se ha visto reforzado por nuestra colaboración como patrocinadores en grandes eventos del nivel de la Mercedes Benz Fashion Week Madrid o el gran evento de Forbes que reunía a los creadores de contenido más influyentes de nuestro país. Pero si hablamos de grandes eventos, es importante señalar “Casa MÓ” el evento en el que no renunciamos a nada, y que ya se ha convertido en el “evento del año” para muchos de nuestros invitados al ser capaces de reunir, moda, tendencias y actualidad de una forma memorable y de gran notoriedad.

Todo esto, contribuye a que podamos seguir cumpliendo nuestro objetivo de posicionarnos como referentes del diseño y de la moda, además de reafirmar nuestro propósito de proporcionar a nuestros clientes el mejor servicio y atención profesional, preservando la salud visual con la máxima garantía calidad-precio.

Además, quiero destacar la presencia digital de Multiópticas ha seguido creciendo durante 2023. Un año en el que hemos seguido expandiéndonos a nuevas plataformas como TikTok o Pinterest, con el objetivo de seguir posicionándonos dentro de la estrategia digital actual. Todo ello, ha contribuido a incrementar en un 20% la creación de contenidos propios.

Todos estos logros han sido posible gracias al talento que integran nuestros equipos, su motivación y pasión son elementos claves para que Multiópticas siga siendo una marca referente en el sector. Y por eso, apostamos por su crecimiento profesional a través de programas de formación y su involucración activa en todas nuestras actividades.

Y en este punto quiero hacer una especial mención a todas aquellas personas que habéis apoyado cada iniciativa que hemos puesto en marcha a nivel interno para mejorar el engagement

con nuestros profesionales. Iniciativas como la app Multiplicadores o el proyecto MÓvers han significado un antes y un después en la forma en la que nuestros profesionales conocen nuestro negocio y prescriben nuestra marca.

Para terminar, quiero agradecer a todas las personas que nos habéis acompañado en este viaje. Muchas gracias a todos los socios, colaboradores y empleados que habéis confiado un año más en nosotros colaborando para que este 2023 se convirtiera en un año verdaderamente significativo.

“

Durante el 2023 hemos afianzado el posicionamiento como compañía líder en el sector con un crecimiento económico del 18%, demostrando así la solidez y estabilidad de nuestra empresa en el mercado

Carlos Crespo

02

CORPORATIVO



Historia de los 47 años de Multiópticas

Multiópticas nació originariamente bajo la denominación Ópticos Asociados en el año 1977 como Cooperativa, y no fue hasta los años 80 que pasó a llamarse definitivamente Multiópticas.

Dirigida bajo un modelo cooperativista, por lo que la vocación social siempre ha estado presente en socios, colaboradores y empleados, Multiópticas constituye un referente en términos de facturación, número de establecimientos y profesionales asociados que crece cada año hasta convertirnos actualmente en una gran compañía líder del sector óptico en nuestro país. Contamos con una red física de distribución formada por más de 550 establecimientos y 2.000 empleados en todo el territorio nacional, y una página de comercio electrónico.

Casi medio siglo después de operar en el mercado, la Cooperativa continúa centrada en cuidar la salud visual y auditiva de las personas. Siempre desde un prisma de innovación constante, nuestro objetivo es ofrecer una atención integral a los clientes. La finalidad es proporcionar al consumidor el mejor servicio y atención profesional preservando la salud visual con la máxima garantía y acercando la moda y últimas tendencias con más de mil modelos disponibles para todas las edades y estilos, con la mejor calidad-precio, para que el cliente encuentre la opción que mejor se adapte a sus requerimientos visuales y estéticos.

Este tándem entre salud y tendencia es una de las características más arraigadas del negocio pues, siendo conscientes de que cada persona busca un producto para una necesidad visual y con unos gustos estéticos distintos, el propósito principal es que encuentre en nuestros centros el producto y la solución que más se adecue a estas exigencias.

Además de ser la compañía con mayor cuota de mercado en España, somos la marca más reconocida por el consumidor y contamos con marca propia de gafas: MÓ, superando el millón de gafas vendidas al año.

Asimismo, como parte de nuestro compromiso con la salud visual, a través de Fundación Multiópticas, ayudamos a personas y comunidades más vulnerables ofreciéndoles atención en salud visual y donando gafas a través de programas propios o colaboraciones con entidades de reconocido prestigio en el ámbito de la solidaridad.

Trayectoria, crecimiento, hitos

A lo largo de su historia Multiópticas ha puesto el foco en adaptarse a las necesidades de la sociedad y el mercado, buscando siempre la mejora continua, lo cual se refleja en nuestros principales hitos como han sido el lanzamiento del ecommerce en 2018 y la nueva imagen de la Cooperativa y de sus centros ópticos y auditivos.

Nos sentimos muy orgullosos de algunos de nuestros logros de los últimos años, que han sido el reflejo y fruto de esta vocación y esfuerzo:

El salto internacional que dimos hace ya once años y que nos ha llevado a contar con presencia en varios continentes. Un paso que hemos dado siempre de la mano de grupos ópticos referentes en cada mercado: Estados Unidos, Canadá, Sudáfrica, México o Filipinas, son algunos de ellos.

El nacimiento de “mó”, nuestra propia marca de producto, que dispone de varias colecciones que suman más de 1000 modelos y que se adaptan y llegan a todos los públicos. Versátiles, cómodas y exclusivas nuestras “mó” son algo más que unas gafas, se han convertido en un complemento de moda.

La renovación de nuestra imagen corporativa, que representa transformación de nuestra identidad, un cambio de imagen que alcanza también al diseño de nuestras tiendas para que todo en Multiópticas refleje nuestra esencia.

El lanzamiento del ecommerce, un nuevo canal de venta para estar siempre cerca de nuestros clientes, cuyos hábitos de compra se desarrollan cada vez más en el mundo online.



Misión, visión y valores

El objetivo de **Multiópticas** es el de cuidar de la salud visual de sus clientes, ofreciéndoles el mejor servicio y atención profesionalizada para que encuentren el producto que mejor se adapte a sus requerimientos visuales y estéticos. Este tándem entre salud y tendencia es, como hemos explicado, una de las características más arraigadas del negocio, siendo nuestro propósito que encuentre en nuestros centros el producto que más se adecua a estas exigencias y estilo de vida.

Somos, además, una empresa cercana, con el **foco puesto en las personas**, centrada en dar respuestas a las necesidades visuales y estéticas de nuestros clientes. Para ello, integramos moda y tendencias con innovación, **cuidamos de la salud visual** al mismo tiempo que nos ocupamos de la imagen personal.

Queremos consolidarnos como **la empresa** referente en el mercado óptico, integrando **innovación y vanguardia** en un producto de calidad y en un servicio al cliente único.

Cercanía

Somos una empresa accesible, pendiente de las necesidades de nuestros clientes. Mantenemos el contacto constante, **escuchamos y atendemos**.

Profesionalidad

Perseguimos siempre la excelencia en el servicio y la calidad del producto. Tomamos las decisiones poniéndonos en el lugar de los clientes. Aprendemos de nuestros compañeros, conocemos el producto y **somos eficientes** en nuestro trabajo.

Innovación

La búsqueda de nuevas soluciones que aúnen calidad, **diseño y tendencia** forma parte del **ADN** de la compañía. Somos innovadores en el producto, en la manera de comunicar nuestra marca, en nuestra relación con el consumidor, en la búsqueda constante de nuevas formas de trabajar y herramientas de colaboración.

Compromiso

Buscamos soluciones. Somos un **equipo dinámico y comprometido** con los objetivos profesionales y empresariales. Trabajamos desde el respeto a los demás. Damos lo mejor de nosotros y pensamos en el éxito de todos y no en los logros individuales.

Lealtad

Trabajamos dando lo mejor de nosotros mismos, siendo fieles a nuestros clientes con los principios que hemos definido juntos. **Siempre disponibles** ante la necesidad que un cliente pueda tener.

Modernidad

Anticipamos tendencias y necesidades adaptándonos a los cambios sin perder nunca nuestra esencia. Buscamos soluciones que impacten de forma positiva. Ofrecemos las **últimas tendencias** en moda, tecnología y diseño. Lo demostramos a través de nuestros productos, servicios, ópticas.



Multiópticas

Sociedad cooperativa

Órganos de gobierno

Asamblea General

Consejo Rector

Dirección General

Comité de Dirección

Departamentos

Recursos humanos, formaciones y cifras clave

El Departamento de Talento se ha destacado durante el último año como un pilar fundamental en el fomento del bienestar integral de nuestros colaboradores. A través de diversas iniciativas y programas se ha promovido un entorno laboral saludable y equilibrado que prioriza el bienestar físico, emocional y social de cada empleado.

En cuanto al desarrollo profesional, el Departamento de RRHH ha desplegado una serie de estrategias destinadas a potenciar el crecimiento y la evolución de nuestros colaboradores dentro de la empresa. Este enfoque en el desarrollo personal ha contribuido significativamente a la retención del talento y al fortalecimiento de la capacidad interna de la organización.

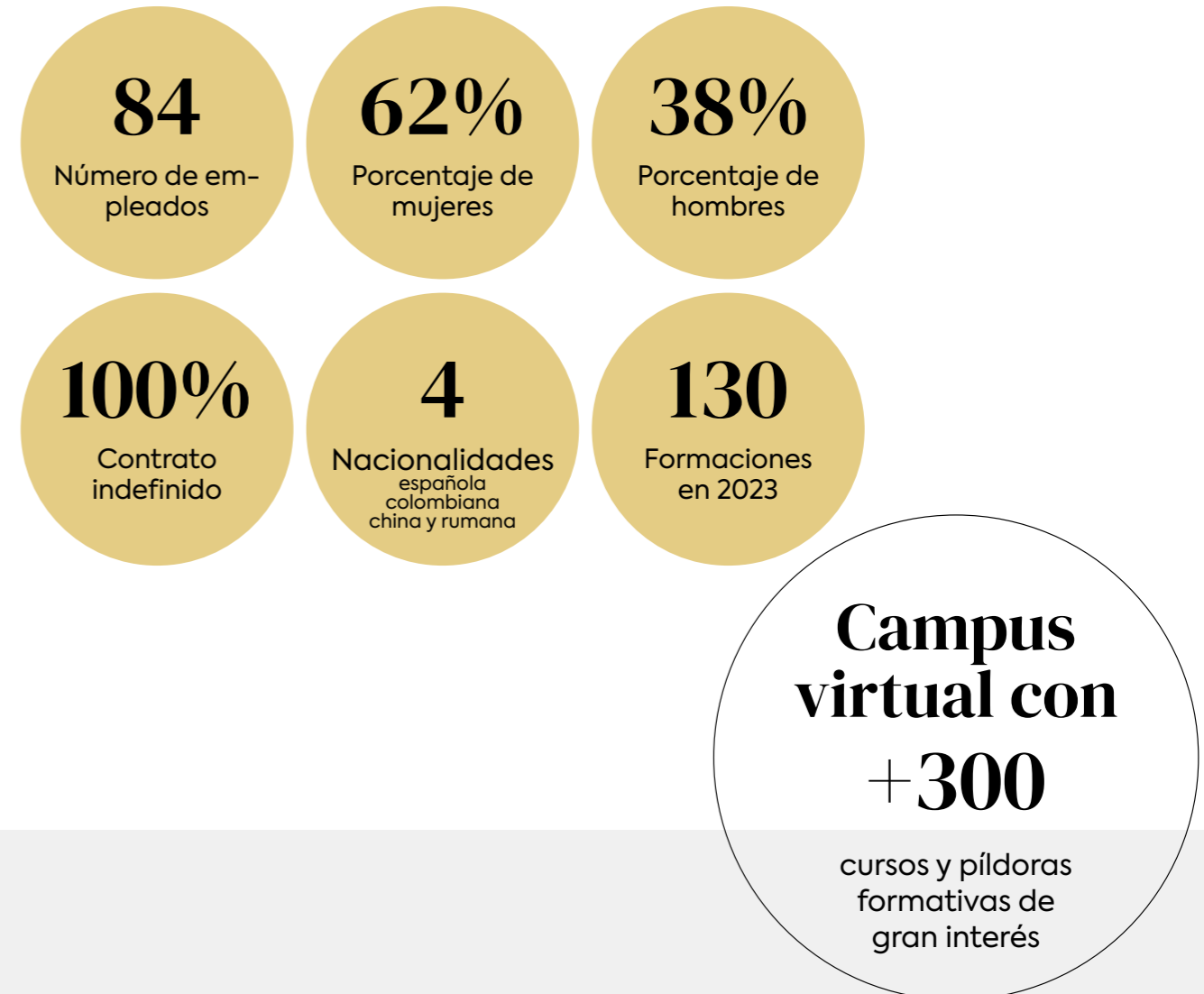
Multiópticas ha implementado una política de retribución positiva que reconoce y recompensa el desempeño excepcional y el compromiso de nuestros empleados. Esta política no solo se enfoca en la compensación financiera sino también en las oportunidades de crecimiento profesional. A través de promociones internas y oportu-

tidades de desarrollo, buscamos fomentar un ambiente donde el talento y el esfuerzo sean reconocidos y recompensados, promoviendo así la retención del talento y el fortalecimiento de nuestro equipo humano.

En el ámbito de la formación, hemos dedicado recursos significativos para ofrecer una amplia variedad de oportunidades de aprendizaje que se adapten a las necesidades y aspiraciones de cada equipo. Este compromiso con el desarrollo continuo ha impulsado la innovación y el crecimiento organizacional, preparando a la compañía para afrontar los desafíos del futuro con confianza y compromiso.

Multiópticas Sociedad Cooperativa ha demostrado su compromiso con el bienestar, el desarrollo y la capacitación del talento a lo largo del último año. A través de una atención dedicada a estas áreas clave, hemos fortalecido la cultura organizacional, promovido el crecimiento individual y colectivo, y sentado las bases para un futuro próspero y sostenible.

Cifras clave



Formaciones mensuales

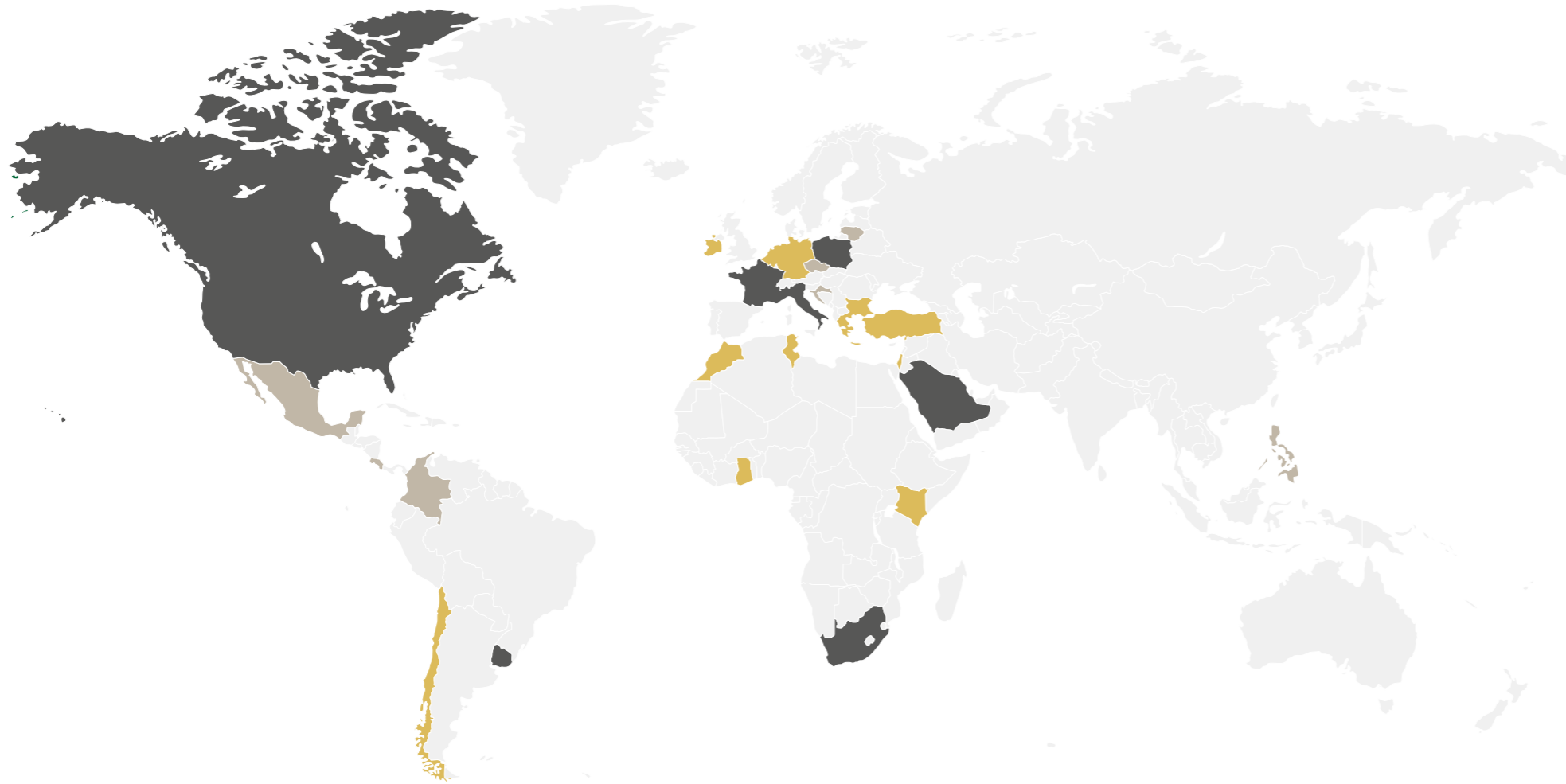


Internacional

La compañía sigue apostando por la internacionalización como pieza clave en la expansión del modelo de negocio, buscando siempre nuevas oportunidades de crecimiento.

Principales países dónde la marca se encuentra y ha estado presente durante todo el proceso de

Internacionalización



Multiópticas está considerada como una de las empresas españolas más importantes y exitosas dentro del sector óptico y de la salud.

Su actividad principal consiste en ofrecer los mejores productos y servicios con unos elevados estándares de calidad y sostenibilidad, a precios atractivos y adaptándose rápido a las necesidades y deseos de los consumidores; elevando así su posicionamiento para ser cada vez más moda.

Para poder ofrecer los mejores productos y servicios en el momento adecuado, en Multiópticas hemos desarrollado un modelo de negocio con una firme orientación hacia el cliente. Este modelo es la base para afrontar los nuevos retos y desafíos del entorno de negocio y sus necesidades.

La **fuerte** competencia que existe en el sector, acompañada por la introducción de las nuevas tecnologías y una creciente sensibilidad hacia los desafíos medioambientales, define un entorno en el que el perfil del consumidor está en constante cambio y evolución.

Multiópticas comienza su proyecto de internacionalización a finales de 2012, vendiendo monturas y gafas de sol de su marca propia mó en el mercado exterior. Tras más de 12 años de recorrido, sigue presente en la mayor parte de países de Europa, América y África, siendo percibida como una marca de gran valor añadido y con una excelente relación calidad – precio.

Como marca global, contamos con un gran número de distribuidores y ópticos independientes que hacen posible que los productos puedan estar presentes en más de 30 países de todo el mundo.

Gracias a la participación durante todos estos años en las ferias del sector más importantes a nivel europeo y de Estados Unidos, el conocimiento de marca ha ido creciendo año tras año, llegando a aparecer en medios locales de varios de los mercados en los que nos encontramos.

La presencia en el mercado exterior ha permitido a Multiópticas adquirir un conocimiento del mercado y de todos sus agentes a nivel global, con el fin de seguir actualizados y poder aplicar e implementar las mejores prácticas en el desarrollo diario de su actividad.

Compras

El objetivo principal de Multiópticas es crear valor a través del diseño de productos que sean accesibles para todo el mundo y con unos altos estándares de calidad y sostenibilidad.

Es esencial entender las necesidades de los consumidores y, por ello, nuestro equipo de diseño trabaja para anticipar con precisión las demandas de compra de nuestros clientes.

El funcionamiento del modelo de negocio no sería posible sin la integración y flexibilidad de todas las fases que componen la cadena de valor, desde el Diseño, Fabricación, Logística, Tiendas y Clientes (con puntos de venta físicos y canal online).

Dentro de las fases de la cadena de valor, el diseño propio y la creatividad destacan como principales valores añadidos del modelo de negocio. Sin embargo, la fabricación y el aprovisionamiento y, la logística y distribución, también destacan como aspectos clave de la cadena de suministro.

Proveedores

La relación con nuestros proveedores es clave sobre todo en las fases del Diseño y Fabricación de los productos. Es necesario que exista una buena comunicación y trabajo conjunto para la obtención de los mejores resultados.

Cada año asistimos a ferias internacionales en búsqueda de nuevos proveedores que puedan ofrecernos las mejores tecnologías y novedades del mercado, cumpliendo siempre con nuestros estándares de calidad y sostenibilidad.

Todos nuestros proveedores están homologados, certificando así el buen funcionamiento y la eficacia de todos los materiales y componentes utilizados en el proceso de fabricación.

El entorno macroeconómico y geopolítico ha caracterizado el ejercicio 2023. Muchos mercados han experimentado un alza generalizada de tipos de interés, así como procesos inflacionarios significativos, lo cual ha afectado a muchos de los costes de los bienes y servicios que integran nuestra cadena de valor.

Durante el ejercicio, los mercados de materias primas, los costes de la energía y la mano de obra han experimentado un proceso alcista generalizado.

Diseño, Fabricación y Aprovisionamiento

Multiópticas tiene la capacidad para ofrecer, temporada a temporada, una variedad de productos construida a base de creatividad, emoción, innovación, calidad y, especialmente, de una escucha de las necesidades y deseos de nuestros clientes.

Disponemos de nuestro propio equipo de diseño encargado de buscar y analizar las tendencias del mercado para responder a las necesidades actuales y futuras de los consumidores.

La activa labor de búsqueda y promoción de materiales y procesos de producción más sostenibles, contribuyen a elevar los estándares de calidad y a reducir el impacto social y medioambiental de nuestra actividad.

Los diseños de todos los productos son realizados in-house, cuidando del más mínimo detalle y otorgando una gran exclusividad a la marca.

En cuanto a la fabricación de los productos, supervisamos y controlamos el 100% de la producción de todos ellos, asegurando los más altos estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad.

Además, una responsable gestión del aprovisionamiento permite adaptar la oferta comercial a los cambios de tendencia que se producen en el mercado, ajustando así la compra de producto a la demanda real. Esto ayuda a reducir los excedentes de stock y llevar a cabo una compra responsable y sostenible.

Logística y Distribución

El sistema logístico y de distribución permite envíos continuados a las tiendas y al canal online desde nuestro almacén central ubicado en Madrid.

Contamos con nuestro propio centro logístico, donde almacenamos el inventario y desde el que se distribuye al canal online y a las más de 550 tiendas propias ubicadas a lo largo de todo el territorio español.

En la mejora de los procesos de almacenamiento y distribución del producto, ya incorporamos en el ejercicio anterior herramientas tecnológicas como el RFID, un sistema de gestión de inventario basado en la identificación de los productos a través de la radiofrecuencia. Este sistema implantado facilita los procesos y genera grandes beneficios a todas las tiendas y a la organización en general. Este año 2023 hemos ampliado la incorporación de esta tecnología a más productos y accesorios.

**diseño
propio y
creatividad**

Como principales
valores añadidos
del modelo de
negocio

02 Calidad como valor intrínseco de la marca

Desde Multiópticas es esencial ofrecer un producto de calidad a los consumidores y que esta sea percibida por los mismos.

Antes de iniciar la fase de producción, buscamos asegurar el cumplimiento de nuestros estándares en las etapas de diseño y en la elección de los materiales y componentes.

Para garantizar el control exhaustivo del producto y anticiparnos a las posibles no conformidades con nuestros estándares de calidad, en términos de acabado y durabilidad del producto, hemos comenzado a trabajar durante este año con empresas tecnológicas y laboratorios externos de referencia internacional.

Estas empresas, que realizan análisis de acuerdo con las normativas internacionales más exigentes, se encargan de comprobar la correcta aplicación en todos los procesos y conllevan análisis técnicos de los artículos y auditorías de las fábricas involucradas en la producción. Todo esto con la finalidad de identificar las no conformidades en artículos finales mediante la toma de muestras representativas en los proveedores y su análisis en laboratorios externos.

La confianza en la ejecución de los análisis y los resultados es vital para una toma de decisiones adecuada y la obtención de un producto terminado con la mejor calidad posible.



solo
puede
ser
mó

03

PORTFOLIO DE MARCAS



mó

MÓ, nuestra marca propia de gafas de vista y de sol, se crea con el objetivo de llegar a todos los consumidores con diseños exclusivos y una amplia gama de modelos: moda democrática sin dejar de lado las últimas tendencias para los más atrevidos e innovadores.

A través de **MÓ**, ponemos a disposición de todos los puntos de venta de Multiópticas, más de **1.200 referencias** nuevas al año, ofreciendo un producto de calidad y diseño con una alta rentabilidad garantizada y con atractivos lanzamientos mensuales.

MÓ cuenta con el reconocimiento por parte del consumidor, que valora la exclusividad y versatilidad de nuestros modelos.

Combinamos calidad y tecnología con una amplia gama de estilos, materiales y colores con el fin de llegar a todo tipo de consumidores y que cada uno de ellos se sienta único al llevar sus gafas **MÓ**.



Colecciones mó

mó LIFESTYLE

Es nuestra colección más amplia en número de modelos, ya que ofrecemos lanzamiento de novedades de RX cada mes y varios lanzamientos de novedades de SOL.

Dentro de **LIFESTYLE** encontramos gafas de vista y de sol con diseños comerciales y atemporales, pero también formas y colores de tendencia con las que conseguimos llegar a un amplio target tanto joven como adulto.



mó TRENDS

Los diseños más atrevidos y las tendencias más incipientes son la esencia de **MÓ TRENDS**. Dirigida a jóvenes y adultos que valoran la diferenciación en diseño, pero sin renunciar a la calidad y comodidad en sus gafas de vista y de sol.



mó KIDS

MÓ KIDS cuenta con gafas de vista y de sol adecuadas a la fisonomía de los más pequeños. Sin olvidar los colores y tendencias concretas de este segmento, cubren sus necesidades desde 0 hasta los 16 años.



mó SPORTS

MÓ SPORT es la colección deportiva de MÓ compuesta por modelos de vista y de sol. La colección está concebida para un público joven y adulto que busca tanto modelos de estilo urbano y casual como modelos más técnicos y envolventes para practicar deporte.



HEMOS DISEÑADO

57
modelos de
RX46
modelos de
SOL

HEMOS DISEÑADO

19
modelos de
RX23
modelos de
SOL

HEMOS DISEÑADO

12
modelos de
RX13
modelos de
SOL

HEMOS DISEÑADO

6
modelos de
RX5
modelos de
SOL

Colecciones mó

mó READING

Nuestra colección de gafas de lectura, **MÓ READING**, cuenta con una selección de modelos de media luna y de modelos pre-graduados en 6 potencias y con filtro azul, trabajados en colores y formas muy comerciales adaptadas a las necesidades de nuestro público.



mó EXPERIENCE

MÓ EXPERIENCE es nuestra colección de gafas de vista y de sol creada especialmente para un público senior. La colección, con un toque de tendencia, se caracteriza por la elegancia de sus diseños y detalles sofisticados.



HEMOS LANZADO

4

modelos de
NUEVOS

HEMOS LANZADO

30

modelos de
RX

22

modelos de
SOL

mó FUNDACIÓN

La Fundación Multiópticas apoya a aquellas personas en situaciones desfavorecidas y entre muchas de las causas con las que colabora, una de ellas es el desarrollo de gafas con las que recaudar fondos para diferentes asociaciones o causas, como por ejemplo el cáncer de mama, con la que desarrollamos un producto solidario cada año.

2023

Con motivo del
Día Mundial Contra el
Cáncer de Mama
diseñamos un packaging
especial que fue entregado a
los clientes con sus compras durante
la semana del día Mundial del Cáncer
de Mama hasta el fin de existencias.

Se trata de una bolsita de
tela con los cordones en rosa y
serigrafiado el logo Mó
con el característico
lazo rosa.



Noren

NOREN

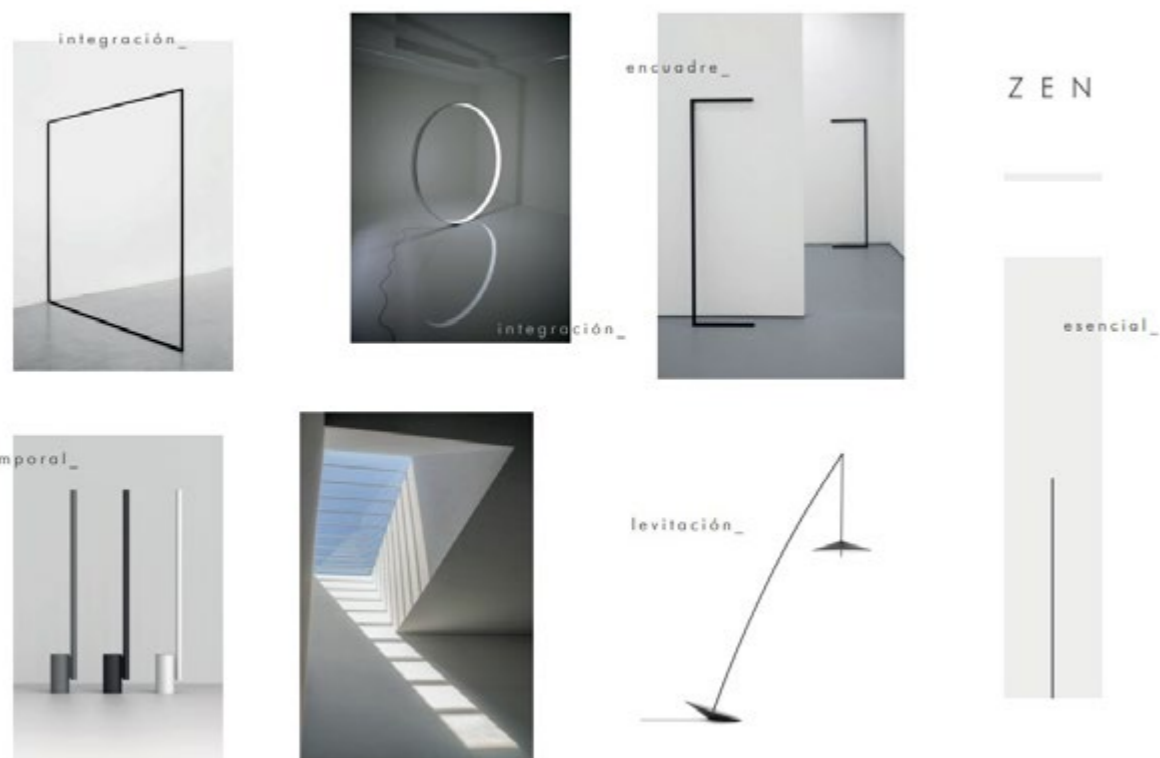
Es la apuesta más premium de las marcas de Multiópticas con la que llegamos a los consumidores más exigentes, a aquellos que valoran el diseño y la resistencia y calidad del producto.

NOREN GRAVITY

Os presentamos la nueva colección **NOREN GRAVITY**, inspirada en la filosofía minimalista japonesa. Su origen en el budismo zen sostiene la teoría de despojarse de lo innecesario para alcanzar la felicidad. Una fórmula revolucionaria de pensamiento que trasciende a todo lo material.

NOREN comparte la filosofía zen de **menos es más** y muestra una colección elevada, de sofisticación lujo contenido. Las líneas depuradas y la atención solo a lo necesario se unen a la máxima calidad de materiales.

Fabricadas en titanio con monturas al aire, combinan los colores clásicos y atemporales como los metales grises, dorados o azules con toques de color en tonos empolvados que aportan elegancia y un punto de estilo contemporáneo.



NOREN ATOM

Como siempre, NOREN busca en la sencillez, la perfección y en los detalles, marcar la diferencia. Siempre utilizando las mejores calidades como el **titanio** o el **TR90**, materiales **ligeros y ergonómicos** que aportan al diseño funcionalidad.

Para este lanzamiento hemos incluido una nueva gama de color a las formas que ya hemos trabajado en el anterior lanzamiento, en mujer puedes encontrar colores atemporales como el **beige o burgundy**, para unisex hemos añadido una gama amplia de color para completar un look tanto casual como formal como son el **gris o azul transparente** y el **rojo o verde** en acabado traslucido; y para hombre hemos añadido una gama parecida a unisex pero incorporando el **burgundy** un color muy favorecedor para el rostro y en este tipo de monturas de línea fina siempre completa el fondo de armario.

Podemos destacar modelos que han funcionado muy bien a lo largo del año como **MORGAN** para mujer, en titanio con forma cat-eye, el modelo unisex **PIANO**, con forma geométrica y para hombre el modelo **LUDWIG** de forma rectangular con combinación de titanio y TR90.

Como recordareis del anterior lanzamiento la fuente de inspiración para la colección fueron las formas escultóricas y el mobiliario ligero y minimal; con la clara intención de depurar al máximo las formas, creando un estilo clásico y atemporal.

MODELOS DESTACADOS

Morgan Piano Ludwig



Wildgo

WILDGO Es nuestra marca con la cubrimos las necesidades de las generaciones más jóvenes. De espíritu libre y fresco, invita a desatar la valentía y vivir sin límites. La nueva colección 2023 de **WILDGO**, es una propuesta que abarca una visión diversa de la cultura juvenil contemporánea, esta vez, separada por **dos conceptos diferentes**.

NEUTRALS

La versión más esencial, **con colores neutros** de nuestra marca WILDGO. El concepto **WILDGO NEUTRALS** es una colección de graduado enfocada a consumidores que buscan una silueta minimalista y depurada.

NEÓN

Que **fusiona** el estilo retro del “streetstyle” con un **trasfondo virtual**, enfatizada por su paleta de **colores flúor**, para no pasar desapercibido. El concepto **WILDGO NEON**, destaca por sus llamativos **colores flúor**, que aporta expresividad y fuerza, son colores saturados llamativos con inspiración en el mundo virtual y los brillos bioluminiscentes, con **lentes de colores** a juego en el caso de las gafas de sol, que crean looks únicos y divertidos.

Cápsulas

Además de los lanzamientos habituales de las colecciones MÓ, buscamos el poder presentar un producto mucho más **exclusivo**, que llegue a un público muy **exigente con modelos rompedores**.

Esto lo conseguimos gracias a nuestras colecciones cápsulas: un producto de moda Prêt-à-Porter a un precio democrático.

Colaborando con grandes diseñadores como: **PALOMO, TERESA HELBIG o AVELLANEDA**

Marcas propias como: **FRONT ROW o MÓ ECO**

Otras marcas o embajadores como: **BIMANI, BORN LIVING YOGA**

PALOMÓ 23

Como **evolución** a los modelos anteriores, hemos diseñado **monturas al aire**

“oversize”

en diferentes formas adaptadas al **mundo futurista**, con estructuras metálicas imposibles que nos recuerdan a un mundo postapocalíptico y a un mundo

“nude”

en el que las estructuras se dejan ver detrás de las lentes.

LA COLECCIÓN:

En cuanto a colores, hemos optado por **lentes degradadas en tonalidades naturales** azules, verdes y marrones. Las estructuras metálicas las hemos resumido en **tonos dorados** para unificar la colección.

Esta colección viene acompañada de un **bolso-estuche de terciopelo en color negro** con logo dorado. Su asa de cadena tiene también función como cordón para las gafas. En definitiva, un estuche con opción a usarlo como accesorio, con el objetivo de acercarnos al código moda.



FRONT ROW 2023

Una vez más la moda se ve reflejada en nuestra colección **FRONT ROW**, con formas que aportan **glamour y sofisticación**, y que a su vez consiguen el equilibrio perfecto entre atemporalidad y actualidad.

Este año incorporamos **6 modelos de sol y 4 modelos de graduado** aplicando el concepto de “COLOR BLOCK” tan en tendencia durante esta temporada. La presencia de los colores sólidos saturados consigue crear piezas imponentes con mucha presencia.

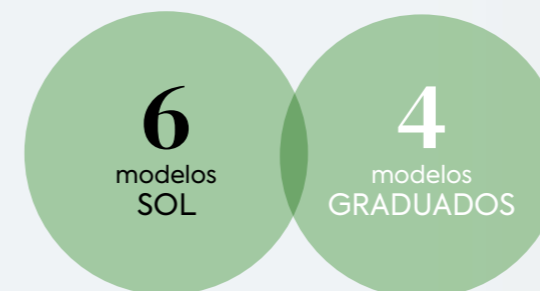
Todas las gafas están diseñadas cuidadosamente, incluyendo un **detalle metálico geométrico** contemporáneo en las varillas que eleva las monturas, y refleja modernidad y opulencia. Un detalle altamente técnico que forma la identidad de la colección.

Al igual que en la edición anterior y muy en línea con la colección, hemos asignado a las gafas nombres de “top models” actuales.

En cuanto al **pack**, este año hemos diseñado un estuche muy cuidado a juego con los colores de las monturas, con detalle de asa metálica en forma de aro, enfatizando la identidad de la colección. Este estuche tipo bolsito tiene la capacidad más amplia para poder guardar tus gafas y móvil. También hemos incluido en la colección un estuche masculino con una estructura más sencilla.

Acompañando a la gafa y al pack añadimos un **cordón exclusivo**, en latón con baño dorado y acrílico, a juego con los colores de las gafas.

ESTE AÑO INCORPORAMOS



Cápsulas

MÓ X AVELLANEDA 23

1er lanzamiento AVELLANEDA 2023

La colección **MÓ X AVELLANEDA NEW COLORS SS23** es una fusión perfecta entre estilo y tranquilidad, inspirada en los idílicos atardeceres de la costa brava junto al propio diseñador Juan Avellaneda.

En esta nueva colección, hemos incluido versiones renovadas de nuestras siluetas más icónicas, ahora disponible en una paleta de **colores frescos y vibrantes**. Seguimos inspirándonos en el concepto “Sunset Mirage”. Cada tono se ha seleccionado cuidadosamente para reflejar el degradado de tonos pastel hasta los intensos matices cálidos de los impresionantes atardeceres mediterráneos. Esto ha dado un giro innovador a las estructuras de la cápsula, ofreciendo un aspecto renovado y atractivo.

En cuanto a las estructuras de los diferentes modelos y siguiendo la misma línea de la cápsula anterior, incluyendo **reversiones de las siluetas más icónicas** de esta colaboración como el modelo **MÓ CADAQUÉS**, con aires retro y detalles de bambú.

La identidad de esta colaboración se ve reforzada por su ya conocido **PACK MÓ x AVELLANEDA** que acompaña a las gafas, esta vez con una actualización de colores, el estuche cilíndrico, caja y gamuza con estampado tropical, en tonalidades naranjas para aportar un toque de vitalidad.

2º lanzamiento AVELLANEDA 2023

La nueva colección cápsula **MÓ X AVELLANEDA AW23**, diseñada en exclusiva por nuestro departamento de producto junto al propio diseñador Juan Avellaneda, abandera por excelencia dos de nuestros valores: tendencia y diseño.

COLECCIÓN

La nueva colección en colaboración con Juan Avellaneda ha evolucionado a **siluetas de acetato muy grueso y pulido, efecto “bold”** con sus ya conocidos **detalles de bambú** que acentúan la identidad y acompañan la estética de la colección anterior.

Un nuevo **grosor del material y la sofisticación del pulido en monturas que además aportan detalles metálicos y texturas especiales**.

En cuanto a colores, la colección ofrece **tonalidades terrosas y doradas**, jugando con los **tonos Carey, veteados y colores transparentes**, con presencia del **naranja como acento de color**.

La identidad de esta colaboración se ve reforzada por su ya conocido **PACK MÓ x AVELLANEDA** que acompaña a las gafas; estuche cilíndrico, caja y gama con estampado tropical, en tonalidades naranjas, para aportar un toque de vitalidad.

Para completar la colección hemos diseñado un **“clutch”** tipo sobre en **colores negro y burdeos** con detalle metálico en el cierre con forma de bambú, y logo dorado en su parte trasera.



Tendencia y diseño

Cápsulas

MÓ X BIMANI

Os presentamos la colección **MÓ X BIMANI**, formada por modelos elegidos por la propia fundadora de Bimani, Laura Corsini, que ya forman parte de nuestros best Sellers como la **MÓ SELVA** o **MÓ CROTONA**.

El colorido elegido es perfecto para el periodo de entretiempo que invita a apostar por colores más frescos y alegres. El lila para las más atrevidas y el tono teja perfecto para combinar con blancos, morados, marinos o negros.

Además, como en el resto de las colaboraciones, el estuche también está diseñado por BIMANI; por lo que, con la compra de unas gafas, viene incluido un estuche tipo **E-MÓ POUCH** en lila o color teja y su gamuza a juego. Finalmente, han querido versionar nuestro **E-MÓ POCKET** con el colorido de la colección.



ECOTATE

Tras el éxito del primer lanzamiento, esta cápsula que surgió desde el compromiso de mejorar nuestro impacto en el medio ambiente, y aunar innovación y diseño en una sola cápsula, vuelve con novedades.

PRODUCTO

En este nuevo lanzamiento hemos incluido reversiones de las siluetas **MÓ NORTH** y **MÓ WEST** de **ECOTATE 22** con una nueva paleta de colores clásicos y atemporales como son el negro y carey oscuro. Colores que, a estas monturas tan contundentes, aportan un toque elegante y sofisticado. Además, cabe destacar un color más, el azul eléctrico, un color atrevido y brillante el cual aportará a tu estilo un sello único y especial.

Una de las características más importantes de esta colección es su gruesa estructura muy pulida que aporta un aspecto de materia prima natural, simulando los cantos rodados, y, aunque estas monturas parezcan pesadas, gracias a las propiedades del material son bastante ligeras (pesa un 10% menos que el acetato y es más estable). También recordaros, que aprovechando el grosor de la parte superior del frente se ha grabado el nombre de la colección que simboliza la atemporalidad, así como las coordenadas del lugar de origen donde se han diseñado cada una de estas monturas, proporcionando rasgos de trazabilidad.

MÓ ECOTATE está desarrollada con una resina y un proceso de fabricación, que además de ser sostenible, cuenta con la calidad que exigimos. Una resina acrílica eco-friendly que no usa ningún tipo de plastificantes y que ha conseguido consumir un 20% menos de energía en su proceso de fabricación.

Las monturas vienen acompañadas del mismo pack que el primer lanzamiento. Fabricado en materiales sostenibles.



Cápsulas

MÓ X SILBON

Tras el gran éxito de la primera, nos volvemos a unir junto con una de las marcas textiles españolas más populares para hacer una segunda colección capsula que se centra en la reinención de los clásicos atemporales.

COLECCIÓN SS23

El nuevo lanzamiento de la colección capsula **MÓ x SILBON 23** está compuesto por una paleta de **colores veraniegos y vivos** con **acabados mate** creando un estilo más casual para el día a día, también podemos destacar **detalles de metal en forma de rombo de inspiración étnica**.

La colección se compone de 6 modelos de SUN que están divididos en 2 modelos para mujer **MÓ AMARU** y **MÓ MAINQUE** con detalle de inspiración étnica y 4 modelos unisex donde puedes encontrar diferentes estilos de montura como el modelo **MÓ CANEK** un modelo más en tendencia de forma redonda y fabricación mixta con puente de metal o el modelo **MÓ PRATT** que se vuelve a incorporar en nuevos colores.

También encontrareis dos modelos unisex de graduado, en acetato, y con formas muy comerciales como son el modelo **MÓ QUILLEN** de forma redonda y el modelo **MÓ NAHUEL** de forma rectangular.

Esta colaboración capsula de **MÓ X SILBON** se completa con un pack compuesto de caja, estuche del fieltro y gamuza que siguen la misma línea de la colección anterior. En esta ocasión hemos diseñado dos opciones de color; el pack de color negro para mujer y azul para hombre.

COLECCIÓN AW23

Este lanzamiento **se divide en dos colecciones MÓ x SILBON AW23** y la nueva colección de **MÓ x SILBON UNIQUE**.

Tras la buena acogida de la anterior colección de SILBON hemos realizado un segundo lanzamiento para este invierno AW23 de los modelos más cotizados y comerciales con nuevos colores.

Dentro de la colección podréis encontrar los modelos míticos como **MÓ PRATT** y **MÓ TRINITY** tanto en RX como en SUN y para mujer modelos que han funcionado muy bien y que complementan un look 24/7, **MÓ VICTORIA** y **MÓ AMARU**.

Esta colección está compuesta por una paleta de color que sigue la línea SILBON como son el azul denim, ámbar, carey y verde para hombre y para mujer negro, combinación de burgundy con carey y azul.

Y como hemos comentado anteriormente también os presentamos un nuevo lanzamiento muy especial, **UNIQUE** la nueva colección de **MÓ x SILBON** que se compone de dos modelos de gafas para SUN de líneas muy depuradas y colores clásicos que combinan entre si el color **CAREY** y **CRYSTAL**.

Ambas colecciones en colaboración con **SILBON** se completan de un pack compuesto de caja, estuche del fieltro y gamuza que siguen la misma línea de la colección anterior. Con dos opciones de color para **MÓ x SILBON AW23**; el pack de color negro para mujer y azul para hombre. Y una opción mas especial y elegante en negro para la nueva colección **UNIQUE**.



Cápsulas

MÓ X TERESA

Tras el éxito de ventas del modelo **MÓ COURTNEY** de la anterior colección cápsula **MÓ X TERESA HELBIG**, en el verano de 2023 **reeditamos la gafa de corazón** con diferentes colores de lente. Una forma divertida de completar los estilismos más estivales.

La rapidez con la que se agotó este modelo nos demostró que **¡las gafas de corazón están en tendencia!** Por ello aprovecharemos este momento para lanzar nuestro modelo más romántico en 3 nuevos colores: amarillo, azul y negro. Además, hemos aumentado el calibre para llegar a un público más amplio.



MÓ X NANOS

Tenemos el placer de presentar la nueva colección **MÓ x NANOS** en colaboración con la marca emblemática de moda infantil **NANOS**. Una colaboración marcada por nuestras ganas de seguir mejorando cada día y acercarnos a los más pequeños de la familia.

Esta colección, que incluye tanto monturas de sol como de graduado, se caracteriza por sus **formas clásicas con un toque de color**. La paleta en **tonos pasteles** aporta frescura y alegría, y los **estampados** en el interior de las varillas, como los cuadros vichy y las rayas en diferentes versiones, **van a juego con la colección textil de NANOS de esta primavera-verano '23**. En definitiva, una colección hecha para vestir de pies a cabeza con un super look a los más peques.

Esta colección viene acompañada de un **pack muy completo** formado por estuche, "pouch", cordón y gamuza con una **estética natural y cuidada, en color crudo y textura suave**.



Cápsulas

MÓ X OLIVA

Fruto de la **colaboración con el diseñador de moda Juanjo Oliva** y tras el éxito de los anteriores lanzamientos de la colección **MÓ X OLIVA**, presentamos los nuevos modelos de gafas de sol y graduado en una **cápsula de edición limitada**.

LA COLECCIÓN

Siluetas extragrandes con detalles y lentes especiales, y **tonalidades naturales clásicas** como el carey nos recuerdan a diseños de otras épocas.

Como elemento de identidad añadimos el logo **MÓ x OLIVA** labrado en el alma metálica y detalles dorados especiales que son visibles a través del material. Una colección cuya intención es la atemporalidad de las formas y la estética, junto con un marcado aire retro-contemporáneo. Esta colección ha sido bautizada con nombres de ilustres y glamurosas actrices de Hollywood.

Destacamos varios modelos; **MÓ HUTTON** que nos recuerda a las formas “vintage” aviator. Con un tenue color carey y lente verde bosque, esta montura se nos antoja como una silueta clásica retro especial, con detalles contemporáneos como el aro circular del final de varilla y el detalle metálico dorado texturizado en el frente, que crea la simetría de la montura. Una combinación perfecta de colores que nos recuerda a los looks más “heritage”.

La montura **MÓ KIDMAN**, está diseñada con un concepto “oversize” de lágrima a la que se unen detalles en la zona central de acetato texturizado, con formas que nos recuerdan al reino de los insectos. Su color carey brillante contrasta con las lentes degradadas en tono grisáceo. Su varilla especial dota a la montura de una identidad única con el logo grabado en el alma metálica.

MÓ SCOTT nos transporta a una época anterior, una montura “vintage must have”. Su marco mayúsculo de color carey acompaña a las lentes grises degradadas, haciendo de esta silueta uno de los modelos más clásicos de la colección. Como peculiaridad destaca el vano encima del puente que ayuda a aportar ligereza al modelo.

Las monturas **MÓ HUSTON** y **MÓ MOORE** de graduado, con estructura mixta “oversize” aportan personalidad e identidad al rostro. Estas siluetas destacan por la robustez y presencia, con estructura de acetato y metal engarzado. Las zonas metálicas están grabadas con textura rayada, y su varilla original mezcla materiales de colores clásicos. El acetato carey y negro se unen al dorado brillante que aporta un aire “vintage club”. Monturas para no pasar desapercibido.

Esta colección viene acompañada de un **bolso-estuche tipo sobre en color negro con detalles metálicos dorados y gamuza negra a juego**, con opción a usarlo como accesorio para el día a día.



Tendencia vintage

La nueva **colección cápsula MÓ X OLIVA** es un guiño a la historia del diseño de monturas, y está inspirada en la **moda óptica “vintage”**. Son siluetas que buscan el equilibrio perfecto entre la estética y la funcionalidad.

Con la intención de convertirse en **piezas atemporales**, estas monturas siempre serán un **tesoro** dentro de nuestro armario, y son adaptables para lucir con cualquier “outfit”.

Cápsulas

MÓ X SLASTIK

MÓ BY SLASTIK, es la nueva colaboración con **Slastik**, marca experta de gafas con conexión magnética frontal diseñadas en Barcelona y que ofrecen dos patentes tecnológicas mundiales (head band flexible y regulación telescópica).

En esta nueva cápsula lanzamos dos diseños unisex de formas rectangulares en 3 colores comerciales y 6 potencias diferentes (+1,00 +1,50 +2,00 +2,50 +3,00 +3,50)

En esta colección encontrarás:

Montura de Poliamida, polímero “biobased”, procesado a partir de aceite de ricino, y libre de BPA (Bisphenol A), sustancia nociva para la salud. Tienen resistencia a altas temperaturas, gran elasticidad, resistencia a los golpes y ligereza máxima.

El BioBased se trata de una alternativa sostenible que reduce el uso de materiales fósiles, reduciendo así las emisiones de CO₂ que se generan en el proceso de fabricación de las monturas.

Head Band Flexible patentada de doble inyección. Una Headband bi material, única en el mercado. Proporciona a tus **MÓ BY SLASTIK** una perfecta adaptación, más cómoda y muy ligera, además de permitirte plegarlas completamente.

Perfect fit. Las varillas disponen de un sistema patentado de regulación telescópica para evitar la fricción de las piezas de ajuste mientras te adaptas tus MÓ by Slastik. Mantienen una perfecta precisión de forma permanente y no se desgastan con el uso.

Termoplástico elastómero TPE-E. La Headband flexible se adapta perfectamente al contorno craneal. El material TPE-E garantiza que, aparte de ser elástica, sea elastomérica y recupere su forma original, sin deformarse lo más mínimo.

Tus MÓ by Slastik de **conexión magnética frontal** se mantendrán siempre cerradas. Los imanes son de alta calidad y capa antioxidante, anti sudor y agua salada.

Además, las lentes de **MÓ BY SLASTIK** cuentan con varios tratamientos:

Anti rayado, tu tratamiento de endurecido ante posibles golpes y arañazos.

Blue stop, diseñadas específicamente para proteger la vista de la luz azul nociva que generan las pantallas LED, como dispositivos móviles, tabletas o PC, reduciendo los síntomas de fatiga ocular.

Anti reflejante, tratamiento aplicado a la superficie de las lentes con el fin de reducir la reflexión de fuentes de luz naturales y artificiales. Reduce la fatiga visual, y aporta una visión más nítida.

Además, las gafas cuentan con un **PACK**, compuesto de caja y funda fabricada a partir de botellas de plástico recicladas recogidas del mar.



Cápsulas

PARAMOUNT

Como parte de nuestro continuo enfoque en expandir nuestros servicios y productos a nuevos públicos, nos complace anunciar una emocionante **alianza entre Multiópticas y Paramount Pictures**. Esta colaboración nos permitirá ofrecer experiencias únicas a nuestros clientes más pequeños, con el apasionante mundo del cine de Paramount Pictures.

MÓ X TORTUGAS NINJA

El lanzamiento de nuestra primera colección cápsula **“MÓ X TORTUGAS NINJA”** tuvo lugar el 23 agosto coincidiendo con el estreno de la película **“Tortugas Ninja: Acción Mutante”** el 25 de agosto.

PRODUCTO

La colección con Tortugas Ninja se divide en dos estilos. Por un lado, las gafas más infantiles están diseñados en material **ECO G850** con engomado suave en la parte interna de las gafas para ofrecer una mayor comodidad, presentando gráficos y colores inspirados en las **Tortugas Retro Clásicas de los años 80**. El modelo **MÓ PIZZA** cuenta con un **asegurador de silicona para brindar una mejor sujeción**. Las varillas tienen una textura que imita los caparazones de las tortugas, y en el terminal se encuentra una pieza engomada en relieve con forma de caparazón. Además, cada color está asociado a una tortuga en particular.

Por otro lado, el segundo estilo más adolescente presenta gráficos de la nueva película **Ninja Turtle: Caos Mutante 2023**, con un estilo más urbano y actual. Estos modelos están fabricados en acetato y cuentan con un patrón de grafiti en la parte interior. El terminal tiene la forma de la empuñadura de las espadas ninja. **Las lentes de sol son polarizadas** y tienen un efecto espejado para brindar un estilo más atrevido.

Además, las lentes llevarán una pegatina fácil de quitar para captar la atención de los niños en el punto de venta.

Estas monturas vendrán acompañadas de un **pack exclusivo** que incluirá una caja metálica con estampados gráficos asociados al estilo de las gafas. Dentro de la caja, encontrarás un **estuche, una gamuza, un cordón y una tarjeta con pegatinas**.

target de

4-16
AÑOS

MÓ X PATRULLA CANINA

“MÓ x PATRULLA CANINA” se lanzó coincidiendo con el estreno de la película **“La Patrulla Canina: La Superpelícula”**.

La colección está centrada en los más pequeños de la casa, desde los **3 años hasta los 8 años** aproximadamente. La colección está dividida entre los cuatro protagonistas: **Mars-hall, Chase, Skye y Rubble**. En la que encontraréis referencias tanto de graduado como de sol.

Los colores tan característicos de cada uno de ellos son el punto de partida de esta divertida colección, siendo **Chase el de color azul, Marshall el rojo, Rubble el amarillo y Skye el rosa**.

PRODUCTO

Tanto los tres **modelos de graduado** como los **dos modelos de sol** tienen las **varillas engomadas** para una mayor comodidad y sujeción y gracias a su material de doble inyectado, las gafas son ligeras y resistentes.

Esta colección está llena de detalles para que los niños disfruten de sus gafas; las varillas tienen grabado un estampado de huesitos y en el terminal unas huellas que recuerdan a la patrulla. Tanto el modelo **MÓ PAWSOME** como el modelo **MÓ HERO**, vienen con aseguradores de silicona cómodos y perfectos para adaptar la gafa y las lentes llevarán una pegatina fácil de quitar para captar la atención de los niños en el punto de venta.

De los dos modelos de sol, destacamos la gafa **MÓ LEGENDS** por su curvatura ideal para proteger totalmente de la luz solar y tener en la varilla los cuatro protagonistas de la patrulla.

target de

2-8
AÑOS

Cápsulas

MÓVERS

El proyecto **MÓVERS** está formado por **11 profesionales** de óptica de distintas partes de España, que han trabajado en la **creación y diseño de la campaña de lanzamiento de la colección más especial que hemos hecho en Multiópticas: la colección Convex**.

Convex surge como respuesta a las inquietudes de nuestros profesionales, quienes expresaron un profundo interés por conocer de cerca el proceso de diseño de nuestras gafas, así como en participar en las campañas que nos siguen posicionando en el mercado.

Esta colección es experiencia, ilusión y un increíble trabajo en equipo. El proyecto **MÓVERS** ha significado sin duda un **gran avance en la mejora de la prescripción de nuestros profesionales con nuestra marca**.

LA COLECCIÓN

Presentamos **5 modelos de SOL y RX** con clara **Inspiración en la arquitectura de Ricardo Bofill**, uno de los arquitectos más importantes del mundo contemporáneo, autor de iconos arquitectónicos como el Hotel W, el Edificio Walden, el Teatro Nacional o La Muralla Roja, ese edificio de tonalidades rosas que, por su belleza, a tantos visitantes seduce todos los años en Calpe.



Esta colección incluye líneas geométricas, dobles colores y decoraciones metálicas angulosas.

Los colores carey se funden con las tonalidades más sólidas.

Los modelos de acetato aportan detalles metálicos hexagonales y angulosos.

Las monturas de metal destacan por sus varillas trabajadas y sus frentes con detalles coloridos en el caso de la montura mujer y detalles rayados en el caso de la montura de hombre.

Además, cada modelo viene acompañado de un **pack de color** compuesto por gamuza hexagonal, estuche plegable triangular bicolor y llavero especial.



NUESTRA
INSPIRACIÓN

La arquitectura de Ricardo Bofill

04

MARKETING



Campañas

Multiópticas

- Procrastinador
- Generación Borrosa
- Polarizado

Mó

- Fashion Week
- Le Refuge - primavera
- Casa Mó
- Blocks
- Flow
- Ecotate
- Madison. Navidad. invierno
- Licencias. Paramount
 - Tortugas Ninjas
 - Patrulla Canina
- Cápsulas
 - Front Row
 - Movers - Convex
 - Diseñadores
 - Mó x Oliva
 - Palomó
 - Mó x Helbig
 - Mó x Avellaneda
 - Colaboraciones
 - Nanos
 - Silbon
 - Bimani
 - Selección

Lentillas

- Carnaval
- Combilentillas
- Plastic Neutral

Audiología

- Protectores auditivos
- Tapones de baño
- Mes de la Audición

Noren

Wildgo



04 Multiópticas

POLARIZADO

Con una amplia gama de diseños y tecnologías innovadoras, Multiópticas revoluciona el verano con su nueva campaña de gafas de sol polarizadas. Calidad y confianza son los valores claves de esta campaña.

Multiópticas, líder en la industria de gafas de sol de alta calidad, presenta la nueva colección, destacando que todas las gafas de sol mó son polarizadas. Bajo el claim ¡SOMOS POLARIZADO!, esta nueva campaña busca transmitir a todos los clientes que se han llevado la calidad de las gafas de sol a un nivel superior.

La principal característica que distingue estas gafas de sol es la incorporación de las nuevas lentes de material **POLARIZADO**, que ofrecen una **calidad y rendimiento óptico excepcionales**, manteniendo una total protección **UV**. Estas lentes polarizadas han sido diseñadas con un mayor número de Abbe, lo que significa una reducción de los destellos que proporciona una **visión más nítida**.

Gracias a esto, los clientes podrán disfrutar de una experiencia visual sin precedentes, con una **claridad excepcional** y un **confort visual** incomparable. El nuevo material es más resistente a la abrasión, al rayado y a la rotura, lo que se traduce en unas lentes mayor **durabilidad** y con una **calidad superior** a lo largo del tiempo.

Con esta nueva campaña, ¡SOMOS POLARIZADO! Se refleja la dedicación y compromiso de Multiópticas de ofrecer a los clientes lo mejor, en términos de calidad óptica, protección y estilo. Ya sea en la playa, en la montaña o en la ciudad.



PROCRASTINADOR

Nace el Procrastinador del Frac para ayudar al 75% de la población con sus problemas de procrastinación.

A pesar de que la mayoría de los españoles (62%) no conoce el término “procrastinar”, el 75% reconoce que en alguna ocasión ha dejado una tarea para otro momento, practicando así la procrastinación: el arte de posponer las cosas una y otra vez. Entre las actividades que la población más deja para otro momento se encuentran lavar el coche (67,87%), aprender un nuevo idioma (66,24%), hacer ejercicio (61,44%), ordenar la casa (60,99%) y especialmente, el usar gafas progresivas cuando son necesarias (52,67%).

Dichos resultados pertenecen al estudio sobre procrastinación llevado a cabo por Multiópticas. Este pone en evidencia que uno de cada dos españoles procrastina en comenzar a usar este tipo de gafas a pesar de necesitarlas, principalmente por una cuestión de pereza. Ante esta realidad cada vez más usual, Multiópticas presenta la iniciativa de “El Procrastinador del Frac”. Una campaña integral cuyo fin es hacer una llamada de atención a todas aquellas personas que siempre dejan todo para último momento, en especial, el cuidado de su vista y el uso de gafas progresivas. Para ello, se ha puesto en marcha el servicio real de procrastinador.



Multiópticas

GENERACIÓN BORROSA

Multiópticas con la colaboración de la Clínica Universidad de Navarra crea un cuadernillo de verano para frenar la miopía infantil

En España, 6 de cada 10 padres y madres suspende en salud visual infantil, alcanzando un 90% si nos centramos únicamente en el conocimiento de las medidas para mejorarla. Estos datos, obtenidos en el último estudio realizado por Multiópticas, demuestran que todavía queda mucho por hacer en materia de uso de pantallas, tiempo al aire libre, adaptabilidad a espacios de estudio, alimentación y revisiones visuales de los más pequeños. Dichos factores suponen un empeoramiento en la salud visual y en la progresión de condiciones como la miopía infantil.

Los resultados del estudio evidencian que la salud visual es una asignatura pendiente y que el mejor momento para recuperarla es durante los meses de verano. Con motivo del fin de curso escolar y el inicio de las vacaciones de verano, la compañía recuerda que no solo son los niños los que tienen asignaturas pendientes que han suspendido para trabajar durante la época veraniega, si no los propios padres también con la tarea pendiente del cuidado de la salud visual de sus hijos. Materia en la que suspenden más de la mitad de ellos.

Ante esta realidad, Multiópticas lanza **'La asignatura pendiente'**, una campaña para concienciar a padres y madres de la importancia del cuidado visual de sus hijos y de la importancia de mantener unos hábitos visuales saludables. Esta acción se engloba bajo su relato ya iniciado previamente en salud visual infantil con Generación Borrosa, donde se evidenciaba la problemática actual de la miopía infantil.

Con el objetivo de que puedan recuperarla durante los meses de verano, Multiópticas con la colaboración de la Clínica Universidad de Navarra han creado una edición de cuadernillos pensados y diseñados específicamente para mejorar la salud visual de los más pequeños. Los ejercicios incluidos ponen foco en dinámicas para entrenar los ojos, trabajar las distancias para el correcto uso de pantallas, aprender reglas como la de 20-20-6 para evitar un tiempo prolongado mirándolas y favorecer al conocimiento de elementos que ayudan a mejorar la salud visual. Además, parte de los ejercicios invitan a pasar tiempo al aire libre, clave para evitar el desarrollo de la miopía.

Este cuadernillo nace con el propósito de ir ampliándose año tras año con el objetivo de frenar el crecimiento de este defecto visual que se espera que próximamente afecte al 70% de la población infantil y que es considerado por la OMS como la pandemia silenciosa del siglo XXI.



“

Esta campaña tiene como objetivo dar continuidad al relato iniciado con 'Generación borrosa' y está pensada para concienciar y ofrecer soluciones que ayuden a cambiar los hábitos en el cuidado de la salud visual de los más pequeños. El spot permite evidenciar que los padres y madres son quienes tienen en sus manos la posibilidad de prevenir y frenar la miopía infantil.

Carlos Crespo
Director general de Multiópticas



MÓ

FASHION WEEK

MÓ de Multiópticas vuelve a estar presente en la 77ª edición de la mbfwmadrid

Como ya es habitual, **MÓ**, la marca de gafas exclusiva de **Multiópticas**, participa como patrocinador de **MBFWMadrid**, convirtiéndose así en el referente oficial de accesorios para la cita más importante y esperada de la moda española. Una vez más, **MÓ de Multiópticas** quiere estar presente y apoyar a los diseñadores españoles en una fecha tan significativa.

En cada una de sus colecciones tanto cápsula como propias, **MÓ** aporta atributos clave como tendencia y diseño, sin perder la esencia local característica de los diseñadores nacionales con los que colabora. Esto es posible, gracias a que

MÓ cuenta con un departamento de **diseño propio** que permite innovar, **crear tendencias** y romper con lo establecido para dotar de creatividad todas sus colecciones, al igual que los diseñadores que participan en **MBFWMadrid**.

Multiópticas repite en esta 77ª edición de la MBFWMadrid como patrocinador de la pasarela. Mó, al igual que en ediciones anteriores, contará con un stand propio en el que se llevaron a cabo múltiples sorpresas y experiencias. En el stand de **MÓ** se presentó la colección cápsula **FRONT ROW**. En esta ocasión el stand contó con diversas visitas de influencers y personajes relevantes en el mundo de la moda que ya forman parte de la familia Mó.



LE REFUGE

Le Refuge es la nueva colección de Mó que te transporta a la primavera, las flores y una casa acogedora en el campo, un refugio para la mente y el corazón.

Le Refuge es volver a un oasis tranquilo lejos de la ciudad para leer, cocinar y pasear. Todo eso que solo puedes hacer plenamente en tu lugar feliz.

Hemos simbolizado la campaña de Le Refuge con los campos de lavanda y los picnics al sol con amigas. **MÓ** es humano y así lo representamos con personajes reales que expresen el valor humano de **MÓ**.

Desde Multiópticas ponemos todo de nuestra parte para crear el mejor producto posible. Pero sin las personas las **MÓ** no cobran vida. Son nuestro mejor activo: desde nuestros clientes hasta todas y cada una de las personas que forman esta gran familia.

Llevamos más de 40 años atendiendo las peticiones y preferencias de aquellos que nos necesitan e intentando satisfacerlas. Por eso, nuestro equipo está completamente volcado en los clientes. Y por eso **MÓ**, es una marca hecha por y para ellos.

Por ello, con esta nueva colección, buscamos la felicidad, los productos y las experiencias que nutren el alma y enriquecen el espíritu.



MÓ

CASA MÓ

Victoria Federica, Laura Escanes, Violeta Mangriñán, Juan Avellaneda y Palomo Spain no han querido perderse la tercera edición de Casa MÓ. El festival del año donde MÓ de Multiópticas ha vuelto a arrasar.

Multiópticas celebró la fiesta del año: **CASA MÓ: El Festival**. Un festival experiencial cargado de moda, tendencias, celebrities, influencers y, sobre todo, mucha música.

El Pabellón Satélite de la Casa de Campo (Madrid) acogió la tercera edición de **CASA MÓ**, en la que este año la temática fue la música y la moda. Convertida en un festival que recorrió las décadas musicales y tendencias **desde los años 70 hasta la actualidad**, dando lugar así al primer festival con el que ninguno de sus invitados renunció a nada. El recinto quedó convertido en una experiencia inmersiva musical que contaba

con todo lo necesario para disfrutar de la experiencia por todo lo alto. Con un main stage como protagonista en el que se pudo disfrutar de las actuaciones del espectacular line-up de artistas representativo de cada década, conducido por la extraordinaria maestra de ceremonias **Cristina Boscá**.

Desde el grupo **Los Diablos** en representación de la **década de los 70**, la polifacética **Ana Torroja** con sus temas **más ochenteros**, los icónicos **OBK** dando el toque musical de **los 90**, el dúo **Andy & Lucas** como uno de los máximos exponentes de **los 2000s** y por último un actual **Álvaro de Luna** introduciéndonos a los temas más top y novedosos de la actualidad. El festival continuó hasta bien entrada la medianoche, recogiendo los temas del momento de la mano de **DJ Ardilla**, quien fue encargado de introducir

las épocas musicales con los temas más característicos de cada una, además de **Michenlo y MYGAL**, que cerraron el festival con sus distintos y rompedores estilos.

Además del espectacular main stage, atrezado al más puro estilo **MÓ**, el festival contó con una zona de merch bar en la que sumergirse de lleno en la esencia de la fiesta, una zona pop-up donde elegir la mejor gafa y descubrir la colección de Casa **MÓ**, además de un beauty corner donde ultimar los detalles del outfit de la mano de L'Oreal y GHD. También se puso a disposición una zona Tik Tok, donde grabar e inmortalizar los mejores momentos del festival. Un espacio único en el que el objetivo era reír, bailar y disfrutar de los mejores temas y momentos de la noche.

En definitiva, un espacio en el que no renunciar a nada.

A la fiesta acudieron invitados de lo más exclusivo del panorama celebrity e influencer español, que posaron ante las cámaras luciendo los modelos de gafas más personales y qué más representaban su esencia, al estilo más **MÓ**.

Por otro lado, marcas colaboradoras en restauración como Vicio, Grosso Napoletano, La Mordida, Joselitos, Waffle Town, Mahou y Beefeter no quisieron perder la oportunidad de tener presencia en el festival. Ofreciendo así una amplia propuesta gastronómica para todos los gustos y públicos.

Con este festival, **MÓ** de Multiópticas continúa la línea estratégica comunicativa **'Sólo puede ser MÓ'**, la cual permite poner en valor y amplificar el relato de la marca.



MÓ

BLOCKS

Multiópticas lanza su nueva colección de gafas **Mó Blocks** para este verano y se sumerge en la estética geométrica y colorida.

La nueva colección **MÓ BLOCKS** desafía las normas establecidas y ofrece una perspectiva fresca y vanguardista en el mundo de las gafas. La funcionalidad se ve relegada en un segundo plano, permitiendo que **la creatividad y el estilo** se conviertan en los protagonistas de esta colección.

Para esta colección se han utilizado **diseños atrevidos, colores llamativos y vibrantes**, sin olvidar la funcionalidad, priorizando la expresión individual y la diversión. Los tonos de los diferentes modelos de gafas se entrelazan en combinaciones arriesgadas, creando una sinfonía visual que cautivará a los amantes de la moda y las tendencias.

Para la campaña, se ha querido seguir el concepto de la colección bajo el lema de **“el más siempre, es más”**.

Se ha jugado con distintos elementos y texturas estampadas que hicieran match con las gafas y accesorios que, al aparecer en escena, reflejaran en las imágenes esa influencia e inspiración geométrica colorida.

A través de elementos como toallas o sombrillas de rayas, el flotador y los bolsos de la colección, el agua o un cielo con nubes, se pretendía acercar al consumidor a esa sensación de **libertad y frescor** que provoca **el verano** y trasladarlo a esta época del año.

También se han utilizado looks y estilismos potentes, creando combinaciones de colores con cuadros, rayas y colores sólidos, buscando destacar al máximo las gafas.

FLOW

La Vanguardista Colección Resort de Verano de Multiópticas.

En un fascinante cruce entre lo contemporáneo y lo inimitable, nace **FLOW de Multiópticas**, una nueva colección de gafas que trasciende los límites de lo convencional.

FLOW es más que una simple colección de gafas, es una declaración de **individualidad y estilo** que desafía los paradigmas de la moda óptica. Concebida como una representación artística única, esta nueva colección ofrece una variedad de **gafas graduadas y monturas de sol** en estilos **LIFESTYLE, TRENDS y KIDS**, junto con complementos que realzan su esencia.

El distintivo de **FLOW** radica en su uso magistral de **contrastes y yuxtaposiciones**, otorgando una identidad propia a cada par de gafas. El **color** se convierte en protagonista, expresando **evolución y digitalización** mediante detalles en **neón** que contrastan con una paleta atemporal, equilibrando las formas con composiciones perfectas que juegan con la simetría y la divergencia. Esta armonía visual y carácter personal definen a **FLOW** como una colección **conceptual y cautivadora**.

La campaña refleja las mismas premisas que la colección, plasmándose como una impactante representación artística contemporánea, donde el color cobra un papel fundamental como elemento distintivo.

Como background para toda la campaña se ha usado un cuadro creado por un talentoso miembro del Departamento de Producto, concebida en base a los mismos códigos artísticos que inspiraron la colección.

EL
“MAS”
SIEMPRE,
ES MÁS

MÓ

ECOTATE

MÓ ECOTATE lanza su innovadora cápsula en una gama de nuevos colores, fusionando estilo y sostenibilidad.

Siguiendo su apuesta por la sostenibilidad y apostando por el diseño y la innovación, **Multiópticas**, la compañía líder en el sector óptico lanza **los nuevos colores de la última colección cápsula ECOTATE**.

Multiópticas siempre apuesta por ofrecer productos de **alta calidad y diseño innovador**, y la nueva gama de colores de **ECOTATE** no es una excepción. Con el éxito de los modelos **MÓ WEST** y **MÓ NORTH**, se han versionado con nuevos colores atemporales como el negro y el azul klein que aporta color a la lente para darle ese toque final a cualquier estilismo esta temporada.

Para esta campaña, se ha desarrollado una serie de vídeos en 3D donde las gafas convivirán con elementos de la naturaleza: agua, tierra, cielo... jugando así con los materiales de las gafas para reforzar el mensaje de nuestra línea eco de la cápsula anterior.

El objetivo principal de esta campaña es reflejar que, moda y sostenibilidad pueden ir de la mano, y se pueden ofrecer diseños innovadores y eco-friendly sin comprometer la calidad y estilo. Además de, experimentar con los diseños y nuevos colores de la cápsula **MÓ ECOTATE** de una manera interactiva y divertida.



MADISON

MÓ presenta su deslumbrante colección de Navidad

“172 Madison Avenue”, inspirada en la elegancia de Nueva York

MÓ se complace en presentar el lanzamiento de su colección de Navidad, 172 Madison Avenue. Inspirada en una deslumbrante **fiesta de fin de año** celebrada en un ático en el **Upper East Side de Nueva York**, uno de los lugares más sofisticados y emblemáticos de la Gran Manzana, esta colección es un homenaje a la noche más vibrante y efervescente del año.

La colección Madison captura la esencia de esta fiesta exclusiva, donde los rascacielos se iluminan, la música y el glamour llenan el aire y los invitados lucen sofisticados looks de gala. Multiópticas se ha sumergido en la búsqueda de referencias en el ajetreo previo a esta exclusiva celebración, así como en las impactantes imágenes de los rascacielos de Nueva York, creando una línea de gafas que refleja la **sofisticación y la elegancia**, representando cada uno de los momentos de la fiesta de fin de año en el número **172 de Madison Avenue**, en la ciudad que nunca duerme. Con esta nueva colección, Multiópticas te invita a ver el mundo con estilo y elegancia, sin importar la ocasión.

La campaña se ha desarrollado en dos ubicaciones emblemáticas: Madrid y Nueva York, de la mano de **The Crew**, la prestigiosa productora de **Eugenia Silva**.

El video promocional nos transporta a las calles de Nueva York, donde aparece la icónica imagen de un taxi neoyorkino que se detiene frente al Upper East Side. La protagonista luce un espectacular vestido de fiesta y se dirige a los ascensores del edificio donde le espera un caballero trajeado. Ambos sacan una llave con un llavero (él desde su bolsillo y ella desde su bolso), y para su sorpresa, ambas llaves son idénticas. El caballero introduce su llave en la puerta, desencadenando un destello de luz que marca el comienzo de una exclusiva e inolvidable fiesta.

MÓ

LICENCIAS PARAMOUNT

Multiópticas se alía con Paramount Pictures para crear: MÓ X TORTUGAS NINJA

Desde Multiópticas traen una de las alianzas más emocionantes del momento. Gracias al continuo enfoque en expandir sus servicios y productos a nuevos públicos, Multiópticas se complace en anunciar la reciente colaboración con Paramount Pictures. Una colaboración ideada y creada para los más pequeños de la casa. Y es que, con la próxima llegada de la vuelta al cole, para todos resulta un reto volver a adaptarnos a ella; pero para los pequeños lo es aún más. Ya que se encuentran en plena etapa de crecimiento y sus cuerpos y capacidades, poco a poco van cambiando. En algunas ocasiones pueden sentirse acomplejados por necesitar de unas gafas para poder ver con claridad. Pero gracias a la colaboración entre Multiópticas y la productora, la nueva colección cápsula **MÓ X TORTUGAS NINJA**, los más pequeños ya no sentirán esa preocupación por llevar las gafas a la escuela.

La campaña refleja el mundo de las Tortugas Ninja y sus valores: el mundo del skate, los grafitis, la amistad, la diversión y la diversidad.

A través de los elementos más significativos de las tortugas y otros elementos de diversión, mostramos la colorida colección y todos sus modelos RX y SOL que los más pequeños podrán disfrutar en cualquier época del año. Pero sobre todo coincidiendo con una de las épocas más importantes del año: la vuelta al cole.



Multiópticas se alía con Paramount consumer products para crear: MÓ X PATRULLA CANINA.

Multiópticas se complace en anunciar el lanzamiento de su emocionante y colorida colección de gafas de edición especial MÓ X PATRULLA CANINA inspirada en la película "La Patrulla Canina: La Superpelícula". Esta colección es el resultado de una colaboración con Paramount Consumer Products y coincide con el estreno de la película en los cines el 11 de octubre.

Inspirada en los personajes más queridos de "La Patrulla Canina", la colección tanto de gafas de sol como de graduado se divide en cuatro modelos dedicados a los protagonistas: Marshall, Chase, Rubble y Skype. La colección brinda estilo y diversión y está diseñada especialmente para los más pequeños de la casa.

Para la campaña, Multiópticas rinde homenaje a los personajes de la colección, utilizando los colores asociados a sus personajes para crear imágenes vibrantes y alegres. Las fotos de campaña se dividen en tres escenarios que muestran toda la colorida colección y sus modelos de graduado y sol. Además, se ha creado un video de la colección que narra una divertida historia entre todos los protagonistas de la campaña.

Esta emocionante colaboración entre Multiópticas y Paramount Products celebra la creatividad, el estilo y la diversión, proporcionando a los más pequeños la oportunidad de llevar a sus héroes favoritos en sus gafas.



MÓ. Cápsulas

FRONT ROW

Las nuevas MÓ Front Row 2023 hacen de tu día a día una pasarela.

MÓ, en su apuesta por la moda y el diseño 100% español, lanza la nueva colección cápsula **Front Row 2023**. Para la ocasión, el equipo creativo de MÓ presenta nuevos diseños que nos trasladan las tendencias vistas en las pasarelas en la **semana de la moda** de las principales capitales del estilo, como **Nueva York, Londres y París**.

Como ya es habitual, MÓ participa como patrocinador de **MBFW Madrid**, convirtiéndose otro año más en el referente oficial de accesorios para la cita más importante y esperada de la moda española. **MÓ de Multiópticas** está presente y apoya a los diseñadores españoles en una fecha tan significativa.

MÓ. Cápsulas

CONVEX - MÓVERS

Multiópticas presenta Convex, su primera colección de gafas diseñada por sus propios profesionales de óptica

Multiópticas da un paso más en innovación y presenta su primera colección de gafas, **CONVEX**, diseñada por sus propios profesionales de óptica. Este proyecto surge como respuesta a las necesidades expresadas por los expertos del sector óptico de la compañía, quienes buscaban comprender a fondo el proceso de creación de una colección de la marca Multiópticas. Además de suponer un gran paso en el sector óptico, la creación de la colección supone una acción de comunicación interna muy motivadora y positiva para el equipo interno de la compañía.

Inspirada en diferentes obras y referentes de la arquitectura postmodernista, y disponible en puntos de venta físicos y online a partir del 12 de diciembre, la colección **CONVEX** refleja la vitalidad y geometría de sus creaciones. Esta influencia se materializa en 13 modelos de gafas, tanto de sol como graduadas. La combinación de líneas geométricas, colores vibrantes y decoraciones metálicas angulosas añade un toque distintivo a esta línea de gafas única.

La colección plasma la esencia, el conocimiento, la ilusión y la pasión de los profesionales por crear una colección única, diferente y atrevida, que recogiera sus aprendizajes y experiencia en la óptica. Un proyecto en el que han trabajado durante un año y que por fin ve la luz en forma de estos 13 modelos de sol y de vista.

Desde el inicio, los profesionales tuvieron una visión clara para la colección, fusionando la experiencia en óptica con su afinidad por la moda. Esta fusión resultó en una colección atrevida y diferente que desafía las convenciones del sector de la salud visual y la moda.

La convocatoria para seleccionar a los profesionales de óptica involucrados recibió una abrumadora respuesta, con más de 100 candidaturas perfectamente cumplimentadas, evidenciando el entusiasmo y la dedicación de la comunidad de profesionales de la compañía.

Sin embargo, el número para formar parte de este ambicioso proyecto era limitado. Fueron 11 los profesionales pertenecientes a diferentes puntos de España, seleccionados para asumir este desafío, dando así lugar a la colección Convex.

Esta iniciativa es fruto del proyecto **MÓVERS**, un proyecto que responde a los intereses e inquietudes de los profesionales y que tiene como objetivo conectarles con la marca y convertirlos en los mejores prescriptores de Multiópticas. Además, la creación de esta colección ha permitido el intercambio de conocimientos y experiencias de numerosos equipos de la compañía, como profesionales de óptica, diseñadores o equipo de marketing de la central.



“

CONVEX no es solo una colección de gafas, es un proyecto que representa el trabajo en equipo y el intercambio de conocimientos entre nuestros profesionales de óptica y el equipo de diseñadores y marketing de la central. Es una colección especial que marca un hito en la historia de Multiópticas.

Carlos Crespo
Director General de Multiópticas

MÓ. Cápsulas

MÓ X OLIVA

MÓ y el diseñador **Juanjo Oliva** se alían, una vez más, para presentar su última colección cápsula inspirándose en los grandes clásicos del mundo de la óptica.

MÓ, en su apuesta por la moda y el diseño 100% español, anuncia su nueva colaboración con **Juanjo Oliva**. **MÓ** es **Tendencia y Diseño** por eso nuevamente colabora con **Juanjo Oliva**. Para la ocasión, el diseñador, junto con el equipo de diseño de **MÓ**, ha trabajado en una colección cápsula haciendo un guiño a la historia del diseño de monturas. Trasladándonos al universo del mundo de la **óptica vintage** con una colección de gafas de sol y graduado.

El diseñador **Juanjo Oliva** se ha inspirado en los modelos clásicos de la óptica "vintage" buscando un **balance entre la estética y la funcionalidad**. Su intención es crear una **estética atemporal que bebe de un marcado aire retro contemporáneo**.

72 **MULTIÓPTICAS**

PALOMÓ

MÓ de Multiópticas y Palomo Spain se unen una vez más con una nueva colección cápsula para celebrar la estética Y2K

En su apuesta por la moda y el diseño 100% español, **MÓ de Multiópticas y Alejandro Palomo**, uno de los diseñadores nacionales más aclamados, vuelven a unir fuerzas para crear su cuarta colección cápsula de gafas de sol y de graduado.

La alianza entre **PALOMÓ Spain y MÓ de Multiópticas** se ha convertido en un must y en una de las colecciones más esperadas de la temporada. Ambos equipos comparten una misma manera de ver el diseño como una forma de expresión y de trabajo que tiene como objetivo innovar y romper con lo establecido. **Alejandro Palomo** y el equipo de **MÓ** trabajan de la mano en todo el proceso creativo para convertir las ideas más locas en unas **PALOMÓ**. Inspiración, tendencias, creatividad y diseño son los valores que sirven como punto de partida para la próxima colección **PALOMÓ SS23**.

"**MÓ** y su equipo de diseño me dan una libertad tremenda, tienen ganas de innovar conmigo y no me ponen freno a nada, siempre me apoyan por muy locas que parezcan mis ideas", concluye el diseñador.

Cada colección de **PALOMÓ** se convierte en pura **tendencia**, por eso **Multiópticas** vuelve a apostar por el talento español, creando una **nueva colección cápsula de la mano de Alejandro Palomo**.

Bajo la dirección creativa de Daniel Clavero muestra un ambiente futurista en el que recordar la moda del principio de los años 2000. Los boybands además de la estética y actitud de las divas del momento, son los protagonistas de la campaña.

"Le hemos querido dar un mood a la campaña y a la colección que sea muy joven, muy relacionado con la infancia. A las gafas les hemos dado ese look más late 90s early 2000s, de una cosa muy joven pero que a la vez tenga ese glamour que caracteriza a la marca." – Alejandro Gómez Palomo.



MÓ. Cápsulas

MÓ X HELBIG

MÓ de Multiópticas y Teresa Helbig se han vuelto a unir para lanzar los nuevos colores de su última colección cápsula.

MÓ y la diseñadora de moda, Teresa Helbig, se vuelven a unir para presentar una novedosa variedad de colores del modelo COURTNEY de la pasada colección cápsula MÓ X TERESA HELBIG, este modelo de gafa está inspirado en la energía y emoción de los festivales de música, donde la música es la principal protagonista.

Tras el éxito de ventas de este modelo de gafas de la colección cápsula MÓ X TERESA HELBIG, reeditamos la gafa de corazón con diferentes colores de lente para revolucionar los estilismos este verano y darle un toque más divertido y original.

Esta colaboración entre MÓ de Multiópticas y Teresa Helbig reflejan la importancia que ambas marcas otorgan al diseño y a la innovación, sin dejar de lado las últimas tendencias, ofreciendo una gama de colores que representa su estilo sofisticado y atrevido. Con tonos pastel, aumentado el calibre, siguiendo una estética muy festivalera.

Para la imagen de esta campaña, hemos contado con la influencer Gemma Pinto contando con los increíbles looks de la propia diseñadora Teresa Helbig, siguiendo un estilo festivalero. Se buscaba reflejar la estética musical, donde los planes al aire libre y los festivales serán el punto de partida para disfrutar de la música durante el verano ¡y donde estos nuevos colores de gafas serán un MUST total!



MÓ X AVELLANEDA

El nuevo resultado de la colaboración MÓ X AVELLANEDA que reinterpreta los clásicos y establece nuevas tendencias en la moda de las gafas

MÓ lanza la nueva colección cápsula MÓ X AVELLANEDA AW23. Una colección diseñada en exclusiva por el departamento de producto junto al propio diseñador Juan Avellaneda, que abanderará por excelencia dos de nuestros valores: moda y diseño

Esta nueva colección será presentada en el stand experiencial de MÓ en el marco de la nueva edición MBFWMadrid. Una vez más, MÓ participa como patrocinador de MBFWMadrid, consolidándose como la marca de accesorios de referencia en el evento más destacado y esperado en el mundo de la moda española. Otro año más, MÓ de Multiópticas desea estar presente y respaldar a los talentosos diseñadores españoles en este momento tan relevante.

La nueva colección MÓ X AVELLANEDA AW23 marca una fusión entre diseño, estilo y creatividad, creando una colección única y cautivadora de gafas que marca el rumbo de las nuevas.

MÓ. Colaboraciones

MÓ X NANOS

Este año deja que los más pequeños jueguen como nunca mientras lucen sus nuevas gafas de la nueva colección cápsula MÓ x NANOS.

Los más pequeños de la casa también se suman a las tendencias de accesorios para la vista, pero ellos disfrutarán de su versión más alegre. MÓ presenta su nueva colección de la mano de la firma especializada en niños: NANOS, ¡llevar gafas nunca haya sido tan divertido!

Para hacer de esta colección un complemento perfecto para los más pequeños se han utilizado los colores más frescos y alegres del arcoíris. Sus acabados y tonos “milky” combinados con los detalles de sus estampados en cuadros vichy y rayas son los toques ideales para crear una estética dulce e infantil.

MÓ x NANOS dispone de una amplia gama de gafas para niños de entre 4 y 12 años, con distintos estilos y colores para que empiecen a combinar desde pequeños.

MÓ X SILBON

MÓ vuelve a apostar por el clasicismo actualizado de la mano de SILBON

MÓ, su apuesta por la actualización, continúa con su colaboración con la marca de ropa y estilo de vida SILBON. Ambas marcas, proponen una segunda colección cápsula en la que se vuelven a centrar en la reinención de los clásicos atemporales.

La colección cápsula MÓ x SILBON representa la imagen de un público clásico que se mantiene fiel a su estilo personal, pero que no deja de ser actual y de adaptarse a las últimas tendencias.

La colección cápsula, al igual que la línea de ropa de SILBON, es para un público que por su estilo de vida se encuentra en constante actualización y cambio. La cápsula presenta propuestas que se adaptan a los outfits Tailoring más formales para las grandes citas; pasando por los looks Business del día a día y llegando a propuestas Weekend para los looks más urbanos y atrevidos.

La campaña se ha rodado en un entorno minimalista en el que se buscaba reflejar la elegancia actualizada de la colección. Haciendo así, foco en la figura de un hombre versátil, actual y sin miedo a nada.

MULTIÓPTICAS



MÓ. Colaboraciones

MÓ X BIMANI

Inspiración, tendencia, creatividad y diseño: Estos son los valores de la colección MÓ x Bimani.

MÓ de Multiópticas y Bimani se han unido para lanzar la colección cápsula más chic de la temporada. El resultado es la primera **colección cápsula MÓ X BIMANI** con diseños de gafas de sol y de graduado que incluye la combinación de **los colores must have de la temporada.**

Bimani es una firma española fundada por **Laura Corsini** en 2012. Desde un principio la marca ha apostado por la sencillez, diseñando básicos de calidad que puedan perdurar en el tiempo y poniendo especial atención en los detalles y la versatilidad. De hecho, muchas de sus diseños responden al concepto 'Twist', pudiendo llevarlos con el escote hacia delante o hacia atrás gracias a la innovación en sus patrones y a la caída y calidad del propio tejido.

La inspiración de **Laura Corsini, fundadora y CEO de BIMANI**, junto con el equipo de diseño de **MÓ** para esta colaboración se ha basado en la nueva colección primavera de la marca. Un aire muy rompedor y versátil que viene pisando fuerte. **Los colores flúor y vivos, como el lila y el naranja, forman parte de las siluetas.**

Cada colección de **Bimani** se convierte en pura **tendencia** para las mujeres, por eso **MÓ de Multiópticas** vuelve a apostar por el talento español, el diseño y la tendencia creando una **edición especial de la mano de Laura Corsini.**

La campaña de la colección cápsula **MÓ x Bimani**, está inspirada en el relax absoluto de unas vacaciones de verano. La Directora Creativa de Bimani, Laura Corsini ha querido trasladarnos a una tarde entre amigas disfrutando del sol y una maravillosa piscina.

Esta colección será el mayor aliado para esos planes de jardín y barbacoas y pool parties tan ansiados en esta época del año, donde la única preocupación es protegerse del sol con estilo y pasarlo bien.



MÓ. Colaboraciones

MÓ X SELECCIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

MÓ de Multiópticas y la Selección Española de Fútbol se unen en acuerdo de colaboración con la visión como punto de encuentro

Bajo esta colaboración y como punto de unión entre ambos se encuentra la visión. Para **Multiópticas** no hay nada más importante que esta, así lo demuestra y transmite mediante sus gafas. Siendo a su vez una de las características más relevantes de la Selección Española, a través de su visión a la hora de entender el juego desde una perspectiva única. Esa visión que hizo a España ser campeona del mundo, hacerse con la victoria en innumerables ocasiones y seguir triunfando hasta el día de hoy.

Por ello, en el marco de esta colaboración, el objetivo de ambas es dotar a la Selección con la mejor visión en el campo de juego. Una visión de élite, precisa, desarrollada, que permita ver más allá, con unas herramientas únicas que mejoren la visión en el campo para ser capaces así de captar lo más importante. En definitiva, una visión que todo el mundo reconoce, que define y que nadie puede parar para seguir cosechando éxitos en el campo de juego. La colaboración entre ambas entidades supone la puesta en valor de una Selección Española con la mejor visión.

En el paraguas de esta unión, **Multiópticas** tiene como objetivo seguir poniendo de manifiesto los valores que constituyen su esencia de marca y que a su vez comparten y definen de igual forma a “La Roja”. Desde el compromiso por la calidad, ambas cuidando de cada detalle en su búsqueda por la excelencia; la innovación, consiguiendo siempre ser los primeros gracias a su forma de trabajar y conectar con las personas; la versatilidad, que permite adaptarse a cada situación y entorno; lo humano, posicionando las necesidades e ilusiones de sus públicos siempre en el centro; la actualización, en constante movimiento por la creación de experiencias únicas y por último, por supuesto, lo local; la apuesta e impulso por la cercanía.

En palabras de Carlos Crespo, director general de **Multiópticas**, “nos enfrentamos a este acuerdo de colaboración con la Selección Española de Fútbol como un reto el cual enfocamos desde la ilusión. Poder trabajar mano a mano y poner en valor las características que nos unen es un honor para nosotros, especialmente desde un ángulo tan importante como es el de la visión. Desde **Multiópticas** vemos muy claramente los puentes que nos unen con la Selección, por ello, el poder llevar a cabo esta iniciativa es un hito de gran importancia para ambos”.

Como consecuencia de esta unión, se ha dado lugar a una pieza de vídeo en la que el propio seleccionador Luis de la Fuente narra en primera persona este concepto de visión de juego de la selección. Una pieza que marca el pistoletazo de salida de esta colaboración y evidencia la relación entre la visión que tiene **Multiópticas** y la Selección.

“

Que una empresa líder como **Multiópticas** una la imagen de su marca **MÓ** a la imagen de nuestro equipo nacional supone el apoyo a los valores que este representa; por eso, es motivo de satisfacción y de agradecimiento”, ha señalado Rivera. Para el máximo responsable de Marketing de la Federación, “la Selección es marca España, y las principales empresas españolas del país lo saben y lo toman en cuenta, cada vez con mayor fuerza”.

Rubén Rivera
Director de marketing de la RFEF

Lentillas

CARNAVAL

Te vas a disfrazar como Miércoles Addams en carnaval y lo sabes

¿Quieres destacar en carnaval con un look como el de Miércoles Addams? Esta vez puedes hacerlo con las lentillas de colores de Multiópticas! Te dan ese toque dark tan característico del personaje en la serie.

En este caso, nuestro look favorito para carnaval es el de Miércoles, la hija gótica de Morticia y Gómez Adams que se ha hecho viral con el éxito de la reciente serie. Su estilo nos ha vuelto locos a todos y queremos hacerle un homenaje. Junto con las lentillas de color negro de Multiópticas, puedes parecerte aún más a la protagonista de la serie con un total look black: unas Mary Jane negras, un jersey negro, una falda de tablas negra y para terminar una corbata negra. Otra alternativa para tu disfraz son sus vestidos negros con cuello de barbero, una americana cropped, un jersey de estampado damero y sus múltiples zapatos de plataforma, que han enloquecido a los amantes de la moda. Para inspiraros, @fuenalbadalejo junto a Multiópticas se ha

convertido en Miércoles Addams, el personaje de la serie de éxito para este Carnaval, con sus lentillas negras de Multiópticas para atrapar todas las miradas.

Además, si te vas a poner las lentillas negras de Multiópticas, vas a tener que acompañarlas de un buen maquillaje. Os damos algunos tips para que te confundan con Miércoles Addams. Necesitarás marcar tus pómulos con una sombra negra, que también utilizarás para marcar las ojeras. Por último y muy importante, un pintalabios negro para conseguir el mejor acabado. Cuando tengas el outfit y el maquillaje, ya solo te quedará grabarte al ritmo de la canción Bloody Mary de Lady Gaga como en el trend de TikTok.

Si las lentillas negras y Miércoles no te convencen, hay muchas más opciones de lentillas de colores con las que puedes convertirte en el personaje que quieras. El cómo lo eliges tú. Las lentillas de color o fantasía permiten cambiar el color natural de tus ojos. Podrás hacerlo de una manera más sutil con Multilens Colors, o con una más radical con Multilens Party. Estas lentillas se colocan del mismo modo que tus lentillas habituales.

COMBILENTILLAS

La primavera es el comienzo de la época de mayor venta en contactología y tenemos el objetivo de ganar cuota de mercado, por ello, potenciamos "Combilentillas: GAFAS mó + LENTILLAS DIARIAS SILICONA 99€", una forma clara y sencilla de venta cruzada, con un mensaje directo al consumidor.

Combilentillas centra su comunicación en las lentes de contacto diarias, ya que supone la puerta de entrada a las lentes de contacto como el complemento perfecto para ciertas ocasiones

Para facilitar la ampliación de la oferta a otras opciones de lentes de contacto, tienes disponibles 2 tarifas de venta

Para las mejoras en las gafas mó y lente oftálmica, se seguirá utilizando la tarifa Multilens de suplementos.



Lentillas

PLASTIC NEUTRAL



Multiópticas presenta la nueva campaña **PLASTIC NEUTRAL: Un planeta más sostenible, al alcance de tus ojos**

Multiópticas anuncia su nueva campaña PLASTIC NEUTRAL, con el objetivo de contribuir a un planeta más sostenible a través de su gama de lentillas diarias Multilens 1 day.

En un esfuerzo por reducir el impacto ambiental de los productos de uso diario, Multiópticas presenta esta nueva campaña, donde todas sus lentillas diarias Multilens 1 day pasan a ser neutras en plástico a través del programa Certified Plastic Neutral de Plastic Bank®, ayudando a mantener los océanos libres de plásticos.

Plastic Bank construye ecosistemas de reciclaje ético en comunidades costeras vulnerables y re-procesa los materiales para reintroducirlos en la cadena de suministro. Esto, implica la compensación del plástico generado en cada caja de lentillas diarias mediante la retirada de la misma cantidad de plástico del océano.

En colaboración con Plastic Bank, Multiópticas se ha unido a una causa social y medioambiental significativa para ralentizar el impacto de los océanos y mejorar las vidas empoderando a la sociedad regenerativa. Cada caja, blíster y lente de las lentillas diarias Multilens 1 day contribuirá directamente a la eliminación del plástico del océano. Este compromiso no solo tiene un impacto positivo en la salud del planeta, sino que también ayuda a las comunidades de Indonesia y Filipinas, ya que los miembros de la comunidad que participan en la recolección del plástico reciben una prima por su labor, lo que les permite satisfacer sus necesidades básicas.

El proceso es simple: los materiales de plástico recolectados se procesan y se les da una nueva vida al introducirlos en la cadena de suministro. De esta manera, Multiópticas no solo ofrece a sus clientes lentillas diarias de calidad y seguridad para sus ojos, sino que también asume la responsabilidad de compensar el impacto de plástico generado.

La campaña PLASTIC NEUTRAL es un paso más hacia un futuro más sostenible, donde la calidad y la responsabilidad medioambiental van de la mano. Cada compra de las lentillas Multilens 1 day será un gesto hacia la conversación con los océanos. Con esta nueva campaña, se pretende hacer conciencia y animar a los clientes a unirse a este compromiso por mantener los océanos libres de plásticos.

El plástico es esencial en el mundo de las lentillas debido a la esterilidad y seguridad que proporciona para los ojos, pero Multiópticas se preocupa por la sostenibilidad y sigue avanzando significativamente en su compromiso con el medio ambiente.

Audiología

PROTECTORES AUDITIVOS

Como especialistas en audición, en los Centros Auditivos Multiópticas trabajamos con una serie de productos con los que cubrir todas las necesidades de audición relacionadas con nuestros clientes finales, entre ellas la protección auditiva.

Se ofrece una serie de piezas con las que potenciar la venta de productos complementarios, como es el caso de los protectores auditivos estándar de alta calidad. Con ellos conseguimos dar una solución en cuanto a protección auditiva a perfiles muy diferentes de clientes, manteniendo una calidad de sonido superior frente a protectores de espuma tradicionales de un solo uso. Este producto ofrece tres ventajas principales sobre los tradicionales protectores de espuma ampliamente conocidos.

TAPONES DE BAÑO

Con motivo del comienzo del verano, y con él la época de baño en playas y piscinas a lo largo de todo el territorio nacional. Este año hay una gran predisposición para disfrutar de unas buenas vacaciones y todo lo que contribuya a que así sea es digno de mención especial.

Desde los Centros Auditivos Multiópticas se contribuye a unos meses de diversión y protección en cuanto a niños y adultos se refiere gracias a los tapones de baño a medida. En audiolgía apostamos por un incremento de nuestra visibilidad en el mercado y para ello este año ofreceremos una oferta muy especial a todos los clientes.

Audiología

MES DE LA AUDICIÓN

Multiópticas presenta nueva campaña de audiología con motivo del Mes de la Audición

- Multiópticas presenta en sus establecimientos nueva campaña de concienciación en el ámbito de la audiología durante los meses de septiembre y octubre.
- Durante el mes de la audición la compañía pone a disposición de sus consumidores revisiones auditivas premium gratis y pruebas de audífonos.
- La campaña tiene como objetivo facilitar a la población la detección y tratamiento para evitar pérdida o problemas auditivos.

La audición es uno de los sentidos más valorados por las personas, esencial para comunicarnos con los demás, así como para procesar los sonidos del mundo que nos rodea. Sin embargo, una de cada cuatro personas tendrá problemas auditivos en los próximos años a menos que se tomen medidas para evitarlo.

Bajo este contexto, Multiópticas, compañía líder en el sector óptico con más de 47 años de experiencia, lanza una nueva campaña de audiología durante el “mes de la audición”. La campaña aprovecha el Día Internacional de las Personas Sordas, que se celebra el 28 de septiembre, para destacar el impacto que los problemas de audición pueden provocar en la vida de las personas. Problemas tales como pérdida auditiva o deterioro cognitivo.

Por esta razón, Multiópticas desea resaltar la importancia de abordar estos problemas auditivos a tiempo y poner en valor el papel vital que juegan los audífonos para mejorar la calidad de vida de las personas sordas.

Como parte de su campaña, la compañía ofrece una revisión auditiva premium gratis de la mano de un profesional cualificado en sus establecimientos. En esta se evaluará el perfil acústico del paciente, se realizará una exploración anatómica del oído y se realizará una audiometría completa para detectar si existe alguna alteración auditiva.

Además, durante el mes, Multiópticas ofreció la posibilidad de prueba de audífonos durante 30 días de manera gratuita para seguir mejorando la calidad de vida de las personas con problemas auditivos.

Para conocer todos los detalles y acceder a las facilidades propuestas con esta acción se daba la opción de rellenar el formulario de prueba gratis en la página web oficial de Multiópticas. Al rellenarlo se recibía un email válido para la prueba de audífonos en el centro auditivo Multiópticas más cercano para solicitarla.

La campaña se desarrolló desde el 1 de septiembre hasta el 31 de octubre de 2023, teniendo como objetivo facilitar a la población la detección y tratamiento a tiempo para evitar la pérdida auditiva.

Tal y como indicó Carlos Crespo, Director General de Multiópticas: “Desde Multiópticas queremos concienciar a la población de la importancia de prestar atención a su salud auditiva y de cómo podemos evitar problemas a través de revisiones o de la normalización del uso de audífonos”.

Esta campaña no solo está enfocada para dar a conocer la nueva marca que lanzamos sino también para concienciar a la población lo común que es el problema de audición y la normalización del uso de audífonos en la sociedad”.

Además, como parte de su compromiso con la salud visual, a través de Fundación Multiópticas, ayudan a personas y comunidades más vulnerables ofreciéndoles atención en salud visual y donando gafas a través de programas propios o colaboraciones con entidades de reconocido prestigio en el ámbito de la solidaridad.



Noren

Multiópticas, la compañía líder en el sector óptico lanza los nuevos colores de la colección de ATOM de NOREN la marca minimalista más premium de su porfolio.

NOREN la marca minimalista más premium de su porfolio.

Las claves de NOREN son el diseño, la sofisticación, la ligereza y la alta calidad de sus materiales. NOREN busca alcanzar a los consumidores más exigentes que quieren dar un paso más en su elección. Una imagen limpia, minimalista y libre de artificios en la que el principal protagonista de todo será siempre “el producto”. Gafas fabricadas con titanio de alta calidad, material que destaca por su dureza y por su gran resistencia.

La colección

ATOM 23 es la nueva colección de NOREN, busca depurar al máximo las formas, creando una colección clásica-atemporal. Continuando con la estética de la colección ATOM 22 está inspirada en las esculturas clásicas, el mobiliario ligero y minimalista. Trata de buscar la sencillez, pero sin dejar de lado la perfección en los detalles.

Los materiales ligeros y ergonómicos, como el titanio y el TR90 marcan la diferencia de un producto de diseño y con altos estándares de calidad.

Todas las gafas de la colección cuentan con un sistema exclusivo de NOREN de bisagras, lo cual le ha permitido crear un diseño más minimalista y sin tornillos. Las plaquetas, fabricadas también en titanio, cuentan con un diseño ergonómico que las hace muy confortables.

Las varillas, ultrafinas y de titanio, ofrecen alta ligereza a la montura. Las almohadillas del puente, hechas de silicona, poseen un diseño ergonómico que proporciona comodidad extrema.

Para esta nueva colección de ATOM 23 hemos incluido una nueva gama de color a las formas que ya hemos trabajado en el anterior lanzamiento, en mujer puedes encontrar colores atemporales como el beige o burgundy, para unisex hemos añadido una gama amplia de color para completar un look tanto casual como formal como son el gris o azul transparente y el rojo o verde en acabado traslucido; y para hombre hemos añadido una gama parecida a unisex pero incorporando el burgundy un color muy favorecedor para el rostro y en este tipo de monturas de línea fina siempre completa el fondo de armario.

Como siempre, NOREN busca en la sencillez, la perfección y en los detalles, marcar la diferencia. Siempre utilizando las mejores calidades como el titanio o el TR90, materiales ligeros y ergonómicos que aportan al diseño funcionalidad.

LA CAMPAÑA

Siguiendo la línea de NOREN, en la campaña de lanzamiento se han querido poner en valor el diseño, los detalles, la perfección de las formas y la importancia de los materiales. También han sido clave para esta campaña los estilismos de los modelos, que nos han ayudado a reforzar el estilo, la elegancia y el diseño que queremos transmitir eligiendo piezas ligeras y neutras que acompañan al mood minimalista y de lujo actualizado.

Wildgo

Multiópticas, la empresa líder en el sector óptico en España presenta la nueva colección **WILDGO** con una visión diversa de la cultura juvenil y contemporánea, enfocada en la generación Z. Esta colección viene con propuestas innovadoras y refleja la autenticidad, brindando opciones para todos los estilos y personalidades.

Esta vez, la colección se divide en dos conceptos diferentes: **WILDGO NEUTRALS** y **WILDGO NEÓN**, cada uno con su propio estilo distintivo.

Inspiración

Wildgo Neón fusiona el estilo retro del “streetstyle” con un trasfondo virtual. La paleta de color tiene mucha expresividad y fuerza. Destacan los colores saturados llamativos flúor con inspiración en el mundo virtual y los brillos bioluminiscentes, con lentes de colores que crean looks únicos.

Wildgo Neutrals es una colección de graduado enfocada en consumidores que buscan una silueta minimalista y depurada. Como se ha visto en las pasarelas, estos colores neutros que la representan son siempre una elección acertada y se adaptan a todas las temporadas.

Colección

WILDGO NEUTRALS es una colección de graduado con colores neutros, como el dorado, plateado y negro, y consta de tres modelos exclusivos: **MÓ LICHTENSTEIN**, **MÓ HOCKNEY** y **MÓ KUSAMA**.

Cada montura de la colección viene acompañada de una bolsita transparente con un tarjetón y un “pouch” de tela en color neutro gris, además de una gamuza a juego, ofreciendo una experiencia completa y elegante.

Por otro lado, **WILDGO NEON** viene pisando fuerte con su vibrante paleta de colores flúor. Estos modelos vienen en colores llamativos y están acompañadas de lentes de colores a juego y creando looks únicos y divertidos.

En cuanto a las siluetas de sol, la colección presenta monturas geométricas de inyectado con espesores gruesos, así como un modelo al aire con lentes especiales degradadas, siguiendo el estilo característico del aclamado artista Bad Bunny.

En el ámbito de las gafas graduadas, las siluetas metálicas e inyectadas se han sumergido en un universo de color, aportando luminosidad con sus alegres tonalidades neón.

Campaña

Para esta campaña se ha querido recrear distintas situaciones, como una pista de Skate Park o una cancha de baloncesto, con un look and feel deportivo y casual. Esta campaña destaca por su estética juvenil y su actitud rompedora.

Tanto **WILDGO NEUTRALS** como **WILDGO NEON** tienen su espacio en esta campaña, combinando looks divertidos y frescos.



05

LENTE OFTÁLMICA



Lentes

Tipos de lentes

- **Monofocales**
 - Multilens
 - Multilens Relax
- **Progresivas**
 - Multilens Pro Confort
 - Multilens Pro Advance
 - Multilens Pro Elite
 - Multilens Pro Excellence
- **Ocupacionales**
 - Diver
 - Office
 - Sport

Materiales

- Orgánicas
- Minerales
- Policarbonato

Índices de reducción

- 1,50
- 1.53 Trivex
- Poly
- 1,60
- 1,67
- 1.74

Tratamientos

- AR
- AR TOP
- AR TOP Premium
- AR TOP Premium +
- Blue
- Blue Advance
- Blue Elite

Coloraciones

- **Uniforme y Degradado:** Marrón / Gris / Gris Verde / Negro / Azul
- **Espejados y semiespejados:** Plata, Azul, Oro
- **Polarizado:** Verde, Gris
- **Fotocromáticas:** verde, gris y Marrón

Campañas y promociones

CAMPAÑA MULTILENS PRO ADVANCE OFFICE

Potenciamos nuestras lentes **multilens Pro Office** para usuarios presbíteros que demandan una visión intermedia y cerca especialmente amplia.

En esta promoción nuestros usuarios se beneficiaron de un precio más económico en el suplemento por cambio de diseño a multilens pro advance, siendo este nuevo suplemento de 30€.

LANZAMIENTOS ESSILOR

Incorporación de nuevos productos con nuestro proveedor Essilor disponibles desde el 4 de abril de 2023:

MULTILENS PRO EXCELLENCE E

1.50 AR

1.60 AR

1.67 AR

CAMPAÑA TRANSITIONS ESSILOR

Como viene siendo habitual y con la intención de fortalecer y potenciar aún más nuestra lente oftálmica **Multilens Transitions** de última tecnología y mejor calidad del mercado, negociamos con Essilor volver a desarrollar una importante campaña en medios online.



CAMPAÑA SOMOS POLARIZADOS

Con la que un año más apostamos por poner en valor la dedicación y compromiso de Multiópticas por ofrecer a los clientes lo mejor en términos de calidad óptica, protección y estilo.

En la campaña continuamos comunicando que **todas nuestras gafas de sol mó son polarizadas.**



Campañas y promociones

CAMPAÑA PROGRESIVOS

1ª ola - "ES EL MOMENTO DE PROGRESIVOS"

A partir del 28 de febrero de 2023 quisimos reforzar el posicionamiento de Multiópticas "Es momento de progresivos" como la marca líder en la gama de lentes progresivas, gracias a su calidad y al acompañamiento al consumidor en la búsqueda de la adaptación al producto.

Este año continuamos cumpliendo con los siguientes objetivos:

- Seguir liderando en producto, diseño y creatividad
- Salir de los clichés habituales de progresivos
- Evolucionar de los formatos tradicionales.
- Atrevernos con un tono más allá.

Esta campaña fue acompañada de una promoción muy especial. Regalamos al cliente **20 euros para su próxima compra de gafas progresivas.**

2ª ola - "EL PROCRASTINADOR DEL FRAC"

Lanzamos a nivel nacional el 1 de junio de 2023.

3ª ola - "EL MES DE LOS PROGRESIVOS"

Llevó consigo una oferta muy competitiva de 2 gafas mo progresivas por 189€ a partir del 1 de septiembre.

Objetivo que perseguimos con esta campaña es:

- **Atracción de nuevos consumidores:** con posibilidad de atraer hasta un 30% más de consumidores nuevos de PSV a nuestras ópticas.
- **Ser la oferta más relevante** dentro del gran ruido de promociones y campañas que realizará nuestra competencia en estos meses.
- **Creación de un sistema de venta por packs** que facilite la mejora exponencial de los encargos.

El público objetivo al que queremos llegar con esta campaña es a la población de más de 50 años, de una clase social media-alta que habiten en poblaciones de más de 10 mil habitantes.

Propuesta de tarifa recomendada para la acción del "mes de los progresivos". Precios pack que configuran nuestra tarifa recomendada incluyen todos los tratamientos disponibles a partir del primer precio (189 € solo incluye Ar y Sol), de esta manera nuestra única preocupación es entender a nuestro cliente para ofrecerle la opción que mejor se adapte a cada caso. Centrándonos en mejorar nuestro actual mix en los diseños de lentes progresivas, haciéndolos más accesibles.



06

CONTACTOLOGÍA

Lentes de contacto

Tipos / Uso

- **Diarias:** Estreno de lentillas todos los días (usar y tirar).
Unidades de la caja: pk30 y pk90
- **Mensuales:** Lentillas de uso diario y reemplazo mensual (30 días)
Unidades de la caja: pk1, pk3 y pk6

Materiales

- **Hidrogel Smart Silicona**
Con una transmisión superior de oxígeno en el ojo, ideal para ojos sensibles y sequedad ocular, su módulo de elasticidad hace que sean más blandas y cómodas, una excelente experiencia en el uso de las lentillas.
- **Hidrogel silicona**
Permite el paso de más oxígeno hacia la córnea y mantiene la hidratación, hace que las lentes sean más transpirables y cómodas, permiten disfrutar de una experiencia de uso más saludable, proporcionan una excelente comodidad durante todo el día.
- **Hidrogel silicona easy fresh**
Ideales para la iniciación a las lentes de hidrogel silicona. Proporcionan un óptimo confort.
- **Hidrogel tradicional**
Primeras lentes de contacto, poseen un borde muy delgado, el cual no irrita los ojos y proporcionan una adaptación inmediata.
- **Hidrogel Pro**
Ideales para ojos sensibles, atraen una gran cantidad de agua, haciendo que ésta rodee toda la superficie de la lente, actuando como protección natural contra la sequedad ocular y el asentamiento de impurezas en la lente, aporta un uso más sano y cómodo de la lentilla.

Disponibilidad

Lentillas diarias de usar y tirar

MULTILENS ELITE 1 DAY

MULTILENS SILICONE 1 DAY

MULTILENS PRO 1 DAY

MULTILENS 1 DAY

MULTILENS ELITE 1 DAY

MULTILENS ELITE 1 DAY

SPHERE TORICS-MULTIFOCAL

SPHERE TORICS-MULTIFOCAL

SPHERE

SPHERE TORICS

Lentillas Mensuales uso diario y reemplazo mensual

MULTILENS SILICONE

MULTILENS SILICONE RELAX

MULTILENS EASY FRESH

MULTILENS PRO

MULTILENS

SPHERE TORICS-MULTIFOCAL

SPHERE

SPHERE TORICS-MULTIFOCAL

SPHERE

SPHERE

Lentillas cosméticas

MULTILENS Color

MULTILENS Party & Party 1 DAY

SPHERE

SPHERE

Corrección

Miopía e Hipermetropía **SPHERE (S)**

Astigmatismo **TORICS (T)**

Presbicia **MULTIFOCAL (M)**

Proveedores

CooperVision

Lentes de Contacto

(Todas menos color y fantasía)

Clearlab

Multilens Party 1 day

(fantasía) y Multilens colors

Quantum

Multilens Party

(fantasía)



Soluciones de mantenimiento

TIPOS DE SOLUCIONES

Soluciones únicas

Para usuarios de todo tipo de lentes de contacto blandas, limpia, desinfecta y conserva en un solo producto

Peróxidos

Sistema integral para la limpieza, desinfección y eliminación profunda de las proteínas de todo tipo de lentes de contacto (lentes blandas, desechables, CRT, RGP, de uso continuo) sin frotar y sin conservantes.

Limpieza de Rígidas

Limpieza de todo tipo de lentes de contacto Rígidas y Gás-Permeables

Solución Salina

Solución fisiológica para estabilizar, aseptizar, aclarar y conservar todo tipo de lentes de contacto

Pastillas Enzimáticas

Limpiador enzimático de proteínas para lentes de contacto blandas y gas-permeables. Se puede utilizar con Solución Salina, Solución Única y Peróxido.



Lágrimas artificiales

Mantiene los ojos bien húmedos e hidratados cuando, por diversos factores y circunstancias, una persona no es capaz de producir lágrimas naturales en la cantidad o calidad suficiente.

Todas las lágrimas multifilm son aptas para el uso con y sin lentes de contacto.



Nuevas acciones

1

Restyling

MULTILENS CONTACT

El peso de contactología en nuestras ópticas cada vez es mayor por eso queremos cuidar nuestra marca. Se ha mejorado:

- Añadimos el logotipo de multilens contact en el nombre de la lente
- Nueva estructura homogénea en los nombres de las lentes
- En las lentes de contacto diarias, se ha incorporado el logotipo de plastic neutral, en breve os ampliaremos esta información.

Un cambio importante realizado es el cambio de nombre de **i_multilens**, pasa a llamarse **multilens Relax**, esta lente de contacto ayuda a disminuir la fatiga visual causada al enfocar de cerca la vista y a la sequedad ocular que pueden ser causados por el uso excesivo de dispositivos digitales, también ayuda a cambiar el enfoque a lejos con menos esfuerzo.

2

Ampliación rangos

MULTILENS ELITE SILICONE 1 DAY TORICS

Nuestra lente de contacto de categoría PREMIUM **Multilens ELITE Silicone 1 Day Torics** amplía su rango de potencias en esfera, cilindro y ejes disponibles.

Nuevas acciones

3

PLASTIC NEUTRAL

Como sabéis el plástico es esencial en el mundo de las lentillas debido a la esterilidad y seguridad que proporciona para los ojos, pero **la sostenibilidad nos importa y estamos avanzando significativamente en nuestro compromiso de mejorar nuestro impacto en el medio ambiente** y contribuir en un planeta más sostenible.

Por ello, tenemos el placer de presentarte **“PLASTIC NEUTRAL”**, donde todas nuestras **lentillas diarias Multilens contact** de CooperVision pasan a ser neutras en plástico a través del programa **Certified Plastic Neutral de Plastic Bank®**, ayudando a mantener los océanos libres de plásticos.

COLABORACIÓN POR BIEN SOCIAL Y AMBIENTAL

Nos aliamos con **Plastic Bank®** para retirar del océano el plástico generado con nuestras **lentillas diarias**, de manera que sumamos todo el plástico de la caja, blíster y lente y retiramos esa misma cantidad del océano.

Los miembros de la comunidad se encargan de recoger ese plástico equivalente del océano y reciben una prima por el material que recogen, lo que les ayuda a satisfacer las necesidades básicas. Los materiales recogidos se procesan y se les da una nueva vida para reintroducirlos en la cadena de suministro.

4

DISOP

Nuevo Proveedor en Soluciones de Mantenimiento

Incorporamos un nuevo proveedor que convivirá con Avizor para mejorar nuestro servicio y nuestra disponibilidad de productos de Soluciones de mantenimiento.

El proveedor escogido ha sido DISOP. Con una historia de más de 40 años DISOP es uno de los principales proveedores del sector y nos ofrece todas las garantías para contar con el mejor producto de la categoría y las mejores condiciones

Dispondremos de Soluciones únicas, un Peróxido y en Salud Ocular, Lágrima Artificial, en varios formatos.



Nuevos complementos

Incorporamos un nuevo proveedor que convivirá con Avizor para mejorar nuestro servicio y nuestra disponibilidad de productos de Soluciones de mantenimiento.

El proveedor escogido ha sido DISOP. Con una historia de más de 40 años DISOP es uno de los principales proveedores del sector y nos ofrece todas las garantías para contar con el mejor producto de la categoría y las mejores condiciones

Dispondremos de Soluciones únicas, un Peróxido y en Salud Ocular, Lágrima Artificial, en varios formatos.



Lanzamientos, campañas y promociones

CAMPAÑAS

CARNAVAL Y HALLOWEEN

Una de las épocas más divertidas del año y no queremos dejar pasar la oportunidad de recordar a nuestros clientes que disponemos de lentillas de colores y fantasía.

Las lentillas de color o fantasía permiten cambiar el color natural de tus ojos. Podrás hacerlo de una manera más sutil con Multilens Colors, o una más radical con Multilens Party.

PROMOCIÓN

MULTILENS ELITE MULTIFOCAL

La promoción se centra dar a los usuarios de gafas progresivas una tarjeta para avivar la inquietud de probar las LENTILLAS PROGRESIVAS – Para ver a todas las distancias y ofrecer a los usuarios la máxima calidad en sus lentillas, además, del complemento perfecto para sus gafas progresivas.

COMBILENTILLAS

GAFAS MÓ + LENTILLAS DIARIAS SILICONA

Una forma clara y sencilla de venta cruzada, con un mensaje directo al consumidor, pudiendo elegir entre gafa de RX o SOL RX, centrando su comunicación en las lentes de contacto diarias, ya que supone la puerta de entrada a las lentes de contacto como el complemento perfecto para ciertas ocasiones.

NUEVO INCENTIVO

EN SUSCRIPCIONES WEB

Las suscripciones son una tendencia al alza y una demanda de los clientes para todo tipo de productos, en nuestro sector, en algunos como las Lentes de Contacto. En Multiópticas apostamos por la mejora continua de nuestros servicios y por ello hemos renovado el incentivo que teníamos en las suscripciones web.

Los clientes que se suscriban a productos de lentes de contacto en la web tendrán un 5% de descuento tanto en el pedido inicial, como en las futuras repeticiones que se generen de dicha suscripción. De esta manera modificamos el actual incentivo, que era una muestra de líquido, por lo que este cambio hace mucho más atractivo este servicio.

El servicio de suscripciones web puede ser utilizado desde las ópticas por vuestros equipos para realizar suscripciones en nombre de los clientes y así fidelizar, asegurar ingresos recurrentes y liberar de las cargas administrativas asociadas a este servicio. Mejorando el servicio de suscripción en nombre de clientes por parte del personal de la óptica, pudiendo realizar la suscripción con o sin el envío del pedido inicial, con lo que damos flexibilidad total a las ópticas.



Lanzamientos, campañas y promociones

SALUD OCULAR

En época de alergias en la que nuestros usuarios demandan productos en salud ocular para aliviar los síntomas de picor e irritación de ojos

Para ello hemos desarrollado una acción publicitaria digital para dar a conocer a nuestros usuarios que disponemos en nuestras ópticas de productos de Salud Ocular “**multifilm**”. Es importante prescribir a todos nuestros usuarios, sean o no usuarios de gafas y/o lentillas el beneficio del uso de lágrimas artificiales.

PRUEBA DE LENTILLAS GRATIS DE MULTILENS

Con el comienzo de la época de mayor venta en contactología, seguimos teniendo como objetivo ganar cuota de mercado en el segmento de lentillas de silicona de reemplazo diario, ya que supone la puerta de entrada a las lentes de contacto como el **complemento perfecto para ciertas ocasiones**. Volvemos a activar “**prueba de lentillas gratis**” en nuestras RRSS, ofreciendo al consumidor la posibilidad de probar nuestras lentillas diarias de silicona Multilens de forma gratuita.

CAMPAÑA VERANO

KIT Rutina de Tratamiento Lancôme

Volvemos a unirnos a Lancôme, marca líder del mercado de cosmética de lujo de L’Oreal con una promoción muy atractiva.

El cliente **recibirá de REGALO 1 kit rutina de tratamiento Lancôme** valorado en 50€ aprox., por la compra de **1 pack semestral de lentillas de silicona** (4 cajas de 3 lentes o 2 cajas de 6 lentes) y dos botes soluciones de mantenimiento multiunica advance 350ml o **1 pack trimestral de lentillas diarias de silicona** (6 cajas de 30 lentes) y una lágrima artificial Multifilm

El kit rutina de tratamiento Lancôme está compuesto de estos productos mini talla imprescindibles para meternos en la maleta de viaje de los usuarios y en su rutina de belleza, haciendo push en la venta de lentillas.

- RÉNERGIE H.P.N. 300-PEPTIDE CREAM 5ML: Crema anti-edad de alta eficacia.
- BI-FACIL DESMAQUILLANTE OJOS 15ML: Desmaquillante de ojos bi-fásico.
- RÉNERGIE EYE CREAM 3ML: Crema contorno de los ojos.
- SÉRUM ADVANCED GÉNIFIQUE 5ML: El primer paso de todo ritual de belleza.
- RÉNERGIE MULTI-LIFT NOCHE 5ML: crema de noche reafirmante para rostro y cuello.



Lanzamientos, campañas y promociones

ESTUCHE VIAJE LENTILLAS

Muchas son las personas que necesitan llevar consigo a todas partes sus lentillas y kit de limpieza. Es por ello, que hemos diseñado un estuche en vinilo transparente para mayor higiene y limpieza. El cierre es mediante cremallera y en su interior contiene un lentillero rígido para completar el set. Su tamaño es perfecto para crear un kit con dos botes de líquidos en formato viaje.

COMBILENTILLAS

GAFAS MÓ SOL + LENTILLAS DIARIAS DE SILICONA

Es crucial cuidar nuestra salud visual en la estación en la que el sol es el gran protagonista, “el verano”. A raíz de los buenos resultados obtenidos en anteriores campañas, **volvemos a publicitar “Combilentillas”** la opción de **GAFAS MÓ SOL + LENTILLAS DIARIAS SILICONA** por 65€ una forma clara y sencilla de venta cruzada, con un mensaje directo al consumidor.

En línea con el compromiso de Multiópticas con la mejora de calidad de nuestras lentes de sol debemos actualizar el precio de combilentillas sol a 65€

PRUEBA DE LENTILLAS GRATIS MULTILENS ELITE

La vida de los usuarios de lentillas cada vez es más activa, sus necesidades han evolucionado y son más exigentes con su salud ocular. Nuestro producto se ha ido adaptando a esta evolución y actualmente disponemos de las lentillas perfectas para nuestros usuarios: multilens ELITE.

Desde Multiópticas con el objetivo de seguir estimulando las ventas de contactología, activamos la campaña de **prueba gratis lentillas diarias premium con multilens ELITE para animar a nuestros clientes a pasarse a la ÉLITE de las lentillas diarias**



07

AUDIOLOGÍA



La división de audiología

Dentro de Multiópticas, la división de audiología ofrece cobertura y respaldo integral para todas las necesidades relacionadas con la audición a nivel profesional. La División se encarga de evaluar y detectar de manera continua nuevas necesidades en el sector. Integrada en el departamento comercial, la División de Audiología está dirigida por el Responsable de la División, quien colabora estrechamente con los diferentes departamentos de la sede central para impulsar la línea de negocio y asegurar un crecimiento sostenido dentro y fuera de la cooperativa. Año tras año, se busca incrementar la cuota de mercado nacional. En consonancia con las otras líneas de negocio, desde la División de Audiología se hace una sólida apuesta por el desarrollo de productos propios, lo que supone una de las principales ventajas y diferenciaciones en el mercado..



Marcas

MULTIÓPTICAS)))
CENTROS AUDITIVOS

CENTROS AUDITIVOS MULTIÓPTICAS

Dentro de Multiópticas, la división de audiolgía ofrece cobertura y respaldo integral para todas las necesidades relacionadas con la audición a nivel profesional. Tanto en respuesta a demanda como mediante iniciativas propias, esta división se encarga de evaluar y detectar de manera continua nuevas necesidades en el sector. Integrada en el departamento comercial, la División de Audiolgía está dirigida por el Responsable de la División, quien colabora estrechamente con los diferentes departamentos de la sede central para impulsar la línea de negocio y asegurar un crecimiento sostenido dentro y fuera de la cooperativa. Año tras año, se busca incrementar la cuota de mercado nacional. En consonancia con las otras líneas de negocio, desde la División de Audiolgía se hace una sólida apuesta por el desarrollo de productos propios, lo que supone una de las principales ventajas y diferenciaciones en el mercado.

MULTISOUND)))

MULTISOUND

En el universo de la audición, Multisound, la marca de audífonos de Centros Auditivos Multiópticas, marca un hito al ser lanzada al mercado en marzo de 2022. Conscientes de la creciente necesidad de mejorar la capacidad auditiva, desde Centros Auditivos Multiópticas hemos apostado por una marca propia que incorpora tecnología puntera en el campo de la audición. Multisound presenta una amplia gama de audífonos con innovadoras prestaciones tecnológicas, destacando tres beneficios clave: SONIDO NATURAL, MÁXIMO CONFORT y MÍNIMO TAMAÑO. Los dispositivos Multisound garantizan una experiencia auditiva premium, estableciendo un nuevo estándar en continua evolución.

El compromiso de Multiópticas con la marca propia ha hecho que en 2023 alcancemos el 97% de peso de la marca propia en audiolgía.



Productos y lanzamientos

PRODUCTOS

Contamos con un total de 146 modelos de audífonos Multisound, disponibles a su vez en una combinación de colores que garantizan la satisfacción del cliente final en cuanto a estética, unificando tecnología, profesionalidad y estética bajo nuestra marca.

Además de los productos propios de la cooperativa, contamos con:

- Pilas para audífonos
- Accesorios de conectividad
- Smartphones
- Protectores de baño y ruido
- Servicios
- Complementos para mantenimiento y servicios

LANZAMIENTOS

Durante el año 2023 hemos lanzado 24 nuevos modelos de audífonos Multisound para cubrir todas las necesidades auditivas de los clientes. Los audífonos propios de Multiópticas destacan por su discreción, recargabilidad de ion litio, conexión con todo tipo de smartphones y la asistencia remota desde cualquier punto del planeta con conexión a internet, prestaciones disponibles todas ellas en la gama completa Multisound, desde ESENCIAL a ELITE, haciendo accesible la última tecnología a todas las personas sin distinción.

PROVEEDORES

Los audífonos Multisound, están fabricados por líderes internacionales en el sector auditivo, por orden alfabético:

- **BERNAFON**
- **OTICON**
- **RESOUND**

En la División complementamos nuestra propuesta central con la colaboración de proveedores para otoplastia, accesorios y tecnología del más alto nivel. Todos ellos cumpliendo con requerimientos de calidad excepcionales.

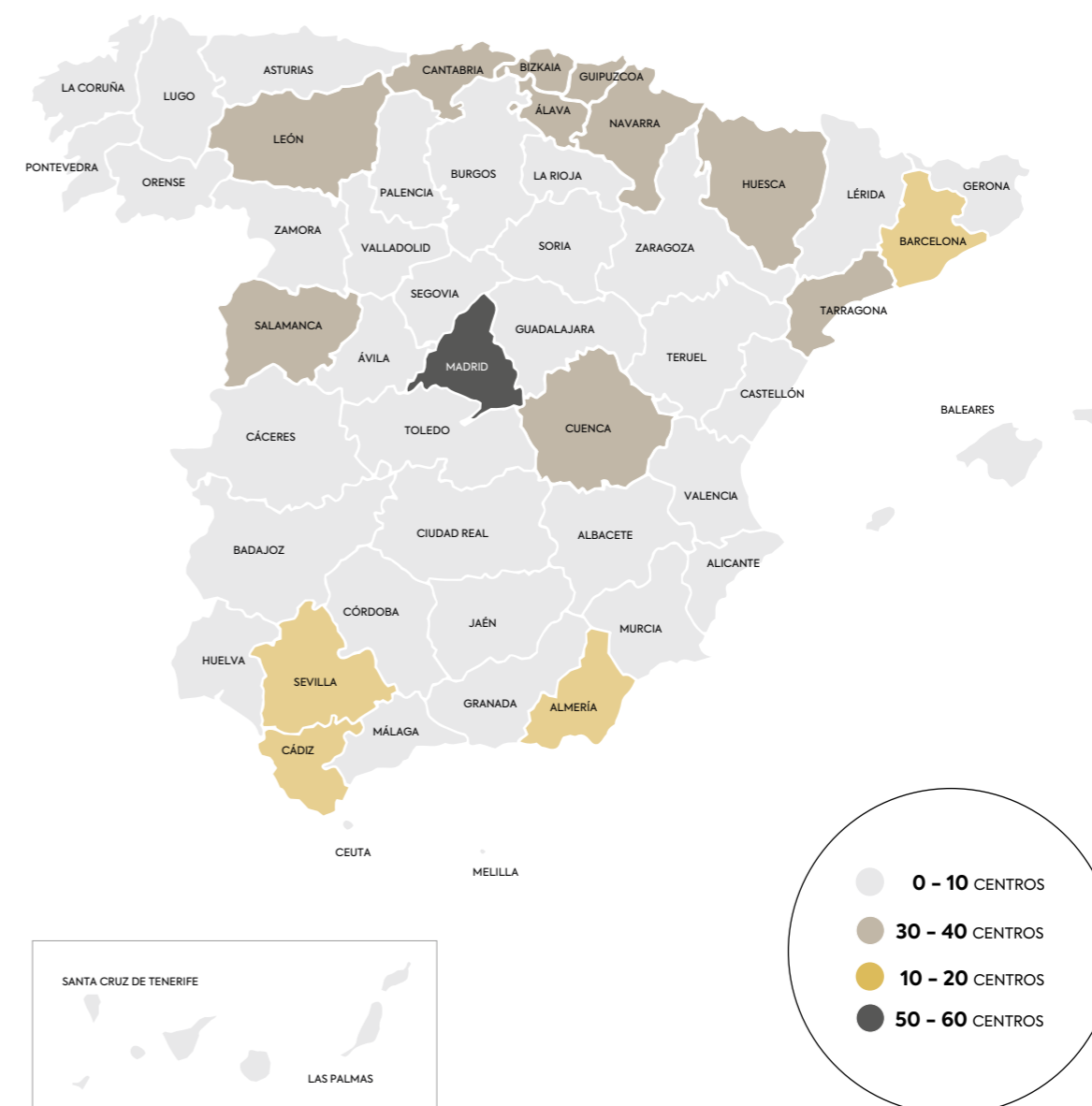


Establecimientos

En la cooperativa contamos con 175 establecimientos que adaptan audífonos Multisound, 8 más que en el año 2022, y un total de 264 puntos en los que se presta asesoramiento al cliente interesado en audiología en los que facilitar el acceso a la información y normalización del uso de audífonos.

De 174 grupos comerciales de socios y colaboradores, 94 de ellos trabajan la audiología, concretamente 55 socios de pleno derecho y 39 colaboradores.

Número de Centros Auditivos Multiópticas por provincia



Campanñas

REBAJAS ENERO FEBRERO
 AUDÍFONOS + PROGRESIVOS
 TARIFA PLANA
 TAPONES BAÑO
 REBAJAS JULIO AGOSTO
 MES DE LA AUDICIÓN
 BLACK FRIDAY
 PRUEBA GRATIS AUDÍFONOS

Durante el año 2023
 hemos realizado un total de
 7 campañas
 en audífonos
 + 1 de verano
 en protectores
 de baño



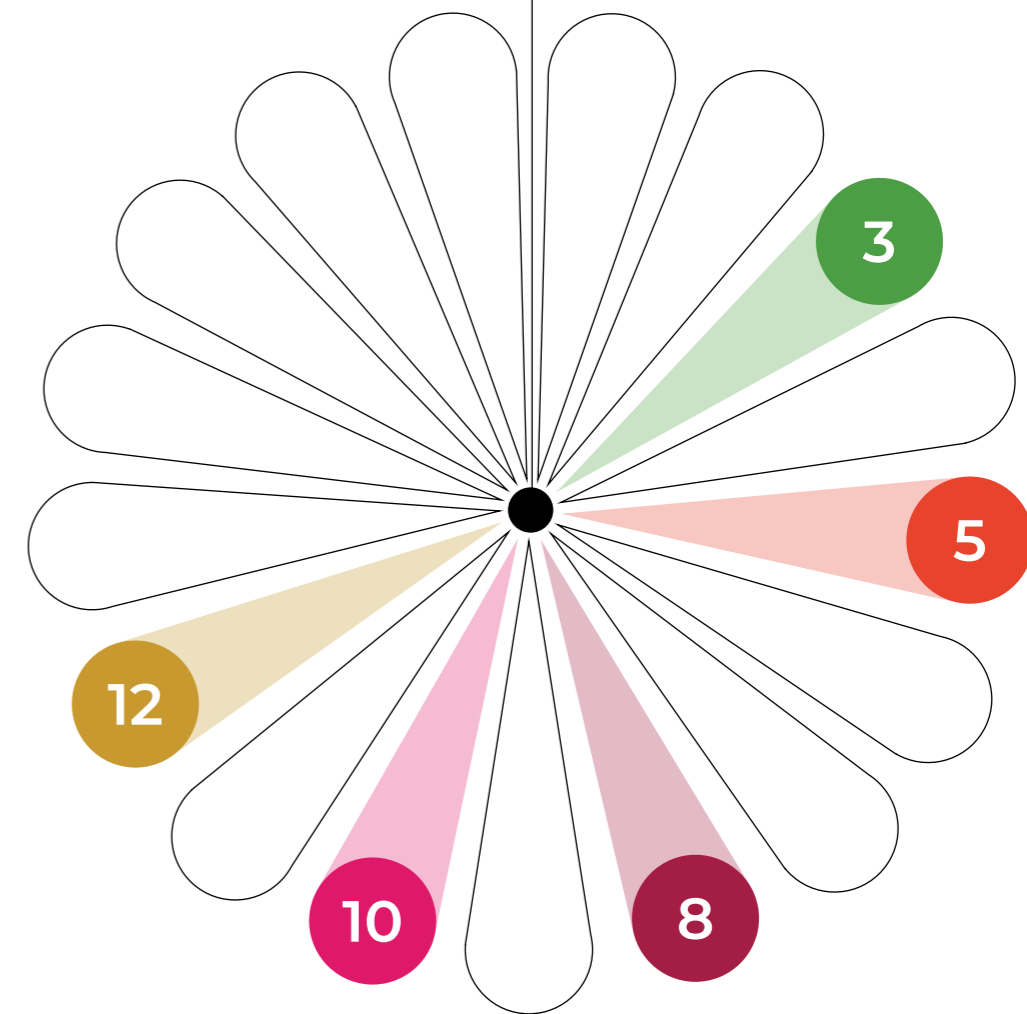
08

SOSTENIBILIDAD



Somos sostenibles

ODS



Somos verdes

ODS 12

Producción y consumo responsable

En el compromiso que Multiópticas tiene con el medio ambiente, fabrica gafas diseñadas con materiales eco - friendly. Uno de los lanzamientos del 2023 fue la línea ECOTATE. Una colección fabricada en HEXETATE, una resina sintética reciclable y respetuosa con el medio ambiente, a la que acompaña un packaing sostenible. Con esta iniciativa se ha conseguido reducir en un 20% la energía en su proceso de fabricación.

Continuando con el compromiso del cuidado del planeta, para hacer un consumo responsable, se han instalado en nuestra sede central placas fotovoltaicas que contribuyen a la lucha contra el cambio climático. Esta acción ha supuesto un ahorro de energía de 20%. En 2024 seguiremos apostando por la descarbonización con un mayor número de placas fotovoltaicas, consiguiendo así un mayor ahorro de energía.



Somos sociales

ODS 8

Trabajo decente y crecimiento económico

En el marco de nuestro proyecto MÓ TALENT WAY, como compromiso con la sociedad y en acuerdo con la Universidad CEU San Pablo, se ha becado a diferentes jóvenes para realizar sus estudios de Grado de Óptico Y Optometría, además de darle la oportunidad de realizar las prácticas en uno de nuestros centros.

Asimismo, los estudiantes del CEU podrán disfrutar del aula Multiópticas, un espacio inaugurado en el evento MO lab diseñada para enriquecer el conocimiento de estudiantes de Óptica y Optometría de la Universidad y brindar oportunidades de aprendizaje a socios, colaboradores y profesionales del sector visual.



Somos sociales

ODS 3

Salud y bienestar

Campaña de concienciación sobre el aumento de la miopía infantil a través de medios de comunicación y realización de workshops en colegios por parte de ópticos de la compañía, previniendo que toda una generación vea su futuro borroso.

Continuamos un año más colaborando con la Universidad de Navarra a través de un convenio de investigación consistente en el diagnóstico precoz y prevención de la ceguera en enfermedades retinianas prevalentes.

En colaboración con GEICAM grupo líder en investigación de cáncer de mama en España, y bajo el hashtag #YoDoyDuroPorEllas, se llevó a cabo una actividad por parte de los empleados en la que, además de fomentar la práctica deportiva y los hábitos saludables, se recaudaron fondos para la investigación del cáncer de mama.

3 SALUD Y BIENESTAR



MULTIÓPTICAS

FUNDACIÓN

La Fundación Multiópticas, tiene como propósito preocuparse y ocuparse por la salud visual de la infancia y sus familias en situación de vulnerabilidad. Es por eso por lo que se han llevado a cabo diferentes programas de promoción de la salud visual infantil, colaboraciones en investigación y donación de gafas, audífonos y material óptico entre otras acciones.

Conoce más sobre nuestra fundación aquí



Somos personas

ODS 5

Igualdad de género

Como compañía que aboga por la diversidad, la equidad y la inclusión, se ha elaborado y presentado a socios y empleados el Plan de Igualdad de la Cooperativa, en el que se abordan temas como prevención del acoso sexual y por razón de sexo, procesos de selección y promoción no discriminatorios, políticas de retribución igualitaria, además de la formación y sensibilización en igualdad de género.

ODS 10

Reducción de las desigualdades

Hemos recibido el distintivo DIVEM Premio al compromiso con la diversidad cultural. Reconocimiento público a las empresas socialmente responsables que ven en la diversidad cultural, la igualdad y la inclusión un valor para su negocio.



ODS 8

Trabajo decente y crecimiento económico

Multiópticas busca el bienestar de sus empleados y es por ello por lo que establece políticas de conciliación y bienestar entre las que destacan la conciliación familiar con modelo de trabajo híbrido, espacios de salud – espacio deportivo y alimentación saludable con fruta fresca a diario- actividades grupales de ocio bianuales donde se favorece la desconexión y el espíritu de equipo. Además, participan de forma voluntaria en las acciones de compromiso social.

La compañía a su vez impulsa el desarrollo profesional de cada una de las personas que la componen, incrementando sus competencias para un excelente desempeño de su trabajo



Fundación Multiópticas

Fundación Multiópticas es una organización sin ánimo de lucro creada en 2006 por la empresa Multiópticas S. Coop. Su objetivo es promover la salud visual y facilitar el acceso a servicios oftalmológicos para personas en situación de vulnerabilidad. A través de su iniciativa "Protegiendo las miradas del futuro", la fundación se enfoca en proteger la vista de los más pequeños mediante la prevención, detección y tratamiento de problemas visuales.

La Fundación colabora estrechamente con varias asociaciones, como Mensajeros de la Paz, Aldeas Infantiles, Soñar Despierto, SGAE, la Asociación de Juezas Españolas y Accem, entre otras. Estas colaboraciones incluyen la entrega de bonos solidarios para mejorar la visión de los asociados de dichas organizaciones. Igualdad y la inclusión un valor para su negocio.

Nuestros números

39

Acciones de Mirada Solidaria

29

Alianzas con instituciones y asociaciones

144

Audífonos donados

192.000

Gafas donadas (total programas)

250

Voluntarios

17.715

Gafas acondicionadas



Protegiendo
**las Miradas
del futuro**

MULTIÓPTICAS

FUNDACIÓN

MEMORIA ANUAL
2023

MULTIÓPTICAS

multiópticas