

# Informes de Ferias

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

## EXPO- LANGUES

París  
24/01 al 27/01 2007

ICEX

## EXPO- LANGUES

Este informe ha sido realizado por Pedro García García, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París

## ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la ofecomes	5
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	6
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de PARTICIPACIÓN	8
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	9
4. VALORACION	10
4.1. Del evento en su conjunto	10
4.2. De la participación española y principales países competidores	10
4.3. Recomendaciones	11
5. ANEXOS	11

# 1. PERFIL DE LA FERIA

## 1.1. FICHA TÉCNICA

EXPO-LANGUES 2007

Ambito:	Internacional
Fecha:	Del 24 al 27 de enero de 2007
Edición:	25 edición
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	París: París Expo, Porte de Versailles / Hall 5.1
Horario de la feria:	Miércoles 24: de 10h a 21h (jornada reservada para los profesionales) Jueves 25, viernes 26 y sábado 27: de 10h a 18h
Precio de la entrada:	6 Euros para el público (gratuito hasta los 12 años) 3 Euros para los estudiantes, previa presentación de la tarjeta de estudiante. Gratis para los profesionales, los grupos escolares y los tutores, con la presentación de un justificante.
Medios de transporte:	Metro: línea 12, parada Porte de Versailles Autobuses: líneas 49, 80 y PC; parada de taxis; parking Acceso a todas las salas de exposición para personas discapacitadas.
Director / Organizador:	L'Etudiant 27, rue du Chemin Vert 75543 Paris cedex 11 Teléfono: 003. (0)1.48.07.41.41
Colaboradores:	Ministerio de Educación y Ciencia de la Federación de Rusia, Ciudad de Moscú, Ciudad de San Petersburgo, Centro de Rusia para la Cooperación Científica y Cultural

Internacional del Ministerio de Asuntos Extranjeros de la Federación de Rusia, Centro de Rusia para la Ciencia y la Cultura en París, Grupo bancario VTB, Fundación Humanitaria Científica de Rusia, Fundación Caritativa de Reserva, Dialogue FrancoRusse, UNESCO, Ediciones "La voie russe", Casa de edición Magister-Press, Casa de comercio y de edición "ROUSSKOYE-SLOVO", ZLA-TOUST Casa de edición, Fundación " World of Culture and Peace", Fondo Social Regional "Centre du développement de la langue russe", Fundación de Rusia por la cultura, Fundación para las garantías sociales y el desarrollo cultural "Sodeistvie", Agencia de información internacional de Rusia, Radio "La voie de la Russie", Union des russophones de France, Association française des russians, Institut d'État de la langue russe A.I.Pouchkine, Asociación internacional de profesores de lengua y de literatura rusa.

Superficie:

Precios:

Servicios incluidos:

Servicios ofrecidos:

Fecha de cierre de inscripciones:

Carácter: Profesional y público

Tipo de visitantes: 12.070 visitantes profesionales

11.830 visitantes gran público

Fecha de la próxima edición: 2008

Otras ferias relacionadas:

### 1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

En esta 25 edición del Salon Expo-langues 2007 resalta la presencia como país de honor de Rusia. La organización cifra en 208 los expositores que participarán en la feria, tanto directos como indirectos. La presencia internacional también es remarcable, con 20 países y 60 lenguas representados en la Porte de Versailles, más concretamente en el Hall 5, de Paris-Expo, lugar de encuentro para los profesionales y el gran público que se dio cita en Expo-langue 2007.

De estos más de 200 expositores detallamos los sectores a los cuales pertenecen:

- Escuelas y organismos de formación en idiomas
- Organismos de estancias lingüísticas

- Sociedades de multimedia
- Laboratorios de lenguas
- Sociedades de traducción e interpretación
- Editores de métodos de idiomas
- Librerías especializadas
- Establecimientos de formación internacional
- Embajadas, centros culturales y ministerios

### **1.3. OFICINAS DE TURISMO/ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES**

La Ofcome de París no desarrolló ninguna actividad de promoción especial relacionada con Expo-langue 2007, aparte de la visita a la feria de la becaria ICEX especializada en la Promoción de las Industrias Culturales, Leticia Quintanilla Dense, y del Técnico de Internacionalización de Promomadrid-CEIM, Pedro García García . Ambos se desplazaron a la feria para entrevistarse con los expositores españoles y solicitar información sobre el sector de los idiomas y culturas extranjeras a nivel internacional.



ICEX

## 2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

### 2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

En esta 25 edición de Expo-langue 2007 la organización corrió a cargo de l'Etudiant.

Esta feria surge por el deseo de promoción de los idiomas y las culturas, el desarrollo de los intercambios internacionales, y la defensa del multilingüismo.

A lo largo de los últimos años el proceso de aprendizaje de lenguas se ha dilatado a lo largo y ancho de nuestro planeta. La mayor accesibilidad a la formación y la facilidad para desplazarse a otros países potencian este afán por aprender otras lenguas tanto en el país propio como en el extranjero.

De los 208 expositores que componían la feria existió un amplio predominio de los franceses, por ser el país sede, como de Rusia, por el ser el país de honor. Otro país con amplia representación de expositores fue España con 20.

Los podemos dividir en 9 categorías que se subdividen a su vez en otras:

1. Instituciones:

- Ministerios
- Embajadas e Institutos Culturales
- Medios (Radio, Televisión y Prensa)
- Instituciones europeas
- Instituciones regionales

2. Organismos de exámenes de lengua:

- Exámenes de evaluación
- Producción-Distribución de exámenes

3. Organismos de estancias en el extranjero o en Francia:

- Estancias lingüísticas
- Prácticas y empleos en el extranjero
- Estancia de Au Pair
- Estudios secundarios en el extranjero
- 4. Escuelas de lengua:
  - Asociaciones
  - Escuelas de lenguas para adultos
- 5. Editores, librerías, distribuidores:
  - Editores generales
  - Editores escolares y universitarios
  - Distribuidores
  - Librerías
- 6. Universidades y escuelas superiores:
  - Universidades y escuelas francesas
  - Universidades y escuelas extranjeras
  - Asociaciones y sindicatos de profesores
- 7. Sociedades de multimedia:
  - Fabricantes de material audiovisual-informático
  - Distribuidores de material audiovisual-informático
  - Editores de programas audiovisuales -informáticos
- 8. Sociedades de traducción y de interpretación:
  - Traducción
  - Interpretación
- 9. Viajes:
  - Oficinas de turismo
  - Agencias de viajes

## 2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

Número de visitantes: la cifra total de visitantes fue de 23.900, de los cuales 12.070 fueron visitantes profesionales y los restantes 11.830 fueron el gran público.

### 3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

Expo-langue, y Expo-langue 2007 más concretamente, supone una referencia en el mundo de las ferias cuando nos referimos al aprendizaje de las lenguas y el entorno institucional y multicultural que genera este sector. Este año su invitado de honor era Rusia, y con el lema "El ruso, primera lengua de comunicación en el espacio" incide en las nuevas tendencias de la comunicación en el terreno de la enseñanza de lenguas.

Diversas actividades se realizaron en estos cuatro días de feria, el primero reservado para los profesionales, y el resto para el gran público. Las salas Saint-Petersburgo, Ural, Moscú, Volga y Pouchkine, acogieron a un sinfín de conferenciantes, además de presenciar cursos de los idiomas representados en la feria.

Otras actividades lúdicas como un concursos y talleres de aprendizaje de caligrafía amenizaron los días de la feria.

## 4. VALORACION

### 4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Esta es una feria con vocación internacional, por las cifras que presentan una veintena de países representados y 60 lenguas presentes en esta nueva edición de Expo-langue. Esta feria, representativa a nivel europeo, supone un forum de lenguas y de culturas además de su particular mirada a las innovaciones científicas y educativas.

### 4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

España contó con una amplia presencia, formada por la Academia Mester, la asociación de centros de lengua española en Málaga, el colegio Delibes, Difusión, Dile-Cursos Internacionales de español-Salamanca, España, Edelsa, Estudio Sampere-Madrid, Salamanca, Alicante, El Puerto y Ecuador, Eusko Jauriaritza – Gobierno Vasco, Gobierno de Navarra – Dirección General de Universidades y de la Política Lingüística, Grupo Anaya, Instituto de Estudios Baleares – Consejería de Educación y Cultura Dirección General, Política Lingüística, Instituto Ramon Llull, Junta de Castilla y León, Pamplona Learning Spanish Institute, S.L., Punto y Coma – Secretaría General de Política Lingüística – Xunta de Galicia, SGEL, Studyglobal, Turismo Andaluz y Universidad de la Rioja.

La presencia española mostró valoraciones muy variopintas. En la rama formada por escuelas de lengua y editores de libros de aprendizaje del español, no se mostraron muy satisfechos con la afluencia de público, destacando el primer día, el miércoles 24, con una amplia presencia de profesionales que en los días posteriores fue reduciéndose con la llegada del gran público. A pesar de ello, todos manifestaron su deseo de volver al año siguiente, ya que esta feria habiendo perdido su carácter de conseguir clientes en la misma feria, podría considerarse como una feria de obligada presencia, por su repercusión publicitaria.

En el caso institucional, hablamos tanto de la Xunta de Galicia, del Instituto Ramón Llull, de la Eusko Jauriaritza, del Gobierno de Navarra y de Baleares, de las regiones con lengua propia, se mostraron muy conformes con la asistencia de público y la magnífica aceptación de los mismos para con ellos.

Una queja conjunta, tanto de la rama institucional como de la otra fue el alto precio del metro cuadrado en la feria.

### 4.3. RECOMENDACIONES

Como en el resto de ferias comerciales, se recomienda visitar la feria y prospectar el mercado antes de decidirse por exponer en las mismas. En la actualidad, existen muy pocas ferias (en Francia) en las que realmente se realicen intercambios comerciales, por lo que la asistencia debe formar parte del trabajo de prospección e internacionalización que la empresa desarrolla. Así, los precios del m<sup>2</sup> en las ferias francesas son muy elevados, por lo que es necesario preparar la asistencia y trabajar seriamente los contactos realizados para evitar una asistencia infructuosa.

