

**KALITATEA ETA BEREIZPENA: NEKAZAL
PRODUKTUETARAKO MERKATAL POLITIKA BATEK
BEHAR DITUEN GILTZARRIAK**

Euskal Herriko nekazaritza txikiaren etorkizunari argia ematen joan nahi izanez gero, produkziobidean ezezik merkatalbidean ere badugu zeregin ugari. Hainbestetan arazoa ez da nola produktua lortu, nola saldu baino.

Bertoko produktua bertoko merkatuan

Begibistakoa da ezin konpetitu dezakegula kanpotik datozen produktu masifikatuekin, hau da, inolako berezitasunik azaltzen ez duten produktuekin. Bertoko behi-haragiak, esate baterako, ez du lehian jartzerik behi-haragiaren merkatu «generiko» batetan, eta arrazoia guztiz da argia: kanpoko haragiaren produkzio-kostua hamaika aldiz txikiagoa da kasu askotan.

Gure burruka ez da egongo, orduan, nekazal produktu generikoen merkatu generiko batetan, baizik eta gure produktu konketuaren nolakotasunak preziatzen dakien merkatuan, beti ere produktu honen berezitasuna ondo azalduz bezerogai ditugun guztiei. Argi dago, kanpoko merkatuetara ateak guztiz itxi gabe, bertan dugula gure merkaturik onena, bertoko jendea baita bertoko produktua aintzat hartzen ondoen dakiena. Eta, zorionez, egon badago merkaturik gurean, zeren eta gehienetan defizitarioak bait gara, esan nahi baita Euskal Herrian ekoizten

diren produktu guztien kopurua ez dela iristen hemengo kontsumoaren mailara.

Hemengo merkatuan hemengo produktuak behar luke lehentasuna, modu horretan hemengo nekazaritza ere garaile aterako litzatekeelarik. Helburu hau posible egiteko, dudarik gabe, produktuaren bereizpena behar da; eta bereizpena diogu Euskal Herriko kontsumitzaileak Euskal Herriko produktua identifikatu dezan; eta, bestetik, sakoneko identifikazioa, produktuaren nolakotasunak ezagutaraziz, kontsumitzailea produktu ona, kalitatezkoa eta bere gustukoa hautatzen duela konbentzituia izan dadin. Desafioa alde guztientzakoa da: Baserritarrarentzat, kontsumitzailearentzat eta, era berean, Administrazioarentzat.

Hemengo produktuaren aldeko politika orokor baten beharra.

Egia da bertoko produktuak, orohar, baduela gizartean nola edo halako onespen teorikoa, baina oraindik ez dago martxan jarriarik bertoko produktuaren kontzeptuan oinarritua den merkatal politika orokor bat. Orain arteko ahalegina oso produktu gutxiri begira egin izan da, zenbait jatorrizko izenduraren inguruan (Idiazabal eta Erronkariko gazta, Getariako txakolina, Errioxako eta Nafarroako ardoa eta Nafarroako zainzuria edo piperra).

Hala ere, jatorrizko izenduraren politika batek (edo hasimasetan dagoen kalitateko label-arenak ere) ez luke oztopatu behar bertoko produktua orokorki bultzatzearen aldeko beste politika bat. Berez, label-a goi mailako zerbait litzatete, produktu hautatu batzurenzako, eta horrekin batera, Euskal Herriko produktu guztiak estaliko lituzkeen euritako handi baten gisako zerbait ere behar genuke.

Ez nekazariarentzat bakarrik, baizik eta kontsumitzailearentzat ere inportantea da, benetan, halako merkatal politika bati ekitea. Batzutan uste izaten dugu guztiz ondo dakigula hemengo

produktuak identifikatzen eta preziatzen, eta, ondorioz, ez dagoela bertokoa galtzeko inolako arriskurik, baina, kontuz!, ez gaitzezen fida! Hain merkatu masifikatuan geureak ere behar du kanpokaldean identifikazio-markarik azaldu. Ez dugu ahaztu behar ohiturak galgarri diren hein berean gustuak ere badirela galgarri. Zer gertatu da, adibidez, esnearekin? Gaur egun, hirietan, bederen, inork gutxi erosten duela eguneko esne gordina; erosotasunagatik-edo bestelakora jo dugu eta emeki-emeki gustua ere aldatuz doa.

Kanpoko produktuak gurean nagusitu nahi

Horretaz aparte, oso serioa da bertoko produktuari kanpotik datorkion eraso, kontu guztia ez da-ta nolakotasunez bereiztu gabeko merkatu batetan ekoizpen-kostu txikiago duten elikagaiekin ezin konpetitu izatea. Aitzitik, gaur egungo mugarik gabeko merkatu estatutik kanpoko estrategia nabariak daude bidean jarrita zenbait produktu mota -geurea bame- ezabatze eta merkatutik desagertarazteko, ondoko adibidean ikusiko dugunez.

Duela hamar bat urte, Europako Ekonomi Elkartek (E.E.E.) arauteria bat eman zuen nekazal produktu batzuren (barazkiak gehienbat) merkatal harremanak berdindu edo homogenizatzeko Elkartearen mugetan baina. Teorian, merkatura ateratzen diren produktuak, produktu «normalizatuak» izatea zen helburu, baina praktikan, kalitateari buruzko irizpideak Europako Iparraldeko Herriek inposatu zituzten, eta, noski, haien gustuak eta haiek duten produktu mota zituzten inposatu, halakoak eredu bakartzat definituz. Emaniko definizio horietan sartzen ez diren produktu motak txartzat joak dira eta ez dute lege-biderik Komunitatearen merkatuetan salduak izateko. Adibideetara joanda, merkaltatzeko gai diren tomateak, esaterako, txikiak eta berdinak izan beharko dute, bai itxuraz (borobilak) eta bai kolorez (gorri-gorriak) ere. Horrek esan nahi du gure tomate, handixka, formaz ez-homogeneoa et gorri-berdea dena, existitu ere ez dela egiten -ezta barietate bat bezala ere- eta ezinezkoa egiten dela

merkataltzea. Era berean, hautatutako letxuga mota txikia eta zuria izan da, handia eta berdea den gureari mesprezu osoa eginez.

Arauteria dortsu hori ez da orain arte aplikaziozkoa izan hemen, baina Madrilgo Ministeritzak pausu batzu emanak ditu dagoeneko, indarrean laster ezarria izan dadin...

Uste dugu esandako guztiaren ondorioak oso argi daudela: Ezinbestekoa dugula bertoko merkatua gure produktuentzako irabaztea, zeren bestela guztiok dugu zer galdu; baserritarrak ez du bere produktua ateratzerik izango eta kontsumitzaileak gure betiko produktu tradizionalaren galera izango du merkatuaren eskaintzan. Beraz, nori berea: baserritarrak produktu ona eta kalitatekoa ekoiztu, kontsumitzaileak produktu hori erosi eta Administrazioak bertoko produktuaren aldeko merkatal politika bat praktikara eraman.

Jabier Erize