

CONCLUSIONES DEL SEMINARIO N.º 1 DE DIFUSIÓN DE RESULTADOS DEL PROYECTO

9 de noviembre de 2017. Huesca. Sede de la Diputación Provincial de Huesca.

El proyecto prevé la realización de cuatro seminarios de difusión de resultados sobre las distintas actividades que se han ido realizando. El avance del proyecto tanto por el socio principal, AECT HP-HP, como por la Chambre d'Agriculture des Hautes-Pyrénées permite realizar un seminario sobre los aspectos relacionados con la comercialización de productos agroalimentarios del Pirineo.

Se han previsto dos ediciones, una Huesca, de la que estamos informando y otra en Tarbes bajo el mismo lema "Del productor al consumidor".

Tras la realización del Seminario se han alcanzado las siguientes conclusiones:

1. Producir y consumir productos de proximidad. La producción y comercialización mediante la venta directa o en circuitos cortos de distribución tiene por objetivo aumentar las rentas agrarias y ganaderas, diversificar la actividad económica y asentar la población en el medio rural.

Además, persiguen reducir la huella ecológica en la distribución, favorecer el consumo de alimentos de mejor calidad, contribuir a una alimentación más saludable y aportar valores éticos en el consumo.

2. La rentabilidad. Los circuitos de venta directa no están consolidados, ni en Hautes-Pyrénées ni en Huesca. La viabilidad económica de los distintos modelos y experiencias es un factor de riesgo. Para alcanzar la viabilidad económica es preciso aumentar el base de consumidores efectivos a partir de los potenciales.

Los comedores de colectividades (centros escolares, hospitales, residencias de la Tercera Edad, centros de trabajo...) son una opción para aumentar la base de venta, aunque no la única. Las dificultades a superar se encuentran, por un lado en organizar cadenas logísticas y los sistemas de agrupación de productos para poder concurrir a los procesos de licitación pública. Por otro lado, sobre todo en España, en la regulación de las licitaciones públicas, donde el precio se alza, casi exclusivamente, como el criterio de adjudicación.

Finalmente, en disponer de la producción de proximidad en cantidad suficiente para este nuevo mercado, exponen los ponentes de Hautes-Pyrénées, en un momento en que no hay suficientes productores de proximidad para atender las nuevas demandas que se derivarán del cumplimiento del objetivo de que el 40 por ciento de los productos consumidos en los comedores de colectividades sean de proximidad.

3. Atender a un mayor número de consumidores. Se ha comprobado que las ciudades no son autónomas en la producción de los alimentos que consumen. Incluso ciudades como Tarbes, encuadradas en un marco rural, solo producen el 1,6 por ciento de los

alimentos que consumen, cuando ese mismo entorno agrario exporta el 97 por ciento de su producción fuera de la ciudad. Modificar, en parte, estos porcentajes va a requerir invertir en nuevas estructuras de pre y post producción de las que los proyectos presentados como La Legumérie de Maubourguet y el Centro de transformación agroalimentario de Huesca son dos ejemplos.

4. Transferencia de los resultados. Los resultados de Hautes-Pyrénées no se pueden trasladar mecánicamente a Huesca, porque las características de los consumidores, de los productores y la forma en que se organiza el mercado de alimentos en cada territorio, no tienen mucha relación. Es posible aprender su metodología en la resolución de los problemas, como se indica en las propuestas del DAFO agroalimentario.

Los productos distribuidos directamente por el productor, en el entorno de las ciudades tienen una demanda que progresivamente es mayor de un público con valores, que desea productos frescos y con sabor para una alimentación de mayor calidad. Además de la producción periurbana, consideramos que debe aprovecharse esta circunstancia con este mercado urbano para ofrecer los productos del Pirineo (de ambos lados) también en grandes ciudades no muy alejadas de los Pirineos. Estas ciudades concentran población que consume y consumirá cada vez más, en una parte de su dieta, productos agroalimentarios identificados con un territorio con valores positivos como es el Pirineo.

5. La aportación del proyecto Hecho en los Pirineos-Fait en Pyrénées. El proyecto está contribuyendo a la creación de un conocimiento sistematizado de los procesos de comercialización y distribución de los productos agroalimentarios artesanos mediante los estudios y análisis encargados a los expertos externos. También a su transferencia de conocimiento mediante las múltiples reuniones con productores, viajes de familiarización, seminarios y otros puntos de encuentro. Sectores no inicialmente previstos en el proyecto se han dirigido a los socios para conocer las experiencias y nuevas soluciones a problemas que se han vivido en ambos lugares. Esto producirá nuevos encuentros no previstos inicialmente en el proyecto que se ejecutarán y enriquecerán y, finalmente, contribuirán a la durabilidad de los resultados más allá de la duración del proyecto.

Todas las experiencias de Hautes-Pyrénées tienen en común que el liderazgo de los proyectos parte de los productores que lo asumen durante todo el tiempo. El apoyo de las Administraciones es en el tramo final y en muchos casos se trata de acompañamiento, transferencia de conocimiento y sinergias con otras actuaciones.

Tras la conclusión del proyecto consideramos que tendrán continuidad al menos tres acciones: la distribución en circuitos cortos dirigida a centros de consumo colectivos, los mercados agroalimentarios en la calle y el congreso del producto y la gastronomía, si los sectores interesados (productores y restaurantes) los quieren asumir como una parte de su actividad con el apoyo público.

Huesca, 10 de noviembre de 2017

El Director de la AECT HP-HP

Pedro Salas Parra