

**Rynek optyczny w Polsce oczami ekspertów**



**Ponad połowa populacji Polaków cierpi na wady wzroku. Około 20 milionów z nas używa okularów, a ponad milion soczewek kontaktowych. Obserwujemy stały wzrost świadomości w zakresie chorób i wad wzroku, co przekłada się na coraz szybszy rozwój i coraz lepszą kondycję polskiego rynku optycznego. Jego wartość w naszym kraju rośnie i powoli zbliża się do takiego poziomu, jaki występuje w rozwiniętych krajach Europy. Jednak jest jeszcze trochę do zrobienia.**

Mamy ponad 3 tys. salonów optycznych. Jedna placówka przypada średnio na 10 tys. mieszkańców. W Niemczech jest to ok. 8 tys., a we Francji – ok. 5 tys. mieszkańców. Natomiast dostęp do produktów optycznych, także renomowanych firm światowych, jest w Polsce taki sam, jak w innych krajach zachodnich. Klienci polskich salonów mogą więc wybierać wśród oprawek i soczewek okularowych, soczewek kontaktowych, płynów i innych optycznych akcesoriów. Przeszkodą może być wyłącznie cena, chociaż polscy optycy – kupując soczewki bezpośrednio u producenta i płacąc za produkt dokładnie tyle samo, ile np. optyk z Niemiec lub Francji – nakładają zdecydowanie niższe marże niż na Zachodzie. Dlatego okulary w wielu przypadkach są w naszym kraju 3-4 razy tańsze.

[******](http://optykpolski.feniksmedia.pl/wp-content/uploads/2018/04/kwiat.jpg)**Przyszłość rynku optycznego w Polsce**

***Ze względu na ogromny wpływ technologii na nasze codzienne życie, np. ciągłe używanie smartfonów, oko jako organ ludzki jest bardzo obciążone. W związku z tym coraz częściej okuliści diagnozują wady wzroku i zwiększa się liczba osób noszących okulary. Naturalną konsekwencją tej sytuacji jest zapotrzebowanie na zróżnicowaną, atrakcyjną ofertę form i kolorów.*
*Rynek optyczny w najbliższych latach będzie poszerzał asortyment w zakresie komfortu, tzn. konstrukcji materiałów oraz designu. Nie możemy zapomnieć o obniżającej się granicy wiekowej noszenia okularów. Dzieci do 12. roku stają się nowym, bardzo szerokim sektorem w naszej branży. Okulary w tej grupie muszą być lekkie, ergonomiczne i giętkie. Szeroka gama kolorystyczna pomaga w dużej mierze w wyborze okularów przez dzieci i ich rodziców. Kolekcja KWIAT JUNIOR jest wykonana ze specjalnego bardzo trwałego i lekkiego materiału eco-friendly z anatomiczną strukturą* – Cezary Idzik, Kwiat Polska.**

**Oprawki okularowe**

Wybór oprawek jest ogromny. Supermodne w danym sezonie lub klasyczne. Korekcyjne albo przeciwsłoneczne. Na rynku dostępna jest bardzo szeroka gama materiałów, z których mogą być wyprodukowane. Do najpopularniejszych zalicza się oprawy metalowe, niekiedy wykonane z kombinacji różnych metali, włącznie z tytanem oraz stalą nierdzewną. Kolorowe i lekkie są plastikowe oprawki. Bardziej odporne od metalowych na złamania, jednak mniej wytrzymałe na wpływ temperatury. Oprócz wyżej wymienionych materiałów oprawki okularowe tworzone są również z drewna, skóry i szlachetnych metali.

[******](http://optykpolski.feniksmedia.pl/wp-content/uploads/2018/04/szajna.jpg)

**Przyszłość to zdalne profilowanie**

**W opinii naszej firmy rok 2018 należeć będzie do usług wspierających pracę optyka, takich jak np. zdalne profilowanie.**

**SZAJNA Laboratorium Optyczne od ponad 6 lat proponuje usługę zdalnego profilowania i z roku na rok jest ona coraz popularniejsza. Z jednej strony zdejmuje ona z optyka ciężar czasowy i finansowy wykonywania okularów. Oszczędność z tego tytułu wynosi średnio 22 000 złotych w skali roku, co pozwala np. na zakup wyposażenia zakładu wspierającego sprzedaż. Z drugiej, dzięki bardzo precyzyjnej optymalizacji i obróbce szkieł w SZAJNA, zapewnia wyższą wartość finalnego produktu, jakim są okulary. Liczba optyków korzystających ze zdalnego profilowania z pewnością będzie rosła, czyniąc tę usługę naturalnym wyborem prowadzenia praktyki optycznej. Przyczyni się do tego także coraz częściej obserwowany, na razie głównie w dużych miastach, problem braku dostępności doświadczonych wykwalifikowanych optyków okularowych – Michał Szajna, Dyrektor Handlowy.**

Wartość globalnego rynku oprawek okularowych w 2014 r. wyniosła 6 mld USD i była o 23 proc. większa niż w 2010 r. Największym dostawcą tych wyrobów w skali świata były Chiny, na które przypadło ponad 50 proc. globalnego eksportu. Na drugim miejscu znalazły się Włochy, a na kolejnych Francja, Niemcy i Japonia.

[******](http://optykpolski.feniksmedia.pl/wp-content/uploads/2018/04/hoya.jpg)**Przyszłość rynku optycznego w Polsce**

**Odpowiedź na pytanie: „Dokąd zmierza rynek optyczny w Polsce” nie jest łatwa. Na pewno polski rynek optyczny coraz bardziej się polaryzuje. Z jednej strony popularność zdobywają różnego rodzaju firmy, sieci, które poprzez obniżki cen swoich produktów i agresywną promocję starają się przyciągnąć jak największą liczbę klientów. Z drugiej strony mamy coraz więcej salonów optycznych, które stawiają na jakość. Nie tylko w sensie jakości produktu jako takiego, co jest oczywiście kluczowe, ale przede wszystkim jakości obsługi klienta, jakości doradztwa.
Zawód optyka bardzo się zmienił na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat. Branża typowo rzemieślnicza przekształciła się w branżę, która zajmuje się zdrowiem oczu, dobrym widzeniem. W takim nowym sensie optyk jest dla mnie dziś właśnie doradcą dobrego widzenia. Czyli osobą, która zajmie się klientem, jego potrzebami i dopasuje produkt lub produkty pod jego potrzeby wzrokowe. Ale tutaj też widoczna jest polaryzacja rynku. Wciąż jeszcze są bowiem klienci, którzy wierzą w to, że można mieć jedną parę okularów do wszystkiego – i to przez kilka lat tę samą. Niestety, są także optycy, którzy ich w tym myśleniu wspierają. Wielu optyków działa bowiem kategoriami – dobierzemy okulary, które będą jak najlepsze, może nawet dość drogie, ale będą pewnym kompromisem w oczekiwaniach klienta. Na szczęście są także optycy, którzy mają odwagę powiedzieć klientowi: potrzebuje pan, dwie, trzy, a może nawet cztery pary okularów.
Jakie są prognozy rynku optycznego na najbliższe lata? Widzę duży potencjał w rozwoju branży. Obserwuję, że te firmy, te salony optyczne, które postawiły na profesjonalną obsługę klienta i wycofują się z bezpośredniej wojny cenowej – jaką zresztą stosują nie tylko firmy optyczne, ale też niektórzy producenci soczewek – wygrywają. I wygrają w przyszłości. Na rynku jest i zawsze będzie miejsce dla profesjonalnych optyków, którzy doradzają i zajmują się dobrem klienta, jego indywidualnymi potrzebami. Takie produkty, jak np. telewizor danej marki, obojętnie, w jakim sklepie go kupimy, zawsze będzie taki sam. Inaczej jest z okularami. Dobór właściwego produktu, jego wykonanie, precyzja pomiarów, zamontowanie soczewek w oprawie, dobranie oprawy i jej wymodelowanie tak, aby wygodnie leżała, to gigantyczny potencjał, na którym każdy optyk może budować swój sukces i swoją przyszłość. Żeby klient nie zakładał – przejdę się po optykach i sprawdzę, który da mi najniższą cenę. Warto pamiętać iż indywidualne podejście i rozmowa odróżniają nas od zakupów w Internecie. Klient powinien pomyśleć: moje okulary robię u mojego optyka. On najlepiej dba o zdrowie moich oczu i dobrze mi doradza. I z zasady nie pyta o sam produkt, np. „Jakie okulary chce pan kupić?”. Dobry optyk zwraca przede wszystkim uwagę na moje potrzeby w zakresie dobrego widzenia – Szymon Grygierczyk, zastępca dyrektora generalnego firmy Hoya Lens Poland.**

**Soczewki okularowe**

Obecnie na rynku soczewek okularowych notuje się najszybszy rozwój od lat. Wprowadzane są nowe materiały, z których produkuje się soczewki okularowe, zmieniają się i poprawiają ich własności optyczne poprzez zastosowanie nowych, coraz to lepszych powłok uszlachetniających, pojawiają się nowe rozwiązania, pozwalające nawet osobom z dużymi wadami wzroku cieszyć się nieosiągalną dawniej lekkością i estetyką okularów. Na rynku dostępne są soczewki okularowe mineralne, organiczne, poliwęglanowe, o wyższym współczynniku załamania. Są różnie zbudowane, wyróżniamy więc: jednoogniskowe, dwupołówkowe, dwuogniskowe, trzyogniskowe, progresywne, multigresywne, sferyczne, fotochromowe. Chcąc uzyskać idealną jakość szkieł okularowych, producenci nakładają na nie warstwy, które powodują większy komfort użytkowania. Mogą to być warstwy np. utwardzające, antyrefleksyjne, polaryzujące, powłoki nie przepuszczające promieniowania ultrafioletowego, a także warstwy hydrofobowe, antystatyczne lub oleofobowe.

[******](http://optykpolski.feniksmedia.pl/wp-content/uploads/2018/04/spinoza.jpg)**Przyszłość rynku optycznego w Polsce**

**Świat okularów zmienia się z sezonu na sezon, z roku na rok. Nie każdy konsument jest w stanie sprostać wyzwaniom, jakie duże międzynarodowe koncerny stawiają przed nim, a więc zmiana kształtu opraw co pół roku.
Ważne w tym wszystkim jest to, żeby się nie pogubić i odrzucić masowe rozwiązania, którym brakuje charakteru i indywidualności, na rzecz solidnego rękodzieła i wiedzy przekazywanej z pokolenia na pokolenie.
Klienci coraz częściej doceniają małe manufaktury, które robią krótkie serie opraw lub też nie wprowadzają na rynek ich masowej ilości. Zależy im na tym, żeby oprawy oddawały charakter danej osoby, żeby były skrojone pod konkretnego klienta.
Już teraz w wielu salonach w Polsce można spotkać marki, które wielu osobom nic nie mówią, a za którymi stoi historia i pasja tworzenia przekazywana z ojca na syna. Klienci nie chcą już być słupami reklamowymi głośnych marek, ale prezentować się w pięknych oprawach, które mają duszę i o których można powiedzieć coś więcej niż to, że są tylko piękne.
Tak więc w najbliższych latach niezależne manufaktury będą odgrywały coraz większą rolę na rynku, zaś klienci będą poszukiwać innej drogi niż utarte schematy, którymi się dotychczas poruszali – Przemek Kępka.**

Nie należy nigdy nosić okularów kupionych przypadkowo, np. na bazarze – powinny być one dobrane specjalnie do oczu z uwzględnieniem ich rozstawu i wymaganej mocy korekcji.



[******](http://optykpolski.feniksmedia.pl/wp-content/uploads/2018/04/raport.jpg)**Przyszłość rynku optycznego w Polsce**

**Jesteśmy świadkami olbrzymich zmian, które mają swój początek właśnie teraz. Coraz większa liczba sieci handlowych uważa Polskę za atrakcyjny rynek z olbrzymim potencjałem. Dlatego, aby obronić niezależne salony optyczne, konieczne są natychmiastowe działania.**

**Poprawa standardów sprzedaży oraz rozwój w temacie nowych technologii jest niezbędny dla funkcjonowania salonów optycznych na dotychczasowym lub wyższym poziomie. Naszymi odbiorcami staje się nowe pokolenie, świadome swoich zakupów, ochrony wzroku czy praw konsumenckich. Dlatego brak inwestycji w swoje miejsce pracy czy wiedzę oraz umiejętności specjalistów w salonach może szybko zweryfikować miejsce takiego podmiotu na rynku optycznym.**

**Dotychczasowa świetna kondycja rynku optycznego
w Polsce nie jest gwarancją sukcesu na przyszłość, jeżeli sami o nią nie zadbamy. Optycy tylko swoją wiedzą, fachowością, zrozumieniem zmian oraz inwestycjami w salon mogą zagwarantować sobie miejsce dla dalszych sukcesów – Bartosz Matyjewicz, Dyrektor Zarządzający.**

**Soczewki kontaktowe**

Rynek soczewek kontaktowych oferuje rozwiązania pozwalające na korekcję większości najczęściej spotykanych wad wzroku. Dla osób wymagających korekcji krótkowzroczności lub nadwzroczności przeznaczone są soczewki sferyczne. Pacjenci z astygmatyzmem mają do dyspozycji soczewki toryczne. Z myślą o osobach powyżej 45.-50. roku życia, których oczy ze względu na wiek straciły zdolność precyzyjnej akomodacji, powstały soczewki wieloogniskowe. Dostępne są również soczewki kosmetyczne, które, oprócz korekcji widzenia, umożliwiają podkreślenie posiadanego koloru oczu lub całkowitą jego zmianę.

[******](http://optykpolski.feniksmedia.pl/wp-content/uploads/2018/04/expert.jpg)**Przyszłość rynku optycznego w Polsce**

**Przyszłość rynku optycznego w Polsce oceniamy bardzo pozytywnie. Z roku na rok zwiększa się świadomość społeczna w zakresie chorób i wad wzroku, dzięki czemu rynek dynamicznie się rozwija. Istotny jest także wpływ zmieniających się trendów. Okulary oprócz aspektu medycznego są ważnym detalem modowym i formą wyrażania osobowości. Coraz więcej Polaków posiada kilka par okularów korekcyjnych, jak i przeciwsłonecznych. Okulary dobierane są kolorystycznie do ubioru oraz innych dodatków, wzorując się na najnowszych trendach prosto z Paryża, Mediolanu czy Berlina. Polacy chętnie wybierają znane i cenione marki ekskluzywne. Coraz częściej oczekujemy też wysokich standardów obsługi, zastosowania innowacyjnych materiałów, idealnego doboru i wykonania okularów.**

**Z powodzeniem wzrasta też znaczenie rynku soczewek kontaktowych w Polsce. Ciągły rozwój technologiczny przynosi użytkownikom coraz więcej korzyści. Polacy szukają rozwiązań najlepszych technologicznie, kupują coraz droższe i lepsze soczewki.**

**Również firma Expert Krak odczuwa pozytywnie ten wzrost. Obroty firmy pomimo stagnacji w przyroście liczby klientów systematycznie rosną. Firma wprowadziła do oferty marki ze średniego segmentu m.in. Crocs, Kiotonakamura, Daniel Hechter Paris, HIS Polarized, które cieszą się dużą popularnością. Oznacza to, że konsumenci akceptują cenę tych produktów. Widzimy też, że markowe jednodniowe soczewki kontaktowe ZEISS DAY 1 systematycznie wypierają produkty o dłuższym okresie użytkowania. Konsumenci finalni są skłonni zapłacić więcej za produkt sprawdzony, znany i bezpieczny. Poziom obsługi konsumenta przez optyka, dostępna oferta produktowa, a zwłaszcza wygląd salonów optycznych są w tej chwili porównywalne jak w większości krajów Europy Zachodniej. Także modna tendencja szkolenia optyków przełożyła się na lepszą obsługę konsumenta, a to pociągnie dalszy wzrost rynku oftalmicznego w Polsce.**

**Życzymy branży optycznej dalszego owocnego rozwoju.**

**Grzegorz Kościelecki, Dyrektor Handlowy.**

Wszystkie wymienione typy soczewek kontaktowych są dostępne w wersji przeznaczonej do wymiany z różną częstotliwością – od jednodniowej, poprzez tygodniową i miesięczną, aż do rocznej włącznie. Wartość rynku soczewek kontaktowych dynamicznie rośnie. Obecnie jest on wyceniany nawet na 800 mln zł, a sprzedaż rośnie o ok. 10 proc. rocznie.

Tekst: Łucja Ratajczak