

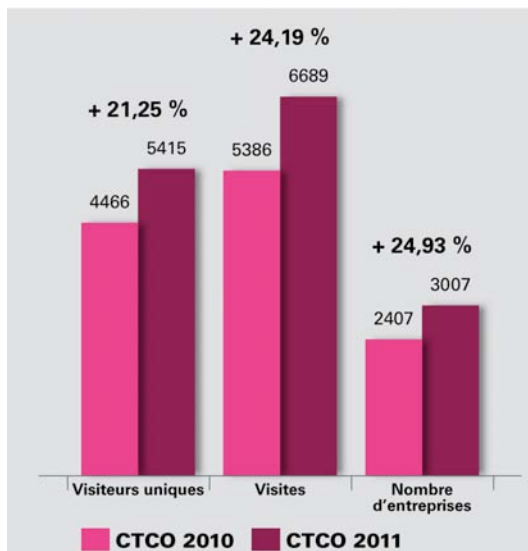
## Communiqué de presse

A Lyon, le 15 juin 2011

**Contact presse :**  
Margot ABOU  
margot@656editions.net

## Salon CTCO : cap sur 2012 pour battre de nouveaux records !

Du 1<sup>er</sup> au 3 février 2011, le salon CTCO a réuni à Lyon, l'ensemble des acteurs européens du marché des produits promotionnels et des techniques de personnalisation. L'événement, qui signait là sa quatrième édition, a enregistré une belle progression : **6 689 visites** (+ 24,21 % par rapport à 2010), pour **5 415 visiteurs uniques** (+ 21,27 %). Ces chiffres témoignent du dynamisme retrouvé du marché, mais confirment aussi la pertinence du « modèle CTCO ». Son positionnement, sur deux segments complémentaires, est unique en Europe : l'objet et le textile publicitaires d'une part, le secteur des techniques de personnalisation d'autre part.

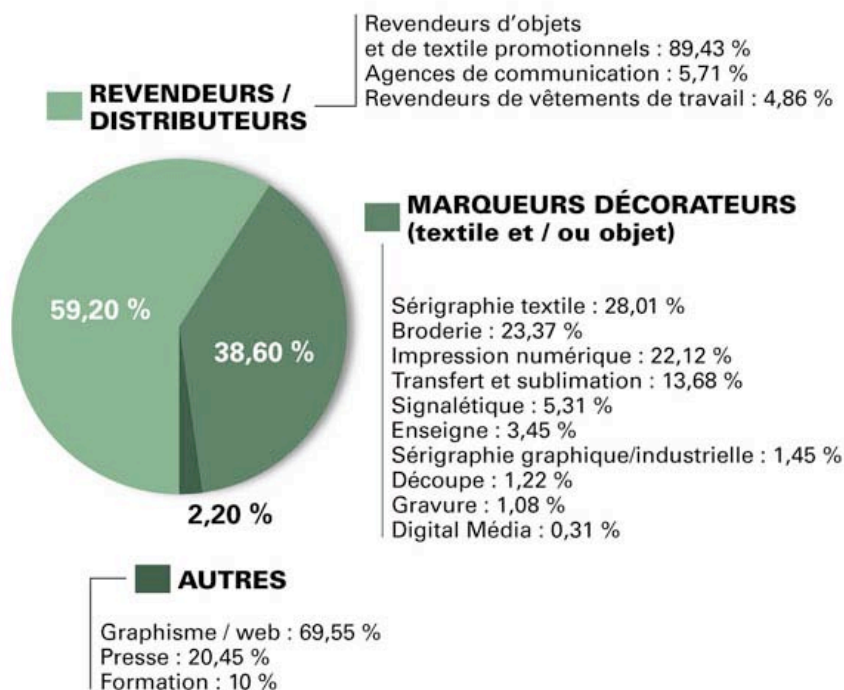


La prochaine édition de CTCO, les **7, 8 et 9 février 2012**, est déjà en pleine préparation. Si le concept, qui a fait ses preuves, demeure inchangé, quelques évolutions sont attendues, pour accompagner le succès grandissant des salons. À commencer par la surface d'exposition : elle va passer de 16 500 à 20 000 m<sup>2</sup> environ, soit une augmentation de plus de 20 %.

Les organisateurs de CTCO l'ont bien compris : c'est en début d'année que les partenariats se mettent en place et, dans la relation client-fournisseur, rien ne remplace le contact physique. Côté exposants, ils devraient donc être près de 250 à répondre à l'appel en 2012 (contre 219 en 2011) : fabricants et importateurs d'objets et de textile promotionnels, ainsi que fournisseurs de matériels et consommables de marquage.

L'événement CTCO doit aussi une grande partie de son succès à son contenu et celui-ci sera encore renforcé en 2012. Au programme, sous la bannière « CTCO Print » : encore plus d'ateliers et de démonstrations techniques, qui donneront à voir, en « live », les nouveaux procédés de personnalisation et leurs débouchés. Sur des sujets touchant plutôt à la profession de revendeur d'objets et de textile promotionnels, CTCO proposera également un programme de workshops et conférences (développement durable, e-business, législation...). Le contenu détaillé de ces différentes animations vous sera dévoilé au fil des prochains mois. Pour vous tenir informés, rendez-vous régulièrement sur **www.salon-ctco.com**.

## Répartition des visiteurs par activité principale :



## CTCO vu par...



### Guillaume Abou, organisateur du salon

« L'édition 2011 de CTCO a été la confirmation du modèle que nous avons mis en place. Une segmentation claire des secteurs d'activité et un contenu riche qui fait la part belle aux applications concrètes des techniques de personnalisation : c'est ça, l'esprit de CTCO ! »



### Alain Milgrom, SOL'S

« C'est une excellente initiative que d'avoir initié un salon en France au début de la saison où se côtoient le textile et l'objet. Cela permet de renforcer l'intérêt de nos clients revendeurs, de créer un trafic important et pose donc le salon dans la durée. »



### Maurice Pérennes, Senator

« Nous avons été séduits par le concept dès l'origine et nous avons sans hésité renouvelé notre confiance, car ce salon est devenu incontournable pour les distributeurs français. »



### Philippe Bocchi, Inspirion

« Avoir un salon objet qui associe également textile et marquage, cela apporte une vraie dynamique et cela valorise la profession. »



### Denis Uzan, Must Technologie (distributeur Kornit)

« Sur CTCO, on rencontre des visiteurs très intéressants et très intéressés par les nouvelles technologies, chez qui on peut remarquer, de plus en plus, un mouvement vers le numérique ».