



SILMO 2013, le bilan

Dans un climat économique toujours incertain, les professionnels de l'optique lunetterie font de la résistance et ont répondu présents. Le SILMO a démontré que la créativité, le savoir-faire et l'innovation étaient les meilleurs alliés pour stimuler le business.

Ambiance positive et studieuse sur les stands du MONDIAL DE L'OPTIQUE 2013 qui, avec près d'un millier d'exposants, a dévoilé des nouveaux produits et nouvelles collections sous le signe de l'audace. Nombre de marques ont su séduire les acheteurs et les opticiens avec une offre renouvelée, riche, surprenante. Une dynamique mise en scène dans le salon sur deux forums totalement inédits — FASHION STYLE et LA MANUFACTURE — qui ont mis en perspective les dimensions mode et savoir-faire du secteur lunetterie.

Le spectaculaire espace FASHION STYLE a souligné combien le SILMO est le territoire d'expression idéal pour toutes les marques de mode — près de 120 représentées — et avec le forum LA MANUFACTURE combien le talent artisanal et industriel de tous les lunetiers doit être mise en valeur, défendu, revendiqué dans sa diversité d'entreprises et de marques.

La créativité et l'innovation étaient aussi au rendez-vous lors de la remise des 20^{ème} SILMO d'OR présidée cette année par le designer Mathieu Lehanneur qui, avec le jury d'experts ont couronné les entreprises dans 8 catégories, plus une qui a reçu un Prix Spécial du Jury*.

Autre pilier important du salon, la santé et la formation des opticiens avec la SILMO ACADEMY qui, sur trois jours, a accueilli 580 participants, venus débattre et échanger sur des thématiques majeures autour de la vision. Un colloque désormais bien rodé enrichi de nombreux ateliers techniques appréciés et recherchés par les opticiens.

La jeune génération d'opticiens, futurs professionnels, n'a pas été oublié : 1.658 étudiants des écoles d'optiques françaises ont été pris en charge par les organisateurs du salon dans l'objectif de les sensibiliser à leur métier ; avec une visite des forums de tendances, de l'Atelier Merchandising, des conférences prospectives dont une « L'opticien, demain ? » qui leur a dévoilé les enjeux du commerce de l'optique-lunetterie dans l'avenir. Pour le SILMO, ce soutien des futurs opticiens est une façon de les plonger dans la réalité des marchés et de le leur faire « toucher du doigt » la diversité de la production, la richesse de l'offre, le potentiel de du secteur.

Côté visitorat, le SILMO maintient sa position attractive dans le calendrier mondial des salons avec 35.103 professionnels qui ont répondu présents. Le visitorat français reste stable, l'Asie et l'Amérique du Nord sont en léger recul (la proximité des salons IOFT et Vision Expo Las Vegas a joué), un repli anecdotique compensé par la dynamique des autres régions du monde.

Le Silmo 2013 en chiffres

47ème édition

4 jours

80 000 m2

950 exposants (dont 132 nouvelles sociétés)

1350 marques

35 103 visiteurs – 44% Français / 56 % internationaux

Rendez-vous Silmo 2014 : 26 – 29 Septembre

***Les Lauréats Silmo d'Or**



CATEGORIE	SOCIETE	NOM DU PRODUIT	PAYS
Montures	DITA EYEWEAR	« Thom Browne TB-011 »	USA
Solaires	FACTORY900-AOYAMA	« Fa-1111 »	JAPON
Sport	JULBO	« Tensing Flight »	France
Enfant	SEAPORT	« KILT 03 de Façonnable »	France
Montures Innovation	CIDI	« 3MOMI Tech »	Italie
Vision Verre	BBGR	« Intuitiv »	France
Vision Contactologie	COOPERVISION	« MyDay »	USA
Basse vision	ESSILOR	« Prodigis Duo »	France
Equipement	NIDEK	« ARK-1s »	JAPON
Prix Spécial du Jury	MASUNAGA	« Masunaga GMS Limited 2013 »	JAPON