


[Sartu](#)

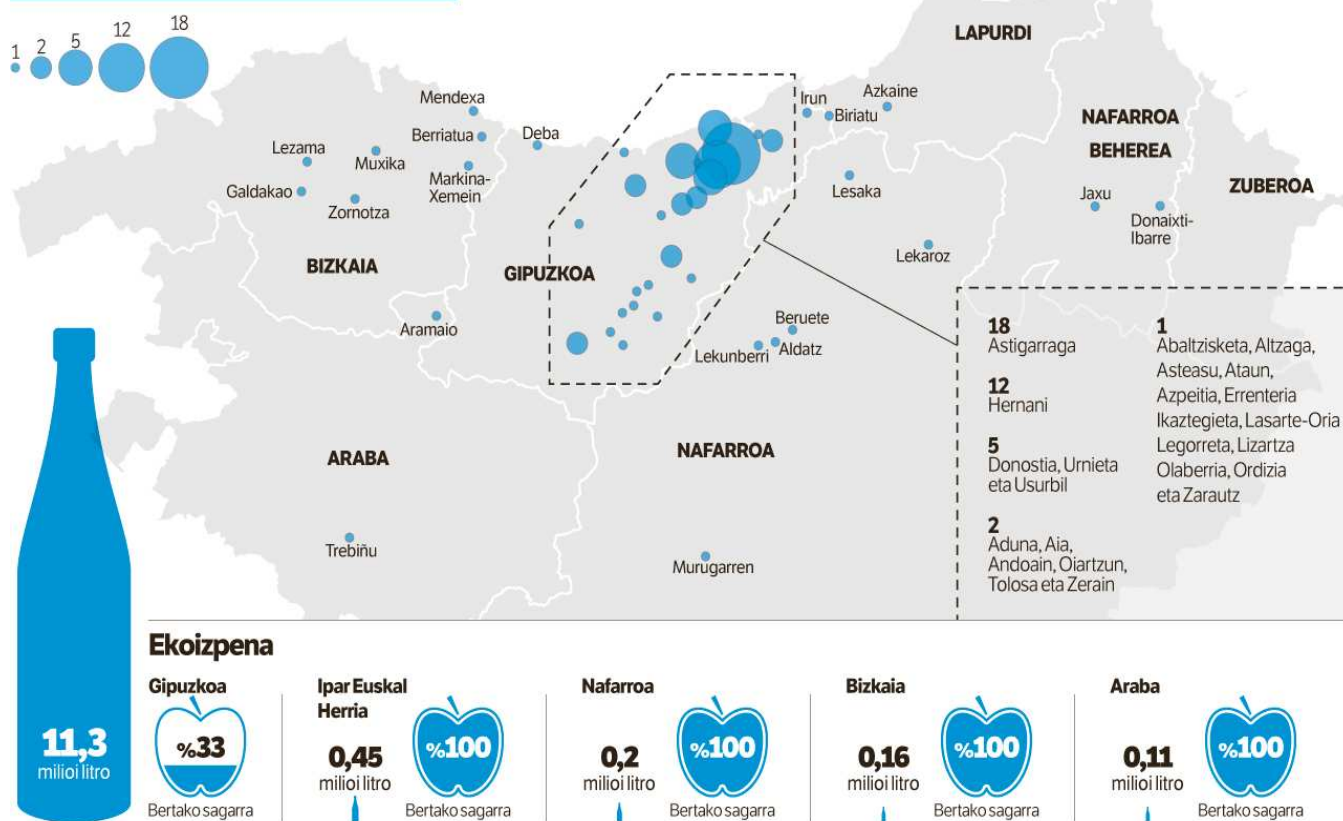
 Hasiera / **Ekonomia**

SERIEA. SAGARDOGILEAK (I)

Jarri freskatzen

Botilako sagardoak jauzia egin nahi du «merkatu berrietara»: Euskal Herri osora zabaldu nahi du, eta, bereziki, gazteen artean. Sektorearen inguruan erreportaje serie bat kaleratuko du BERRIAK datozen egunetan.

SAGARDOGILEAK EUSKAL HERRIAN



ITURRIA: SAGARDOGILEEN ELKARTEAK ETA GIPUZKOAKO FORU ALDUNDIA



Jokin Sagartzazu

2020ko martxoak 19

Lehenengoetarikoak izan ziren euren negozioak ixten. Eta, bestee bezala, ez dakite no zabalduko dituzten berriro. Oraindik goiz da jakiteko koronabirusaren krisiak no

eragingo dien, baina kolpe latza jasoko dutela argi dute sagardogileen elkarteek. Haien sagardoaren produkzioa gainditzen 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 nagusi hori gabe, sagardo ekoizle askok itxi egin beharko lukete», azpimarratu du Ibon Aburu Gipuzkoako Sagardogileen Elkarteko lehendakariak. Oraingo etenak eragingo dien zu handia nola bete aztertzen ari dira: botilen salmentarekin soilik ezinezkoa izango dutel badakite, baina, neurri batean, beste erremediorik ez dute. Botilari bultzada berri b emateko ere baliatu nahi dute egoera berria

Euskal Herrian produzitzen den sagardoaren %86 botilatzen da; bestea, zuzeneko kupeletik kontsumitzen da; txotx garaian, bereziki. Aurtengo uzta kontuan hartuz gutxienez, 10,5 milioi litro komertzializatu beharko dute; eta gehiago ere izan daitezke sagardotegi garaiaren etena dela eta. Eta diru asko dago jokoan. Gipuzkoako Foru Aldundiak emandako datuen arabera, botilako sagardoak 15 milioi euro fakturatzen dit 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: «botil indartzeko garai batean». «Lehen, txotxa egiten zen botilan zer sartu erabakitzeko; hori sortu zen egun dugun esperientzia gastronomikoa. Baina horrek egokitu behar du

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

Saltzera irten

Aburuzak azpimarratu duenez, azken urteetan sektoreak inbertsio handiak egin ditu helburu horri begira, eta «asko profesionalizatu» da, produkzioan eta kontserbazioa bereziki. Komertzializazioaren alorrean ikusten du hutsune nagusia. «Askok aldatu d Lehen, sagardotegian erosten zuen jendeak, eta urte osorako. Orain, ez. Barietatea nahi dute: aldatu, probatu...». Horrekin bat dator Agirre. Sagardo produktoreen erronk 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 urteota bereziki, 2017an Euskal Sagardoa sor-marka sortu zenetik, eta, horrekin batera instituzioen laguntzak «handitu» direnetik. «Berpizten ari da botila. Prestigioa eman za produktuari, eta erraztu da komertzializazioa». Agirrek gaineratu du «aldaketa handi urteak» izaten ari direla sektorean: sagarraren ekoizpenetik hasita, eta ikerkuntza produkzioan eta merkaturatzean ere bai. Hein handi batean, berak ere azpimarratu d sor-markaren sorrerak eragin duela hori. Instituzioen babesari dagokionez, Agirrek argit nahi izan du laguntzak ez direla mugatu merkaturatzera soilik, produkzio prozesu oso zabalduta direla. «Eta horrek eragin handia izan du kalitatean. Gaur egun, kalitate handi 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 e daitekeela uste dugu: dendetako linealetan ondo posizionatu behar dugu, eta ostalaritza gehiago sartu behar gara: sagardo kartak sortuz, azalpenekin-eta, adibidez». Agirrek us du sagardoak baduela merkatua, «potentzialtasun handiko» produktua delako. «Gur da, Euskal Herrikoa, arina da, graduazio txikikoa...»

Gazteak erakartzea

Aburuzak, baina, zailtasun ugari ikusten ditu oraindik Gipuzkoatik kanpo saltzeko. «A gara, baina erronka bat da oraindik Euskal Herri osora iristea, Euskal Herriko merkatu sendotzea». Geografikoaz gain, badute beste erronka bat, Aburuzaren ustez: kontsumo «urte osora» zabaltzea. «Lortu behar dugu sagardoa ez izatea soilik txotx garaian e 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 kontsumo handitu duela. Horren harira, Agirrek garagardo egileek gazteak erakartzeko egiten a 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 egi dute ostalaritza eta produkzioa uztartzen, eta, bereziki, sor-marken alorra lantze mahatsen aniztasuna eta produkzio moduetan ikertzen....»

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

Irakurle agurgarria:

Honaino iritsi zarenez, eskaera bat egin nahi dizugu: irakurtzen ari zaren edukia eta egunkaria babestea, konpromiso ekonomikoa hartuz. Publizitatea eta erakundeen diru-laguntzak ez dira nahikoa BERRIAren etorkizuna bermatzeko. Sarean eskaintzen dizugun edukia irakurtzen duzuen milaka irakurleek proiektuari ekarpena eginda, urrutira iritsiko ginateke.

Kazetaritza libre, ireki eta independentea egin nahi dugu euskaldunontzat. Euskaraz informatzea delako gure eginkizuna, eta zure eskubidea. Lagun gaitzazu bide horretan. Idatzi gurekin etorkizuna. Geroa zukan.

Martxelo Otamendi

BERRIAko zuzendaria

Izan zaitez BERRIAlaguna

Gehien irakurriak

1

Lapurditik kanpoko lehen kasua Ipar Euskal Herrian

2

Koronabirusaren azken datuak

3

«Kontzientzia hartuta ez dela bi asterako, positiboa izan daiteke»

IRATI URDALLETA LETE

4

Hil egin da Pauen artatzen ari ziren atharratzearra

OIHANA TEYSEYRE KOSKARAT

5

Egonarria
ONINTZA ENBEITA



Berria.eus - Euskal Editorea SM

Telefonia: 943-30 40 30

Faxa: 943-59 01 72

Webgunea: webgunea@berria.eus

Publizitatea: publi@bidera.eus

Harpidetza: harpidetza@berria.eus

JARRAITU

 Facebook

 Google

 Twitter

 Instagram

 Youtube

 RSS

LEGEA

[Lege Informazioa](#)

[Pribatutasun politika](#)

[Cookieak](#)

[Lizentzia](#)

[Publizitatea](#)

[Bidera zerbitzuak](#)

[MIDAS Media](#)

