



AL DÍA

La irresistible atracción del 'txotx'

El Sagardoetxea Museoa de Astigarraga aumentó sus visitantes un 50% en lo que va de año, con más de 3.000 personas

MIKEL SORO| SAN SEBASTIÁN.

DV. Verano, cultura y sidra podrían ser los tres ejes básicos de la Sagardoetxea Museoa, la casa de la historia de la sidra ubicada en Astigarraga que gestiona Sagarteka. Pero un cuarto componente se ha venido a sumar de forma importante a la actividad lectiva de la entidad: el turista, ya que en lo que lleva de año han pasado nada menos que 3.000 visitantes. «Un 50% más que durante todo 2007», expone feliz Joxe Mari Alberro, director técnico, que comparte directorio con el vascofrancés Dominique Lagadec.

Durante este verano, los meses son diferentes en las visitas al museo de la sidra de Astigarraga. Explica Alberro que «en junio, julio y septiembre funcionan los turoperadores, que traen grupos como jubilados, excursionistas, etcétera, o vienen clubes juveniles». En agosto cambian radicalmente porque los visitantes son familias o grupos de amigos que han elegido venir al Museo de la Sidra. «También lo hacen durante todo el verano», gracias a la promoción publicitaria en cámpines, casas rurales, hoteles y oficinas de información turística.



Alberro explica detalles del Museo de la Sidra a unos turistas. /USOZ

Hasta noruegos han llegado a Astigarraga a ver el museo y a comer y cenar en las sidrerías abiertas en verano. «Hay un vuelo directo a Oslo desde Biarritz, trae unos 150 nórdicos una agencia catalana y son la novedad... hasta ahora», comenta complacido.

De las 3.000 personas que han visitado el Sagardoetxea Museoa muchos estaban alojados o provenían de poblaciones tan alejadas como Mutriku y Ondarroa. «Hasta de Lekeitio nos han visitado».

Y por supuesto, de Barcelona y de Madrid. «Estos vienen todo el año. Un grupo trae a otros amigos y así sucesivamente. Queremos poner un guía en catalán, además de los que tenemos en euskera, castellano, francés e inglés».

La entrada cuesta 3,5 euros, con derecho a catar tres productos. «La visita guiada supone además degustar sidra al txotx, un mosto y un licor de sidra». Lo de poner el vaso en el txotx de la kupela «les vuelve locos. Se hacen cientos de fotos. Como llenan el vaso...».

Hay en verano un tíquet de 20 euros (10 en invierno) «para que la gente pueda comprar la sidra que más le guste de todas las que hay en el museo. Adquieren sidra, licor, mosto, vasos y jarras de cerámica». Lo que más le sorprende a Alberro es «que hay turistas que se llevan el diccionario del mundo de la sidra en euskera. Hay ilustraciones y fotos pero lo adquieren aunque no lo entiendan. Se aprenden los nombres en euskera, eso sí. Pero lo editaremos también en castellano».

Guías en cuatro idiomas

Disponen de tres guías «que tienen mucha exigencia porque no es un mundo fácil el de la sidra», pero cuando llega la temporada del txotx aumentan a seis las personas que explican al detalle todo lo que hay y se ve. «De enero a Semana Santa los fines de semana esto es de locura de la cantidad de gente que

viene», señala feliz el director técnico del Sagardoetxea Museoa de Astigarraga.

Para el año que viene, coincidiendo con la temporada de txotx tiene un plan para atraer más clientes. «Queremos incorporar un tolare genuino. Espero que los gremios se den prisa. Tendrá así más intensidad cultural. Se podrá ver cómo se hacía la sidra de forma artesanal».

Obviamente no son autosuficientes. Hay un consorcio formado por sagardogiles, el Ayuntamiento local, la Diputación y Gobierno Vasco para gestionar este museo de la sidra. «Nuestra idea es ser autosuficientes económicamente cuando las obras estén acabadas. Es decir, la gestión diaria se autofinancia», recalca Alberro. Sería una muestra palpable de que es una buena idea tener abierto el Museo de la Sidra.

Además editan libros, aportan métodos para la crianza de la manzana de sidra, informan de mejoras técnicas. «Nos ayudan empresas y contamos con su colaboración. Hay una relación muy estrecha con ellas y siempre responden». Además cuentan con una base de datos potente y utilizan las nuevas tecnologías de información e internet «a tope. Todos vamos por ahí», recalca.

«Esto se basa en tres patas: departamento técnico, cultural y el turismo, que es quien nos permite seguir viviendo», reconoce Joxe Mari Alberro.