

SILMO 2011 : UNE EDITION AU BEAU FIXE

Selon l'expression le « climat des affaires » a été à la hauteur des températures estivales et du soleil qui a brillé pendant quatre jours.

Sur 80 000 m² d'exposition, le millier de marques et de sociétés exposantes dont 120 nouvelles ont accueilli 34 671 professionnels, soit une hausse de 5% par rapport à l'édition 2010. Les visiteurs internationaux ont représenté 56% de l'ensemble, en hausse de 5% et les opticiens français 44%, en hausse de 4,7%.

Des chiffres significatifs du poids du SILMO dans le concert des grands salons internationaux et une bonne introduction pour déjà préparer le prochain Salon : du 4 au 7 octobre 2012.

SILMO 2011, DES EVENEMENTS DANS L'EVENEMENT

Comme à chaque édition, les organisateurs du Salon ont déployé un dispositif d'informations et des animations qui viennent soutenir une offre complète d'exposants dans les secteurs montures solaires et optiques, verres, lentilles de contact, matériels technologiques, aménagement des points de vente...

SILMO ACADEMY

Pour sa seconde édition, SILMO ACADEMY, colloque scientifique destiné aux professionnels de l'optique qui souhaitent enrichir leurs connaissances, a rencontré son public.

Pendant les deux jours du colloque (les 29 et 30 septembre), ils étaient plus de 300 chaque jour à suivre les travaux de la vingtaine d'intervenants scientifiques, opticiens, chercheurs ou professeurs. Sur les thèmes de l'enfant, la lecture et la myopie, SILMO ACADEMY s'est achevée sur une plénière qui a synthétisé les travaux dont les actes seront prochainement disponibles.

Sous la présidence de Guy CHARLOT, SILMO ACADEMY est composée d'un Conseil Scientifique, chargé de valider la pertinence du contenu des colloques, il est le garant de la portée scientifique des conférences.

Un conseil présidé par le Professeur Yves POULIQUEN, Académicien, entouré de Monsieur Bernard MAITENAZ, inventeur du verre Varilux, du Professeur Jean-Claude HACHE, Ophtalmologiste à Lille et Directeur du Colloque Scientifique, du

Professeur Christian CORBE, Médecin Inspecteur Général, de Madame Elaine GRISDALE de l'Association of British Dispensing Opticians et de Jean Paul ROOSEN, Enseignant et de Monsieur Gilles BOURDEAU, opticien à Lyon.

L'ATELIER MERCHANSIDING

Support de communication extérieure, la vitrine est un enjeu pour les opticiens qui ont bien saisi l'opportunité de profiter de la formation « merchandising » proposé par le Salon. Et au-delà de la vitrine, l'aménagement du point de vente requiert des compétences à enrichir ou à renouveler.

Dans l'Atelier Merchandising, un espace d'informations didactiques, complétées par des rendez-vous « coaching » personnalisés et une conférence magistrale ont ouvert des perspectives à tous les professionnels présents qui ont assisté nombreux aux différentes interventions proposées.

LES SILMO d'OR 2011

Atterrissage en douceur pour la 18^{ème} cérémonie des SILMO d'OR qui a lieu le jeudi 29 septembre dans le cadre du Musée de l'Air au Bourget. Après une découverte des aéronefs historiques du musée, les invités ont pris place sous deux Concorde pour la remise officielle des récompenses.

En maître de cérémonie, Philippe LAFONT, Président du SILMO, accompagné d'Isabel BEUZEN, responsable de la communication du Salon, ont accueilli Gabriele PEZZINI, designer italien de renom et Président du Grand Jury.

Très honoré d'être présent, Gabriele PEZZINI a salué le niveau d'expertise du Jury , son engagement et son objectivité, en soulignant l'importance d'une évaluation qui associe confort, esthétique et production, en facilitant l'usage quotidien du porteur. « Notre réflexion a aussi porté sur ce que j'appelle la « slow innovation », c'est-à-dire une approche d'évolution sur le long terme qui soigne les détails, travaille la pureté des lignes, l'harmonie des matières, a-t-il ajouté. Avec pour objectif prioritaire, la qualité absolue, le seul et vrai facteur de différenciation sur des marchés si concurrentiels aujourd'hui. »

LES LAUREAS SILMO d'OR 2011

CATEGORIE « VISION »

ESSILOR avec le produit « OPTIFOG » Hall 6-E098

CATEGORIE « MATERIEL / EQUIPEMENT »

ESSILOR avec le produit « Mr ORANGE » Hall 6-E098

CATEGORIE « BASSE VISION / INSTRUMENT d'OPTIQUE »

CECIAA avec le produit « CLEAR READER+ ADVANCED » Hall 6-C099

CATEGORIE « ENFANT »

OPAL avec la monture Lulu Castagnette, concept « Les 3 petits oursons... » Hall 5 a-P047

CATEGORIE « MONTURE OPTIQUE »

GOLD & WOOD avec la monture « B23.2» Hall 5 a-E075

CATEGORIE « LUNETTE SOLAIRE »

IC ! BERLIN avec la monture « Power Law » Hall 5 a-G133

CATEGORIE « EQUIPEMENT de SPORT »

SILHOUETTE avec la monture « Evil Eye Halfrim Pro » d'ADIDAS Eyewear Hall 6-H024

CATEGORIE « MONTURES INNOVATION TECHNOLOGIQUE »

LINDBERG avec la monture « Lindberg Precious Horn» Hall 5 a-P075

LES TENDANCES MO by SILMO

Dans l'objectif de renouveler l'approche des tendances de la saison future et de les rendre plus aisément accessibles pendant et après le Salon, le SILMO a dévoilé un magazine digital inédit, MO by SILMO, qui était visible sur un écran géant à l'entrée du hall 6.

Les visiteurs ont pu interagir virtuellement avec les tendances placées sous le signe de « l'hypno'chic », une harmonie de lignes plurielles déclinées en différents courants esthétiques (Soft Touch, Mix & Match, Glitter for Ever, Color Block, Brit'Effect) qui conjuguent l'élégance à l'ornemental, la simplicité au sophistiqué.

A voir ou revoir en cliquant sur ce lien :

<http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?id=2220/2844/17882&lng=fr>

Ces tendances seront confirmées lors d'une seconde édition de MO by SILMO qui sera en ligne sur le site internet du Salon courant novembre : silmoparis.com.

Pour compléter ce dispositif inédit, un quotidien digital était disponible chaque jour, il présentait toutes les actualités du Salon.

A lire ou à relire en cliquant sur ce lien : <http://www.dailymo.fr>