



SILMO 2016, SOUS LE SIGNE DES TECHNOLOGIES ET DES TENDANCES

Dans un climat d'affaires très positif, la dernière édition du SILMO, a accueilli 33.771 visiteurs dont 56,5% d'internationaux et 43,5% de Français, a démontré son attractivité pour l'ensemble des acteurs de la filière optique-lunetterie. Pendant quatre jours, les allées n'ont pas désempé avec des stands très animés et des opticiens qui ont été séduits par une offre stimulante dans une ambiance clémente avec la poursuite de l'été indien. Un signe météorologique à l'image d'un salon au beau fixe.

Plateforme de lancements de nombreuses marques et collections, mais aussi espace de découverte des innovations, le MONDIAL DE L'OPTIQUE a mis en valeur les technologies et les tendances futures. Cette édition a en effet été particulièrement marquée par une prolifération d'innovations associant le savoir-faire des lunetiers et des verriers aux nouvelles technologies. Avec en point de mire : la personnalisation, l'aide aux mal voyants et la digitalisation du point de vente. Sans oublier, la formation avec SILMO ACADEMY et l'accueil des futurs opticiens...

TENDANCE «PERSONNALISATION»

La personnalisation est un enjeu majeur en terme de consommation, quel que soit le produit. Dans le secteur de l'optique, les MOF (Meilleurs Ouvriers de France) présents sur le salon ont démontré leur virtuosité à travailler la corne ou l'acétate, assistés par les nouvelles technologies comme les outils de dessin vectoriels DAO. Dans le domaine du sur-mesure, de nouveaux acteurs viennent apporter leur pierre à l'édifice.

La société NETLOOKS (Silmo d'Or 2016 catégorie Matériels Equipements) a mis au point un logiciel 3D qui garantit un sur-mesure parfait : le visage du porteur est numérisé par un système optique paramétrant des milliers de données pour créer un avatar, ensuite avec l'aide de l'opticien, il crée sa propre monture en puisant dans des milliers de combinaisons de faces, de branches, de couleurs, de motifs, etc., la paire de lunettes est ensuite fabriquée traditionnellement en acétate en deux semaines dans un atelier jurassien. Le nouveau concept Yuniku de HOYA VISION CARE va encore plus loin en imprimant totalement l'équipement chez ses partenaires : Materialise et Hoet design studio.

Avec l'aide de l'opticien, un scanner modélise en 3D le visage du porteur et calcule ses besoins visuels avec une précision extrême, ensuite à partir d'un choix de montures (formes, couleurs et textures du matériau) elles aussi modélisées, le logiciel calcule les paramètres des verres en fonction de la monture choisie avec une adéquation indissociable entre tous les éléments. Après que l'opticien est envoyé la commande chez Hoya, les lunettes sont livrées sous 15 jours.

TENDANCE « BASSE VISION »

La basse vision est aussi au centre de la recherche et développement du secteur avec la mise au point d'équipements remarquables et remarqués. La société VISIOLE, spécialiste des produits brailles et basse vision pour déficients visuels a créé GoVison (Silmo d'Or 2016 Catégorie Basse Vision), un télé-agrandisseur vocal dont l'ergonomie et la facilité d'usage sont exceptionnels. Les lunettes OrCam My Eye chez ESSILOR (Silmo d'Or 2016 ex aequo Catégorie Basse Vision) propose une paire de lunettes dotée d'une mini caméra et d'un écouteur, l'ensemble doté d'un logiciel qui lit un texte que regarde un mal voyant, reconnaît des personnes, des objets, des billets de banque, etc.

Une aide visuelle portative qui fait écho aux lunettes connectées autonomes NuEyes de CECIAA (Silmo d'Or 2016 ex aequo Catégorie Basse Vision) qui intègrent les fonctionnalités d'une loupe électronique, d'une machine à lire, d'un télé-agrandisseur...

TENDANCE « DIGITALISATION »

Le SILMO 2016 a dévoilé **THE EXPERIENCE STORE**, un espace dédié aux solutions digitales qui créent une expérience client nouvelle et enrichit la relation croisée et désormais interactive client-opticien. Imaginé en 6 points de contact – vitrine, accueil, attente, linéaire, mesures et tests, vente –, ce parcours digital a démontré l'intérêt d'intégrer des technologies immersives :

- Avec la vitrine tactile et interactive à affichage dynamique d'ACEP qui capte l'attention des passants et permet de présenter une offre personnalisée 24H/7J.
- Avec une hôtesse holographique de SEEDERTECH qui interpelle les clients et facilite l'information, prépare la relation avec l'opticien, etc.
- Avec une table tactile d'ELECOM qui dévoile le catalogue de montures du magasin, apporte un complément d'information et permet de fluidifier les temps d'attente.
- Avec l'essayage virtuel de FITTING BOX qui facilite le choix des clients en magasins avec un catalogue étendu de l'offre.
- Avec la prise digitalisée de mesures et les simulations 3D, proposées par tous les verriers qui assurent la fiabilité et précision aux clients.
- Avec la M-Carte de fidélité de LA COOPERATIVE DIGITALE – FUNFID qui permet d'augmenter le trafic en magasin et enrichit la relation client.

TENDANCE «CREATION»

La diversité créative est au cœur du salon avec une offre de montures optiques et solaires de plus de 1.200 marques témoignent de la vitalité du marché. Le SILMO a dévoilé une sélection du meilleur des marques dans les deux Pop Stores Produits – The Collectionist et The Selectionist – , une sélection appuyée par les tendances rassemblées dans le magazine digital **TRENDS by SILMO** (disponible sur le site internet du salon) autour de cinq thèmes : Ultra Couleurs, No Gender, Touches Cosmétiques, Fil d'Or et Hommes en Mode Stylé.

Les **SILMO d'OR 2016** dédiés aux lunettes ont démontré combien le style associé à la technicité reflètent la créativité des marques:

- Catégorie Monture Innovation Technologique : 77H by Exalto (Oxibis Group), avec une charnière technique dotée d'une pièce céramique, une charnière fonctionnelle qui joue un rôle de Flex.
- Catégorie Sport : Lazer-Run de Demetz (Opal), une paire de lunettes qui offre la possibilité de monter trois types d'équipements optiques différents sur une même monture, le premier un kit optique, le deuxième permettant à l'opticien de monter des verres non galbés et le troisième, des verres galbés, des lunettes de sport trois en un en quelque sorte.
- Catégorie Optiques : Khan de Blake Kuwahara, un concept composé de deux montures indépendantes qui sont laminées ensemble pour former un seul élément.
- Catégorie Solaires : Anti Retro X de Parasite Design, une monture composée de deux matériaux, un en impression 3D, l'autre en métal révélant un design rétro futuriste.
- Catégorie Enfant : Bili de Karavan Kids (KNCO), une monture adaptée aux enfants de 3 à 8 ans avec une face acétate légère et des branches en acier inox chirurgical très souple permettant de se passer de charnières.
- Prix du Jury : Masque E3 de Kuboraum, une monture avec des verres bruts percés dans lesquels est inséré de l'acétate, des lunettes étonnantes dotées de plaquettes en porcelaine et des manchons ajustables.

UN SALON QUI SOUTIENT LES SCIENTIFIQUES ET LES FUTURS PROFESSIONNELS

Au sein du MONDIAL DE L'OPTIQUE, **SILMO ACADEMY** a démontré son intérêt avec **425 participants sur trois jours** qui ont apprécié les interventions, entre autres, des Professeurs Yves Pouliquen, académicien, Christian Corbé, ophtalmologiste et Olivier Martinaud, neurologue. Avec plus d'une vingtaine de spécialistes et de figures de renom, ils ont exploré les enjeux entre la vue et la lecture.

Cette 7ème édition de **SILMO ACADEMY** a aussi remis sa première bourse de soutien à la recherche d'un montant de 10.000 € **au laboratoire de neurosciences IRIS dans le cadre du CNRS Université Paris Descartes**, qui a présenté un projet ayant pour but principal d'étudier les interactions entre oculomotricité, cognition et posture en tenant compte de l'inefficience des afférences plantaires.

Zoï Kapoula, directrice de recherche CNRS au laboratoire IRIS, physiopathologie de la vision et motricité binoculaire, souligne que « ce projet fournira d'une part une base de données majeure sur l'efficience de la vergence et son implication dans le contrôle postural et la cognition, et permettra d'autre part de mesurer l'incidence de sa rééducation dans des domaines encore trop méconnus des acteurs de la santé visuelle ». L'apport de cette bourse de 10.000 € va participer au développement de la première milestone du laboratoire pour 2017 qui sera « une étude comparative des étudiants avec troubles de binocularité isolés, étudiants avec troubles binocularité et inefficience podale, versus étudiants avec inefficience podale isolée versus étudiants control sans aucun trouble ou inefficience ».

Encourageant la recherche en santé visuelle, le SILMO soutient aussi les futures générations d'opticiens en organisant **le jeu inter-écoles** pour la seconde fois. Dans une ambiance ludique et festive, **280 élèves de 8 écoles se sont affrontés sur le studio SILMO TV pour gagner une visite du Salon Opti à Munich** en janvier prochain. Un séjour-découverte qui a été remporté par les étudiants du Lycée Victor Berard de Morez.

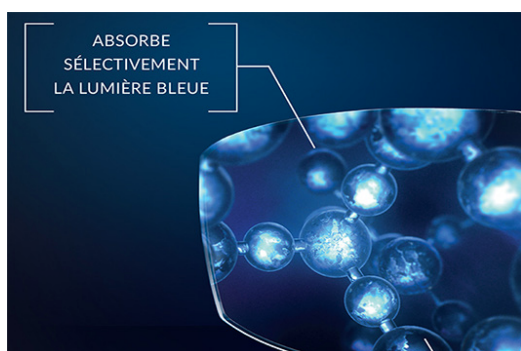
RENDEZ-VOUS EN 2017

Les 6, 7, 8 et 9 octobre 2017, le prochain SILMO va fêter ses 50 ans sous le signe du renouveau, en renforçant son attractivité pour accueillir le meilleur des tendances et des innovations, le meilleur des marques et des entreprises du secteur.

INNOVATION, CRÉATIVITÉ ET ESTHÉTISME RÉCOMPENSÉS LORS DES SILMO D'OR !

La 23ème cérémonie des Silmo d'Or, organisée dans le cadre du Silmo a mis à l'honneur toute une profession. Equipementiers ou lunetiers, les lauréats ont su faire preuve de créativité et d'inventivité ; tous par passion et avec pour objectif de faire évoluer le monde de l'optique.

CATEGORIE « VISION »
ESSILOR AVEC « EYE PROTECT SYSTEM »



CATEGORIE « MATERIEL/EQUIPEMENT »
NETLOOKS AVEC « NETLOOKS 3D »



CATEGORIE « ENFANT »
KARAVAN & CO AVEC « BILI » DE KARAVAN KIDS



CATEGORIE « EQUIPEMENT DE SPORT »
DEMETZ AVEC « LAZER-RUN »



CATEGORIE « MONTURE OPTIQUE »
BLACK KUWAHARA AVEC « KAHN »



CATEGORIE « LUNETTES SOLAIRES »
PARASITE DESIGN AVEC « C25 »



CATEGORIE « PRIX DU JURY »
KUBORAUM AVEC « MASKE E3 »



CATEGORIE « INNOVATION
TECHNOLOGIQUE »
OXIBIS GROUP AVEC « 77H » D'EXALTO



CATEGORIE « BASSE VISION »
VISIOLE AVEC « GO VISION »



CATEGORIE « BASSE VISION »
ESSILOR AVEC « MYEYE »



CATEGORIE « BASSE VISION »
VISIOLE AVEC « GO VISION »



NOUVEAUTE – PRIX PREMIERE CLASSE

Suite au partenariat avec Première Classe, un prix mode a été remis pour la première fois cette année.

CATEGORIE « PREMIERE CLASSE »
PRIDE EYEWEAR AVEC « 305 BL »





PRÉSIDENT DU JURY DES SILMO D'OR 2016, le designer belge Alain GILLES a suivi un parcours atypique : après des études en Sciences Politiques et en Marketing Management, il a travaillé dans le monde de la finance chez JP Morgan ; après cinq années assez peu épanouissantes, il décide de changer de voie et de suivre sa passion pour le design industriel, l'esthétique, et la création.

Alain GILLES reprend des études à l'Institut Supérieur de Design de Valenciennes et fait un stage chez son compatriote Xavier Lust avant d'être engagé par Arne Quinze. Fort de ces deux expériences constructives, Alain GILLES ouvre son propre studio en 2007 « afin de poursuivre ses propres rêves et de développer son approche personnelle dans la conception de produits, de mobiliers, mais également au niveau de la direction artistique et de l'architecture d'intérieur. » Avec un point de vue authentique et intègre remarqué en 2012 par la Biennale Intérieur, la foire internationale de design de Courtrai qui le nomme même « designer de l'année ».

« La première chose est de ne jamais perdre de vue la fonctionnalité de l'objet ou du mobilier, être centré sur l'utilisateur, explique-t-il. Ensuite, je m'intéresse au côté architectural de la pièce, sa perception dans l'espace, sa personnalité selon le point de vue. Et puis je dirais la force graphique: les contours, jeux de couleurs... Ce sont à mon sens les trois composantes primordiales. De plus, j'essaie également de trouver le juste équilibre sur un produit qui me paraît parfois trop masculin, je travaille les arrondis ou je rajoute de la matière par exemple pour qu'il se féminise davantage. » *

Alain GILLES multiplie les récompenses et collabore pour de nombreux entreprises internationales, en France (Qui est Paul ?, Galerie Gosserez Paris, La Chance), en Belgique (Design is Wolf, Buzzispace), en Italie (Varaschin, Casamania, Bonaldo), etc.

Cette année, Alain GILLES a créé une oeuvre d'art – Mirror Mirror– pour le fonds Erasme, qui sera vendue aux enchères pour financer la recherche médicale.

« Le concept part d'un regard et d'une réflexion sur notre société. L'idée de réflexion et de recherche de soi, d'infatigable quête de soi que l'on rencontre dans nos sociétés actuelles obnubilées par le paraître et l'image que la personne renvoie d'elle-même, au travers entre autres des nouvelles technologies et des réseaux sociaux tels que Facebook ou Instagram. »

Un formidable clin d'œil à la filière optique-lunetterie qui devrait apprécier le regard généreux d'un grand créateur.



* In Focus Magazine.

VISITEURS SILMO 2016

33 771 visiteurs de 122 pays -1.3% (2015 : 34 250)
57% d'internationaux - 43% de Français

FRANCE 14 885 visiteurs : -0.1% (2015 : 14 867)

INTERNATIONAL 18 886 visiteurs : -2.6% (2015 : 19 383)

EUROPE 12 084 visiteurs: -4.7% (2015 : 12 678)

Dont principaux :

Italie : 1 505
Belgique : 1 450
Espagne : 1 087
Allemagne : 1 042
Pays Bas : 1 000
Royaume Uni : 946
Grèce : 587
Russie : 490
Turque : 414

ASIE 2 172 visiteurs : -3.9% (2015 : 2 259)

Dont principaux :

Corée : 406
Japon : 326
HK : 319
Chine : 299
Inde : 254
Taiwan : 226

AFRIQUE 1 899 visiteurs : +4.3% (2015 : 1 821)

Dont principaux :

Algérie : 460
Maroc : 421
Tunisie : 378

suite VISITEURS SILMO 2016

AMERIQUE: 1 366 visiteurs : +3.5 % (2015 : 1 320)

Dont principaux :

Etats-Unis : 492

Canada : 321

Brésil : 236

Argentine : 108

Colombie : 63

PROCHE MOYEN ORIENT : 1 090 visiteurs : +4.2% (2015 : 1 046)

Dont principaux :

Israël : 413

Liban : 197

Iran : 168

E.A.U : 142

Arabie Saoudite : 67

AUSTRALASIE: 275 visiteurs : +6.2% (2015 : 259)

Dont principaux :

Australie : 242 / Nouvelle Zélande : 33