



COMUNICADO BALANCE 2016

SILMO 2016, BAJO LA INFLUENCIA DE LA TECNOLOGÍA Y LAS TENDENCIAS

En un clima de negocios muy positivo, la última edición del SILMO acogió a 33.771 visitantes el 56,5% de ellos internacionales y demostró su atractivo para el conjunto de los profesionales del sector óptico. Durante cuatro días los pasillos estaban llenos, con stands muy animados y ópticos que han sido seducidos por una oferta estimulante en un ambiente excelente.

Plataforma de lanzamiento de numerosas marcas y colecciones, y también espacio de descubrimiento de innovaciones, el MUNDIAL DE LA ÓPTICA valorizó las tecnologías y las tendencias futuras. Esta edición ha estado marcada particularmente por una proliferación de innovaciones que asocia la destreza de los fabricantes con las nuevas tecnologías. Con el punto de mira de la personalización, la ayuda a las personas con mala visión y la digitalización del punto de venta. Sin olvidar la formación con SILMO ACADEMY y la acogida de los futuros ópticos...

TENDENCIA “PERSONALIZACIÓN”

La personalización es una apuesta mayor en términos de consumo, cualquiera que sea el producto. En el sector de la óptica, los MOF (Mejores Artesanos de Francia) presentes en el salón demostraron su virtuosismo asistidos por las nuevas tecnologías como los instrumentos de diseño vectoriales DAO. En el campo de la personalización, nuevos profesionales llegan para aportar su grano de arena.

La empresa NETLOOKS (Silmo d'Or 2016 categoría Materiales Equipamientos) ha puesto en marcha un software 3D que garantiza la personalización perfecta: la cara del portador es digitalizada por un sistema óptico que define parámetros de miles de datos para crear un avatar, luego con la ayuda del óptico, crea su propia montura sacando miles de combinaciones de caras, de marcas, de colores, de motivos, etc. Después, las gafas son fabricadas de forma tradicional en el taller en acetato en dos semanas.

El nuevo concepto Yuniku de HOYA VISION CARE va aún más lejos imprimiendo el equipo en casa de sus socios: Materialise y Hoet design Studio.

Con la ayuda del óptico, un escáner modeliza en 3D la cara del portador y calcula sus necesidades visuales con una precisión extrema, luego a partir de una elección de monturas (formas, colores y texturas del material) también modelizadas, el software calcula los parámetros de los cristales con arreglo a la montura escogida con una adecuación entre todos los elementos. Después de que el óptico envía el pedido a Hoya, las gafas se entregan en 15 días.

COMUNICADO BALANCE 2016

TENDENCIA “BAJA VISIÓN”

La baja visión se encuentra también en el centro de la investigación y desarrollo del sector con equipos destacados. La empresa VISIOLE, especialista en productos de Braille y baja visión para discapacitados visuales ha creado GoVision (Silmo d’Or 2016 Categoría Baja Visión), un amplificador vocal con ergonomía y facilidad de uso excepcionales. Las gafas OrCam My Eye de ESSILOR (Silmo d’Or 2016 ex aequo Categoría Baja Visión) propone una gafas dotadas de una cámara mini y de un auricular, el conjunto dotado de un software que lee el texto que mira un discapacitado visual, reconoce a personas, objetos, billetes, etc.

Una ayuda visual portátil que hace eco a las gafas conectadas autónomas NuEyes de CECIAA (Silmo d’Or 2016 ex aequo Categoría Baja Visión) que integran las funcionalidades de una lupa electrónica, una máquina de leer, amplificador...

TENDENCIA “DIGITALIZACIÓN”

El SILMO 2016 ha presentado **THE EXPERIENCE STORE**, un espacio dedicado a las soluciones digitales que crean una experiencia cliente nueva y enriquece la relación cruzada e interactiva entre el cliente y el óptico. Imaginado en 6 puntos de contacto - Escaparate, acogida, espera, lineal, medidas y pruebas, venta - este recorrido digital demostró el interés en integrar tecnologías de inmersión:

Con escaparate táctil e interactivo a fijación dinámica de ACEP que capta la atención de los transeúntes y permite presentar una oferta personalizada 24H / 7J.

Con una azafata holográfica de SEEDERTECH que interpela a los clientes y facilita la información, prepara la relación con el óptico, etc

Con una mesa táctil de ELECOM que descubre el catálogo de monturas de la tienda, aporta un complemento de información y permite fluidificar los tiempos de espera.

Con la prueba virtual de FITTING BOX quién facilita la elección de los clientes en tiendas con un catálogo extenso de oferta.

Con la toma digitalizada de medidas y simulaciones 3D, propuestas por todos los vidrieros que aseguran la fiabilidad y la precisión a los clientes.

Con la M-Carte de fidelidad de LA COOPERATIVA DIGITAL - FUNFID que permite aumentar la circulación en la tienda y enriquece la relación cliente.

TENDENCIA “CREACIÓN”

La diversidad creativa está en el corazón del salón con una oferta de monturas ópticas y solares de más de 1.200 marcas que testimonian la vitalidad del mercado. El SILMO ha desvelado una selección de lo mejor de las marcas en los dos Pop Stores Produits - The Collectionist y The Selectionist -, una selección apoyada por las tendencias reunidas en la revista digital TRENDS by SILMO (disponible en la página web del salón) alrededor de cinco temas: Ultra Couleurs, C, Touches Cosmétiques, Fil d’Or et Hommes en Mode Stylé.

Los **SILMO D’OR 2016** dedicados a las gafas demostraron cómo el estilo asociado al tecnicismo refleja la creatividad de las marcas:

Categoría Montura Innovación Tecnológica: 77H by Exalto (Oxibis Group), con una bisagra técnica dotada de una pieza de cerámica, una bisagra funcional que desempeña un papel de Flex.

Categoría Deporte: Lazer-Run de Demetz (Opal), unas gafas que ofrecen la posibilidad de montar tres tipos de equipos ópticos diferentes sobre la misma montura, el primero un kit óptico, segundo permitiéndole al óptico montar cristales no torneados y el tercero, cristales torneados, gafas de deporte tres en uno en cierto modo.

Categoría Ópticas: Khan de Blake Kuwahara, un concepto compuesto de dos monturas independientes que son laminadas juntas para formar un solo elemento.

Categoría Solares: Anti Retro X de Parasite Design, una montura compuesta de dos materiales, una en impresión 3D, el otro en metal que revela un diseño retro futurista.

Categoría Niño: Bili de Karavan Kids (KNCO), una montura adaptada a los niños de 3 a 8 años con una cara de acetato ligero y varillas de acero inoxidable quirúrgico muy flexible

Premio del Jurado: Máscara E3 de Kuboraum, una montura con cristales crudos perforados en los cuales es insertado acetato, gafas asombrosas dotadas de plaquetas de porcelana y manguitos ajustables.

COMUNICADO BALANCE 2016

UN SALÓN QUE APOYA A LOS CIENTÍFICOS Y A LOS FUTUROS PROFESIONALES

En el seno del MUNDIAL DE LA ÓPTICA, **SILMO ACADEMY** demostró su interés con **425 participantes en tres días** que apreciaron las intervenciones, entre otros, los Profesores Yves Pouliquen, académico, Christian Corbé, oftalmólogo y Olivier Martinaud, neurólogo. Con más de una veintena de especialistas y profesionales de renombre, exploraron las apuestas entre la vista y la lectura.

Esta 7ª edición de SILMO ACADEMY también ha entregado su primera beca de apoyo a la investigación de un importe de 10.000€ **al laboratorio de neurociencias IRIS en el marco del CNRS Universidad París Descartes**, que presentó un proyecto con el objeto principal de estudiar las interacciones entre oculo-motricidad, cognición y postura.

Zoï Kapoula, directora de investigación CNRS (CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA) del laboratorio IRIS, fisiopatología de la visión y la motricidad binocular, señala que “este proyecto abastecerá de una parte una base de datos superior sobre la eficiencia y su implicación en el control postural y la cognición, y permitirá por otra parte medir la incidencia de su reeducación en campos todavía demasiado desconocidos por los profesionales de la salud visual”. La aportación de esta Beca de 10.000€ va a participar en el desarrollo del laboratorio para 2017 que será “un estudio comparativo de los estudiantes con problemas de binocularidad aislados, estudiantes con problemas de binocularidad e ineficacia podal, versus estudiantes con ineficacia podal aislada versus a estudiantes control sin ningún problema o ineficacia”.

Animando la investigación en salud visual, el SILMO apoya también las futuras generaciones de ópticos organizando **el juego interesuelas** por segunda vez.

En un ambiente lúdico y festivo, **280 alumnos de 8 escuelas se enfrentaron en el estudio SILMO TV para ganar una visita al Salón Opti en Munich** en enero que viene.

Una estancia de descubrimientos que se ha sido ganada por los estudiantes del Liceo Victor Berard de Morez.

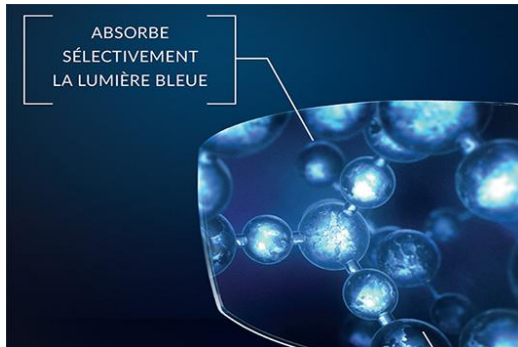
CITA EN 2017

Los 6, 7, 8 y 9 de octubre de 2017, el próximo SILMO festejará sus 50 años bajo el signo de la renovación, reforzando su atractivo para acoger lo mejor de las tendencias e innovaciones, las mejores marcas y las mejores empresas del sector.

COMUNICADO BALANCE 2016

¡INNOVACIÓN, CREATIVIDAD, ESTÉTICA, RECOMPENSADOS EN LOS SILMO D'OR!

La 23 ceremonia de los Silmo d'Or, organizada en el marco de Silmo puso en el lugar de honor a toda una profesión. Fabricantes o ópticos, los premiados supieron dar prueba de creatividad y de inventiva; todo por pasión y con el objetivo de hacer evolucionar el mundo de la óptica.



**CATEGORÍA «MATERIAL/EQUIPO»
ESSILOR AVEC « EYE PROTECT SYSTEM»**



CATEGORÍA « VISIÓN »

NETLOOKS AVEC « NETLOOKS 3D»

CATEGORÍA «NIÑO »

KARAVAN & CO AVEC « BILI » DE KARAVAN KIDS

CATEGORÍA «EQUIPO DE DEPORTE»

DEMETZ AVEC « LAZER-RUN »



COMUNICADO BALANCE 2016

CATEGORÍA « MONTURA ÓPTICA »

BLACK KUWAHARA AVEC « KAHN »



CATEGORÍA «GAFAS DE SOL»
PARASITE DESIGN AVEC « C25 »



CATEGORÍA « PREMIO DEL JURADO »
KUBORAUM AVEC « MASKE E3 »



CATEGORÍA «INNOVACIÓN TECNOLÓGICA»
OXIBIS GROUP AVEC « 77H » D'EXALTO



VISIOLE AVEC « GO VISION »
CATEGORÍA « BAJA VISIÓN VISIÓN » CATEGORÍA



«BAJA VISIÓN »
ESSILOR AVEC « MYEYE »

COMUNICADO BALANCE 2016

**CATEGORÍA « BAJA VISIÓN »
VISIOLE CON « GO VISION »**



**NOVEDAD – PREMIO PREMIERE CLASSE
CATEGORÍA « PREMIERE CLASSE »
PRIDE EYEWEAR AVEC « 305 BL »**

En respuesta a la colaboración con Première Classe, un premio a la moda ha sido entregado por primera vez esta edición.



COMUNICADO BALANCE 2016

Presidente del jurado de los SILMO D'OR 2016, el diseñador belga Alain Gilles

ha seguido una trayectoria profesional atípica: cuando finalizó sus estudios en Ciencias Políticas y Dirección de Marketing, trabajó en el mundo de las finanzas en JP Morgan; después de cinco años sin sentirse realizado, decide cambiar de sector y seguir su pasión por el diseño industrial, la estética y la creación.

Alain GILLES retoma los estudios en el Instituto Superior de Diseño de Valenciennes y realiza las prácticas en la empresa de su compatriota Xavier Lust antes de ser contratado por Arne Quinze.

Con estas dos experiencias constructivas, Alain GILLES abre su propio estudio en 2007 « con el fin de perseguir sus propios sueños y de desarrollar su enfoque personal en la concepción de productos, mobiliario, y también en el ámbito de la dirección artística y arquitectura interior». Con un punto de vista auténtico e íntegro fue premiado en 2012 como “diseñador del año” por la Biennale Intérieur, feria internacional de diseño de Courtrai.

Alain GILLES multiplica sus premios y colabora para numerosas empresas internacionales, en Francia (Qui est Paul, Galería Gosserez Paris, La Chance), en Bélgica (Design is Wolf, Buzziespace), en Italia (Varaschin, Casamania, Bonaldo), etc.

Este año, Alain GILLES ha creado una obra de arte para el Fondo Erasme – Mirror Mirror – que será vendida en subasta para financiar la investigación médica. “El concepto parte de una mirada y de una reflexión sobre nuestra sociedad. La idea de buscarse a uno mismo, de infatigable búsqueda del yo que uno encuentra en nuestra sociedad actual obnubilada por el aspecto y la imagen que la persona envía de sí misma, a través, entre otras, de las nuevas tecnologías y redes sociales como Facebook e Instagram.” Un guiño al sector óptico y de gafas de sol que debe apreciar la mirada generosa de un gran creador.

* In Focus Magazine.



VISITANTES SILMO 2016

33.771 visitantes de 122 países -1.3% (2015: 34.250)
57% internacionales – 43% Franceses

FRANCIA 14.885 visitantes: -0.1% (2015: 14.867)

INTERNACIONAL 18.886 visitantes: -2.6% (2015: 19.383)

EUROPA 12.084 visitantes: -4.7%
(2015: 12.678)

Los principales:

Italia: 1.505

Bélgica: 1.450

España: 1.087

Alemania: 1.042

Países Bajos: 1.000

Reino Unido: 946

Grecia: 587

Rusia: 490

Turquía: 414

ORIENTE MEDIO: 1.090 visitantes: +4.2%
(2015: 1.046)

Los principales:

Israel: 413

Líbano: 197

Irán: 168

E.A.U: 142

Arabia Saudita : 67

AUSTRALASIA: 275 visitantes: +6.2%
(2015: 259)

Los principales:

Australia: 242 / Nueva Zelanda: 33

ASIA 2.172 visitantes: -3.9%
(2015: 2.259)

Los principales:

Corea: 406

Japón: 326

Hong Kong: 319

China: 299

India: 254

Taiwán: 226

ÁFRICA 1.899 visitantes: +4.3%
(2015: 1.821)

Los principales

Argelia: 460

Marruecos: 421

Túnez: 378

AMÉRICA: 1.366 visitantes: +3.5 %
(2015: 1.320)

Los principales:

Estados Unidos: 492

Canadá: 321

Brasil: 236

Argentina: 108

Colombia: 63