



Tony Morgan Junior

Tony Morgan ha lanzado una nueva colección de monturas oftálmicas para niños, Tony Morgan Junior, con una interesante alternativa en modelos para escoger en uno de tres colores. La colección incluye monturas con terminales "cola de ratón", las cuales permiten cortar el brazo para dar el ajuste perfecto según la cara del paciente. Además, Tony Morgan lanzó diez nuevos modelos oftálmicos para adultos. Mayor información con Ángel María Mojica. Tel: (571) 2017439; optimarcos@yahoo.es.

Campaña para famosos y sus hijos

La última misión de My First Shades es reforzar la protección de los ojos de los niños y para ello está entregando a famosos que son padres, sus productos. De esta forma, la compañía espera que más personas sigan el ejemplo de las celebridades que se preocupan por dar protección ultravioleta a los ojitos de sus niños.

Desde 2001, MyFirstShades, como compañía proactiva, busca la salud de los ojos de los niños con productos de calidad y muy modernos. Visite: www.myfirstshades.com.



Grupo Marcolin con Dsquared2

El Grupo Marcolin, Dean y Dan Caten, diseñadores de la marca Dsquared2 y Staff International Spa, licenciatario de la marca Dsquared2 firmaron un acuerdo de cinco años para la producción y distribución mundial de gafas de sol y oftálmicas bajo dicha marca. El acuerdo de licencia es compatible con la cartera de la división de lujo de Marcolin y se espera genere ventas de 20 millones de euros.

Con cotización en la Bolsa de Milán, Marcolin es líder en el sector óptico, con productos de calidad, atención al detalle y amplia distribución. En 2007, produjo y distribuyó aproximadamente 5,5 millones de monturas de marcas como: Tom Ford, Roberto Cavalli, Montblanc, Ferrari, Web, Just Cavalli, Kenneth Cole New York, Kenneth Cole Reaction, Miss Sixty Glasses, Replay Eyes, Timberland y Cover Girl. Algunas de las marcas propias del grupo son Marcolin y Cébé. Informes: Marco Lares, International Sales Manager Marcolin USA, Inc. Tel: 305 512 5782; cel: 305 613 6113; mlares@marcolinusa.com; www.marcolinusa.com.



Cruz™ al aire

Menos es más y A&A lo ilustra con los nuevos modelos al aire de la colección masculina Cruz™ Eyewear.

La colección tiene un toque minimalista para que el usuario lleve un armazón elegante y más cómodo, con brazos de betatitanio, adecuado para los ejecutivos modernos. Tonos: negro, habano, marrón, dorado y plateado.

"Cruz se concibió para dar al hombre moderno elegancia combinada con comodidad. Llevar armazones de tres piezas es una obligación para muchos ejecutivos y nuestras formas son las más apropiadas. La línea se caracteriza por las franjas que se han diseñado sobre los brazos en tonos complementarios" indicó, Rodney Hayes, vicepresidente ejecutivo de A&A Optical.

Informes: emma@aaopticalco.com; www.aaopticalco.com.