

SILMO

Paris

LE MONDIAL DE L'OPTIQUE

SILMO, D'ÉVOLUTIONS EN RÉVOLUTIONS

En 2017, le SILMO Paris, le MONDIAL DE L'OPTIQUE aura cinquante ans, un âge « sénior » qui témoigne de la vitalité mais aussi de la maturité de ce grand rendez-vous international des professionnels de l'optique-lunetterie.

Année après année, **ce salon a su faire face aux crises socio-économiques et aux enjeux d'un secteur dynamique.** Le SILMO a largement participé à cette dynamique avec des évolutions, voire des révolutions dans l'objectif d'offrir aux professionnels, la meilleure plateforme d'expression et de business. Rappel en quelques dates clés des innovations qui ont contribué à la notoriété du salon.

1967: création du SILMO, premier salon d'optique qui réunit **58 exposants** sur 1.500 m².

1971: le salon grandit, il accueille 228 exposants sur 6.000 m² ; l'année suivante, il « monte » à Paris et aura lieu en alternance avec Oyonnax.

1981: installation définitive à Paris Porte de Versailles, le SILMO s'impose comme le premier grand rendez-vous de la profession à l'automne, des dates désormais immuables.

1994: les SILMO d'OR sont lancés, ils incarnent les trophées de référence qui consacrent l'excellence, la création et l'innovation des fabricants et des marques du monde entier.

1996: le SILMO identifie de nombreuses « start'up », des nouvelles marques créatives qui apportent un souffle nouveau sur l'optique-lunetterie, pour mieux les repérer et les identifier, **le VILLAGE** est créé et devient un secteur à part entière.

1997: le SILMO est représentatif des acteurs de la lunetterie, du verre et des technologies, il est aussi distinctif par son engagement sur la santé, il ouvre un espace dédié à la **BASSE VISION.**



2009: le SILMO fait évoluer son calendrier et **passé d'octobre à fin septembre** pour mieux coller aux réalités du marché mondial ; l'année suivante, **il s'installe à Paris Nord Villepinte**, un parc d'expositions mieux adapté à la taille du salon (plus de 35.000 m²), à l'exigence des exposants et au confort des visiteurs.

2010: le SILMO inaugure le premier colloque scientifique la **SILMO ACADEMY** qui, chaque année dans le cadre du salon, réunit des spécialistes et délivre des réflexions et des avancées scientifiques sur la vision.

2014: le SILMO étend son influence en développant sa marque à l'international, le **SILMO ISTANBUL** est le premier exemple de cette ouverture avec un salon **dédié aux marchés de l'Europe du Sud et du Moyen-Orient**.

2015: toujours copié, jamais égalé, le SILMO préserve son leadership et s'offre une cure de jouvence avec une nouvelle campagne de communication qui incarne la créativité universelle, l'élégance parisienne et la puissance internationale : **rendez-vous sur le plus grand magasin d'optique-lunetterie au monde**.