



NOTA DE PRENSA
Madrid, 20 de febrero, 2025

C!PRINT MADRID 2025: ANÁLISIS Y DATOS DE PARTICIPACIÓN

Principales datos sobre tipología, procedencia y afluencia de visitantes que asistieron a la novena edición del evento profesional

La organización del evento ha hecho públicos los datos de análisis de los participantes en la pasada edición de C!Print Madrid, resaltando datos clave tanto de los expositores que formaron parte de la novena edición como de los visitantes profesionales que asistieron al evento. La reprogramación de las fechas a principios de año y su celebración simultánea junto a PMG Promogift han favorecido la identificación de nuevas tendencias.

En lo que respecta a la tipología de los expositores, un 35% de las empresas participantes se especializan en tecnología para impresión en gran y mediano formato, seguido de un 28,7% en soluciones para pequeño formato. Los especialistas en comunicación luminosa representaron un 10,5%, mientras que un 9,8% correspondió a empresas de servicios de impresión online. La fabricación y distribución de materiales reunió al 9,1% de los expositores, y el 7% restante estuvo compuesto por asociaciones sectoriales y prensa especializada, consolidando así la relevancia del evento como punto de encuentro relevante para toda la cadena de valor del sector.

PERFIL Y PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES PROFESIONALES

En cuanto a la representación de actividades económicas ejercidas por los visitantes, encontramos que la mayoría, un 46,9%, corresponde a profesionales de la impresión, pre-impresión y post-impresión, seguido de un 14,6% que representa a los profesionales del marcaje y la personalización en pequeño formato. Un 11,3% corresponde a los visitantes provenientes de agencias de comunicación, diseñadores o consultorías relacionadas con la creación. Un 4,8% son los visitantes especialistas en proveedores de soluciones para comunicación visual no impresa, y un 2,4% fabricantes para impresión. Siguiendo con el análisis, casi un 6% fueron los visitantes provenientes de marcas, comercio o administración. Un 6,5% de los visitantes eran especialistas en fabricación o distribución de producto promocional.

Del análisis de los datos obtenidos se desprende que un 62,7% del total de los asistentes afirman tener un rol decisor, mientras que un 16,3% considera tener un rol en relación con la prescripción. Además, entre las agrupaciones de funciones más representadas: un 45,1% de los visitantes que asistieron ostentan cargos de dirección, seguidos de un 23,5% de visitantes con puestos de responsabilidad.



En cuanto a la procedencia de los visitantes, C!Print Madrid sigue consolidándose como un evento de referencia a nivel nacional, con un 92,7% de asistentes provenientes de España. Portugal se mantiene como el principal país emisor de visitantes internacionales, representando un 5,2%. En total, el Salón acogió visitantes de 51 nacionalidades diferentes.

A nivel nacional, la Comunidad de Madrid lideró la afluencia con un 37,2% de los asistentes, seguida de Andalucía (11,7%), la Comunidad Valenciana (8,8%) y Cataluña (6,8%). Asimismo, se constata un aumento de visitantes de la mayoría de comunidades autónomas del país, que podría interpretarse como una tendencia en la descentralización de una parte del sector, junto con un creciente interés y una mayor disponibilidad de los profesionales para asistir al evento durante el nuevo periodo de celebración.

CRECIMIENTO DE LA AFLUENCIA, COMPORTAMIENTO DEL VISITANTE Y CONTENIDO

La novena edición de C!Print Madrid batió récords de asistencia con un total de 14.968 visitantes. El día de mayor afluencia fue el segundo, con un 42,3% de asistencia, seguido del jueves (28,9%) y el martes (28,7%). Según los datos extraídos de las encuestas de satisfacción, un 48,1% de los visitantes permanecieron un día en el evento. Un 17,5% participó entre uno y dos días, y el porcentaje de asistentes que permanecieron más de dos días alcanzó un 8,5%, aumentando respecto a anteriores ediciones. Además, de las encuestas de satisfacción realizadas también se refleja un aumento de un 5% en la intención de adquirir maquinaria o material respecto a la edición anterior del Salón. En cuanto a la valoración global, los visitantes encuestados califican su experiencia en el evento con una puntuación promedio de 8 sobre 10.

En cuanto al análisis de los espacios de contenido y participación: unos 61 expertos participaron en un programa de contenido con más de 39 conferencias, workshops y demostraciones; además de contar con 9 concursos y 2 entregas de premios. En total, más de 40 horas en las que se impartió contenido especializado en mostrar los usos, profundizar sobre las prácticas, y descubrir las tendencias del sector.

El análisis de asistencia al completo está disponible en la página web de C!Print Madrid.

La próxima edición de C!Print Madrid se celebrará los días 13, 14 y 15 de enero de 2026.

- ➔ [Video resumen C!Print Madrid 2025](#)
- ➔ [Web oficial](#)
- ➔ [Galería de imágenes 2025](#)



Sobre C!Print Madrid – Organizado por SC6 Organización y Comunicación, filial del Grupo Internacional Infopro Digital Trade Shows, C!Print Madrid es un salón profesional dedicado al sector de la impresión, la comunicación visual y la personalización. Desde su primera edición en 2014, es la cita anual de referencia en el sector donde mostrar innovaciones tecnológicas y tendencias en impresión digital gran y pequeño formato, impresión textil, corte, acabado, señalética, PLV, display, rotulación, entre otros. Caracterizado por su dinamismo, el evento cada año presenta espacios de contenido genuino como el taller de personalización Plug&Play, el espacio C!Wrap o su nutrido programa de conferencias y workshops.

Contacto prensa:

Mónica Calvo

monica.calvo@salon-cprint.es

(+34) 629 490 265