

• ASTERO GAIA •

Labela elikagaietan

Zigiluaren atzean dagoena

Kalitate goreneko produktuak, hemengoak, eta berme guztiekin ekoitziak. Kontsumitzaileak ezaugarri horiekin lotzen du Eusko Label zigilua. Baina ematen den irudia eta errealitatea bat ez datozela salatzen du sektoreko hainbat aholkese.

MIKEL GARCIA

EUSKO LABEL zigilu ofiziala da, elikagaien goi-mailako kalitatea bereizteko erabiltzen den EAEko marka ofiziala, Eusko Jaurlaritzaren babespean (nahiz eta erakunde pribatua izan). Baina zeregin horretan, diru publiko asko desegoki gastatzen dela diote EHNE eta ENBA nekazal sindikatuek. EHNE Euskal Herriko Nekazarien Elkartasunak Bizkaian duen presidentearekin bildu gara, Mikel Kormenzanarekin, eta hiru kritika nagusi egin dizkio Eusko Labeli: kalitatea bermatu beharrean banaketa-kate handien mesedegarri den eredu industrial eta intentsiboa sustatzea, sektorearen parte-hartzea ez bilatzea eta baserriarrentzako errentagarritasunik ez izatea.

Ortuari kasuan, esaterako, labelak itxura ona zaintzen duela dio EHNEkoak, baina ez duela kalitatea bermatzen, neurtzen duena delako produktuak hainbeste zentimetro izatea, barietate zehatz batzuetakoak (“eta ez hemengo

barietatea, inondik inora”), zein kolore duen... Sistema hidroponikoa erabiltzen da barazki guztiak edo gehien-gehienak lortzeko. Hots, poltsetan sartu eta tratamendu kimikoekin (hodi bidez ura, nitratoa, fosforoa eta potasioa helaraziz) hazten dituzte, negutegietan, ez lurlean. Eta hala, engainuz Marokotik ekarritako piper sorta bat gure merkatuan Gernikako Piperrak izenpean saldu zituztela kontatu du Kormenzanak, hain zuzen ekoizteko eran irizpiderik zehazten ez delako: “Ez baduzu ekoizpen eredu desberdindua bultzatzen, gauza berdina egiteko hobeto egingo dute Marokon hemen baino. Tomatea sistema

hidroponikoan, negutegian eta berogailuarekin egiten badut abenduan, Marokon berogailurik gabe egingo dute, merkeago, eta gainera zapo-re gehiago izango du



EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Eusko Label
EUSKO LABEL

Labela elikagaietan

hangoak, baldintza klimatologiko hobeak dituztelako. Bide intentsiboa bultzatzen baduzu, eta udarako produktu bera neguan ere eskuratu nahi baduzu, ez zaizu errentagarri aterako eta gastu energetikoa handia izango da”. Labelak kalitatea bermatu behar badu, gauza horiek kontuan hartu behar direla iritzi dio sindikalistak.

Aire zabalean (edo negutegietan, baina) lurrean ereinda hazitako barazkiak sustatu beharko lirakeela uste du EHNEk, eta benetan kalitatea bermatzeko eredu ekologikoa behar dela, edo behintzat energia urriago kontsumituko duena, kimiko edo agrokimiko gutxi edo batere ez erabiliz, bertoko barietateak babestuz. Ordea, industria buruan, hiru produktu indartu direla (tomatea, letxuga eta piperra) eta gainontzekoa alboratu dela diote: “Non daude garai batean hemen zeuden porruak, zerbak, tipula...?”. Diru publikoak sektorea suntsitu duela kritikatu du Kormenzanak, garai batean hemengo produktu zirenak kanpotik ekartzen ditugulako orain.

Labeldun esnea ere ez da nahikoa berme sindikatuarentzat, hemengo esnea dela baino ez baitu ziurtatzen. Proteina eta koipe mailak ere neurtzen dituzte, baina ez dira ekoizpen eremuan sartzen; alegia, “behiak nola dauden, zer jaten duten, zer nolako lekua duten...”.

Gurokela, Giokela, Lumagorri, Euskal Oiloa

Okelarekin antzera: txita, arkume eta behiak gizentzeko lurrari lotutako eredu merke eta errentagarriak aldarrikatu ditu Kormenzanak, ez pentsu bidez, egin ohi den moduan, belarrarekin baizik. Kontua da horretarako lur asko behar dela, eta gutxi dago Euskal Herrian, “eta dagoena nekazaritzarako ez den beste edo zertarako erabiltzen da”. Pentsuek dituzten transgenikoak saihesteko eta kalitatea bermatzeko, aurreko Jaurleari makina bat alternatiba aurkeztu zien EHNEk; pentsuetarako beste proteina bitartekari batzuk bilatu zituzten, soja ez transgenikoa, proteajinoso batzuk pentsuetan soja ez sartzeko... Baina administrazioak urtetan entzungor egin duela diote. Gaur egun, produktore ekologikoko dira bakarrak pentsu transgenikoak kontsumitzen ez dituztenak. Kontsumitzaileak gero sektoreari kontuak eskatzen badizkio, behi-eroekin eta beste hainbat kasurekin gertatu moduan, erantzukizuna politikari eta teknika-

Ortuarien kasuan, labelak itxura ona zaintzen duela dio EHNEK, baina ez duela kalitatea bermatzen, neurtzen duena delako produktuak hainbeste zentimetro izatea, barietate batzuetakoa, zein kolore duen...

“Errentagarritasun eskasa? Zer izango zatekeen, hamar urte hauetan Eusko Labelik izan ez balitz? Gogoan dut abeltzainak zeudela ezin haragirik saldu, eta irtenbidea izan zela marka bat eratzea produktua desberdintzeko”

ALAZNE URIBARRI, EUSKO LABEL

riena dela azpimarratu du baserritarrak, “beraiek erabaki dutelako dirua non sartu eta zein eredu bultzatu”.

Dena den, Eusko Labellek haragiaren kasuan ortuariekin baino irizpide egokiagoak erabiltzen dituela onartu du Kormenzanak, labelaren hasierako urteetan garatu zirelako okelaren baldintzak, eta hastan haietan sektoreak parte-hartze handiagoa izan zuelako: bertoko bildots eta txekorrak hazten dituzte, espazio jakin bat izan behar dute, albaitariak animalien jarraipena egiten dute... Gurokela eta Giokela marka pribatuek aldiz, kanpotik ekartzen dituzte txekorrak. Hasieran labelaren baitan aritzen ziren, baina 1997an Eusko Labellek

erabaki zuenean animalien jatorria EAERA mugatzea, beste marka baten pean lan egitea erabaki zuten. Oilaskoetan barietate atlantiko txitak hazten ditu Lumagorri (labelduna), baina hemengo barietaterik ez dagoelako jada. Hain zuzen, Euskal Herriko txita arrazak berreskuratzea eta horiek heztea da Euskal Oiloa marka pribatuaren xedea. “Guk hasieran ere pentsatzen genuen arraza horiek haztea, baina egun gure helburua da baserritik bizi ahal izatea. Horrelako arraza bat berpiztuko balitz, primeran, baina une hauetan ez da nahikoa errentagarri ateratzen arraza mota horiekin aritzea; gure okela merkatuan garestixegoa da jada eta kontsumitzaileari jartzen badiozu hori baino garestiago... Guk bermatzen duguna da hazkuntza sistema garbia eta askatasunean egina”, adierazi du Iñaki Urkijo Lumagorriko lehendakariak.

Produktzio bolumen handiak bilatuz eta industrian pentsatuz eredu intentsiboaren alde egitea leporatzen dio Kormenzanak Eusko Labeli, eta baita Nafarroako Reyno Gourmet labelari ere, Nafarroakoa are industrialagoa dela baitio. “Eredu horrek inbertsio handia eskatzen du eta beraz produktibitate edo produktio handiagoa, prezioak jaitsiz eta baserritarra zorpetuz. Sistema hidroponikoari heldu zioten baserritar asko eta asko desagertu egin dira, edo oso gaizki daude orain. Begira baita ere labelak sustaturiko Artzain Eskolak: 300 ardi hartzen ditu gazte batek, gaztandegiarekin eta 80 milioi pezeta gastatuta, eta zer aurkitu du? Merkatua pixkanaka-pixkanaka egin behar duzula eta 300 ardiren gazta saltzea lehenengo urtean oso zaila dela. Eta prezioak jaitsi behar, produktioa handitzearen ondorioz”. Labela-



GIMBOZONE.COM

Barazki guztiekin edo gehien-gehienekin sistema hidroponikoa erabiltzen da (poltsetan sartu eta tratamendu kimikoeekin hazi). Baina EHNEko Mikel Kormenzanaren esanetan, ez bada ekoizpen eredu desberdindua bultzatzen, gauza berdina egiteko hobeto egingo dute Marokon hemen baino. Gainera, “Eusko Labelen hain harro badaude sistema hidroponikoaz, iragarkian zergatik ez dute aitona jartzen tomatea poltsan landatzen?”.

ren asmoa lehengai gehiago izatea dela uste du Kormenzanak, merkeago, erdibideko batzuek euren negozioa egiteko: alegia, nekazaritza-industriak eta banaketa-kate handiek. “Eroski da horren gidari, bere mesederako egin dira beti gauzak”.

Kritikak helarazi dizkiogu Alazne Urribarri, Eusko Labelaz arduratzen den Kalitatea Fundazioko Egiatzen zuzendariari. Eredu intentsiboa sustatzen al dute? “Markari balioa ematea da gure helburua, marka hori produktuarentzako baliagarria izan dadin, baserritarrek merkatuan lehiatu ahal daitezten, eta kontsumitzaileari Eusko Label produktuaren ezaugarri bereizgarriak igortzeko komertzializazio zirkuitu guztiak lantzen ditugu: tradizionala, harategiak... baina baita azalera handiko komertzioak, ezin baitugu ahaztu egungo kontsumitzailea horietara ere joaten dela eta gure betebeharra da kontsumitzailea dagoen tokira iristea”.

Zer pentsatzen du kontsumitzaileak?

Kalitatea Fundazioak iaz egindako ikerketaren arabera, jendeari nekazaritza-elikagaien markarik ezagutzen al duen galdetuta %85ak Eusko Label erantzun du, eta Eusko Label ezagutzen al duen galdetuta, baietz izan da %95aren arrapostua. Jende horri labelaren

ezaugarri buruz itaunduta, lau errepikatu dituzte gehien: goi-mailako kalitatea duten produktuak direla, EAEkoak, produktu tradizionalak/baserrikoak berme instituzional guztiekin, eta garestiagoak direla. Urribarriren esanetan, “lehenengo hiru faktoreek indar handiagoa dute, Eusko Labelen kontsumitzailea fidela delako; nahiko militanteak gara hemen eta kontsumitzailea prest dago gehiago ordaintzeko, arrazoi onak badauzka”. Ordea, gezurra saltzen ari direla uste du Kormenzanak: “Kontsumitzaileak ikusten duenean tomate batek Eusko Labela duela, irudikatzen du baserriko baratzean landatutako tomate, aitona bilobarekin Anboto magalean, egiten dituzten iragarkiak halakoxeak direlako. Baina tomate guztiak sistema hidroponikoan eginak dira; hain harro bazuade sistema horretaz, zergatik ez duzu iragarkian aitona jartzen tomatea poltsan landatzen?”.

Errentagarritasun eskasa

Labelak duen asmoetako bat produktua merkatuan bereiztea eta baserritarrentzat errenta duina eskuratzea izan arren, hori ez dela lortu dio EHNEko kideak, barazkiak adibidez prezio baxutan saltzen dituztelako: “Enpresa edo kooperatibak bihurtu dira helburu, eurak handitzea eta merkatu gehiago izatea, prezio-

Labela elikagaietan

ak jaitsiz eta baserritarrek indarra galduz”. Behi-haragian prezio bereizgarri hori garai batean lortu zela gaineratu du, baina orain ez hainbeste. Eta bildotsarekin berdin; aspaldi bai, baina orain ez du errentagarri ikusten labelduna: “Gipuzkoan eta Araban Eusko Label zigilukoek 2,80 euro inguru kobratzen dute kiloko bildotsa eta aldiz, labeletik at funtzionatzen duen Bizkaiko Bildotsa pribatuak bikoitza kobratzen du (Erralde hiltegiak bul-tzaturiko harakin, artzain, hiltegi eta sindika-tuen aliantzari esker, transgenikoak kontrola-tuz, kalitatea bermatuz, hilketa tradizionala hobetsiz...). Ez du zentzurik hainbeste diru publiko gastatzeak, gero etekinik ez izateko”.

Alazne Uribarrik onartu digu kontsumi-tzailearengandik gertuen dauden markak

Label Rouge, Osseau-Iraty, ekologikoa eta Idoki

Ipar Euskal Herrian, ezagunak dira haragiaren eta arrai-naren kalitateari begiratzen dion Label Rouge zigilua (Frantziako Estatu osoan), eta Osseau-Iraty izendapena daraman gasna, Euskal Herriko eta Biarnoko mendie-tan egin dela bermatzen duena. Baina laborarien alda-riak biltzen dituen Donapaleuko Arrapitz Federazioak zigilu ekologikoaren araei begiratzen die mesfidati. Europatik datorren legedian, produktu kimikorik ez era-biltzea eta halakoak zehazten dira, baina esaterako bai-mentzen da txerri eta oilasko ekologikoa leku itxietan haztea, eta Arrapitz ez dator bat, animaliak eremu ire-kietara ateratzea beharrezkotzat jotzen baitu. Idoki marka pribatuak berriz, bermatzen du etxaldean produ-zitu, transformatu eta kontsumitzaileari zuzenean sal-dutako produktuak egiten dituela. Zentzu horretan, Frantziako Gobernuak baserriko produktuaren termino-logia definitzea nahi dute Idokiko kideek, definizio falta horrexegatik *Baserrian produzitua* etiketa nolannahika erabiltzen dela baitiote, eta baserrian transformatu edo zuzenean saldu ez diren produktuetan jartzen dela.



Idoki

direla gehien irabazten dutenak komertziali-zazio kateetan, eta lehenengo kate-maila izan ohi dela kaltetuena. Horri buelta emateko alternatiba bat zirkuitu laburrak edo kontsumitzaile ziklo itxiak izan daitezke, baina hori gutxi batzuentzako soluzio dela gogoratu du Egiartzapen zuzendariak, kontsumitzailea oro har azalera handitan mugitzen delako. “Nik beste era batera planteatuko nuke galdera: zer gertatu izango zatekeen, hamar urte hauetan Eusko Labelik izan ez balitz? Gogoan dut 1996an abeltzainak zeudela ezin haragirik saldu, eta irtenbidea izan zela marka bat era-tzea euren produktua desberdintzeko. Eusko Label tresna oso indartsua izan da produk-tuak birbaloratzeko eta sustatzeko, merka-tuan lehiakortasuna eman die. Gustatuko litzaidake abeltzainek gehiago irabaztea, baina ez dut uste gure menpe dagoenik, beste faktore askoren esku baino”.

Parte-hartzeaz ere kexu da Mikel Kormen-zana; bi dira Eusko Labeli egiten dizkion kriti-kak: sektoreko jendearen parte-hartze txikia dagoela, eta dagoena, nahierara aukeratua, zentzuzko irizpiderik gabe. Hastapenetan (1992an jaio zen erakundea) dekalogo, arau-tegi eta protokolo zenbait negoziatu zituzten sektorearekin, baina orduetik ez dietela iritzirik eskatu dio EHNEko kideak, eta azken finean eurek ikusten dituztela produkzioaren beha-rrak, nondik nora egin behar den. “Sektoreko batzuek hartuko dute parte erabakietan, baina modu pertsonalean, ez ordezkari baten ize-nean, eta desberdintasun hori funtsezkoa da. Urte hauetan guztietan sindikatuoi ez digute ezer galdetu (ezta entzun ere) eta guk dugu sektorearen ordezkari, sindikatuetan anto-latuta baitaude nekazari, abeltzain eta gainera-koak”. Orain arte horrela izan dela salatu du Kormenzanak, eta gobernu berriak dioela parte-hartze irekiagoa eta demokratikoagoa izan nahi dutela; “ikusiko dugu”.

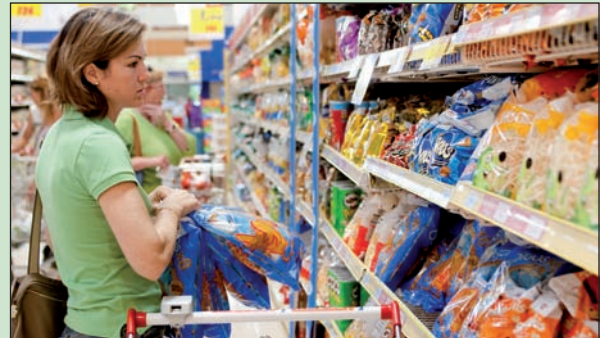
Izan ere, aurreko Jaurlaritzak bere *txiringi-toa* oso ondo antolatu zuela dio sindikalistak: “Urtetan saiatu dira Idiazabal Gazta labelean sartzen, sekulako presioekin, esanez diru-laguntzak ere kenduko zizkietela sartzen ez baziren. Latxa eta Karrantzako ardiak baino ez ditu erabiltzen Idiazabalek, eta beste arra-za batzuk gehitzea nahi zuen Eusko Labelik, esne gehiago behar zela eta beste arraza batzuek esne gehiago ematen dutela argudia-tuz. Baina frogatu da ez dela esne gehiago behar, alderantziz, eredu intentsibo horrek prezioak jaitea baino ez dakarrelako”. Azke-nean, Idiazabalek ez zuen onartu labelaren irizpideetan sartzea, eta gaztaren kontrola egitera mugatzen da Kalitatea Fundazioaren esku-hartzea. Eusko Labelik, zertifikazioez gain kontrol zerbitzua ere eskaintzen baitu,

Izendapen, deitura, marka eta label saltsa merkatuan

Marka publikoetan, kalitatea edo jatorria bermatzeko xedea duten hiru zigilu mota nabarmendu ditzakegu. Adierazpen Geografiko Babestua eta Jatorrizko Deitura Babestua eremu geografiko bati lotutako zigiluak dira: bere ezaugarriak inguruaren ondorio dira eta Europak ezarritako dekretu batzuk bete behar dituzte. Europak arautua da baita ere Ekoizpen Ekologikoa bereizten duen izendapena, ekoizpen mota jakin hori babesten duena, ingurumena errespetatuz, substantzia kimikorik gabe eta abar. Azkenik, labela kalitateari lotuta dagoen zigilua da, lekuko administrazioaren sostengupean. Dena den, batzuen eta besteen arteko desberdintasunak txikiak direla dio Eusko Labeleko Alazne Uribarrik, era batera edo bestera denek kalitatea eta eremu geografiko jakin bat bermatzen dutelako.

Markak ez dira baztertzailak, osagarriak baizik. Adibidez, Eusko Labeldun arkume ekoizleen baitan, Gipuzkoako talde batek ekoizpen ekologikoaren araupean ere egiten du lan (eta arkume horrek bi etiketak daramatza), edota Gernikako Piperrak Eusko Label izateaz gain Adierazpen Geografiko Babestua dira.

Horiei marka pribatuak eta zuriak gehitzen badizkiegu, merkatuan dagoen etiketa festa sekulakoa da, kontsumitzailearentzat nahasgarri. Merkatuan desberdintzeko beharra eta eskubidea denek duten arren, marka inflazio honek kontsumitzailearen arreta sakabanatu egiten duela eta estrategia onena bateratzea dela dio Uribarrik. Esaterako, 2009an egin berri duten ikerketaren arabera, kontsumitzaile gehienek uste dute Idiazabal Gaztak Eusko Labela duela.



DANI BLANCO

euren produktuena, Idiazabalena eta Euskal Herriko hiru txakolinena. Uribarrik argitu du ekoizpenaren fase guztietan egiten dituztela kontrolak, 4.000 bat ikuskaritza eta beste hainbeste ebazpen analitiko.

Parte-hartzearen inguruan Egiartzapen zuzendariak gaineratu du sektoreko ahots guztiak entzuteko borondatea dutela. Zuzendaritza ondorengoek osatzen dute: Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza sailburuordea (lehendakaria); administrazioaren beste bost ordezkari, Kalitatea Fundazioko lehendakaria, Uribarri teknikaria bera eta sektoreko bost delegatu (Blond Akitaniaren, Lumagorriren, Kaikuren, Getariako kofradiaren eta Ortularien Elkartearen ordezkari bana). Batzorde profesioaletan hartzen dira erabakiak, politikariek, teknikariek eta Eusko Labeleko ekoizle handienek osatuak, eta sektoreak ordezkaritza nahikoa duela uste du Uribarrik. “Sindikatuak ez dute presentzia estandarizaturik gurean, baina eurek eskatu ahala harremana dugu”.

Alternatiba ez da bidea

Salmenta zuzenak geroz eta indar handiagoa hartu du hainbat eta hainbat herritan, beti ere atzean eredu eta berme bat duela. Kormenzanaren ustez, kontsumitzaileak ikusten du marka tradizionalak ez diotela nahi duena bermatzen, ez dakiela zer jaten duen ez non-

“Urtetan saiatu dira Idiazabal Gazta Eusko Labelen sartzen, esne gehiago behar zela-eta atzerriko ardi-arrak erabiltzeko eskatuz. Baina eredu intentsibo horrek prezioak jaitea baino ez dakar”

MIKEL KORMENZANA, EHNE

dik ekarria den, eta nekazariak ez dute marka nahiz labelarekin errentagarritasunik lortzen; ondorioz batzuek eta besteek elkar topatzen dute bidean: “Baina oso tristea da hori, kontsumitzailea eta baserritarra bakoitza bere aldetik ibili behar izatea, eta bitartean diru publikoa gastatu eta gastatu aritzea”.

Horregatik, labelaren aldeko apustua egiten du EHNE sindikatuak. Argi utzi nahi dute ez daudela labelaren edo kalitatezko markaren kontra, alderantziz, baina kalitatea eta errentagarritasuna bermatuko dituen labela nahi dute. Hori baita norabidea, marka pribatuei eta zuriei aurre egiteko. “Kritikatu dugu baliabideak industriaren eta banaketa-kateen mesedetara jartzen direla; marka zuria urrats bat harago doa eta zuzenean industria kentzen du erditik, banaketa-kateak are gehiago indartzeko. Prezio baxuagoak ezartzeko erabiltzen dituzte marka zuriak banaketa-kateek, jaun eta jabe bilakatuz eta behean daudenen mozkina ezeztuz (industriarenak eta batez ere produktorearenak)”. Gaur egun Espainiako Estatuan merkatuaren %60a hipermerkatuetako bost marken esku dagoela gogoratu du Kormenzanak, eta beraz baldintzak eurek jartzen dituztela. Garbi du panorama honen guztia- ren aurrean galdetzen, eskatzen eta exijitzen hasi behar dugula kontsumitzaileok, erosle pasibo izateari utziz. ■