



- ↳ **Textile promotionnel**
- ↳ **Objet publicitaire**
- ↳ **Techniques de personnalisation**

BILAN DU SALON 2011

SOMMAIRE

- page 3. **Un nouveau record**
- page 4. **Statistiques globales visiteurs**
- page 5. **Répartition géographique des visiteurs**
- page 6. **Répartition par activité**
- page 7. **Volume d'achats annuel textile et objets publicitaires**
- page 8. **Les sujets qui intéressent les visiteurs**
- page 9. **Prévisions d'investissement dans une solution de marquage**
- page 9. **La valeur ajoutée de CTCO**
- page 10. **Programme Premium : un succès renouvelé en 2011**
- page 11. **Animations, workshops et conférences**
- page 12. **Marketing et communication visiteurs**
- pages 13-14. **Les exposants**
- page 15. **Liste complète des exposants**
- page 16. **L'édition 2012**



LE LABEL DES TECHNIQUES
DE PERSONNALISATION
ET D'IMPRESSION
TOUS SUPPORTS

UN NOUVEAU RECORD

Du 1^{er} au 3 février dernier, l'ensemble des acteurs européens du marché promotionnel et des techniques de personnalisation ont exposé à Lyon. L'événement, qui signait là sa quatrième édition, a battu de nouveaux records de fréquentation : 6 689 visites (+ 24,19 % par rapport à 2010), pour 5 415 visiteurs uniques (+ 21,25 %). Les chiffres-clés de la dernière édition du salon CTCO parlent d'eux-mêmes : ce double événement a encore enregistré une belle progression, qui témoigne du dynamisme retrouvé du marché.

L'ORGANISATEUR : 656Editions

Organisateur des salons CTCO, la société 656 Éditions a été créée à Lyon en 2001. À l'origine exclusivement éditeur de revues professionnelles, dans le domaine des produits promotionnels et des techniques de marquage (avec les titres *MarquageTextile* et *Prom'Objet*, puis *C!mag* en 2010), 656 Éditions s'est lancée en 2008 dans l'organisation de salon avec la création de « CommuniquezTextile ! ».

Rejoint par « Communiquez Objet ! » 2 ans plus tard, cet événement, aujourd'hui connu sous la marque « CTCO », est le seul salon européen consacré au textile promotionnel, à l'objet publicitaire, ainsi qu'aux techniques de personnalisation et d'impression tous supports.



PROFIL DES VISITEURS :

Ⓞ **REVENDEURS/ DISTRIBUTEURS D'OBJETS ET DE TEXTILE PUBLICITAIRES**, dont près de 250 sociétés Premium, soit les plus gros acheteurs du marché.

Ⓞ **MARQUEURS ET DÉCORATEURS** sur tous supports (objet et textile)

Ils nous ont fait confiance !

Sponsors des animations « live » et des workshops

Roland® **CYBERNECARD**

kornit **MUST** **Alexandre Frezal Numérique**

fotolia **GRAVOGRAPH** **GAMAX**

Sponsors « corporate »

BORACAY **russell europe** **Delta** **senator**

Partenaires presse et web

mag! **TOP!** **iTOP!** **Blog-Objets-Publicitaires**
www.blog-objets-publicitaires.fr
 WA WERBEARTIKEL **Sourcing** **european Tool** **eppi**

Partenaires institutionnels

FESPA **gpsi** **2FPCO** **ONLY LYON**

Partenaires logistiques

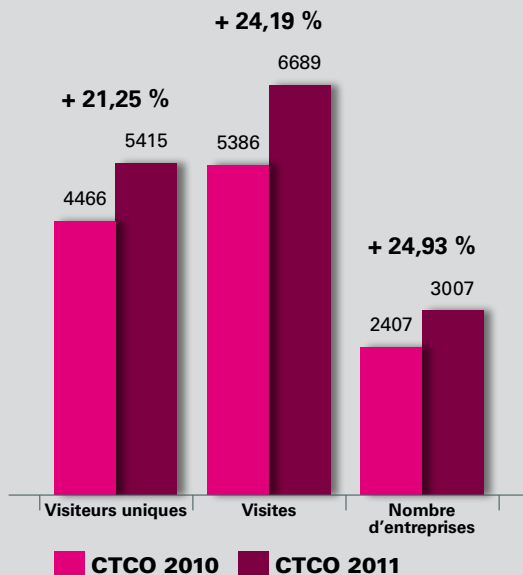
D-FACTO **MOBILBOARD** **TNT**



STATISTIQUES GLOBALES VISITEURS*

TOTAL VISITORAT

*chiffres validés par l'organisme de certification Expocert



+ 24,19 %

C'est l'augmentation du nombre de visites en 2011. Une fois de plus, CTCO connaît une augmentation substantielle du nombre de visiteurs uniques et de revisites.

Visiteurs uniques : nombre de visiteurs différents (n'intégrant pas ceux revenus plusieurs jours)

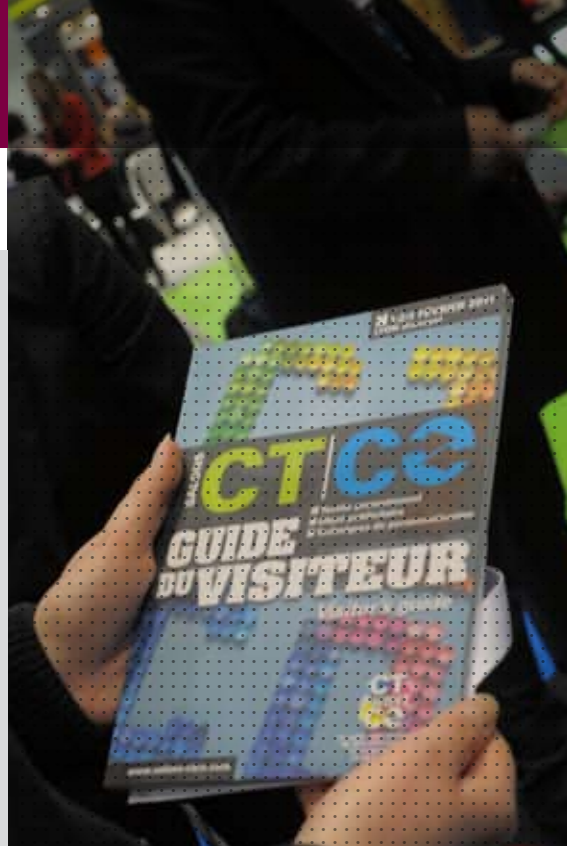
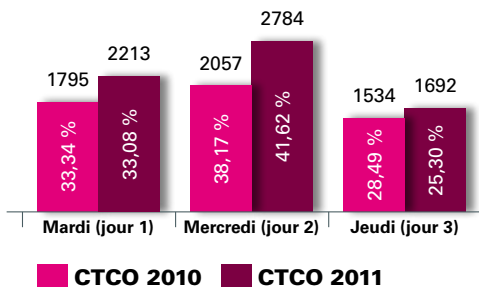
Visites : nombre d'entrées pendant les 3 jours du salon

Entreprises représentées : nombre d'entreprises différentes dont au moins un membre s'est rendu aux salons

+ 23,53 %

Pas moins de 1 274 personnes ont visité les salons sur au moins 2 jours, soit un taux de revisite de 23,53 %. Ceci confirme l'esprit de CTCO : prendre le temps de rencontrer ses fournisseurs, s'informer sur son métier grâce aux workshops et aux conférences, prendre des décisions et investir.

Répartition des visiteurs sur les 3 jours



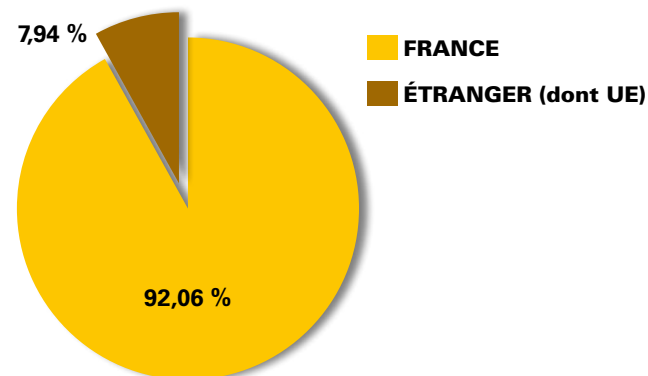
RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES VISITEURS



FRANCE : PAR RÉGION

Ile de France	24,88 %
Rhône-Alpes (hors Grand Lyon)	13,77 %
Grand Lyon	11,19 %
PACA	8,60 %
Languedoc-Roussillon	4,49 %
Pays de Loire	3,70 %
Midi-Pyrénées	3,49 %
Aquitaine	3,24 %
Nord	3,03 %
Auvergne	2,89 %
Franche-Comté	2,24 %
Centre	2,23 %
Bourgogne	2,09 %
Lorraine	2,09 %
Alsace	2,07 %
Bretagne	1,86 %
Champagne	1,81 %
Basse-Normandie	1,30 %
Haute-Normandie	1,08 %
Limousin	1,01 %
Picardie	0,98 %
Poitou-Charentes	0,92 %
Dom-Tom	0,91 %
Corse	0,13 %

RÉPARTITION FRANCE/ÉTRANGER



VISITORAT FRANCOPHONE

La proportion de visiteurs étrangers est similaire à CTCO 2010 (8 %). Parmi les étrangers, **76,57 % sont francophones, essentiellement belges et suisses.**

Une répartition géographique des visiteurs qui correspond à la réalité du marché :

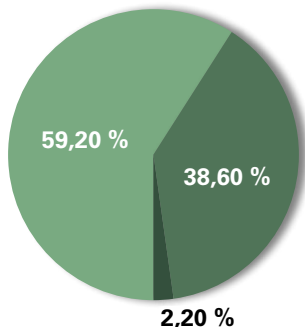
- ☉ Une proportion de visiteurs venus d'Ile de France qui continue d'augmenter.
- ☉ La répartition nationale du visitorat, fortement ressentie en 2010, se confirme encore cette année.

RÉPARTITION PAR ACTIVITÉ

PAR ACTIVITÉ PRINCIPALE

REVENDEURS / DISTRIBUTEURS

Revendeurs d'objets
et de textile promotionnels : 89,43 %
Agences de communication : 5,71 %
Revendeurs de vêtements de travail : 4,86 %



MARQUEURS DÉCORATEURS (textile et / ou objet)

Sérigraphie textile : 28,01 %
Broderie : 23,37 %
Impression numérique : 22,12 %
Transfert et sublimation : 13,68 %
Signalétique : 5,31 %
Enseigne : 3,45 %
Sérigraphie graphique/industrielle : 1,45 %
Découpe : 1,22 %
Gravure : 1,08 %
Digital Média : 0,31 %

AUTRES

Graphisme / web : 69,55 %
Presse : 20,45 %
Formation : 10 %

88,53 %

Parmi les revendeurs d'objets publicitaires,
88,53 % ont déclaré avoir une activité secondaire.
De plus, 43,81 % sont intégrés en solutions de marquage.

35,80 %

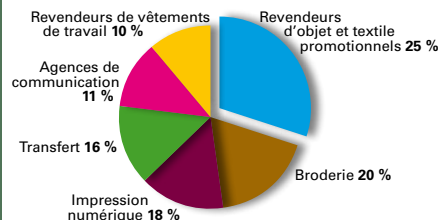
Parmi les visiteurs marqueurs/décorateurs,
plus d'un tiers (35,80 %) fait appel aux technologies
les plus récentes avec : 22,12 % pour l'impression numérique
et 13,68 % pour le transfert et la sublimation.

DÉTAIL DES ACTIVITÉS

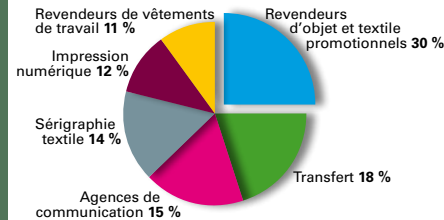
		CTCO 2010	CTCO 2011
Distributeurs / revendeurs	Revendeurs d'objets et de textile promotionnels	52,89 %	52,94 %
	Agence de communication	2,96 %	3,38 %
	Revendeurs de vêtements de travail	3,05 %	2,88 %
Marqueurs / décorateurs	Sérigraphie textile	11,78 %	10,81 %
	Broderie	9,55 %	9,02 %
	Impression numérique	6,49 %	8,54 %
	Transfert et sublimation	6,77 %	5,28 %
	Signalétique	1,87 %	2,05 %
	Enseigne	1,12 %	1,33 %
	Sérigraphie graphique/industrielle	0,08 %	0,56 %
	Découpe	0,51 %	0,47 %
	Gravure	0,57 %	0,42 %
Autres	Digital Média	0,07 %	0,12 %
	Graphisme / web	1,61 %	1,53 %
	Presse	0,38 %	0,45 %
	Formation	0,30 %	0,22 %

DÉTAIL DES ACTIVITÉS SECONDAIRES

SÉRIGRAPHES



BRODEURS



LES MARQUEURS : ÉGALEMENT REVENDEURS

Sur les 1 975 visiteurs qui ont déclaré avoir une activité principale de marqueur (toutes techniques confondues), 10,78 % ont déclaré faire également du négoce d'objets et de textile publicitaires. Parmi ces marqueurs, ce taux est bien plus élevé pour les sérigraphes et les brodeurs ayant une activité secondaire avec respectivement 25 % et 30 %.

VOLUME D'ACHATS ANNUEL TEXTILE ET OBJETS PUBLICITAIRES

	Volume d'achats textile et objets (revendeurs)
Moins de 100 k€	38,26 %
100 - 200 k€	18,22 %
200 - 500 k€	16,47 %
500 k€ - 1 M€	12,35 %
1 M€ et plus	14,70 %

Répartition objet / textile chez les revendeurs	
0 % Objet - 100 % Textile	6,69 %
25 % Objet - 75 % Textile	22,91 %
50 % Objet - 50 % Textile	31,20 %
75 % Objet - 25 % Textile	32,72 %
100 % Objet - 0 % Textile	6,48 %

86,82 % des revendeurs exercent leur activité autour du textile et de l'objet publicitaires simultanément.

43,52 % des revendeurs ont des volumes d'achats annuels supérieurs à 200 k€.

40 % textile / 60 % objet

Seulement 13,17 % des revendeurs sont spécialisés exclusivement dans le textile ou dans l'objet publicitaire. Les autres (86,82 %) proposent les 2, dans une répartition textile/objet respectivement de 40 % et de 60 %.

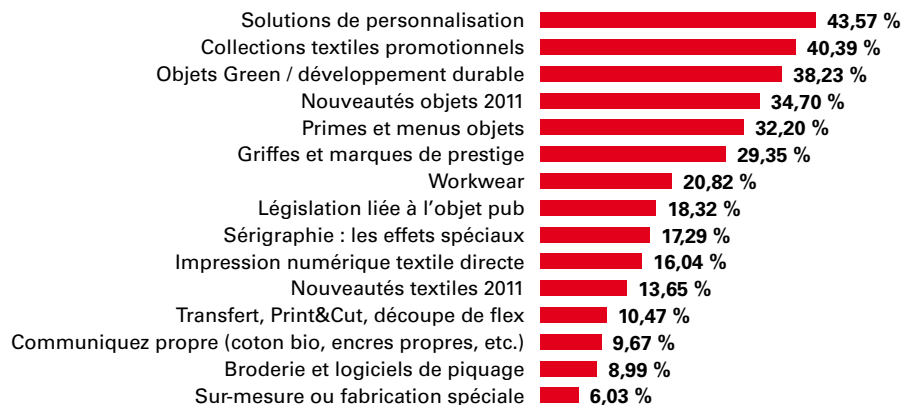


LES SUJETS QUI INTÉRESSENT LES VISITEURS

CENTRES D'INTÉRÊT DES REVENDEURS/DISTRIBUTEURS UNIQUEMENT :



CENTRES D'INTÉRÊT DES MARQUEURS UNIQUEMENT :



41,12 % des visiteurs « revendeurs » sont intéressés par les solutions de personnalisation.

43,08 % des visiteurs (revendeurs comme marqueurs) déclarent vouloir investir dans une solution de marquage en 2011.

Nouvelles techniques

Côté marqueurs, plus d'un quart (26,51 %) déclarent être intéressés par les nouvelles techniques d'impression comme le transfert, la sublimation, la technologie numérique...

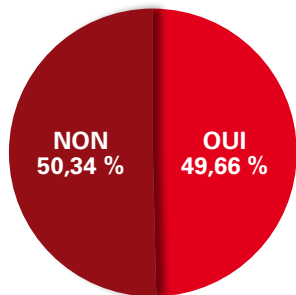
Techniques traditionnelles

Les techniques comme la broderie ou la sérigraphie obtiennent une proportion équivalente (26,28 %) aux nouvelles techniques.

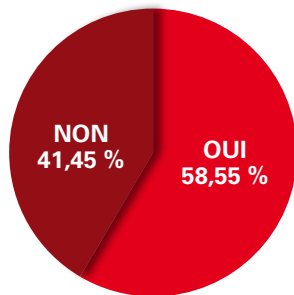
PRÉVISIONS D'INVESTISSEMENT DANS UNE SOLUTION DE MARQUAGE

PRÉVOYEZ-VOUS D'INVESTIR EN 2011 DANS UNE SOLUTION DE MARQUAGE ?

REVENDEURS/DISTRIBUTEURS :



MARQUEURS :



SI OUI, DANS QUEL(S) TYPE(S) DE TECHNIQUES ?

	Sérigraphie	Transfert	Numérique	Broderie
Revendeurs / distributeurs	27,20 %	28,35 %	56,70 %	27,97 %
Marqueurs	13,79 %	29,31 %	65,52 %	29,31 %

Les besoins des « revendeurs » évoluent

Les nouvelles techniques de personnalisation (transfert, numérique) sont de plus en plus attractives. Les besoins des revendeurs/distributeurs évoluent dans cette direction, comme en témoignent les 28,35 % et 56,70 % d'entre eux qui pensent respectivement intégrer une solution de transfert et/ou une solution d'impression numérique.

Le numérique

Sans pour autant délaisser les techniques traditionnelles, deux tiers des marqueurs (65,52 %) déclarent vouloir investir dans une solution de personnalisation numérique au cours de l'année 2011.

LA VALEUR AJOUTÉE DE CTICE

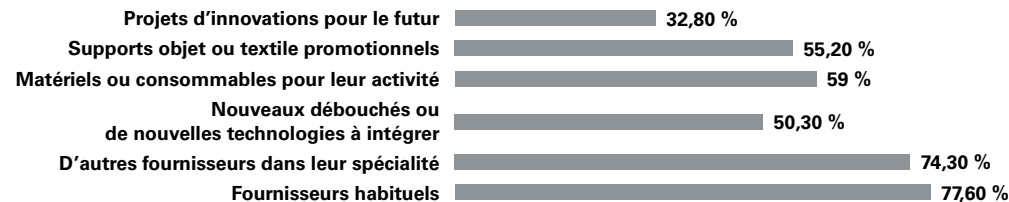
Pour les visiteurs, CTCO est non seulement un lieu de rencontre avec leurs fournisseurs (actuels et nouveaux), mais aussi un « carrefour » où doivent émerger de nouveaux projets et de nouvelles applications.

CE QUE LES VISITEURS REVENDEURS/DISTRIBUTEURS ONT TROUVÉ :



72,30 % des revendeurs/distributeurs ont rencontré de nouveaux fournisseurs pendant les 3 jours des salons.

CE QUE LES VISITEURS MARQUEURS ONT TROUVÉ :



1 SUR 2 : CTCO permet à 50,30 % des marqueurs une ouverture sur de nouveaux débouchés et/ou une nouvelle technologie.

PROGRAMME PREMIUM : UN SUCCES RENOUVELE EN 2011



Le programme Premium est un service d'assistance et d'accompagnement privilégié, spécialement dédié aux plus importants distribu-

teurs/revendeurs d'objets et de textile promotionnels du marché. L'objectif de ce programme est de garantir la présence sur nos salons des principaux acheteurs du marché de l'objet et du textile promotionnels.

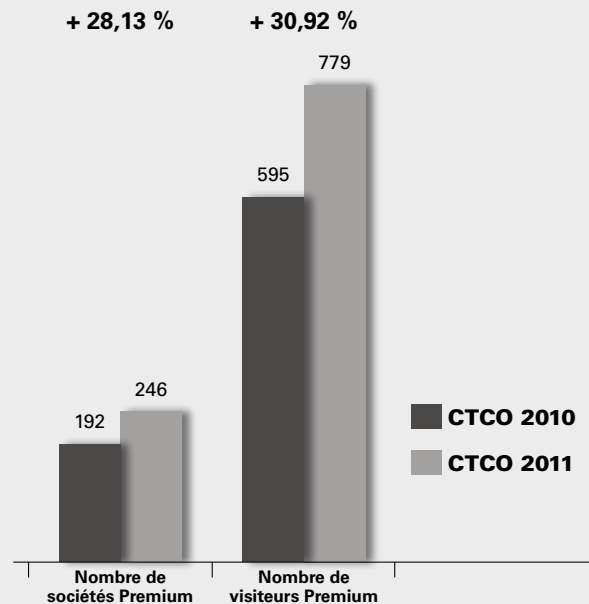
Ce service personnalisé offre de nombreux avantages aux visiteurs Premium (badge Premium envoyé par courrier, aide à l'organisation, gratuité du vestiaire et du parking, accueil réservé Premium, etc.).

Il a connu un fort succès en 2010 et sa reconduction en 2011 a été renforcée grâce à un capital confiance et sympathie qui est aussi l'empreinte de CTCCO.

Les visiteurs Premium ont confirmé leur statut d'acteurs principaux du marché par une forte participation, mais surtout par la durée de leur visite. 55 % d'entre eux sont venus deux jours sur les trois jours du salon.

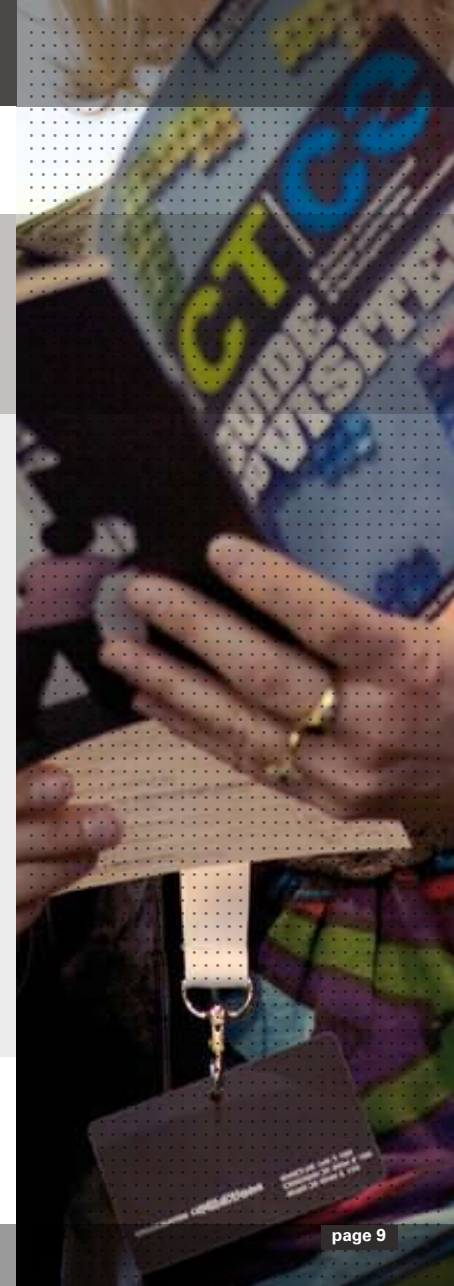
Le programme Premium remplit donc efficacement son rôle de fidélisation et a permis de confirmer cette année un lien de « confiance / reconnaissance » entre nos salons et les acteurs incontournables du marché.

55 %
des visiteurs Premium sont
venus sur au moins 2 jours.



En 2011 :

246 sociétés Premium ont visité CTCCO soit 779 visiteurs (et 1 106 visites), soit un bond de plus de 30 % par rapport à 2010.



ANIMATIONS, WORKSHOPS ET CONFÉRENCES

Montrer à ses visiteurs des applications et des technologies est la vocation de CTCO. Ne pas se contenter d'attirer des exposants, mais susciter des mises en application « métier » à travers des espaces de démonstrations « live » pendant les 3 jours, en partenariat avec les exposants et partenaires.



Des conférences et workshops animés par des experts métiers

CTCO 2011, c'était aussi un riche programme de workshops, de conférences et d'ateliers permanents. Les organisateurs ont noué des partenariats, notamment avec

la 2FPCO, qui est en France la fédération qui réunit les professionnels de la communication par l'objet, pour proposer un contenu encore plus complet et proche des problématiques quotidiennes des distributeurs. La table ronde « Les nouveaux horizons de l'objet et du textile promotionnels » a vu intervenir une pléthore d'intervenants spécialisés. CTCO a également accueilli FESPA, dont le directeur général, Frazer Chesterman, et la responsable marketing, Lynda Sutton, ont animé une conférence passionnante : « Innover en 45 minutes ! ». Ces deux temps forts ont été suivis par un public nombreux, désireux de faire évoluer son activité vers les « business models » de demain...



**1 200
coques
d'iPhone**
personnalisées grâce
à la sublimation 3D
en partenariat avec
Alexandre Frézal
Numérique sur
l'Atelier Objet



Goodies d'Or / Forum Nouveautés

Une exposition réunissant cette année plus de 200 nouveautés grâce à la participation d'une centaine d'exposants. Un grand succès : pendant les 3 jours du salon, plus de 300 visiteurs ont pris le temps de voter pour élire leurs produits préférés. Retrouvez les gagnants des Goodies d'Or 2011 sur www.salons-ctco.com



MARKETING ET COMMUNICATION VISITEURS

En amont du salon CTCO, 656 Editions déroule un plan de communication multisupport percutant, afin de s'assurer d'un fort taux de préenregistrements et, au final, d'un visitorat renforcé d'année en année.

SITE WEB CTCO

Il est la principale source d'informations avant les salons : module de préenregistrement pour les visiteurs, liste des exposants, planning des animations, actualités, témoignages d'exposants, partenaires etc.



870 liens

C'est le nombre de liens différents qui redirigent vers le site www.salons-ctco.com.

10 571

C'est le nombre de visiteurs différents durant le mois de janvier 2011, qui précède CTCO.

Trafic et pages visitées*	
nombre de visites	53 393
visiteurs uniques différents / mois	2 677
pages vues	272 355
pages vues par visiteur	5,1
visites max sur 1 jour	1378

*période de février 2010 à janvier 2011

PARUTIONS DANS LA PRESSE SPÉCIALISÉE



C!mag, TOP! (Italie) et jTOP! (Espagne)

Les magazines français, italien et espagnol du textile promotionnel, de l'objet publicitaire et des techniques de personnalisation :

- ⊙ Plus de 35 insertions publicitaires et rédactionnelles
- ⊙ Un numéro de C!mag en début d'année entièrement dédié à CTCO 2011
- ⊙ Un hors-série « spécial CTCO » édité à 10 000 exemplaires

European Sourcing Mag, WA Nachrichten et eppi

- ⊙ 10 insertions dans ces trois magazines référents sur le marché promotionnel en Europe



20 000 INVITATIONS



- ⊙ 15 000 invitations ont été envoyées aux exposants pour être expédiées ou données à leurs clients
- ⊙ 5 000 ont été routées directement sur des adresses postales ciblées

Billet SNCF -20 %

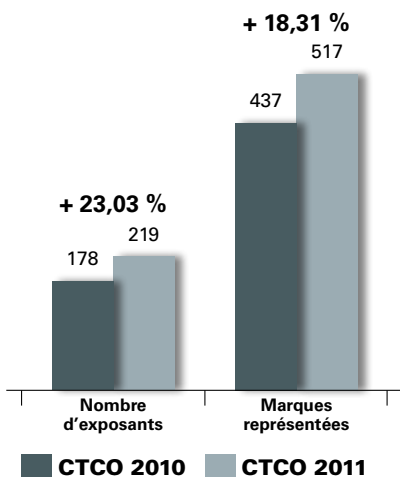
2 500 fichets de réduction SNCF (-20 % sur le trajet AR) ont été envoyés individuellement aux visiteurs des salons qui en ont fait la demande.



CAMPAGNES E-MAILINGS

- ⊙ 25 opérations de conquête envoyées sur des bases extrêmement ciblées (jusqu'à 12 000 destinataires simultanément)
- ⊙ 11 opérations de fidélisation (pour les visiteurs déjà préenregistrés)
- ⊙ 18 campagnes personnalisées créées par 656 Editions pour le compte des exposants et envoyées sur leurs bases de contacts

LES EXPOSANTS



PAROLES D'EXPOSANTS

Au-delà des chiffres et des statistiques, les témoignages des exposants, au regard de leur expérience, restent encore le meilleur baromètre pour mesurer la qualité et succès de l'événement CTCO :

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. »

SOL'S - Alain Milgrom, PDG

Roland « Roland est ravi de participer pour la 4^e fois à CTCO. Ce salon continue de monter en puissance et ce n'est pas fini avec l'importance grandissante du « soft signage » : la communication visuelle va de plus en plus avoir recours au textile et c'est là que devrait se situer l'avenir de CTCO Print. »

Roland DG Mid Europe - Mario Picchio, CEO

Alexandre Frezal Numérique « C'est une excellente idée d'avoir organisé en parallèle ces deux salons, l'un consacré à l'objet publicitaire, l'autre au textile promotionnel et ce d'autant que, spécialisés en marquage, nous pouvons nouer des contacts intéressants avec les visiteurs de CO comme ceux de CT. De plus, l'édition 2011 de CTCO s'annonce à mon avis comme le point de départ véritable de la reprise économique. »

Alexandre Frezal Numérique - Eric Merleau, gérant

senator « Ce nouveau rendez-vous de Lyon est vraiment une bonne idée, arrivée au bon moment. Nous avons été séduits par le concept dès l'origine, et

nous avons sans hésiter renouvelé notre confiance, car ce salon est devenu incontournable pour les distributeurs français. »

Senator - Maurice Pérennes, directeur général France



« Nous croyons au concept des salons « Communiquez Textile ! » et « Communiquez objet ! », car nous sommes convaincus que participer à cet événement est indispensable pour notre développement en France et dans les pays frontaliers. »

Hanes - Pieter Coelewijn, directeur commercial et marketing

« CTCO offre une excellente complémentarité, représentative de notre activité et qui nous permet, en tant qu'exposant, de recevoir plus de visiteurs offrant des profils très divers. Avoir un salon objet qui associe également textile et marquage, cela apporte une vraie dynamique et cela valorise la profession. »

bewear Inspiration - Philippe Bocchi, codirecteur France

« Franchement, nous avons aimé que vous proposiez une alternative à des salons devenus trop lourds financièrement et, surtout, impersonnels. Nous avons aussi aimé que l'on décentralise et que l'on nous permette de mieux aller à la rencontre de nos clients dans ce qui est la

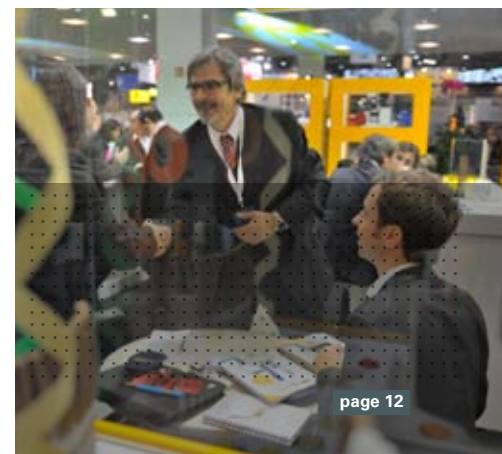
deuxième région économique de France. L'équipe CTCO est jeune, dynamique et conviviale, c'était capital dans une conjoncture plutôt brutale dans tous les sens du terme. Rien n'est inscrit dans le marbre et Boomerang a toujours voulu prendre des sentiers fleurant bon la nouveauté pour éviter la répétition. C'est ça, la Communication par l'Objet, un métier de nouveaux projets à porter pour « donner envie » d'utiliser un média extrêmement vivant : rien de mieux qu'un nouveau salon à taille humaine ! »

kornit MUST Bewear/Boomerang - Cécile Jaquet, directrice générale

« 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. »

Must Technologie / Kornit -

[Suite >](#)



LES EXPOSANTS

PAROLES D'EXPOSANTS (suite)

New Wave

« Cet événement est pour nous un rendez-vous privilégié. Nous sommes un peu les « régionaux de l'étape » puisque nos locaux sont situés à moins de 200 m d'Eurexpo ! C'est un point de rencontre pour les revendeurs qui ne nous connaissent pas (ou pas assez), afin de leur présenter nos collections et de mettre en avant nos différences qui sont autant de chances de se démarquer de la concurrence.

Nous avons une réelle stratégie tant sur le salon qu'autour de l'événement... Il n'y a pas de meilleure solution pour bien commencer l'année ! »

New Wave France - Christophe Lardy, manager

XINDAO

« Nous sommes vraiment ravis, le visitorat étant très ciblé, avec beaucoup de revendeurs d'objets publicitaires, comme nous le souhaitons. Nous avons rencontré beaucoup de visiteurs, et vu nos clients principaux. Dans l'ensemble, nous sommes très satisfaits de ce salon. »

Xindao - Julien Azoulay

sg

« C'est l'un des salons les plus sensationnels auxquels j'ai participé, [...] il y a tellement d'énergie et tellement de monde, c'est incroyable ! »

SG Clothing - Alec Worlock

Promo Tool

« Les workshops e-business traitent de différents sujets, (le référencement, les e-mailings, la création de site l'année dernière, cette année le CRM et les outils de gestion commerciale), et dans le cadre de ce salon qui réunit tous les professionnels de l'objet, du textile, de la personnalisation et des solutions Internet, c'est important de rassembler tous ces sujets pour apporter aux visiteurs le maximum d'informations. »

PromoTool - Guillaume Andrieu, fondateur et directeur



Le mot de l'organisateur :

« En 2011, les salons CTCO ont confirmé leur positionnement original : sur l'objet et le textile publicitaires

d'une part et toutes les techniques de personnalisation d'autre part. Le visitorat en forte augmentation traduit la satisfaction du marché quant à ce concept, mais aussi au niveau du contenu mis en place, avec un riche programme de workshops et de conférences. Néanmoins, nos salons vont continuer d'évoluer en s'ouvrant encore un peu plus au secteur de la communication visuelle, dont quelques leaders étaient déjà présents cette année parmi nos exposants ».

656 Editions - Guillaume Abou, directeur et organisateur de CTCO

656Editions



LISTE COMPLÈTE DES EXPOSANTS

CT

AQUAFORM (Les Spécialistes)
ATLANTIS
B&C
BEARDREAM
BELLA
BIOCOTON
BOOST UP
CHERCHEUR D'ÉPONGE
COTTON MADE

CYBERNECARD
E-CUSSON.COM
EUROFASHION
FANSHIRT
FIORENZO SPORT
FRANCE CRAVATES
GILDAN - TRANSWORLD TRADERS (TWT)
HANESBRANDS
ID IDENTITY FRANCE - THE DANISH

CORNER
INCAPS DESIGN
IPEKNUR TEXTILE
JHK
JOY THAI
KARIBAN - KIMOOD
KUSTOM KIT - GAMEGEAR
LAGUIOLE TEXTILE
MAILLET VÊTEMENTS
MANTIS WORLD

MASITA
MCN MOD
MURAT TEKSTIL
NEW WAVE
PEN DUICK
PF CONCEPT (textile)
PICOS
PROMODORO
RESULT CLOTHING
ROLY

RUSSELL EUROPE
SAMARKAND (Les Spécialistes)
SG CLOTHING
SHEMSY
SHORTCUT
SOCOMAGE
SOL'S (textile)
SWITCHER
TECTEX
TEE.COM

TEXET
THE COTTON FACTORY -
TRANSWORLD TRADERS (TWT)
TS COM'PACK
TULTEX
ULTIMA DISPLAYS
WALOMO (Les Spécialistes)
WEST POLSKA
WORKTEAM

CE

ABC PLASTIC
ADDEX
ADDI SELECT (Les Spécialistes)
ADE PUBLICITÉ
AMP
AMSICO
ANDA WESTERN EUROPE
ARM
AUDEIS DESIGN
B PLUS (Les Spécialistes)
BADGE4U
BALADÉO (Les Spécialistes)
BELMAR (Les Spécialistes)
BE OX
BEWEAR
BIC GRAPHIC NORWOOD
BOISSIER CECAB (Les Spécialistes)
BORACAY

BRUNNEN
BUSINESS BALL
C&CH
CALENDRIERS ALEXANDRE
CALLI CARTES
CARPE DIEM
COMPAGNIE FRANCAISE DES
CRAYONS
CHILI CONCEPT
CHRISTIES COLLECTION
CIFRA
CLIPPER
COMPAGNIE DES BLOCS
CONCORDE & CRÉATION
COTTEL.COM
CREATED CONCEPT
CRISTALÉTIC
DAG IMPORT
DELTA
DEONET

EPHÉMÉRIDE
ERGA
FERRIOT CRIC (La Boutique des
Fabricants de Cadeaux)
FRANCE EXOTIQUE
FUSTABLOC
GET IMPRESSED
GIVING EUROPE
GLINEUR (La Boutique des Fabri-
cants de Cadeaux)
GUYOT GOURMET
HEPLA
HERON (Les Spécialistes)
INSPIRION
KALFANY
KELNET
KLIO ETERNA
KOZIOL
KUNSTSTOFFWERK SA BUCHS
LA BOULE OBUT (Les Spécialistes)

LA GRIVE ET L'OLIVIER (La Boutique
des fabricants de cadeaux)
LA TRUFFE CENDRÉE
(Les Spécialistes)
LEXON
LM ACCESSOIRES
MA CHOCOLATIÈRE
MACMA
MAKITO
MATEA
MEDIAGOLF
MEDIR.ES
MEMORY
MIYO TISSUE BOXES
MIMS INTERNATIONAL
MPP EMBALLAGES
(Les Spécialistes)
MUSE (Les Spécialistes)
NEWPEN
NOEX

OCTOGONE
ORIGINAL ICECUP
ORIGINAL LANYARDS
PAD'S WORLD
PASSOT INNOVATION
PAUL STRICKER
PF CONCEPT (objet)
PILOT
PIXIKA (Les Spécialistes)
PLASTORIA
PRESCOTT (La Boutique des Fabri-
cants de Cadeaux)
PRODIR
PROMOSEEDS (La Boutique des
fabricants de cadeaux)
PSL FRANCE
R&JP INTERNATIONAL
RAXY LINE
RITTER
RUBIK'S CUBE - MAGIC CUBE

RUBASTYL
SAFE POCKET
SAINT LOUIS CRÉATIONS
SAR
SEDESMA
SENATOR
SIFEC
SOCRIMEX (Les Spécialistes)
SOL'S (objet)
SPRANZO
STABILLO
TEC (The Emotion Company)
TOPICO (Inspirion)
TROIKA
VALLÉS IMPORT
VICTORINOX (Les Spécialistes)
WISE UP
XINDAO
XOOPAR DESIGN

CT PRINT CE

123 APPLICATIONS
ALEXANDRE FREZAL NUMÉRIQUE
ANKERSMIT FRANCE
ANSQUER DISTRIBUTION
ARJOWIGGINS GRAPHIC
AROBASE NUMÉRIQUE
ASAP IMPRESSIONS
BDE
BGA DIFFUSION

BRAUMAT
BRUNEEL TEXTILE
BUISINE
CBL
CHEMICA
COTONNIÈRE LYONNAISE
CRM PYGMALION
DEVISU
DUBUIT
DÜRKOPP ADLER FRANCE
EUROMEDIA
FRANCE MACHINES À COUDRE

FROBERT MATÉRIEL
GAMAX
GRAVOGRAPH
HORIZON NUMERIC CENTER
IMATEL
MACAP
MADEIRA
MANICARDI
MARABU FRANCE
MAUGIN SAS
MAUTOM
MIMAKI EUROPE

MISTRAL GRAPHIC
MODE... INFORMATION
MONBLASON
MONTI ANTONIO
MT SYSTEC
MULTIGRAPHIC / D.GEN
MUST TECHNOLOGIE
NEWOHM - OYO INSTRUMENTS
NEXT SÉRIGRAPHIE
OCÉ FRANCE
PAPÉLIA NUMÉRIQUE
POITOO ADHÉSIFS

PRINT EQUIPMENT
PRODECAN
PROMATTEX
PUB'OS
RAVENTOS TRANSFERS
ROLAND DG MID EUROPE
ROUSSEAU
SDAG ADHÉSIFS
S.E.FA
SERIPRESS
SERIMARK
SERI-SERVICE

SERMA & DNT
SILICONE CRÉATION
S.TECHNOLOGIE
SUPERPUNCH
TERROT FRANCE
TEXO TRADE SERVICE (TTS)
THERMOFLAN
TIFLEX
TTT
V-MACH
YES FRANCE

L'ÉDITION 2012

2011, année de la confirmation pour CTCO...
2012, les salons évolueront encore pour répondre toujours
mieux aux attentes du marché.

CT | CÆ '12

7/8/9 FÉVRIER 2012

LYON Eurexpo

www.salons-ctco.com

CONTACTS

Guillaume ABOU
Directeur des salons
g-abou@656editions.net
04 78 30 41 73

Anne SIZARET
Responsable des ventes
anne@656editions.net
04 78 28 65 04

Céline COLLOT
Rédaction en chef
et presse
celine@656editions.net
04 78 30 35 06

Pascal ALMI
Directeur commercial
palmi@656editions.net
04 78 30 41 73

Jean LAURENTI
Communication
et marketing
jean@656editions.net
04 78 30 35 05

Organisation

656 Éditions
BP 1072
69202 LYON Cedex 01



CT
CÆ