

FIRES L'experiència podria repetir-se en el futur i fer-la compatible amb un certamen presencial

Més de set mil persones interactuen a la Fira virtual de l'Oli i la Garrofa de Jesús

Jesús Redacció

La 26a edició de la Fira de l'Oli de les Terres de l'Ebre i 5a Fira de la Garrofa ha estat la primera que el poble de Jesús ha organitzat de manera virtual, una fórmula que ha acabat tenint un bon balanç en poder difondre l'esdeveniment de manera telemàtica. Unes 7.000 persones han interactuat per l'espai web creat per a l'ocasió, amb una estratègia comunicativa totalment nova per a uns organitzadors que sempre han tingut en la presencialitat un dels èxits del certamen, i que enguany per culpa de la covid-19 no s'ha pogut mantenir. La fira, un dels millors aparadors ebrencs per a donar visibilitat als olis d'oliva verge extra i la garrofa, ha pogut constatar en este nou format l'interès general per accedir a la informació que s'ha posat a disposició dels internautes durant cinc dies, de dijous a dilluns.

El 60% de les visites del web s'ha decantat per anar directament a aspectes concrets del contingut de la pàgina, que era força variat i visual. Així les pàgines més visitades han



Imatge d'una de les conferències organitzades durant els dies de la fira.

estat les de l'àgora de l'oli, on es podia fer una visita virtual per tots els olis presents a la fira, també l'apartat d'expositors, que derivava cap a les respectives pàgines web de les empreses i marques participants, i la mostra gastronòmica amb els vídeos dels xefs ebrencs amb les seues demostracions gastronòmiques amb l'oli d'oliva o la garrofa com a protagonistes. Les visualitzacions a Youtube també han tingut una especial repercussió, destacant

el seguiment dels vídeos de presentació de l'inaugurador, mossèn Paco Vives; del president del concurs de tast, Jordi Curto; de l'alcalde, Víctor Ferrando, i com era d'esperar de l'apartat reservat al veredict del Concurs al Tast dels Olis de les Terres de l'Ebre. El temps de visita de cada internauta és una altra de les dades positives del balanç a partir dels resultats oficials de Google Analytics aconseguits a partir de la informació sobre cerques procedents de Google

Search Console i les visualitzacions de vídeo de YouTube. La mitjana de permanència a la web ha sigut de 7 minuts, i cada usuari ha vist una mitjana de 2,7 pàgines, en què es dedicava un temps de més dos minuts i mig a visualitzar vídeos.

Per a Víctor Ferrando, alcalde de Jesús, atenent les circumstàncies del moment que els ha tocat viure, el balanç és força positiu: **"Si la fira de Jesús ha destacat sempre és per la vida que té al carrer i la capacitat que tenim a l'hora de vincular activitats lúdiques al context comercial de la fira. Però enguany la no presencialitat ens va obligar a reinventar una nova manera per a promocionar l'oli i la garrofa i continuar estant al costat del sector. I penso que hem aconseguit l'objectiu"**. Segons Ferrando, esta manera de fer la fira ens ha permès arribar a llocs i persones on abans no arribaven, **"perquè veure que s'ha seguit l'espai virtual des de qualsevol lloc de Catalunya i de l'estat, que en les conferències i xarrades tècniques s'han connectat des de molts indirectes persones que segurament**

abans no ho feien presencialment, ens obliga a afirmar que la virtualitat ens ha portat més lluny, i que l'oli i la garrofa s'ha promocionat bé. Per exemple, per les dades que tenim, un elevat percentatge de les visites les hem tingut de fora de les Terres de l'Ebre, de prop d'un centenar de poblacions diferents de Catalunya, Espanya i també de l'estranger". Un altre dels comentaris positius que estan tenint els organitzadors de la fira són els que arriben d'expositors i sobretot de productors d'oli d'oliva, que han vist durant els darrers dies com les visites de les seues pàgines oficials han tingut moltes més visites que les habituals. Per a l'alcalde de Jesús l'experiència obligarà a repensar l'edició del 2022 amb un projecte que faça compatible el presencial amb el virtual: **"Si la covid ens està deixant mostres que algunes coses han vingut per a quedar-se, la virtualitat de la fira podria ser-ne una. Des de la comissió organitzadora estudiarem la millor manera per a fer compatible la presencialitat i la virtualitat, perquè s'ha demostrat que esta última genera nous i importants avantatges, com per exemple que els productors d'oli puguem arribar a un públic i un mercat d'àmbit nacional i estatal al qual fins ara no es tenia accés en una fira tradicional"**. ■