

# Los productores de la provincia de Huesca en los mercados “Hecho en Pirineos”

Daniela Jouet  
Directora de Exmas

### Papel de Exmas

- ✓ Contactar con los ayuntamiento para fijar fecha y planteamiento general
- ✓ Contactar e invitar productores provincia de Huesca (directamente o a través asociaciones Adecuara, Huesca alimentaria...
- ✓ Coordinar la atención a los productores de HP con La Chambre d'Agriculture 65
- ✓ Gestionar atenciones/necesidades/quejas: comidas y alojamiento
- ✓ Atender peticiones externas de contacto con productores
- ✓ Apoyar 28 en necesidad de aspectos visuales y de organización

Además:

Ha sido contratada por la AECT para organizar los **seminarios e informes de divulgación y el modelo.**

Dentro de este marco:

- Reunión con productores franceses
- Entrevistas telefónicas con productores participantes de la provincia de Huesca

### Pre- mercados

- ✓ Implicación ayuntamientos para las realización de los 5 mercados 2017 y fijación fecha otros 4 para 2018
- ✓ Apoyo organizaciones y asociaciones agroalimentarias
- ✓ Coordinación constante con Chambre d' Agriculture des Hautes Pyrénées
- ✓ Colaboración activa de los productores

## Mercados

Mercado	Fecha	Nº productores de la provincia de Huesca	Nº de productores Franceses
Hecho	6 de Mayo	13	4
Ainsa	10 de junio	22	5
Boltaña	1 de julio	11	5
Benasque	15 de julio	17	1
Villanúa	16 de septiembre	12	4

## Post- mercados: Entrevistas con productores

### 1- Expectativas

- Visibilidad marca
- Ventas
- Apoyo proyecto
- Contacto otros productos
- Interacción con clientes

## Post- mercados: Entrevistas con productores

### 2- Resultados

- Variables según el mercado

## Post- mercados: Entrevistas con productores

### 3- Fuerzas y debilidades

Tema	Fuerzas	Debilidades
Concepto/Marca	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potente</li> </ul>	
Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elección municipios: apoyo desarrollo rural</li> <li>Gratuidad y apoyo económico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elección municipios: Pueblos demasiado pequeños + elección fechas</li> <li>Indemnización desplazamiento variable</li> <li>Ausencia de horario fijo de comidas</li> <li>Selección de proveedores</li> </ul>
Promoción/imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales</li> <li>Entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción pueblos alrededores</li> <li>Imagen más uniforme</li> </ul>

# Post- mercados: Entrevistas con productores

## 4- Propuestas

- Incrementar afluencia del público
- Mercados en Francia
- Imagen puestos = stand
- Otros:
  - Ir a ciudades más grandes
  - Criterios de participación
  - Encuentro(s) franceses



- ✓ Acontecimiento local importante
- ✓ Actividades paralelas
- ✓ Involucrar población/negocios locales
- ✓ Horario
- ✓ Promoción en pueblos de los alrededores

## Post- mercados: Entrevistas con productores

### 5- Planteamiento futuro

- Dudas sobre la sostenibilidad sin el apoyo de la AECT
- Constancia/repetición: trabajo a largo plazo

## Conclusión

### Hecho

- Contacto productores
- Imagen marca
- Material
- Web
- Redes sociales
- Notoriedad marca
- Ayuntamientos
- Modelo

### Pendiente

- Modelo de organización
  - Municipios, frecuencia, formato
  - Fecha, horario etc.
- Modelo de gestión
  - Coste de Coordinación
  - Promoción
- Marco transfronterizo
- Marca