

SILMO

Paris

LE MONDIAL DE L'OPTIQUE

EL SILMO PARÍS SE REINVENTA

Silmo emplaza su sesión 2015 bajo el signo de la renovación. Para su próxima edición, que se celebrará **del 25 al 28 de septiembre de 2015** en el parque de exposiciones de Paris Nord Villepinte, el Mundial de la Óptica adopta un punto de vista más comercial.

Organizado alrededor de cuatro universos, también re orchestra su comunicación lanzando una campaña impactante.

MÁS QUE UN SALÓN, UN VERDADERO BUQUE INSIGNIA

Para cubrir mejor las necesidades de expositores y visitantes, pero también para afirmar mejor su estatus de líder, Silmo cambia de piel. Más que un salón, se presenta en lo sucesivo como **el « flagship store » más grande del mundo dedicado a la visión**. Bajo el mismo techo, reúne la oferta más completa de la óptica y se confirma como un verdadero motor de negocios para todos sus participantes.

Cuando van a Silmo Paris, los visitantes procuran vivir nuevas experiencias susceptibles de hacerles más competentes en sus negocios. Quieren descubrir tecnologías e innovaciones en primicia, creaciones inéditas, moda. Buscan informarse y formarse sobre los productos y las nuevas tendencias. Vienen para encontrar a sus proveedores habituales y otros nuevos. También procuran encontrar a sus colegas de profesión.

SILMO

MODE

SILMO

SANTÉ

SILMO

INNOVATION

SILMO

FORMATION

Seguro de todas estas previsiones, el Silmo ha repensado la conducta "shopper" de los visitantes alrededor de los cuatro universos que le caracterizan :

Silmo Mode pone en escena las últimas colecciones de los ópticos, las monturas de estilos más eclécticos, las selecciones deporte y lujo, así como los foros de tendencias.

Silmo Santé reagrupa los cristales, las técnicas de baja visión o la contactología.

Silmo Innovation reúne tanto el Lab Fab, laboratorio de las últimas innovaciones tecnológicas, como los especialistas del material óptico, los del equipamiento del punto de venta o de la óptica conectada.

Silmo Formation presenta Silmo Academy, su coloquio, los talleres técnicos y workshop.

Conjugando exhaustividad y selectividad, este nuevo enfoque provee a los participantes de servicios a medida y de medios concretos para desarrollar sus negocios: soluciones creativas para ser más competentes a diario, y un abanico impresionante de las últimas tendencias que permiten inspirar para crear nuevas oportunidades de negocio.

El Silmo es un salón «a la francesa», con ese pequeño algo más que lo distingue de otras numerosas manifestaciones. Es un lugar de trabajo y de toma de pedidos, pero es también una cita amistosa que favorece los encuentros entre profesionales, los momentos de descanso que permiten intercambiar mejor.

LA COMUNICACIÓN TIENE VARIOS ASES EN SU MANGA

Esta sesión 2015 marca una ruptura. Es la primera vez que una feria profesional se sitúa como un «flagship store» y se afirma como el escaparate más completo de todo un sector.



El Silmo Paris cambia y lo hace saber. Acompañando por la Agencia Carlin Communication, el salón se inspira también en códigos del retail para la comunicación de su edición 2015, con una decisión resueltamente de alta gama que no vacila en apartar los discursos tradicionales de las manifestaciones profesionales.

Ya que la bolsa de compra es el elemento icónico de un «flagship store», el Silmo Paris lo tiene en cuenta para convertirlo en el emblema de su renovación. Una bolsa que lo magnifica engalanándolo de un color amarillo brillante cuyo impacto visual no tiene igual en cuanto a la estética.

Jugando a fondo con el contraste, los visuales ponen en escena a personajes en blanco y negro que tienen entre sus manos la bolsa Silmo. El trabajo en bicromía permite crear un choque visual que atrae instantáneamente al ojo. Una atmósfera que mezcla moda, elegancia y negocios. El nuevo Silmo revela toda su personalidad en esta campaña: visibilidad y distinción.

El branding de marca (el logotipo y la arquitectura de marca) también se ha renovado. La identidad visual se vuelve más depurada, lo que sublima el lado chic.

¡ Gracias a estas nuevas herramientas de comunicación, el evento faro del mundo de la óptica piensa crear más impacto, ganar en visibilidad y atraer a nuevos visitantes para el beneficio de todos !

EL SILMO PARIS SE REINVENTA. EL SILMO PARIS REINVENTA LOS NEGOCIOS.

LAS CIFRAS CLAVE DEL SILMO 2014

950
EXPOSITORES.

33,301 VISITANTES
55% DE ELLOS INTERNACIONALES
PROCEDENTES DE 40 PAÍSES.

14,819 VISITANTES FRANCESES
10.142 DE LA UNIÓN EUROPEA,
8.340 VISITANTES DEL RESTO DEL MUNDO.

70% DE LOS VISITANTES
SON RESPONSABLES EN LA TOMA DE DECISIONES.