

Modelo de Congreso gastronómico de los Pirineos

La experiencia de la organización de dos ediciones del congreso del producto y la gastronomía de los Pirineos en el marco del proyecto POCTEFA *Hecho en los Pirineos* nos permite transferir a otros promotores de otros proyectos la conclusiones más importantes de nuestra experiencia. De forma sintética pueden resumirse en los puntos siguientes.

1. Características que identifican y diferencian al congreso gastronómico “Hecho en los Pirineos” son:

- Congreso transfronterizo.
- Congreso del producto y la gastronomía: ambos sectores conjuntamente, que vinculan un solo territorio.
- Aspira a ser el congreso de referencia de lo que se hace en cocina de montaña en el mundo.

2. Entidades que deben colaborar en la organización del Congreso.

- Socios de ambos lados de los Pirineos.
- Escuelas de hostelería, turismo y servicios de ambos lados de los Pirineos.
- Restaurantes y cocineros de ambos lados de los Pirineos y sus asociaciones.
- Productores agroalimentarios de ambos lados de los Pirineos y sus asociaciones.

3. Entidades que deben participar en el Congreso como ponentes, talleres, demostraciones o exposición y venta.

- Escuelas de hostelería.
- Restaurantes y cocineros.
- Productores agroalimentarios.
- Centros de investigación relacionados con los productos agroalimentarios.
- Centros de comedores colectivos.

4. Otros expertos que deben participar en el Congreso como ponentes.

- Distribuidores de productos delicatessen.
- Economistas y directivos de empresas relacionadas con el turismo, la gastronomía o el producto agroalimentario.
- Prescriptores publicitarios de las tendencias en la cocina.
- Historiadores, académicos, antropólogos, médicos, personal asistencial y otros expertos en las relaciones de la cocina, los alimentos y la salud de las personas.

5. Público objetivo del congreso.

- Cocineros y empresarios de restauración o de hotelería con restaurante, preferentemente de la zona objeto de promoción.
- Profesionales de la cocina en comedores colectivos.
- Productores, transformadores y distribuidores de productos agroalimentarios artesanos.
- Profesores y alumnos de escuelas de hostelería.
- Estudiantes de grado universitario relacionados con la alimentación, la salud y la tecnología de los alimentos.

- Directivos y gestores de denominaciones de origen, indicación geográfica protegida, marcas de calidad reconocibles...
- Gestores de grupos Leader u otros orientados al desarrollo local y rural.
- Aficionados a la cocina.

6. Difusión de contenidos y creación de imagen de destino turístico gastronómico.

- Los periodistas y medios especializados en gastronomía, cocina y turismo del ámbito de España y Francia y los medios generales y sus periodistas del ámbito territorial más próximo son unos aliados en la creación de la imagen de un territorio con recursos en cocina y productos agroalimentarios artesanos. Se debe trabajar mucho la presencia de estos periodistas en el Congreso, su conocimiento de primera mano de los productos, productores y el territorio y la personas que los producen para transmitir los valores exclusivos de los Pirineos centrales como destino con esas cualidades.
- Es imprescindible una inversión en publicidad.

7. Valores a transmitir con el Congreso.

- Reforzar la relación entre consumo del producto de proximidad, reducción de impacto del transporte en el medio ambiente, mejora de las cualidades organolépticas de los platos elaborados con ellos y más responsabilidad social con los productores locales.
- Transmitir una identidad cultural ligada a la cocina como expresión de una forma de vida determinada por los alimentos disponibles en cada territorio.
- Conciencia de la importancia de llevar los alimentos producidos en proximidad a los nuevos centros consumidores de alimentos: los comedores colectivos (colegios e institutos, centros hospitalarios, residencias de personas mayores...)
- Ofrecer a los turistas platos creados con productos locales y explicarles su vinculación con las personas que viven y trabajan en el territorio de forma que los identifiquen por su nombre, los asocien al territorio y a las personas que lo habitan.
- Contribuir a una nueva economía de aprovechamiento de los recursos endógenos para facilitar la permanencia de las personas en el medio rural con condiciones de vida dignas.

8. Modelo de organización. Grandes áreas de actividad.

- Feria con exposición y venta directa de productos, con demostraciones culinarias para el gran público (no profesional) y degustación de platos en pequeñas raciones.
- Talleres técnicos destinados a profesionales y aficionados a la cocina.
- Ponencias técnicas para profesionales para dar a conocer la experiencia de los dos territorios a ambos lados de la frontera.
- El congreso debe tener uno o dos ejes temáticos y enfocar las ponencias con ese contenido. Esto le permitirá tener una especialización cada edición.

9. Desarrollo temporal. Deberán tenerse en cuenta:

- La necesidad de hacerlo alternativamente en Hautes-Pyrénées y Huesca. En esta ocasión se han organizado las dos ediciones en Huesca, pero ha sido algo muy excepcional.

Proyecto EFA08/15 INSPYR financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional

- Ajustar la secuencia temporal de las ediciones a los recursos económicos disponibles por los organizadores y a la acumulación de contenidos novedosos que hagan atractivo el congreso.
- Conviene mantener el nombre del congreso “Hecho en los Pirineos/Fait en Pyrénées”, que ya han sido registrados como marcas en España y Francia.
- Procurar que el Congreso coincida con una temporada baja para los profesionales de la cocina, de forma que esto no se convierta en un impedimento para asistir.
- Disponer de una base de datos de productos y productores de Huesca y Hautes-Pyrénées para invitarlos. La presencia de estos productores en el congreso constituye un elemento fundamental, pero la corta duración de la parte de feria hace muy difícil para ellos hacer rentable su asistencia solo con los beneficios de las ventas.
- En cada edición la organización del congreso y sus contenidos deben ajustarse a la especialización del cada territorio que lo recibe. El peso de las distintas actividades descritas anteriormente puede variar atendiendo a las fortalezas y debilidades de cada territorio donde se organice.

Ambos congresos (2017 y 2019) pueden visionarse grabados en:

www.congresogastronomiapirineos.eu

www.hechoenlospirineos.eu

www.hp-hp.eu

También en los perfiles Hecho en los Pirineos de las redes sociales siguientes: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.

Huesca, mayo de 2019