



Den optiska handeln uppnådde ett bra resultat

Omsättningen nästan i nivå med rekordåret 2015

Det gick bra för den optiska detaljhandeln 2016. Totalomsättningen uppgick till 320 miljoner euro, vilket är en knapp procent mindre än 2015, branschens alla tiders rekordår. De förändrade synbehoven stödjer försäljningen i branschen: vi finländare hör till de flitigaste användarna av mobila apparater, och en åldrande befolkning avspeglar sig både i produktförsäljningen och i efterfrågan på ögonvårdstjänster.

Det goda totalresultatet i fjol påverkades särskilt av att snittpriset på glasögon steg med 2,3 procent. Snittpriset på enkelslipade glasögon steg med 5,3 procent till 178 euro. Snittpriset på progressiva glasögon sjönk något och var 381 euro. Den största delen av omsättningen i branschen uppstod inom glasögonhandeln; värdet uppgick ifjol till 241 miljoner euro. Handeln med glasögonglas utgjorde över 58 procent av totalomsättningen medan bågarna stod för nästan en fjärdedel.

Över en miljon glasögonpar såldes. Under det sista kvartalet ökade värdet på omsättningen inom glasögonhandeln med över en procent, men ser man på hela året sjönk värdet på denna omsättning. "Handeln var ojämn hela året", berättar **Panu Tast**, vd för Branschföreningen för syn och ögonhälsa i Finland. "Efter en bra inledning på hösten var december lugnare."

Antalet sålda glasögon minskade med 4,5 procent från ifjol, men värdet på omsättningen sjönk bara med en och en halv procent. "Resultatet visar att konsumenterna satsar på glasögonglas. Köper man bara ett par glasögon vill man att de ska ha så avancerade egenskaper som möjligt", förklarar Tast.

Strax över 17 procent av omsättningen inom optikbranschen uppstod genom försäljning av kontaktlinser, kvalitetssolglasögon, synundersökningar och andra produkter. Handeln med kontaktlinser gick bra ifjol. Värdet på försäljningen uppgick till 22,5 miljoner euro, vilket är en knapp procent mer än året innan. Räknat i volym ökade handeln med kontaktlinser med över tre procent. Solglasögon såldes för nästan 14 miljoner euro i fjol. Omsättningen på solglasögonhandeln ökade med över tio procent, vilket bland annat förklaras av det kraftigt ökade snittpriset.

Branschens framtidsutsikter är positiva, vilket syns i förväntningarna på glasögonhandeln och i synnerhet försäljningen av progressiva glas. "För tillfället finns det många möjligheter i branschen", säger Silmäsemas vd **Pasi Kohmo**.

"Den dagliga användningen av mobila apparater och annan skärmtid ökar efterfrågan på lösningar inom seende och ögonhälsa i alla befolkningsgrupper. Befolkningens åldrande stödjer glasögonhandeln och ökar marknaden för starroperationer. Den allmänna bedömningen är att behovet av starroperationer kommer att öka med en tredjedel under de närmaste åren", nämner Kohmo som ett exempel.



”Även andra än åldrande har upptäckt möjligheten att förbättra livskvaliteten genom ökad synkomfort. Det blir allt vanligare att brytningsfel och ålderseende åtgärdas genom operationer. Samtidigt säljer varuhandeln allt fler och allt mer avancerade produkter för konsumenternas olika individuella behov”, berättar Kohmo.

Silmäasema var den som ökade sin marknadsandel mest; ökningen med 1,6 procentenheter innebär en andel på 25,3 procent av totalmarknaden. Specsavers ökade sin andel med en halv procentenhet till strax över 13 procent. Gruppen som består av företag utanför de stora butikskedjorna och av enskilda webbutiker ökade sin marknadsandel med en halv procentenhet och har nu 14,3 procent av den totala marknaden.

Marknadsledaren Instru optiikka förlorade två procentenheter av sin andel och har nu en andel på drygt 34 procent. Fenno Optiikkas marknadsandel krympte med en halv procentenhet till drygt sju procent. Synsams marknadsandel på strax över sex procent förblev så gott som oförändrad.

Nästan tre fjärdedelar av de 690 butikerna inom den optiska handeln hör till någon av de fem stora butikskedjorna. I fjol ökade antalet butiker som hör till butikskedjorna med elva, medan antalet som inte hör till dem minskade med nio.

Statistikföringen för detaljhandeln inom optikbranschen sköts av forskningsinstitutet GfK och grundar sig på direkt information från kassasystemen. Framöver kommer Branschföreningen för syn och ögonhälsa att mäta hela marknaden för syn och ögonhälsa, inklusive optikerbutiker och privata ögonkliniker.

Ytterligare uppgifter:

Panu Tast, vd, Branschföreningen för syn och ögonhälsa i Finland rf, tfn 040 5422 227, panu.tast@naery.fi

Pasi Kohmo, vd, Silmäasema Fennica Oy, tfn 050 3317 015, pasi.kohmo@silmaasema.fi

Följ oss på: [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

Branschföreningen för syn och ögonhälsa i Finland rf uppstod våren 2016 när optikerbutiker och privata ögonkliniker samt de tillverkare, importörer och partiaffärer som betjänar dem förenade sina krafter. Den nya branschföreningen ansvarar för synvårdsbranschens intressebevakning i näringslivs- och hälsofrågor och i utbildningspolitiska frågor, sköter branschens kommunikation samt producerar forskningsdata och utbildning. Medlemsföretagen genererar över 80 procent av omsättningen i branschen. Förutom företag innefattar organisationen läroinrättningar som utbildar yrkesmänniskor inom syn och ögonhälsa samt föreningar som företräder dessa. Branschföreningen för syn och ögonhälsa i Finland är en branschorganisation inom Finsk Handel och Företagarna i Finland.