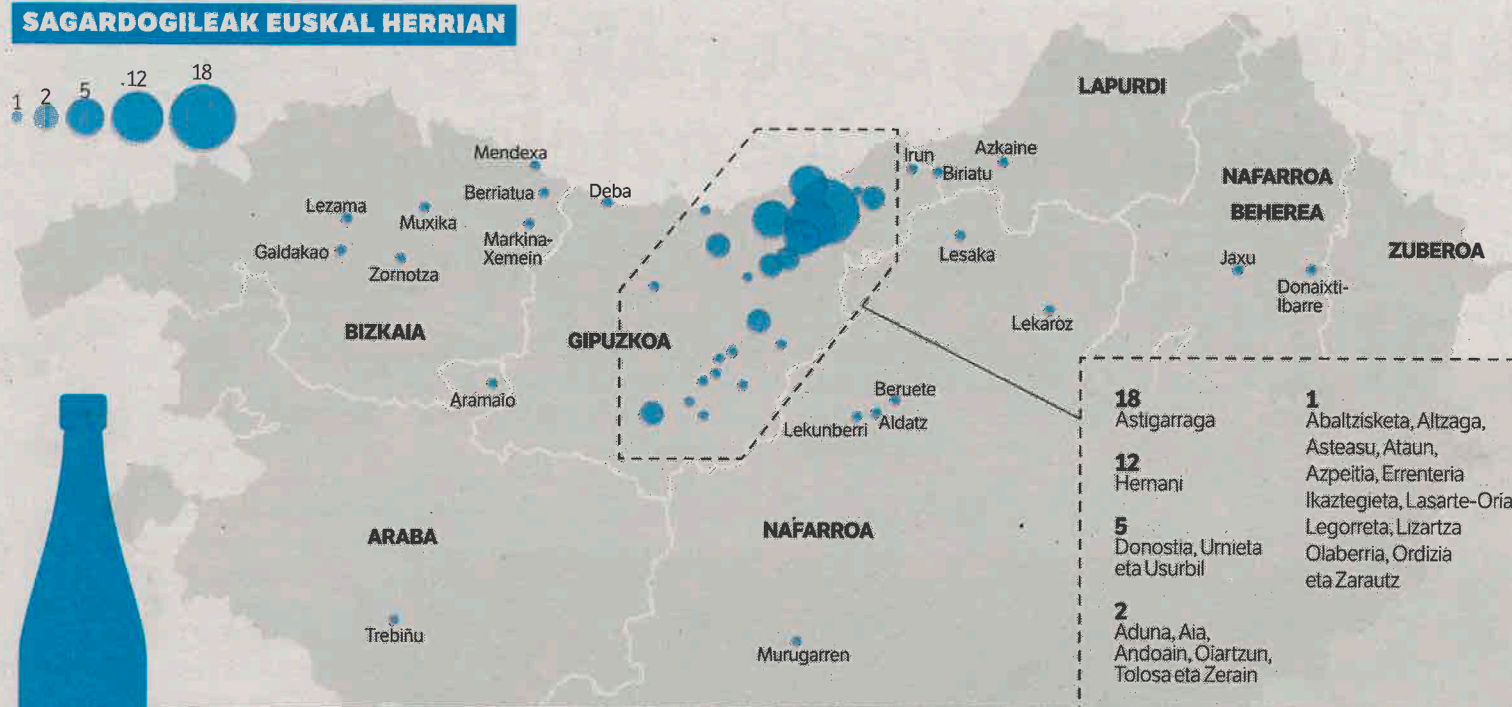


SAGARDOGILEAK EUSKAL HERRIAN



Ekoizpena

Gipuzkoa



Bertako sagarra

Ipar Euskal Herria

0,45
milioi litro

Bertako sagarra

Nafarroa

0,2
milioi litro

Bertako sagarra

Bizkaia

0,16
milioi litro

Bertako sagarra

Araba

0,11
milioi litro

Bertako sagarra



ITURRIA: SAGARDOGILEEN ELKARTEAK ETA GIPUZKOAKO FORU ALDUNDIA

Botilako sagardoak jauzia egin nahi du «merkatu berrietara»: Euskal Herri osora zabaldu nahi du. eta.

tza. Botilara itzuli behar gara, eta jakin behar dugu merkatuan bir-

bereziki, gazteen artean. Sektorearen inguruan erreportaje serie bat kaleratuko du BERRIAK datozen egunetan.

Jarri freskatzen

Jokin Sagarazazu

Lehenengoetarikoak izan ziren euren negozioak ixten. Eta, besteek bezala, ez dakite noiz zabalduko dituzten berriro. Oraindik goiz da jakiteko koronabirusaren krisiak nola eragingo dien, baina kolpe latza jasoko dutela argi dute sagardogileen elkarteek. Haiena sagardoaren produkzioa gainditzten duen sektorea baita.

Izan ere, sagardogileek euren etekinen %60 inguru lortzen dute ostalaritza zerbitzuetatik, txotx garaian zein urte osoan eskaintzen dituztenak. «Hori da gure diru sarrera nagusia; hori gabe, sagardo ekoizle askok itxi egin beharko lukete», azpimarratu du Ibon Aburuza Gipuzkoako Sagardogileen Elkarteko lehendakariak.

Oraingo etenak eragingo dien zulo handia nola bete aztertzen ari dira: botilen salmentarekin soilik ezinezkoa izango dutela badakite, baina, neurri batean, beste erremediorik ez dute. Botilari bultzada berri bat emateko ere baliatu nahi dute egoera berria.

Euskal Herrian produzitzen den sagardoaren %86 botilatzen da; bestea, zuzenean kupeletik kontsumitzen da; txotx garaian, bereziki. Aurtengo uzta kontuan hartuta, gutxienez, 10,5 milioi litro komertzializatu beharko dute; eta gehiago ere izan daitezke, sagardotegi garaia etena dela eta. Eta diru asko dago jokoan. Gipuzkoako Foru Aldundiak emandako datuen arabera, botilako sagardoak 15 milioi euro fakturatzen ditu urtean; Euskal Herriko edari produkzioaren %15,7 da hori.

Unai Agirre Euskal Sagardoa jatorri izenaren kudeatzaileak azpimarratu duenez, koronabirusaren krisiak «trantsizio garai batean» harrapatu ditu sagardogileak: «botila indartzeko garai batean». «Lehen, txotxa egiten zen botilan zer sartu erabakitzeko; hortik sortu zen egun dugun esperientzia gastronomikoa. Baina horrek egokitu behar du».

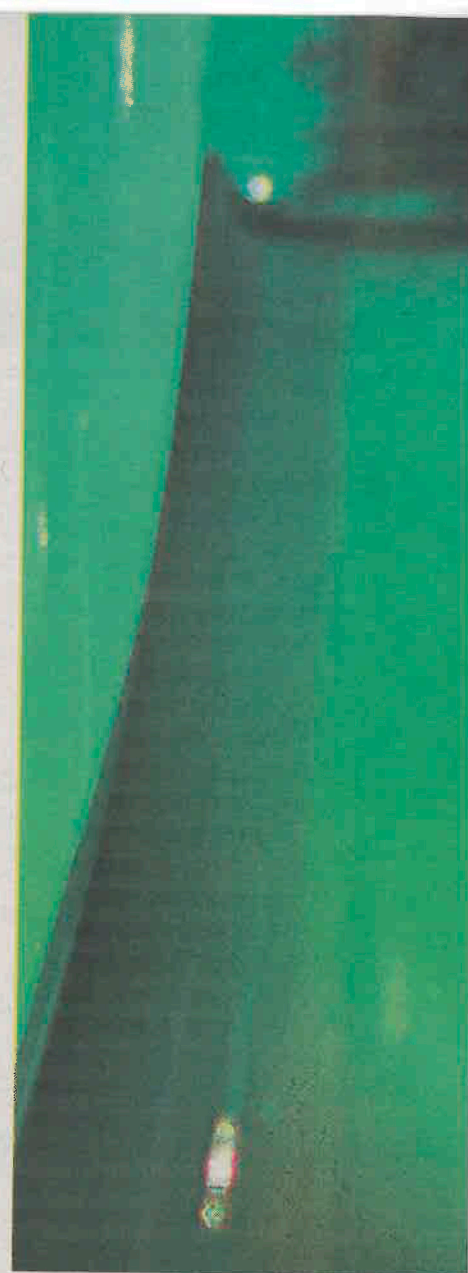
Gertatzen ari den edo egin nahi den aldaketarekin bat dator Aburuza. «1990eko hamarkadetan egin zen saltoa: ostalari bihurtu ginen. Baina ahaztu egin genuen botila, ez genuen landu; behar duen tokia ez genion eman. Orain, bigarren jauzi baterako garaia da: oreka bilatu behar dugu ostalaritzaren eta botilaren artean». Agirrerentzat, argi dago zein den gakoa: «Kontsumitzaile berriak lortzea. Eta, horretarako, sagardoa bera izan behar da arda-

posizionatzen».

Saltzerairten

Aburuzak azpimarratu duenez, azken urteetan sektoreak inbertsio handiak egin ditu helburu horri begira, eta «asko profesionalizatu» da, produkzioan eta kontserbazioan, bereziki. Komertzializazioaren alorrean ikusten du hutsune nagusia. «Askok aldatu da. Lehen, sagardotegian erosten zuen jendeak, eta urte osoarako. Orain, ez. Barietatea nahi dute: aldatu, probatu...». Horrekin bat dator Agirre. Sagardo produktoreen erronka nagusia hori dela azpimarratu du. «Saltzera ateratu behar dugu: merkatuak nola funtzionatzen duen eta nola saltzen den ezagutzera. Ari gara horretan».

Agirrek esandakoaren harira, Aburuzak «aldaketa handi bat» nabaritu du urteotan; bereziki, 2017an Euskal Sagardoa sormarka sortu zenetik, eta, horrekin batera, instituzioen laguntzak «handitu» direnetik. «Berpizten ari da botila. Prestigioa eman zaio produktuari, eta erraztu da komertzializazioa». Agirrek gaineratu du «aldaketa handiko urteak» izaten ari direla sektorean: sagarraren ekoizpenetik hasita, eta ikerkuntzan, produkzioan eta merkaturatzean ere bai. Hein handi batean, berak ere azpimarratu du sormarkaren sorrerak eragin duela hori. Instituzioen ba-





besari dagokionez, Agirrek argitu nahi izan du laguntzak ez direla mugatu merkaturatzera soilik, produkzio prozesu osora zabaldu direla. «Eta horrek eragin handia izan du kalitatean. Gaur egun, kalitate handiko produktua ari gara ekoizten».

Aurrera begira, sagardogileek bi erronka dituzte, Agirreren arabera: merkatua zabaltzea eta prezioa «kalitateari egokitzea». «Bertako merkatua ondo landu da, baina gehiago egin daitekeela uste dugu: dendetako linealetan ondo posizionatu behar dugu, eta ostalaritzan gehiago sartu behar gara: sagardo kartak sortuz, azalpenekin-eta, adibidez». Agirrek uste du sagardoak baduela merkatua, «potentzialtasun handiko» produktua delako. «Gurea da, Euskal Herrikoa, arina da, graduazio txikikoa...».

Gazteak erakartzea

Aburuzak, baina, zailtasun ugari ikusten ditu oraindik Gipuzkoatik kanpo saltzeko. «Ari gara, baina erronka bat da oraindik Euskal Herri osora iristea, Euskal Herriko merkatua sendotzea». Geografikoaz gain, badute beste

Sagardogileek bertako sagarrean oinarritu nahi dute ekoizpena, sagardoari balio erantsi bat eman eta sektorea duintzeko. Helburu horrekin sortu zuten Euskal Sagardoa sor-marka 2017an.

Kalitatezkoa eta bereizgarria

Paulo Ostolaza

Kalitatea da euskal sagardogileek gehien darabilten hitza azken urteetan. Gaur egun duten indarra bermatzeko eta, ezinbestean, aurrerapausoak emateko merkatuaren dibertsifikaziorantz eta internacionalizaziorantz. Horretarako, kalitate handiko produktu bat ekoizteaz gain, bezeroei zerbait bereizgarria eskaintzea da sagardogileen asmoa, bertakoa.

Sagarraren jatorrian dago gaurkoa. Gaur egun Euskal Herrian sagardoa ekoizteko erabiltzen di-

Arabako bik. Duela bi urte gehitu ziren azkenak. Sor-markak sortu zenetik bete duen erronka nagusietako bat sektorea batu izana da, hiru lurraldeetako ekoizleak zigitu berean elkartu baititu. Euskal Sagardoa markara bideratutako ekoizpena 48 sagardogilek egiten dute gaur egun: Gipuzkoako 41ek, Bizkaiko bostek eta Arabako bik.

Ez da nolanahiko kontua. Sagardotegi askok, oraindik, txotxari esker lortzen dituzte irabazirik gehienak, eta ekoizle batzuek

Sor-marka aurkeztu zutenetik helburu bat ezarri zuten: 2032rako,



1990eko hamarkadan ostalari bihurtu ginen; ahaztu egin genuen botila, ez genuen landu. Orain, oreka bilatu behar dugu»

Ibon Aburuza

Gipuzkoako Sagardogileen Elkarteko lehendakaria

«Garagardoaren sektorean marketinaren alorrean eta produktu aniztasunean egiten ari direna ispilua da guretzat»

Unai Agirre

Euskal Sagardoa sor-markaren kudeatzailea

kontsumoa «urte osoa» zabal-tzea. «Lortu behar dugu sagardoa ez izatea soilik txotx garaian edo ospakizun jakin batzuetan kontsumitzen den produktu bat».

Aburuzak gazteengan jarri du begirada. Azpimarratu du botilak saltoki handietan ikusgarri jarri izanak eta sagardoak Agirrek aipatu dituen ezaugarriak izateak kontsumoa handitu duela. Horren harira, Agirrek garagardo

egileek gazteak erakartzeko egiten ari diren lana azpimarratu du. «Ispilu interesgarria da guretzat marketinaren alorrean, diseinuan, produktu aniztasunean eta beste egiten ari direna».

Upategiak ere aipatu ditu Euskal Sagardoa sor-markaren kudeatzaileak. «Lan handia egin dute ostalaritza eta produktzioa uztartzen, eta, bereziki, sor-marken alorra lantzen, mahatsen aniztasuna eta produktzio moduetan iker-tzen...».

Agirreren ustez, kalitatean jauzia egiteak ekarri beharko luke sagardoaren prezioa «duintzea» eta sektoreko beste langileen lana ere; bereziki, sagar ekoizleena.

behera, kanpotik ekarritakoak dira. Kalitate zigilu bereizgarri bat osatzeko, ordea, badira urte batzuk sagardogileak eta erakundeak bertako sagarren produktzioa bultzatzen hasiak direla.

Erabat bertakoa den sagardoa Euskal Sagardoa jatorri izenarekin zigilatzen da 2017tik; kalitate bermea duten sagardoek soilik eskuratzen dute zigilu hori. Kalitate probak Fraisoro laborategian egiten dituzte, bai fisiko-kimikoak eta bai organoleptikoak, eta Hazi fundazioak egiaztatzen du prozesu osoa.

Aurkeztu zutenetik helburu bat jarri zuten mahai gainean sustatzaileek: 2032. urterako, ekoizpen guztia bertako sagarrekin egitea. Aurten, hiru milioi litro sagardo ekoizti dira Euskal Sagardoa sor-markarekin.

Edariaren balio eraritsia areagotzea eta kalitatean oinarritzea da sor-markaren azken helburua, produktua apur bat garestiago saldu eta sektorea duindu ahal izateko. Zapiain sagardotegiko Miguel Zapiainek hala azaldu du: «Euskal Sagardoa sor-marka da gure aukera bakarra jendeak kalitateari dagokion balioa eman diezaion eta pixka bat gehiago ordaintzea onar dezan».

Euskal Sagardoa markara bideratutako ekoizpena 48 sagardogilek egiten dute gaur egun: Gipuzkoako 41ek, Bizkaiko bostek eta

sagarrarekin egitea

diote botilaren merkatua «gainezka» dagoela. Euskal Sagardoa ez da sagardogileek eta erakundeek kalitatearen alde egin duten lehen apustua. Lehendik mar-txan zen Gorenak marka, baina Euskal Sagardoa sortu zenetik Eusko Jaurilaritzaren menpeko Hazi fundazioak kudeatzen du. Zigilu horretan, ordea, bertako eta kanpoko sagarra erabiltzen dute ekoizleek, eta asmoa da pixkanaka guztiak Euskal Sagardoa ekoiztera igarotzea.

Hedapena Euskal Herrira

Etorkizunean, litekeena da Nafarroako eta Ipar Euskal Herriko ekoizleak ere jatorri izenera gehitzea, baina muga administratiboez ez dute errazten bide hori. Euskal Sagardoa sor-marka publikoa da, eta Eusko Jaurilaritza da hura kudeatzen duena. Nafarroako ekoizleak sartuko balira, bi autonomia erkidegotako ekoizleak bilduko lituzke eta, ondorioz, Espainiako Elikadura Ministerioa bihurtuko litzateke arautzailea. Ez Eusko Jaurilaritza, ez Nafarroako Gobernua.

Are eta konplexuagoa litzateke Ipar Euskal Herriko ekoizleek sartu nahiko balute. Orduan, bi herrialdetan banatutako jatorri izena litzateke Euskal Sagardoa, eta Bruselak arautu beharko luke.