

Kamp om glasögonkunder



VILL SYNAS. "Det här är bara början", säger Synoptiks vd Roland Olsson, som planerar att öka antalet butiker från cirka 90 till 130.

FOTO: HÅKAN LINDGREN

Världens största optikkedja har i tysthet inlett en storoffensiv i Sverige.

Det nederländska HAL/Pearle Europe investerar genom sitt bolag Synoptik flera hundra miljoner kronor på den svenska marknaden. Därmed hårdnar kampen om glasögonköparna.

Det är hela havet stormar och full strid på den svenska optikmarknaden. Som DI berättat tidigare storsatsar brittiska jätten Specsavers på att bli störst i Sverige. Nyligen blev det också klart att Ikeasfären bygger vidare genom att investera i Sveriges största kedja Synsam.

Vill ta marknadsandelar

Nu trycker även Synoptik, som i dag är näst störst i Sverige, gasen i botten för att ta en ännu större del av svenska optikmarknaden som årligen omsätter sex miljarder.

"Den svenska marknaden har länge varit väldigt fragmenterad men genomgår just nu en snabb omstrukturering. Tack vare resurser från vår ägare och ett nytt koncept som redan visat sig väldigt lyckosamt har vi sto-

ra ambitioner att stärka vår position som en av de största aktörerna", säger Synoptiks vd Roland Olsson.

13 Mkr i förlust

När han efter en karriär inom bland annat Ikea tog över som vd för Synoptiks svenska kedja 2007 så var uppdraget att vända bolagets svaga utveckling med mångåriga förluster. Förra året omsatte Synoptik Sweden (inklusive 9 externa franchisetagare) knappt 600 miljoner kronor och gjorde en förlust på drygt 13 Mkr.

"Dåvarande danska Synoptik gick in i Sverige redan i början av 1990-talet, men har aldrig varit någon bra affär. Men tillsammans med de nuvarande ägarna nederländska HAL/Pearle Europe, som är världens största operatör inom optisk detaljhan-

del, så har vi nu rivstartat vår nya offensiva strategi i Sverige", säger Roland Olsson.

Ska modernisera butiker

I planen ingår att i snabb takt modernisera och införa ett enhetligt butikskoncept i Synoptiks svenska kedja som nu omfattar 101 butiker runt om i landet.

"Det handlar om kostnader på åtminstone 100 miljoner kronor på tre år", säger Roland Olsson.

Samtidigt har Synoptik inlett en omfattande köprunda. Hittills i år har 11 butiker förvärvat av konkurrenter.

"Det är bara början. Det blir fler förvärv både i år och flera år framåt. Totalt siktar vi på att öka antalet butiker från runt 90 vid årets början till 130. Ökad storlek är centralt för att vi ska kunna nå god lönsamhet", säger Roland Olsson.

Han avslöjar att den nya offensiven redan gett rejäl effekt genom ökad försäljning och bättre resultat.

KIM LUNDIN

kim.lundin@di.se
031-701 51 52

VAR MED OCH TÄVLA!

Du glömmer väl inte att anmäla ditt bolag till Gasellundersökningen, Sveriges största kartläggning av snabbväxande företag. Trots de tuffa tiderna finns det många företag som växer och är lönsamma. Skicka ett mail med ditt företags namn och organisationsnummer till gasell@di.se senast den 4 september.

Läs mer om Gasellkriterierna på:
www.di.se/gasellerna



FÅR SVERIGE
ATT VÄXA

DI Gasell i samarbete med:



Faktaunderlag: