



‘Hecho en los Pirineos’ apuesta por la rentabilidad

El primer seminario del proyecto transfronterizo abordó los Mercados Agroalimentarios

HUESCA.- Aínsa fue ayer la sede del primer seminario de análisis del proyecto transfronterizo Hecho en los Pirineos. La cita, centrada en los Mercados Agroalimentarios en la calle, reunió a ayuntamientos, productores, socios del proyecto y otros actores del sector para debatir sobre los puntos fuertes y puntos débiles de los mercados.

Presidió el encuentro Fernando Sánchez, responsable de programas europeos de la Diputación Provincial de Huesca. Junto a él participaron en el seminario Tamara Torrente, de Pirineo en ruta, autora del Dafo de los Mercados en Hautes Pyrénées; Alberto Naya, de Veintiocho Comunicación crea-



El seminario inicial en el que se abordó el proyecto transfronterizo ‘Hecho en los Pirineos’ despertó gran interés.

tiva, empresa dedicada a la organización, imagen y publicidad de los Mercados; Daniela Jouet, responsable del apoyo a los productores y coordinación transfronteriza del proyecto; Cédric Abadia, subdirector de Chambre d’Agriculture des Hautes Pyrénées; Pedro Salas,

director del proyecto HP-HP; representantes de los ayuntamientos de Aínsa, Boltaña y Hecho; socios del proyecto; y asociaciones relacionadas con el desarrollo rural del Pirineo.

Tras una primera parte de ponencias en las que se trataron temas como los mercados en

Francia; las necesidades de logística y de comunicación que conllevan los mercados en la calle y la comercialización y el contacto con los productores, se dio paso a un interesante debate.

De este foro Fernando Sánchez manifestó que sirvió “para poner en común las formas de gestionar los mercados en Huesca y Hautes Pyrénées”.

Para el responsable de proyectos europeos, el seminario fue “muy positivo y constructivo” para todos los participantes. Igualmente, respecto a los mercados, Sánchez afirmó que “tienen que ser rentables a medio plazo, y por eso a nivel político debemos apostar por colaborar con los ayuntamientos”.

Por su parte Pedro Salas afirmó “que el proyecto ha ido más allá de lo que pretendíamos”. El director de HP-HP explicó que se trabajó en el seminario para ver “cómo usar toda esa energía

creada para que los mercados sigan una vez finalice el proyecto europeo”. Para ello hay dos claves. La principal, para Salas, es que “los productores deben convertirse en los impulsores y liderar los mercados en colaboración con los ayuntamientos” y la segunda es que deben ser encuentros rentables para los productores. Para ello es muy recomendable que se aprenda de la larga tradición ferial que existe en la provincia.

El grupo de trabajo resaltó que es necesario vincular los mercados con la gastronomía de las localidades y con eventos gastronómicos de importancia y otras acciones que creen cultura culinaria.

Por su parte, los productores deben aprovechar la oportunidad de los mercados para dirigirse a los restaurantes y tiendas de la zona con sus productos, según se valoró en este provechoso encuentro. ● D.A.