

DESARROLLO DE UN MODELO PARA EL PONER EN VALOR TURÍSTICO DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS EN LOS VALLES DE LOS PIRINEOS Y CAPACITACIÓN ESPECIALIZADA DE LOS ACTORES DE ESTOS VALLES

FASE 1: ESTUDIO DE MODELOS DE RELACIÓN ENTRE PRODUCTORES, RESTAURADORES Y OTRAS PARTES INTERESADAS DEL TURISMO EN CUATRO TERRITORIOS.

Recordatorio del objetivo: los modelos de relación a desarrollar tienen como objetivo la construcción de productos turísticos accesibles a públicos diversos, públicos en autonomía o al público acompañados por un operador turístico que promueve la mediación entre el público y el territorio.

El trabajo incluye:

- El Diseño de modelos de negocio innovadores.
- La selección de 4 territorios, con delimitaciones propuestas.
- Un diagnóstico inicial de recursos y habilidades
- Una identificación de temas turísticos prometedores

MÉTODO UTILIZADO:

- ✓ Análisis documental de todos los valles de las montañas que pueden cumplir los criterios generales del proyecto: estar en una zona de montaña, reunir actores agrícolas que comercializan en cortocircuito, restaurantes que adquieren productos locales, recursos culturales en relación con el patrimonio agrícola, ...
- ✓ Reunión de algunos jugadores clave en cada uno de los territorios para conocer la dinámica actual, poner a prueba el interés general del proyecto, discutir propuestas iniciales de modelos turísticos que asocian de manera innovadora a los actores de los territorios.
- ✓ Selección de territorios basados en este diagnóstico inicial de recursos y habilidades
- ✓ Síntesis de modelos y pistas prometedoras, definidas a través de este diagnóstico inicial.

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA FASE 1:

I- Selección de 4 territorios según un diagnóstico de recursos y habilidades. **p. 2**

Conclusión sobre la selección de territorios: **p. 17**

II- Presentación de modelos innovadores basados en los resultados de este diagnóstico y pistas correspondientes prometedoras **p. 18**

I- SELECCIÓN DE 4 TERRITORIOS SEGÚN UN DIAGNÓSTICO DE RECURSOS Y HABILIDADES.

Los diferentes territorios de montaña en los Altos Pirineos (Hautes-Pyrénées) y Huesca cuentan todos con un atractivo para desarrollar modelos de relaciones económicas entre la agricultura y el turismo. El marco del estudio (presupuesto asignado, tiempo del estudio con sus 150 jornadas de animación), obliga sin embargo a limitar la zona de experimento inicial a dos territorios, para poder así elaborar modelos turísticos operativos al final del estudio. Estos dos territorios se consideran como territorios piloto, a partir de los cuales los modelos establecidos puedan ser trasladados a otros territorios no seleccionados al inicio. Este traslado podrá ser facilitado por un lado gracias al seminario de presentación de los resultados que será organizado en uno de estos territorios. Por otra parte, veremos que los territorios seleccionados tienen numerosas relaciones con otros territorios vecinos, y estas relaciones favorecen naturalmente la difusión de los modelos estudiados.

A- ELECCIÓN DE LOS TERRITORIOS DE MONTAÑA DE LOS HAUTES-PYRENEES.

Basándonos en la diferenciación propuesta por la web « be-Happy », hemos comparado 7 territorios.

Por otro lado, el estudio inicial nos lleva a reagrupar dos territorios en uno sólo : Valle de Aure (y Saint Lary) y Valle de Louron, considerando las relaciones fuertes que hay entre los productores de estos valles y la existencia de una conexión privilegiada a través de una ruta pitoresca entre los dos valles pasando por Azet (y la casa del Pastoralismo).

Los territorios se clasificaron de acuerdo con 5 criterios objetivos que nos parecen más favorables, por una parte, para el establecimiento de modelos de relaciones "agricultura-turismo" dentro de estos territorios (primeros 3 criterios) y para el establecimiento de relaciones entre territorios de los Altos Pirineos y los territorios de Huesca (Criterios 4 y 5). Estas relaciones son interesantes para el desarrollo de productos turísticos transfronterizos.

Selección de los territorios de Hautes-Pyrénées según 5 criterios

| Territorios | Cr. nº 1 | Cr. nº 2 | Cr. nº 3 | Cr. nº 4 | Cr. nº 5 | Puntuación Total |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|
| Argelès Gazost-val d'Azun-Hautacam | 6 | 6 | 3 | 2 | 2 | 19 |
| Vallée d'Aure et vallée du Louron | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 18 |
| Luz Saint Sauveur et Pays Toy | 3 | 4 | 2 | - | - | 9 |
| Le grand Tourmalet : vallée de Campan et Barèges | 3 | 3 | 2 | - | - | 8 |
| Gavarnie | 1 | 1 | - | - | 2 | 4 |
| Cauteret – Pont d'Espagne | 1 | 1 | - | - | - | 2 |

De acuerdo con estos criterios, dos territorios se destacan claramente, lo que permite considerar que los diferentes modos de ponderación elegidos para los diferentes criterios, que podrían discutirse, no afectan esta selección de estos dos territorios.

Criterio de selección 1 : presencia de explotaciones agrícolas en circuitos cortos para producciones típicas, y abiertas a visitas turísticas

Un factor que consideramos favorable es el número de productores que pertenecen a la red **Bienvenido a la granja**. Este sello demuestra una apertura a recibir al público y una iniciativa de instaurar las condiciones adaptadas para este recibimiento (disposición adaptada al confort y al paso del público, organización de planes de trabajo para disponer de momentos para recibir a gente y también que respete la normativa sanitaria : condiciones de conservación de los productos a degustar, condiciones de preparación de los platos o degustación, prevención de transmisión de gérmenes vía los visitantes, etc...).

Según este criterio de adhesión a la red « Bienvenido a la granja », el territorio del **Valle de Azun** es el mejor posicionado (6 productores), con los valles de **Aure y Louron** (3 productores). En estos dos valles, otros productores acogen regularmente al público aunque no forman parte de la red, y lo hacen sobre producciones que suponen menos obligaciones sanitarias: Producciones de verduras, de frutas, de miel...

El territorio **Luz Saint Sauveur et Pays Toy** es también particularmente interesante desde el punto de vista de los productores con venta directa, aunque en la red Bienvenido a la granja sólo haya un productor como referencia.

Los otros territorios son relativamente menos ricos en cuanto a productores en circuitos cortos y en diversidad de productos se refiere.

Criterio 1: Clasificación de los territorios según el número de productores de la **red Bienvenido a la granja** y más generalmente según el número de productores en circuitos cortos y según la diversidad de los productos

| Territorios turísticos de montaña | Productores adheridos a la red Bienvenue à la ferme” / “Bienvenido a la granja” | Puntuación (de 1 a 6 según clasificación) |
|--|--|---|
| Argelès Gazost-val d’Azun-Hautacam | (Productores queso y carne) Cazaux à Arrens-Marsous Gentillet à Ferrière Lanne à Arrens-Marsous Gainza à Arrens - Marsous Etchebarne à Arrens -Marsous Poulou à Arbest | 6 |
| Vallée d’Aure et vallée du Louron | Chemla (Mohair) à Arreau Vernardet (Miel) à Aragnouet Roux (Safran) à Jezeau | 5 |
| Luz Saint Sauveur et Pays Toy | Escaich à Betpouey (Agneaux et moutons AOC Barèges-Gavarnie. Civet, produits fermiers) | 3 |
| Le grand Tourmalet : vallée de Campan et Barèges | Baylac-Troy (Confitures) à Campan | 3 |
| Gavarnie | | 1 |
| Cauteret-Pont d’Espagne | | 1 |

Criterio de selección 2: Presencia de restaurantes gastronómicos bajo la marca HaPySaveurs

El pliego de condiciones de la marca HaPy Saveurs obliga a los restaurantes a proveerse de los circuitos cortos y lo que supone también un proceso de valorización de los productos a través de los menús gastronómicos. Por adicionalmente, la adhesión demuestra una sensibilidad por parte del restaurador a la noción de proyecto del territorio y al interés de crear sinergias entre los actores del territorio local, más allá de la simple organización de circuitos cortos alimentarios.

Según este criterio, el territorio del Valle de Azun- Argelès sigue siendo el mejor posicionado con 5 restaurantes, del cual se destaca el Viscos, restaurante emblemático de los Altos Pirineos.

A continuación, los valles de Aure y Louron vendrían en segundo lugar con 3 restaurantes en Saint-Lary.

Le sigue el territorio de Luz Saint Sauveur y Pays Toy.

Por supuesto que también es interesante considerar los restaurantes que todavía no se han adherido a esta marca pero que están comprometidos con los circuitos cortos y son sensibles a iniciativas como las que se estudian aquí. Son bastante numerosos en todos los territorios, pero los 2 territorios mejor clasificados según el criterio de la marca HaPySaveurs son territorios donde abundan los restaurantes que funcionan en circuitos cortos.

Criterio 2 : Clasificación de territorios según el número de restaurantes gastronómicos bajo la marca HaPySaveurs

| Territorios | Restaurantes | Puntuación |
|--|--|-------------------|
| Argelès Gazost-Val d'Azun-Hautacam | <ul style="list-style-type: none">■ DES PETITS POIS SONT ROUGES Argelès■ L'ARRIEULAT Argelès■ RESTAURANT AU FOND DU GOSIER Argelès■ AUBERGE LE CABALIROS val d'Azun■ LE VISCOS Saint Savin | 6 |
| Vallée d'Aure et vallée du Louron | <ul style="list-style-type: none">■ LA GRANGE st Lary■ LA MANGEOIRE (HÔTEL MERCURE SENSORIA) st Lary■ LA PERGOLA st Lary | 5 |
| Luz Saint Sauveur et Pays Toy | <ul style="list-style-type: none">■ L'ATELIER Luz■ LA GRANGE AUX MARMOTTES Viscos | 4 |
| Le grand Tourmalet : vallée de Campan et Barèges | <ul style="list-style-type: none">■ AUBERGE CHEZ LOUISETTE | 3 |
| Gavarnie | | 1 |
| Cauteret-Pont d'Espagne | | 1 |

Criterio de selección 3 : Presencia de una marca local, o de una AOC, de un centro de recursos ligado al patrimonio agrícola, de un sello territorial ligado al patrimonio pirenaico

La identidad agrícola de ciertos territorios pirenaicos se ha mantenido fuerte, bajo una imagen vinculada a la Naturaleza y/o una imagen vinculada a las actividades deportivas, sobre todo el esquí. Esta identidad agrícola puede verse reforzada a través de la presencia de una fuerte red de productores “granjeros” que se organicen en torno a un sello local (Quesos del Valle de Azun) o de una AOC (Barège-Gavarnie), pero también a través de la presencia de un centro de recursos que ponga en valor el patrimonio rural tradicional. Consideramos que un centro así representa una ventaja interesante para el desarrollo de itinerarios turísticos. Un sello como el de « País del Arte y de la historia » promoverá también una imagen de autenticidad de los productos agrícolas locales y de una gastronomía capaz de valorar los saberes tradicionales.

Criterio 3 : Clasificación de los territorios según los criterios de marca local, o AOC (2pts), de « centros de recursos ligados al patrimonio agrícola » (1pt), de sello territorial vinculado al patrimonio pirenaico (1pt).

| Territorios | Sello, AOC, Centro de recursos, sello territorial | Puntuación |
|--|---|-------------------|
| Vallée d’Aure et vallée du Louron | Maison Pyrénéenne du Pastoralisme d’Azet Pays d’Art et d’histoire Espace muséographique Aritxo Loudenvielle Musée de la vie d’autrefois, Ancizan | 4 |
| Argelès gazost-val d’azun-hautacam | Marque « Fromages du Val d’Azun » Musée montagnard du Lavedan, à Aucun | 3 |
| Luz Saint Sauveur et Pays Toy | AOC Barège-Gavarnie | 2 |
| Le grand Tourmalet : vallée de Campan et Barèges | Les amis de Madame Campan Epicerie d’autrefois « Chez Gabrielle », vallée de Lesponne | 2 |
| Gavarnie | | |
| Cauteret-Pont d’Espagne | | |

Criterio de selección 4: Movilidad transfronteriza por carretera

Un objetivo importante del proyecto es el de favorecer una promoción y comercialización común de los productos turísticos de los cuatro territorios de los Altos Pirineos y de Huesca. Y todo ello a través de un concepto general común, un nivel de calidad importante y homogéneo, de complementariedades entre los productos, pero también a través de dos condiciones vinculadas al desplazamiento entre los territorios transfronterizos. Una primera condición es la de poder beneficiar de un desplazamiento no muy largo, lo que supone algo de confort al turista, permite valorar mejor la estancia y es un punto a favor en términos de turismo sostenible. Una segunda condición es la idea que apunte a desplazamientos que

permitan conectar dos territorios pour una carretera que atraviese únicamente « paysages naturaleza » y no carreteras con identidad mas “agrícola y rural”. Es entonces cuando el viaje viene a ser un intermediario entre dos estancias en los territorios agrícolas y gastronómicos.

Criterio 4: Clasificación de los territorios según la movilidad transfronteriza en coche (los desplazamientos propuestos corresponden a los itinerarios previstos por el proyecto Road Trip Pyrénées)

| Territorios | | Puntuación |
|--|--|-------------------|
| Vallée d’Aure et vallée du Louron | Lien direct avec le Sobrarbe par le tunnel de Bielsa | 2 |
| Argelès Gazost-val d’Azun-Hautacam | Lien vers Biescas par Soulor, Aubisque et Pourtalet | 2 |
| Luz Saint Sauveur et Pays Toy | Pas de lien direct | |
| Le grand Tourmalet : vallée de Campan et Barèges | Pas de lien direct | |
| Gavarnie | Pas de lien direct | |
| Cauteret-Pont d’Espagne | Pas de lien direct | |

Criterio de selección 5: Movilidad transfronteriza por recorrido à pie

El desarrollo de ofertas de descubrimiento de la agricultura y de la gastronomía podrán enriquecer los productos turísticos correspondientes en los recorridos a pie. Según nuestro sondeo preliminar en los territorios, un trabajo vinculado al camino de Santiago tendría también un interés importante (ver pistas turísticas).

Criterio 5 : Clasificación de los territorios según la movilidad transfronteriza a pie

| Territorios | Camino | Puntuación |
|--|--|-------------------|
| Vallée d’Aure et vallée du Louron | Chemin de la vallée d’Aure , par le port d’Ourdisétou ou port vieux, vers GR11 puis GR 19 et Tella | 2 |
| Argelès gazost-val d’azun-hautacam | Chemin du val d’Azun Par le Port de la Peyre Saint Martin, vers Sallent de Gallego et Jaca | 2 |
| Gavarnie | Chemin de Gavarnie, port de Boucharo, vers GR11 et Broto | 2 |
| Le grand Tourmalet : vallée de Campan et Barèges | | |
| Luz Saint Sauveur et Pays Toy | | |
| Cauteret-Pont d’Espagne | | |

B- PIRINEOS DE HUESCA

Para el análisis de los diferentes Valles del Pirineo de Huesca, primero se identificaron y delimitaron los diferentes valles. Una vez identificados los 9 Valles, se realizó el estudio de los diferentes recursos de cada territorio para poder realizar un comparativo y proceder a la selección de los 2 Valles del Pirineo de Huesca en los que diseñar los modelos.

- Identificación de los valles

Los valles objeto de análisis comparativo para delimitar la zona de estudio son:

- Valles Occidentales
- Valle del Aragón
- Valle de Tena
- Valle de Broto
- Valle de Pineta
- Valle de Bielsa
- Valle de Chistau
- Valle Puértolas-Tella
- Valle de Benasque

- Selección y delimitación de la zona donde desarrollar los modelos.

| Territorio | Cr. nº 1 | Cr. nº 2 | Cr. nº 3 | Cr. nº 4 | Cr. nº 5 | Puntuación Total |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|
| Valles de Pineta, Bielsa, Chistau, Puertólas-Tella | 7 | 2 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| Valles Occidentales | 7 | 2 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| Valle de Tena | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 11 |
| Valle del Aragón | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 9 |
| Valle de Benasque | 4 | 2 | - | - | 2 | 8 |
| Valle de Broto | 2 | 1 | 1 | - | 3 | 7 |

Valles Occidentales (Comarca de La Jacetania)

Los municipios que pertenecen a los Valles Occidentales son: Aísa (Aísa, Candanchú, Esposa, Sinués), Ansó, Aragües del Puerto, Borau, Canal de Berdún (Berdún, Biniés, Majones, Martes, Villareal de la Canal), Jasa, Valle de Hecho (Embún, Hecho, Santa Lucía, Siresa, Urdués).

La zona de estudio se ampliará hacia el sur para incluir a: Santa Cilia, Santa Cruz de la Serós, Puente la Reina, Bailo (Arbués, Alastuey, Arrés , Bailo y Larués). Por la cercanía, por la relación que tienen estos municipios con los Valles occidentales y por los recursos con los que estos municipios cuentan, se hace interesante incorporar éste área a la zona de estudio.

Valles de :Pineta, Bielsa, Chistau, Puertólas- Tella

Al realizar el estudio de estos pequeños Valles de la Comarca de Sobrarbe se contempló que era interesante agruparlos debido a sus características parecidas, a su proximidad, a sus relaciones y sus similares recursos. Es por ello que se decidió unir los 4 Valles como zona donde aplicar los distintos modelos.

Por lo que al agruparse los diferentes valles, se incluirían en el proyecto los siguientes municipios: Gistaín, San Juan de Plan, Plan (Plan, Saravillo, Serveto), Tella- Sin (Sin, Badaín, Lafortunada, Tella, Lamiana) (Bielsa. Chisagües, Espierba, Javierre, Parzán, Salinas de Sin), Puértolas, Nerín, Buerba.

Criterios de Elección Valles de los Pirineos de Huesca

Criterio de Elección nº 1: Presencia de productores agroalimentarios en el territorio que realizan venta directa

Se identificaron en todos los valles productores que realizan venta directa y comercializaban en canales cortos, se consideró la diversidad de producto que ofrecen estos productores.

| Valles Pirineo de Huesca | Productores identificados /Diversidad de producto | Puntuación¹ |
|--|--|-------------------------------|
| Valles Occidentales | Productores: +15 | 3 |
| | Diversidad de producto: 14 | 4 Total 7 |
| (4)Valle Pineta, Bielsa, Chistau, Puértolas-Tella | Productores: 8 | 3 |
| | Diversidad de producto:10 | 4 Total 7 |
| Valle de Tena | Productores: 7 | 2 |
| | Diversidad de producto:9 | 3 Total 5 |
| Valle del Aragón | Productores: 5 | 2 |
| | Diversidad de producto:5 | 2 Total 4 |
| Valle de Benasque | Productores:4 | 2 |
| | Diversidad de producto:4 | 2 Total 4 |
| Valle de Broto | Productores: 2 | 1 |
| | Diversidad de producto:3 | 1 Total 2 |

Tabla 1. Iniciativas agroalimentarias que realizan venta directa

En los Valles Occidentales existen varias iniciativas de producción ganadera que aunque actualmente no están recibiendo visitas en sus explotaciones, están realizando venta directa: una iniciativa de ternera, una de cabrito y la Asociación de Criadores de Ovino Anotano que comercializan bajo un mismo nombre y con un sello de calidad de raza 100% autóctona. La zona también cuenta con otros productores que aunque tampoco ofertan visitas a su

¹ 0-4 productores: 1 punto; 4-7 productores: 2 puntos; 8 ó más de 8 productores: 3 puntos

Diversidad de productos: 1-3: 1 punto; 3-6: 2 puntos; de 6 a 9: 3 puntos; 10 o más: 4 puntos

explotación, si cuentan con tienda donde poder adquirir los productos (5 productores). Destacamos también la cantidad de truficultores en este territorio, (hay al menos 15 truficultores en la Jacetania y al menos la mitad los localizamos en la zona de la Canal de Berdún), que realizan desde hace unos años jornadas anuales para dar a conocer y poner valor un producto tan interesante como la trufa.

Se han contabilizado en total más de 15 iniciativas de producción que realizan venta directa y comercializan en canales cortos y que ofrecen gran variedad de productos agroalimentarios.

En los Valles de Pineta, Bielsa, Chistau y Puértolas- Tella, aunque el número no ha sido tan elevado encontramos variedad de producto agroalimentario, podemos destacar que se han identificado productos muy interesantes que no se han identificado en los otros territorios como pueden ser la producción y transformación de frutos del bosque y boletus deshidratadas.

Criterio nº 2: Presencia de restaurantes y alojamientos con oferta gastronómica

Lo que se analizó en este criterio fue identificar aquellos establecimientos (restaurantes y alojamiento con restauración), que valoraban el producto local y los circuitos cortos.

| Territorio | Establecimientos que valoran el producto local | Puntuación ² |
|--|--|-------------------------|
| Valles de Pineta, Bielsa, Chistau y Puértolas- Tella | 6 | 2 |
| Valles Occidentales | 6 | 2 |
| Valle de Benasque | 5 | 2 |
| Valle de Broto | 1 | 1 |
| Valle de Tena | 2 | 1 |
| Valle del Aragón | 2 | 1 |

Tabla criterio nº 2. Establecimientos/restaurantes

² 0-4 establecimientos singulares: 1 punto; +4 establecimientos singulares: 2 puntos;

En los dos seleccionados podemos destacar:

La existencia de **bordas** (4) rehabilitadas que ahora son restaurantes en Los Valles Occidentales. Son establecimientos muy ligados a la vida pastoril y destacan por valorar y ofrecer producto local.

La zona también cuenta con otros establecimientos interesantes, de los cuales uno adquirió el premio "bib gourmand" y otro establecimiento muy interesante por su propuesta de cocina tradicional y toques modernos (utilizando y dando valor al producto local) y que además realiza talleres y jornadas gastronómicas en su establecimiento.

En el caso de los Valles de Pineta, Bielsa, Chistau y Puértolas- Tella, destacamos la presencia de 4 restaurantes que actualmente dan importancia y están valorando el producto local y km0, así como un hotel de montaña y un Balneario que también dan valor a los productos agroalimentarios locales así como a la gastronomía típica de la zona.

Criterio de selección N ° 3: Señas de identidad

Todos los Valles han estado estrechamente vinculados con las actividades agropecuarias tradicionales, actividades que han modelado los paisajes, paisajes donde podemos disfrutar y observar tanto los majestuosos elementos naturales como las huellas que han dejado las gentes que allí han habitado. Los Valles cuentan con unas señas de identidad culturales, históricas, etc., que son atractivas para el turista.

Las rutas a elaborar pueden apoyarse en los recursos turísticos ya existentes, en las señas de identidad de los valles y dar a conocer el territorio a través de los productos agroalimentarios locales y la gastronomía.

| Valles Pirineo de Huesca | | Puntuación ³ |
|---|--|-------------------------|
| (4) Valle Pineta, Bielsa, Chistau, Puértolas-Tella | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Geoparque del Sobrarbe ✓ Centro de Iniciativas turísticas "Bal de Chistau" ✓ Museos Etnológicos /Ecomuseos/otros: (5) ✓ Centro de visitantes Parque Nacional/ Centro de Interpretación Posets-Maladeta/CI Saravillo | 3 |
| Valles Occidentales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Parque Natural Valles Occidentales, ✓ C.I. de Los Valles. ✓ C.I. del Megalitismo ✓ Museos Etnológicos (3) ✓ Museo del traje ✓ Museos de arte (2) ✓ Granja educación ambiental (1) | 3 |
| Valle de Tena | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reserva de la Biosfera ✓ CI La Torraza de Biescas ✓ Patrimonio Megalítico (3) | 2 |
| Valle de Broto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Parque Nacional Ordesa ✓ Museo etnológico (1) | 1 |
| Valle del Aragón | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuevas de la Güixas | 1 |
| Valle de Benasque | | - |

Tabla 3. Recursos

³ 0-2 recursos: 1 punto; 3-5 recursos: 2 puntos; 6 ó más recursos: 3 puntos

Criterio de selección n.º 4: movilidad transfronteriza por carretera y a pie.

Se consideró interesante analizar la conexión tanto por carretera como a pie entre Hautes-Pyrénées y los Pirineos de Huesca para fomentar la promoción y comercialización conjunta de los productos turísticos en los cuatro valles. Tres de los nueve valles tienen conexión por carretera, otros aunque no tienen conexión por carretera sí que cuentan con rutas transfronterizas que se pueden realizar a pie (algunas de ellas con mucha historia, como podrían ser la ruta de las golondrinas, o el paso del Puerto Viejo).

| Territorio | Pasos transfronterizos | Puntuación ⁴ |
|---|---|-------------------------|
| Valles de Pineta, Bielsa, Chistau y Puertólas-Tella | <u>Por Carretera:</u> Túnel de Bielsa | 1 |
| | <u>A pie:</u> El paso del Puerto Viejo, El puerto de Plan o de Rioumajou, El Puerto transfronterizo de Salcorz (comunica el valle de Bielsa con el francés de Moudang) | 3 Total: 4 |
| Valles Occidentales | <u>Por Carretera:</u> Sin paso directo | - |
| | <u>A pie:</u> La senda de Camille, La ruta de las golondrinas, Camino de Santiago por Puerto de Palo (antigua calzada romana) | 3 Total: 3 |
| Valle del Aragón | <u>Por Carretera:</u> Somport | 1 |
| | <u>A pie:</u> Camino de Santiago por Somport. | 1 Total: 2 |
| Valle de Tena | <u>Por Carretera:</u> Portalet | 1 |
| | <u>A pie:</u> Ruta Jacobea (Camino de Santiago por el Vallde de Ossau) | 1 Total: 2 |
| Valle de Broto | Sin Paso directo | - |
| Valle de Benasque | Sin Paso directo | - |

Tabla criterio nº 4. Pasos transfronterizos por carretera y a pie

Por lo tanto entre los Valles seleccionados, tendríamos los Valles de Pineta, Bielsa, Chistau y Puertólas-Tella con movilidad transfronterizas tanto por carretera como a pie y los Los Valles Occidentales sin paso por carretera.

⁴ Paso por carretera: 1 punto; 1 paso a pie: 1 punto; 2 pasos a pie : 2 puntos, 3 pasos o más: 3 puntos

Criterio de selección n.º 5: Estacionalidad turística

Los Valles que cuentan con estaciones de esquí tienen afluencia de turistas durante todo el año, sin embargo aquellos Valles que no cuentan con este recurso, sufren un descenso en visitantes bastante significativo en los meses de invierno.

Los Valles en los que se van a desarrollar los modelos no cuentan con el recurso del turismo de esquí por lo que en invierno estos valles cuentan con poca presencia de turistas. Consideramos esta debilidad una **oportunidad** para desarrollar estos modelos turísticos que generen afluencia de visitantes en estos Valles durante todo el año, dinamizando así estas zonas. (Estos modelos, una vez establecidos, también podrían inspirar el desarrollo en valles familiares para el turismo de esquí, a fin de vincular mejor estas dos formas de turismo: el turismo deportivo y el turismo basado en el valorización del patrimonio).

| Territorio | Presencia estaciones de esquí | Puntuación ⁵ |
|--|-------------------------------|-------------------------|
| Valles de Pineta, Bielsa, Chistau y Puertólas- Tella | NO | 3 |
| Valles Occidentales | NO | 3 |
| Valle de Broto | NO | 3 |
| Valle de Benasque | SI (1) | 2 |
| Valle de Tena | SI (2) | 1 |
| Valle del Aragón | SI (2) | 1 |

Tabla criterio nº 5. Estacionalidad(estaciones de esquí)

⁵ 0 estaciones: 3 punto; 1 estación: 2 puntos; 2 estaciones: 1 punto

CONCLUSIÓN SOBRE LA SELECCIÓN DE LOS 4 TERRITORIOS

Sens y Territoire, en estrecha relación con su proveedor, la Asociación *HIRONDEL*, realizó un análisis de las zonas turísticas de montaña de Huesca y Hautes-Pyrénées de acuerdo con criterios de selección objetivos, relacionados con el tema estudiado. Este trabajo lleva a la propuesta de 4 territorios piloto para establecer, bajo las condiciones definidas en el marco del proyecto INSPYR, modelos de relaciones entre actores y organizar la capacitación necesaria para los actores.

Estos son los siguientes territorios:

- ✓ **Argelès Gazost-val d'Azun-Hautacam**
- ✓ **Vallée d'Aure et vallée du Louron**
- ✓ **Valles de Pineta, Bielsa, Chistau y Puertólas- Tella**
- ✓ **Valles Occidentales**

II- MODELOS INNOVADORES

El análisis documental y las reuniones iniciales con actores clave en los cuatro territorios ayudan a definir una serie de "modelos de relación".

Estos modelos se refieren principalmente a las relaciones entre los diferentes actores de un territorio, no solo del sector agrícola y de la industria de la hostelería sino también de otras actividades de turismo (guías, ...), del sector cultural y de la artesanía de el arte.

Nos pareció útil en primer lugar reposicionar los dos principales modelos turísticos que son la estrella modelo (circuitos alrededor del mismo lugar de alojamiento-catering) y el modelo de itinerancia: circuito de senderismo o ruta turística con movimiento motorizado .

En segundo lugar, presentamos diferentes modelos de relaciones entre los actores, buscando una mayor estructuración de los actores locales y con el fin de enriquecer los "productos turísticos"

En tercer lugar, los intercambios con las partes interesadas clave nos llevaron a explicar las relaciones que pueden existir entre la comida y la gastronomía, por un lado, y los diferentes temas culturales que son importantes para los territorios estudiados. Estos temas corresponden a las pistas turísticas prometedoras que se propondrán para el debate durante las primeras reuniones colectivas organizadas en los cuatro territorios. (Estas reuniones permitirán seleccionar las pistas mejor adaptadas a los diferentes territorios, especificar las ideas correspondientes a cada una de estas pistas y seguramente surgirán otras pistas).

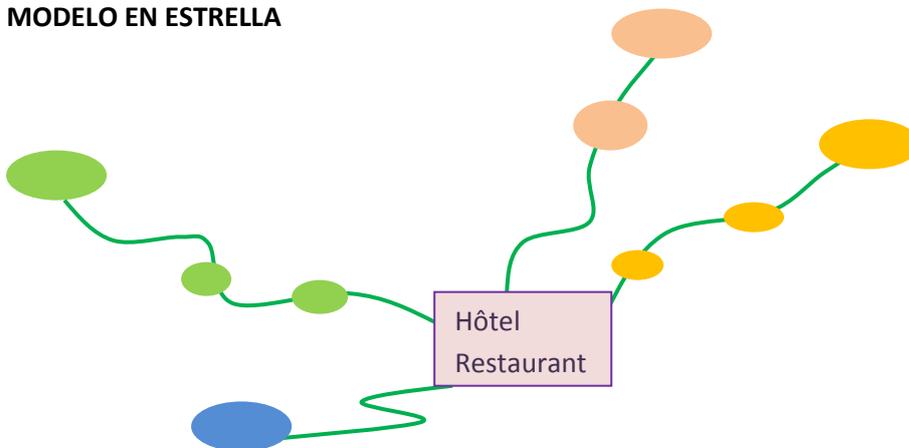
MODELOS DE RELACIONES ENTRE PRODUCTORES AGRÍCOLAS, ACTORES DE TURISMO Y OTROS ACTORES EN LOS VALLES PIRENOSOS DE HUESCA Y ALTOS PIRINEOS.

Objetivo: Estos modelos se pueden utilizar como referencia para diseñar proyectos turísticos para promover la producción agrícola (productos, métodos de producción, edificios, paisajes, ...), artesanía (incluidas las artesanías para las tradiciones alimentarias) y posiblemente la silvicultura (también relacionada con alimentos).

Método: Estos modelos están inspirados en el análisis de los productos turísticos existentes, pero también provienen de una exploración de nuevas ideas.

A- MODELOS DE PRODUCTOS TURISTICOS

EL MODELO EN ESTRELLA



Alojamiento y catering en una estructura que adapta sus servicios a los temas de las excursiones turísticas. Estancias de 4 días, por ejemplo.

Público:

- ✓ Las Familias,
- ✓ Comités de empresas (ejemplo: trabajo por la mañana y excursiones de descubrimiento por las tardes),
- ✓ Grupos jubilados,
- ✓ Pasantías (ejemplo: entrenamiento de yoga por la mañana, caminatas por la tarde)
- ✓ Escuelas (para estructuras adaptadas a las escuelas)

Temas de "productos turísticos":

- ✓ Descubrimiento global del territorio ("Los Pirineos tradicionales")
- ✓ La agricultura y la gastronomía pirenaica
- ✓ Bienestar, caminar, naturaleza y comida saludable ...
- ✓ La dieta pirenaica a través de las edades (edad de piedra, época romana, Edad Media, renacimiento, ...)
- ✓ Nutrición y salud

Las comidas de la tarde y las comidas campestres del almuerzo deben adaptarse a los temas.

La evidencia de trabajar con productos locales y la cocina es directa en el caso de los temas de turismo directamente relacionados con el patrimonio alimentario, sino también para los temas relacionados con el bienestar en general: Yoga, tai-Chi, nutrición , senderismo (= "caminar").

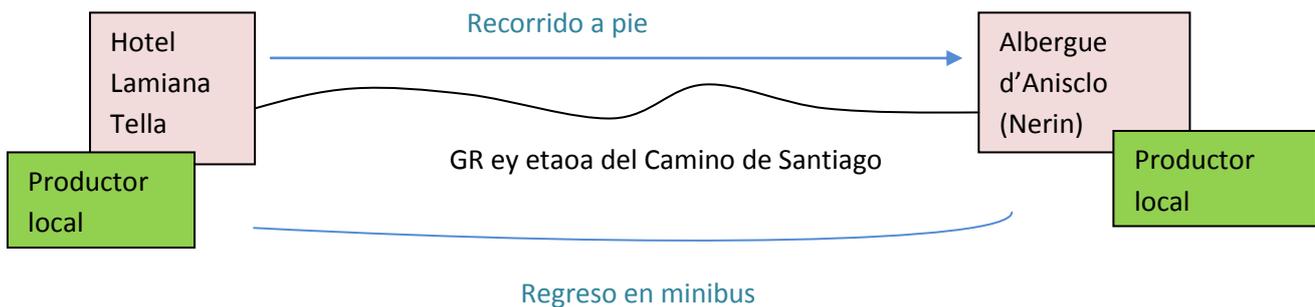
Los circuitos cortos se justifican por criterios de calidad del producto y turismo responsable.

El modelo económico pone en relación una estructura de restauración de alojamiento, operadores turísticos (posiblemente organizador de viajes y guías de montaña, ...). El entretenimiento nocturno puede ayudar a forjar relaciones económicas con actores culturales (artistas, artesanos, cuidadores)

Este modelo también es adecuado para estancias de fin de semana o 2 días.

« ITINERANCE » RANDONNEE PEDESTRE / "ITINERANTE" RECORRIDO A PIE

Ejemplo durante 2 días:

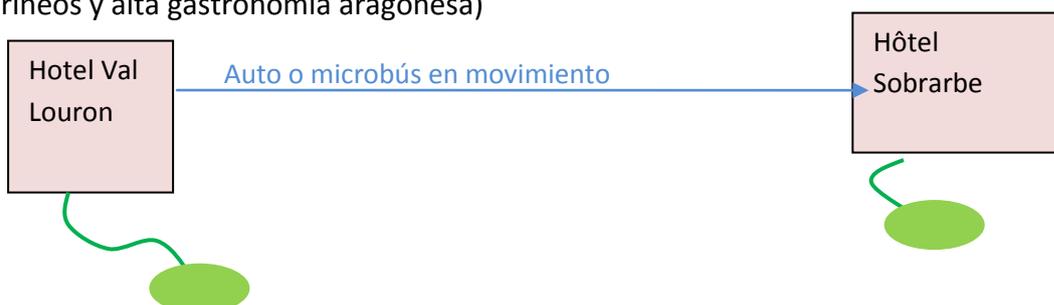


Ejemplo durante una semana : Estancias organizadas por Labalaguère, La Senda de Camille (<http://www.lasendadecamille.com/refugios.html>), La Ruta de las Golondrinas (la parte de Aragón)

RECCORIDO CON COCHE : descubrimiento de dos días del Pirineo francés y español

(cf. Proyecto « Road trip Pyrénées »)

(Tema: descubrimiento en dos contextos diferentes del mismo tipo de patrimonio + alta Pirineos y alta gastronomía aragonesa)



B- MODELOS DE RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE ACTORES:

| Actores | Descripción general |
|--|---|
| <p>1-Alojamiento y restaurantes 2-agricultores locales</p> | <p>Una estructura hotelera puede ofrecer una restauración sobre el tema de la gastronomía pirenaica basada en productos locales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Todo el año ✓ Durante eventos locales sobre un elemento del patrimonio agrícola (trufa, cereza, ...) ✓ Para grupos del tipo Comité de empresa, incluido en el servicio propuesto comidas con temas <p>El servicio puede incluir un taller de degustación de productos, con una reunión de productores, para crear un enlace y posiblemente hacer que los clientes del hotel hagan un pedido de productos de ese productor.</p> |
| <p><u>1- Organizadores de viajes</u> 2- Alojamiento - restaurantes 3-agricultores locales</p> | <p>Estancias temáticas (modelo estrella) o caminatas temáticas (itinerantes) organizadas y comercializadas por un organizador de viajes:</p> <p>El servicio incluye visitas a granjas y posiblemente talleres (degustación, elaboración de queso o mermelada, etc.)</p> <p>Los turistas pueden comprar productos en granjas directamente o la compra de estos productos está incluida en un pase global. Por lo tanto, los visitantes recuperan los diferentes productos mientras pasan las diferentes granjas, pero sin tener que hacer compras.</p> <p>Estos productos se pueden poner en una canasta o bolsa que se les da a todos al comienzo de la caminata. En esta bolsa también se pueden poner frutas recogidas en el camino: fruta de árboles de variedad agrícola o fruta silvestre, algunas hierbas aromáticas cultivadas o silvestres, etc ...</p> <p>El pase incluye: El servicio del hotel y la cena hecha con productos locales Un picnic hecho con productos locales (recolección de frutas, ...) el viaje del organizador y la ayuda del grupo + compra del producto El pago del productor por su tiempo de animación, a menos que el acompañante esté a cargo de la parte principal de la animación.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>1- Organizadores de viajes 2-Alojamiento - restaurantes 3-agricultores locales <u>4- Asociación de productores (tienda colectiva, ...)</u></p> | <p>Al mismo servicio se puede agregar una parada en un espacio donde están presentes productos franceses o españoles complementarios que permiten completar "La canasta completa de productos pirenaicos" (ejemplo: aceite de oliva, frutas secas, ...)</p> |
| <p>1- Organizadores de viajes 2-Alojamiento - restaurantes 3-agricultores locales 4- Asociación de productores (tienda colectiva, ...) <u>5-Artesanos y asociación de artesanos</u></p> | <p>Al servicio se puede agregar la posibilidad de adquirir artesanías relacionadas con la comida pirenaica: bolsa o cesta tradicional, cuenco de madera, cubiertos en cuerno, juego de mesa de lana, ... El servicio también puede incluir la participación de un taller artesanal (tejido, cestería, madera, ...) Al servicio se puede agregar la posibilidad de adquirir objetos artísticos relacionados con los temas de descubrimiento agrícola y alimentario. Ejemplo: en cada finca se distribuye una perla simbólica de un collar que simbolizará, al final de la caminata "el collar del territorio".</p> |
| <p>1- Organizadores de viajes 2-Alojamiento - restaurantes 3-agricultores locales 4- Asociación de productores (tienda colectiva, ...) 5-Artesanos y asociación de artesanos <u>5-Artists</u></p> | <p>La caminata puede incluir una o más representaciones artísticas: Narrador que cuenta una historia correspondiente a cada producción encontrada, acuarelista, cantante que canta una canción correspondiente a cada producción, ... O esta actuación artística se realiza por la noche en el restaurante.</p> |

B- PISTAS DE TEMAS DE TURISMO EN RELACIÓN CON LA ALIMENTACIÓN Y LA GASTRONOMÍA

| | |
|--|---|
| TEMA CULTURAL LOCAL | Actividades turísticas para mejorar la relación entre este tema cultural y el patrimonio alimentario local (o la innovación alimentaria). Todas las comidas se hacen con productos locales. Principio de comidas temáticas. |
| Agricultura local | Descubrimiento de lugares de producción, know-how, productos, objetos, leyendas Comidas: "Comidas pirenaicas" |
| La comida a través de los tiempos de la historia humana | Descubrimiento de know-how, productos, recetas, objetos a través de las edades (edad de piedra, época romana, Edad Media, ...) Talleres de cocina correspondientes a diferentes épocas Algunas instalaciones para rehabilitar o realizar (hornos, molino, ...), objetos artesanales para producir y comercializar * Comida: "Comidas a lo largo del tiempo" (comprensión de la relación entre la cultura y la cultura alimentaria o "el lugar central de la comida en la cultura") |
| El queso | Descubrimiento de los elementos de la cadena de producción: plantas de pastos naturales, especies y razas animales, paisajismo, know-how, quesos en sí, asociaciones entre quesos y otros alimentos, ... Talleres de elaboración de queso Talleres / juegos de degustación: saber reconocer quesos puros, mixtos ... Cuentos y leyendas, ... Comidas: "Las mil y una comidas de queso" (☞ saber cómo usar el queso, no solo y al final de la comida) |
| La truffa | La trufa : Los paisajes, Know- how, leyendas... Talleres de micorrización de plantas : el visitante se lleva una en un pequeño contenedor de tierra. Talleres de degustación de trufa con otro producto, para entender las asociaciones interesantes. Taller de cocina Comidas : « La trufa, el corazón de todas las comidas. (una pequeña cantidad de trufa se pueden hacer cantidad de recetas). |
| | |

| | |
|---|--|
| <p>El Camino de Santiago</p> | <p>La comida del peregrino. Basado en la época del apogeo de la peregrinación (siglo XII), podemos recuperar las comidas, los productos agrícolas y la recolección llevada por el peregrino en su camino, los útiles instrumentos (bolsa, tazón de madera, cuchara, taza), ... Posiblemente: jardín medieval en el que encontramos hierbas aromáticas, ... Los productos agroalimentarios pueden fabricarse y venderse en contenedores que evocan la Edad Media: frutas secas en pequeños sacos de lino, yogur de oveja en tarros de barro, ... Cuentos y leyendas Objetos artísticos simbólicos, ... Posiblemente: reconstrucción de herramientas agrícolas, escultura en el camino, ...</p> |
| <p>Bienestar</p> | <p>Para grupos que vienen para pasantías de Yoga, Tai Chi Chi, Meditación ... Comidas responsables Comidas hechas con productos de entorno cercano Comidas saludables basadas en investigaciones recientes sobre nutrición Además: clases de cocina dietética e información nutricional Senderismo y picnic adaptados al excursionista Reconocimiento de plantas de uso culinario Visita del jardín y recogiendo verduras y frutas antes de la salida</p> |
| <p>El Bosque</p> | <p>Descubrimiento de alimentos producidos por el bosque: frutas silvestres, tubérculos, ... Setas, plantas de uso culinario, juegos "Comida del bosque": comida con los ingredientes anteriores, servida en vajilla de madera, ... Además: Introducción a los desafíos de la gestión forestal en los Pirineos, Introducción a la industria de la madera en los Pirineos Mycosilvicultura y hongos comestibles</p> |
| <p>Pastoralismo (trashumancia, usos de la lana de oveja, conservación del paisaje)</p> | <p>Descubrimiento del pastoralismo, el know-how de la profesión, la ecología del pastoreo, productos alimenticios, productos artesanales realizada con lana. Talleres de lana, productos y objetos para comercializar.</p> |