

25 897 professionnels des industries audiovisuelles et du spectacle rassemblés.

Les chiffres clés :

- **70%** des visiteurs venus dans un objectif de recherche de solutions audiovisuelles pour les médias, l'événementiel et les applications en entreprise
- Près de **50%** des visiteurs sont des décideurs des achats et des prescripteurs
- **40%** des visiteurs sont venus dans un but d'achat
- **Un taux de transformation des pré-enregistrés supérieur de 6% par rapport à 2008**

Un événement soucieux des intérêts commerciaux de tous ses partenaires mais aussi un événement dynamique engagé dans l'enrichissement des marchés.

Unique en France, un cycle de conférences traitant de thèmes stratégiques

2 623 auditeurs ont participé aux **conférences** des 4 espaces dédiés

- *1 173 auditeurs dans l'agora,*
- *644 dans l'espace « autour du broadcast et audiovisuel »,*
- *332 dans l'espace « autour du scénique »*
- *474 dans l'espace « autour du radio »,*

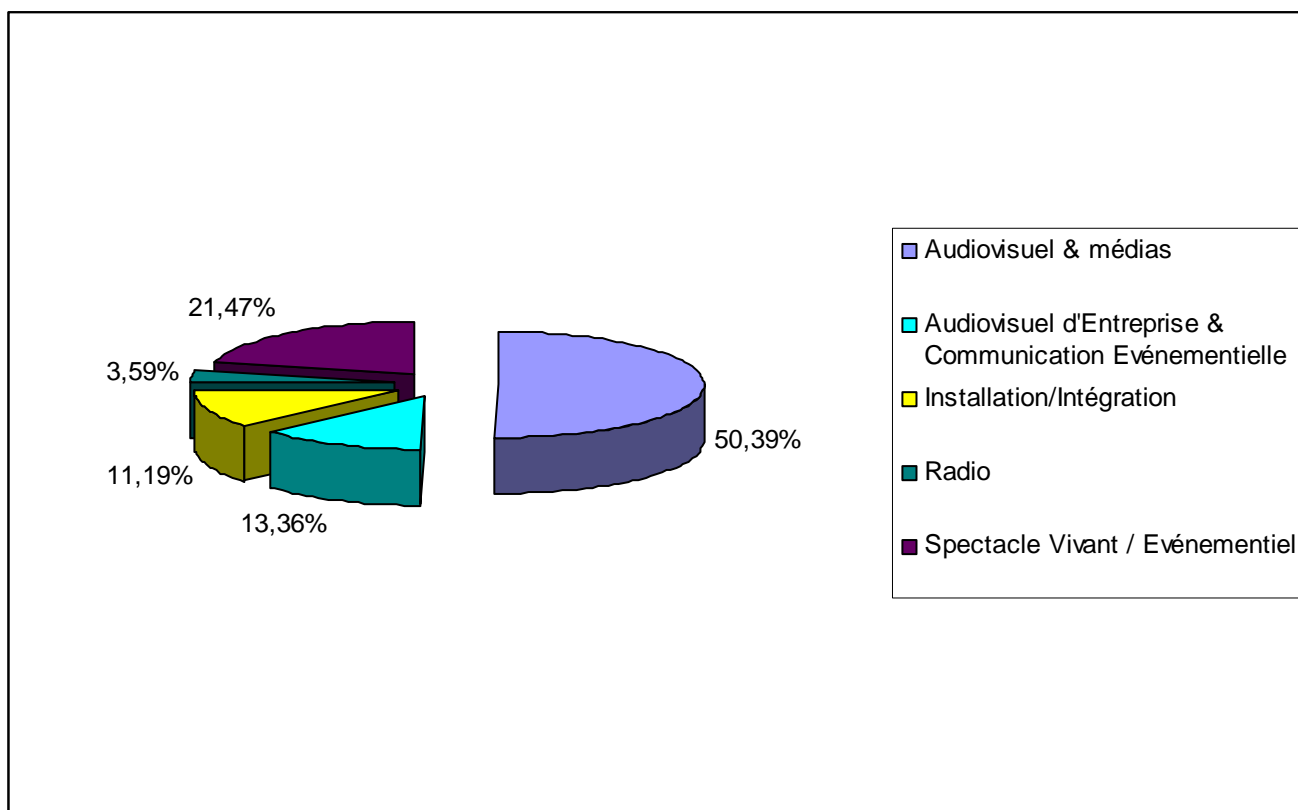
Soit une hausse de 15% d'auditeurs par rapport à 2008.

Et aussi des animations valorisant le marché et ses innovations comme

- **les trophées** : 59 produits présentés pour **15 trophées décernés**
- **l'espace 3D** : **2343 spectateurs** soit plus 21.5% de spectateurs par rapport à 2008
- **l'IP Technologies Tour** : pendant 3 jours, les vingt-deux plus grands industriels de l'IP, ont présentés des solutions innovantes interconnectées, facile à mettre en œuvre et à utiliser
- **la Radio du salon** : Véritable studio radio mettant en scène les dernières technologies numériques, animé par des étudiants journalistes et des animateurs, la radio a couvert les conférences et l'actualité des nouveaux exposants pendant les 3 jours du salon.
- ...

Répartition des visiteurs par profil

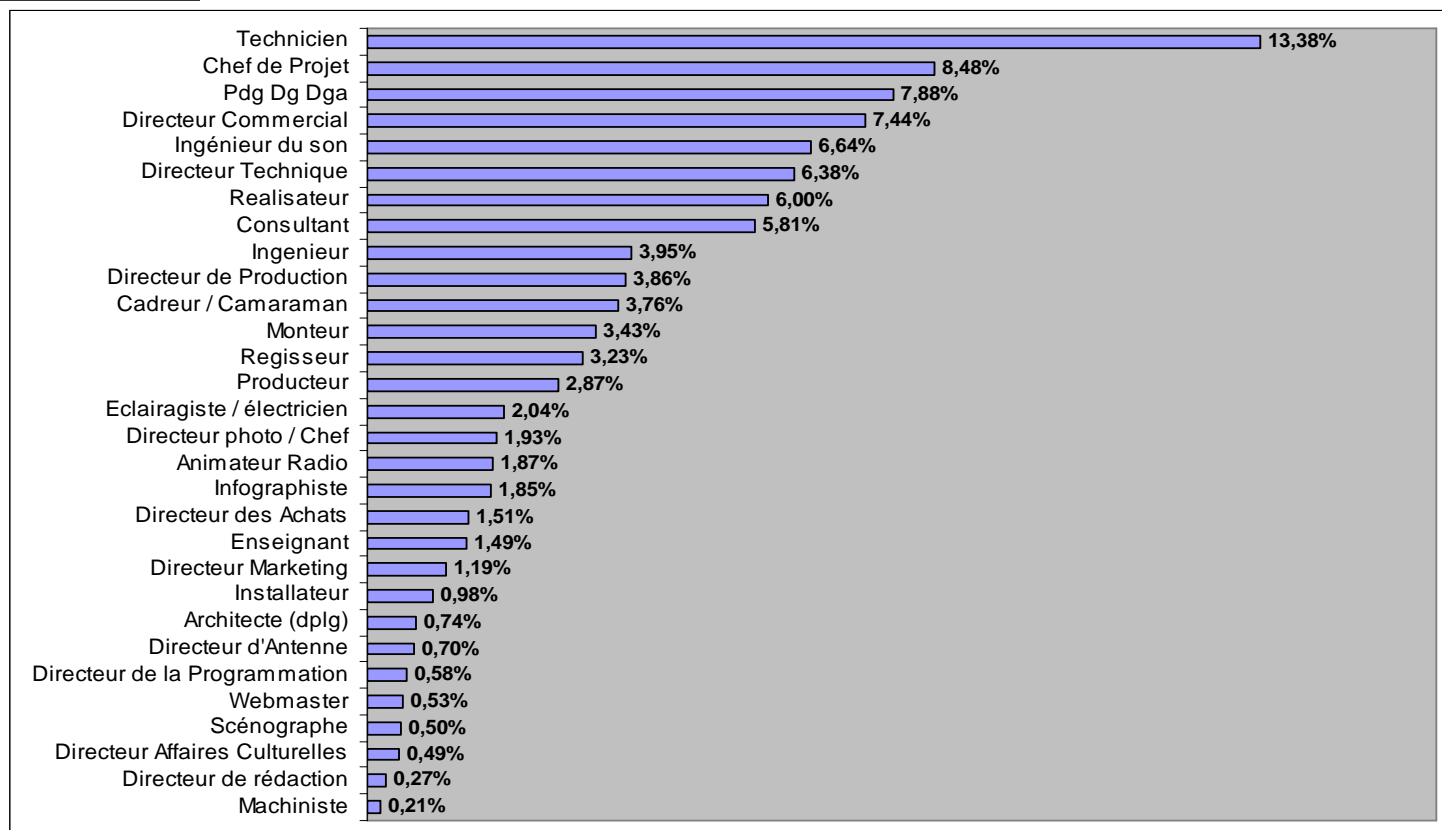
Domaine de compétences



La grande majorité des professionnels présents, près de 70%, viennent trouver des solutions audiovisuelles tant pour les médias que pour l'événementiel et les applications en entreprise.

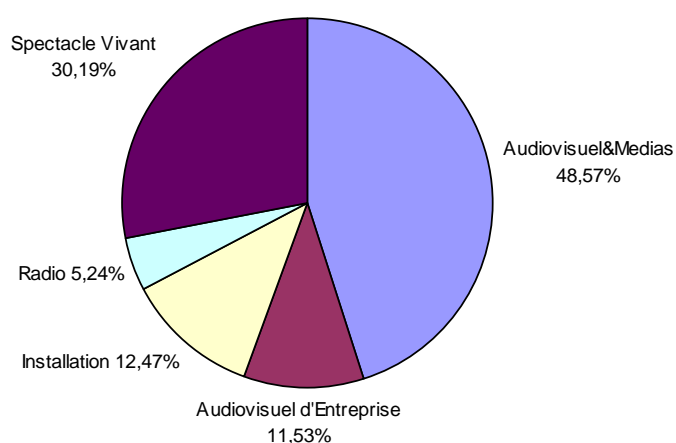
Le Siel Satis Radio est un creuset de prise d'informations, d'enrichissement des connaissances et d'achats, où toutes les industries des technologies audiovisuelles se retrouvent autour d'un objectif unique, le développement des contenus et des applications audiovisuelles.

Leurs fonctions

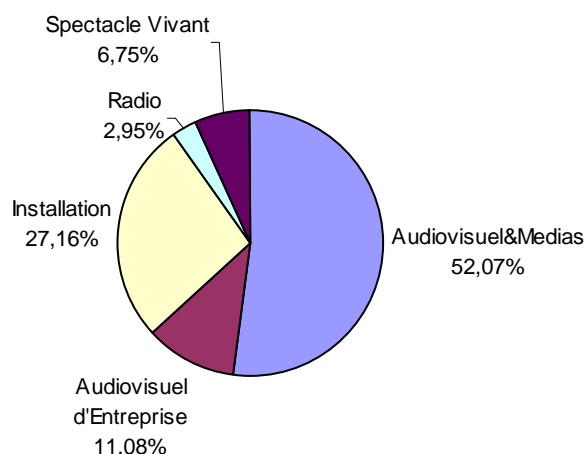


Répartition des principales fonctions par domaine de compétences

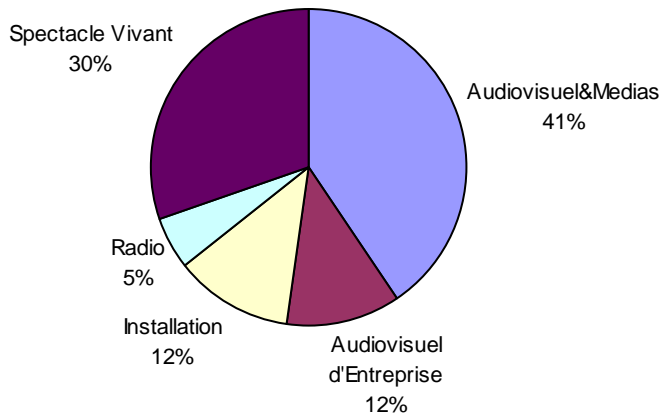
Technicien



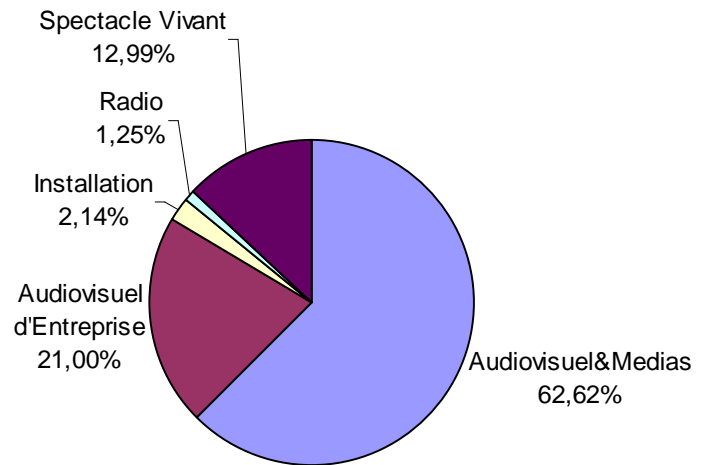
Ingénieur



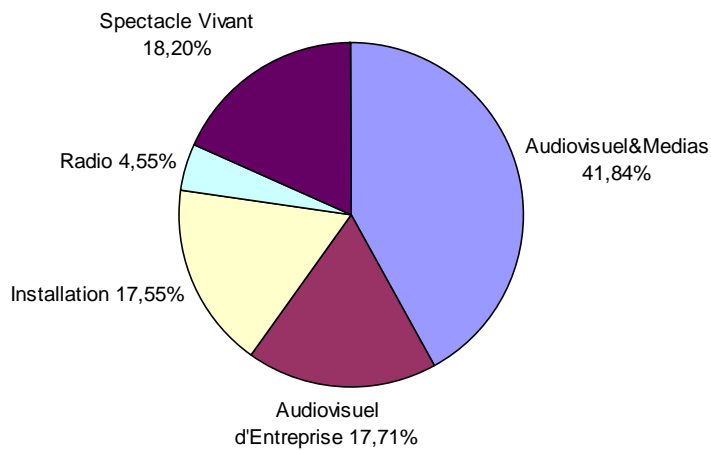
Directeur Technique



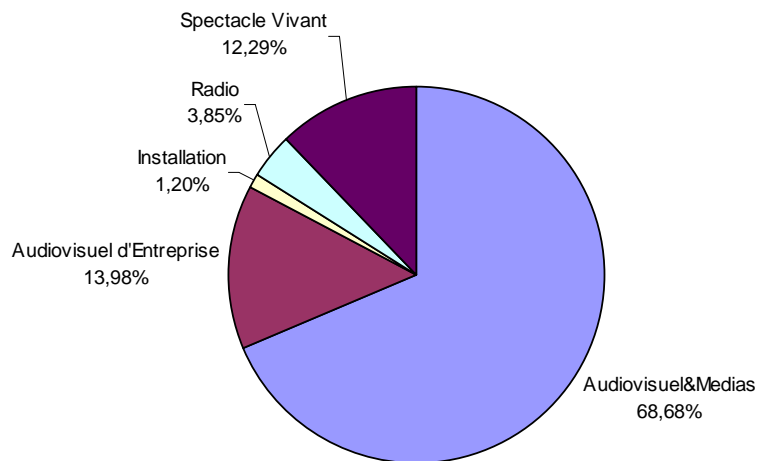
Directeur de production



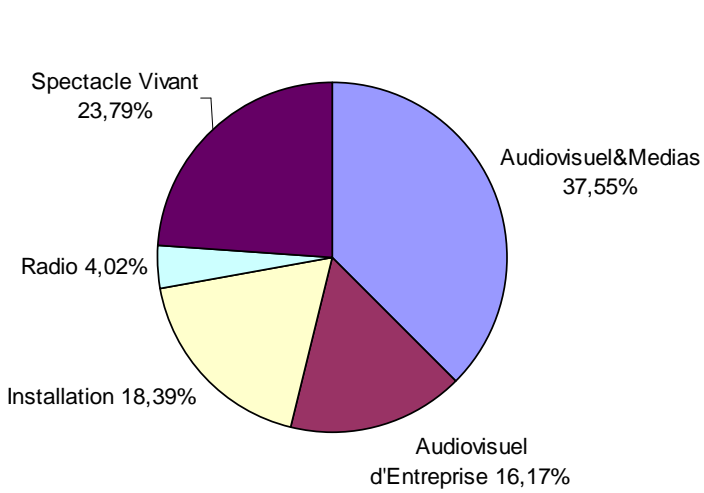
Chef de projet



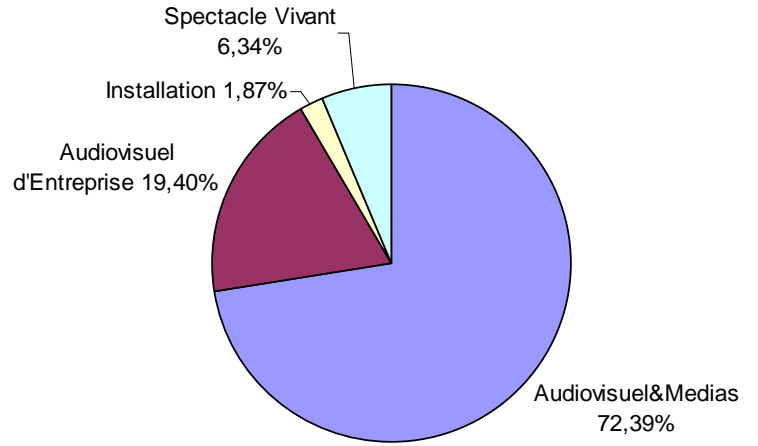
Producteur



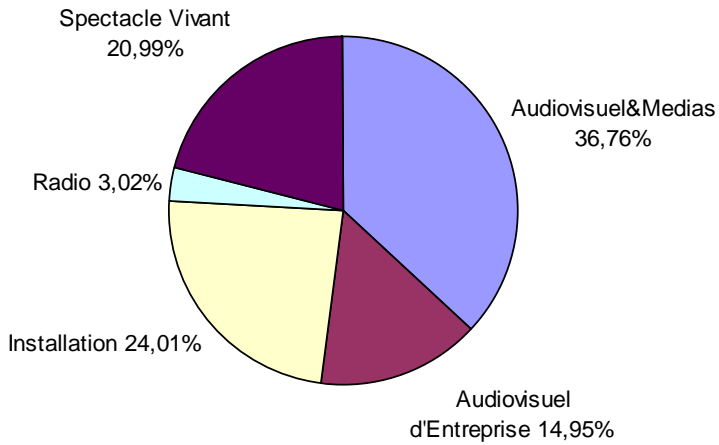
PDG, DG, DGA



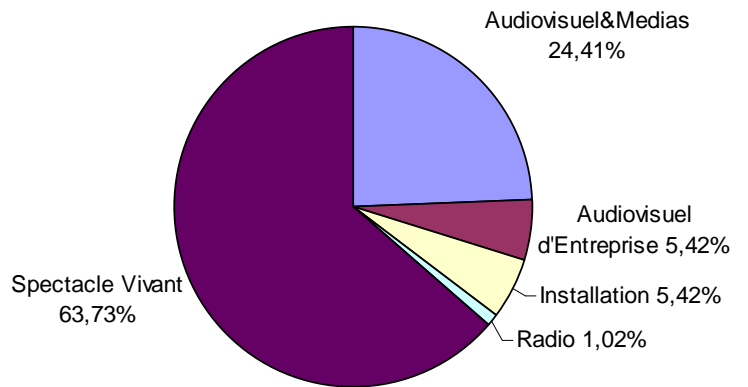
Infographiste



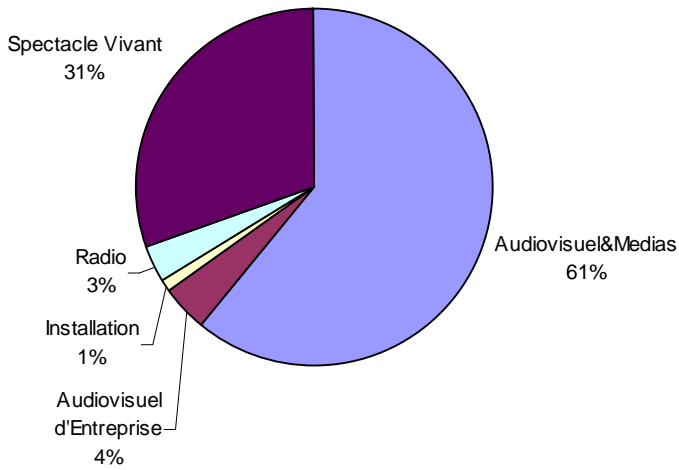
Directeur Commercial



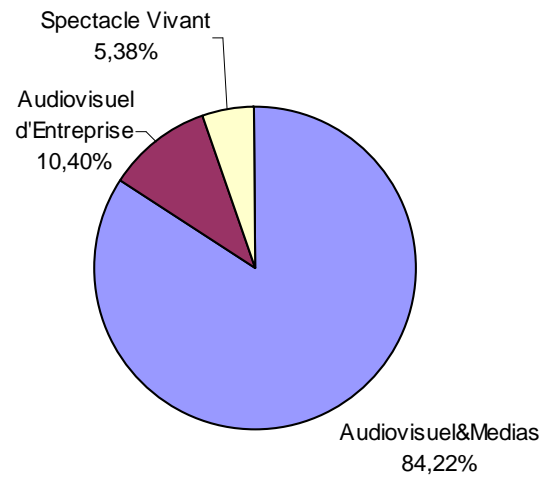
Eclairagiste / Electricien



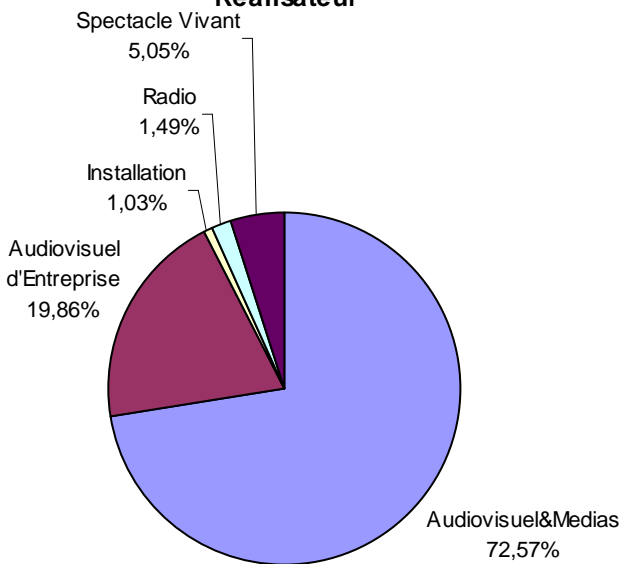
Ingénieur du Son



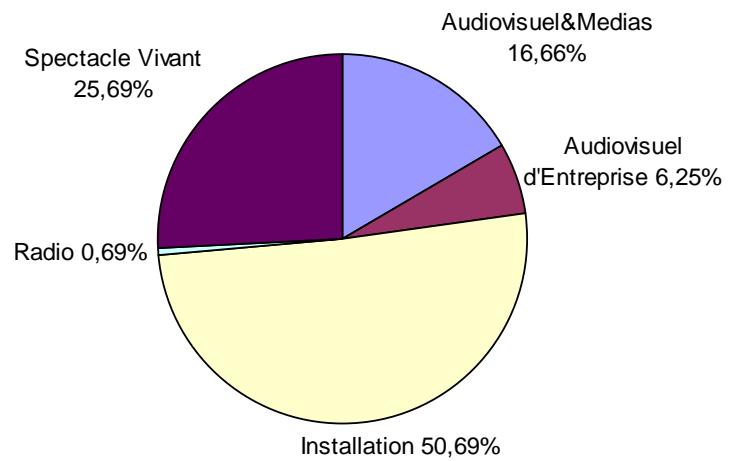
Directeur Photo / Chef Opérateur



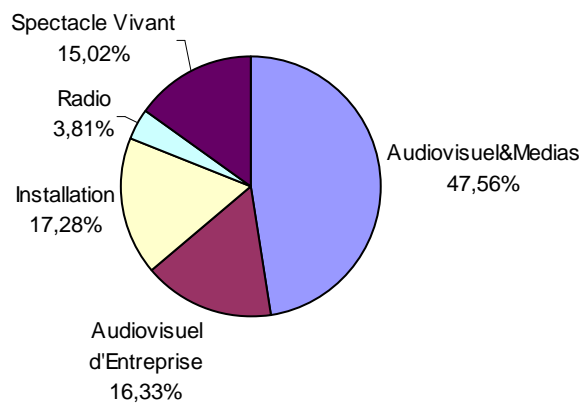
Réalisateur



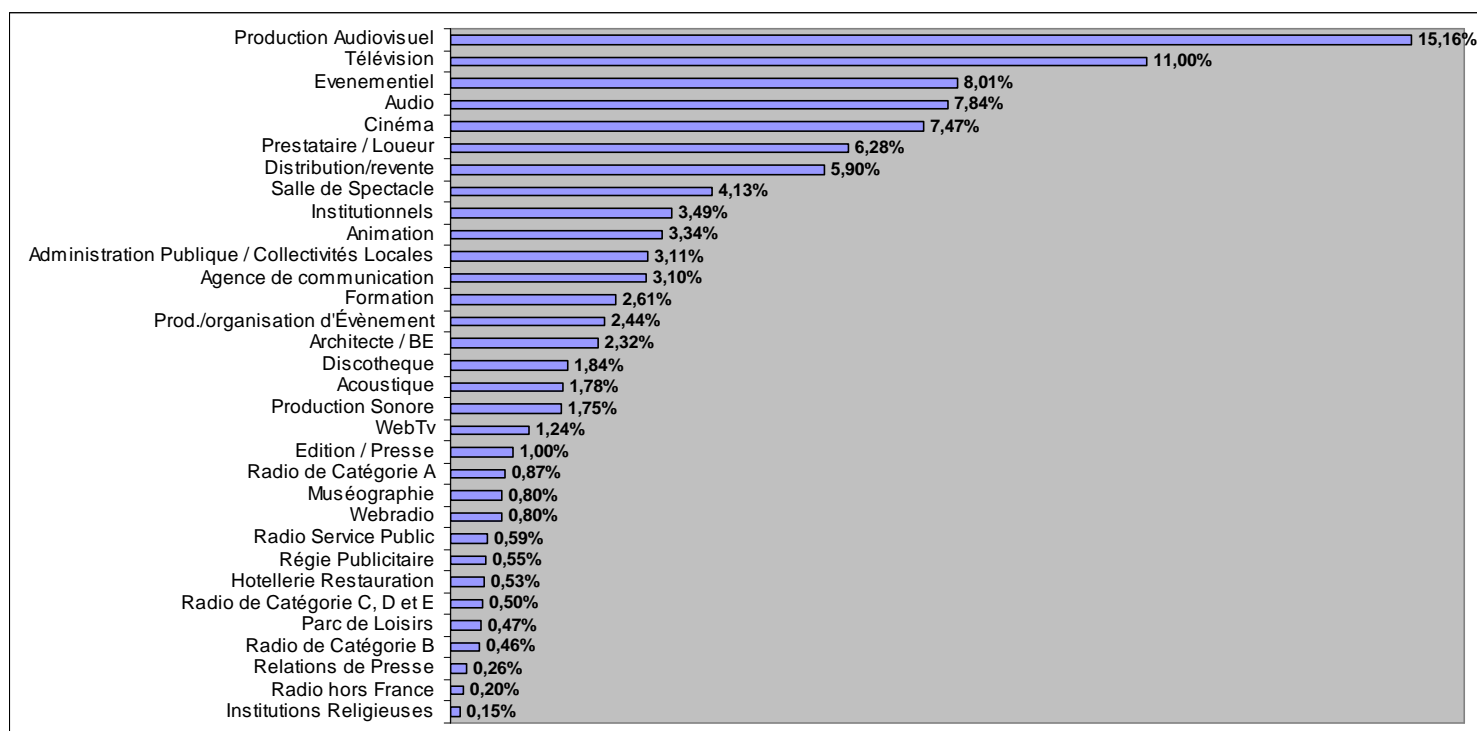
Installateur



Consultant



Leurs secteurs d'activité



Répartition de l'activité selon les 5 grands domaines de compétence

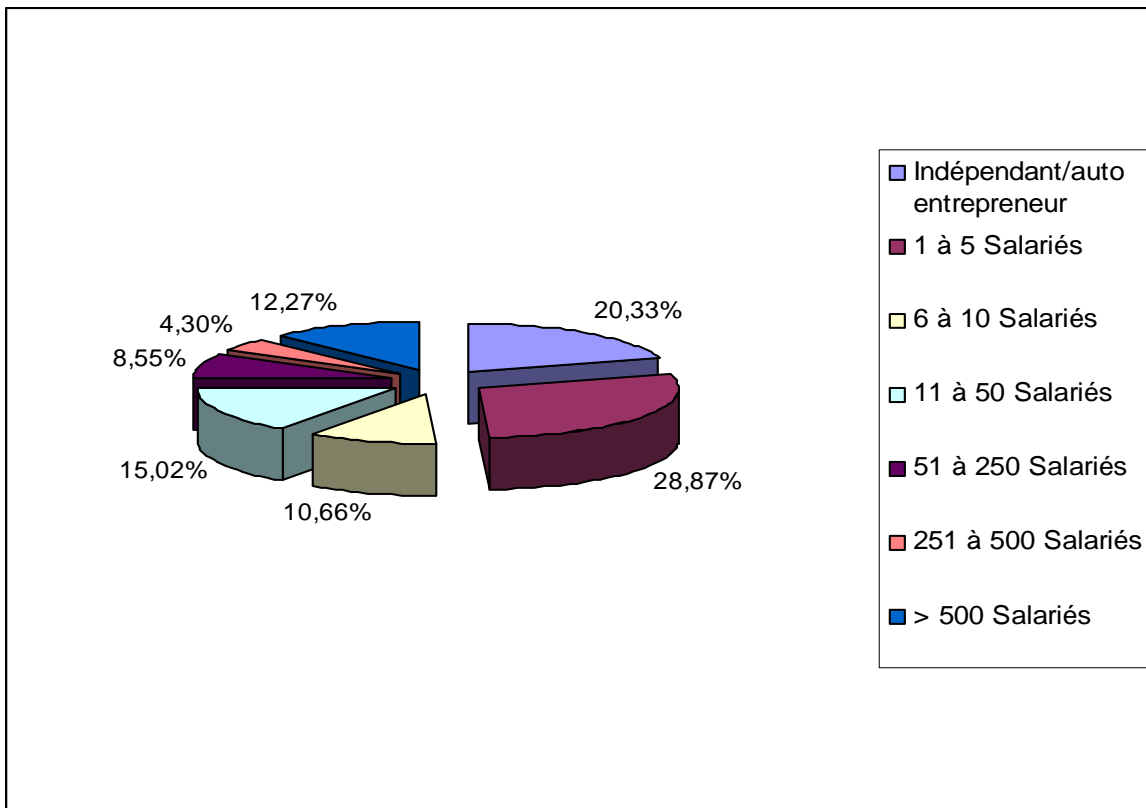
AV & Médias	
Acoustique	1,78%
Audio	7,84%
Cinéma	7,47%
Distribution/revente	5,90%
Formation	2,61%
Production Audiovisuel	15,16%
Production Sonore	1,75%
Télévision	11,00%
WebTv	1,24%

AV d'entreprise	
Administration Publique / Collectivités Locales	3,11%
Agence de communication	3,10%
Edition / Presse	1,00%
Hôtellerie Restauration	0,53%
Institutionnels	3,49%
Institutions Religieuses	0,15%
Régie Publicitaire	0,55%
Relations de Presse	0,26%

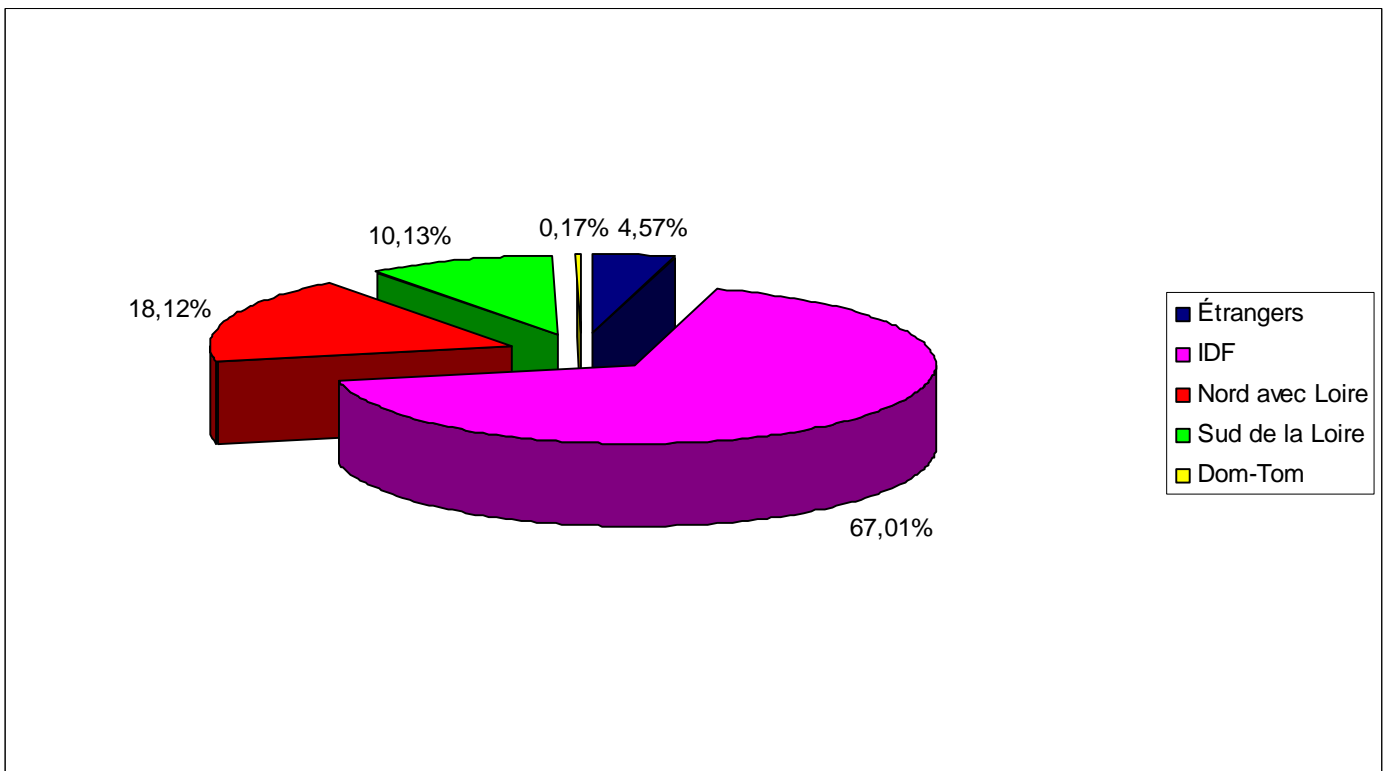
Radio	
Radio de Catégorie A	0,87%
Radio de Catégorie B	0,46%
Radio de Catégorie C, D et E	0,50%
Radio hors France	0,20%
Radio Service Public	0,59%
Webradio	0,80%

Spectacle vivant/Événementiel	
Animation	3,34%
Discothèque	1,84%
Événementiel	8,01%
Muséographie	0,80%
Parc de Loisirs	0,47%
Prestataire / Loueur	6,28%
Prod./organisation d'Évènement	2,44%
Salle de Spectacle	4,13%

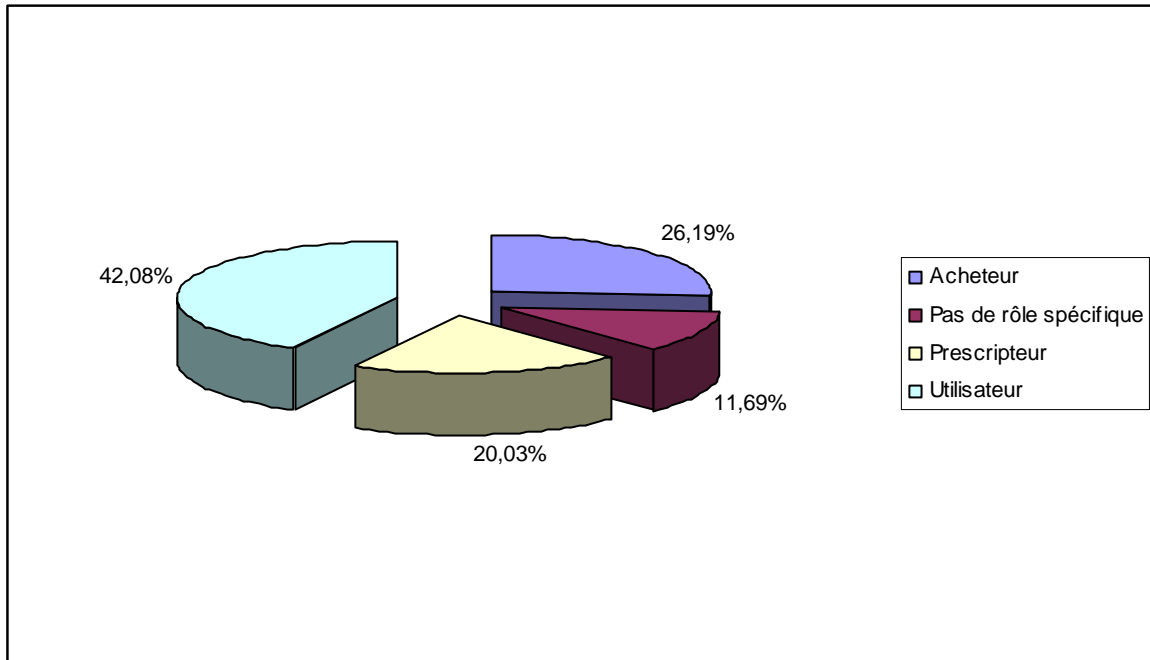
Taille salariale



Répartition géographique des visiteurs

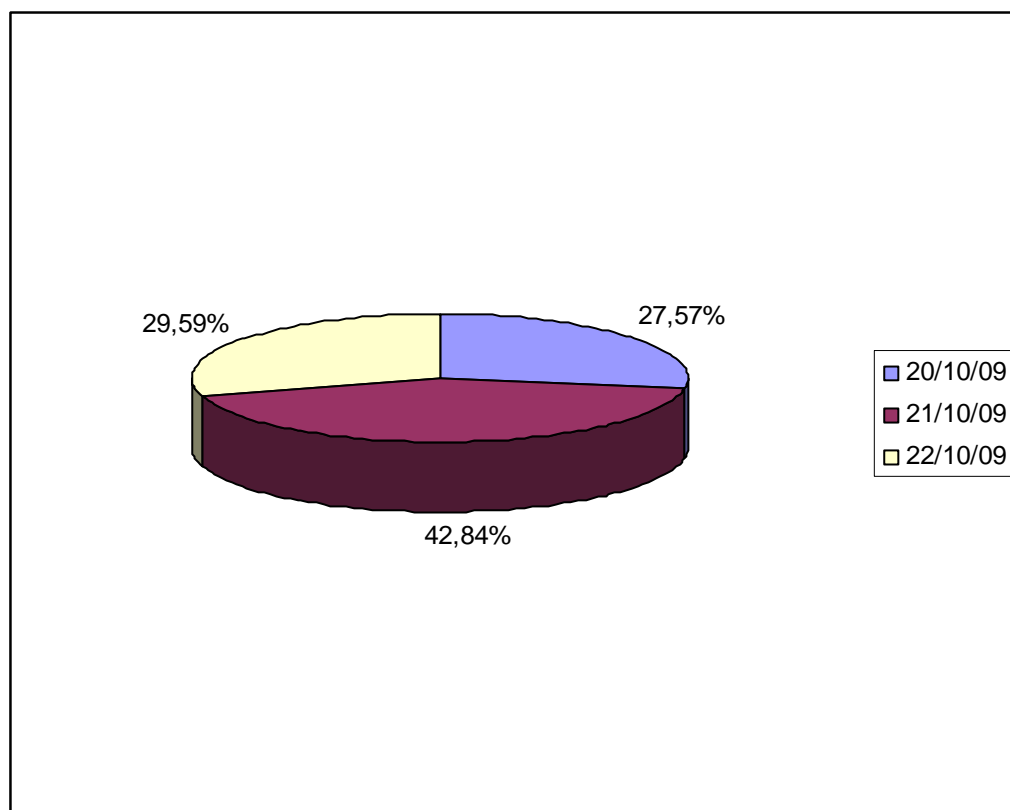


Répartition des visiteurs selon leur « rôle d'achat »



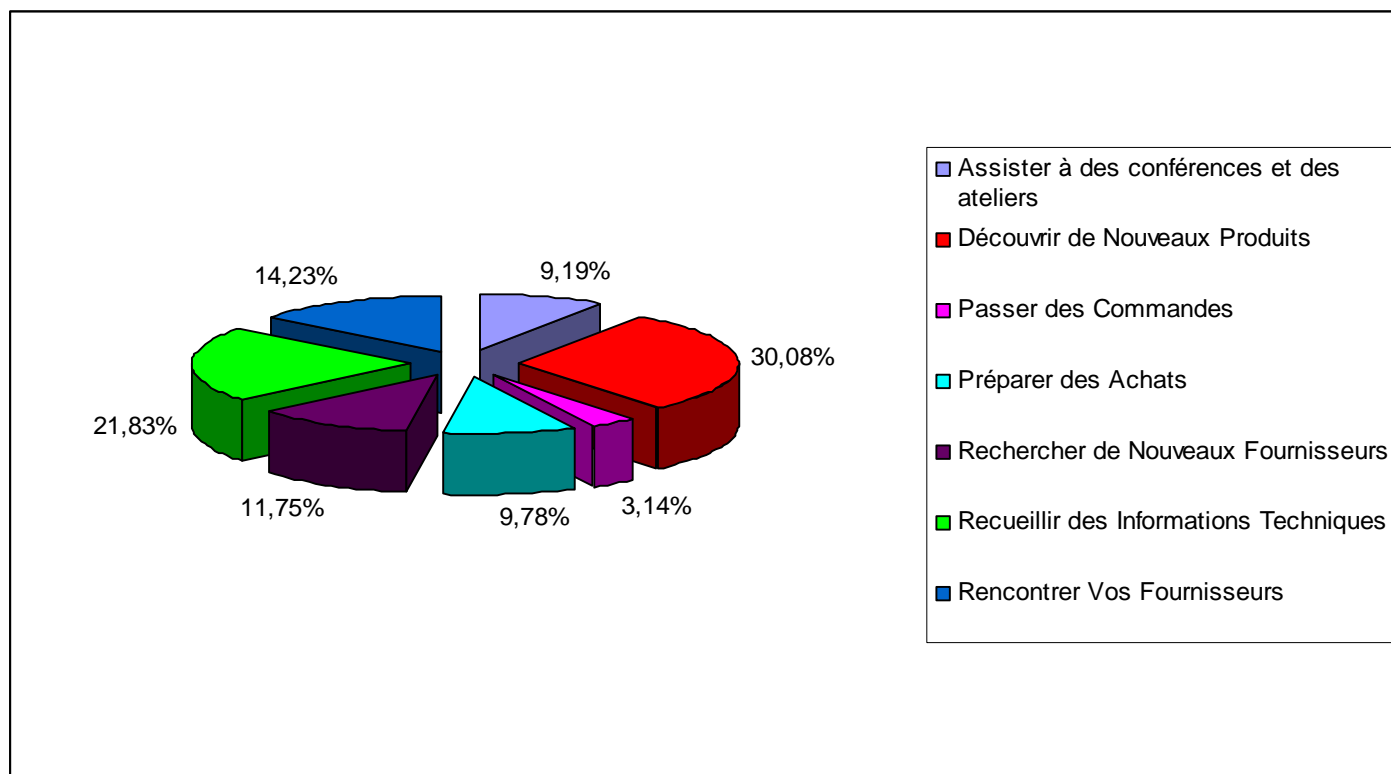
46% soit près de la moitié des visiteurs présents sur le salon sont décideurs ou prescripteurs.
Plus des $\frac{3}{4}$ des visiteurs (88.31%) interviennent dans le processus d'achat

Répartition des visiteurs par jour



La deuxième journée avec la nocturne reste la journée la plus fréquentée

Répartition par « objectif de visite »



40% des visiteurs viennent pour obtenir des informations dans le cadre d'un achat envisagé.
60% d'entre eux souhaitent renforcer leurs connaissances techniques et aussi s'informer sur les enjeux de leur marché.

Le salon est tout autant un événement commercial qu'un lieu d'échange avec des professionnels, parfaitement ciblés, pour bénéficier de leurs connaissances et de leur savoir-faire.