Warszawa, kwiecień 2021 r.

Informacja prasowa

**Czy wiesz, jaką supermoc mają Twoje okulary?**

**Pod hasłem #SuperMocOkularów ruszyła kampania edukacyjna Czas Na Wzrok 2021**

**Nieprawidłowe użytkowanie jednorazowych okularów oraz kwestia właściwego odzyskiwania surowców i ograniczania liczby odpadów to dwa kluczowe obszary, z którymi – we współpracy z partnerskimi salonami optycznymi – zmierzą się organizatorzy kampanii Czas Na Wzrok.**

Każdego roku do naszego kraju trafia blisko 14 mln sztuk gotowych, jednorazowych okularów – zarówno korekcyjnych bezbarwnych, jak i tanich okularów przeciwsłonecznych. Mimo że blisko 80 proc. Polaków ma świadomość zagrożeń wynikających z użytkowania ich bez konsultacji ze specjalistą, kupują je, szkodząc tym samym nie tylko wzrokowi, ale także środowisku. Ze zleconego przez Grupę Essilor i zrealizowanego przez SW Research w lutym br. badania[[1]](#footnote-1) wynika, że **w 2020 roku aż 70 proc. Polaków nie zbadało swojego wzroku u okulisty lub optometrysty.** Jednocześnie, 69 proc. respondentów przyznało, że w „pandemicznej rzeczywistości”, w wyniku zwiększonej ilości czasu spędzonego przed ekranem, ich wzrok uległ pogorszeniu. Ta szczególna sytuacja i związane z nią ograniczenia spowodowały, że wiele osób – zamiast skorzystać z usługi badania wzroku i profesjonalnego doboru okularów w salonie optycznym – wybrało szybszy, ale niekoniecznie lepszy sposób, ratując się jednorazowymi okularami z drogerii, apteki czy supermarketu.

**Nadużywane jednorazówki**

Okulary jednorazowe są powszechnie dostępne – w marketach, na bazarach, nawet w aptekach. Ich stosunkowo niska cena sprawia, że może sobie na nie pozwolić większość z nas. Jednak, jak zauważa specjalistka okulistyki, dr n. med. Anna Maria Ambroziak, kwestia popularności tzw. „gotowców” generuje istotny problem.

*Wiele osób, pomimo wyraźnych, rygorystycznych wskazań producentów, z okularów jednorazowych korzysta niezgodnie z instrukcją. Chociaż jest to tanie i wygodne rozwiązanie w sytuacji, kiedy zapomnimy zabrać swoją parę z domu, lub kiedy oczekujemy na odbiór nowych okularów od optyka, to coraz częściej zauważam niepokojący trend – ludzie, zamiast traktować jednorazówki jako rozwiązanie doraźne i awaryjne, zaczynają nosić je na co dzień. W ten sposób szkodzą swoim oczom. Głównie dlatego, że okulary jednorazowe posiadają uniwersalny rozstaw źrenic i układ mocy, a także ten sam rodzaj szkieł dla obojga oczu. Oznacza to, że obie soczewki w takich okularach mają najczęściej tę samą moc i brak dopasowania do odległości wzrokowej. W konsekwencji tego, użytkując okulary jednorazowe w sposób nieprawidłowy, ryzykujemy nieprawidłową korekcją wzroku i pogorszeniem widzenia oraz samopoczucia Dlatego tak ważne jest, by okulary – zarówno korekcyjne, jak i przeciwsłoneczne – kupować u optyka zgodnie z receptą specjalisty. To jedyna gwarancja dopasowania ich indywidualnie do potrzeb każdego z nas –* przestrzega okulistka.

Podobnie, jak w ubiegłych latach, w działania w ramach kampanii aktywnie włączyła się firma DPD Polska, która została Partnerem Logistycznym akcji #SuperMocOkularów:

*Cele kampanii Czas Na Wzrok w pełni korespondują z przyjętą przez nas strategią społecznej odpowiedzialności biznesu. Od lat chętnie włączamy się w działania promujące zdrowy styl życia, a także wspieramy liczne akcje charytatywne, również te na rzecz osób z dysfunkcją wzroku. Bliskie są nam także cele związane z ochroną środowiska. Sami staramy się działać tak, by minimalizować szkodliwe emisje zanieczyszczeń, m.in. inwestując w nisko lub zeroemisyjną flotę pojazdów czy stosując w nowych obiektach systemy fotowoltaiczne. Dzięki włączeniu się w działania kampanii, mamy kolejną szansę zrobić coś dobrego zarówno dla naszej planety, jak i jej mieszkańców –* komentuje Łukasz Zembowicz, członek zarządu DPD Polska, dyrektor ds. Sprzedaży i Marketingu w DPD Polska.

**Przynieś niepotrzebne okulary = przerobimy je na energię dla Polaków i nagrodzimy Eko Pakietem**

Grupa Essilor od ponad trzech lat prowadzi intensywną komunikację opartą na działaniach promujących dbanie o wzrok i prawidłową korekcję okularową. W tym roku za główny cel postawiła sobie budowanie świadomości wśród ludzi na temat zagrożeń płynących z nieprawidłowego i nadmiernego użytkowania jednorazowych, „uniwersalnych” okularów korekcyjnych i przeciwsłonecznych – nie tylko dla wzroku, ale także dla środowiska. We współpracy z partnerskimi salonami optycznymi, pod hasłem #SuperMocOkularów, organizuje zbiórkę jednorazowych, szkodliwych okularów. Do każdego salonu optycznego, oznakowanego specjalną „eko ikoną” można przynieść stare, nieużywane, zniszczone oraz przede wszystkim szkodliwe jednorazowe okulary i w zamian – otrzymać specjalną ofertę na kupno nowej, profesjonalnie wykonanej pary okularów wraz z badaniem wzroku w ich cenie (w tych salonach, w których prowadzone są badania wzroku). Zebrane z całej Polski jednorazowe okulary Grupa Essilor przekaże do przetworzenia na energię dla naszych domów.

Salony optyczne, biorące udział w akcji, można wyszukać w lokalizatorze na stronie internetowej kampanii www.czasnawzrok.pl. Organizatorem kampanii Czas Na Wzrok jest Grupa Essilor (firmy Essilor Polonia, JZO i Jai Kudo).

Więcej informacji:

Monika Gajo

Senior Consultant

Marketing & Communications Consultants

e-mail: gajo@mcconsultants.pl

mob.: 662 031 031

1. Źródło danych: Raport „Czas Na Wzrok 2021” - badanie opinii, postaw i wiedzy na temat dbania o wzrok, zwłaszcza w okresie pandemii, przeprowadzone na zlecenie Grupy Essilor przez SW Research w lutym 2021, na reprezentatywnej grupie Polaków n=800 w wieku 18+. [↑](#footnote-ref-1)