



Merkatu berrien bila

Komertzializazioa da sagardoaren erronkarik handiena. Gaur egungo sagardo-produkzioak eskatzen duen helbururik nagusien artean dago merkatu berri egonkorak irekitzea. Sagardoaren merkatua barne kontsumora mugatua dago, eta Euskal Herrian barrena era desberdinean zabaltzen da, lurralde batzuetara gehiago bestetara baino.

Espero zen bezala, Gipuzkoa da sagardo gehien ekoiztu eta kontsumitzen duen lurraldea. Araba, Bizkaia, Nafarroa eta, beherago, Iparraldea oso urrutit dabilta eta, beraz, epe laburrean merkatuaren zabalpenak hortik jo beharko du.

Sagardo naturala, gutxienez Gipuzkoakoa, ezaguna eta estimatua da espainiar Estatuan sagardozale gutxi batzuek egindako lanari esker. Sagardozale horiek merkatu berrien bila dabilta eta Gourmet eta Agroalimentaria bezalako azoketara joan izan dira. Horrelako ahaleginak direla medio, Madril, Bartzelona, Zaragoza, Valentzia eta Andorrako jabetxe eta hoteletan aurki dezakegu sagardoa.

Barneko merkatuan, berriz, gero eta gehiago zabaltzen ari da sagardoa banaketa-enpresen bidez, jabetxe eta sagardozaleen arteko zubi-lana egiten duten enpresa horien bidez, alegia, Sagardozaleen lana errazteko modua da hori.

Sektorearen lan nagusia hauxe da, kalitate oneko produktua lortzea, egonkorra, presentzia onekoa; azken batean, produktua duintzea.



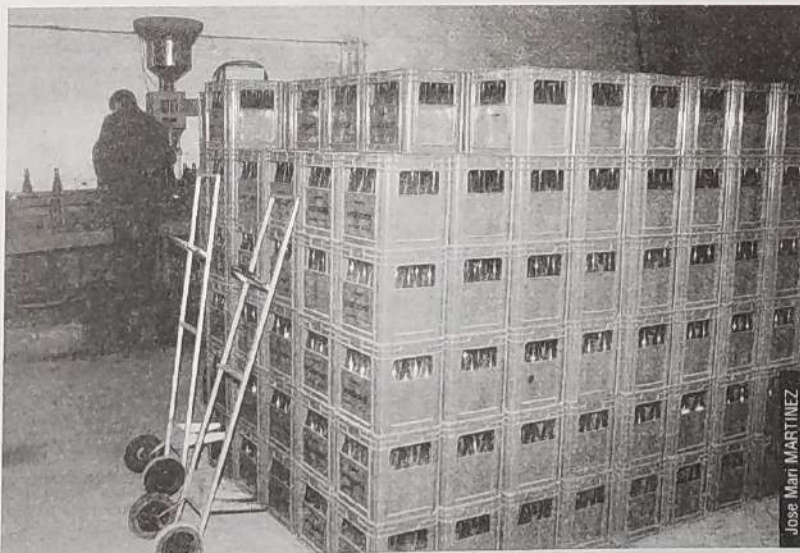
Sagardoa merkaturatzeko baliabide berrien bila dabilta sagardogileak.

Gipuzkoako Sagardozaleen Elkartek sagardoaren aldeko publicitate-kanpainak egiten ditu, orokorrak, produktuaren beraren ezaugarri eta kalitateak agerian jarriz, eta sagardozalearen esku geratzen da nor bere markaren publicitateak egitea.

Sagardo naturala bultzatze aldeira, une honetan aztertzen ari dira ea posible ote den kalitate-berizgarri bat lortzea. «Label bat izan daiteke, jatorri-izendapena, izendapen geografiko babestua, kalitate-zurtagiria (ISO 9000) edota beste edozein formula sagardozale guztientzako nahiz sektore baterako egingarria izan daitekeena. Tresna egokia litzateke gehiago eta hobeto saltzeko», dio Migel Angel Saenz-ek.

Jatorrizko izendapenaren formula baztertu egin beharko da, ziurrenik, lehengia, sagarra, portzentaje handian (%80-90) bertakoa izatea eskatzen duelako. Eta portzentaje hau lortezina da, gaur gaurkoz, baina uztarik oneneko urtean ere. Bestalde, sagardoa produktu naturala izanik, ez du gehigarririk eta, beraz, ezegonkorra eta delikatua da. Botilaratzen den uanean labela lortzeko baldintza guztiak bete ditzake eta handik hilabete batzuetara aldaketa batzuk jasan, ez baita ahaztu behar botila barnean ere aldatuz dola. Hauek guztiak kontuan izanda, nekeza gerta daiteke kalitate-ezaugarri bat lortzea. Lauzprobost hilabete barru amaituta egongo da sektorearen egoera aztertzea helburu duen lan hori eta bertatik ateratzen diren ondorioetan oinarrituta, egokiena den bideari helduko zaio.

Jose Mari MARTINEZ



Gero eta gehiago zabaltzen ari da enpresen bitartez egindako sagardo-banaketa.

OTSYA ENEA

Sagardotegia

TOLARE
SAGARDOTEGIA

Osinaga Auzoa • Tf. (943) 55 68 94 • HERNANI