



Intervención en la mesa redonda de Julien Denormandie, ministro francés de Agricultura y Alimentación

SPACE 2020: una edición digital que no cesó en su búsqueda de las mejores novedades

Space se define como una feria en busca de la innovación y, en este caso, la mayor innovación de todas la ha tenido que hacer, por fuerza, el propio salón. Con la pandemia por COVID-19 todavía muy presente en nuestras vidas, lo más sensato fue aplazar esta reunión física, aunque no por ello han dejado de ofrecer contenido. Además de digital, la oferta este año ha sido, como siempre, amplia y variada.

“Las disposiciones sanitarias que, sin lugar a dudas, deberemos seguir aplicando en el mes de septiembre no podrán adoptarse de manera estricta en la Space debido a la alta concentración de personas en esta feria. El respeto de la distancia física no sería viable ni aplicable en los stands, las filas de espera, los espacios de conferencias, de restauración, de recepción, etc.”. Así anunció el pasado mes de mayo la organización de Space la anulación de la 34.ª edición de su feria.

El Salon International des Productions Animales congrega todos los años en Rennes a más de 1.400 expositores y a más de 100.000 visitantes llegados de un centenar de países. En esta región, el sector agrícola y todos sus trabajadores son motores muy importantes –se estima que la repercusión económica de la feria sobrepasa los 90 millones de euros al año–. Por consiguiente, participar en una cita de tales dimen-

siones requiere una preparación y la elaboración de presupuestos con varios meses de antelación para sus expositores, proveedores y socios, “y dada la incertidumbre actual, nos ha parecido fundamental evitar que el conjunto de nuestra comunidad tenga que correr demasiados riesgos financieros”, destacaron.

SPACE SIGUE ADELANTE ONLINE

No obstante, con el objetivo de “mantener el vínculo entre miembros de nuestra comunidad, expositores y visitantes”, Space fue capaz de reinventarse sobre la marcha para afrontar esta crisis “de forma reactiva y anticipada” y, entre el 15 y el 18 de septiembre, ofreció un amplio abanico de actividades online de interés.

De este modo, a través de su página web y desde la aplicación móvil, todas las personas interesadas pudieron seguir a tiempo real la entrega de los premios Innov' Space y la subasta de ganado de élite organizada en colaboración con la coope-

rativa Evolution, además de conocer a las distintas razas de ganado participantes habitualmente en la feria –con mención especial para la Rubia de Aquitania y la Normanda, razas de honor en esta edición, así como para la Blonde y la Charolaise–.

Escuchar su nuevo programa de podcast (Space es la primera feria agrícola en brindar este servicio), consultar una serie de reportajes en granjas preparados para suplir sus habituales visitas a explotaciones de la zona, volver a ver el centenar de jornadas telemáticas que ofrecieron y concertar citas con los casi 1.000 expositores participantes en la feria –a través de chat o videoconferencia– hasta finales de septiembre fueron otros de los puntos fuertes de la propuesta de este año.

En lo referente a las conferencias, destacó especialmente una mesa redonda celebrada de manera física en el Parque de Exposiciones de Rennes el miércoles 16 de septiembre y cuyo objetivo fue poner el foco sobre el labor imprescindible de todos los actores que forman parte de la cadena alimentaria, los cuales garantizan el suministro de productos alimentarios para toda la población, incluso en momentos tan críticos como los que se han vivido este año.

Esta sesión contó con la asistencia del ministro francés de Agricultura y Alimentación, Julien Denormandie, quien expuso en su intervención sus propósitos para la agricultura y la ganadería francesa dentro del plan de reactivación de la economía del país en el que está trabajando el Gobierno.

La organización de Space valoró muy positivamente la presencia de Denormandie, puesto que supone “una fuerte señal de apoyo para la Space y para todas las ferias agrícolas, las cuales juegan un papel fundamental en nuestra actividad económica agrícola”.



El ring de la Space también se ha vuelto digital este año: tanto las exhibiciones de animales como la subasta se han realizado online

► “LA CONVIVENCIA ES PARTE DEL ADN DE LA SPACE Y HA SIDO ALGO QUE TODOS HEMOS EXTRAÑADO ESTE AÑO”

25 AÑOS DE LOS PREMIOS INNOV'SPACE

Los premios Innov'Space cumplían en esta edición de la feria Space 25 años –el Top 100 de las innovaciones premiadas desde sus inicios puede consultarse en su página web– y, aunque no ha sido posible celebrarlo como se merecería, los organizadores quisieron seguir adelante con la convocatoria adaptando sus diferentes propuestas al entorno digital.

Así, en la mañana del martes 15 de septiembre, Space retransmitió en directo la ceremonia de entrega de premios, a la que este año solo pudieron acudir físicamente representantes de las empresas premiadas.

Alrededor de setenta candidaturas se postularon a estos premios que reconocen la excelencia en innovación dentro del sector agroganadero. De ellas, el jurado destacó un total de 26 propuestas, aquellas consideradas como las más interesantes.

En esta ocasión, solo una candidatura recibió las *trois étoiles* del Innov'Space, el máximo galardón del certamen: la DES Machine presentada por Orvia.

En la categoría de bovinos se distinguieron las propuestas de Kuhn (Aura), Auria-Elevage (Euroval), Calfotel VDK Products (Open Top Premium Single & Duo), Condinov (AXIA1800), Elvup (Corn Grain Particle Size), Farmapro (Eko Germ D), Joz (Vario Sprocket), Nutrilac (Fixo Quatro) y SAC France (Balance Arm SAC).

PRIMERA SUBASTA EN LÍNEA DE GANADO DE ÉLITE

También ha sido la primera vez que la subasta interracial de ganado vacuno de élite organizada por la cooperativa Evolution durante la celebración de Space tenía lugar en línea. “Nuestra subasta de élite es una celebración única en Europa y, durante más de treinta años, ha sido el mayor evento de Space en cuanto a exhibición genética”, destacaron los organizadores de la feria.

Entre el 10 y el 16 de septiembre se desarrolló esta edición digital de la puja a través de la web habilitada para ello. Como viene siendo habitual, salieron a concurso una veintena de novillas de las razas Holstein, Normanda, Jersey, Pie Rouge y Montbéliarde, junto con 3 lotes de embriones.

Se vendieron las 19 novillas por un total de 86.200 €, con un precio medio de 4.537 €. El animal mejor valorado, un ejemplar Holstein, fue adjudicado por 8.100 euros.

Tras haber superado con nota los obstáculos para poder llevar a buen puerto esta edición en línea, la organización pone ya la vista en la próxima cita que esperan que se pueda celebrar de forma física. “El entorno digital nos ha permitido mantener el vínculo, pero no reemplaza lo fructíferos que son los intercambios que pueden tener lugar en la feria. La convivencia es parte del ADN de la Space y ha sido algo que todos hemos extrañado este año”. Así pues, con la esperanza de que la situación lo permita, Space planea volver abrir sus puertas a todo el mundo el próximo año, del 14 al 17 de septiembre, en la ciudad de Rennes.

ANNE MARIE QUÉMÉNER, COMISARIA GENERAL DE SPACE



“LAS NUMEROSAS REACCIONES GENERADAS EN REDES SOCIALES REFORZARON LA DECISIÓN DE MANTENER LA SPACE 2020”

Charlamos con Anne Marie Quémener, comisaria general de Space, sobre cómo se ha enfrentado el equipo encargado de la organización de la feria a las distintas adversidades acaecidas para poder llegar a presentar esta edición eminentemente digital. Según nos cuenta, el mayor reto ha sido caminar “hacia lo desconocido”.

Con la Space 2020 ya finalizada, ¿qué valoración hacen de esta edición?

Este año, Space se convirtió en una versión sin precedentes y esencialmente digital. Las numerosas reacciones generadas en redes sociales reforzaron la decisión de mantener la feria, aunque en un formato básicamente digital. Desarrollamos y reforzamos varias herramientas para mantener el vínculo entre nuestros miembros, expositores y visitantes. Los expositores también se movilizaron para organizar conferencias online y se mostraron satisfechos con los servicios ofrecidos para conseguir visibilidad a pesar de la ausencia física de la feria.

¿Creían que llegaría a ser posible realizar una edición como esta cuando anunciaron su anulación, en mayo?

Cancelar la feria fue una decisión muy difícil, pero la mayoría de los expositores y de los participantes la acogieron como “respetuosa y razonable”. Después del anuncio, recibimos ►►

muchas solicitudes para seguir adelante con algunos eventos y la decisión de mantener determinados servicios durante las fechas de la Space fue unánime para nuestro equipo. Queríamos mantener nuestro papel como apoyo al mundo agropecuario. Todos nos esforzamos por encontrar soluciones que nos permitieran destacar la participación de los expositores que se habían inscrito en la Space 2020 y creemos que la organización ha superado con nota el reto de reformular su concepción y adaptarse al plano digital.

¿Cuáles diría que han sido los principales problemas para seguir adelante?

La mayor dificultad era avanzar hacia lo desconocido, sin saber cómo evolucionaría la situación sanitaria. Ante la duda, nos centramos principalmente en lo digital, comenzando por rediseñar nuestro sitio web y nuestra aplicación móvil. Tuvimos que adaptarnos y descubrir nuevas herramientas. Además, la cancelación de la feria dañó nuestro equilibrio económico y tuvimos que recurrir al paro parcial.

Este año han participado alrededor de mil expositores, lo que nos hace suponer que las empresas han reaccionado bien a esta reformulación. ¿Es así?

Al decidir cancelar Space cuatro meses antes de la fecha límite, ayudamos a que nuestros expositores evitasen incurrir en determinados gastos. No obstante, en mayo, la mayoría de los expositores ya se habían registrado para la Space 2020 y fueron muchos los que decidieron optimizar al máximo su participación para superar la cancelación física. Se movilizaron y completaron su perfil de expositor lo mejor que pudieron para tener visibilidad a través de la aplicación móvil y de la web. También les dimos la posibilidad de destacar hasta tres productos y servicios en la app para permitir búsquedas específicas por parte de los visitantes, y fue un servicio muy apreciado: se presentaron 800 productos.

¿Y qué tal ha sido la recepción por parte del público?

Las numerosas acciones y reacciones generadas en las redes sociales son

un buen indicador de éxito para nosotros. Los apoyos recibidos y el alto índice de participación en las conferencias y en la subasta online, las citas que se organizaron en la plataforma en línea y la amplia difusión de los eventos que organizamos en el recinto del parque de exposiciones (que todavía se pueden ver en diferido) son para nosotros buenos indicadores de éxito en Francia y en el extranjero. No obstante, es evidente que esto no reemplaza lo fructífero que son los intercambios que pueden tener lugar en los pasillos de la feria, tal y como nos han señalado la mayoría de los participantes.

No obstante, ahora que han abierto la puerta al terreno digital, ¿les preocupa una posible bajada en la asistencia física a futuras ferias?

Si bien no reemplaza la edición física, la experiencia digital tiene la ventaja de llegar más fácilmente a cualquier sitio, a cualquier granja, incluso hasta la cabina del tractor. Así pues, la vía digital nos ha permitido y nos permitirá en el futuro ampliar nuestra gama de servicios y seguramente llegar a una mayor cantidad de personas que no pueden viajar a la feria cada año. En todo caso, si la asistencia disminuyera, seguramente no sería por las posibilidades digitales, sino por la evolución del sector agrario en general (disminución del número de ganaderos...). Por nuestra parte, cada año intentamos adaptar nuestra oferta para que Space conserve su atractivo y, por tanto, su asistencia.

¿Piensan entonces mantener la oferta de actividades digitales en próximas citas?

Sí. Reforzaremos nuestros servicios digitales. También mantendremos otros servicios implementados este año, como nuestro pódcast, que permitirá a todo el mundo mantenerse informado sobre las novedades de la feria y del sector. Ya tenemos alguna idea, como proponer a los organizadores de conferencias que las compartan en diferido, pero todavía estamos esperando los comentarios sobre esta edición para perfilar nuestra posición. También seguiremos de cerca la evolución sanitaria, ya que jugará un papel importante en la toma de decisiones.

► “LA DECISIÓN DE MANTENER DETERMINADOS SERVICIOS DURANTE LAS FECHAS DE LA SPACE FUE UNÁNIME PARA NUESTRO EQUIPO”

¿Qué destacan de la participación del ministro francés de Agricultura en la Space 2020?

La intervención del ministro de Agricultura fue para nosotros una fuerte señal de apoyo a la profesión y un gran impulso para la Space. También fue una oportunidad para él de apoyar a un sector que ha permitido que el país aguantase durante todo el período de confinamiento. Si la cuarentena ha iniciado o no un cambio en las tendencias de consumo (con productos locales, de proximidad), es algo que está lejos de confirmarse hoy en día. La gran distribución está emergiendo fortalecida, lo que preocupa pensando en futuras negociaciones comerciales. En este sentido, el ministro reafirmó su apoyo a la profesión. También quiso lanzar un mensaje tranquilizador ante desafíos como el clima, el bienestar animal, el relevo generacional, la pérdida de puestos de trabajo.... Así mismo, defendió el plan de reactivación del Gobierno, que destinará 1.200 millones de euros al sector agro.

La COVID-19 cambiará nuestras vidas, por lo menos durante varios años. ¿Cómo deberán afrontar esto citas como la Space para poder seguir adelante?

La cancelación de la Space ha creado un hueco en el mundo agrícola, sabemos que los expositores han echado en falta el salón, ya que contribuye enormemente a su actividad comercial. En este sentido, somos optimistas y esperamos volver a la normalidad en 2021. El “Planeta agropecuario” se reunirá de nuevo el próximo año en Rennes con una edición enriquecida gracias a las lecciones aprendidas de estos difíciles momentos. ■