

En los tres meses de temporada no se consume ni el 5% de la producción anual

Vender la sidra embotellada sigue siendo la asignatura pendiente de los cosecheros

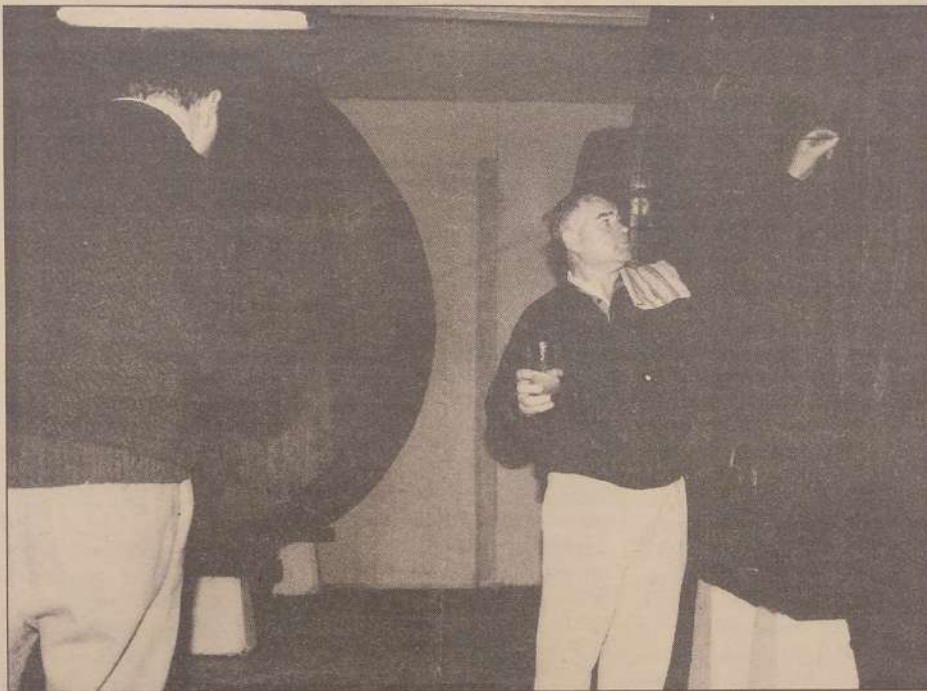
E. I.

DONOSTIA. «Pan de hoy y hambre de mañana». Con esta frase lapidaria resume Miguel Ángel Saéz los beneficios que la «probaketa» reporta a los sidreros. «No podemos pasar por alto que en los tres meses y medio de sidrería no se consume ni el cinco por ciento de toda la producción anual». El resto hay que embotellarlo, y lo que es más difícil, sobre todo en Euskadi, venderlo.

La Asociación de Cosecheros de Gipuzkoa viene luchando denodadamente por lograr el aumento del consumo de la botella de sidra. Como bien apunta José Mari Saizar, las comparaciones son odiosas, pero en este punto resulta ineludible hacerlo con Asturias. Según Saizar, mientras en cualquier bar de Asturias se consumen del orden de 30 a 35 cajas de sidra diarias, en Gipuzkoa la venta de 200 cajas al año es ya algo inusual.

Dos años muy buenos

A pesar de todo, la Asociación no se queja de cómo han marchado las cosas durante los dos últimos ejercicios. «Sobre todo el 89. Fue un año magnífico». Toda la producción de los años 89 y 90 se agotó. Con todo, los dos representantes de la



Las kupelas con la sidra más adelantada ya han sido advertidas por los sidreros y son las que serán abiertas esta temporada. (Foto Unciti)

Asociación son cautos a la hora de analizar estos balances. «Tenemos que tener en cuenta que los dos últimos años han resultado magníficos desde el punto de vista climático, factor muy importante para el consumo de la sidra. Por eso, preferimos esperar».

Por todo ello, la venta de

la botella es la gran asignatura pendiente de los cosecheros guipuzcoanos. Reconocen la gran dificultad de penetrar en el mercado de la hostelería. «A un producto tan estabilizado y asumido como el vino le está haciendo un daño terrible el consumo de la cerveza». En este sentido, no parece que el «txikiteo» sea un campo

abonado para la sidra, máxime cuando la botella de sidra no se puede dejar en nevera una vez que ha sido descorchada. Por eso, la Asociación lanzó la campaña de la botella pequeña, con chapa, pero no parece que ha calado demasiado.

Nuevos mercados

Ante esta coyuntura, la

Asociación se ha marcado el objetivo de penetrar en dos mercados todavía, prácticamente, vírgenes. En este sentido, José Mari Saizar se mostró muy ilusionado por el juego que puede ofrecer la bolsa de la compra. «Es un mercado en el que, aunque sea lentamente, estamos penetrando. Las amas de casa empiezan a coger botellas de sidra para el consumo semanal». La etiquetación de la botella no puede demorarse por más tiempo y en esa labor anda la Asociación de Cosecheros.

El segundo campo de acción «no puede ser otro que el resto de Euskadi», subra ya Miguel Ángel Saéz. «El mercado de Gipuzkoa no creemos que vaya a dar mucho más de sí». Tal y como explican estos dos representantes de la Asociación, «estamos apreciando un significativo incremento del consumo de sidra en Bizkaia, Nafarroa y Araba, que no podemos dejar pasar por alto».

En cualquier caso, los sidreros siempre contarán con su fiel clientela. Aquella que, año tras año, carga el coche o la furgoneta de botellas y crea su propia bodega en el garaje, trastero, sótano o despensa.