

Poznań, 07.12.2018 r.

Sukces Targów OPTYKA 2018

**W dniach 23 i 24 listopada 2018 r. na Międzynarodowych Targach Poznańskich odbyły się Targi Optyczne OPTYKA – najważniejsze wydarzenie branży optycznej w Polsce. Impreza odbywa się co dwa lata i każda edycja notuje spory wzrost liczby wystawców, zwiedzających i powierzchni ekspozycyjnej. Tak też było w tym roku.**

Targi OPTYKA to wydarzenie biznesowe, w którym uczestniczyć mogą wyłącznie profesjonaliści działający w branży optycznej. Oprócz absolutnych nowości i przyciągających uwagę atrakcji przygotowanych na stoiskach wystawców uczestnicy chętnie brali udział w szeregu wydarzeń specjalnych takich jak warsztaty, prezentacje w Speakers’ Corner czy konferencja naukowa. Targi OPTYKA to efekt wieloletniej współpracy Krajowej Rzemieślniczej Izby Optycznej i Międzynarodowych Targów Poznańskich.

Spotkania w przestrzeniach targowych, podczas których producenci i dystrybutorzy opraw okularowych, komponentów, soczewek i akcesoriów oraz właściciele i menedżerowie salonów optycznych, optycy i optometryści mogą poszerzać swoje kwalifikacje, zapoznawać się z nowymi rozwiązaniami i trendami – są podstawą do zawierania kontaktów biznesowych i dobrych kontraktów. Obserwując ruch w pawilonach, intensywność spotkań na stoiskach i liczny udział w wydarzeniach specjalnych nie można mieć wątpliwości, że warunki te zostały spełnione.

Podczas tegorocznej edycji, na zdecydowanie większej powierzchni swoja ofertę zaprezentowało 155 firm rodzimych i zagranicznych – z Czech, Francji, Grecji, Hiszpanii, Niemiec, Włoch i Chin.Wzrosło też zainteresowanie targami wśród zwiedzających – łącznie na targach pojawiły się 4.422 osoby (w 2016 – 3.767 osób) – 3.549 zarejestrowanych zwiedzających i 873 wystawców. Większość z nich deklarowała duże zadowolenie z udziału w imprezie i chęć uczestniczenia w kolejnych jej edycjach.

**Nowości i innowacje nagrodzone**

Wystawcy starają się zaskoczyć zwiedzających estetyką i oryginalnością stoisk, ale przede wszystkim nowościami, które przywożą zaprezentować podczas wydarzenia, często premierowo. Etykieta **„nowość”**, udostępniana przez MTP, dodatkowo przykuwa uwagę obecnych na targach gości oraz daje możliwość prezentacji produktu na stronie internetowej wydarzenia. Przemierzając pawilony nie sposób było pominąć kolejne oznaczenie – **Złoty medal** w formie dużych naklejek umieszonych na podłodze bezpośrednio przed stoiskiem i tabliczek eksponowanych bezpośrednio przy produktach przykuwały uwagę zwiedzających. Prestiżową nagrodą może pochwalić się tylko dziewięć produktów wybranych jeszcze w październiku przez grono ekspertów. W taki sposób wyróżniane sąnajbardziej innowacyjne i wartościowe produkty, będące jednocześnie synonimem wysokiej jakości zaawansowania technologicznego. Dodatkowo spośród laureatów Złotego Medalu konsumenci głosując online do 24 grudnia lub zwiedzający bezpośrednio podczas targów wskazują jedną z propozycji, która uzyska tytuł „Wybór Konsumentów”.

## Istotną częścią największego spotkania optyków w Poznaniu jest również mniej formalne wydarzenie jakim jest Wieczór Branżowy, podczas którego wystawcy i zwiedzający mogli ugruntować zawarte kontakty, zintegrować się ze swoimi partnerami biznesowymi, a także dobrze bawić. W tym roku, dzięki obchodzącej jubileusz 20-lecia firmie HOYA LENS POLAND, SEIKO Optical Polska gwiazdą wydarzenia był zespół Pectus. Podczas wieczornej imprezy uroczyście wręczone zostały statuetki „Złot Medal” oraz Acantus Aureus, którymi uhonorowano najatrakcyjniejsze stoiska tegorocznych targów.

##

**Wszechstronny rozwój kompetencji**

W wyjątkowej strefie [Speakers’ Corner](https://targioptyka.mtp.pl/pl/program_i_opis_wydarzen/speakers_corner/?utm_source=media&utm_medium=info-prasowe-pazdz) pojawili się producenci i dystrybutorzy z branży optycznej, a  także specjaliści biznesu i prawa. Wyjątkowy gość **Amelie Morel**, współwłaścicielka marki Morel i prezydent Międzynarodowych Targów Optycznych Silmo opowiedziała o trendach i wyzwaniach europejskiego rynku optycznego, prawniczka Justyna Chomicz przedstawiła temat RODO, a ekspert visual merchandisingu **Marek Borowiński** zwrócił uwagę na zagadnienia mowy ciała w praktyce, mózgu konsumenta w sklepie optycznym, technik negocjacji w biznesie, profesjonalnej rozmowy handlowej, czy psychologii koloru w komunikacji marketingowej. Przez Michała Jankowiaka z Opti IT zaprezentowane zostały również innowacyjne rozwiązania informatyczne wspierające pracę optometrystów. Zastosowanie nowych produktów i rozwiązań dla salonów optycznych zaprezentowali także przedstawiciele firm uczestniczących w targach.

W pierwszym dniu targów odbyła się konferencja naukowa, której temat [„Krótkowzroczność - wyzwania dla optyki, optometrii i okulistyki”](https://targioptyka.mtp.pl/pl/news/krotkowzrocznosc_tematem_konferencji_naukowej/?utm_source=media&utm_medium=info-prasowe-pazdz)inspirowany był najnowszymi badaniami nad tym zjawiskiem. Na zaproszenie p**rof. Dr. hab. Ryszarda Naskręckiego**, prorektora Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, kuratora konferencji wykłady wygłosili naukowcy z kilku ośrodków akademickich. Zagadnienie krótkowzroczności podjęli w perspektywie różnych dziedzin nauki, co pozwoliło na uzyskanie szerokiego spojrzenia na rosnący problem wad wzroku.

 – Drastycznie wzrasta liczba osób z wadami wzroku, wśród których dominuje krótkowzroczność. Coraz częściej mówi się więc o epidemii krótkowzroczności (ang. Myopia Epidemic). Badania pokazują, że w Europie krótkowzroczność występuje u prawie 50 procent ludzi młodych (między 24. a 29. rokiem życia), a u 11 procent Europejczyków występuje wysoka krótkowzroczność, powyżej sześciu dioptrii. – przytoczył prof. Naskręcki. – Krótkowzroczność stanowi więc duże wyzwanie dla specjalistów ochrony wzroku – lekarzy okulistów, optometrystów i optyków okularowych. Zarówno metody tradycyjne jak i metody farmakologiczne, stosowane w korygowaniu i/lub kontroli krótkowzroczności wymagają coraz bardziej zaawansowanej i aktualnej wiedzy oraz skutecznej współpracy różnych specjalistów. – dodał kurator konferencji w powitaniu uczestników.

**Nowy design to wyzwanie**

Producenci i dystrybutorzy opraw okularowych prezentowali najnowsze kolekcje, często sygnowane znanymi markami, dowodząc, że trendy modowe zmieniają się bardzo dynamicznie. Stosowanie coraz to atrakcyjniejszych form, rozwiązań kolorystycznych, połączeń materiałów, różnych stylów ma zaskoczyć i zadowolić klientów, ale też zdystansować konkurencję. Z kolei właściciele salonów optycznych muszą znaleźć sposób jak te nowości sprzedać, zarówno poprzez bezpośredni kontakt z klientem i techniki doboru opraw, jak i aranżację przestrzeni sprzedażowej. Zapotrzebowanie na te praktyczne umiejętności kilkudziesięciu optyków zaspokoiło podczas oprowadzania po **Wzorcowym Salonie Optycznym** oraz **warsztatów Stylista Opraw Okularowych.**

Dużym zainteresowaniem cieszył się Wzorcowy Salon Optyczny, gdzie odpowiednio zakomponowana przestrzeń, kolorystyka, ustawienie i design mebli, a także oświetlenie pozwalały na efektywne wyeksponowanie produktów i budowały atmosferę, w której klient mógł poczuć się komfortowo, a także zechce rozpocząć poszukiwania wymarzonych opraw. Wszystkie elementy tego salonu i zależności przestrzenne dodatkowo wyjaśniał dr Marek Borowiński, podczas specjalnych spotkań.

Kolejna ważna umiejętność to fachowe doradztwo w doborze opraw okularowych. Mnogość kształtów, kolorów, materiałów i typów urody nie będzie już przerażał optyków, którzy wzięli udział w obleganych, bezpłatne warsztatach z **Olafem Tabaczyńskim**, stylistą opraw okularowych. Zaprezentował on jedną z dziesięciu stylistycznych technik doboru opraw okularowych – technikę pigmentacyjną kolorową z zastosowaniem narzędzi takich, jak Koła Kolorystyczne.

Targi Optyczne OPTYKA to przestrzeń do wymiany wiedzy, podnoszenia kompetencji, prezentacji i testowania nowości, ale także integracji. To doskonałe miejsce nie tylko do zawierania nowych kontaktów biznesowych i kontraktów, ale także do podejmowania z różnych perspektyw i na różne sposoby aktualnych tematów absorbujących branżę optyczną. Intensywne dwa dni wypełnione spotkaniami, prezentacjami, rozmowami mijają bardzo szybko, ale dla uczestniczących firm są podstawą do dalszego rozwoju, inspiracją do poszukiwania nowych rozwiązań i możliwości.