Warszawa, maj 2021 r.

Informacja prasowa

**Gwiazdy mówią jednym głosem: zadbaj o wzrok i naszą wspólną planetę!**

**Kampania Czas Na Wzrok 2021**

**Nieprawidłowe użytkowanie okularów kupionych poza punktami optycznymi oraz kwestia właściwego odzyskiwania surowców i ograniczania liczby odpadów to dwa, kluczowe obszary, z którymi mierzy się w tym roku społeczno-edukacyjna kampania Czas Na Wzrok. W zorganizowaną w jej ramach akcję #SuperMocOkularów włączyły się także gwiazdy, m.in. Danuta Stenka, Marzena Rogalska, Małgorzata i Radosław Majdanowie, Anna Samusionek, Beata Sadowska, Maciej Orłoś, Filip Chajzer, Tomasz Ciachorowski i wielu innych.**

Każdego roku do naszego kraju trafia blisko 14 mln sztuk gotowych, jednorazowych okularów, czyli takich, które można kupić poza punktami optycznymi. Dotyczy to zarówno okularów korekcyjnych, jak i tanich okularów przeciwsłonecznych. Ubiegły, pandemiczny rok spowodował, że u blisko 70 proc. Polaków[[1]](#footnote-1) pogorszyła się jakość widzenia. Zamiast jednak skorzystać z usługi badania wzroku i profesjonalnego doboru okularów w salonie optycznym, wiele osób wybrało szybszy, niestety – niekoniecznie lepszy sposób, ratując się jednorazowymi okularami z drogerii, apteki czy supermarketu. Takie rozwiązanie niesie ze sobą więcej szkody niż pożytku.

**Nadmierne i nieprawidłowe użytkowanie „gotowców” szkodzi**

Tzw. gotowce, czyli tanie okulary korekcyjne lub tanie okulary przeciwsłoneczne, kuszą niską ceną. Są też powszechnie dostępne. Warto jednak pamiętać, że jest to rozwiązanie awaryjne, czyli takie, z którego możemy skorzystać wyłącznie w wyjątkowych sytuacjach, np. kiedy oczekujemy na odbiór okularów od optyka lub gdy po prostu zapomnimy wziąć z domu swoją parę. Nie powinno się go natomiast traktować w kategoriach regularnej korekcji wzroku, a tym bardziej – użytkować bez uprzedniej konsultacji z okulistą lub optometrystą. Użytkując tanie okulary w sposób nieprawidłowy, ryzykujemy nieprawidłową korekcją wzroku i pogorszeniem widzenia (utrata ostrości widzenia, problemy z prawidłową oceną odległości) oraz samopoczucia (bóle i zawroty głowy, nudności, zmęczenie oczu). Dlatego tak ważne jest, by okulary – zarówno korekcyjne, jak i przeciwsłoneczne – kupować w  salonach optycznych, zgodnie z receptą specjalisty.

**Gwiazdy apelują: pomóż swoim oczom i naszej wspólnej planecie!**

Polacy mają świadomość zagrożeń wynikających z użytkowania tego typu rozwiązań bez konsultacji ze specjalistą, jednak kupują je, szkodząc tym samym nie tylko wzrokowi, ale także środowisku. Są to zwykle okulary nietrwałe, wykonane ze słabej jakości materiałów. W konsekwencji tego szybko się zużywają, psują i trafiają na wysypiska, przyczyniając się do coraz większego nagromadzenia plastiku i zanieczyszczania środowiska.

Działania komunikacyjne i promocyjne kampanii całym sercem wspierają aktywnie gwiazdy, dla których nie jest obojętny los naszej planety. Do zorganizowanej w ramach tegorocznej edycji Czas Na Wzrok akcji **#SuperMocOkularów** zachęcają m.in. **Danuta Stenka, Marzena Rogalska, Małgorzata i Radosław Majdanowie, Anna Samusionek, Beata Sadowska, Patrycja Jaskot, Maciej Orłoś, Filip Chajzer, Tomasz Ciachorowski czy Marcin Mroczek.** Inicjatywa polega na zbiórce nieużywanych, starych, zniszczonych oraz tanich, gotowych okularów korekcyjnych i przeciwsłonecznych. Każdy, kto przyniesie je do wybranego salonu optycznego, biorącego udział w kampanii, otrzyma dodatkowo specjalną ofertę na kupno nowej, profesjonalnie wykonanej pary okularów wraz z badaniem wzroku w cenie okularów (w tych salonach, w których prowadzone są badania wzroku). Zebrane „nieużytki” organizatorzy przekażą do bezpiecznej utylizacji, odzyskując z nich energię, która zasili nasze domy. Salony optyczne, biorące udział w akcji #SuperMocOkularów (w lokalizatorze oznaczone specjalną eko ikoną zielonego trójkąta z okularami), można wyszukać w lokalizatorze na stronie internetowej kampanii www.czasnawzrok.pl.

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)