



Hecho en los
Pirineos



Creación de 4 productos turísticos transfronterizos para la comercialización

- Abril 2018 -





Estatuto de la Cocina de los Pirineos: HUESCA / HAUTES-PYRÉNÉES

OBJETIVOS GENERALES DEL PROYECTO

- 1. Contribuir a impulsar el desarrollo de un modelo sostenible de turismo transfronterizo, haciendo del producto gastronómico el eje principal y vertebrador capaz de ayudar a posicionarse en los mercados y en la mente del consumidor a través de la identidad Pirineos.**
- 2. Potenciar la gastronomía de la región a través de la colaboración, la integración y el trabajo de agentes locales y sector privado que apostarán por la puesta en valor de productos alimenticios locales y recursos existentes en el territorio.**
- 3. Dar a conocer los diferentes productos locales para, de esta forma, fortalecer la comercialización de los productos agroalimentarios de calidad, el comercio de proximidad, la gastronomía y el turismo.**



Estatuto de la Cocina de los Pirineos: HUESCA / HAUTES-PYRÉNÉES

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

1. Favorecer la **colaboración y cooperación entre los distintos prestadores de servicios** para la formulación de **experiencias conjuntas y su sostenibilidad** en el tiempo. Aprovechar lo mejor de ambos territorios y obtener consenso en la elaboración de un Estatuto con criterios y estándares comunes.
2. **Integrar al tejido empresarial** en un proyecto de mejora y de cooperación interempresarial. Implicar y concienciar a todos los empresarios (artesanos, restauradores, hoteleros, agricultores, guías, etc. en la utilización de métodos ecológicos y sostenibles, trabajar conjuntamente y darlo a conocer.
3. Estructurar **productos experienciales turísticos**. Los productores deben ser protagonistas e interactuar con el turista y poner en valor los productos locales (tomate rosa de Barbastro, trufas, Vino del Somontano, ternasco de Aragón, etc.)
4. Crear **experiencias turísticas atractivas** en base a los recursos y servicios disponibles.
5. Enfocar los productos creados hacia su **comercialización**.
6. **Formar a los agentes locales y a los empresarios** e introducir sus productos en los principales canales de comercialización.
7. **Evaluar y medir los resultados** obtenidos.



Estatuto de la Cocina de los Pirineos: HUESCA / HAUTES-PYRÉNÉES

FASES DEL PROYECTO

- * ELABORACIÓN DE LA NORMA – ESTATUTO DE COCINA DE LOS PIRINEOS.**
- * CREACIÓN DE UNA RED DE RESTAURANTES QUE APLICA EL ESTATUTO.**
- * CREACIÓN DE CUATRO PRODUCTOS TURÍSTICOS.**
- * FORMACIÓN DE 4 ACTORES.**
- * SEGUIMIENTO Y CONTROL.**



Estatuto de la Cocina de los Pirineos: HUESCA / HAUTES-PYRÉNÉES

- 1. Estatuto de la Cocina de los Pirineos. Definición y objetivos. 2 redes con 2 normas**
- 2. Norma y documento de adhesión de los restaurantes de HP de la red "HaPy Saveurs Restaurants".**
- 3. Norma y documento de adhesión de los restaurantes de la red "Huesca la Magia de la Gastronomía. Hecho en los Pirineos".**



Estatuto de la Cocina de los Pirineos:

Objetivos de la norma

- El **fomento del uso de los productos agroalimentarios de Huesca y Hautes-Pyrénées** en los restaurantes de ambos territorios.
- Facilitar la articulación de **oferta turística transfronteriza relacionada con el turismo agroalimentario y gastronómico** de acuerdo con unos criterios de producto.
- Fomentar **alianzas entre los distintos agentes públicos y privados implicados**, buscando el beneficio común.
- Desarrollar una **oferta turística especializada y de calidad en turismo agroalimentario y gastronómico transfronterizo orientada al mercado** y diferenciada frente a otros destinos competidores.
- Promocionar **el turismo agroalimentario y gastronómico bajo una marca conjunta de producto de turismo agroalimentario y gastronómico** de forma que se **potencie la imagen del Pirineo en estos segmentos**.
- La **promoción de la formación y el reciclaje de sus integrantes**.
- Mantener y recabar relaciones con los organismos y entidades establecidas legalmente en dichas competencias, tanto a nivel regional, nacional como internacional, para **fomento de las profesiones y maestrías, de la cultura agroalimentaria y gastronómica** que pudieran ser beneficiosos para los miembros.
- **Promover actividades, así como organizar competiciones y concursos profesionales o “amateurs”,** dentro del ámbito de la restauración y la producción alimentaria.
- **Colaborar con Centros de Formación Profesional vinculados al producto y a la hostelería**, en todo aquello que pudiera ser útil y beneficioso para los futuros profesionales del Pirineo.
- **Participar en la organización de congresos, conferencias, viajes de familiarización y workshops** y otros eventos que puedan fomentar el intercambio con profesionales de la industria alimentaria y la gastronomía de otras provincias y regiones españolas y del extranjero.
- **Conservar, explicar y difundir el patrimonio cultural del Pirineo Central.**
- **Impulsar un producto turístico gastronómico asociado a las tradiciones aragonesas y bigourdennes** y que impliquen a todo el territorio.
- Crear **un producto turístico que considere a los productores y elaboradores** de los productos gastronómicos.
- **Aportar valor a la experiencia turística** en el Pirineo Central.
- **Apoyar la promoción de la oferta y recursos gastronómicos.**
- **Fomentar el desarrollo de actividades gastronómicas turísticas.**
- **Disponer de una agenda de eventos gastronómicos en el Pirineo central.**



Estatuto de la Cocina de los Pirineos:

Requisitos de la norma

- **Estar legalizado para realizar la actividad y ejercerla en Huesca o en Hautes-Pyrénées.**
- **Instalaciones en buenas condiciones conforme a los requerimientos de la Administración competente en cada territorio.**
- **Predisposición al trabajo en red con el resto de miembros.**
- **En el futuro, pago anual de la cuota de participación por pertenencia a la red de la Cocina de los Pirineos y beneficiarse de sus actividades.**
- **Firma del protocolo de adhesión. En Huesca, con validez anual y estará sujeto a la campaña de promoción que TUHUESCA establezca para los productos en concreto de turismo gastronómico en el año en curso. En Hautes-Pyrénées, l'Acte d'Engagement au cahier des charges HaPy Saveurs Restaurants.**



Estatuto de la Cocina de los Pirineos:

Requisitos comunes de la norma

- Las empresas que forman parte del “Estatuto de Cocina de los Pirineos” **ensalzan los productos de origen local con su saber hacer y ofrecen a los clientes una carta con una fuerte identidad pirenaica, destacando la autenticidad y el sabor de los productos locales.**
- Todo restaurante y productor agroalimentario que forma parte de la Red, debe poder **demostrar que utiliza productos de la provincia de Huesca o de Hautes Pyrénées, en la elaboración de sus platos.**
- **Durante todo el año, al menos tres productos locales de temporada deben ser incluidos en la carta del restaurante, en alguna de las siguientes categorías:**
 - Carne.
 - Verduras / frutas / legumbres / arroces / y otros vegetales
 - Vinos / cervezas / licores / y otras bebidas
 - Pescado
 - Quesos y lácteos
 - Panadería y repostería
- Las empresas que sean miembros **contarán con profesionales que se esfuercen visiblemente por vincular su gastronomía a los Pirineos y, a través de ello, puedan convertirse en embajadores** de la zona en cuestión.
- **El propietario del restaurante y el productor se implican también en una labor de pedagogía orientada a defender un estilo de vida basado en comer bien.** La participación en **iniciativas individuales o colectivas dirigidas a jóvenes** en particular debe formar parte de su compromiso.
- A través de su participación en esta Red, la empresa **participa en el fortalecimiento de los vínculos entre la agricultura, la gastronomía y el turismo; tres activos del territorio que deben ir asociados en iniciativas de sinergias con la marca “Huesca la magia – Hecho en los Pirineos”**
- La empresa **dispone de información completa y actualizada sobre el resto de miembros que forman parte del “Estatuto de Cocina de los Pirineos” (objetivos, miembros, etc.).** Asimismo, dispondrán de un **display o similar con la imagen de marca a la vista de clientes y proveedores de acuerdo con lo que se establezca para la imagen corporativa.**
- Las empresas **dispondrán de información de la Red en su página web o similar.** La empresa informará a través de su **página web o similar de esta Red y sus actividades.**
- Las **empresas aprovechan y promueven el uso de productos autóctonos y los servicios locales** en las zonas donde operan.



Estatuto de la Cocina de los Pirineos:

Requisitos específicos

- **Las cartas, las hojas de menús de día o cualquier sistema de soporte de ventas (pizarras, carteles u otros) incorporarán la imagen corporativa** de marca definida destacando la calidad de miembro del establecimiento de acuerdo con lo que se establezca para la imagen corporativa.
- **Disponer de productos autóctonos del Pirineo Central en la oferta gastronómica del restaurante.** *(Ver punto 3 de los requisitos comunes de la presente norma)*
- **Se dispondrá de oferta gastronómica vinculada a la tradición del Pirineo Central.** La oferta incluirá platos con productos y elaboraciones tradicionales inspirados a partir de platos de la cocina tradicional. **Esta particularidad se reflejará en la carta.**
- **La oferta de vinos tiene que incluir al menos 3 referencias de vinos elaborados en el Pirineo Central.**
- En el caso de que el restaurante disponga de **referencias propias del territorio con DOP, IGP o marca local del territorio, éstas se harán visibles en la carta o soporte similar.**
- **El restaurante es una referencia directa y comercial con orientación al menos a 3 productores de la zona.**
- **El restaurante ofrece al cliente la oportunidad de informarse sobre dónde comprar productos alimenticios del Pirineo Central.**
- **Organiza y/o participa en eventos gastronómicos que se organizan en la zona de los Pirineos.**



CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO



Creación de cuatro productos turísticos (I)

La configuración de estos productos experienciales ayudará a conseguir los siguientes **objetivos:**

1. Crear nuevos productos sin obviar los ya existentes.
2. Favorecer la **cooperación** y por lo tanto la **sinergia** entre **los empresarios de la red** y así **fomentar colaboraciones futuras**.
3. Incrementar y **diversificar la oferta de servicios en el destino** mediante la creación de dichos productos para favorecer la **competitividad**.
4. Diseñar **experiencias turístico – gastronómicas originales, innovadoras y atractivas** en un formato y un modelo **sostenible y perdurable en el tiempo**.
5. **Aumentar las posibilidades de comercialización de los productos gastronómicos del destino**.





Creación de cuatro productos turísticos (II)

Los productos / experiencias gastronómicas propuestas atenderán al formato **recorrido – degustación gastronómica y conocimiento de los productos y sus productores incluyendo cenas o comidas en restaurantes del Pirineo y visita a los productores.**

La temática girará en torno a:

TERRITORIO – PRODUCTO – ALIMENTACIÓN - GASTRONOMÍA

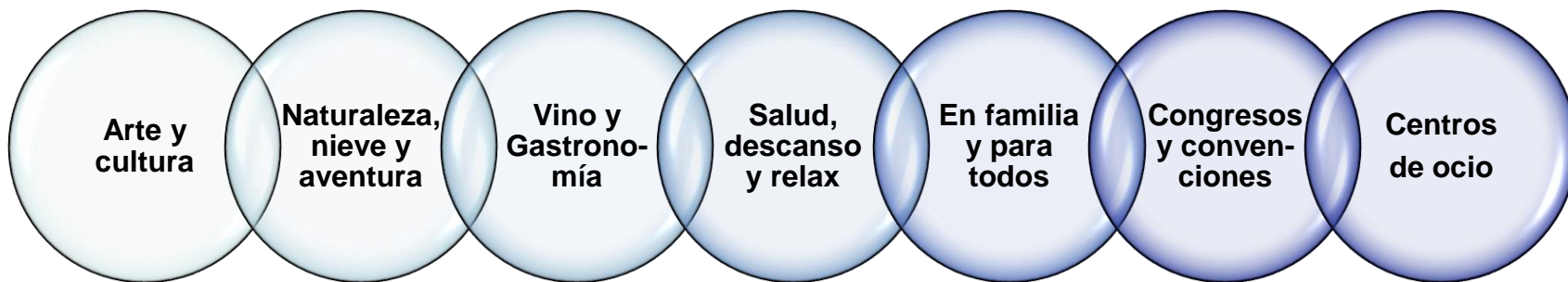
Además, deberán partir de **tres premisas para su desarrollo:**

- **Practicidad:** cuanto más prácticas sean, más fáciles serán de llevar a cabo.
- **Factibilidad:** las actuaciones deberán ser ambiciosas pero a la vez deberán ser alcanzables y adaptadas al mercado y a los segmentos que determinemos. En caso contrario, estaríamos generando objetivos no alcanzables y una pérdida de credibilidad.
- **Adecuación presupuestaria:** rigurosidad en el gasto y en la eficacia de las actuaciones propuestas. Es por ello que se priorizarán aquellas de mayor eficiencia y menor coste, y que ofrezcan mayor beneficio,

Ejemplo de productos

Productos	Modalidad de producto	Empresa de servicios
Producto 1	Visita a productor + cena en restaurante.	Productor: Bodegas xxxxxx Restaurante: El xxxxxxx.
Producto 2	Recorrido por tres queserías + degustación <i>in situ</i> (preparada por restaurante próximo).	Productores: Queserías xxxxxxx Restaurante: xxxxx

Enlace con otros productos



www.huescalamagia.es



SEGMENTOS ¿A quién nos dirigimos?





Ejemplos de enlace con otros productos y por segmentos

	Rural y Naturaleza	Salud y bienestar	Arte, cultura y patrimonio	Gastronomía y enoturismo	Eventos
Familias	Recorridos con carretas para niños	Reciclaje en el Camino	Conoce el Camino de Santiago	Elaboraciones con producto local para niños	El día de la familia en el Camino
Parejas	El Camino de 2 en 2	Spa en el Camino	Acceso al, arte, cultura y patrimonio 2x1	Catas gastronómicas para dos	El día de la pareja en el Camino
Amigos	Actívate en el Camino	x	x	El Camino y sus vinos	El día de los amigos en el Camino
Negocios	Me reúno haciendo el Camino; a pie, en bici, a caballo	x	x	Negocio en el Camino y entre vinos	x



MERCADOS. Otros.

Mercado	Producto
Inglés	Ornitología en el Camino / Aprende español haciendo el Camino
Francés	Enogastronomía e historia en el Camino / Aprende español haciendo el Camino



**La gente quiere ser parte de algo grande...
más que ellos mismos**

**Los negocios no tienen emociones.
Las personas sí**

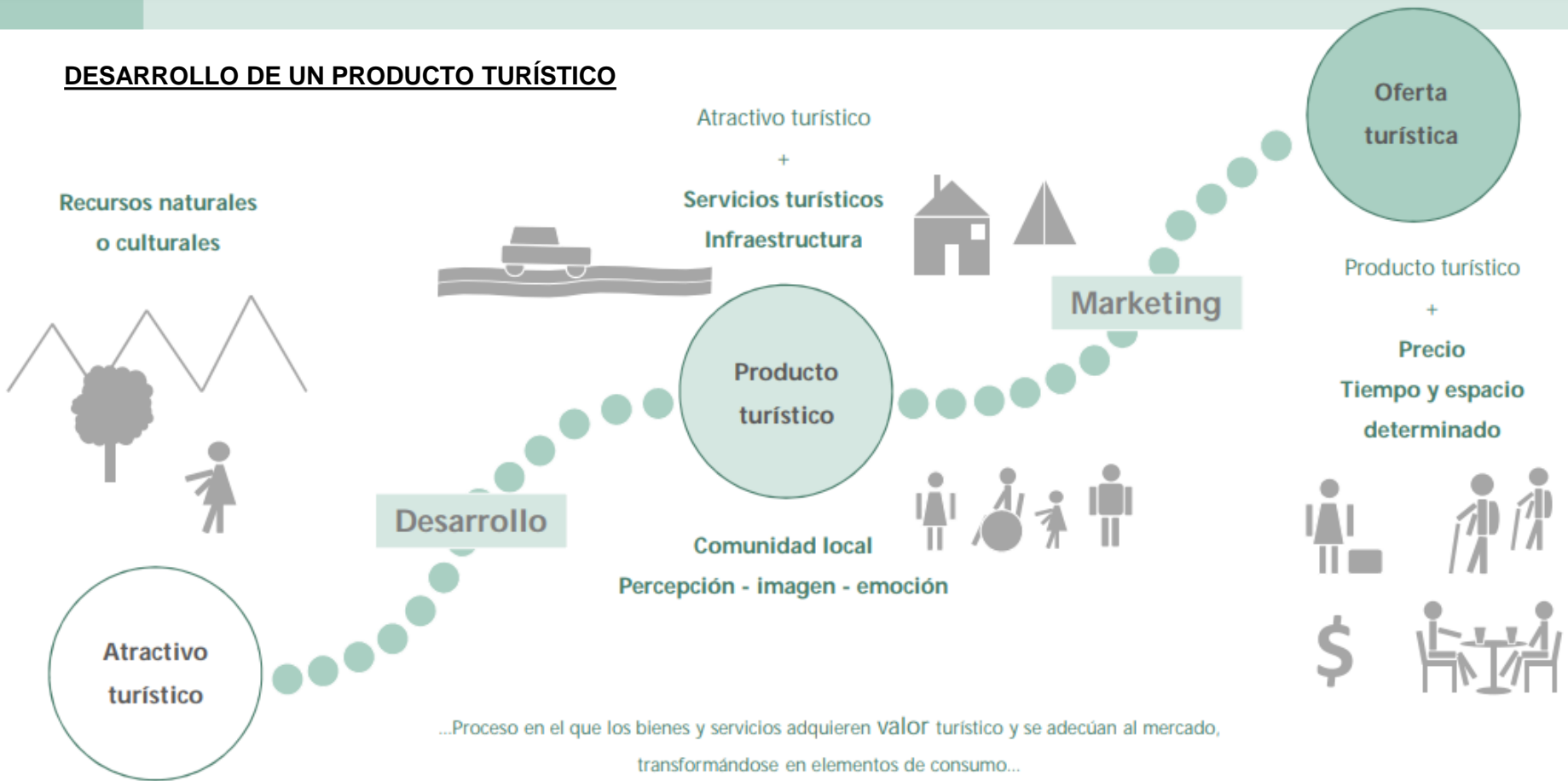
**La gente quiere sentirse incluida y formar
parte de algo**

**La gente quiere
entender**

Las personas quieren sentir



DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO





FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR



Localización:	
Nombre del producto/recurso:	
Recursos utilizados:	
A quién va dirigido (perfil y mercado)	
Descripción del producto/recurso:	
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	
Singularidades del producto:	
Precio:	
Otros comentarios:	



Estatuto de la Cocina de los Pirineos: HUESCA / HAUTES-PYRÉNÉES

Productos a promocionar:

- 1. Inclusión en los itinerarios transfronterizos ya creados: “Road Trip Pyrénéés” (Ej.: Lo mejor de los Pirineos). Enfoque itinerario**
- 2. Visita al productor local y degusta Pirineos. Enfoque producto**
 - Ruta de queserías + restaurantes
 - Ruta de vino + restaurantes
 - Rutas de productos locales
 - Etc.
- 3. Trufiturismo en los Pirineos. Enfoque producto**
- 4. Pirineos Educa Gastronomía. Enfoque demanda**
 - Escuelas de Hostelería
 - Público en general con interés en la alimentación y la cocina
- 5. Pirineos Alimenta y Pedalea. Enfoque demanda**
 - Ciclista profesional y amateur
 - Cicloturista



Hoteles y Restaurantes Huesca

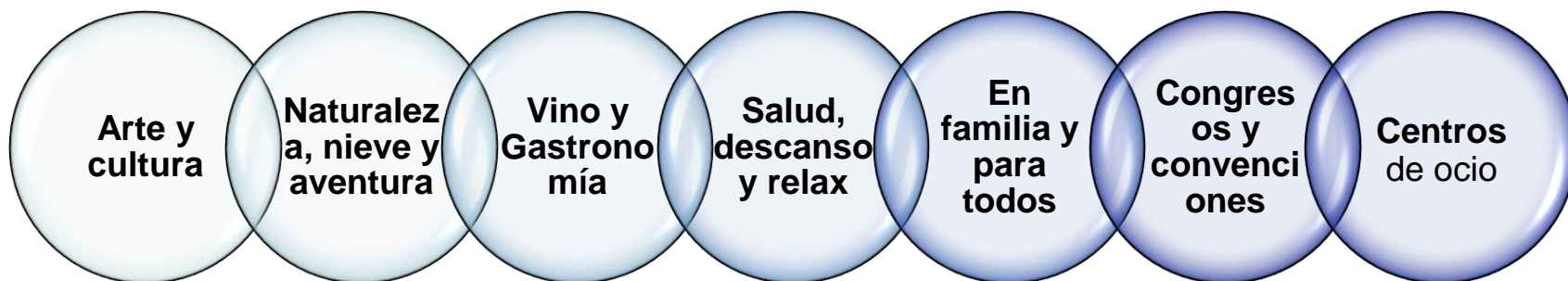




CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO



Enlace con otros productos



www.huescalamagia.es



SEGMENTOS. ¿A quién nos dirigimos?





FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR



Localización:	
Nombre del producto/recurso:	
Recursos utilizados:	
A quién va dirigido (perfil y mercado)	
Descripción del producto/recurso:	
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	
Singularidades del producto:	
Precio:	
Otros comentarios:	



ROAD TRIP PIRINEOS

www.pyrenees-trip.es

ones Cegos, E-learning PLAN DE TURISMO Plan Estratégico de Google Sites Plan de Marketing d Bienvenida de la Pre UNWTO Knowledge



LOS BELLÍSIMOS ITINERARIOS DE LOS PIRINEOS

LA BOUTIQUE DE VUESTRAS VACACIONES +33 5 62 56 70 00



LOS IMPRESCINDIBLES • LOS ITINERARIOS • ESCAPADAS • LAS ESTANCIAS • LOS VALLES • BOUTIQUE DE LOS ALTOS PIRINEOS

BALNÉA

“Momento de reinventar el agua caliente!”



1

LOS ITINERARIOS

T+ | T- | 📄 | + |  J'aime 1

Con estos 5 itinerarios que os llevan entre Francia y España, el « RoadTrip » Pirenaico es de la misma suerte. Os embarca al descubrimiento de un “país” que no tiene fronteras: los Pirineos. Os abre vías de acceso reales a lugares de excepción, a paisajes grandiosos, a experiencias únicas y a recuerdos inolvidables.

LOS ITINERARIOS

En el mapa



1

LOS ITINERARIOS

T+ | T- | 📄 | + |  J'aime 1



1

LO MEJOR DE LOS PIRINEOS

FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR



Localización:	Huesca Pirineos: Jaca y Ainsa Hautes Pyrénées: Saint Lary
Nombre del producto/recurso:	Lo mejor de los Pirineos
Recursos utilizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes Huesca: Lilum, Asador Corbacho, Callizos 1 y 2, La Carrasca, Bodegas de Ainsa y Bodegón de Mallacán. • Restautante Francia: La GRANGE Le MANGEOIRE (HÔTEL MERCURE SENSORIA) RESTAURANT LA PERGOLA • Producto Local
A quién va dirigido (perfil y mercado)	<ul style="list-style-type: none"> • Residente de la zona en la que transcurre el producto • Parejas y grupos de amigos de ámbito español • Parejas y grupos de amigos de ámbito francés
Descripción del producto/recurso:	<p>Ignorando las fronteras, este itinerario os lleva a descubrir lo más grandioso que tienen los Pirineos: las cumbres, cañones y circos inscritos en el Patrimonio Mundial de la Humanidad, un lugar de Apariciones, un sitio de observación del cielo más puro de Europa...</p> <ul style="list-style-type: none"> • 7 días/7 noches en casas de huéspedes y hoteles 3 y 4* con desayunos, en Jaca, Ainsa, Benasque, Saint-Lary, Gavarnie, Cauterets, Lourdes • 1 pase Lugares Emblemáticos Pic du Midi (acceso en teleférico a la cima) + Cauterets-Pont d'Espagne (parking, telecabina de Puntas y telesilla del Lago de Gaube) • 1 entrada (2h) en los balnearios Balnéa, Cieléo y Les Bains du Rocher, con balsas interiores, lagunas exteriores, sauna, hammam, jacuzzi... <p>Kms: 670 kms Estancia: 7 noches</p>
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	<p>www.huescalamagiadelagastronomia.com www.huescalamagia.es http://www.pyrenees-trip.es http://www.hapy.chambre-agriculture.fr/saveurs-terroirs/hapy-saveurs/</p> <p>Agencias de receptivo</p>
Singularidades del producto:	<p>Durante 7 días y 7 noches, el cliente conoce los puntos más destacados de los Pirineos y su gastronomía a partir del producto local.</p> <p>Itinerario ya marcado para recorrer en libertad</p> <p>Ninguna logística a gestionar</p> <p>Programa variado con momentos de descanso</p>
Precio:	A partir de 501 €/persona
Otros comentarios:	Es conveniente, en el marco del proyecto "Estatuto de Cocina de los Pirineos" destacar en este itinerario, la gastronomía local y recomendar los restaurantes que forman parte de la Red Española-Francesa.

2

RUTA DE QUESERÍAS DE LOS PIRINEOS

FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR    	
Localización:	Huesca Pirineos: todas las ubicaciones en las que hay restaurantes en la Red. Hautes Pyrénées: todas las ubicaciones en las que hay restaurantes en la Red.
Nombre del producto/recurso:	Ruta de queserías de los Pirineos
Recursos utilizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes: todos los que están adheridos a la Red HP-HP • Queserías ubicadas en la provincia de Huesca y en la zona de Hâutes Pyrénées que estén en disposición de recibir visitas.
A quién va dirigido (perfil y mercado)	<ul style="list-style-type: none"> • Residente de la zona en la que transcurre el producto • Público nacional • Público francés • MICE. Reuniones y días de incentivo para empresas
Descripción del producto/recurso:	Recorridos por Huesca y por Hâutes Pyrénées en los que el elemento de unión es el queso. Itinerarios para recorrer queserías que ofrecen venta de producto o visita más venta de producto Kms: kms Estancia: pdte identificar hoteles
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	www.huescalamagiadelagastronomia.com www.huescalamagia.es http://www.hapy.chambre-agriculture.fr/saveurs-terroirs/hapy-saveurs/ Agencias de receptivo
Singularidades del producto:	Conocimiento y aprendizaje del queso como elemento característico en ambos territorios. Producto consumible en español y en francés.
Precio:	Pendiente
Otros comentarios:	Producto encaminado a ensalzar el queso de la zona de Huesca y de Hâutes Pyrénées. Ayuda a estrechar el vínculo entre productor y restaurador ofreciendo una experiencia más completa y de territorio a cliente y a unir la zona de Huesca y la correspondiente a Francia Pirineos.

2

RUTA DE QUESERÍAS DE LOS PIRINEOS

QUESERÍAS HUESCA PIRINEOS-HAUTE PYRÉNÉES



- Queserías venta
- Queserías visita + venta

3

TRUFITURISMO EN LOS PIRINEOS

FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR    	
Localización:	Huesca Pirineos: Huesca, Aínsa, Graus y Jaca Hautes Pyrénées: Saint-Savin
Nombre del producto/recurso:	Trufiturismo en los Pirineos
Recursos utilizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes: Liliun, Corbacho, Callizo, La Carrasca, Bodegas de Aínsa, Bodegón de Mallacán, Mérida, Pedro I, El origen, El Pesebre y Lillas Pasta en Huesca. Le Viscos, en Francia. • Truficultor local vinculado a la trufa/Guía de apoyo si se precisa
A quién va dirigido (perfil y mercado)	<ul style="list-style-type: none"> • Residente de la zona en la que transcurre el producto con perfil sénior de poder adquisitivo medio-alto • Público nacional con perfil sénior de alto poder adquisitivo • Público francés con perfil sénior con alto poder adquisitivo • MICE. Reuniones y días de incentivo para empresas
Descripción del producto/recurso:	<p>Vive la experiencia de conocer de primera mano este producto alimenticio. Sal al campo a buscarlo y recogerlo. Conoce las técnicas y su preparación.</p> <p>En la zona de Huesca Pirineos y Hautes Pyrénées se trabaja desde el punto de vista gastronómico con el Tuber Melanosporum. Este requiere de condiciones geográficas, climáticas y geológicas adecuadas para poder desarrollarse.</p> <p>A día de hoy, la trufa, se ha convertido en algunas zonas de interior en uno de los principales motores de la economía local, permitiendo que los residentes tengan otra oportunidad de futuro en la zona.</p> <p>Día 1. Huesca-Pirineos Conocimiento de la trufa, búsqueda y recogida Compra de trufa a un productor local Recomendaciones y trabajo conjunto en sala (cliente y cocinero). Ej.: rallar la trufa</p> <p>Día 2. Hautes Pyrénées Conocimiento de la trufa, búsqueda y recogida Compra de trufa a un productor local Recomendaciones y trabajo conjunto en sala (cliente y cocinero). Ej.: rallar la trufa</p> <p>Kms: 570kms Estancia: 1 noche a elegir hotel en la parte de Huesca o en la francesa.</p>
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	www.huescalamagiadelagastronomia.com www.huescalamagia.es http://www.hapy.chambre-agriculture.fr/saveurs-terroirs/hapy-saveurs/ Agencias de receptivo
Singularidades del producto:	Conocimiento y aprendizaje versus la Trufa Producto consumible en español y en francés.
Precio:	
Otros comentarios:	

4

PIRINEOS EDUCA GASTRONOMÍA (1)

FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR    	
Localización:	Huesca Pirineos: Huesca, Aínsa, Jaca, Biescas, Escalona, Plan, Tolva y Fraga Hautes Pyrénées: Luz Saint Sauveur, Viscos, Baréges, Saint-Savin, Saint Lary Soulan, Nestier, Bagnères-de-Bigorre y Tarbes
Nombre del producto/recurso:	Pirineos Educa Gastronomía (1)
Recursos utilizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes Huesca: todos los restaurantes de la Red de Huesca • Restaurantes Francia: todos los restaurantes ubicados en la localización en la que transcurre el producto
A quién va dirigido (perfil y mercado)	<ul style="list-style-type: none"> • Escuelas de cocina españolas y francesas localizadas en la zona en la que transcurre el producto • Escuelas de cocina del resto de España/Francia
Descripción del producto/recurso:	<p>Durante 2 semanas al año (febrero y marzo) se realiza un intercambio entre escuelas de cocina de Huesca Pirineos y Hautes Pyrénées para conocer el producto local de la zona en la que no residen. Se recomienda mezclar los grupos de alumnos para conseguir una experiencia mayor.</p> <p>Itinerario 1 (5 días): Fraga – Huesca – Jaca – Biescas – Luz Saint Sauveur – Viscos – Baréges – Saint-Savin</p> <p>Itinerario 2 (5 días): Tolva – Aínsa – Escalona – Plan – Saint Lary Soulan – Nestier – Bagnères-de-Bigorre - Tarbes</p> <p>Kms itinerario 1: 824 kms</p> <p>Kms itinerario 2: 350 kms</p> <p>Estancias: 4 noches para los dos itinerarios</p> <p>*Cada restaurante deberá poder preparar una sesión de aprendizaje de producto local para los alumnos. En el caso de localidades en las que hay varios restaurantes, se consensuará en cada caso, quién los recibe y/o si se hace una acción conjunta.</p>
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	www.huescalamagiadelagastromia.com www.huescalamagia.es http://www.hapy.chambre-agriculture.fr/saveurs-terroirs/hapy-saveurs/ Agencias de receptivo
Singularidades del producto:	<p>Conocimiento y aprendizaje para los alumnos</p> <p>Producto consumible en español y en francés.</p> <p>Favorece al intercambio de alumnos de los dos países</p> <p>Actividad a realizar entre semana, estableciendo acuerdos con Escuelas de cocina de los dos territorios.</p>
Precio:	A negociar en cada caso con las Escuelas de Cocina
Otros comentarios:	El objetivo de este producto es poner en valor la gastronomía local desde las Escuelas de Cocina consiguiendo así abanderados y promotores de la Gastronomía de los Pirineos.

4

PIRINEOS EDUCA GASTRONOMÍA (2)

FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR    	
Localización:	Huesca Pirineos: Huesca, Aínsa, Jaca, Biescas, Escalona, Plan, Tolva y Fraga Hautes Pyrénées: Luz Saint Sauveur, Viscos, Baréges, Saint-Savin, Saint Lary Soulan, Nestier, Bagnères-de-Bigorre y Tarbes
Nombre del producto/recurso:	Pirineos Educa Gastronomía (2)
Recursos utilizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes Huesca: todos los restaurantes de la Red de Huesca • Restaurantes Francia: todos los restaurantes ubicados en la localización en la que transcurre el producto
A quién va dirigido (perfil y mercado)	<ul style="list-style-type: none"> • Público en general con interés en la alimentación y la cocina • Origen español/francés
Descripción del producto/recurso:	<p>Durante el año los restaurantes que participan en esta iniciativa, ofrecen producto local de temporada y dedican tiempo al cliente a explicar el producto que consumen y cómo poder prepararlo.</p> <p>Itinerario 1 (5 días): Fraga – Huesca – Jaca – Biescas – Luz Saint Sauveur – Viscos – Baréges – Saint-Savin Itinerario 2 (5 días): Tolva – Aínsa – Escalona – Plan – Saint Lary Soulan – Nestier – Bagnères-de-Bigorre - Tarbes</p> <p>Kms itinerario 1: 824 kms Kms itinerario 2: 350 kms Estancias: 4 noches para los dos itinerarios *En el caso de localidades en las que hay varios restaurantes, se consensuará en cada caso, quién los recibe y/o si se hace una acción conjunta.</p>
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	www.huescalamagiadelagastromia.com www.huescalamagia.es http://www.hapy.chambre-agriculture.fr/saveurs-terroirs/hapy-saveurs/ Agencias de receptivo
Singularidades del producto:	Conocimiento y aprendizaje para el cliente Producto consumible en español y en francés. Favorece a conocer los productos de ambas zonas de los Pirineos Actividad a realizar durante todo el año, entre semana o fines de semana, previo acuerdo con los restaurantes
Precio:	Pdte.
Otros comentarios:	El objetivo de este producto es poner en valor la gastronomía local de cara al cliente final para que conozca de primera mano los productos de alimentación de cada zona.

5

PIRINEOS ALIMENTA Y PEDALEA

FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR



Localización:	Huesca Pirineos: Huesca, Aínsa, Jaca, Biescas, Escalona, Plan, Tolva y Fraga Hautes Pyrénées: Luz Saint Sauveur, Viscos, Baréges, Saint-Savin, Saint Lary Soulan, Nestier, Bagnères-de-Bigorre y Tarbes
Nombre del producto/recurso:	Pirineos Alimenta y Pedalea
Recursos utilizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes Huesca: todos los restaurantes de la Red de Huesca • Restaurantes Francia: todos los restaurantes ubicados en la localización en la que transcurre el producto
A quién va dirigido (perfil y mercado)	<ul style="list-style-type: none"> • Clubs de ciclismo profesionales • Clubs de ciclismo amateurs • Centros de BTT (x5) de Huesca y Hautes Pyrénées. Cicloturistas españoles y franceses.
Descripción del producto/recurso:	<p>Este producto se consume entre semana para desestacionalizar las temporadas habituales de turismo.</p> <p>Este producto se adapta a las necesidades de los deportistas y por tanto, se acuerda previamente antes de la llegada con los Clubs, los requerimientos alimenticios y horarios de los deportistas.</p> <p>Este producto se consume en bicicleta de carretera.</p> <p>Los deportistas realizan su entrenamiento a la vez que conocen el producto gastronómico local de la zona de Huesca Pirineos y Hautes Pyrénées.</p> <p>Itinerario 1 (5 días): Fraga – Huesca – Jaca – Biescas – Luz Saint Sauveur – Viscos – Baréges – Saint-Savin</p> <p>Itinerario 2 (5 días): Tolva – Aínsa – Escalona – Plan – Saint Lary Soulan – Nestier – Bagnères-de-Bigorre - Tarbes</p> <p>Kms itinerario 1: 824 kms</p> <p>Kms itinerario 2: 350 kms</p> <p>Estancias: 4 noches para los dos itinerarios</p>
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	<p>www.huescalamagiadelagastronomia.com</p> <p>www.huescalamagia.es</p> <p>https://pyreneescyclinglodge.com/</p> <p>http://www.hapy.chambre-agriculture.fr/saveurs-terroirs/hapy-saveurs/</p> <p>Agencias de receptivo</p>
Singularidades del producto:	<p>Producto adaptado a los deportistas que pone en valor la gastronomía de los Pirineos y los beneficios de ésta para el deportista.</p> <p>Los ciclistas hacen sus rutas, conociendo y aprendiendo sobre el producto específico de cada zona.</p>
Precio:	A negociar en cada caso con los Clubs de Ciclismo
Otros comentarios:	El objetivo de este producto es poner en valor la gastronomía local vinculándola al deporte.

VISITA AL PRODUCTOR LOCAL Y DEGUSTA PIRINEOS

6

FICHA DE PRODUCTO CON ACTIVIDAD SINGULAR



Localización:	<u>Huesca Pirineos</u> : todas las ubicaciones en las que hay restaurantes en la Red. <u>Hautes Pyrénées</u> : todas las ubicaciones en las que hay restaurantes en la Red.
Nombre del producto/recurso:	Visita al productor local y degusta Pirineos
Recursos utilizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes: todos los que están adheridos a la Red HP-HP • Productor local próximo a cada restaurante
A quién va dirigido (perfil y mercado)	<ul style="list-style-type: none"> • Residente de la zona en la que transcurre el producto • Público nacional • Público francés • MICE. Reuniones y días de incentivo para empresas
Descripción del producto/recurso:	<p>Itinerarios por Huesca y por Hautes Pyrénées en base a producto local. Conocer un producto local específico de la zona en la que se encuentra el restaurante en cuestión, de la mano del productor local.</p> <p>A continuación, la comida o cena, al menos un plato es elaborado con el producto que se ha conocido.</p> <p>Ejemplo: Ruta del Queso, Ruta del Vino, Ruta de productos locales</p> <p>Kms: kms Estancia:</p>
Páginas webs de promoción y comercialización del producto:	<p>www.huescalamagiadelagastromia.com</p> <p>www.huescalamagia.es</p> <p>http://www.hapy.chambre-agriculture.fr/saveurs-terroirs/hapy-saveurs/</p> <p>Agencias de receptivo</p>
Singularidades del producto:	<p>Conocimiento y aprendizaje de producto local y de proximidad al restaurante en el que se va comer/cenar.</p> <p>Producto consumible en español y en francés.</p>
Precio:	Pendiente
Otros comentarios:	<p>Producto encaminado a ensalzar el producto local de proximidad que tenga cada restaurante.</p> <p>Ayuda a estrechar el vínculo entre productor y restaurador ofreciendo una experiencia más completa y de territorio a cliente.</p>

