



LE SILMO 2014 EN MOUVEMENT...

La prochaine édition du SILMO, le salon international de l'optique-lunetterie à Paris, est déjà en marche. Il s'inscrit dans une volonté d'offrir la meilleure plateforme de business, le passage obligé pour préparer l'avenir, accompagner les projets de développement des entreprises, démontrer la capacité créative et innovante de la filière, et renforcer un solide réseau de professionnels réunis autour des mêmes objectifs.

Autour de ce qui a toujours assuré sa constance et son attrait, le SILMO, salon majeur qui rassemble et fédère les talents de l'optique-lunetterie d'aujourd'hui pour demain, défend des axes et des valeurs constants : international, transversal, fondamental et convivial.

Dans l'objectif de suivre au plus près les changements économiques, d'intégrer les évolutions des marchés et de répondre aux exigences des exposants comme des visiteurs, le SILMO apporte des changements notables pour améliorer son attractivité et continuer à s'imposer comme un rendez-vous utile et incontournable :

- Un calendrier plus en phase avec les visiteurs,
- Une mise en espace clarifiée,
- Des animations renforcées.

Du 26 au 29 septembre 2014, le SILMO déploie tous les moyens pour stimuler la force commerciale des entreprises de toute la filière optique-lunetterie, pour rencontrer des acheteurs, pour recruter des prospects, échanger, s'informer.

Les points clés

Une nouvelle amplitude de dates

Parce que les dates d'un salon ne sont jamais figées, le SILMO fait sensiblement évoluer son calendrier avec une ouverture le vendredi 26 septembre et une fermeture le lundi 29 septembre.

Cette nouvelle amplitude de dates est une nouvelle opportunité de business pour les entreprises exposantes, car elle devrait permettre à un plus grand nombre de professionnels de pouvoir se rendre au salon.

Une nouvelle dynamique

Le SILMO ne serait ce qu'il est sans son dispositif exceptionnel et unique de pôles d'informations, d'agoras, de lieux de rencontres, de convivialité festive.

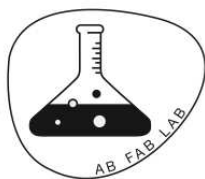
L'édition 2014 ne déroge pas à la règle avec le déploiement de véritables services à la disposition des visiteurs comme des exposants : SILMO ACADEMY, SILMO d'OR, SILMO FASHION STYLE, MO by SILMO, ATELIER MERCHANDISING, SILMO TV by ACUITE, LINK by SILMO...

Autant de moyens actifs et interactifs destinés à créer du lien entre les professionnels, mais aussi pour s'informer, se former, découvrir, comprendre...

Une nouvelle sectorisation

Avec près d'un millier d'entreprises exposantes sur près de 80.000 m², le SILMO offre un panorama exhaustif de savoir-faire qui pour être complémentaires, n'en sont pas moins variés.

Pour faciliter la « lecture » du salon et faire gagner du temps aux visiteurs, le SILMO a redéfini sa sectorisation enrichie de nouveaux espaces et repérables grâce à des pictos, soit 11 secteurs aisément identifiables pour une filière d'exception.



AB FAB LAB (Absolutely Fabulous Laboratory) réunit à l'entrée du hall 5 les dernières innovations technologiques, procédés, matériaux, dédiés à la fabrication de verres et montures.

Surfaçage, coloration, composants, matériaux, découpe, ou encore imprimante 3D, sont à l'honneur dans cette véritable « exposition universelle » des meilleures techniques de fabrication de la filière, source de valeur ajoutée.



LUXE regroupe des joailliers, des marques de luxe et des grands faiseurs spécialistes des montures précieuses ; réunies dans un même écrin, ces entreprises façonnent les plus belles matières — or, argent, corne, bois, pierres... — pour des lunettes d'exception. Entre art et artisanat, l'espace Luxe fait la part belle au savoir-faire et à la rareté, il offre un éclairage unique sur des marques dont la philosophie approachante souligne la diversité et la particularité du luxe aujourd'hui.



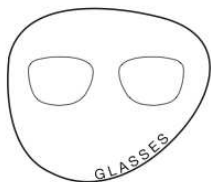
SPORT met en perspectives les spécificités des montures et lunettes optiques et solaires dédiées à toutes les pratiques sportives, un nouvel espace destiné à mieux valoriser les marques de sport actif et de sportswear.



Le **VILLAGE** s'impose toujours comme le carrefour des tendances et des créateurs, le lieu où le design et les idées les plus innovantes se confrontent pour révéler des collections exclusives au style marqué et à l'esthétique contemporaines ; un espace unique qui s'enrichit d'une pépinière regroupant la jeune garde créative, les nouveaux « Villageois ».



MONTURES rassemble le plus large panorama de marques de lunettes optiques et solaires avec les lunetiers historiques qui exposent leur savoir-faire reconnu et recherché, et de marques de mode et de prêt-à-porter qui dévoilent leur univers exclusif qui fait écho à l'espace tendances Silmo Fashion Style.



VERRES centralise les plus grands verriers mondiaux qui présentent leurs dernières innovations technologiques avec une offre complète de produits : verres de sport, progressifs, ophtalmiques, solaires, minéraux, organiques, connectés...



CONTACTOLOGIE dévoile les solutions et les innovations liées aux lentilles de contact, génératrices de trafic dans les points de vente, source de croissance de chiffre d'affaires.



MATERIEL POUR OPTICIENS est l'espace indispensable des professionnels pour apprécier les grandes nouveautés en terme d'outillages, de découpes, de mesures, sans oublier les matériels pour l'optométrie.

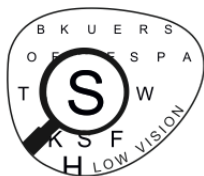


EQUIPEMENT POINT DE VENTE met à disposition des opticiens tous les moyens et les outils pour aménager les magasins : mobilier, display, enseignes, conseils merchandising, sécurité, etc.



OPTICIEN CONNECTÉ présente les réseaux des partenaires des opticiens — centrales d'achats, enseignes, centres de gestion, etc. — et les professionnels du digital qui dévoilent solutions informatiques et connectiques, sites internet, réseaux sociaux, etc.

Et en avant-première, découverte de l'univers en plein boom des lunettes connectées !



BASSE VISION fournit aux opticiens et à tous les professionnels, des connaissances sur le sujet et des moyens d'aborder un problème de santé majeur aujourd'hui avec des informations pratiques et utiles.

Une nouvelle campagne publicitaire

Avec la même vitalité graphique que la campagne 2013 et la pérennité de la signature « l'effet SILMO », la nouvelle image de marque du salon 2014 joue encore le décalage assumé mais se recentre sur les visiteurs.

Une série de quatre portraits d'opticiens pris en photo par Pierre-Antony Allard lors de la dernière édition du salon, témoigne de l'attractivité du salon par une mise en perspective énergisante de visiteurs heureux de vivre « l'effet SILMO ».





Trois questions à Philippe Lafont, Président du SILMO

Comment voyez-vous la prochaine édition ?

Dans une certaine continuité avec les dernières éditions, malgré les aléas et les tensions économiques, notre position est de préserver nos valeurs appréciées par les professionnels. Le SILMO est un rendez-vous attendu et constant, un événement annuel qui demeure un lieu de business et de rencontres fertiles pour toute la filière optique-lunetterie. Pour autant, nous ne nous endormons pas sur nos lauriers, le salon évolue, progresse et s'adapte aux sensibilités des visiteurs et des exposants. Ainsi, nous avons fait évoluer l'implantation du salon pour offrir une meilleure lisibilité de l'offre et une efficacité de visite améliorée dans un environnement convivial et attractif.

Quelles ambitions pour le SILMO ?

Nous sommes sur une bonne tendance sur le plan commercial avec des exposants fidèles qui renouvellent leur participation et l'accueil de nouvelles sociétés, signe du dynamisme confirmé de la filière. Nous espérons continuer sur cette dynamique en étant conscient que les entreprises sont très soucieuses de retour sur investissement et sur des surfaces contenues. Côté visitorat, nous tablons sur une augmentation dans la mesure où nous avons modifié les dates — toujours sur quatre jours ! — en incorporant le lundi et cela à la demande d'opticiens français : nous comptons sur eux !

Quel est votre point de vue sur l'évolution du média salon ?

Dans un monde globalisé, les salons professionnels demeurent de véritables espaces de rencontres et de business, ce qui n'empêche pas des évolutions : les leaders d'aujourd'hui ne seront sans doute pas ceux de demain. Il faut en effet observer le changement opérer dans les grandes zones économiques : Europe, Asie, Amériques, etc. Tous les grands salons internationaux comme le SILMO développent à la fois des services et des outils disponibles tout au long de l'année ; à cela s'ajoutent des extensions à l'international pour être là où sont les marchés d'avenir.