



SILMO 2013, el balance

En un clima económico aún incierto, los profesionales de la óptica se hacen fuertes y han estado presentes. El SILMO ha demostrado que la creatividad, el « savoir-faire » y la innovación son los mejores aliados para estimular los negocios.

Ambiente positivo en los stands del MUNDIAL DE LA ÓPTICA 2013 que, con casi mil expositores, ha desvelado nuevos productos y nuevas colecciones caracterizadas por su audacia. Muchas marcas han sabido seducir a los compradores y a los ópticos con una oferta renovada, rica y sorprendente. Una dinámica puesta en escena en el salón en dos fóruns totalmente inéditos - FASHION STYLE y LA MANUFACTURE – que han puesto en perspectiva las dimensiones moda y “*savoir-faire*” del sector lentes.

El espectacular espacio FASHION STYLE ha subrayado cómo el SILMO es el territorio ideal de expresión para todas las marcas de moda – 120 representadas – y con el fórum LA MANUFACTURE cuánto el talento artesanal e industrial tiene que ser valorado, defendido y reivindicado en su diversidad de empresas y marcas.

La creatividad y la innovación estaban también en la entrega de la 20ª edición de los SILMO D’OR presidida este año por el diseñador Mathieu Lehanneur quien, con el jurado de expertos han premiado a las empresas en ocho categorías, más una que ha recibido el Premio Especial del Jurado*.

Otro pilar importante del salón, la salud y la formación de los ópticos con el SILMO ACADEMY que, en tres días, ha acogido a 580 participantes, para debatir e intercambiar sobre las principales temáticas en torno a la visión. Un coloquio enriquecido con numerosos talleres técnicos y de investigación para los ópticos.

La generación más joven de ópticos, los futuros profesionales, también ha estado presente: 1.658 estudiantes de escuelas de óptica francesas han sido invitados al salón con el objetivo de sensibilizarles con su oficio; visita al fórum de tendencias, Taller de Merchandising, conferencias prospectivas como “El óptico, ¿mañana?”, que les ha revelado las apuestas del comercio de la óptica del futuro. Para SILMO, este apoyo a los futuros ópticos es una forma de ayudarles a sumergirse en la realidad de los mercados y “poder tocar” la diversidad de la producción, la riqueza de la oferta y el potencial del sector.

Para los visitantes, el SILMO mantiene su posición atractiva en el calendario mundial de las ferias, con la presencia de 35.103 profesionales. El número de visitantes franceses permanece estable, Asia y América del Norte han retrocedido en número de visitantes a causa de la proximidad de los salones IOFT

y Vision Expo Las Vegas, un repliegue anecdótico compensado por la dinámica de otras regiones del mundo.

El Silmo 2013 en cifras

47ª edición

4 días

80.000 m2

950 expositores (de los cuales 132 nuevas empresas)

1.350 marcas

35.103 visitantes : 44% Franceses / 56% internacionales

Cita Silmo 2014 : 26 – 29 Septiembre 2014



***Los Ganadores del Silmo d'Or**

CATEGORÍA	EMPRESA	NOMBRE DEL PRODUCTO	PAÍS
Monturas	DITA EYEWEAR	« Thom Browne TB-011 »	USA
Solares	FACTORY900-AOYAMA	« Fa-1111 »	JAPÓN
Sport	JULBO	« Tensing Flight »	Francia
Niños	SEAPORT	« KILT 03 de Façonnable »	Francia
Monturas Innovación	CIDI	« 3MOMI Tech »	Italia
Visión Vidrio	BBGR	« Intuitiv »	Francia
Visión Contactología	COOPERVISION	« MyDay »	USA
Baja visión	ESSILOR	« Prodigy Duo »	Francia
Equipamiento	NIDEK	« ARK-1s »	JAPÓN
Premio Especial del Jurado	MASUNAGA	« Masunaga GMS Limited 2013 »	JAPÓN