

El Gobierno Vasco, preocupado por mantener y dar a conocer la calidad de algunos productos alimentarios originarios de esta comunidad autónoma, creó lo que actualmente se conoce como Fundación Kalitatea, que se encarga de otorgar el sello Kalitatea a aquellos que tengan unas cualidades específicas bien diferenciadas. El Eusko label, como también se le conoce, es similar a otros *lâbeles* otorgados desde hace más de medio siglo en otros países europeos y cuyo distintivo reconocible son la K, caso euskaldun o la Q, como en Cataluña.

Qué pretende: servir al consumidor como signo identificativo. Garantizar al consumidor un nivel de calidad. Evitar el fraude al consumidor. Defender al productor en la medida que el consumidor aprecie la calidad de su oferta.

El denominador común de estas pretensiones es el consumidor. Después de unos años de rodaje, pocos todavía, cabe preguntarse: ¿Hasta qué punto los consumidores son conscientes de la existencia de estos productos amparados por una K?

Entiendo que son los menos, los que tienen noticias de su existencia, y quizá sobrarían los dedos de una mano para contar los que se sepan, de memoria, los nuevos productos actualmente amparados por el *lâbel*: patatas alavesas de consumo, cordero lechal, pimien-

tos de Gernika, guindilla de Ibarra, miel, pollo de caserío, carne de vacuno, productos hortofrutícolas en general *eusko baserri* y el tomate, que como pimientos y guindillas se salen del anterior paraguas general.

Quizá no han existido medios para concienciar positivamente a la ciudadanía de las ventajas de los productos protegidos, rompiendo es inercia de quienes creen que son más caros, sin que un mayor precio suponga una calidad superior.

Puede darse también el caso de

una ambigüedad en productos que no estén suficientemente definidos. Las producciones son, en la mayoría de los casos, cortas por lo que no es aconsejable una publicidad masiva, que podría ocasionar una demanda imposible de satisfacer.

Estamos ante una iniciativa positiva, cuya consolidación será cuestión de tiempo. Nos consta que la labor de la fundación no se limita al control de calidad, sino que defiende el intrusismo, como recientemente ha ocurrido con pimientos procedentes de otros

lugares (Marruecos entre ellos) que han invadido los mercados, luciendo el título de *Gernikako piperrak* (sin la K) que indudablemente causan grave daño a productores y consumidores. La picaresca, la creación de sociedades que aprovechan cualquier laguna legal, fueron rápidamente controladas.

Hace unos días se dio un paso importante para la divulgación, fuera de nuestra comunidad, de la bondad de nuestros productos de calidad. Durante cuatro días —los pasados 4, 5, 6 y 7 de abril— con ocasión del XIX Salón Internacional del Club de Gourmets que se celebró en el recinto erial de la Casa de Campo de Madrid, tuvieron lugar catas sensoriales de alimentos de calidad del País Vasco. Un paso más en la larga andadura de dar a conocer los productos Kalitatea. ■

EL VALOR DEL SELLO 'KALITATEA'

JUAN JOSÉ LAPITZ

CONSUMO

LOS DOCE ELEGIDOS

- **Carne de vacuno:** Con el distintivo Euskal Okeia. Procede de animales nacidos y crecidos en caseríos.
- **Pollo de caserío:** Alimentado con cereales con más de un 60% de maíz. Raza Atlántica, de crecimiento lento. Sacrificados con 12 semanas como mínimo.
- **Cordero lechal:** Se ofrece entre noviembre y mayo. Exclusividades: raza latxa o carranzana, vive en el monte, alimentado con leche materna durante 35 días. Peso en canal entre 5 y 8 kilos. Controlado en sus fases. Máxima calidad y sabor.
- **Pimiento de Gernika:** Nacido de semillas selectas procedentes del País Vasco. Cultivo en caseríos. Tamaño entre 6 y 9 centímetros. Tierno, terso y de color verde intermedio son sus características. De mayo a octubre.
- **Tomate:** Sabroso y jugoso, fresco. De forma asurcada y entreverado, superior a los 60 milímetros.
- **Alubias:** De Tolosa, de Gernika y

pinta. La de Tolosa es casi negra, ovalada, con piel fina. La de Gernika es granate, con pintas rosáceas, ovalada o alargada. La pinta alavesa es pequeña, ovalada, con pintas rosáceas, piel escasa.

► **Bonito y cimarrón:** Pescados uno a uno por arrantales y descargados en puertos de la CAV, lo que les hace llegar en las mejores condiciones al consumidor.

► **Leche pasteurizada de alta calidad:** Presentada en envase que mejor la

conserva.

► **Patata alavesa:** Calidad conseguida por el clima, suelo y cultivo ancestral. Clases: red pontiac, caesar, monalisa, jaeria, kennebec, nagore, agria y spunta.

► **Gulndillas de Ibarra:** Suaves, tiernas y delicadas. Producidas y envasadas con especial cuidado y esmero en caseríos de este pequeño municipio.

► **Miel:** Producida en montes y campas cercanas a robledales.

DATOS 2004

- **Carne de vacuno:** 4,4 millones de kilos.
- **Cordero lechal:** 28.725 canales.
- **Pollo de caserío:** 774.007 kilos.
- **Miel:** 59.653 kilos.
- **Leche pasteurizada de calidad:** 2,6 millones de litros.
- **Bonito y cimarrón:** Casi 2 millones de kilos.
- **Patata de Álava:** Más de 2 millones de kilos.
- **Pimientos de Gernika:** 627.000 docenas.
- **Tomate:** Unos 2,4 millones de kilos, a una media de 9 kilos por persona.
- **Alubias:** 36.000 kilos.
- **Productores:** Unos 3.500 explotaciones ganaderas y pesqueras.
- **Controles:** 5.756 auditorías e inspecciones y 3.735 análisis de laboratorio.
- **Facturación:** 75,5 millones de euros.

de la cadena de producción». Además, el máximo responsable afirma que «euskal label ha colaborado a reordenar cada subsector».

La cifra de más de 75 millones de ingresos totales de los doce productos ya supone un negocio importante. «Pero mucho antes hay que ver cómo estaban los productores de estos alimentos. Tienen que ver con la entrada en la Unión Europea». Las nuevas fórmulas de hipermercados y grandes superficies que vendían productos procedentes del continente dejaron sin clientela y sin recursos a los propietarios de las explotaciones agrarias. No se vendía casi en los mercados porque la gente iba a los hipermercados al cambiar las costumbres y acceder la mujer al mercado laboral. Nace cierto malestar en los productores y piden ayuda a la Administración. «Pensamos que teníamos 2,2 de consumidores en el País Vasco, con una renta per cápita buena y un hábito por los buenos productos alimenticios». A ellos se dirige la actuación. En la calidad, surgió la marca Euskal Label. «Se empezó a trabajar con los productores que más estaban sufriendo. Hoy han recuperado ese espacio en la cesta del consumidor de una forma muy digna. El productor ya no produce de espaldas al consumidor como hace décadas, sino que se interesa por lo que quiere. Se han cambiado costumbres y eso ha costado mucho tiempo y trabajo», resume Muruamendiaraz.

Sídra y aceite, en estudio

Hay productos que a medio plazo pueden entrar a formar parte de la gama alta de alimentos autóctonos con euskal label. Muruamendiaraz señala que «siempre

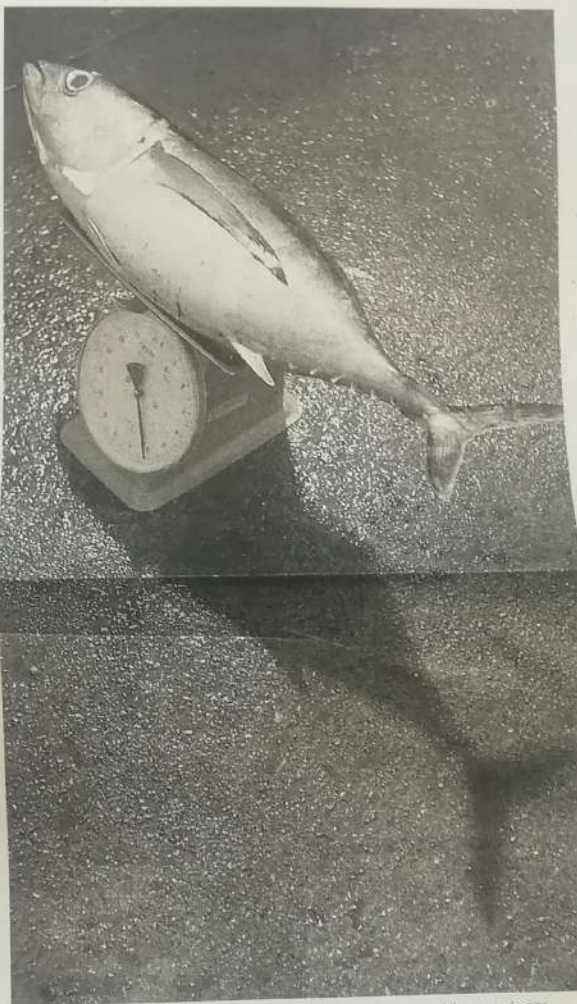
tenemos entre manos una serie de productos. Pero no depende de nosotros únicamente. Depende de los subsectores. Uno de ellos es la sidra. Hay productores que están haciendo mejoras en sus instalaciones y se trabaja en ese proceso». Otro es el aceite producido esencialmente en Álava. «Se plantan olivos desde hace cinco años. Se trataría primordialmente de aceite». La Rioja alavesa tuvo hace siglos olivos, arrancados para plantar cereales y luego se quitaron para plantar viñedos. «Se hacen pruebas y experimentos y estamos estudiando que además sea ecológico». Sería una forma de proteger el aceite con origen vasco.

¿Y el vino de Rioja alavesa? El presidente de Fundación Kalithea es rotundo: «Tiene Denominación de Origen y ese es su mejor reconocimiento».

No todos los productos que se planten y crezcan en Euskadi pueden optar a la denominación de origen. Por ejemplo, los tomates, que ofrecen numerosas especies. «Hay una selección, de cinco variedades, hechas en cata por generalizado ha sido el sabor. Las cinco son: jack, cabrales, robin, pio y ramón. Principalmente producen jack. La característica es que la maduración termina en la planta. Así llega en su mejor momento al consumidor. No se puede exportar».

Picaresca y denuncia

Denominación que quieren otorgar al pimiento de Gernika. La picaresca está al tanto de lo que es su consumo. Intentan equivocar al consumidor con esta sabrosa hortaliza. «Hemos detectado pimientos que provienen de Marruecos y los venden como si fueran de Gernika. Lo hemos



El bonito llega en condiciones inmejorables al consumidor. (I. PÉREZ)

denunciado en el Ministerio de Agricultura y nos dicen que no pueden hacer nada por ser una denominación local». Se ha enviado toda la documentación a Madrid, para que la remita a Bruselas, donde sólo allí se otorga la denominación de origen. «Sería sólo para defender este producto en este caso, no para promocionarlo».

La cualificación de euskal label no se puede perder «como producto, pero sí como comercializador o productor», explica Muruamendiaraz. «Porque no realiza las cosas como debe. Cada año suele haber un 3% de pérdidas de operadores en el sector vacuno: productores y carnicerías. En los que se constatan irregularidades en las inspecciones. Pero se compensa con los que se suman a la cualificación».

Todos los que figuran en la cualificación Euskal Label son voluntarios. «Nos recomiendan, bien los responsables de ese subsector o la propia Administración, que veamos un determinado producto. Suele ser porque pasan mal momento. Hacemos nuestras valoraciones y si podemos aportar algo más nosotros, constituimos una mesa de trabajo con productores, comercializadores y técnicos que elaboran un reglamento de uso y gestión de ese producto». Al final se controlan las especificidades del producto y si se cumplen, entran a formar parte de euskal label.

especial contra la caída del cabello