

Millioneyes

PORTUGAL • Nº 125 • SETEMBRO 2023

Consumidor do futuro 2025

Vasuma

Nascida da
cumplicidade

Ørgreen

Viagem à inovação
e à cor

Essilor Instruments

Novos reforços
para oficinas
premium



PROOPTICA DINAMISMO IMPULSIONADO POR 30 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Esta casa portuguesa regressou aos seus habituais *showrooms*, para revelar novos desenhos, novas ideias, estar próxima dos seus parceiros e, claro, reforçar a importante conquista de 30 anos de mercado. A Millioneyes esteve na exposição do Porto, no hotel HF Ipanema Park, que aconteceu entre 14 e 15 de setembro, e constatou um novo e magnético percurso criativo para as marcas sob alçada da Prooptica.

A empresa dedicada a um serviço transversal e completo às óticas trouxe para os seus *showroom* todas as mais valias que a fazem uma referência no mercado da ótica. Luís Justino, líder da Prooptica e a diretora da área de óculos Alexandra Fernandes conduziram a visita pelos mais recentes lançamentos. Os desenhos que encheram a exposição eram ori-

ginais, plenos de novas experimentações em cor e com personalidade muito própria. “Há uma forte aposta da Prooptica, no que são as marcas próprias e licenças de marcas portuguesas e espanholas. Foi dessa forma que conquistámos a diferenciação no mercado. Cada vez mais damos força àquilo que é a marca Prooptica.”, reforçou Luís Justino.

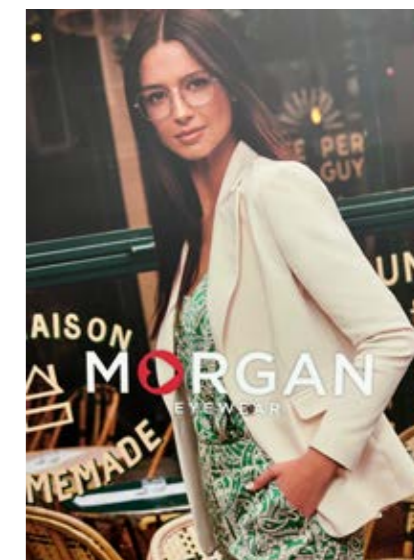
“Há uma forte aposta da Prooptica, no que são as marcas próprias e licenças controladas por nós”



EYEWEAR QUE APETECE!

De facto, a Danell com o embaixador de luxo, o ator Rui Santos, teve uma expansão na quantidade e qualidade da oferta em óculos para o segmento masculino. À sua “personalidade” clássica, os criativos decidiram pontilhar com desenhos originais, como geometrias repensadas de forma mais moderna. Adicionou-se ainda cores distintivas e, de facto, o crescimento exponencial que as vendas registaram, asseguram que esta foi uma estratégia que respondeu com precisão aos anseios dos consumidores de óculos.

Destacou-se ainda a poderosa marca Amália, uma licença bem estudada e conquistada pela equipa da Prooptica e que teve uma evolução muito estimulante. Claro que, saltam à vista os acetatos *oversized*, os metais plenos de tons frescos, os acessórios muito femininos, a par e passo com a personalidade da mítica fadista portuguesa. Mas aqui a Prooptica foi mais longe, ao repescar do passado a sua primeira licença *eyewear* e que hoje é uma marca que está no topo de carreira na alta-costura. O criador João Rólo foi desafiado a



“pensar” Amália, no formato de óculos e o resultado foi uma coleção cápsula irresistível, tanto no desenho, passando pelas cores até aos produtos que rodeiam as armações. E, segundo Luís Justino, ainda vai desenvolver-se mais.

E MUITO MAIS...

Seguindo entre os corredores bem distribuídos deste *showroom*, descobriu-se ainda, em português, a Throttleman, a Quebramar, a Lanidor, a Dielmar, com o novíssimo embaixador Ricardo Guedes, a Duyos, a Piper e a Masai, cada uma com o seu segmento bem delineado e com uma atenção aos detalhes acrescida. Na área da distribuição, a Prooptica tem ainda propostas

muito vantajosas para as óticas sob a bandeira do grupo Menrad, com as suas Jaguar, Morgan e Menrad. Num plano mais desportivo a New Balance permanece uma referência que os consumidores relacionam de imediato e muitas outras em nichos de luxo ou de especialidade.

Claro que, os serviços da Prooptica estendem-se às lentes, com destaque para a Nikon e a Kodak, os acessórios essenciais ao quotidiano da oficina e ainda estratégias de arquitetura que surpreendem pela singularidade. Tudo proporcionado por uma equipa estável e dinâmica que garante a juventude da Prooptica ao longo dos tempos.

