



Warszawa, 6 listopada 2018 r.

## Super-Pharm poszerza ofertę o salon optyczny

### Pierwszy w Polsce Optic Super-Pharm otwarty w Warszawie

W październiku 2018 roku firma Super-Pharm oficjalnie otworzyła swój pierwszy salon optyczny w Polsce. Optic Super-Pharm, który znajduje się w centrum handlowym Arkadia w Warszawie, to pierwsza placówka w nowym, poszerzonym formacie, który do dotychczasowej oferty apteki, drogerii i perfumerii dołącza produkty i usługi optyczne.



- Pierwszy salon Optic Super-Pharm, otwarty w jednym z najlepszych centrów handlowych w Polsce, będzie dla nas testem, jak klienci zareagują na naszą poszerzoną ofertę. Widzimy ogromny potencjał tego segmentu rynku i uważamy, że doskonale wpisuje się w ofertę salonów Super-Pharm. Dlatego w 2019 roku planujemy otworzyć kilkanaście salonów Optic Super-Pharm, lokalizując je w naszych działających punktach sprzedaży - mówi Adam Kołodziejczyk, Prezes Zarządu Super-Pharm Poland. - Ten krok wzbogaca naszą unikatową koncepcję marki Super-Pharm „3 w 1”, czyli połączenie trzech działów: drogerii, perfumerii i apteki w jednym miejscu. Teraz, dodając salon optyczny, będziemy oferować naszym klientom koncept „4 w 1” - dodaje Adam Kołodziejczyk. Nowy format sklepu w praktyce oznacza dołączenie salonu optycznego do dotychczasowych salonów Super-Pharm, znajdujących się w największych miastach Polski.



W Optic Super-Pharm udostępniono klientom 28 mkw. powierzchni sprzedaży i 8 mkw. gabinetu. Salon zatrudnia wykwalifikowanych optometrystów, po specjalistycznych studiach, którzy za pomocą wysokiej jakości sprzętu przeprowadzają profesjonalne badania wzroku. Badanie optometryczne pozwoli na wybór odpowiednich szkielek okularowych dla danej osoby, właściwych do jej wymagań i oczekiwań.

W salonie znajduje się szeroki wybór oprawek korekcyjnych, okularów przeciwsłonecznych, a także akcesoriów do okularów w różnych przedziałach cenowych. Oferta obejmuje międzynarodowe brandy, jak Gucci, Ray Ban, Versace, Emporio Armani, Boss, Balmain, Dolce&Gabbana, Kenzo, Sonia Rykiel czy Prada oraz trzy marki dostępne wyłącznie w Optic Super-Pharm – TriBeCa, Nolita i Portofino.

Zamówione w Optic Super-Pharm oprawki zostaną wyposażone w soczewki okularowe jeleniogórskiej firmy JZO S.A.. JZO to firma z 70 letnią tradycją, a jej produkty to światowej jakości wyroby spełniające wszystkie normy zgodne z najnowszymi technikami i trendami.

Obecnie sieć Super-Pharm obejmuje 76 salonów w całej Polsce, a także stale rozwijający się sklep online. Koncepcja marki Super-Pharm opiera się na unikalnym połączeniu trzech działów: apteki, drogerii i perfumerii w jednym miejscu. W drogeriach Super-Pharm znajdują się też produkty i kosmetyki niedostępne w innych sklepach i sieciach handlowych sygnowane marką własną Life i Sunday.

Pomysłodawcą koncepcji połączenia apteki, drogerii i perfumerii był kanadyjski farmaceuta Murray Koffler. Pierwszy "drugstore" w takiej formie otworzył we wczesnych latach sześćdziesiątych w Toronto. Historia pokazała, że ryzykowne jak na owe czasy podejście okazało się sukcesem. Klienci optymistycznie podeszli do nowej konwencji apteki wzbogaconej o kosmetyki, artykuły toaletowe, artykuły dla małych dzieci, środki czystości i różnego rodzaju akcesoria.

W przeciągu kilku lat innowacyjna formuła drugstore oszczędzająca czas, dzięki możliwości zaopatrzenia się we wszystkie potrzebne środki w jednym miejscu, stała się na tyle popularna, że zrewolucjonizowała rynek farmaceutyczny i stała się wzorem do naśladowania. W 2003 roku sieć liczyła za oceanem ponad 900 punktów działających pod nazwą Shoppers Drug Mart.

W roku 1978 Leon Koffler - syn założyciela sieci - przeniósł pomysł drugstore do Izraela, gdzie pod szyldem Super-Pharm została otwarta pierwsza apteka-drogeria. W krótkim czasie marka Super-Pharm z siecią ponad 100 aptek-drogerii stała się liderem na izraelskim rynku farmaceutycznym i wzorcem dla konkurencji.

W 2000 roku Super-Pharm wszedł na rynek europejski. W maju 2001 roku w Warszawie otworzono pierwszy w Polsce drugstore Super-Pharm a słowo "apteka" nabrało dla Polaków nowego znaczenia. Obecnie sieć Super-Pharm działa we wszystkich największych miastach w Polsce i posiada 76 placówek.

Jako firma zakorzeniona w Polsce od prawie 20 lat, Super-Pharm rozwija współpracę z krajowymi firmami. Poza kontraktem z JZO, który dostarczy szkła okularowe do salonów optycznych Super-Pharm, polskie firmy stały się dostawcą mebli, wyposażenia sklepów oraz dostawcą artykułów i usług marketingowych dla sieci w Izraelu. Wartość tych kontraktów tylko w 2018 roku przekroczyła 10 mln zł.

**Więcej informacji:**

Beata Dąbrowska

Marketing Communications Manager

[bdabrowska@superpharm.pl](mailto:bdabrowska@superpharm.pl)