

SPACE 94

P. Costa-Batllori, I. Marzo

Del 15 al 18 de Septiembre se celebró en Rennes (Francia), SPACE 94. Más de 700 expositores, 36.000 m² cubiertos y más de 70.000 visitantes son algunos datos que reflejan la importancia de este certamen. Estos 8 años de Space parece que han consolidado un primer lugar en Francia de este Salón, en detrimento de SIMAVIP y del Salón de París, antaño clásicos dentro del sector ganadero.

Space 94 se autodenomina «El sector de la producción animal». El lema bajo el cual se desarrolló «El futuro, todas direcciones» define, ciertamente, su espíritu y objetivos.

Es interesante destacar su ubicación en Bretaña, región eminentemente ganadera, con 2,2 millones de conejos, con 2,5 millones de bovinos, 6,8 millones de cerdos, 90 millones de pollos y ponedoras, 16 millones de pavos, y 1,7 millones de pintadas. Su perfecta situación al lado del aeropuerto de Rennes y la sobriedad de sus instalaciones, ofrecen un marco especialmente adecuado para el desarrollo del certamen.

La cunicultura estuvo representada por diversas empresas, en su mayoría dedicadas a la selección y venta de reproductores, así como a la fabricación de material ganadero, destacando la presencia de la firma española Extrona. Si bien podemos catalogar la representación de stands dedicados a la actividad cunícola como importante por su valía y calidad de productos presentados, es evidente que no es una actividad masivamente representada en el recinto ferial, suponiendo apenas un 3% de los expositores y con claro predominio de otros subsectores ganaderos.

Un aspecto que merece destacarse son los stands de las fábricas de pienso que en número considerable presentaban su producción. Aunque no se contabilizan como expositores propiamente cunícolas, dedican una especial atención a la promoción de sus piensos para esta especie.

El elevado número de revistas especializadas ganaderas

que se editan, con suficiente capacidad económica para tener su propio stand en el certamen, puede reflejar el nivel técnico del ganadero francés. A destacar como revista técnica especializada exclusivamente en cunicultura «L'eleveur de lapins» que se presentó y expuso junto a otras revistas dedicadas a la avicultura o porcino.

El fuerte espíritu asociativo del ganadero y del profesional francés se hace patente al contemplar la cantidad de cooperativas que presentan su stand. Son numerosas también las asociaciones de ganaderos, de criadores de una raza determinada, de consultores en sus diversos aspectos, etc., reunidos para la defensa de sus propios intereses.

En el ámbito general del mundo agrario cabe destacar las aportaciones técnicas a la gestión y control de las explotaciones con soporte informático, el importante número de productos para la higiene de locales y ambientes presentado y también, como no, los productos ecológicos, que ocupaban un destacado lugar principalmente en cuanto a aditivos y medicamentos naturales, como consecuencia de la presión legislativa de la U.E. También se observa dentro de Space 94 la atención creciente hacia la formación profesional en Francia, tanto oficial como privada.

Posiblemente y como resumen debe ponerse de manifiesto la marcha del sector agrario en su conjunto hacia el objetivo de mayor calidad como premisa fundamental, tanto en cuanto a la producción final como a la de los medios para conseguirla.

Space 94 se ha mostrado como un certamen ganadero de peso dentro de los concertados en Europa y aunque, tal como se ha expuesto, no tiene aún una representación masiva del sector cunícola, tiene un potencial de convocatoria muy importante que, al parecer, va en aumento. Quizá debamos apuntarlo en nuestra agenda para el futuro. ■

ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LA CARNE DE CONEJO

La Junta Directiva de ASESCU, aprobó en su última reunión el protocolo de la investigación que se pretende realizar sobre la carne de conejo en una población de 100.000 habitantes.

El estudio de mercado tiene como finalidad, el incremento de la venta -y consumo- de la carne de conejo.

Las fases a seguir serán:

- Lectura del briefing.
- Primer pase de encuestas a una muestra representativa de distribuidores, expendedores y compradores de carne de conejo.
- Codificación de las respuestas.
- Lanzamiento de una fuerte campaña de publicidad durante una semana en la televisión, prensa y radio locales. Situar posters y folletos con recetas en los puntos de venta.

- Segundo pase de encuestas a los distribuidores, expendedores y compradores para evaluar la incidencia que ha tenido la campaña de publicidad.

- Codificación de las respuestas y ejecución de las órdenes del paquete estadístico SPSS.

- Redacción del informe final que contará con una descripción sociológica de la población y de la muestra; interpretación de las encuestas, una detallada explicación del proceso de creación de los anuncios y las estrategias publicitarias y presentación del material publicitario.

- Evaluación de la campaña.

Boletín de Cunicultura, ofrecerá en el próximo número, un amplio comentario de esta acción. ■