

TORMENTA DE IDEAS A PARTIR DE EXPERIENCIAS AGROALIMENTARIAS INNOVADORAS



Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las zonas rurales



Hecho en los
Pirineos

Interreg
POCTEFA



La experiencia innovadora de Hecho en los Pirineos

INSPYR. Proyecto financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Graus, 10 mayo 2018

Socios del proyecto



Acciones a desarrollar

1. Promociones turísticas y comerciales tipo mercado rural: 9 mercados en Huesca y 3 visitas de experiencias en Hautes-Pyrénées.
2. Análisis de la viabilidad de compras a productores locales en centros de restauración colectiva: colegios, institutos, residencias Tercera Edad...en HP.
3. Elaboración de un modelo de plataforma logística de distribución de productos locales en HP y análisis de la viabilidad de su implantación. Utilización de la experiencia Drive.
4. Elaboración de un modelo de distribución de productos del Pirineo en tiendas físicas o virtuales en las ciudades de Fr y Es cercanas al Pirineo y su viabilidad.
5. Análisis jurídico comparativo de las normativas de distribución de proximidad de HP y Huesca

Acciones a desarrollar

6. Organizar dos ediciones del Congreso del producto y la gastronomía de los Pirineos.
7. Creación del Estatuto de la Cocina de los Pirineos, una red de restaurantes adscrita al Estatuto, cuatro productos turísticos de gastronomía, transfronterizos y basados en la red.
8. Creación del Premio de la gastronomía de los Pirineos.
9. Formación, asesoramiento y apoyo técnico personalizados en cuatro valles (dos en cada vertiente del Pirineo) para la mejora de la venta directa de sus productos en las explotaciones.

Presupuesto

1.385.300 €

Contribución a la tormenta de ideas

La gastronomía y los productos agroalimentarios artesanos en el Pirineos central

Congreso del producto y la gastronomía de los Pirineos

1. Un congreso de la cocina del producto de nuestro territorio: Huesca y Hautes Pyrénées.
2. Pone en valor los cocineros y los productos locales con ambición de ser un referente en el mundo de la gastronomía a medio plazo.
3. El Pirineo central también es un destino gastronómico.
4. Un congreso transfronterizo. El Pirineo central como referente internacional.

<http://www.congresogastronomiapirineos.eu/>

Contribución a la tormenta de ideas

Mercados agroalimentarios en la calle

Qué ofrecemos

1. Un servicio de organización llave en mano: cuando el productor llega solo tiene que montar en el sitio que le indican.
2. Una decoración y localización del espacio.
3. Una difusión mediante carteles, flyers, mupys, redes sociales, web, marketing on line, anuncios en radio y periódicos...
4. Un acompañamiento en la asistencia: inscripciones, reserva de hotel, servicio de comida (antes en restaurante, ahora en el propio puesto con un pic-nic).
5. Comunicación de los eventos mediante notas previas y post a los MMCC, seguimiento, entrevistas...
6. Apoyo económico para asistir (HP alojamiento y comida), Huesca, cuando está a más de 150 km.

Contribución a la tormenta de ideas

Mercados agroalimentarios en la calle

Primera etapa: 2017

1. Se hacen cinco mercados entre mayo y octubre.
2. Buena disposición de los productores y los ayuntamientos, pero los mercados no son conocidos.
3. Resulta difícil captar productores que quieran venir, tanto de Huesca como de HP.
4. Los mercados salen adelante con esfuerzo por todas las partes: ayuntamientos, productores, el proyecto Hecho en los Pirineos y las empresas que lo desarrollan.
5. La respuesta de los consumidores es todavía insuficiente.
6. Los mercados son una oportunidad para dar visibilidad a los productos y para conocer y saber qué piensa el consumidor que compra el producto.

Contribución a la tormenta de ideas

Mercados agroalimentarios en la calle

La evolución: 2018

1. Se incorporan dos ciudades grandes: Monzón y Jaca.
2. Se vinculan con actividades relacionadas con los productos (cuando se puede).
3. Se mejora la visibilidad de conjunto (lona personalizada con grafía común).
4. No se interrumpe para comer.
5. La Chambre d'Agriculture des HP se implica más en la captación de productores franceses.
6. Comienzan a verse los resultados de la difusión periódica.

Contribución a la tormenta de ideas

Mercados agroalimentarios en la calle

Las impresiones: 2018

1. Han aumentado mucho los productores que quieren ir a los mercados: de 13 a 30. Tenemos mensajes que llegan a través de la web
2. Mejoran las ventas, aunque no es homogéneo.
3. A los productores les sirve para promoción.
5. El sistema de llave en mano es apreciado, así como la imagen de grupo con la misma gráfica.
6. Hecho en los Pirineos ya no es solo el nombre del proyecto, es una marca (registrada).

Contribución a la tormenta de ideas

Mercados agroalimentarios en la calle

Apuntes para unas conclusiones

1. Que los mercados continúen depende de los productores fundamentalmente, y en segundo lugar de los ayuntamientos que debe organizarlos.
2. Los productores no tendrán el mismo apoyo seguramente.
3. Presentarse bajo la marca “Hecho en los Pirineos” es una garantía. Para ello tendrán que organizarse y obtener la autorización de ser usada como marca colectiva.
4. Pueden negociar con los ayuntamientos participar colectiva y conjuntamente en las ferias y eventos que tengan relación con la gastronomía o los productos. Hacerlo de forma conjunta y manteniendo la identidad les diferenciará del resto de los vendedores que no siempre son productores.
5. En esas circunstancias serán viables para los productores que hagan de la venta directa una forma de comercializar su producto.

<http://hechoenlospirineos.eu/>. <https://www.facebook.com/HechoenlosPirineos/>

Contribución a la tormenta de ideas

Viajes de familiarización de productores.

Modelos de negocio de venta directa en HP

1. La Ferme en Direct: 27 productores de Hautes-Pyrénées montan una tienda con más de 300 referencias y 1 M€ de cifra de negocio en el tercer año.
2. Drive Bio 65. Concepción, organización y logística de venta directa de productos Bio en Internet para un entorno cercano.
3. Salon de l'Agriculture de Tarbes. Un pabellón de la feria dedicado solo a la venta directa de productores.

Además de los viajes de familiarización hemos estudiado un **DAFO de los modelos de venta directa en Huesca y Hautes-Pyrénées.**

<http://hp-hp.eu/proyectos/2014-2020/Hecho%20en%20Pirineos/para-compartir/DAFO-agroalimentario-y-modelo-de-venta-directa-transfronterizos>

Contribución a la tormenta de ideas

Poner en valor los productos agroalimentarios a través del turismo

Circuitos cortos en el destino turístico asociados a los productos agroalimentarios locales

1. Relacionar las excursiones/paseos con actividades vinculadas con los productos y sus productores y proponerlas al turista que “ya está ahí”.
2. Interacción entre restaurantes, alojamiento, productores, guías de montaña, oficinas de turismo, animadores del territorio...
3. Creación de productos finales que se pueden comercializar. Temas: trufas y setas, bienestar, camino de santiago y el bosque.
4. Formación y acompañamiento a los que deseen participar en estos productos.
5. Comercialización de los productos turísticos creados.

Contribución a la tormenta de ideas

Poner en los productos agroalimentarios en el circuito de los comedores colectivos

Cómo poder presentar oferta en las licitaciones de comedores colectivos en HP

1. Analizar la viabilidad: la demanda, la capacidad de cubrir la demanda, las perspectivas de crecimiento.
2. Analizar la forma de agrupar la producción y dar la con la forma jurídica más adecuada.
3. Analizar la logística, el precio y la rentabilidad para competir y ser rentable para los productores.

Estas tres primeras fases se han desarrollado con el proyecto Hecho en los Pirineos.

4. Las instalaciones que será necesario crear. Hacerlas y gestionarlas.
5. Generar un modelo y transmitirlo.

Gracias por su atención
Merci de votre attention

Pedro Salas
Director de la AECT HP-HP
Directeur du GECT HP-HP

director@hp-hp.eu
www.hp-hp.eu