

# Conclusiones de los viajes de familiarización en noviembre 2016 y junio 2017

## Objetivo de los viajes de familiarización

Una de las actividades del programa INSPYR/HECHO EN PIRINEOS está orientada a desarrollar el concepto de comercialización en circuito corto, representado por conceptos existentes como la tienda de productores, la venta por Internet y la pertenencia a una red nacional, potencialmente transferibles a la provincia de HUESCA.

# Visita de la tienda de Productores LA FERME EN DIRECT – 15/11/2016

Factores de éxito:

- Identificar un colectivo con un líder
- Definir correctamente el modelo económico
- Disponer de una variedad importante de productos (1200 referencias)
- Encontrar un local adaptado y bien situado
- Mantener en el tiempo el abastecimiento en directo de los productores
- Organizar animaciones en las tiendas con los productores

Venta directa del productor al consumidor

# Visita de la Cooperativa del País des Gaves

## 15/11/2016

Algunas cifras :

- 400 usuarios
- 800 m2
- 15 empleados
- 200 toneladas de bovinos
- 70 toneladas de porcinos
- 25 toneladas de ovinos

Herramienta colectiva de matadero de aves, despiece y transformación de carne.

# Visita de la Cooperativa del País de Gaves

## 15/11/2016

### Puntos fuertes

- Proximidad geográfica con respeto a los usuarios
- Personal cualificado y estable
- Transporte continuo entre la Cooperativa y los mataderos para la transferencia de las canales
- Taller de despiece multi-especie
- Adaptación a la demanda (agrupada o individual)
- Transformación de carne fría
- Fabricación de conservas (recetas estándares o personalizadas)

# Visita de una explotación agrícola en venta directa - 15/11/2016

Productos lácteos, carnes

## Red Bienvenue à la Ferme – 03/06/2017

- Marca Nacional registrada por las Chambres d'Agriculture (9 000 agricultores), 20 años de antigüedad
- 4 actividades dentro de la marca: productores de la granja, restauración, estancias, ocio,
- Obligación de ser agricultor

### Interés para el agricultor:

- Incrementar la visibilidad de la actividad entre los clientes
- Profesionalizar la atención y de la venta en la granja.
- Aprovechar una comunicación nacional de la marca
- Disponer de la presencia de una animadora en el Département
- Programa nacional desarrollado a nivel del Département (Printemps à la Ferme, Automne à la Ferme)

## Drive Fermier BIO 65 – 03/06/2017

- En 2015, creación del primer Drive Fermier Bio de Francia en las Hautes-Pyrénées
- Grupo de 20 productores Bio para la implantación de una herramienta de venta novedosa: LE DRIVE
- Proponer a los consumidores un mercado de productos bio asequible 24h/24, sin limitación de horario
- Cada productor es identificable por el cliente y puede ser contactado en cualquier momento.
- Aprovechar el auge de interés por los productos Bio

# PREGUNTAS

- Normativas sanitarias?
- Costumbre de compra de los consumidores?
- ...