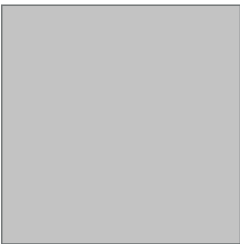
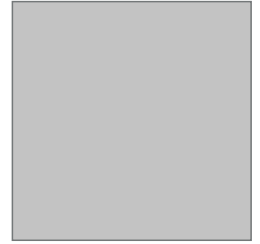
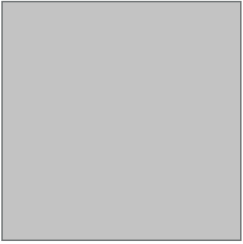
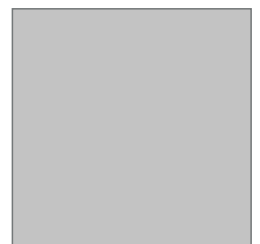


2009
2012



EAE-N

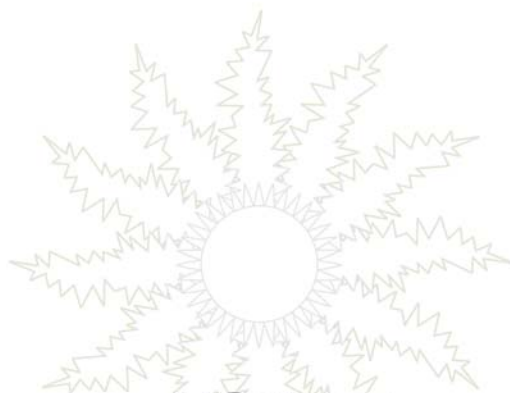
NEKAZARITZA EKOLOGIKOA GARATZEKO PLANA



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

NEKAZARITZA, ARRANTZA
ETA ELIKADURA SAILA
DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA,
PESCA Y ALIMENTACIÓN

EKO
NEKAZARITZA



EAE-n
Nekazaritza Ekologikoa
Garatzeko Plana

2009
2012

EUSKO JAURLARITZA

NEKAZARITZA, ARRANTZA ETA
ELIKADURA SAILA



GOBIERNO VASCO

DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA,
PESCA Y ALIMENTACIÓN

EKO
NEKAZARITZA

Argitaratzailea: Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta
Elikadura Saila
Elaboratzailea: LKS
Diseinua eta maketazioa: Satori Comunicación Interactiva.

Paper birziklatuan inprimatua, eta klororik gabe zuritua. ESKUBIDE GUZTIAK
ERRESERBATUTA.

Ezin izango da argitalpen honetako informazioa birsortu, errekupezioko
sistemetan biltegitatu ez eta argitalpenaren zati bat transmititu ere, horretako
dena delako bidea erabiltzen bada ere, dela elektronikoa, mekanikoa, fotokopia
bidezkoa, grabazioa, e.a., aldez aurretik editoreak horretarako baimenik ematen
ez badu, edo lizentzia baten bidez hirugarren batek kopia edo erabilera
mugatuez baliatzeko aukerarik izan ezean

AURKEZPENA

Euskal Autonomia Erkidegoko Nekazaritza Ekologikoaren Garapen Plana pozgarria da azken urteotan Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Sailetik zeregin ezberdinetan aritutako pertsona guztientzat; arauak gaurkotuz, legeak ateraz, labore ekologikoen plangintza estrategikoa hobetzeko espresuki pentsatutako egitasmoak finaktuz, edota Euskadin sektore gainerakor bat segurtasunez bultzatuz. Plan hau, egunen batean Ekonekazaritzak eta Sail honek batera sustatutakoa, ondoko erakundeen eta elkarte hauen kideen partaidetzaz eta adostasunez amaitu da: Araba, Bizkai eta Gipuzkoa foru aldundiak, Bioalai, CEA, Otarra, Enba, Ehne, edo Lurkoi, besteak beste. Horiei guztiei beren interesa eta ekarpenak zintzoki eskertzen dizkiet.

Lehiakortasuna egitasmo honen funtsezko ikuspegia da. Bertan Eusko Jaurlaritza sektorearekin inplikutzen da nekazaritza ekologikoaren etorkizunari buruzko hausnarketa baten bidez, eta baita horren finkatze eta garapenerako jarraitu beharreko estrategiei buruzkoan ere. Horretarako, Plan honek Sektorea osatzen duten eragileen zein enpresen aldeko apustua egiten du. Azken finean, horiexek baitira planaren benetako protagonistak eta sustatzaileak, lehiakortasunari atxikitutako arriskuak beren gain hartu eta estrategiak onartu behar dituztenak.

Puntu honetaraino heldu edo plan hau aurkezteko eman ditugun pausuak neketsuak, baina pozgarriak izan dira. Europako araudiaren erregulazioa, Nekazaritza Ekologikoaren Legea egitea eta onartzea eta Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua sortzea bezalako aurrerapausoei Euskal Autonomia Erkideko Nekazaritza Ekologikoaren Garapen Plana 2009-2012 deritzona gehitzen zaie orain. Plan honi esker datozen urteetan gehien haziko den sektorea Nekazaritza Ekologikoarena izango dela ziur nago.

Gonzalo Sáenz de Samaniego
Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila

Gure esker ona adierazi nahi diegu Plan honen hausnarketan eta garapenean parte hartu duten erakundeei eta pertsonei:



Akesolo



Bioalai



Centro de Estudios Ambientales



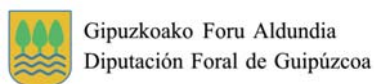
Otarra



Diputación Foral de Álava



Diputación Foral de Bizkaia



Diputación Foral de Gipuzkoa



Ehne



Eko Nekazaritza



Urduluan Ekoizpen Ekologikoa Garatzeko Zerbitzua
Servicio para el Desarrollo de la Producción Ecológica en Urdulua

Ekoizpen



Ekolur



Enba



Gumendi



Laneko



Lurkoi



www.mantangorri.net

Mantangorri



Natuaraba



Nikabio



Zarabiku

Aitor Otegi

Jon Koldo Sáez de Urabain

Ramón Muguerza

Ángel Fernández de Labastida

Zuatzu Gastón

AURKIBIDEA

1. Sarrera	1
1.1 Abiapuntuko Egoera	1
1.2 Proiektuaren Helburuak	2
2. Nekazaritza ekologikoaren egoera Munduan	3
2.1 Nekazaritza ekologikoaren ekoizpena Munduan	3
2.2 Elikagai ekologikoen kontsumoa Europan	7
2.3 Elikagai ekologikoen banaketa komertziala europan. Bi erreferentzia	11
3. Nekazaritza ekologikoaren egoera Espainian	13
3.1 Nekazaritza ekologikoaren ekoizpena Espainian	13
3.2 Elikagai ekologikoen kontsumoa Espainian	23
3.3 Banaketaren egoera	43
3.4 Identifikazio-zigiluen nabaritasuna	44
4. Nekazaritza ekologikoaren egoera EAE-n	45
4.1 Nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoaren ekoizpena EAE-n	45
4.2 “Ekologiko” izendapenaren berariazkotasuna EAE-n	53
4.3 Nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoko ekoizpenaren funtsezko alderdiak EAE-n	54
4.4 Nekazaritza eta abeltzaintza ekolog. funtsezko alderdiak marketing eta irudiaren alorrean	55
4.5 Merkaturatzea	56
4.6 Elaborazioa	57
4.7 kontsumoa	58
5. Etorbizuneko joerak	59
6. Funtsezko alderdiak	61
7. Euskadiko nekazaritza ekologikoaren AMIA	65
7.1 Indarguneak	65
7.2 Ahulguneak	65
7.3 Aukerak	65
7.4 Mehatxuak	66
8. Lehiakortasun-profila	67
8.1 Nekazaritza-ahalmena	67
8.2 Kokagune garbi eta sendoa	68
8.3 Nekazaritza ekologikoaren ekoizpen-bolumena	68
8.4 Elikagai ekologikoen elaborazio-maila	68
8.5 Merkataritza-ahalmena	68
8.6 Merkataritza-balantza	69
8.7 Gaur egungo barne-merkatua	69
8.8 Barne-merkatu potentziala	69

9. Eskualdeen kokapen-mapak	71
9.1 Per capita kontsumoa eta ekoizpena	71
9.2 Zuzeneko eskulanaren intentsitatea eta elaborazio-maila	71
9.3 Ekoizpen-bolumena eta elaborazio-maila	72
10. Ondorioak	73
11. Ildo estrategikoak	77
11.1 Holistikoa	77
11.2 Elkarlotua	77
11.3 Tokian tokikoa	77
11.4 Parte-hartzailea	77
11.5 Koordinatua	78
11.6 Bereizia	78
11.7 Kontsumitzaileei zuzendua	79
12. Jarduketa-planaren taula	81
13. Adierazleak eta jomugak helburuen arabera	83
14. Jarduketa-plana	85
14.1 1.1 helburua. Kontsumitzaileari elikadura ekologikoaren abantailen berri ematea	85
14.2 1.2 helburua. eae-ko elikadura ekologikoa interneten jartzea	99
14.3 2.1 helburua. marka birdiseinatu eta irudia hobetzea	101
14.4 2.2 helburua. banaketa-kanalen bitartez merkaturatzea sustatzea	105
14.5 2.3 helburua. ekoizpen ekologikoa haztea	111
14.6 2.4 helburua. balio erantsia gehitu eta elaborazioa sustatzea	119
14.7 2.5 helburua. sektoreari buruzko ezagutza hobetzea	122
14.8 2.6 helburua. nekazaritza ekolog. sektorean antolakuntzako hobekuntzak bultzatzea	130
14.9 Urtez urteko aurrekontu orokorra	135
14.10 Urtez urteko aurrekontu orokorraren finantzatzaile eta kudeatzaileak	135
Eranskina: metodologia	139
Proiektuaren faseak	139
Informazio, komunikazio eta partaidetza prozesua	139
Eranskina: 2007ko kontsumo-barometroaren fitxa teknikoa –Eroski fundazioa	146
Fitxa teknikoa	146
Azterlanean jasotako eskualde geografikoak	147



EAE-n
Nekazaritza Ekologikoa
Garatzeko Plana

2009

Abiapuntuko egoera

2012

1. SARRERA

1.1 ABIAPUNTUKO EGOERA

Euskadin nekazaritza ekologikoaren sektorea garatzeko planaren proiektuak behar bati erantzuten dio, sektoreak berak nahiz Administrazioak sentitzen dutena; izan ere, nekazaritza ekologikoak une aski interesgarria bizi du: hazkunde betean, jatorri ekologikoa duten produktuen kontsumoa gehitzen ari da, bai elikagai galkorra bai gainerakoena. Testuinguru horretan, beharrezkoa da sektorearekin elkarlanean aritzea, hazkunde iraunkor baten oinarri izango diren gakoak hautemateko eta modu horretara laguntza- eta sustatze-programak ezagutu eta martxan jartzeko.

Gaur egun, nekazaritza ekologikoa gutxi batzuen alternatiba bat baino gehiago da, eta pixkanaka etorkizunerako planteamendu baliagarria

bilakatzen ari da nekazaritza eta abeltzaintzaren sektorerako. Iritzi berekoa da Eusko Jaurlaritza, eta, horren erakusgarri, 1996an dekretu bat argitaratu zuen, zehazki 229/96 Dekretua, irailaren 24koa, nekazaritza ekologikoa, haren produktuen elaborazioa eta merkaturatzea, arautzen duena eta Nekazaritza Ekologikoaren Euskal Kontseilua eratu zuena, Europako araudiari jarraiki. 2007an, sektorearekin bat eginik, Nekazaritza Ekologikoaren 10/06 Legea, abenduaren 29koa, onartu zen. Legeak, Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura sailburuaren hitzetan, “plangintza estrategikoa hobetzea ahalbidetuko du, Euskadin indartsu ernatu den sektore bat sendotzeko”.

Proiektuaren ezaugarri orokorrak eta planteamendua

Sektore baten garapena eta lehiakortasuna egiaz sustatzen dutenak hura osatzen duten eragileak eta enpresak dira; azken finean, horiek dira lehiakor izateko estrategia egokiak hartu eta arriskuak neurtu behar dituztenak.

Dena den, ezin da ahaztu hizpide ditugun ekoizpen-sektoreek ezaugarri eta arazo bereziak dituztela, inbertitzeko aukerekin eta komertzializazioarekin estuki lotuak; bestalde, beste leku batzuetako produktuekin lehiatu behar da, eta produktuok, gainera, gastronomiarekin erlazioa dute eta bestelako ingurune sozial eta ekonomiko batzuetatik datoz.

Hori dela-eta, eta egia den arren sektorearen lehiakortasuna ekoizpen-bolumenak, ekoizpen-kostuek eta produktua-merkatua bikotearen kudeaketak duten bilakaeraren mende dagoela, bistakoa da, halaber, bolumen txikia duen eta atomizatua dagoen sektore honek erakundeen laguntza behar duela etorkizunari ilusioz aurre egin ahal izateko.

Proiektu honen giltzarria lehiakortasuna da, eta bide horretan Eusko Jaurlaritzak, Nekazaritza Sailaren bitartez, sektorearekin elkarlanean aritzeko asmoa du, eragile guztiak sektorearen etorkizunari eta jarraitu beharreko estrategiei buruzko hausnarketan engaiatze aldera.

Garapen Planean egindako analisiaren baitan, sektoreak etorkizunean dituen erronkak zehaztu eta horiei aurre egiteko modua xedatu da. Era berean, helburuak finkatu dira eta estrategiak

zehaztu, bai egituraketari bai eskuartean dugun eskaintzaren merkaturatze eta zabalkundeari begira, sektore anitzetan sortzen dituen etekinak, berrikuntza eta abar nabarmenduz.

1.2 PROIEKTUAREN HELBURUAK

Hastapenetatik, proiektuak 2 helburu nagusi xedatu zituen:

I.-Lehen helburua izan zen datu eta analisisetan oinarrituta sektorearen egoera ezagutzea eta kontzientzia hartzea, eta gaur egun duen eta etorkizunean izango duen kokagunea mugatzea, bideratu behar diren jarduketa-ildo estrategikoak finkatuz.

- Sektoreak bizi duen **egoera zehaztea**, merkatuari eta haren aldagaiei buruzko gogoeta eginez.
- Lehiakortasunari begira nekazaritza ekologikoak merkatuan eta gizartean duen **kokagunea identifikatzea**.
- Hazkunde handiko testuinguru horretan, sektorearen **indarguneak eta ahulguneak** nahiz etorkizunak ekar ditzakeen aukerak eta mehatxuak **aztertzea**.
- Hori guztia aintzat harturik, **etorkizunari aurre egiteko estrategiak taxutzea**, sektoreko berriazko planak gauzatzuz eta oro har plan horiek eragingo dituzten inbertsioak kalkulatzuz.

II.-Bigarren helburua izan zen **Administrazioari jarraibideak eskaintzea**, nekazaritzaren alorreko politiketan nekazaritza ekologikoaren lekua **bermatze aldera** eta sektorea bultzatu eta sustatzeko bideak proposatze aldera.



2. NEKAZARITZA EKOLOGIKOA MUNDUAN

2.1 NEKAZARITZA EKOLOGIKOAREN EKOIZPENA MUNDUAN

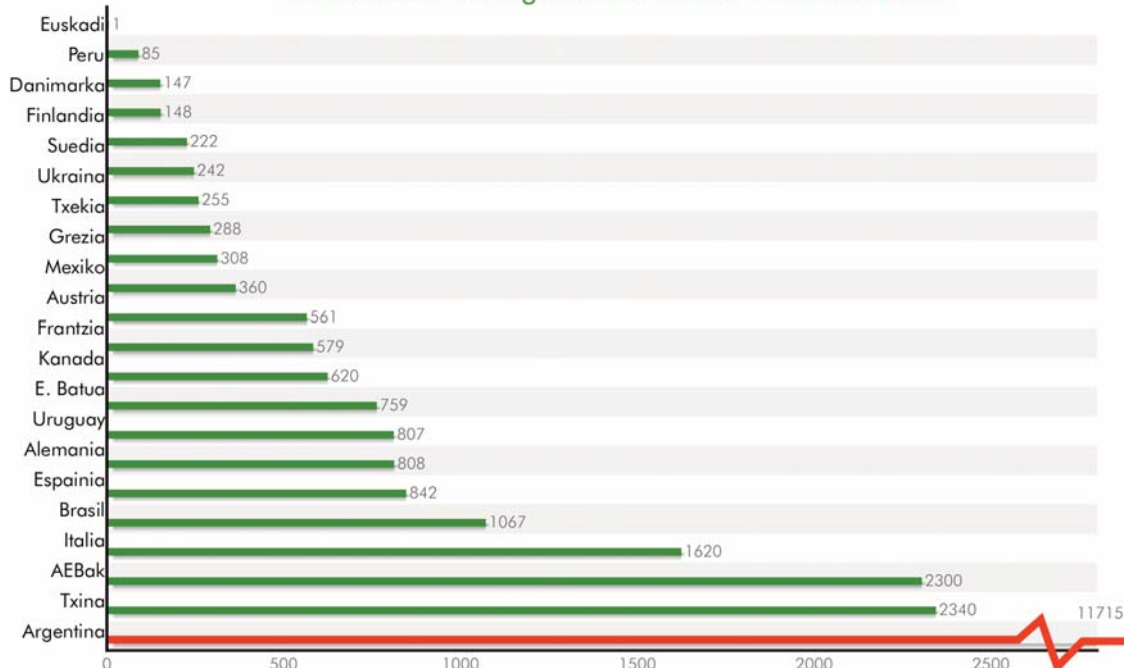
2.1.1 Nekazaritza ekologikoaren ekoizpena munduan hektareen arabera

Nekazaritza ekologikorako azalera handiena duen herrialdea, alde handiz gainera, Australia da: 11,3 milioi hektarea ditu ekologiko gisa erregistratuak. Hektarea horietako gehienak larreak dira; hain zuzen ere, labore-mota hori ekologiko bihurtzeko ez da inbertsio handirik egin behar hektareako.

Bigarren, 2,3 milioi hektarearekin, Txina eta Argentina doaz, eta atzetik, kopuru dezente apalagoaz –1,6 milioi hektarea pasa–, AEBak; Txinaren kasuan, ekologiko gisa erregistratutako azalera izugarri hazten ari da azken urteotan (grafikoaren datuak 2005ekoak dira).

Erregistratutako azalera ekologikoaren zerrendan, Espainia zazpigarren lekuan dago 808.000 hektarearekin, eta horrenbestez munduan ekoizle nagusietako bat da. Sailkapenean Europako bigarren herrialdea da, Italiaren atzetik soilik eta Alemania, Erresuma Batua edo Frantziaren aurretik. Datu esanguratsua da inondik ere, kontuan izanik munduko merkatu garrantzitsuena Europakoa dela; izan ere, gertutasun geografiko horrek abantaila ekonomikoak eta ingurumenekoak (garrarioagatik) ematen dizkio beste lehiakide batzuekiko, hala nola Australia, Txina edo Brasilekiko.

Nekazaritza Ekologikoaren Azalera munduan 2005



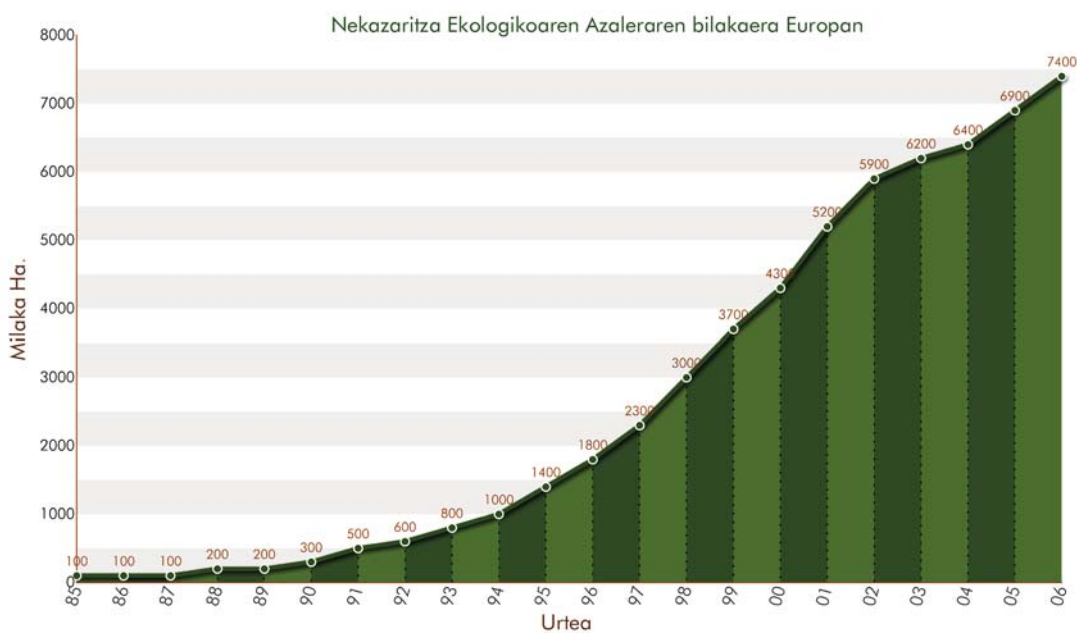
Iturria: Ekologia eta Nekazaritza Fundazioa, Stiftung Ökologie & Landbau; (SOEL), Nekazaritza Ekologikoen Mugimenduen Nazioarteko Federazioa (IFOAM) eta Suitzako Nekazaritza Biologikoaren Ikerketa Institutua (FiBL) 2005 eta 2006. * Txinako datuak 2005ekoak dira.

Azalera erregistratuari dagokionez, Euskadi, mila hektarearekin, munduan inolako pisurik ez duen eskualdea da ekoizpenari begira. Egoera logikoa da bestalde, nekazaritzaren alorrean lurraldeak oro har dituen azalera eta ahalmenari erreparatuz gero.

Hazkunde-tasa oso altuekiko ekoizleek –Txinak kasu– europar merkatuan duten eragina

nabarmen areago daiteke behin herrialde hornitzaile horiek beren homologazio-sistema Europakora egokitzea lortzen dutenean, haien produktu ekologikoak, ekoizpen-kostu dezente apalagoak dituztenak, indar handiagoz sartu ahal izango baitira.

2.1.2 Nekazaritza ekologikora bideratutako azaleraren bilakaera Europan



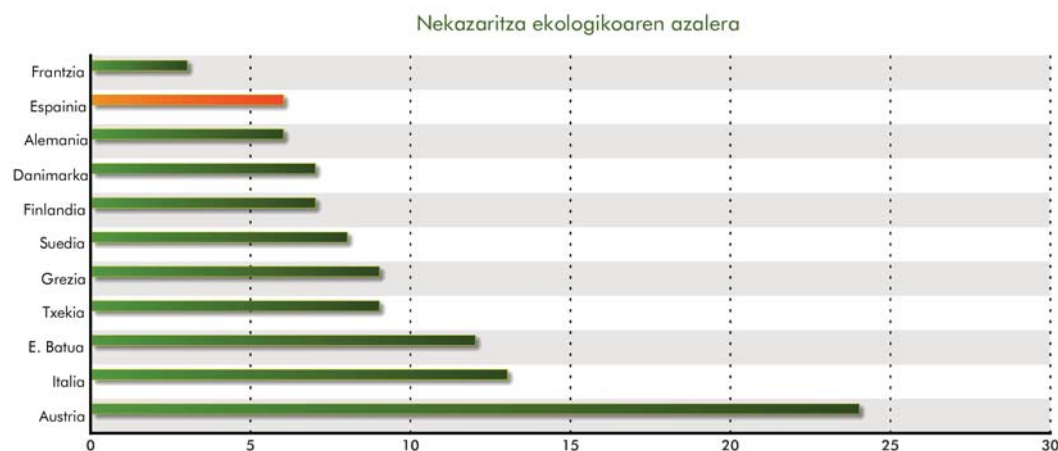
Iturria: Institute of Rural Sciences, Aberystwyth University, UK; FiBL, CH-Frick

Europan, nekazaritza ekologikora bideratutako azalera etengabe eta nabarmen hazi da 1985etik 2006ra; izan ere, urteko batez beste hazkunde-tasa % 25koa izan da.

Hazkundera bereziki nabarmena izan zen 90eko urteetan, % 40, % 50 eta % 67rainoko igoerak eman baitziren (1995, 1990 eta 1991, hurrenez hurren. Hamarkada horretan zehar, urteko batez besteko hazkundera deigarria izan zen, % 35koa.

Azken urteetan joera hori apaldu egin da; azalera gora eginez jarraitu duen arren hazkunde-erritmoa mantsoagoa da. Informazioa dugun azken hiru urteetan (2004, 2005 eta 2006), hazkunderak % 3, % 8 eta % 7koak izan ziren, eta hirurtekoaren batez besteko hazkundera % 6koa.

2.1.3 Nekazaritza ekologikoaren pisu erlatiboa lehen sektorean



Nekazaritza ekologikoko azalerari buruzko datuak 2004koak dira, eta Nekazaritzako Azalera Erabilgarriari buruzkoak, 2003koak. Iturriak: Ekologia eta Nekazaritza Fundazioa, Stiftung Ökologie & Landbau; (SOEL), Nekazaritza Ekologikoen Mugimenduen Nazioarteko Federazioa (IFOAM), Suitzako Nekazaritza Biologikoen Ikerketa Institutua eta MAPA.

Nekazaritza ekologikora bideratutako Nekazaritzako Azalera Erabilgarriaren (NAE) portzentajea funtsezko adierazlea da ekoizpen-mota hori herrialde bakoitzaren bilbean eta nekazaritza-kulturan zenbateraino barneratu den neurtzeko, eta beraz datu oso esanguratsua da, herrialdeko hektareen guztizko kopuruarenaren osagarria.

Adierazle horrek nekazaritza ekologikoaren ekoizpenak Europan herrialdeko duen garrantziari buruzko sailkapena aldatzen du, buruan Austria kokatzen baitu, eta oso nabarmen gainera, bere NAEren % 24 nekazaritza ekologikora bideratzen duelarik. Hektarea-kopuruan lehena den Italia bigarrena

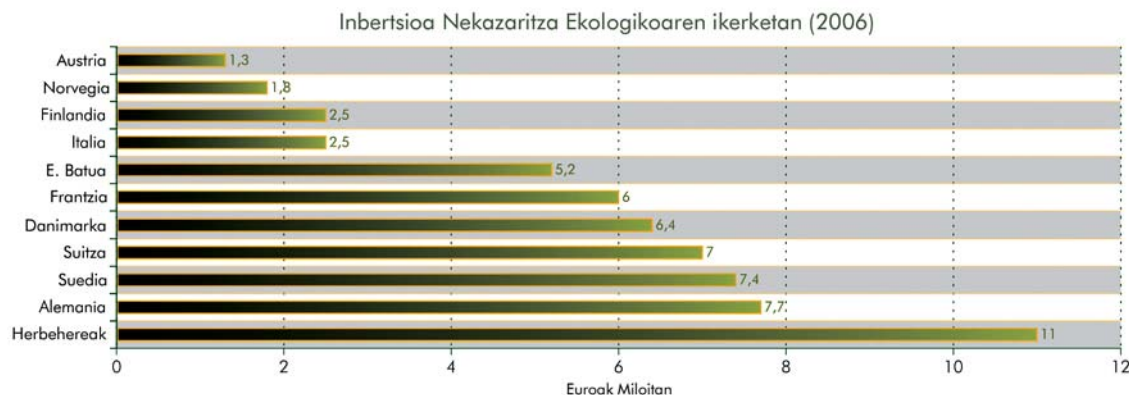
da azalera erlatiboari erreparatuz gero, % 13az, eta horrek garbi erakusten du azpisektoreak Mediterraneoko herrialde horretan duen garrantzia. Erresuma Batuak lidergotik hurbil jarraitzen du, % 12az. Alabaina, hektarea-kopuruan bigarren eta hirugarren diren Alemania eta Espainia, hedaduraz handiak izaki idazpuru horretan gailen ageri direnak, bederatzigarren eta hamargarren lekura jaisten dira, hurrenez hurren, azalera erlatiboari erreparatuz gero. Hortaz, Espainia Europako ekoizle nagusietakoa da hektarea-kopuruan, baina leku apalagoan ageri da nekazaritza ekologikoak guztizko nekazaritza-azalera duen barneratze-maila aintzat hartzen badugu.

2.1.4 I+Gko inbertsioa nekazaritza ekologikoan Europan

Elikagai ekologikoen ekoizpenean herrialde bakoitzak I+Gn egindako inbertsioek nolabaiteko lotura dute herrialdeotako merkatuen heldutasun-mailarekin, alegia per capita kontsumoarekin.

Ikerketan gehien inbertitzen duen herrialdea Herbehereak dira, 11 milioi euro zehazki. Haren atzetik, urteko 5 eta 8 milioi euro artean inbertitzen dituzten zenbait herrialde daude:

Alemania, Suedia, Suitza, Danimarka, Frantzia eta Erresuma Batua; horietan ere, biztanleko kontsumoa altua da. Azkenik, azterlan honetako datuetan Italia, Finlandia, Norvegia eta Austria ageri dira, 1 eta 2,5 milioi euro bitarteko gastuaz. Azterlanak ez ditu kopuru txikiagoak eta garrantzi erlatibo eskasa dituzten beste herrialde batzuk aipatzen, eta horien artean legoke Espainia.



Iturria: herrialdekako txostenak, in Lange et. al, 2006

2.2 ELIKAGAI EKOLOGIKOEN KONTSUMOA EUROPAN

2.2.1 Elikagai ekologikoen kontsumoa Europan, kopuru absolututan

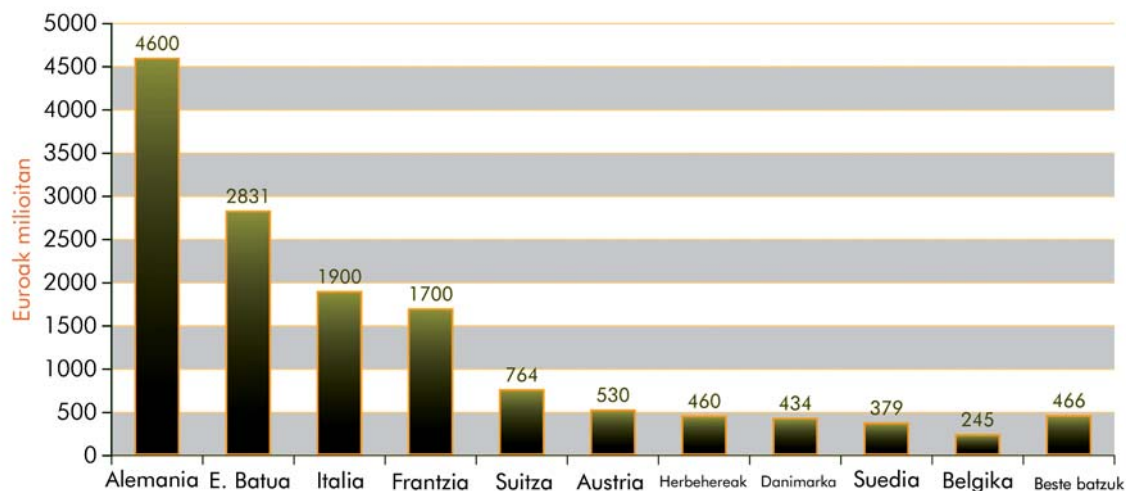
Europan, elikagai ekologikoen kontsumitzailerik handiena, alde handiz, Alemania da: urtean 4.600 milioi euro gastatzen ditu produktu horietan. Atzetik, urrun baina, Erresuma Batua, Italia eta Frantzia datoz, 2.831, 1.900 eta 1.700 milioi euroz, hurrenez hurren.

Kontsumo absolutuan hirugarren maila batean, 350 eta 800 milioi euroren artean, Suitza, Austria, Herbehereak, Danimarka eta Suedia daude; horiek denek aurrekoek baino askoz biztanle gutxiago ere badituzte. Beste herrialde batzuk, esaterako Espainia, ez dira nazioarteko azterlanetan esplizituki ageri, alde batetik guztizko kontsumo baxua dutelako, eta bestetik neurtzeko sistema egokirik ez daukatelako.

Beste iturri batzuen arabera, Espainian 70-80 milioi euro ingurukoa da elikagai ekologikoen kontsumoa (González 2007).

Nabarmenezkoa da mundu-mailako lehen zazpi ekoizleetatik (erregistratutako hektareen arabera) bi bakarrik direla kontsumitzaile handiak (Italia eta AEBak). Beraz, agerikoa da nekazaritza ekologikoa nazioarteko merkataritzari oso loturik doala; produkzio-ahalmen handiko herrialde batzuk daude produkzioa kontsumitzaile handietara bideratzen dutenak, batez ere Mendebaldeko Europa.

Elikadura ekologikoaren merkatuak (2006)



(1) Iturria: Agromilagro ikerketa, FiBL, Galesko Unibertsitateko IRS eta ZMP

2.2.2 Elikagai ekologikoen per capita kontsumoa Europan

Herrialdekako kontsumo orokorrari buruzko datuek merkatu kontsumitzaileen kopuruak adierazten dituzte, baina ez digute elikagai ekologikoaren kontsumoak herrialde ezberdinetan duen barneratze-maila modu fidagarrian erakusten. Elikagai ekologikoen per capita kontsumoa, aldiz, merkatu horrek herrialde bakoitzean duen garapen-mailaren zuzeneko adierazlea da, eta errealitate aski garbia agertzen digu:

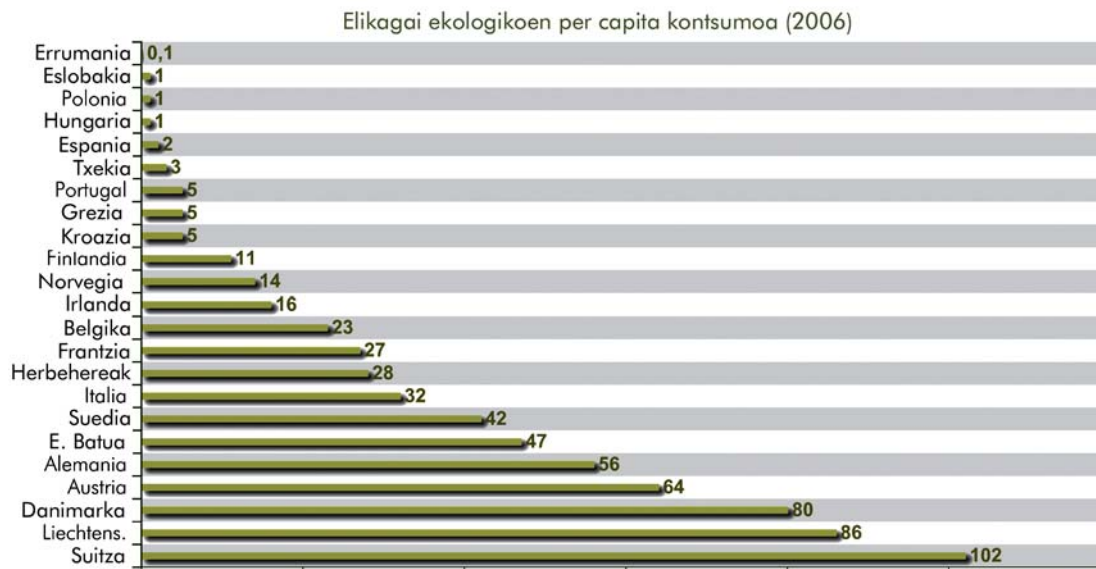
Lehenik eta behin, merkatu honen heterogeneotasuna nabarmendu behar da, Europaren baitan herrialde batzuetatik besteetara egoera izugarri aldatzen baita.

Kontsumorik altuena duten herrialdeak Erdialdeko Europako mendebaldekoak dira, alegia Alemaniaren inguruan daudenak. Lehen lau herrialdeak txikiak eta errenta-maila

handikoak dira, eta ingurune geografiko horretan kokaturik daude.

Suitzan, elikagai ekologikoen kontsumoa urtean 100 eurotik gorakoa da pertsonako (Europaren batez bestekoa –29– halako hiru) eta jarraian Liechtenstein, Danimarka eta Austria doaz (urteko 86, 80 eta 64 euro, hurrenez hurren). Bosgarren herrialdea Alemania da, eta duen tamaina dela-eta eremu geografiko horren lidergoa bermatzen du Europan, elikagai ekologikoen kontsumoari dagokionez.

Horien ondotik, erdiguneko eremu geografiko horretatik gertu samar dauden eta bizi-maila altua duten herrialdeak ageri dira: Erresuma Batua (47), Suedia (42), Italia (32), Herbehereak (28), Frantzia (27) eta Belgika (23).



Iturria: Aberystwytheko Unibertsitatearen ikerketa/IRS, Agromilagro ikerketa, FiBL eta ZMP. * duten herrialdeen datuak 2005ekoak dira.

Hirugarren multzo bat per capita kontsumo askoz apalagoak dituzten zenbait herrialdek osatzen dute, profil ezberdinak dituztenak: Irlanda (16), Norvegia (14) eta Finlandia (11); herrialdeok kontsumoaren erdigunetik iparraldera daude.

Azkenik, kontsumo-indize oso baxuak dituzten Europako beste herrialde batzuk jaso dira zerrendan. Horien artean dago Espainia, ikerketaren arabera urtean 2 euroko batez besteko kontsumoa duena, Txekiak, Hungariak edo Poloniak bezalatsu.

Laburbilduz, elikagai ekologikoen kontsumo-indizea izugarri heterogeneoa da, kontsumo handieneko herrialde guztiek bizi-maila altua dute eta eremu geografiko berean kokaturik daude. Horrenbestez, kontsumoa aldagai ekonomiko nahiz kulturalen arabera dela ondoriozta liteke. Horren frogagarri, Finlandian kontsumoa, esaterako, Suitzan baino hamar aldiz apalagoa da, eta alde hori ezin azal liteke per capita errentari erreparatuz.

Espainiaren kasua deigarria da per capita kontsumoa bereziki baxua delako, Portugal eta Greziako kontsumoaren erdia baino txikiagoa, edota Frantziakoa baino 14 aldiz txikiagoa, Erresuma Batukoa baino 24 edo buru den Suitzakoa baino 50 aldiz txikiagoa.



2.2.3 Nekazaritza ekologikoari buruzko beste datu azpimarragarri batzuk mundu-mailan

Aurreko atalek nekazaritza ekologikoaren ekoizpen eta kontsumoari buruzko zenbaki nagusien ikuspegi orokor bat eskaini dute mundu-mailan, Europako egoerari arreta berezia emanez. Jarraian, ikuspegi orokor eta

xehea eskaini gabe, nekazaritza ekologikoaren mundu-merkatuaren deskribapena osatzeko garrantzitsutzat jo diren dimentsio eta joera zenbait azaltzen dituzten bestelako datuak bildu dira:

·2007an, mundu-merkatua 40.000 milioi dolarrekoa izan da, eta 2010ean 60.000koa izango dela aurreikusi da (Organic Monitor).

·Ipar Amerikak eta Mendebaldeko Europak merkatu ekologikoaren guztizkoaren % 96 hartzen dute, hau da, 23.500 milioi dolarreko merkatua, 2005eko datuen arabera.

·AEBetan, elikagai ekologikoen merkatua 17.000 milioi eurora heldu zen 2006an, elikagaien merkatuaren guztizkoaren % 3 hartuz (Organic Trade Association –OTA–). 2006an % 21 hazi zen.

·EBn eta AEBetan, urtez urte merkatua % 20 hazi da 90eko urteetan, eta azken urteotan erritmoa mantsotu egin da.

·Espainia hirugarren lekuan dago EBko herrialdeen artean, nekazaritza ekologikoari emandako azalera absolutuari erreparatuz gero.

·Erdialdeko Europaren ekialdera dauden herrialdeak kontsumitzaile eta inportatzaile handiak dira. Espainia esportatzailea da argi eta garbi, eta barne-kontsumo apala du.

·Nazioarteko merkataritzak muga-zergez bestelako oztupoak ere baditu, herrialde jakin batzuek ziurtagiriak homologatzeko dituzten zailtasunengatik.

·Austrian, kontsumoa % 35 hazi zen 2006an, 200 milioi eurora heltzeraino. Kopuru hori elikagai

arrunten merkatuko fakturazioaren % 5 da.

·EBn, nekazaritza ekologikoak NAEren % 4 hartzen du.

·Nekazaritza ekologikoak elikagaien merkatuaren guztizkoaren % 4,5 hartzen du Suitzan eta Danimarkan, % 3 Alemanian eta % 2,5 Erresuma Batuan.

·2005 eta 2006 artean, elikagai ekologikoen merkatua % 20 hazi zen Erresuma Batuan, % 18 Alemanian, % 10 Austrian eta % 9 Herbeheretan, eta datozen urteetan ere hazten jarraitzea espero da (Rippin et al. 2007).

·Europar, stocka agortzea gertatu izan da (laboreak eta patatak Alemanian eta Austrian). Datozen urteotan stock batzuk agortzea aurreikusi da, eta horrek kontuzko inflazio-joera eragin dezake.

·Sektore honetan, 2005-06 denbora-tartean berealdiko hazkundeak izan dira merkatu jakin batzuetan:

- o Salmenta elaboratzaileei Italian: % 55
- o Haragia Danimarkan: % 35
- o Italiaren esportazioa: % 26
- o Italiatik Erresuma Baturako esportazioa: % 146
- o Italiatik Alemaniarako esportazioa: % 46
- o Italiatik Frantziarako esportazioa: % 24

2.3 ELIKAGAI EKOLOGIKOEN BANAKETA KOMERTZIALA EUROAPAN. BI ERREFERENTZIA

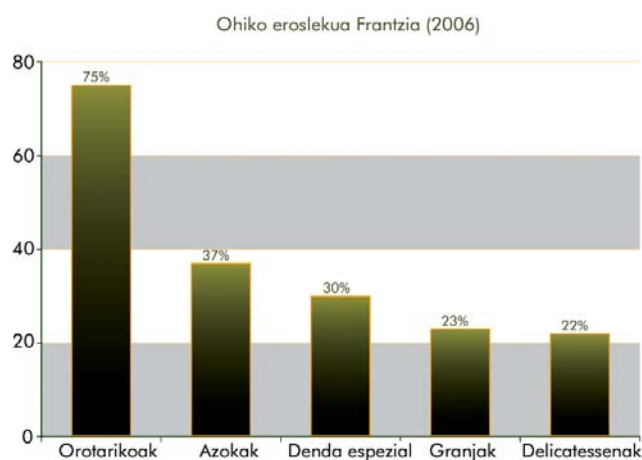
Elikagai ekologikoen merkaturatzeari dagokionez, elikadura ekologikoaren kontsumoan erreferentzia diren bi herrialdetan, haiz zuzen Austrian eta Frantzian, kontsumitzaileek erabilitako kanalak azalduko ditugu.

Herrialde horiek, aztergai dugun merkaturatzaile askoz helduagoa duten heinean –batez ere Espainiarekin edo Euskadirekin alderatuta–, eredu gisa balia genitzake, etorkizunean EAEn erabiliko diren kanalak aurreikuste aldera.

2.3.1 Frantzia

Azterlanak erostetak egiteko ohiko lekua aztertzen du. Pertsona batek egunero hainbat establezimendu-mota ezberdinetan eros dezakeenez, portzentajeen batura ehun baino handiagoa da.

Interpretazioa egiteko datu hori kontuan izanda, esan daiteke gehien erabiltzen den kanala orotarikoa dela: tokiko dendak, supermerkatuak eta hipermerkatuak; inkestatutako pertsonen % 75ek erabiltzen dute bide hori.



Iturria: The World of Organic Agriculture 2008 – IFOAM – SÖL - FiBL

Edonola ere, proiektio hori egiteko orduan aintzat izan behar da merkataritza- eta kontsumo-egiturak eta -ohiturak direla-eta herrialdeen artean aldeak izango direla, merkaturatzaile heldutasun-maila antzekoa denean ere, eta beraz zuhurtiaz egin beharreko ariketa da honakoa. Kontuak kontu, azterlanek bi herrialdeon datu kuantifikatuak jaso dituzte, merkaturatzaile egituraketa-prozesua aurreratua dutelako.

Elikagai ekologikoak eroste aldera, tokiko azoketara kontsumitzaileen % 37 joaten dira (orotariko dendetara joaten direnen erdiak), eta denda espezializatuetara, berriz, % 30.

Deigarria da kontsumitzaileen % 23 zuzenean granjetara joaten direla; kontsumitzaileek kanala jakin hori baliatzeko interesa agertzen dute, eta datua bide horrek izan duen garapenaren adierazgarri da. Produktuaren kokaguneari dagokionez, esanguratsua da, halaber, kontsumitzaileen % 22k delicatessen dendetan bilatzen dituztela elikagai ekologikoetako batzuk.

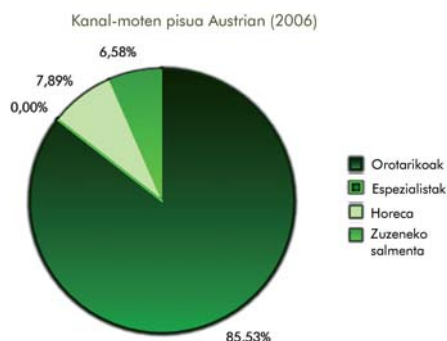
Elikagai ekologikoen kontsumitzaileek gehien erabiltzen duten establezimendu-mota orotarikoa bada ere, nabarmendu behar da, orobat, tokiko azokak eta granjetako salmentak, biak ala biak bide oso zuzenak, kontsumitzaileen % 60 erakartzen dituztela. Era berean, eta establezimenduaren tamainari dagokionez, tokiko azokak, denda espezializatuetara, granjak eta delicatessen dendak merkataritza txikia dei genetzakeen horren baitan sar litezke, eta azpimarratzekoa da lauron artean aztertutako kontsumitzaileen %

100dik gora hartzen dituztela; bestela esanda, kontsumitzaile guztiak salmenta-gune hauetakoren batera joaten dira, eta batzuk (% 12) batera baino gehiagora. Horri “orotarikoak” idazpuruan barne hartutako tokiko denden portzentajea, ezezaguna zaiguna, gehitu beharko litzaioke. Gogoeta honen bidez aditzera

2.3.2 Austria

Austria Europako laugarren herrialdea da elikagai ekologikoen per capita kontsumoan, eta lehenengoa produkzio ekologikora bideratutako azaleran, Nekazaritzako Azalera Erabilgarriarekiko. Horrenbestez, sektore honetan munduko herrialde aurreratuenetakoa da.

Honakoan, kanalen arabera partaidetzari buruzko datuak ditugu, erreferentzia hori kontsumitzaileek erabiltzen dituzten kanal-motarena baino esanguratsuagoa izaki. Beraz, kanal bat edo bestearen erabilera-portzentajea gabe, bakoitzak mugitzen duen merkatu-bolumena jaso da. Kontsumitzaileek zein kanal erabiltzen duten eta kanal bakoitzean zenbat erosten duten



Iturria: The World of Organic Agriculture 2008 – IFOAM – SÖL - FiBL

eman nahi dugu egia dela erabilera-maiztasunaren portzentajerik handiena orotariko dendek hartzen dutela, baina bestelako kanal laburrek eta denda txikiek berebiziko garrantzia dutela produktu hauen merkaturatzean.

neurtzen da, eta horrela informazioa Frantziakoa baino esanguratsuagoa da.

Azterlanaren arabera, Austrian produktu ekologikoen % 65 orotariko saltegiatan (supermerkatuak, hipermerkatuak eta “auzoko” dendak) saltzen dira, % 14 elikagai biologikoetan espezializatutako dendetan, % 6 ostalaritzan, sukaldaritzan eta cateringean, eta % 5 bakarrik zuzeneko salmantan. Datu horien argitan, eztabaidaezina da alor horretan garatua den herrialde honetan salerosketaren zatirik handiena elikagai arrunten bide komertzialetatik egiten dela, eta zuzeneko salmentak oso leku urria duela.

Austriako kasua ezin da zuzenean EAera ekarri etorkizuna irizpide horren arabera aurreikusteko, merkataritza- eta kontsumokulturan bi lurraldeen arteko aldeak handiak baitira; hala ere, pentsa liteke, elikagai ekologikoen kontsumoa areagotu eta orokortzen den heinean, elikagai arrunten saskian eta ohiko zirkuituan sartuko direla horiek ere, eta kontsumitzaile gehien-gehienek beste elikagai batzuek erosteko erabiltzen dituzten antzeko bideak erabiliko dituztela horientzat ere.

3. NEKAZARITZA EKOLOGIKOAREN EGOERA ESPAINIAN

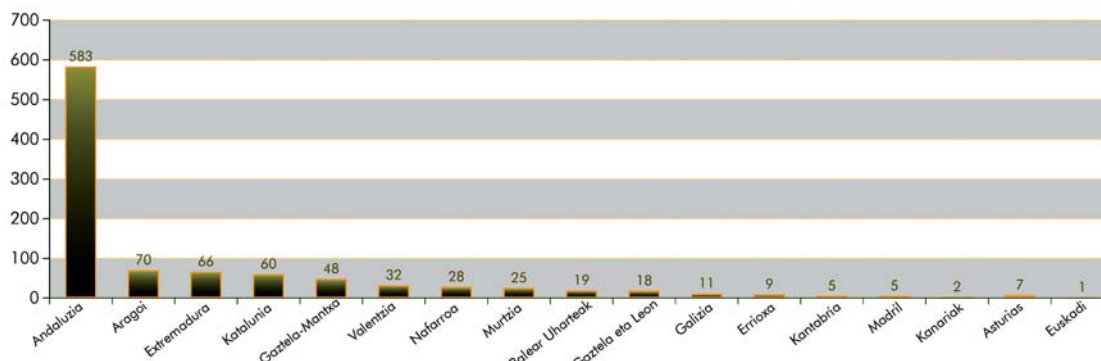
3.1 NEKAZARITZA EKOLOGIKOAREN EKOIZPENA ESPAINIAN

3.1.1 Nekazaritza ekologikoaren ekoizpena hektareen eta autonomia-erkidegoen arabera

Espanian, eskualde bat bada sektoreko lider ezin eztabaidatuzkoa dena: Andaluzia, 583.000 hektarearekin guztizkoaren ia % 60 hartzen duena. Oso atzetik doazkio, 45 eta 70.000 ha erregistratu bitarte dituztela, Aragoi, Extremadura, Katalunia eta Gaztela-Mantxa.

Azalerek behera egiten dute pixkanaka, azalera erregistratua hutsaren hurrengoa duten erkidegoetara iritsi arte; azken horien artean daude Asturias eta, bereziki, Euskal Autonomia Erkidegoa, 1.000 ha baizik ez dituen, guztizkoaren % 0,1.

Nekazaritza ekologikoaren azalera (2007)

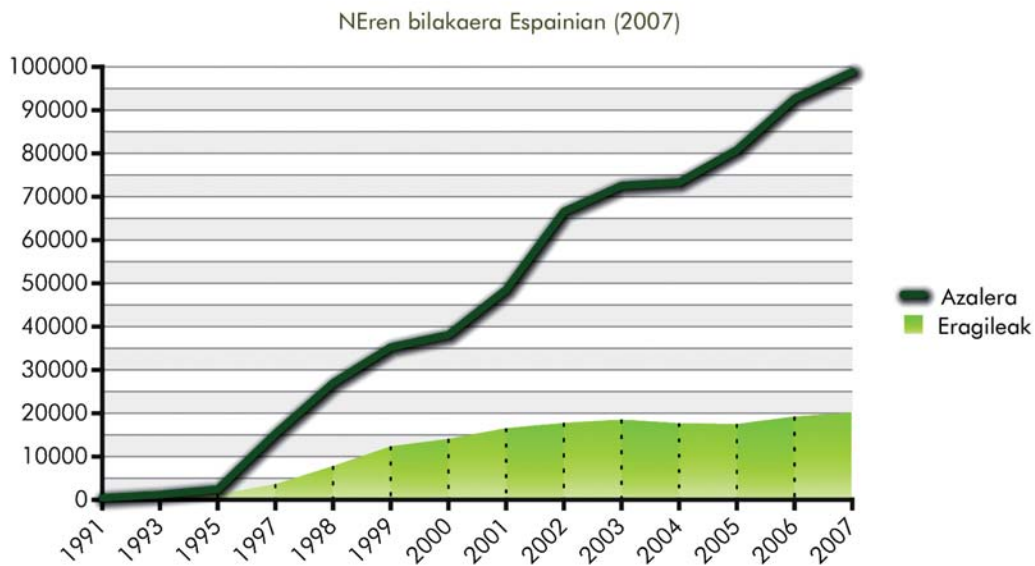


HERKIDEGOA	Ha.	Gutzizkoaren %	ERKIDEGOA	Ha.	Gutzizkoaren %
Andaluzia	582.745	% 58,96	G eta Leon	17.843	% 1,81
Aragoi	70.229	% 7,11	Galizia	10.986	% 1,11
Extremadura	65.673	% 6,64	Errioxa	8.561	% 0,87
Catalunia	60.095	% 6,08	Kantabria	5.148	% 0,52
G. Mantxa	48.452	% 4,90	Madril	4.918	% 0,50
Valentzia	32.070	% 3,24	Kanariak	1.565	% 0,16
Nafarroa	28.379	% 2,87	Asturias	6.631	% 0,67
Murtzia	24.683	% 2,50	EAE	1.062	% 0,11
Balear U.	19.285	% 1,95	Gutzira	988.323	% 100

3.1.2 Nekazaritza ekologikora bideratutako azaleraren bilakaera Espainian

Espainian, nekazaritza ekologikorako azalera izugarri eta etengabe hazi da 1991tik 2007ra. Hamabost urteotan, urteko batez besteko hazkundea % 48koa izan da, eta ondorioz azalera 232z biderkatu da, egia bada ere

hasierako kopuruak baxuak zirela. Europaren gainerakoan gertatu bezala, abantzia oso nabarmena izan zen 90eko urteetan, eta azken urteotan mantsotu egin da.



Iturria: MAPA



Kopuru horiek sakonago aztertuz, eragile ekologiko bakoitzeko dagoen batez besteko azalera kalkulatu zen badugu, ohartzen gara batez besteko azalera nabarmen hazi dela, 1991ko 11

hektareatik 2005eko 46ra igoz. Joera logikoa dirudi, sektorea hazten eta bermatzen ari den prozesu batean gaudelarik.

Urtea	Azalera (ha)		Eragileak		Ha/eragile	
1991	4.235		396		11	
1993	11.674	% 176	867	% 119	13	% 26
1995	24.078	% 106	1.233	% 42	20	% 45
1997	152.465	% 533	3.611	% 193	42	% 116
1998	269.465	% 77	7.782	% 116	35	% -18
1999	352.164	% 31	12.341	% 59	29	% -18
2000	380.920	% 8	14.060	% 14	27	% -5
2001	485.079	% 27	16.521	% 18	29	% 8
2002	665.055	% 37	17.751	% 7	37	% 28
2003	725.254	% 9	18.505	% 4	39	% 5
2004	733.182	% 1	17.688	% -4	41	% 6
2005	807.569	% 10	17.509	% -1	46	% 11
2006	926.390	% 15	19.211	% 10	48	% 5
2007	988.323	% 7	20.171	% 5	49	% 2
Hazkundera gutzira	% 23.237		% 4.994		% 358	
Batez besteko hazkundera	% 48		% 31		% 9	

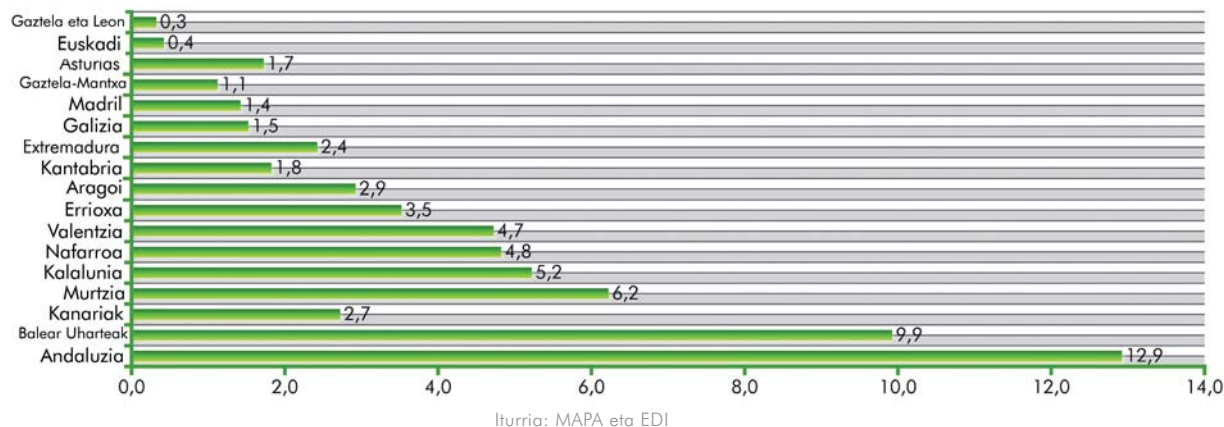


3.1.3 Nekazaritza ekologikoaren azalera erlatiboa Espainian autonomia-erkidegoen arabera

Europari buruzko analisian egin bezala, Nekazaritzako Azalera Erabilgarriaren guztizkoa-erikiko nekazaritza ekologikora bideratutako azalera produkzio-mota horrek autonomia-

erkidego bakoitzeko lehen sektorean duen barneratze-maila adierazten digu. Anlisi horrek datu berri aski interesgarriak ematen dizkigu balio absolutuetan oinarritutako ikuspegiari buruz.

Nekazaritza ekologikoaren azalera NAEren guztizkoarekiko (2007)



Erkidegoa (2007)	NAE/Ha.	EKO/Ha.	EkO/NAE
Andaluzia	4.508.820	582.745	% 12,9
Balear U.	194.264	19.285	% 9,9
KanariaK	58.238	1.565	% 2,7
Murtzia	400.221	24.683	% 6,2
Catalunia	1.166.543	60.095	% 5,2
Nafarroa	588.345	28.379	% 4,8
Valentzia	686.574	32.070	% 4,7
Errioxa	244.757	8.561	% 3,5
Aragoi	2.398.273	70.229	% 2,9
kantabria	285.731	5.148	% 1,8
Extremadura	2.700.735	65.673	% 2,4
Galizia	748.658	10.986	% 1,5
Madril	343.185	4.918	% 1,4
G. Mantxa	4.468.988	48.452	% 1,1
Asturias	385.062	6.631	% 1,7
EAE	242.784	1.062	% 0,4
G. eta Leon	5.471.306	17.843	% 0,3

Esaterako, Andaluziak, handia izanik, azalera erlatiboan ere buru izaten jarraitzen du, balio absolutuen analisisan baino alde txikiagoz bada ere. Grafiko horretan deigarriak dira Balear Uharteak, Kanariak, Murtzia eta Nafarroa bezalako erkidegoak, hektareen guztizkoan garrantzitsuak ez diren arren laborantza ekologikora emandako portzentajeetan badirelako, erkidegootan teknika horien erabilera eta filosofia produktibo horren onarpena altuak direla adieraziz.

EAEren kasuan, pentsa liteke hektareen balio absolutuetan azkena dagoela hedadura txikia

eta nekazaritzako azalera urria duelako. Alabaina, produktu ekologikoetara bideratutako azalera erlatiboan ere azken lekuetan dago, zehazki azkenurrena: NAEren % 0,4 soilik du ekologiko gisa erregistratua, Andaluziak baino 32 aldiz eta auzoko Nafarroak baino 12 aldiz gutxiago. Gainerako erkidegoekin alderatuta labore horrek EAE duen munta eskasa bi faktoreren ondorio da: erkidegoaren tamaina txikia eta nekazaritza ekologikoak bertako nekazari eta ganaduzaleen artean izan duen barneratze-maila eskasa.

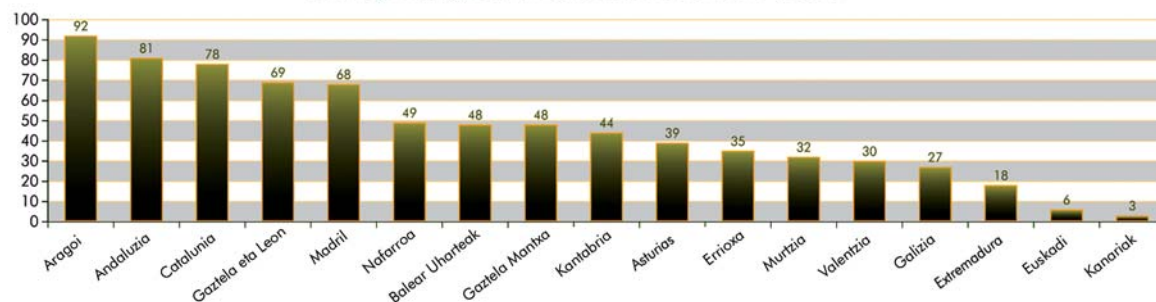
3.1.4 Ustiategi ekologikoen batez besteko tamaina Espainian autonomia-erkidegoen arabera

Ustiategi ekologikoen batez besteko azalerari dagokionez, analisiak datu aski interesgarriak eskaintzen dizkigu beste behin. Batez beste ustiategi ekologiko handienak dituzten erkidegoak Aragoi, Andaluzia eta Katalunia dira, guztizko azaleran ere oso garrantzitsuak direnak.

Beste muturrean Kanariak eta Euskadi daude, ustiategiko 3 eta 6 hektarearekin, hurrenez hurren. Beraz, Euskadiko ustiategiak oso txikiak

dira, gainerako erkidegoetakoekin alderatuta. Alderaketa EAEko iparraldekoaren antzeko klima eta orografia dituzten erkidegoekin eginez gero ere gauza bera gertatzen da; izan ere, Kantabrian, Asturiasen eta Galizian, esaterako, ustiategien batez besteko tamaina 44, 39 eta 27 hektareakoa da, hurrenez hurren. 27 hectáreas, respectivamente.

Ustiategi ekologikoen batez besteko tamaina (2007)

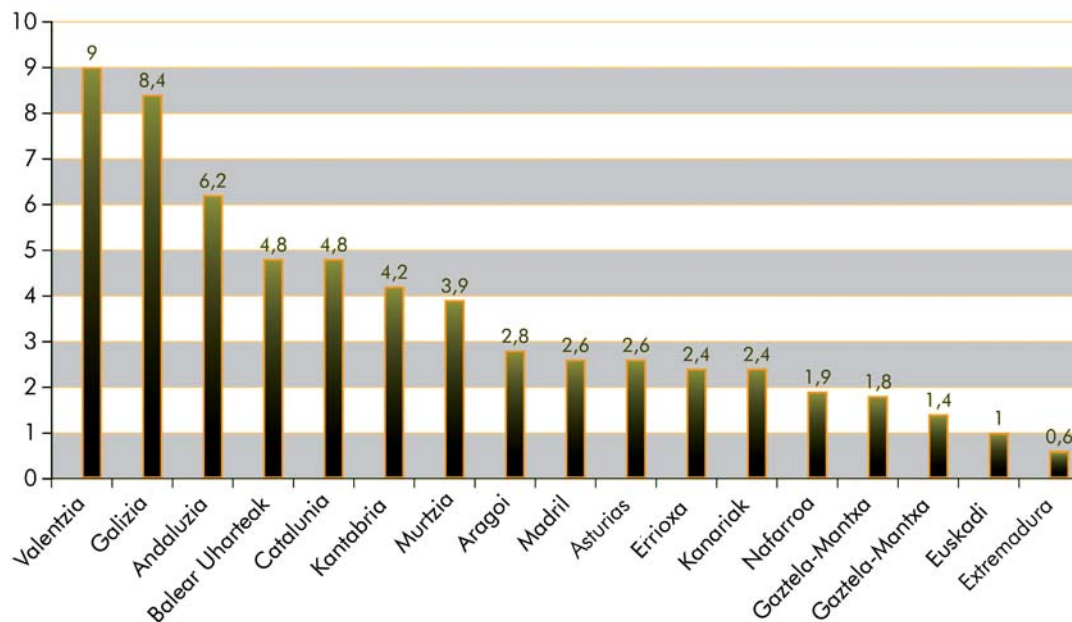


3.1.5 Ustiategi ekologikoen batez besteko tamaina erlatiboa Espainian autonomia-erkidegoen arabera

Ustiategi batez besteko tamainan dagoen aldea erkidegoen artean labore-tipologian eta oro har nekazaritza-ustiategietan dauden ezberdintasunen isla dela pentsa liteke. Haatik, analisisan gehiago sakonduta, egiazta daiteke hori ez dela arrazoi bakarra. Ustiategi ekologikoen batez besteko azalera eta nekazaritza-ustiategi arrunten batez besteko azalera alderatzen baditugu, ohartuko gara erkidegoen artean alde nabarmenak daudela.

EAEn, ustiategi ekologikoen batez besteko tamaina ustiategi arrunten parekoa den moduan, ia erkidego guztietan ohikoak baino handiagoak diren ustiategietan ekoizten dira labore ekologikoak, bai erregistratutako labore-motagatik bai ustiategiok sustatzen dituzten enpresen tipologiagatik. Kasurik muturrekoena Valentziakoa da, non ustiategi ekologikoaren batez besteko tamaina nekazaritza-ustiategi batez bestekoa baino 9 aldiz handiagoa baita.

Ustiategi ekologikoa / ustiategi orokorra (ha)



Iturria: INE eta MAPA (2006)

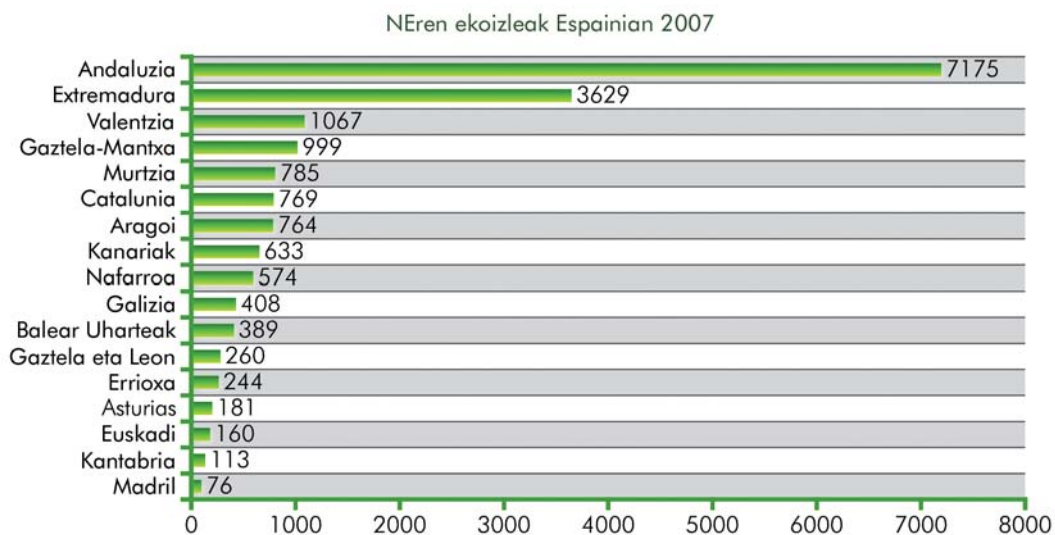
ERKIDEGOA	Nekazaritza oro har		Nekazaritza ekologikoa		EKO tamaina /tamaño SAU
	Ustiategiak Ha.	Ha/ustiat. 3,5	Ustiate. Ha.	Ha/ustiat. 31,1	
Valentzia	215.747	746.673	991	30.797	9,0
Galizia	240.836	696.691	396	9.623	8,4
Andaluzia	354.055	4.974.175	6195	537.269	6,2
Balear U.	19.115	222.118	338	18.840	4,8
Catalunia	72.006	1.156.828	722	55.355	4,8
Kantabria	17.263	276.390	103	6.967	4,2
Murtzia	56.356	457.032	752	23.907	3,9
Aragoi	72.065	2.462.701	727	70.515	2,8
Madril	14.979	375.372	79	5.140	2,6
Asturias	41.775	473.109	113	3.279	2,6
Errioxa	17.300	240.231	256	8.609	2,4
Kanariak	33.268	77.527	909	5.113	2,4
Nafarroa	23.931	601.442	560	26.424	1,9
G. Mantxa	182.463	4.581.592	1026	46.335	1,8
G. eta Leon	153.379	5.783.831	234	12.639	1,4
EAE	34.618	259.320	142	1.015	1,0
Extremadura	105.952	2.931.680	3671	64.557	0,6
GUZTIRA	1.655.124	26.316.787	17214	926384	53,8

Iturria: INE (2006)

3.1.6 Ekoizle ekologikoen kopurua autonomia-erkidegoen arabera

Ekoizle-kopuruari begiratuta, aurreko autonomia-erkidegoak nabarmentzen dira orain ere, gainerakoekiko alde txikiagoa izan arren, batik bat labore estentsiboak dituzten erkidego garatuetan, Andaluzian kasu, ustiategiaren batez besteko hedadura eta produkzio-ahalmena askoz handiagoak direlako.

Aurkako egoeran daude Kanariak: hedaduraz erkidego txiki samarra izan arren, ekoizle-kopuruan zortzigarrena da, batez ere ustiategiak txikiak direlako. EAEren kasuan ere antzeko zerbait gertatzen da. Sailkapenean gora egiten du ekoizle-kopuruan, batez ere ekoizleok tamainaz erlatiboki txikiak direlako.



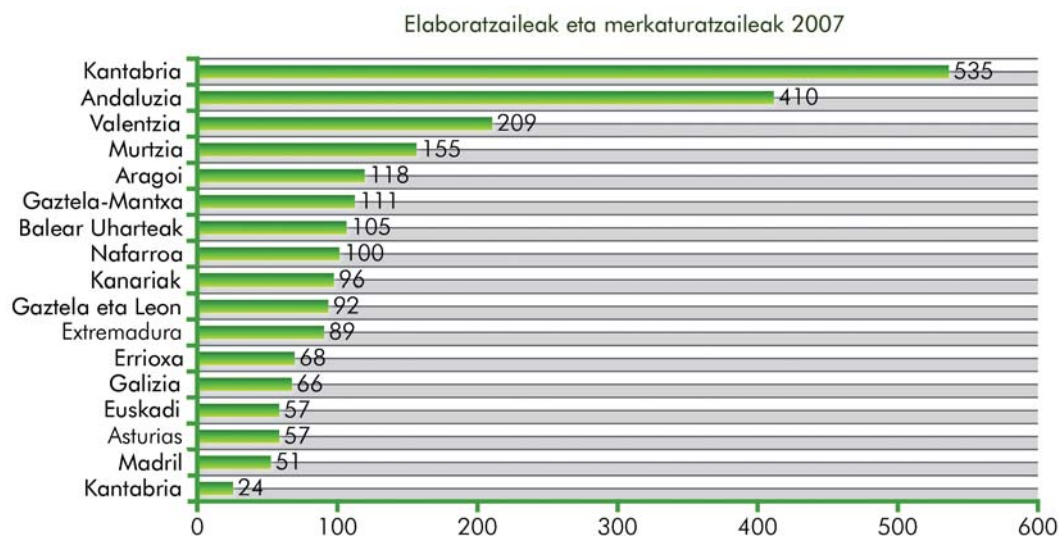
Iturria: MAPA (2007)

3.1.7 Elaboratzaile eta merkaturatzaile ekologikoen kopurua autonomia-erkidegoen arabera

Erkidegoka egindako ekoizle eta merkaturatzaileen kopuruaren analisia oso interesgarria da; Kataluniaren kasua adierazgarria da oso: nekazaritza ekologiko erregistratuan laugarren eskualdea da hedaduraz, Andaluziatik oso urrun, baina aldagai honetan liderra da. Datu horrek erakusten du aipatu erkidegoan gainerakoez bestelako planteamendua egiten dela sektoreari buruz, norberaren nahiz besteren produktuak ekoitzi eta merkaturatzera

bideratuagoa, hau da, balio erantsi handiagoa sortzera. Horrek abantaila ematen dio Kataluniari zenbait produktu-lerroekin lehiatzeko orduan eta eskualde moduan duen ahalmen komertzialean.

Euskadik bere postua zertxobait hobetzen du, baina ez askorik. Aldagai horretan hamalaugarren erkidegoa da.



Iturria: MAPA. (2007)

3.1.8 Ekoizleen eta merkaturatzaile-elaboratzaileen arteko proportzioaren analisia autonomia-erkidegoen arabera

Aurreko atalen analisia osatuz, egiazta daiteke elaboratzaile- eta merkaturatzaile-kopuruaren eta ekoizle-kopuruaren arteko proportzioa oso aldakorra dela erkidegotik erkidegora.

Ekoizle handiek, Andaluziak eta batez ere Extremadurak kasu, beste erkidegoena baino ekoizleen portzentaje askoz handiagoa dute. Beste muturrean Madril edo Euskadi ditugu: batez bestekoa baino elaboratzaile eta merkaturatzaileen portzentaje askoz handiagoa dute, neurri handi batean bi kasuotan ekoizle-kopurua txikia delako.

Eragile-kopuruari buruzko datua erabat adierazgarria ez den arren, bakoitzaren dimentsioaren berri ez dugulako, aditzera ematen du sektorea egituratzeko modu ezberdinak daudela. Hektarearen arabera analisi azkar bat eginez, ondoriozta genezake Extremadura eta Katalunia oso antzekoak direla (65.000 eta 60.000 ha, hurrenez hurren). Alabaina, bi erkidegoon sektore ekologikoek planteamendu eta egitura aski ezberdinak ageri dituzte.

Ekoizleen eta merkaturatzaile-elaboratzaileen arteko proportzioaren analisia erkidegoko



Iturria: MAPA.

3.2 ELIKAGAI EKOLOGIKOEN KONTSUMOA ESPAINIAN

3.2.1 Kontsumitzailearen konfiantza elikagai ekologikoetan

Eroski Fundazioaren azterlanaren arabera, espainiar kontsumitzaileak konfiantza handia du elikagai ekologikoetan. Produktu-kategoria hori lidergoan dago, jatorri-deitura duten produktuekin eta fruta eta barazkiekin batera.

Haragi fresko markaduna baino apur bat gorago dago, eta bestelako kategoria guztien oso gaineratik, hala nola indize aski baxuak ageri dituzten elikagai izoztuen edo aurrez prestatutakoen gaineratik.



Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

3.2.2 Kontsumitzailearen konfiantza elikagaietan sexuaren, adinaren eta estatusaren arabera

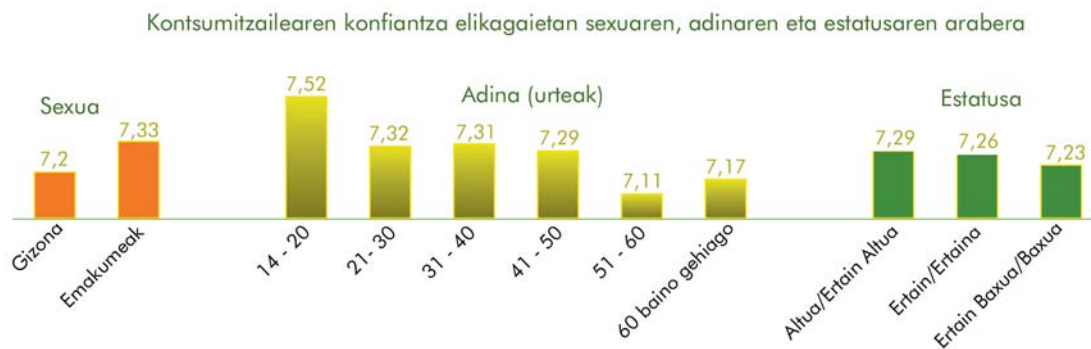
Kontsumitzaileek oro har elikagaietan duten konfiantza sexuaren, adinaren eta estatusaren arabera azterturik, emaitza hauek atera dira:

·Emakumeek gizonek baino konfiantza handixeagoa agertzen dute.

·Adinez nagusiagoak diren pertsonen artean

konfiantza zertxobait jaisten da eta gazteen artean igotzen, seguruenik azken horiek konfiantza handiagoa dutelako aurrez prestatutako jakietan, hanburgesategietan, eta abar.

·Estatus sozialari begira, apenas dago alderik.



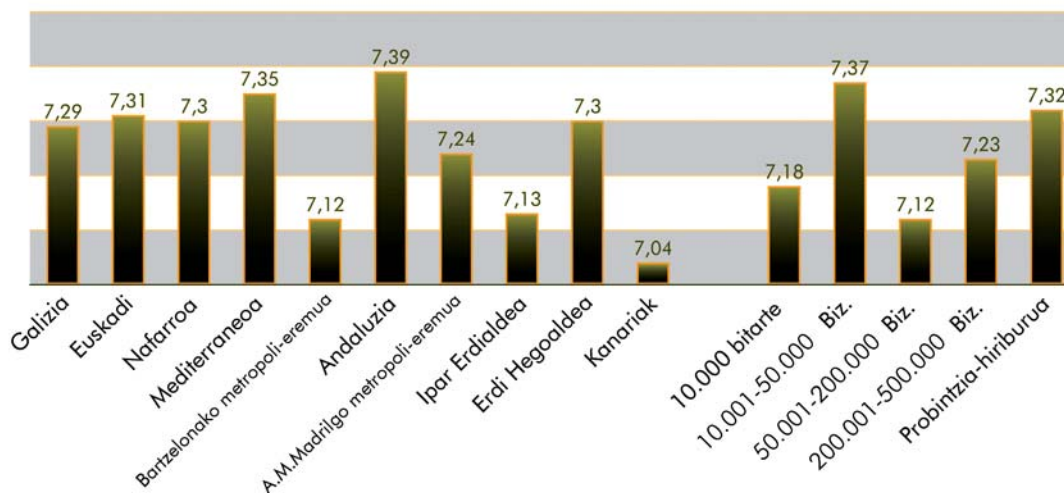
Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

3.2.3 Kontsumitzailearen konfiantza elikagaietan eremu geografikoaren eta habitataren tamainaren arabera

Analisi bera eremu geografikoaren arabera banakaturik, azpimarra daiteke alde handiak ez dauden arren konfiantza apalxeagoa dagoela Kanarietan, erdialdean eta Bartzelonan. Euskadik konfiantza-maila ertaina ageri du.

Bizilekuaren tamainari begira, kontsumitzaileek elikagaietan oro har duten konfiantza handixeagoa da 10.000 eta 50.000 biztanle arteko hirietan, baina aldeak ez dira oso nabarmenak.

Kontsumitzailearen konfiantza elikagaietan eremu geografikoaren eta habitataren tamainaren arabera



Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

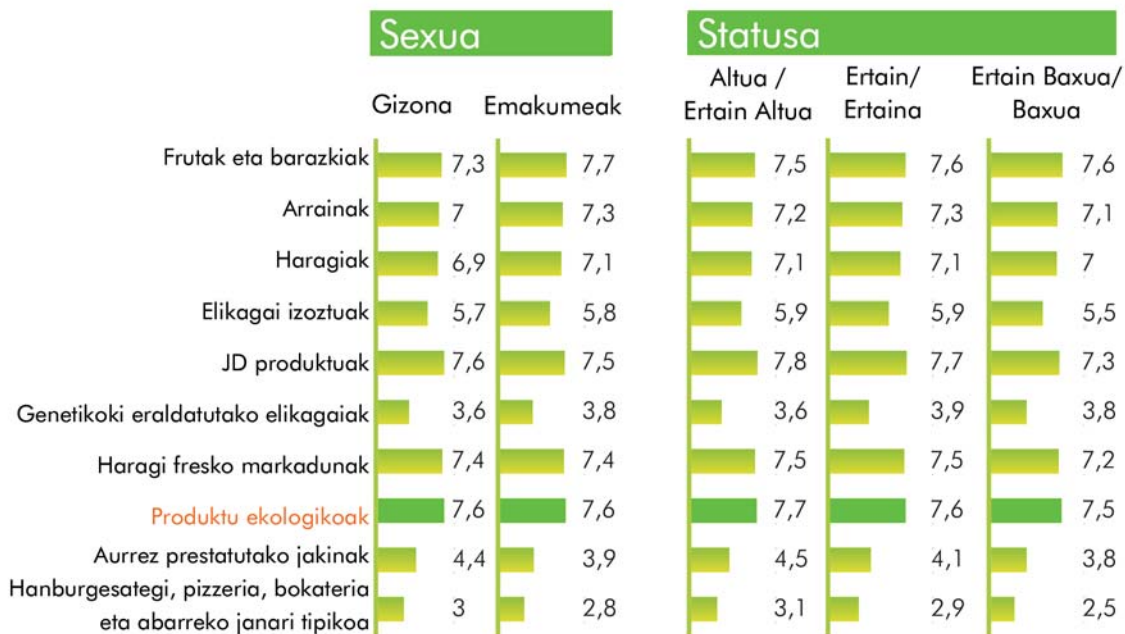


3.2.4 Kontsumitzailearen konfiantza elikagai ekologikoetan sexuaren eta estatusaren arabera

Xehetasunetan sartuz eta zehazki elikagai ekologikoekiko konfiantza sexuaren eta estatusaren arabera aztertuz, ondoriozta daiteke multzo ezberdinen artean inolako alderik ez dagoela. Bidenabar aipatzen da multzo guztiek

oso konfiantza txikia dutela genetikoki eraldatutako elikagaietan; horrek elikagai ekologikoen alde egin lezake, azken horien artean eraldaketa genetikodun produkturik ez dagoenez.

Kontsumitzailearen konfiantza elikagai ekologikoetan sexuaren eta estatusaren arabera



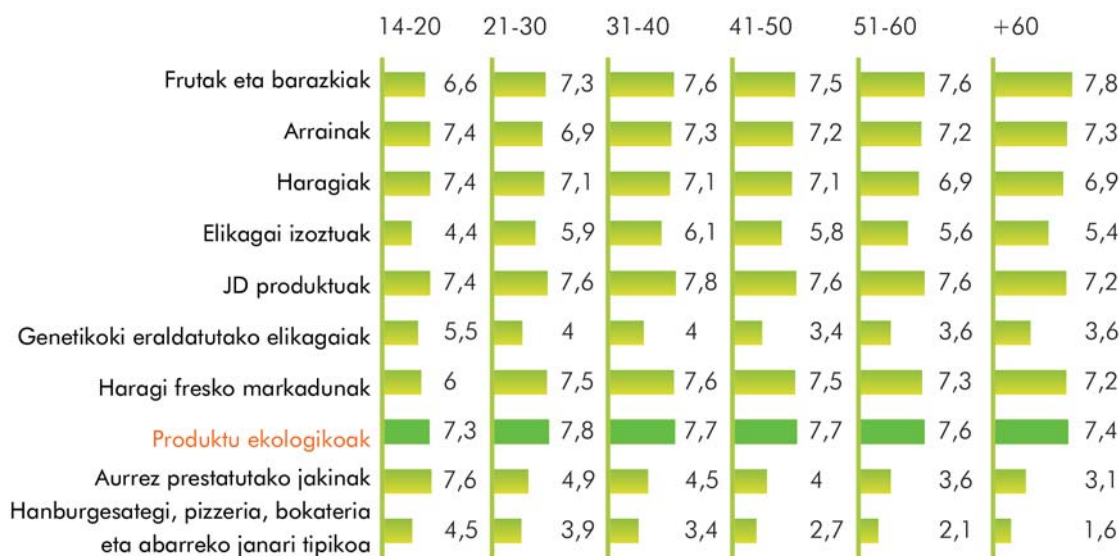
Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

3.2.5 Kontsumitzailearen konfiantza elikagai ekologikoetan adinaren arabera

Kontsumitzailearen konfiantza adinaren arabera aztertzen badugu, zenbait ezberdintasun antzeman daitezke. 20 urtetik beherakoek konfiantza apalxeagoa ageri dute elikagai ekologikoekiko, eta baita haragi fresko markadun, fruta eta barazki eta elikagai izoztuekiko ere; aitzitik, gainerako multzoek

baino konfiantza handiagoa dute aurrez prestatutako jakietan, genetikoki eraldatutako elikagaietan eta hanburgesategietako janarian. Gazteenen artean nabari diren diferentziok elikagaien eta dietaren pertzepzioan eman bide den belaunaldi-aldaketa batekin zerikusia izan lezakete.

Konfiantza/maila elikagaien kontsumoan adinaren arabera



Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

3.2.6 Kontsumitzailearen konfiantza elikagai ekologikoetan familia-motaren arabera

Elikagai ekologikoekiko konfiantzak ez du aldaketa nabarmenik ageri familia-mota ezberdinetan, seme-alabarik gabeko bikote gazteetan handixeagoa eta erretiratueta apalxeagoa bada ere.

Kontsumitzailearen konfiantza elikagai ekologikoetan familia-motaren arabera



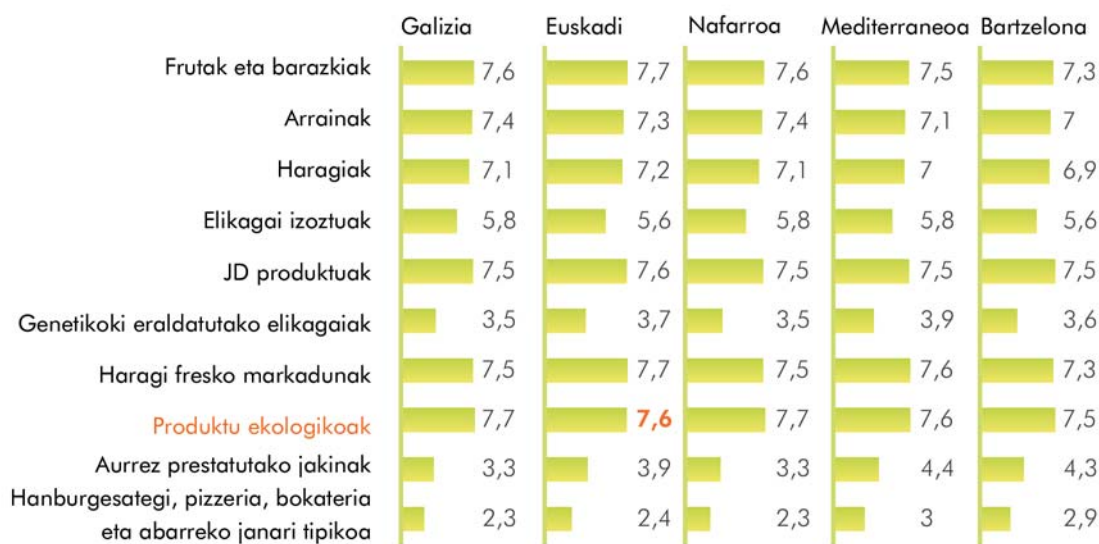
Fuente: Barómetro de Consumo 2007 – Fundación Eroski

3.2.7 Kontsumitzaileen konfiantza elikagai ekologikoetan eremu geografikoaren arabera

Eremu geografikoaren arabera kontsumitzaileek elikagaietan duten konfiantzari buruzko informazioak adierazten digu aldagai horren arabera ere ez dagoela alde nabarmenik, eta

Euskadiko kontsumitzaileen konfiantza-maila gainerako erkidegoetako kontsumitzaileenaren parekoa dela.

Konfiantza-maila elikagaien kontsumoan lurraldearen arabera



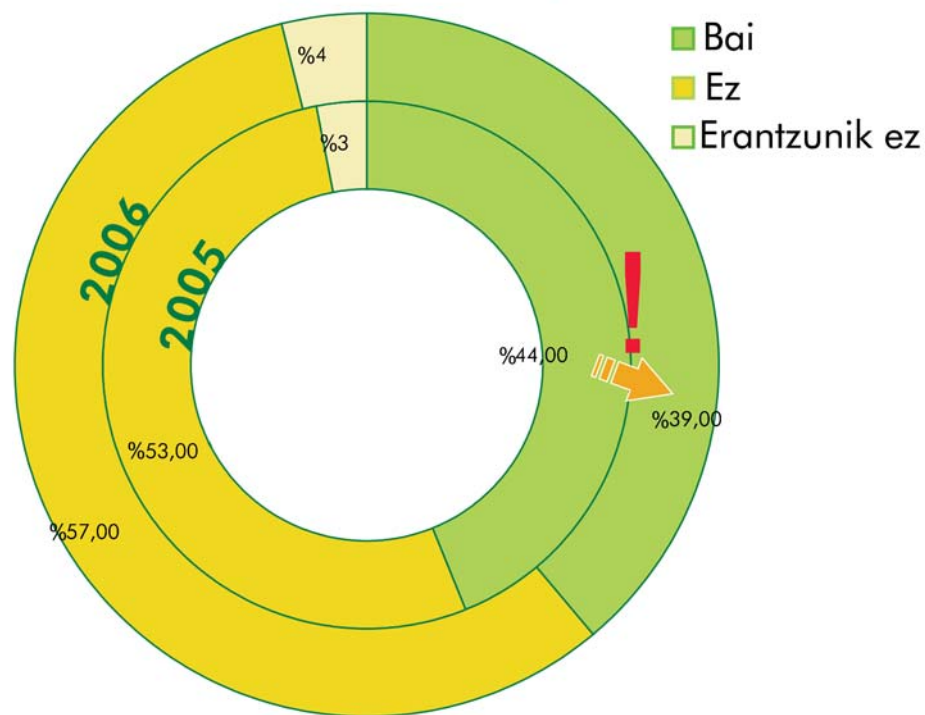
Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

3.2.8 Elikagai ekologikoen kontsumo-esperientzia

Eroski Fundazioaren azterlanaren arabera, elikagai ekologikoen kontsumo-esperientziak behera egin du 2005 eta 2006 artean. Izan ere, 2005ean inkestatutako pertsonen artean elikagai ekologikoak jan zituztenak % 44 ziren,

2006an kontsumitu zituztenak (% 39) baino gehixeago. Horrek ez du esan nahi elikagai ekologikoen kontsumoa jaitsi denik, datu horrek ez baitu inkestatutako pertsonen erosketa-maila aintzat hartzen.

Produktu ekologikoen kontsumo-esperientzia



Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

3.2.9 Kontsumo-esperientzia sexuaren eta estatusaren arabera

Aldea oso deigarria ez bada ere, elikagai ekologikoen kontsumoa pixka bat ohikoagoa da gizonen artean emakumeen artean baino.

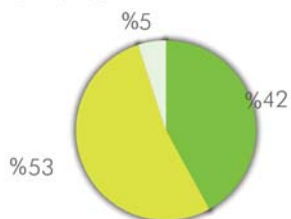
Nabarmenezkoa da, aldiz, estatusaren arabera kontsumo-esperientzian dagoen diferentzia: estatus altu edo ertain-altukoetan kontsumoa nabarmen handiagoa da, inkestatuen % 51k

azkenaldian elikagai ekologikoak probatu baitituzte; estatus ertainean (% 38) eta ertain-baxu zein baxuan (% 31), portzentaje hori asko jaisten da. Horrenbestez, ondoriozta daiteke produktu ekologikoen kontsumoa ohikoagoa dela estatus altuagoa duten pertsonen artean.

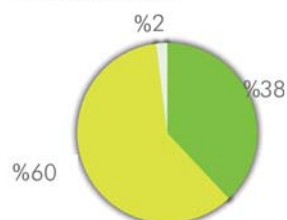
Kontsumo-esperientzia sexuaren eta estatusaren arabera

SEXUA

Gizona

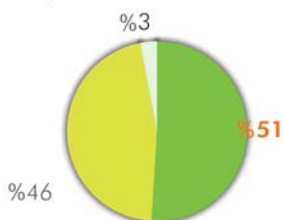


Emakumeak

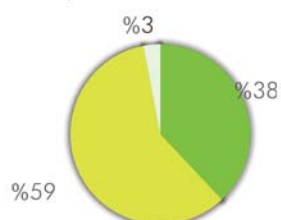


STATUSA

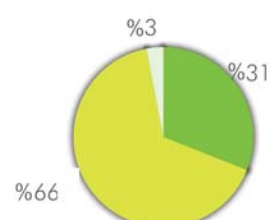
Altua/Ertain Altua



Ertain/Ertaina



Baxua/Baxua



■ Bai ■ Ez ■ Erantzunik ez

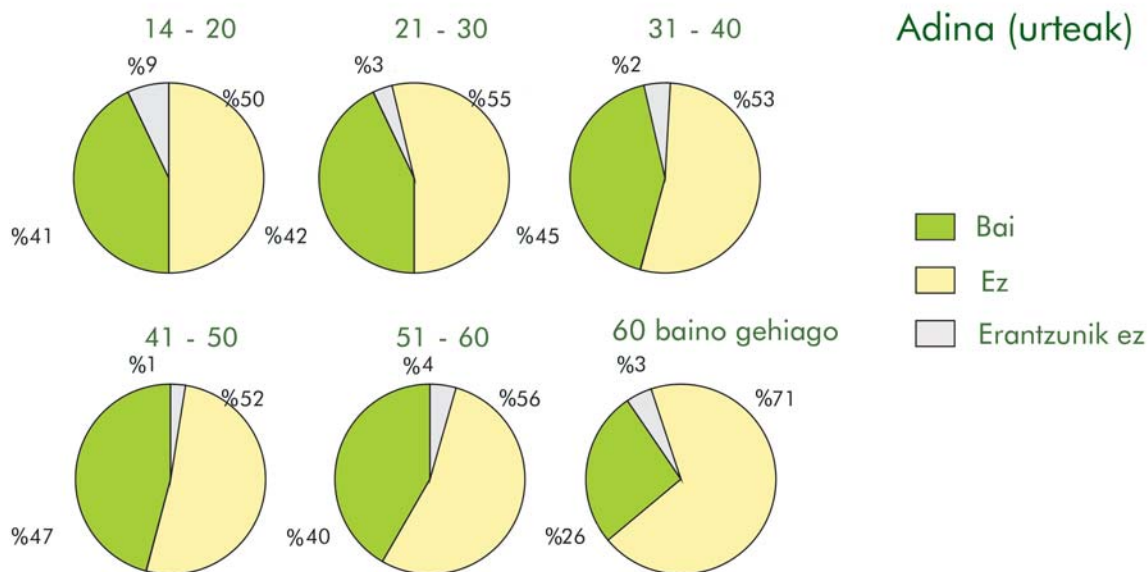
Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 - Eroski Fundazioa

3.2.10 Elikagai ekologikoen kontsumoa adinaren arabera

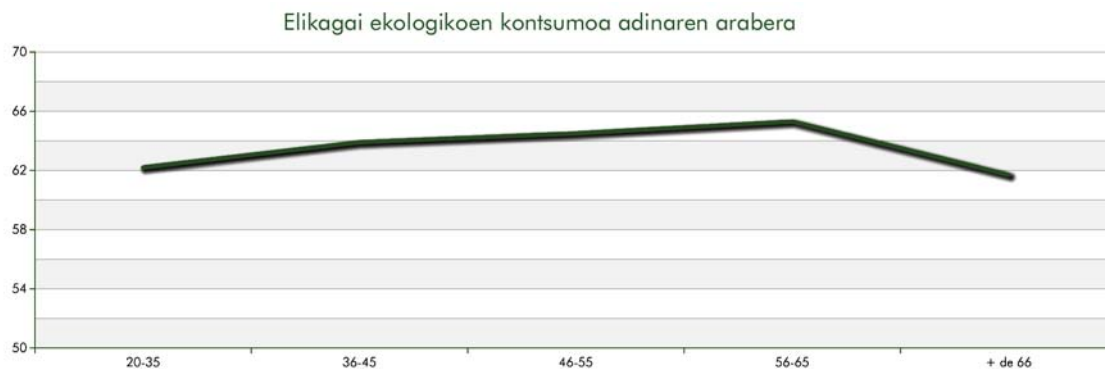
Honakoan, produktu ekologikoak kontsumitzen dituzten pertsonen portzentajeak adin-tarteei erreparatuz atera dira.

MAPAren eta Eroski Fundazioaren azterlanek produktu ekologikoen kontsumoari buruz

eskaintako datuak batera azterturik, oharzen gara adin-tarte ezberdinen artean alde oso nabarmenik ez dagoen arren, kontsumoa pixka bat handiagoa dela 30 eta 50 urte arteko pertsonetan, eta txikiagoa 60 urte inguru dituztenetan.



Iturria: 2007ko Kontsumo Barometroa -Eroski Fundazioa



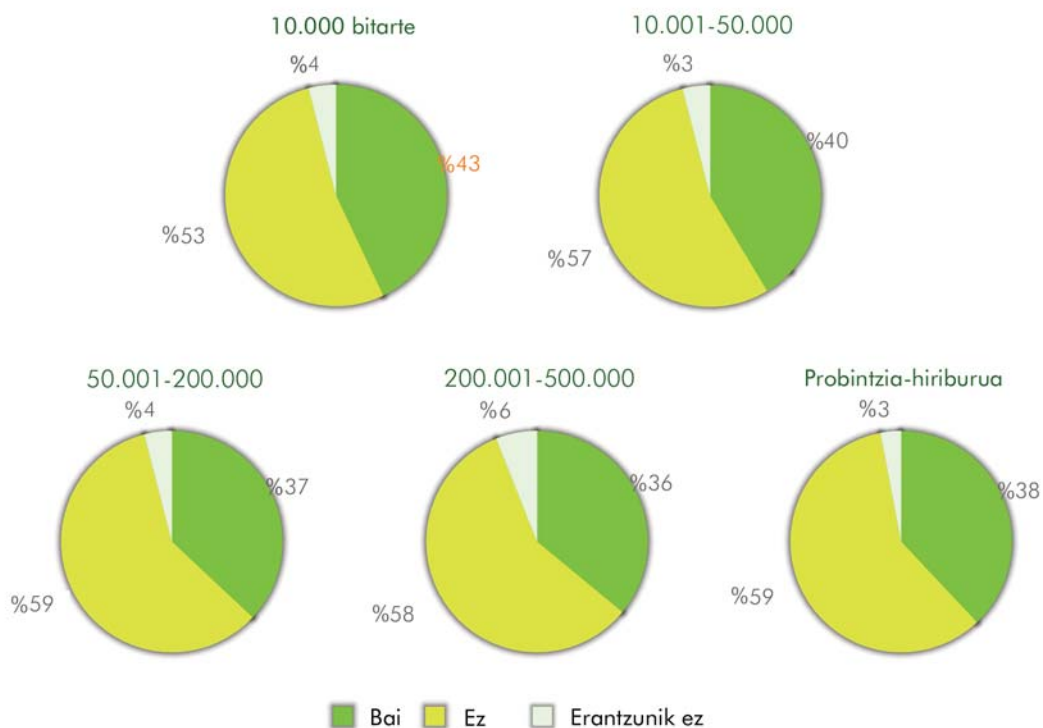
Iturria: Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren 2005eko Dosierria, MAPA

3.2.11 Kontsumo-esperientzia habitataren tamainaren arabera

Kontsumo-esperientzia habitataren tamainaren arabera ikusirik, zenbait ezberdintasun nabari daiteke: herri eta hiri txikiagoak, alegia 10.000 biztanle artekoak eta 10.000 eta 50.000 bitartekoak, dira kontsumo-indize handienak dituztenak (% 43 eta % 40, hurrenez hurren), 200.000 eta 500.000 biztanle bitarteko hirienak (% 36) baino handixeagoak.

Beraz, elikagai ekologikoak ez dira arrakastatsukoak gune hiritarragoetan, herri txiki eta ertainetan baizik, non seguruenik natura gertuago baitago eta bizitzaren erritmoa mantsoagoa eta kalitatea hobea baita, hiri handietan baino.

Produktu ekologikoen kontsumo-esperientzia habitataren tamainaren arabera



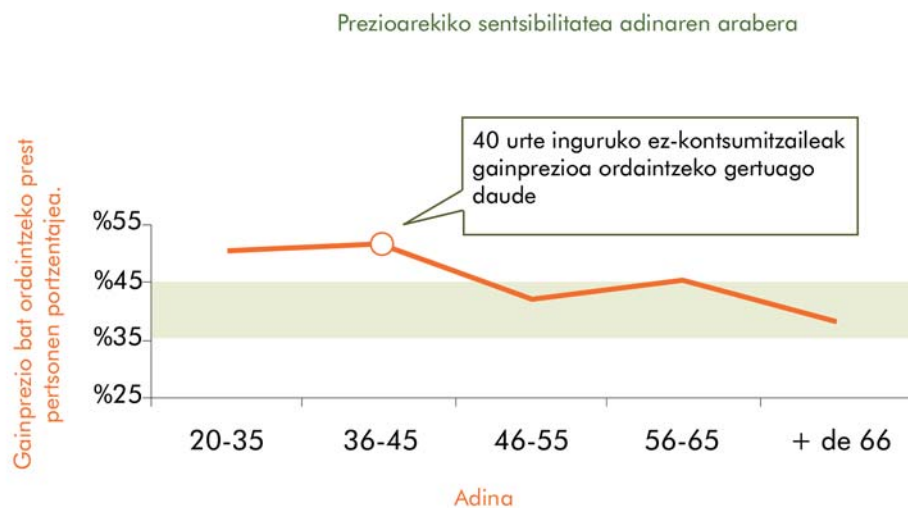
Iturria: Kontsumo Barometroa 2007 –Eroski Fundazioa

3.2.12 Elikagai ekologikoen prezioarekiko sentsibilitatea adinaren arabera

Gainprezio bat ordaintzeko prest dauden pertsonen portzentajea.

Produktu ekologikoak kontsumitzean prezioarekiko sentsibilitatean aldaketarik bada adinaren arabera. 30 eta 40 urte arteko pertsonak gehixeago ordaintzeko gertuago

daude produktu ekologikoak erostean. Adinak aurrera egin ahala, ordea, prezioarekiko sentsibilitatea areagotu egiten da, eta 66 urtetik gorakoak dira elikagai ekologikoak erostearren gehiago ordaintzeko prestutasun gutxien ageri dutenak.



Fuente: Dossier del observatorio del consumo y la distribución agroalimentaria 2005, MAPA

3.2.13 Elikagai ekologikoen kontsumoa eremu geografikoaren arabera

Berriro ere MAPAren eta Eroski Fundazioaren azterlanen analisi bateratua egiten badugu, erkidego ezberdinetako elikagai ekologikoen kontsumoari buruzko ondorio garbiak aterako ditugu.

Elikagai ekologikoen kontsumo-esperientzia eremu geografikoaren arabera azterturik, ikerlanek zenbait diferentzia hauteman dituzte: hego-erdialdean, Madrilgo metropoli-eremuan eta ipar-erdialdean kontsumitzen da gutxien (% 33, % 34 eta % 37, hurrenez hurren), eta kontsumitzaileek Kanarietan erosten dute maiztasun handiagoz (% 47).

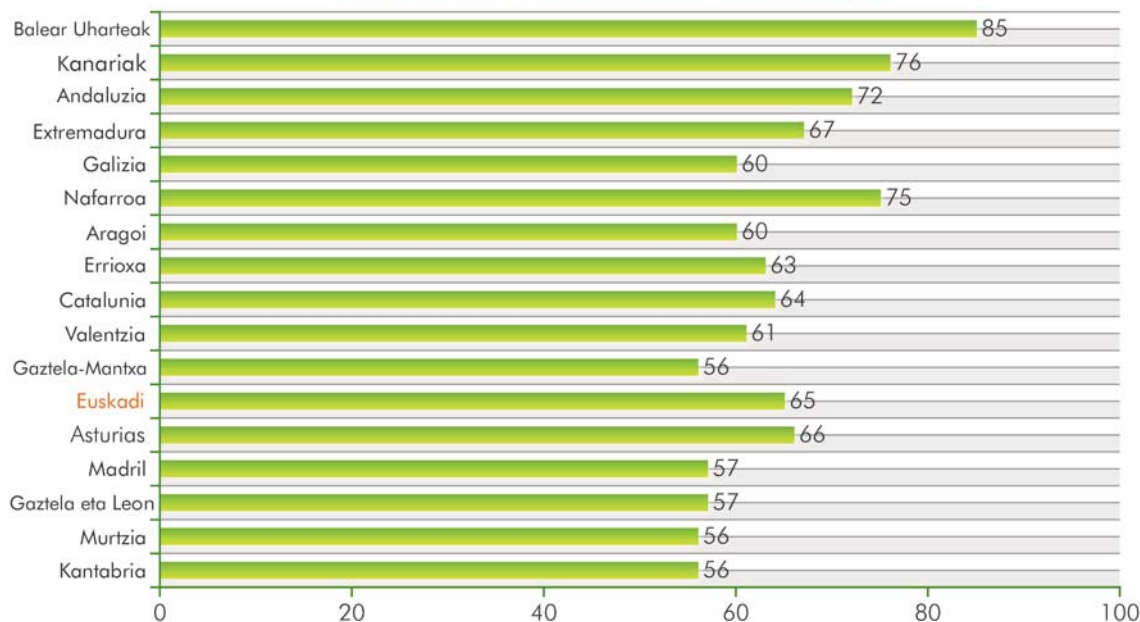
Euskadiren kontsumo-esperientzia batez bestekotik gertukoa da; inkestatutako pertsonen

% 41ek kontsumitu dituzte produktu ekologikoak azkenaldian.

Beraz, gainerako autonomia-erkidegoekin alderatuta MAPAren azterlanak erdialdean kokatzen du Euskadi elikagai ekologikoen kontsumoan. Gutxien ipar-erdialdean eta Madrilan kontsumitzen da, eta gehien Balear Uharteetan, Kanarietan, Andaluzian eta Extremaduran, hain zuzen ere nekazaritza ekologikora bideratutako azalerari dagokionez lider diren erkidegoetan. Beraz, datuon arabera badirudi erkidegoetan eskaintzaren eta eskariaren arteko nolabaiteko korrelazioa badela.

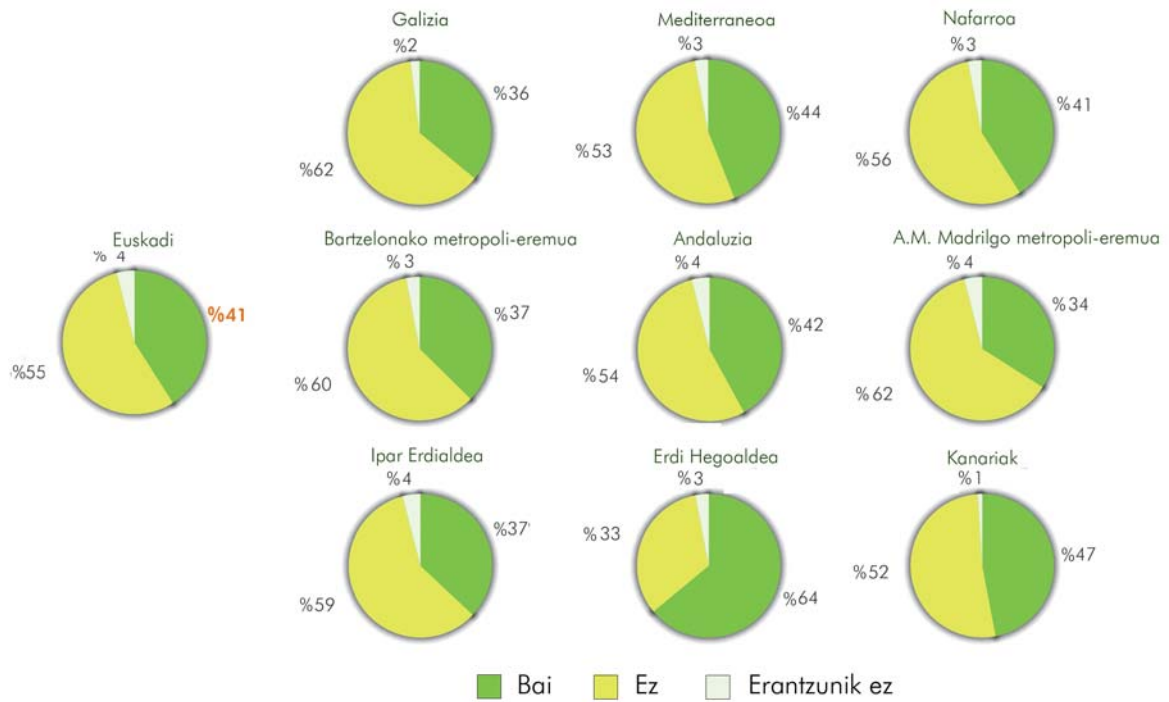
Elikagai ekologikoak kontsumitzen dituzu?

Kontsumitzen dituzten etxeen portzetajea



Fuente: Barómetro de Consumo 2007 – Fundación Eroski

Elikagai ekologikoen kontsumoa eremu geografikoaren arabera



Iturria: Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren 2005eko Dosierria, MAPA

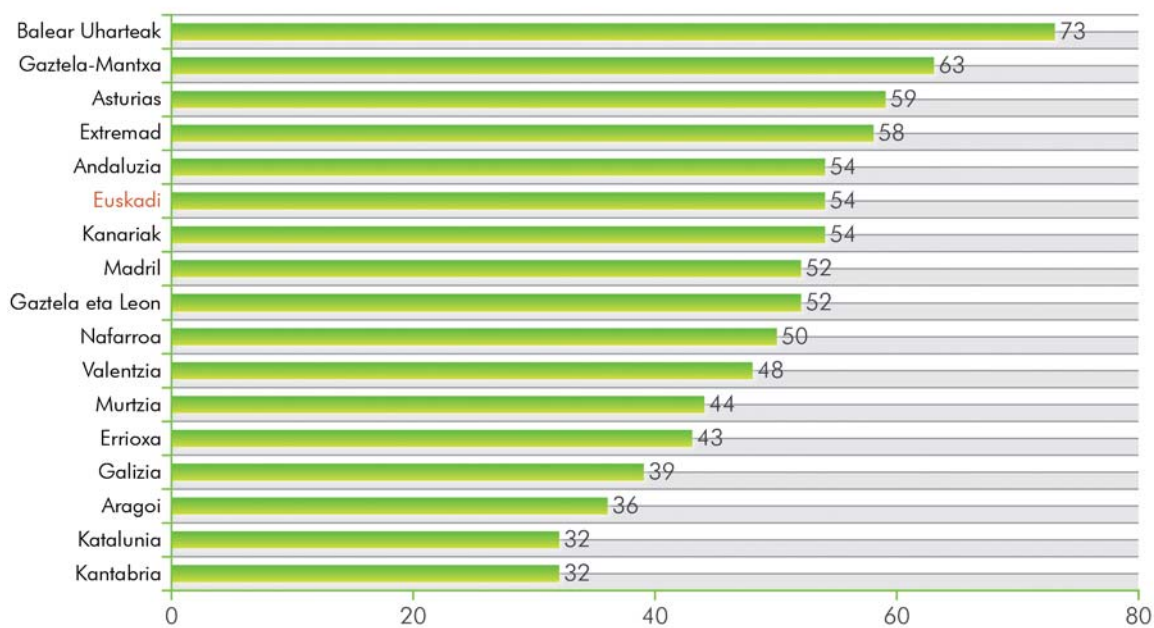


3.2.14 Elikagai ekologikoen prezioarekiko sentsibilitatea eremu geografikoaren arabera

Produktu ekologikoengatik gehiago ordaintzeko prestutasunari buruzko datuei erreparatuz, kontsumo-maila apalak dituzten zenbait erkidegok, Euskadik, Madrilak edo Asturiasek

kasu, prezioarekiko sentsibilitate txikiagoa ageri dute, eta beraz pentsa liteke etorkizunean eskari garrantzitsua egon litekeela eskualdeotan.

Produktu ekologikoengatik gehiago ordaintzeko prest egongo al zinateke? (oinarria, ez-kontsumitzaileak)
Gainprezio bat ordaintzeko prest dauden ez-kontsumitzaileen portzentajea.



Iturria: Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren 2005eko Dosierra, MAPA

3.2.15 Elikagai ekologikoen kontsumoari buruz nabarmentzeko moduko zehaztapenak

BARNERATZE-MAILAK BEHERA EGIN DU

Elikagai ekologikoen barneratze-maila pixka bat jaitsi egin da (2005ean, azken hamabi hilabeteetan produktu horietakoren bat erosi zutenak % 44 ziren, eta aurren, berriz, % 39).

+ ESTATUS ALTUKO PERTSONETAN

Egiaztatu da kontsumo ekologikoa askoz ohikoagoa dela estatus altuko pertsonetan (% 51) baxukoetan baino (% 31); logikoa dirudi, kontuan hartzen badugu elikagai ekologikoak tradizionalak baino garestiagoak direla.

+ 30-50 URTE ARTEKO PERTSONETAN

Kontsumoa ohikoagoa da, halaber, 31 eta 50 urte arteko pertsonetan (% 46) 60 urtez gorakoetan baino (% 26).

EAEk BARNERATZE-MAILA ERTAIN-BAXUA

Ingurumen-balio erantsia duten elikagaion kontsumoa gehien hedatu den zonaldeak Kanariak (% 47), Mediterranea (% 44), Nafarroa eta Euskadi dira (biotan % 41), eta gutxien, ostera, Erdi Hegoaldea (% 33) eta Madril hiria (% 34).

3.2.16 Elikagai ekologikoen entzutea eta kokagunea

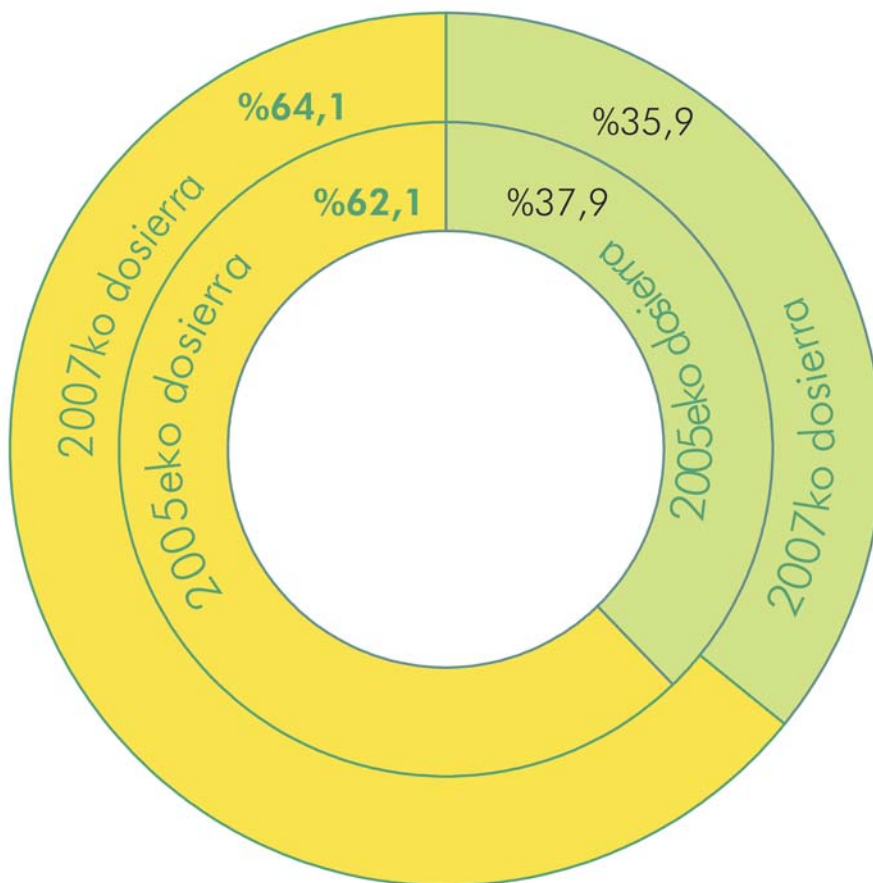
Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren Dosierreko informazioari jarraiki, azken bi urteotan espainiar kontsumitzaileek, beren esanetan,

produktu ekologikoen kontsumo-esperientzia nabarmen areagotu dute, 2005eko % 38tik 2007ko % 64ra.

Produktu ekologikoen kontsumitzaileen pertzepzioa

Inoiz produktu ekologikorik kontsumitu al duzu?

■ Bai ■ Ez



Fuente: Dossier del observatorio del consumo y la distribución agroalimentaria 2005, MAPA

3.2.17 Elikagai ekologikoen eroslekua

Ikerketaren oinarri gisa produktu ekologikoak kontsumitu omen duen % 64 hori hartuz, jarraian elikagai horiek non topatzen diren azalduko dugu.

Oso esanguratsua da erosleen % 42k adierazi izana beren ohiko erosleketan ez dituztela produktuak aurkitzen. Horrek aditzera ematen du produktu ekologikoen sustraitze komertziala oso ahula dela, kontsumitzaileen ohiko erosketa-zirkuituetan presentzia urria baitute.

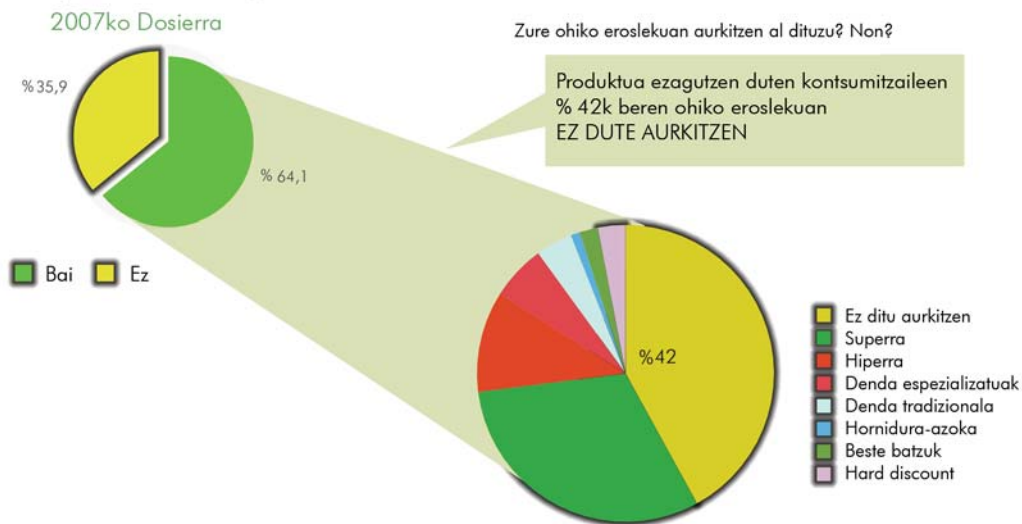
Erosketa-guneak aztertze orduan, produktu ekologikoak erosi dituztenak (% 64) eta gainera

beren ohiko eroslekuan aurkitzen dituztenak (% 58) hartuko ditugu aintzat, hau da, kontsumitzaileen % 37 bakarrik.

% 37 horretatik, % 63k supermerkatu edo hipermerkatuetan aurkitzen dute produktua, % 10ek denda espezializatu batean eta % 7k denda tradizionalan. Oso gutxi dira produktuok hornidura-azoketan, azoka txikietan, hard discount-etan eta antzekoetan aurkitzen dituzten kontsumitzaileak.

Produktu ekologikoen eroslekua

Inoiz produktu ekologikorik kontsumitu al duzu?



Fuente: Dossier del observatorio del consumo y la distribución agroalimentaria 2007, MAPA

Establezimenduaren tipologiaren araberako azterketa bat egin daiteke, kopuruak bi irizpideri jarraiki multzokatuz:

Establezimendua	orotarikoa	espezializatua	banaketa handia	banaketa "txikia"
Supermerkatua	% 54		% 54	
Hipermerkatua	% 19		% 19	
D. espezializat.		% 10		% 10
D. tradizion.	% 7			% 7
Azokak	% 2			% 2
Bestelakoak		% 3		% 3
Hard discount	% 4		% 4	
	% 86	% 13	% 77	% 22

Tipologiaren araberako multzokatze honen bidez oharzen gara produktua ezagutzen eta aurkitzen duten kontsumitzaileen % 86k orotariko saltokietan erosten dutela. Bestalde, % 77k banaketa-gune handietan aurkitzen dute, eta % 22k txikietan.

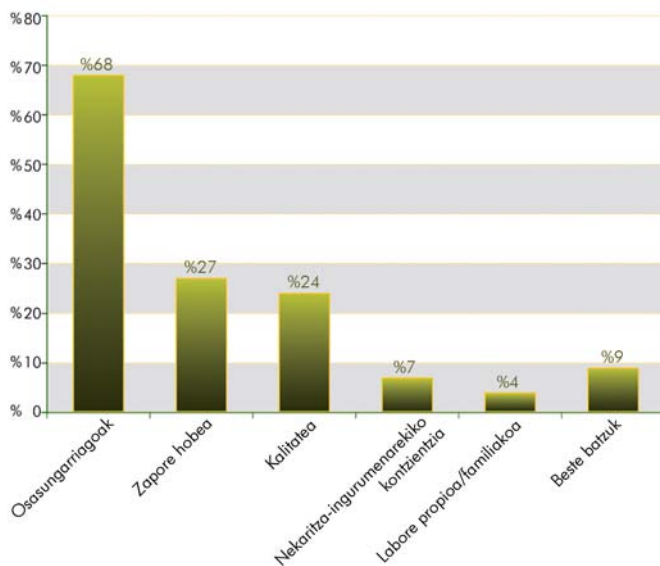
Taula horiek behar bezala interpretatze aldera, nabarmendu behar da atal honetan betiere produktua kontsumitu eta aurkitu dutela dioten

kontsumitzaileez ari garela, hau da, aipatu % 64 horretaz. Beraz, indize hori kopuru guztietara aplikatu behar da datua kontsumitzaile guztietara estrapolatu ahal izateko. Esaterako, diogunean kontsumitzaileen % 22k produktua banaketa-gune txikietan aurkitzen dutela, % 64ren % 22az ari gara, hau da, kontsumitzaile guztien % 14az.



3.2.18 Elikagai ekologikoak kontsumitzeko arrazoiak

Produktua erosten duten kontsumitzaileek batez ere osasungarriagoa dela uste dutelako da (% 68²). Oso atzetik, hautemandako abantaila organoleptikoa dator (% 27). Kalitate hobek kontsumitzaileen % 24 erakartzen ditu. Azken irizpide hori ez da oso adierazgarria, ez baitakigu kontsumitzaileak zer esan nahi duen kalitate hobek ari denean (zaporetua, naturala, garbia eta abar). Produktu ekologikoen kontsumitzaile apur batzuek, zehazki % 7k, nekazaritza-ingurumenarekiko kontzientziari garrantzia ematen diote erosteko irizpide gisa. Finean, kontsumitzaileek funtsean osasungarriagoa delako erosten dute elikagai ekologikoa.



Iturria: Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren 2007ko Dosiera, MAPA

² Porzentajeen batura 100 baino handiagoa da inkestatutako pertsona batek berak produktu ekologikoak kontsumitzeko arrazoi bat baino gehiago eman dezakeelako.

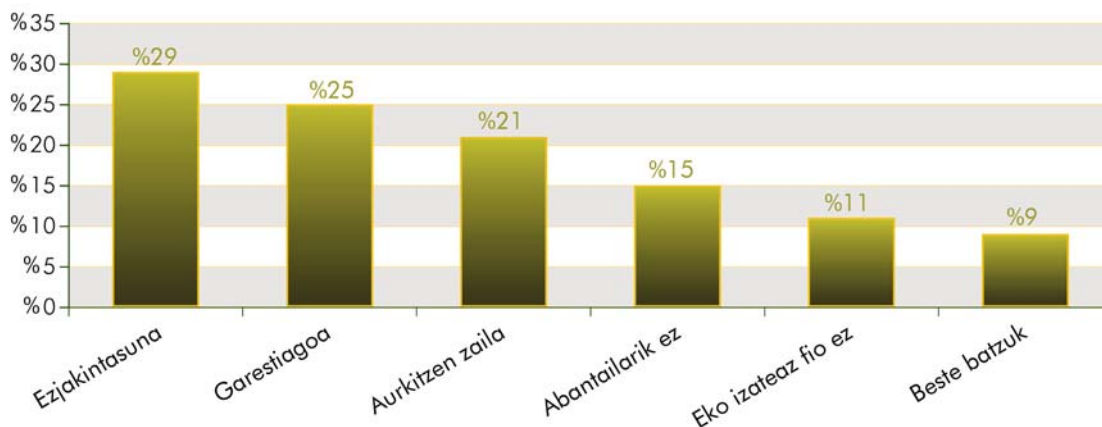


3.2.19 Elikagai ekologikoak erosteko oztopoak

Produktu ekologikoak ez erosteko arrazoen artean, ez dago aurreko atalean bezain garbi nabarmentzen den irizpide bat. Kasu honetan, produktuok erosten ez dituzten kontsumitzaileen herenek³ horiek ezagutzen ez dituztelako da. % 25ek ez dituzte erosten aurkitzen zailak zaizkielako. Beste % 21ek, garestiagoak direla uste dutelako. Hiru arrazoi horiek batu eta erlazionatuz gero, ohartuko gara kontsumitzaileak ez dituela erosten eskuragarriak egiten ez zaizkielako, hala haien berri ez duelako nola aurkitzen ez dituelako edo garestiegiak direlako.

Produktuon berezko ezaugarriengatik erosten ez dituzten kontsumitzaileen portzentajeak askoz txikiagoak dira. % 15ek ez diete abantaila handirik ikusten, eta gainera garestiagoak izan daitezkeela uste dutenez, ez dituzte erosten, eta % 11 mesfidati ageri dira, egiaz ekologikoak ote diren zalantzan jarriz.

Laburbilduz, produktu ekologikoak erosten ez dituen kontsumitzaileak ez du horrela jokatzen produktua bera baloratzen ez duelako edo gustatzen ez zaiolako, baizik eta hura eskuratzeko oztopoak dituelako.



³ Portzentajeen batura 100 baino handiagoa da inkestatutako kontsumitzaile batek berak produktua ez erosteko arrazoi bat baino gehiago eman dezakeelako.

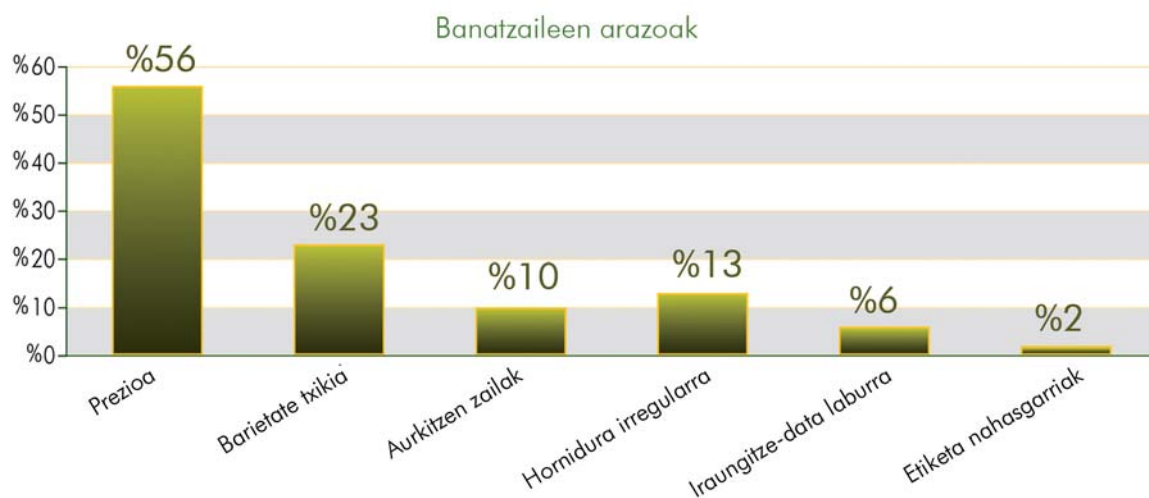
3.3 BANAKETAREN EGOERA

3.3.1 Elikagai ekologikoak eskaintzeko banaketa-arazoak

Banatzaileek diote beren eskaintzan elikagai ekologikoak barne hartzeko hainbat oztopo dituztela. Arazo nagusia, alde handiz, prezioa da, MAPAren azterlanean inkestatutako banatzaileen % 56k aipatua.

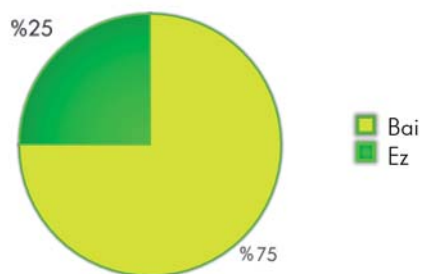
Askoz gutxiagotan aipatzen dute eskaintzan barietate gutxi dagoela, aurkitzen zailak direla

edota horniketa irregularra dela. Alabaina, hornidura-arazotzat jo genitzakeen hiru aldagaiok batuz gero, ohartuko gara hornidura eskasa arazo serioa dela banatzaileen % 48rentzat.



Iturria: Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren 2007ko Dosierra, MAPA

3.3.2 Banatzaileen aurreikuspenak elikagai ekologikoen etorkizuneko merkatuari buruz

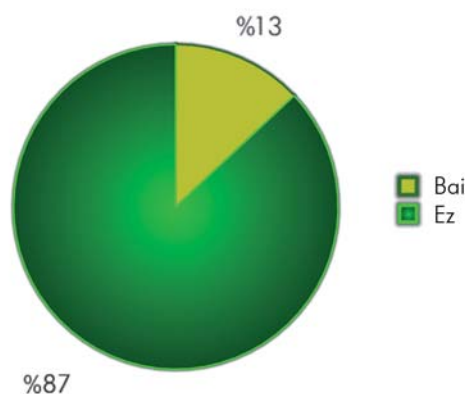


Zailtasun horien gainerik, merkatarien ia % 80k uste dute elikagai ekologikoen merkatua hazi egingo dela datozen urteotan, banatzaileek sektore honi buruz dituzten aurreikuspen positiboen erakusgarri.

Iturria: Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren 2007ko Dosierra, MAPA

3.4 IDENTIFIKAZIO-ZIGILUEN NABARITASUNA

Kontsumitzaileen ia % 85ek ez dituzte elikagai ekologikoak inolako zigilurekin lotzen. Gainerako % 15ek bakarrik lotzen dute produktua logotiporen batekin, zeinekin zehazten ez badute ere. Merkatuan hainbeste zigilu eta jatorri-deitura ditugunez, oso litekeena da baietz erantzun duten % 15 horiek zigilu ezberdinekin lotzea, eta horietako zenbat ekologikoak ere ez izatea. Horrenbestez, ondoriozta daiteke zigiluak ia ezezagunak direla merkatuan, eta horrek, etorkizunean marka-politika bat zehazteari begira, ia hutsetik abiatu beharra dakar, merkatuan alderdi grafiko hori ezagutzera emateari dagokionez.



Iturria: Nekazaritzako Elikagaien Kontsumo eta Banaketari buruzko Behatokiaren 2007ko Dosierra, MAPA



4 NEKAZARITZA EKOLOGIKOAREN EGOERA EAE-N

4.1 NEKAZARITZA ETA ABELTZAINNTZA EKOLOGIKOAREN EKOIZPENA EAE-N

4.1.1 Zenbaki nagusiak eta EAEn posizio erlatiboa

EAEko nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoaren egoera aztertu eta ebaluatzeko datu gehienak aurreko atalean daude, non Euskadiren inguruko hainbat datu eta ratio jaso baitira, horiek Espainiako autonomia-erkidego-etakoekin alderatzeko. Datuok taula eta

grafikoetan aurkeztea esanguratsu eta interes-garriagoa dela iritzi diogu, eta beraz aurreko atalean uztea erabaki da. Hala ere, eta konparazioan Euskadik duen lekua azpimarratze aldera, zenbait datu hona ekarri dira:

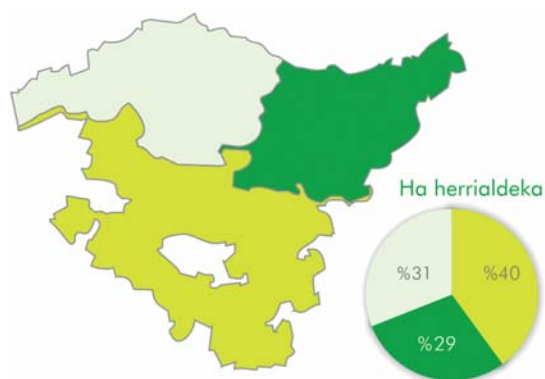
Aldagaia	2006ko datua	Unitateak	Postua zerrendan (1-17)
Nekazaritza ekologikoaren azalera absolutua	1.062	Ha.	17
Nekazaritza ekologikoaren azalera erlatiboa	% 0,4	NEA ha / NAE ha	16
Ustiategi ekologikoen batez besteko tamaina absolutua	6	Ha.	16
Ustiategi ekologikoen batez besteko tamaina erlatiboa	% 95	NEA ustiategien ha / Ustiategien ha oro har	16
Ekoizle-kopurua	160	Ekoizle erregistratuak	15
elaboratzaile eta merkaturatzaileen kopurua	57	Elaboratzaile eta merkaturatzaileak	14

EAEn ekoizpen ekologikoak duen munta eta garrantziari buruzko aldagai nagusiak jasotzen dituen taulak argi erakusten du gurean autonomia-erkidego gehienetan baino gutxiago garatu den sektorea dela hizpide duguna. Datu adierazgarriena bigarrena da akaso, alegia azalera ekologiko erlatiboa Nekazaritzako Azalera Erabilgarriarekiko. Arlo horretan, Gaztela eta Leonek bakarrik du Euskadik baino portzentaje txikiagoa.

Datu hori sektorea garatua duten Europako beste herrialde batzuetakoarekin alderatuz gero, posizio erlatiboa are okerragoa litzateke. Euskadiren % 0,4ren aldean, Austriak azaleraren % 24 du nekazaritza ekologikora emana, Italiak eta Erresuma Batuak % 12-13 eta Txekiak, Greziak, Suediak, Finlandiak, Danimarkak eta Alemaniak % 6 eta % 9 artean; bistan denez, kopuruok hagitzez handiagoak dira.

4.1.2 Azalera ekologikoa lurraldeka EAEn

Nekazaritza ekologikora emandako azalera nahiko orekatua da hiru lurraldeetan. Araban du pisurik handiena, nekazaritza ekologikoaren hedadura ondoko herrialdeena baino % 30 handiagoa baita. Bizkaian eta Gipuzkoan hartzen duen hedadura ia berbera da.



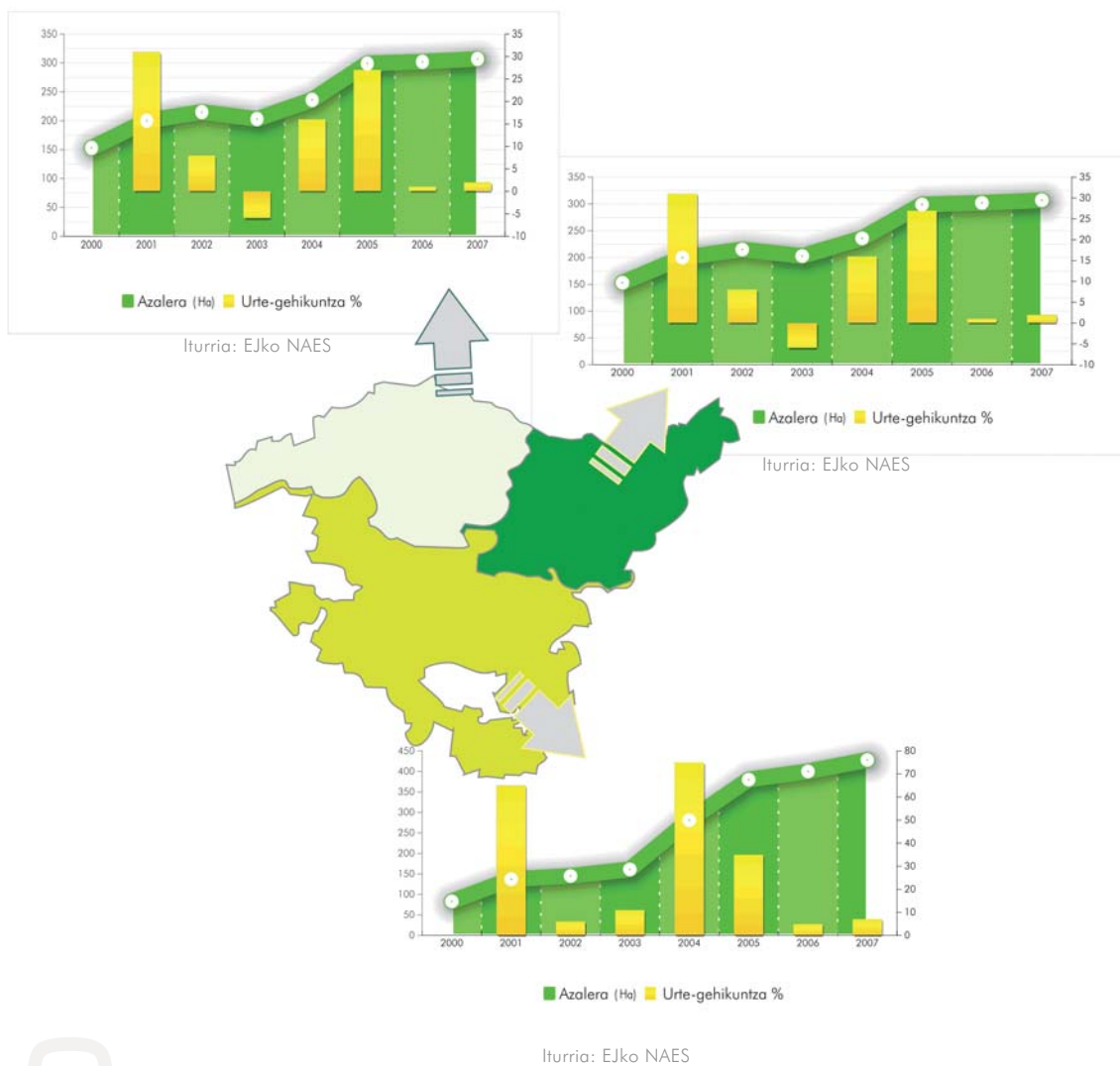
Iturria: EJKo NAES

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		06/00
	ha.	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha. Δ	ha.			
Araba	83	137 %65	145 %6	161 %11	281 %75	380 %35	400 %5	428 %7	%415								
Gipuzkoa	187	232 %24	281 %21	299 %6	392 %31	370 %-6	312 %-16	327 %5	%75								
Bizkaia	153	200 %31	215 %8	203 %-6	236 %16	299 %27	302 %1	307 %2	%101								
Guztira	423	569 %35	641 %13	663 %3	909 %37	1049 %15	1014 %-3	1.062 %5	%151								

4.1.3 Nekazaritza ekologikora bideratutako azaleraren bilakaera EAE-n

Nekazaritza ekologikora bideratutako azaleraren bilakaeran, ordea, alde handiagoak nabari dira hiru lurraldeen artean, eta horren arabera badirudi balio absolutuetan aldeak handitu egingo direla. Arabak, hastapenetan askoz hektarea gutxiago izanda, askoz hazkunde-tasa handiagoak izan ditu azken urteetan, batik bat Gipuzkoarekin alderatuz gero, non azalera

ekologikoa behera egin baitu 2004 eta 2007 artean. Datuak ditugun sei urteetan, hazkunde-tasa metatua % 41,6koa izan da Araban, eta % 75ekoa Gipuzkoan. Abiaturua ezberdina izateak datuak nolabait desitxuratu egiten ditu, baina argi ikus daiteke sektoreak, azalera erre- gistratuari dagokionez, lurralde bakoitzean izan dituen bilakaera ezberdinak.

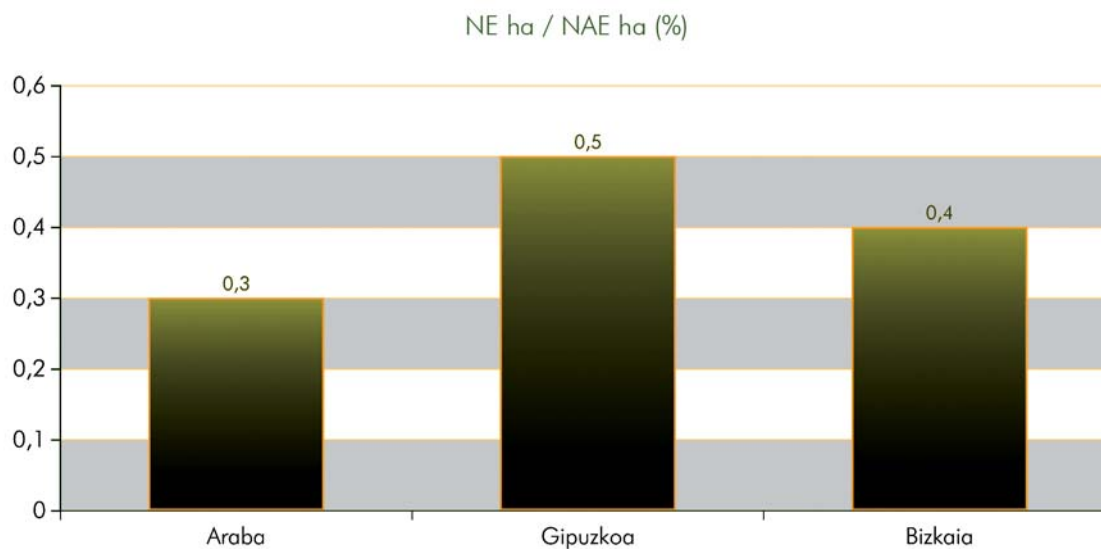


4.1.4 Azalera ekologiko erlatiboak lurraldeka EAEn

Europa eta Espainiaren kasuan egin bezala, oso interesgarria da aztertzea, azalerari dagokionez, nekazaritza ekologikoa duen pisua Nekazaritzako Azalera Erabilgarriaren guztizko-arekiko EAEn hiru lurraldeetan, aurreko analisia osatuz.

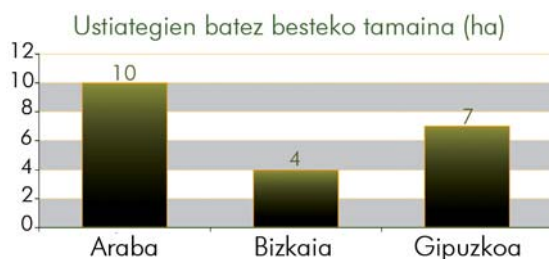
Ohargarria da hiru herrialdeek beren NAEren oso portzentaje txikia bideratzen dutela nekazaritza ekologikora. Azalera erlatibo gehien

duena Gipuzkoa bada ere (% 0,5), mailak oso baxuak dira eta diferentziak ez dira behar beste adierazgarriak; horrenbestez, ezin ondoriozta daiteke nekazaritza ekologikoaren barneratze-indizeak oso ezberdinak direnik. Portzentajerik baxuenak Arabarenak dira: nekazaritzako azalaren guztizkotik soilik % 0,3 du ekologiko gisa erregistratua. EAE osoki harturik, abiapuntua oso ahula da, eta, hortaz, birmoldatzeko ahalmena oso handia.



Iturria: EJko NAES

4.1.5 Ustiategi ekologikoen batez besteko tamaina (2006)



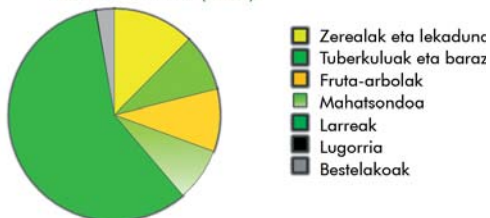
Lurzati ekologikoen batez besteko tamainak lurraldeka azterturik, hiru herrialdeen artean alde nabarmenak agertu dira berriro. Arabako lurzatiak gainerakoak baino dezente handiagoak dira. Horren oinarrian laboreen antolaketa ezberdina dago neurri handi batean, aurrerago ikusiko dugunez.

4.1.6 Azaleraren okupazioa laboreen arabera EAE-n (2007)

Laborea	Araba			Gipuzkoa			Bizkaia			EAE	
	Ha.	% v	%h	Ha.	% v	%h	Ha.	% v	%h	Ha.	% v
Zerealak eta lekadunak	130	%30	%98	0	%0	%0	2	%1	%2	132	%12
Tuberkuak eta barazkiak	57	%13	%63	18	%6	%20	16	%5	%18	91	%9
Fruta-arbolak	7	%2	%7	57	%17	%56	37	%12	%37	101	%10
Mahatsondoa	81	%19	%93	2	%1	%2	4	%1	%5	87	%8
Larreak	135	%32	%22	236	%72	%38	248	%81	%40	619	%58
Lugorria	2	%0	%100	0	%0	%0	0	%0	%0	2	%0
Bestelakoak	16	%4	%53	14	%4	%47	0	%0	%0	30	%3
Guztira	428	%100	%39	327	%100	%31	307	%100	%30	1062	%100

Analisi geografikoa (2007)

Ha laboreko (EAE)

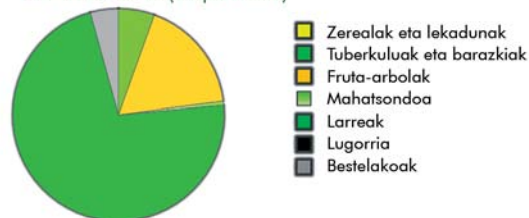


Iturria: EJko NAES

Euskadi: oro har, Euskadin nekazaritza ekologikoaren azalera larreek osatua da hein handi batean, eta zerealek eta lekadunek nolabaiteko pisua ere badute.

Gainerako laboreek, neurri batean beren tipologiagatik, askoz azalera txikiagoa hartzen dute (% 10 edo hortik behera).

Ha laboreko (Gipuzkoa)



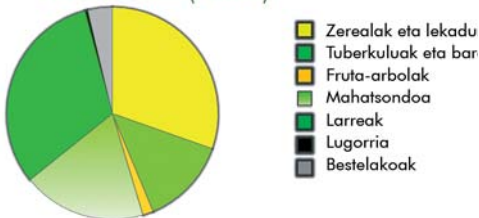
Iturria: EJko NAES

Gipuzkoa: EAEko guztizkoaren % 31 hartzen du.

Larreak dira nagusi, azalera ekologikoaren % 72 hartuz. Fruta-arbolek ere dezente azalera hartzen dute (% 17). Tuberkulu eta barazki ekologikoen azalera guztizkoaren % 6 da.

Erkidego osoari begira, portzentaje handienak fruta-arboletan (% 56) eta larreetan (% 38) ditu.

Ha laboreko (Araba)



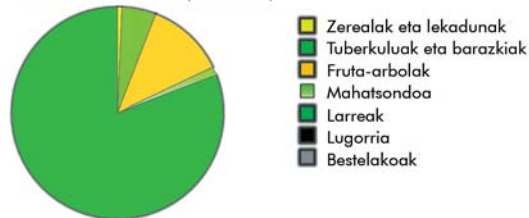
Iturria: EJko NAES

Araba: 428 hektarearekin, lurzati ekologikoen hedadurarik handiena duen lurraldea da, beste biak baino % 30 gehiago zehazki.

Laboreen barietateari dagokionez, lurralde orekatuena da: zereal eta lekadunek azalera ekologikoaren % 30 hartzen dute, larreek % 32, mahatsondoek % 19 eta tuberkulu eta barazkiek % 13.

Laborantza ekologikoaren alorrean, lurralde honek zereal eta lekadunen zein mahatsondoen ia lurzati guztiak barne hartzen ditu (% 98 eta % 93, hurrenez hurren), eta tuberkulu eta barazkien lurzati gehienak (% 63).

Ha laboreko (Bizkaia)



Iturria: EJko NAES

Bizkaia: Guztizkoaren % 30 hartzen du, kasik Gipuzkoak bezainbat.

Eremu gehien-gehienak larreak dira (% 81). Bigarren tokian, baina oso atzetik azalera, fruta-arbola ekologikoak ditu (hektareen % 12). Tuberkulu eta barazki ekologikoen azalera guztizkoaren % 5 da.

Erkidego osoari begira, portzentaje handienak larreetan (% 40) eta fruta-arboletan (% 37) ditu.

Laboreen araberako analisisia

Zerealak eta lekadunak: guztizkoaren % 12 dira, hedaduraz bigarren labore-multzo garrantzitsuenak. Ia guztiak Araban daude (% 98).

Tuberkuluak eta barazkiak: eremu ekologikoen guztizkoaren % 9 hartzen dute. Hektarea gehien Araban daude (% 63), eta Gipuzkoan zein Bizkaian portzentajeak nabarmen jaisten dira (% 20 eta % 18, hurrenez hurren).

Fruta-arbolak: guztizkoaren % 10 dira. Gehienbat Gipuzkoan daude (% 56), baina Bizkaia ere garrantzitsua da (% 37).

Mahatsondoak: guztizkoaren % 8 dira. Ia Araban bakarrik daude (% 93).

Larreak – belardiak, bazka: hedaduraz laborerik garrantzitsuenak, azalera ekologikoen guztizkoaren % 58 hartzen du. Gipuzkoan eta Bizkaian –biak batuta– larreen % 78 daude.

4.1.7 Laborekako egituraren analisi konparatiboa beste autonomia-erkidegoekin

EAEko azalera ekologikoa Espainiako autonomia-erkidegoko batzuenarekin alderatuta, oihartzen gara labore-kontzentrazioa, batez ere larreena, altua dela askoz orekatuagoak diren beste egitura batzuen aldean, hala nola Nafarroakoa, Andaluziakoa edo, oro har, Espainia osokoa. Alabaina, larreen kontzentrazio hori oso altua da,

halaber, Katalunian edota Errioxan, eta altuagoa ere bai Asturias bezalako erkidegoetan, non nekazaritza ekologiko erregistratua ia osoki larreen monolabore hutsa baita. Dena den, gogoratu behar da alderaketa askoz hedadura orokor handiagoa duten erkidegoekin egin dela.

Barazki eta tuberkuluen laboreak (erreferentziako zenbait eskualde)



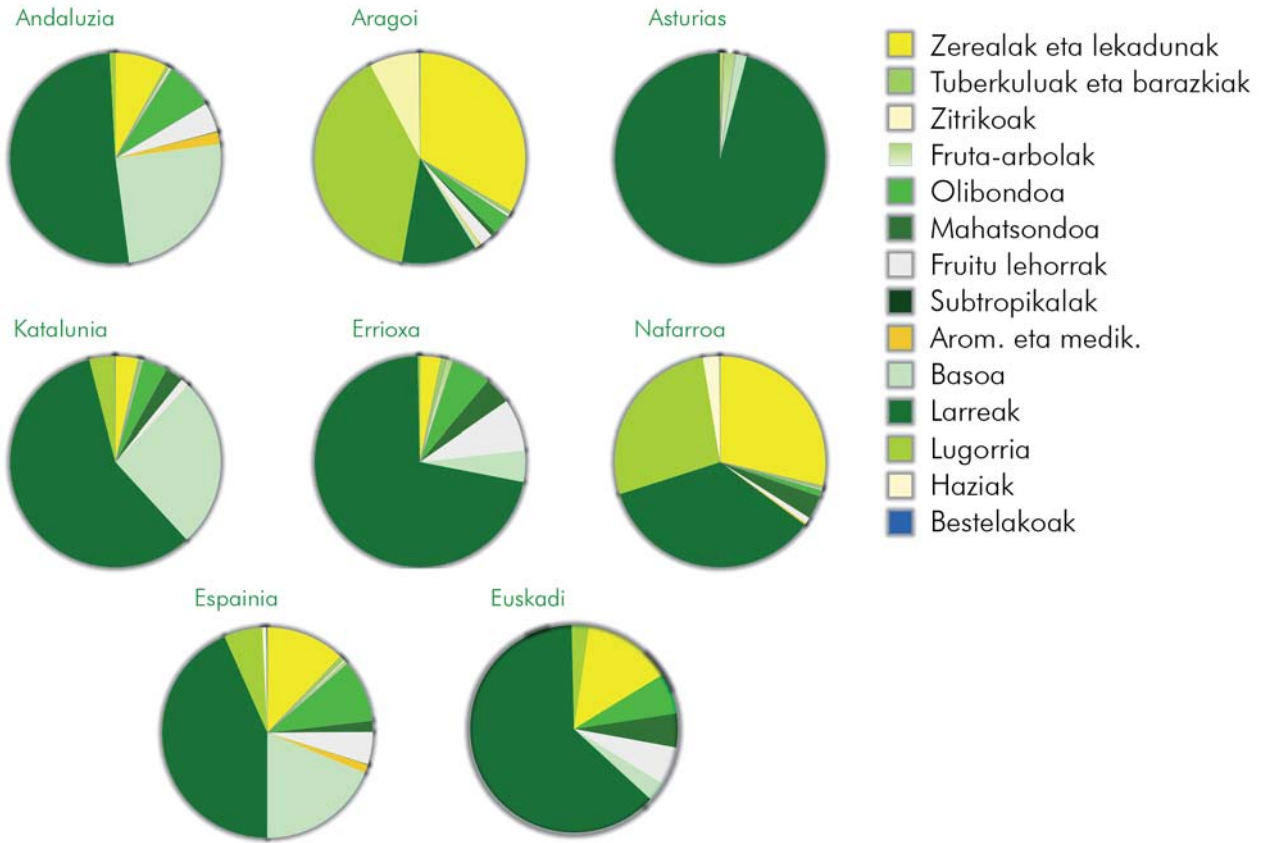
Iturria: MAPA – Nekazaritzako Estatistikak 2006 - Nekazaritza Ekologikoa

Sektorean azalergatik dagokiona baino pisu ekonomikoa handiagoa duen "tuberkuluak eta barazkiak" labore-multzoan sakonduta, egiaztatzen da sail ekologiko horietara bideratutako hedaduran, hektarea absolututan, Euskadi erreferentziako beste autonomia-erkidego batzuen pare dagoela, Errioxaren edo Nafarroaren pare adibidez; beste batzuk, esaterako Andaluza, Aragoi eta Katalunia, urrun ditu oraindik.

Azaleraren okupazioa laboreka (erreferenziako zenbait eremu) 2007

nekaritza ekologikoren egoera EAE-n

egoera



4.2 “EKOLOGIKO” IZENDAPENAREN BERARIAZKOTASUNA EAE-N

“Ekologiko” izendapena, haren analisisa egin eta sustapen-politika bat taxutzeko orduan, ezin da zuzenean merkatuan dauden beste kalitate-marka batzuekin parekatu. “Ekologiko” izendapena nolabait ezberdina den kategoriatan da, besteak ez bezala ez duelako produktuaren jatorri geografikoari buruzko edukirik gehitzen.

“Euskolabel” edo “Arabako Errioxa” bezalako terminoak aipatzen direnean, jatorri geografiko jakin bat eta hari atxikitako produkzio-prozesu bat duten produktuak daude tartean. Elikagaiak “ekologikoak” direnean, terminoak prozesuaren

arabera definitzen ditu produktuak, baina ez jatorri geografikoaren arabera.

Ezberdintasun hori funtsezkoa da sustapen-kanpainak planifikatzeko; esaterako, berariaz Arabako patata sustatuko duen kanpaina batek bertako produktua kontsumitzera bultzatuko du kontsumitzailea. Berariaz produktu “ekologikoak” sustatuko duen kanpaina batek elikagai biologikoak erostera animatuko du kontsumitzailea, horiek euskaldunak nahiz munduko beste leku batzuetakoak izan.



4.3 NEKAZARITZA ETA ABELTZAINNTZA EKOLOGIKOKO EKOIZPENAREN FUNTSEZKO ALDERDIAK EAE-N

4.3.1 Ekoizpen mugatu eta irregularra

- Euskadi azalera erregistratu gutxien duen erkidegoa da.
- Espainia osoko batez besteko bigarren azalera txikiena du.
- Nekazaritza Ekologikoko Azaleraren (NEA) % 60 baino gehiago larre eta bazkara emanak dira.
- Barazki eta tuberkuluek guztizko azaleraren % 8 bakarrik hartzen dute.
- Sektoreak **lurra eskuratzeko arazoa** du (garestia).
- Ekoizleek ekologiko gisa sailkatutako **hazi eta landare onak eskuratzeko arazoak** dituzte.
- Nekazaritzako lanabes egokiak aurkitzeko zailtasunak.

4.3.2 Kontzientzia alternatiboa

- Ekoizle txikien multzo adierazgarri bat **hiri-kulturatik** eta landako bizitzaren nolabaiteko idealizaziotik datoz.
- Euskadin, ekoizpen ekologikoa batik bat mugimendu alternatibo baten atal gisa hasi zen.
- Oro har, ekoizle ekologikoak **ohiko nekazaritza-, produkzio- eta ekonomia-sistematikiko oso kritikoak** dira.
- Ekoizleek **beren gertuko ingurunean saltzen dute neurri handi batean** (herriko azokak eta zuzeneko salmenta), sektoreak defendatzen duen garapen ekonomikoa sustatzeko bide koherenteena den ustean.

4.3.3 Errentagarriagoak izan daitezkeen ekoizpen-ereduak

- Gaur egungo ekoizpen-sistema gehienek **errentagarritasun baxua** lortzen dute, beste sektore batzuetako jarduera ekonomikoekin alderatuta balio erantsi txikia, soldata baxuak, lanordu asko eta jaiegun eta opor gutxi eskainiz.
- Ekoizpenaren zatirik handiena **elaboraziorik gabe** saltzen da, **balio erantsi txikia** gehituz.

4.4 NEKAZARITZA ETA ABELTZAINITZA EKOLOGIKOAREN FUNTSEZKO ALDERDIAK MARKETING ETA IRUDIAREN ALORREAN

4.4.1 Eskuratzen zaila

- Produktuok eskuratu nahi dituen kontsumitzaileak **salmenta-gune bakanak ezagutu** behar ditu, **bertaratzeko** ahalegina egin eta **denbora** xahutu behar du, eta gehienetan bere **erosketa-ohitura arruntak** aldatu behar ditu.
- Kontsumitzaileak produktu garestizat ditu elikagai ekologikoak, eta horrek kontsumitzaile batzuk produktuok erostetik apartatzen ditu.
- Per capita kontsumoa Europakoa baino lau aldiz txikiagoa da (urtean 5,6 euro eta 24,5 euro, hurrenez hurren) (Chamorro, 2004, Espainiari buruz).

4.4.2 Kokapena

- Produktu ekologikoak **nolabaiteko errezeloa sortzen du**, eta are arbuioa, **nekazaritza-ekoizle tradizionalen artean**; izan ere, ekoizle ekologikoen, askotan jarduera ekonomiko honetara iritsi berriak izan arren, haien jarduna gogor eta etengabe kritikatu dute.
- Sektorearen komunikatzeko erak mezu kritikoa haizatzen du, batzuetan kutsu negatiboa duena, eta estetika zaharkitua ageri du.



4.5 MERKATURATZEA

4.5.1 Banaketa-gune handietan presentziarik ez

- Euskadin, elikagai ekologikoak hiru bide nagusitik merkaturatzen dira:

-Belar-dendak

-Azoka tradizionalak

-Bide alternatiboak (pertsonek pertsonarako salmenta, kontsumo-kooperatibak eta abar).

- Sektoreak **eskoletako jangelak** begiz jo ditu, merkaturatzeko beste kanal labur bat izan daitekeelakoan (bi esperientzia badira,

Usurbilen eta Santurtzin).

- **Kate handietan**, produktu ekologikoen presentzia **hutsaren hurrengoa** da. Carrefour eta Alcampo kateek erreferentzia batzuk sartu dituzte, eta Eroskik oso gutxi. Produktuok gehien nabarmentzen dituen katea El Corte Inglés da, eta arlo horretan prezio altuen politika bat ezarri du. **Supermerkatuetan**, elikagai ekologikorik **ez da ageri**.

4.5.2 Beste leku batzuetan, lehiatzeko orduan abantailak dituzte

- Elikadura ekologikoan **espezializatutako dendaren bat** badago. EAEko eta Nafarroako produktu fresko pixka bat erosten dute (Gumendi), eta, bestelakoan, batik bat **Erdialdeko Europako markekin** lan egiten duten Kataluniako **merkaturatze-enpresen produktu elaboratuak**.
- Bertako ekoizpena **ez da beste erkidegoetan saltzen**, eta beraz euskal produktua kanpora

merkaturatzen duen enpresarik ez dago.

- Katalunia Espainian produktu ekologikoak merkaturatzeko plataforma bilakatu da; barne-merkatuan esportazio- eta merkaturatze-jarduerak garatzeaz gain, Europatik hamaika produktu ekologiko inportatzen ditu.

4.5.3 Merkaturatutako produktua garestiago

- Euskadin handizka saldutako produktu ekologikoekiko dieta supermerkatuetan salgai dagoen marka garestiko ohiko produktuena baino % 44 garestiagoa da (produktu ontziratuak % 47 eta freskoak % 43) (Iturria: Usurbilgo Haur Eskola).

Handizkako prezioekin dagoen aldea askoz handiagoa izango da.

- Carrefourreko zortzi produktuen lagin batean, marka zuri ekologikoa marka zuri ez-ekologikoa baino % 132 garestiagoa da batez beste.

4.6 ELABORAZIOA

4.6.1 Ustiatzeke dagoen elaborazio-ahalmena

- Euskadik **elaboratzaile eta merkaturatzaileen portzentaje altua** du, ekoizleen aldean. Elaboratzaile eta merkaturatzaileak sektoreko eragileen % 39 dira. Alderdi horretan, laugarren autonomia-erkidegoa da (Madril, Katalunia eta Asturiasen atzetik), hein handi batean ekoizle-kopuru txikia duelako.
- Dauden elaboratzaileak **oso tamaina txikikoak** dira. Ogia ekoizten dute, kontserbaren bat kopuru apaletan, tofua eta abar.
- Euskadin saltzen diren produktu ekologiko elaboratu ia guztiak **Nafarroatik** (kontserba begetalak), **beste autonomia-erkidego batzuetatik eta Erdialdeko Europatik heltzen dira**. Produktuak **Nafarroatik** (autonomia-erkidego horretakoak) eta **Kataluniatik** (gainerakoak) merkaturatzen dituzte.
- Galdetu zaien sektoreko eragileen ustez, Euskadin **produktu ekologikoak gehiago lantzeko ahalmena badago**, baina gehienek iritzi osasun-kontrolleko legediaren aplikazioa zorrotzegia da elaboratzaile txikiarentzat (Europako beste zonalde batzuetan ez bezala) eta ekimen horiek blokeatzen ditu.



4.7 KONTSUMOA

4.7.1 Bezeroen leialtasuna

- Produktu ekologikoen Euskadiko kontsumitzailea **elikagai horiekiko leiala** da, eta aldian-aldian erosten ditu, modu programatuan.
- Kontsumitzailearen profil ohikoena erosteko ahalmen ertain-altua duen **40 eta 55 urte arteko emakume** batena da. Segmentu horrek produktuok erosten ditu batik bat **elikagai osasungarritzat** jotzen dituelako. Sarritan, **ume eta haurren** elikadura zaintzearen gerturazten da kontsumitzailea produktu-lerro honetara. Gerora, kontsumoa familia osora heda daiteke.
- Beste segmentu bat gaixoena da; medikuaren aginduz hasi eta elikadura-mota honekiko leial mantentzen dira.
- Bestelako multzo bat **sektoreari lotutako** kontsumitzailearena da; osasunaz landa,

ingurumen- eta gizarte-irizpideak ditu gogoan erosteko orduan, eta oso leiala izan ohi da.

- Oro har, kontsumitzaile guztiek ekologikoki kontsumitzea nahiago duten elikagai-multzo bat identifikatua dute, eta aldian-aldian erosten dituzte, beren kontsumo-zikloaren arabera. Batzuek esnea bakarrik erosten dute, beste batzuek saski bat erosten dute beti antzeko produktuez, eta beste batzuek familiarantzako erosketara ia guztia produktuen tipologia horren baitan egiten dute.

- Azaldutako kontsumitzaile-multzook produktu-mota hori eskuratzearren **gainprezio bat ordaintzeko prest** daude.

4.7.2 Merkatu potentzial ona, datu soziodemografikoen arabera

- Esan daiteke Euskadin produktu ekologikoe-tarako **merkatu potentzial bikaina** dagoela:
 - Euskadik biztanleria-dentsitate altua du.
 - Tamaina ertaineko herri asko (kontsumoari emanagoa) dago.
 - Kontsumitzaile ez direnek beste zonalde batzuetan baino errazago onartuko lukete gainprezio bat ordaintzea.
 - Erosteko ahalmena erlatiboki altua da.
 - Elikadurari garrantzi handia ematen

zaio, bai gastronomiatik bai osasunagatik.

- Kontsumitzaileak bertako produktua baloratzen du.
- Kalitateko produktuak baloratzen dira.
- Gurea osasuna zaintzeaz arduratzen den gizartea da.

- **Kontsumitzaileak tokiko eta kalitateko elikagaiak Kalitate Markekin lotzen ditu.**

5 ETORKIZUNeko JOERAK

- Eskariaren hazkundera epe laburrean, Europan baino erritmo mantsagoan.
- Eskariaren hazkunde bizkorra epe ertain eta luzean, Euskadin gordean dagoen kontsumo potentziala elikagai ekologikoetara bideratzen bada.
- Elikagai ekologiko landuen eskaria, laugarren gama barne, kontsumitzaile modernoari zuzendua (denbora gutxi sukaldarako, jateko, erosketak egiteko).
- Sektorearen nazioartekotzea, ekoizle handiak diren beste herrialde batzuen sarreraz, homologatuak izatea lortzen duten heinean.
- Nekazaritza ekologikoa sendotzen ari diren beste autonomia-erkidego batzuen eskaintzaren hazkundera.
- Ohiko merkaturatze-kanalen sarrera mailakatua, behar bezain erregularra eta anitza den eskaintza eratu eta eskaria finkatu ahala.
- Banaketa-marken eta ekoizle handien balizko sarrera, sektoreak behar adinako bolumena hartzen duenean.

EUROPAKO BANAKETAREN ETORKIZUNeko JOERAK

- Prezioen inflazioa, lehengaien eskasiagatik.
- Balizko interakzioa nekazaritza ekologikoaren eta merkataritza-egitura tradizionalen artean.
 - Azpikate espezializatuen sorrera (kate tradizionalen eskutik).
 - Elikagai ekologikoen hornitzaileak bide espezializatutik tradizionalera aldatzea.
- Frankizia espezializatuen hazkundera.
- Nekazaritza ekologikoan espezializatutako kateen agerpena.



etorkizuneko joerak

egoera

60

2009

6 FUNTSEZKO ALDERDIAK

- Abiapuntuan, ekoizpen-bolumen urri eta irregularrak, tokian tokiko balizko eskaria asetzeko eskasegiak.
- Euskadiren elaborazio- eta merkaturatze-ahalmena, haren ezaugarri sozioekonomikoengatik.
- Balizko eskaria egotea.
- Euskolabelekiko harremana eta kokapena. Labelaren erakarmenari probetxu ateratzea, harekiko agerikoa eta kontsumitzaileak baloratua izango den aldea markatuz.
- Duen seriotasun, segurtasun eta osasun-kontrolaren aldeko irudia sendotzea, izendapenen artean kanibalismorik eragin gabe.
- Produktua merkatuan birkokatzea: produktu alternatiboa izatetik produktu osasuntsu eta zapoetsuagoa izatera.
- Mugimendu alternatiboaren mundutik abiatuta, Merkatura bideratutako alternatiba bideragarri bat sortzea.
- Nekazaritza tradizionala birmoldatzea ekologiko bihurtzeko, hazkunderako aukera nagusi moduan.

TOKIAN TOKIKOAREN
KALITATEA

Euskolabel deiturak Euskadiko kontsumitzaileak **tokian tokiko, kalitate kontrolatuko eta egiaztatuko produktuekiko** duen interesa eta hobespena indartu du (eta kontsumitzaileek ez dute “natural” izatearekin lotzen).

OSASUNGARRIA

Elikadura ekologikoak, garbiagoa izaki, **osasunean** ondorio positiboak ditu, eta beraz hura sustatzeak osasun publikoan eragin positiboa du.

HEZIGARRIA

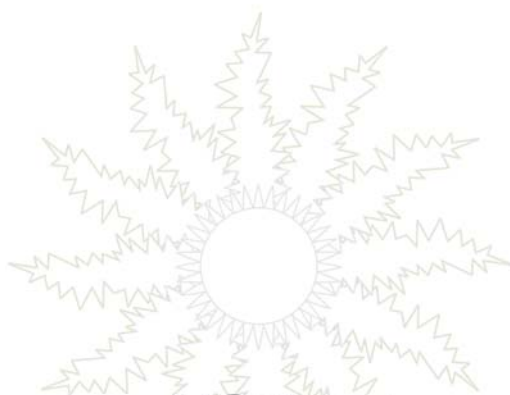
Elikadura ekologikoaren alde egitea **bizimodu osasuntsu eta ingurumena-
rekiko begirunetsuago** baten alde egitea da, eta beraz hura sustatzeak **eragin hezigarri positiboa du herritarren balio eta ohituretan**, batez ere haurrenetan. Horrek, era berean, hezkuntza-politikan eragin onuragarria du.

funtsezko alderdiak

egoera

62

2009



EAE-n
Nekazaritza Ekologikoa
Garatzeko Plana

2009

Analisia
2012

7 EUSKADIKO NEKAZARITZA EKOLOGIKOAREN AMIA

7.1 INDARGUNEAK

- Nekazaritza ekologikoa **osasunerako onuragarria** da.
- Nekazaritza ekologikoa **ingurumenerako onuragarria** da.
- Kontsumoak **eragin hezigarria du osasun- eta ingurumen-alarretan** (bereziki haurrengan).
- **Litekeenagoa da** nekazaritza ekologikoak **tratamendu kimikoetako hondakinik ez** edukitzea.
- **Genetikoki eraldatutako organismorik ez da** erabiltzen.
- Gero eta garestiagoak diren input **“industrialen” portzentaje txikiagoa** kontsumitzen da.
- Elikadura ekologikoak elikagaien **aukera handia** eskaintzen du.
- Sektoreko ekoizle eta elaboratzaileen **grina eta konbentzimendua**.

7.2 AHULGUNEAK

- **Ekoizpen-bolumen** urriak kopuruan, barietatean eta urtaroko produktuetan.
- Sektore produktiboak **merkatura gutxi** begiratzen du.
- Produktuaren **presentzia oso eskasa da banaketa komertzialean** (ohiko bideetan, hutsaren hurrengoa). **Banaketan, elikagai dietetikoekin lotura estuegia dago.**
- Sektorearen **emankortasuna** ohikoa baino **apalagoa** da (produktuan).
- **Lurra eskuratzeko zailtasunak.**
- **Klimak ez du gehiegi laguntzen.**
- **Laboreak ekologiko bihurtzeko denbora luzea** behar da.
- **Inputak** (haziak, pentsua eta abar) lortzeko **zailtasunak.**
- **Jardueraren sakabanaketa.**
- **Jardueraren idealizazioa eta ondoriozko frustrazioa.**
- **Ekoizleak aldaketekiko uzkur** ageri dira.
- Lehen sektorea **ekimen publikoarekiko oso** mendekoa da.

7.3 AUKERAK

- **Ingurumenaren eta klima-aldaketaren** inguruko kontzientzia eta presio handiagoa.
- **Produktu “bio” eta osasungarrien** kontsumo handiagoa.
- Biztanleriaren **osasunarekiko ardura** gero eta handiagoa.
- **Elikagaien segurtasuna bermatzeko eskari gero eta zorrotzagoa**, batez ere **haurrentzako** elikagaietan.
- Euskadiko kontsumitzaileak bertako eta kalitateko elikagaiak **kalitate-markekin** lotzen ditu.
- Kontsumitzaileak ez du gaur egun diren kalitate-deituretako ezein **“produktu naturala”** izatearekin lotzen.
- Erdialdeko Europako merkatuen kopuru eta hazkunde handiak, zenbait produktutan izugarriak.
- Zenbait produktu/herrialdetan eskari ase gabea – stocken agortzea.
- **Kontsumitzaileen** segmenturen batek **gainprezioa onartzen du** elikagai ekologikoetan.
- **Elikagai transgenikoen** irudi negatiboa.
- Euskadin, **bertako produktuen estimazio** handia.
- Nekazaritza ekologikoa bultzatzeko **joera politikoa** Europan.
- **Eskoletako jangela eta jangela sozial** batzuen interesa dieta ekologikoa sartzeko.
- Nekazaritzarako input “industrialen” kostuen etengabeko hazkundera.
- Euskadin elikagai ekologikorako merkatu potentziala bada.
- Nekazaritza tradizionalako hainbat lursail ekologiko bihurtzeko aukera.
- Nekazaritza ekologikoa **nekazari gazteentzat erakargarria suerta liteke**.
- Probetxurik ateratzen ez zaion lurra.

7.4 MEHATXUAK

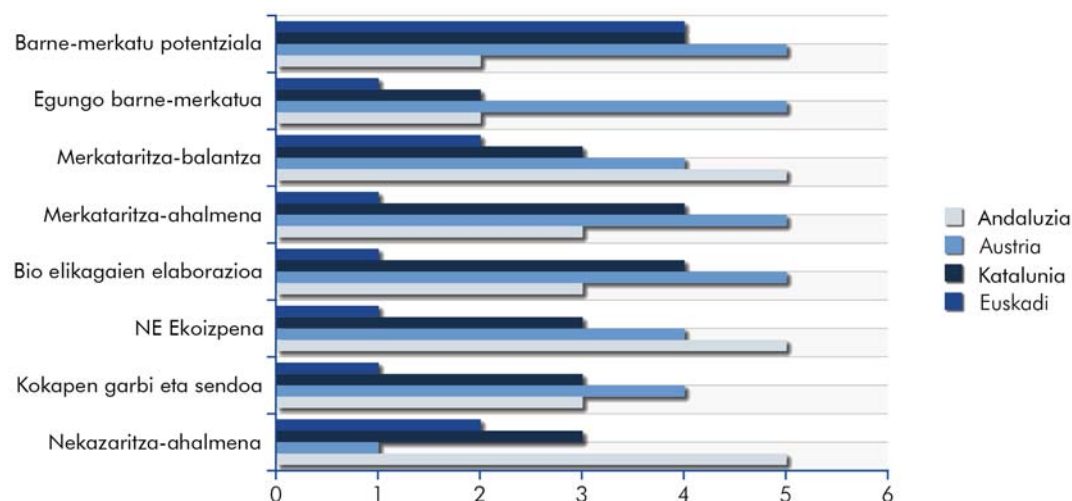
- Erosketak egiteko ohitura-aldaketek gaur egun elikagai ekologikoak merkaturatzean Euskadin erabiltzen diren **kanaletatik urruntzen dituzte kontsumitzaileak**.
- Nekazaritza ekologikoak gaur egun duen **kokapena** ez da lagungarria **elikagai horien inguruan kontsumitzaileei segurtasun- eta kontrol-sentsazioa** helarazteko.
- Kontsumitzaileak **marka tradizional jakin batzuekin lotzen du “bio” izaera**.
- Euskadiko kontsumitzaile batzuek **produktu dietetikoekin eta gaixoentzako produktuekin** lotzen dute elikadura ekologikoa.
- Euskadiko kontsumitzaileak **gehiegizko sal-neurriarekin** lotzen du elikagai ekologikoa.
- Nekazaritza tradizionalak **errezeloz**, ezjakintasunez eta nolabaiteko arbuioaz ikusten du nekazaritza ekologikoa.
- Ekoizle diren **beste herrialde batzuek** beren produktuak homologa ditzakete.
- Gertuko nekazaritza tradizionalaren inbasio genetiko eta kimikoa.

8 LEHIAKORTASUN-PROFILA

Lehiakortasun-profila irudikapen grafiko bat da, enpresa edo eskualde bat haren lehiakideekiko duen posizioa irudikatzen duena, aztertzen ari den jardueran giltzarritzat jotzen diren zenbait faktore aintzat hartuta.

Kasu honetan, analisisan jasotako datuetan eta planaren gauzapenean parte hartu zutenen

iritzietan oinarrituta hautatu eta baloratu dira faktoreok, prozesu subjektibo baten baitan, EAEn nekazaritza ekologikoa duen leku kualitatiboa agerikoagoa egitea beste asmorik gabe. Aipatu faktoreak jarraian doazenak dira:



8.1 NEKAZARITZA-AHALMENA

Hedadura, klima, orografia eta abarri erreparatuta, EAEk Andaluziak edo Kataluniak baino baldintza nabarmen eskasagoak ditu, eta beraz analisisan egindako alderaketetan ezin da sektorerako hain garrantzitsua den errealitate fisiko hori alde batera utzi. Edonola ere, esan

daiteke Euskadiren nekazaritza-ahalmena Austriarenak bezalako orografiak eta klimak dituzten herrialdeena baino handiagoa dela, baina aipatu herrialde horretan, esaterako, sektorea askoz garatuagoa dago.

8.2 KOKAGUNE GARBI ETA SENDOA

Eskualde bateko nekazaritza ekologikoak jomuga dituen merkatuetan duen irudia, pisua eta muntari begiratuz gero, EAEn kokagunea

erreferentzia gisa hartutako eskualdeena baino dezente ahulagoa da.

8.3 NEKAZARITZA EKOLOGIKOAREN EKOIZPEN-BOLUMENA

EAEn sortutako ekoizpen ekologikoa erreferentziatzen erabilitako eskualdeena baino askoz apalagoa da, bai kopuru absolututan (hektarea

ekologikoak guztira) bai erlatibotan (hektarea ekologikoak NAErekiko).

8.4 ELIKAGAI EKOLOGIKOEN ELABORAZIO-MAILA

Elikagaien elaborazioari dagokionez ere, Euskadi Austriaren oso atzetik doa –azken hori oso merkatu aurreratua da–, Kataluniaren atzetik –lehengai autoktonoa eta beste eskualde batzuetakoa erabiltzen duten elaboratzaile-

kopuru handia du–, eta baita Andaluziaren atzetik ere; Andaluzian, elaboratzaileen pisu erlatiboa ekoizleekiko txikiagoa da, baina transformatzaile-multzo ugaria du.

8.5 MERKATARITZA-AHALMENA

Erreferentzia gisa hautatutako hiru eskualde-herrialdeek produktuak beren merkatuetan eta beste batzuetan merkaturatzeko duten ahalmena askoz handiagoa da. Austriak barne-merkatu oso indartsua du, Andaluziak arrakasta handiz

esportatzen du eta Katalunia espainiar estatuko merkaturatze-plataforma bihurtu da, batik bat Espainia osoan landutako elikagaiak inportatuz, esportatuz eta mugituz.

8.6 MERKATARITZA-BALANTZA

EAEko nekazaritza ekologikoa bertako barne-merkatu ahulera bideratzen da gehienbat eta merkataritza-defizita du (beste eskualde batzuetako produktu ekologikoak sartzen dira, baina Euskadiko elikagai ekologikoak ez dira

beste merkatu batzuetara heltzen). Aurkako egoera bizi du Andaluziak; bere ekoizpen ekologikoaren zatirik handiena Erdialdeko Europako merkatu garatuenetara esportatzen du.

8.7 GAUR EGUNGO BARNE-MERKATUA

Garapen Plan hau egitean baliatutako azterlanen arabera, Andaluzian eta Katalunian Euskadin baino altuagoak dira elikagai

ekologikoen kontsumo-indizeak, eta Austria hiruon gaineretik dago, alde handiz.

8.8 BARNE-MERKATU POTENTZIALA

EAEren ezaugarri soziodemografiko eta ekonomikoen argitan, ordea, pentsa liteke lurraldearen merkatu potentziala gaur egungoa baino erlatiboki handiagoa izan daitekeela, Kataluniakoaren pare jartzeraino. Epe ertainean,

erabat ezinezkoa du Austriara hurbiltzea; izan ere, elikadura ekologikoaren alorrean Austria Europako buru da per capita kontsumoan, zeina Euskadikoa baino 50 aldiz handiagoa baita.



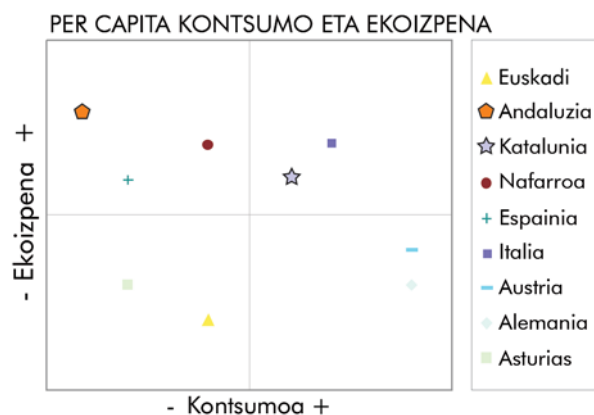
9 ESKUALDEEN KOKAPEN-MAPAK

Kokapen-mapak gutxi gorabeherako datuetan oinarritzen dira. Ez dute postu zehatzik atxiki nahi, baizik eta eskualdeen eta ziurtagirien

kokagunea ikusgai egin, non gauden eta non egon nahi dugun pentsatzeko oinarriak izan ditzagun.

9.1 PER CAPITA KONTSUMOA ETA EKOIZPENA

EAEren ekoizpen ekologikoaren maila biztanleko oso baxua da, erreferentzia gisa hartutako gainerako eskualde eta herrialdeena baino apalagoa. Biztanleko barne-kontsumoaren datuak ere oso baxuak dira, Andaluzia eta Nafarroakoak baino dezente apalagoak, eta erreferentziako europar herrialdeetakoetatik oso urrun daude.

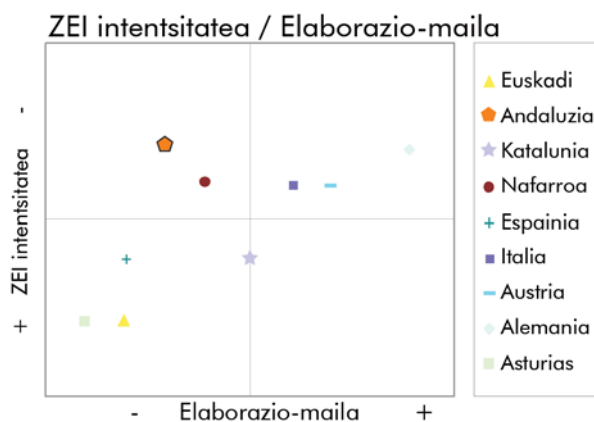


9.2 ZUZENEKO ESKULANAREN INTENTSITATEA ETA ELABORAZIO-MAILA

EAE en, batik bat lehengai ekologikoak ekoizten dira, produktu landuak bainoago. Elaborazio-maila, beraz, erlatiboki baxua da Katalunia edo Nafarroa bezalako erkidegoen aldean, non produktu landuen kopurua nahiko handia baita (horietako asko Euskadiko denda espezializatuetan salduak), eta merkatu helduagoek, aipatu europar herrialdeek kasu, duten elaborazio-maila baino askoz apalagoa.

Aurrekoarekin bat etorritik, eta neurri handi batean gehien lantzen den labore-motaren ondorioz, EAEk ekoizten eta merkaturatzen dituen produktu ekologikoen zuzeneko eskulan ugaria dute Andaluzia bezalako erkidegoen aldean, non labore-tipologia bestelakoa izateaz

gain batez besteko hedadurak askoz handiagoak baitira, edo Kataluniaren aldean, zeinak produktu landu franko eta merkaturatze-jarduera handia baititu.

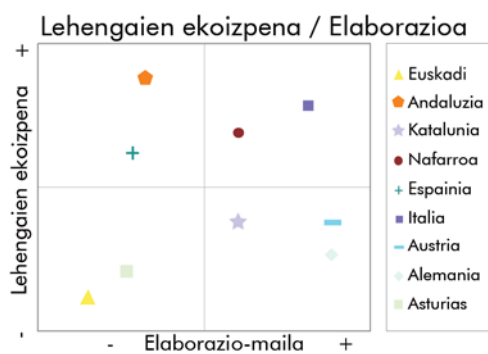


9.3 EKOIZPEN-BOLUMENA ETA ELABORAZIO-MAILA

Aurreko bi kokapen-mapen bi faktore uztarturik, ekoizpen-maila eta elaborazio-maila mapa bakar batean ikusi ahal izango ditugu. Mapa horretan, EAE behealdeko ezker koadrantean kokatzen da, eta horrek esan nahi du ekoizpen-bolumen txikia dugula eta, gainera, ekoizpen hori gutxi landua dela.

Gure kokagunea beste erkidego batzuenaz oso bestelakoa da. Andaluzia, esaterako, goialdeko ezker koadrantean kokatzen da, eta beraz ekoizpen-maila altukoa da, baina elaborazio-maila ertain-baxukoa, europar herrialdeenarekin alderatuz gero.

Goiko eskuin aldean legoke, adibidez, Italia, ekoizpen-bolumen handiko eta produktuen elaborazio-maila altuko herrialdea izaki. Behealdeko eskuin koadrantean, berriz, Katalunia dago, ekoizpen-maila ertain-baxua izanda EAEk baino elaborazio-maila altuagoa ageri duenez.



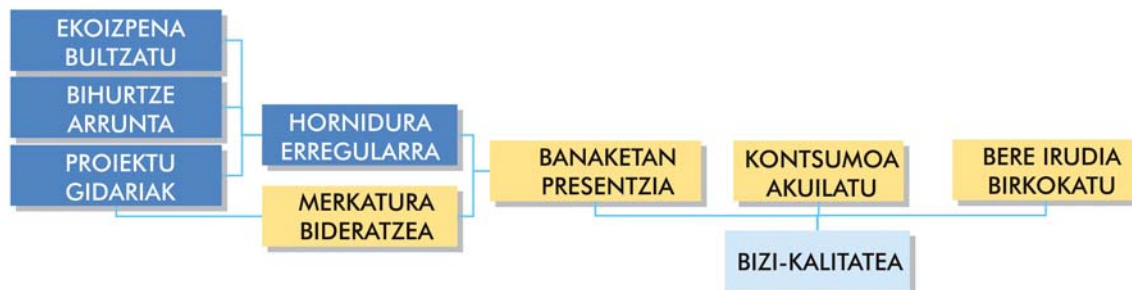
10 ONDORIOAK

- **Ekoizpena sustatu** behar da, trakzio-lana egingo duten proiektuak oinarri hartuz.
- **Produktua “aurkeztu”** eta elikagaiaren irudia birkokatzeko kanpaina bat egin behar da. **Bizikaltatea (osasuntsua eta zaporetsuagoa)** nabarmendu behar da.
- **Sektorea pixkanaka profesionalizatu eta merkatura gerturatu** behar da, ekoizpenerako behar direnak (lurrak, haziak eta lanabesak) erraztuz.
- **Elaborazioa eta merkaturatzea erraztu** behar dira **ustategien balio erantsia areagotzeko** (trakzio-lana egingo duten elaboratzaile indartsuak).
- **Sektorera nekazari tradizionalak erakarri** behar dira.
- **Haur-elikaduraren bidez** (batik bat umeenaz) **produktuok barneratzeko** estrategia bat garatu behar da.
- **Behar adinako kopuruan eta behar bezainbateko erregulartasunez** heltzen diren produktu ekologikoak erabili beharko lirateke, **banaketa komertzial moderno** bat abiatzeko bide-erakusle gisa.



Nekazaritza ekologikoaren sektoreak hornidura nahikoa eta erregularra eskaini ahal izateko neurriak hartu behar ditu. Alferrikakoa da

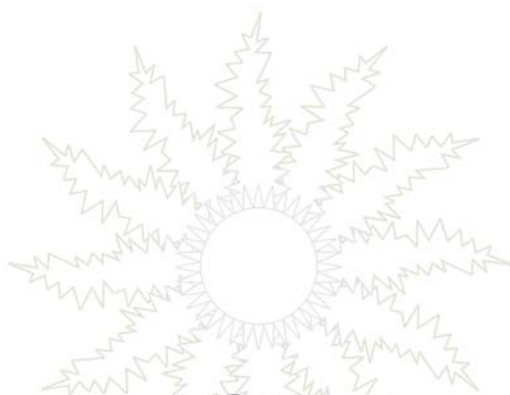
kontsumoa bakarka sustatzea produktua aurkitzeko zailtasun handiak badaude.



Hornidura erregularra lortzeko, funtsean jadanik hor dauden nekazari ekologikoen produkzioa bultzatu behar da, nekazari tradizionalak ekologiko bihur daitezzen sustatu (hazkunde-potentzial handiena hor dago) eta trakzio-lana egingo duten proiektuak indartu, eskaintzaren eta eskariaren arteko erlazioa egonkorra eta asebetegarria izan dadin.

Bestalde, premiazkoa da ekoizpena kontsumitzaileek eskatzen dutenera egokitzea, eta horretarako eskaintza merkatura bideratu behar da, produktuak denda eta azoketan aurkitzen erraza izan behar du eta helarazten den irudiak kontsumitzaileen profil ezberdinek baloratzen dutenarekin bat etorri behar du.

Aurreko guztian oinarriturik, elikagai ekologikoen kontsumoa akuilatzeke eta produktuok “bizi-kalitatea” kontzeptuarekin lotzeko informazio-kanpainak abian jarri behar dira; kontzeptu garaikidea da, osasuna zein ingurumena zaintzea eta kalitate organoleptiko handiko elikagaiak jateko gozamina barne hartzen dituen.



EAE-n

**Nekazaritza Ekologikoa
Garatzeko Plana**

2009

Jarduketara Plana

2012

11 ILDO ESTRATEGIKOAK

11.1 HOLISTIKOA

Diagnostikoan azaldu dugun Euskadiko sektore ekologikoaren egoerari begira, inolako zentzurik ez du estrategia partzialak garatzeak. Ez da nahikoa banaketa garatua ez duen eta produktuaren ezagutza eta kontsumoa apala izanik eskari urria duen produktu baten ekoizpena sustatzea. Eta ez da nahikoa, noski,

tokian-tokian ekoizpen eskasa eta merkatuan presentzia oso mugatua dituen produktu baten kontsumoa bultzatzea. Beharrezkoa da **arazoa osotasun moduan hartuko duen estrategia** bat garatzea, katearen maila ezberdinak batera hobetuko dituzten ekintzak zehaztuz.

11.2 ELKARLOTUA

Aurrekoaren ildotik, komeni da katearen maila ezberdinen inguruko ekintzek maila horiek elkarlotzea eta elkar indartzea. Kontsumoa sustatzeko ekintza isolatu bat (iragarki bat, adibidez) positiboa da, baina eragileen arteko erlazioa akuilatzen duen jarduera bat eraginkorragoa da. Esate baterako, kontsumoa susta liteke udaleko jaialdi batean, tokiko

prentsa eta irratia lagun, zonaldean ekoiztako produktu ekologikoa aurkeztuz eta salduz, eta ikastolen eta eskolen, udalaren eta bertako denden parte-hartzeaz; horrelako jarduera batek **puntu ezberdinetan eragiten du aldi berean, eskaintza-banaketa-eskaria modu bateratu eta orekatuan gara daitezen lagunduz.**

11.3 TOKIAN TOKIKOA

Aurrekoarekin eta elikagai ekologikoaren izpiritu eta kokagunearekin berarekin bat etorritik, **eskualde-mailako jarduketak**, herrialde-mailako

beste batzuekin uztarturik, sektorearen garapena sustatzeko oso egokiak dira.

11.4 PARTE-HARTZAILEA

Esparru lokalean eragileen arteko harremanak sustatzeko eskema positibo horren baitan, ezinbestekoa da protagonistek, batez ere **ekoizleek, merkaturatzaileek eta elkarte-kontseiluek, parte-hartze aktibo eta koordinatua** izan dezaten. Gidaritza hori hain beharrezkoa

izanik, eta kontuan hartuz abiapuntua – diagnostikoan azaldu bezala – sektorearen egoera zatikatua dela, sektorea garatzeko eta bide horretan arrakasta izateko funtsezkoa da eragileak antolatu eta koordinatu daitezen.

11.5 KOORDINATUA

Aurreko puntuko arrazoibideari jarraiki, estrategiak ondorio positiboak izango baditu sektoreak bete-betean parte hartu beharko du haren garapenean. Baina behar bezala koordinaturik egin behar du, **globalki pentsatu, tokian jardun** printzipioaren ildotik. Ekintza guztiak jarraibide komun, ageriko eta hautemangarri batek gobernatu behar ditu jarduketa orokorretan, eta eragileek gidalerro zehatzak jarraitu behar dituzte, denak norabide beretik joan daitezten. Sektorearen abiapuntuko

egoera dela-eta, alderdi hori bereziki azpimarratu nahi da; izan ere, gaur egun elkarte ugari daude, eta jardun horretan duela oso gutxi hasi den kontseilu arautzaile bat. Euskadin nekazaritza ekologikoa garatzeko, premiazkoa da sektoreak, konparatiboki hain txikia izanik, helburuak eta estrategiak bateratzea eta modu aktibo eta oso koordinatuan jardutea. Garapen Plan hau alderdi hori indartzeko aukera paregabea da.

11.6 BEREIZIA

Produktu ekologikoaren ezaugarri bereziak direla-eta, posible eta are komenigarri da **merkatuan bereizi** agertzeko estrategia bat garatzea. Elikagai **osasungarri eta naturala** izatearena merkataritzako ezin konta ahala produktu, marka eta izendapenek erabiltzen duten argudioa da. Horregatik ez genuke pentsatu behar esparru hori okupaturik dagoenik kontsumitzaileen buruan eta beraz ezin erabil dezakegunik. Marka askok baliatzen dute, baiki, baina horrek ez du esan nahi kasu honetan ere erabiltzea alferrikakoa denik; aitzitik, berresten digu kontzeptu oso erakargarri eta eraginkorra dela, kontsumitzaileak aski baloratua eta produktua merkatan kokatzeko aproposa.

Alde horretatik, elikagai ekologikoak lehiatzeko abantaila objektiboak, hautemangarriak, iraunkorrak eta merkatan defendagarriak ditu, bereizgarri bihurtzeko modukoak. Gogoratu behar da diagnostikoan azaldutako azterlanaren arabera elikagai ekologikoen entzutea izan duten kontsumitzaileen % 70ek gainerakoak baino “osasungarri eta naturalagoak” diren elikagaiekin lotzen dituztela, eta kontsumitzen dituztenek horiek erosteko duten irizpide nagusia “osasungarriagoak” izatea dela. Beharrezkoa izango da, baina, **berezitasun hori kontsumitzailearentzat agerikoa eta sinesgarria izango den era batean markatzea.**

11.7 KONTSUMITZAILEEI ZUZENDUA

Merkatuan kokatzeko estrategia horrek, aurreko puntuan laburbildu den bezala, kontsumitzaileei ongi bideratua egon behar du. Produktua kokatzeko orduan erakargarri diren kontzeptuak

zehazte aldera, interesgarria da kontsumitzaile/bezeroen multzoa **lau segmentu nagusitan** banatzea:

“Kontzientziatuak”: sektoretik gertu dauden pertsonak, ingurumenari eta garapen iraunkorrari begira ekoizpen ekologikoa onuragarria dela sinetsita daudenak. Produktua nekazaritza-ingurumenarekiko kontzientziagatik eta elikagai osasungarri, aberats eta benetakoak jateagatik erosten dute. Merkaturatzen den lekuan bilatzen dute produktua, eta erosteko ahalmen orokorrari gehiegi erreparatu gabe erosten dute. Produktuarekiko leiala den segmentua da.

“Osasuntsuak”: sektoretik hain gertu ez dauden pertsonak, hondakin kimikorik ez izatean produktua funtsean osasungarriagotzat dutelako erosten dutenak. Zaporea ere baloratzen dute eta, hirugarren lekuan, ingurumenaren zaintza. Oro har, denbora gutxiago ematen dute produktuaren bila, eta nahiago dute beren ohiko eroslekuetan edo haietatik oso hurbil aurkitzea. Erosteko

ahalmen handiagoa dutenek gehiago kontsumitu ohi dute. Segmentu hau ez da produktuarekiko hain leiala.

“Instituzioak”: azken kontsumitzaileak ez diren arren, produktuaren bezero objektibotzat hartu dira, aldizka produktu ekologiko batzuen kontsumitzaile izan daitezkeelako. Oro har, instituzioei bereziki interesatzen zaie beren langileen ongizatea eta inguruko garapen soziala bultzatzeko aurrera eramaten dituzten ekintzek eragiten duten irudi publikoa.

“Ikastetxeak”: instituzio bat izan arren, modu berezian sailkatu dira haurren elikadurari eta heziketari ematen dieten garrantziagatik; hori dela-eta, produktu ekologikoak kontsumitzeko interesa izan dezakete, dieta hobetzeko eta, aldi berean, ingurumen-hezkuntzaren eta osasunaren alorretan garatzen dituzten jardueri bihotz emateko.

Multzokatzeak beti oso orokorrak dira eta profilarekin bat ez datozen salbuespen ugari egon daitezke, baina hala ere kontsumitzaileari zuzendutako estrategia egituratu eta bideratzeko

lagungarriak dira. Kasu honetan, **kokapen-estrategia pixka bat ezberdinak** ezar litezke **segmentu bakoitzerako**.

“Kontzientziatuak” direnentzat, produktuak ingurumenari begira dituen abantailak eta osasunerako dituen onurak nabarmendu. Tokian tokiko ekintzak egingo dira.

“Osasuntsuak” taldearentzat, produktu osasun-garriagoa dela nabarmendu, ideia hori bizikalitatearekin lotuz.

“Instituzioak segmentuarentzat, osasunaren ideari tokiko garapen iraunkorrarena erantsi.

“Ikastetxeak” multzoarekiko harremana zuzena denez, mezu konplexuagoa helaraz daiteke, produktuaren ahalmen hezigarri bikoitza nabarmenduz: elikadura-ohituretan batetik, eta ingurumenarekiko errespetuan bestetik.

Merkatuan kokatzeko estrategia hau ez da eskema zurrun bat, baizik eta sektorearen ildo orokor eta koordinatuak gidatuko dituen egituraketa bat. Beti ere funtsezko printzipio bati jarraituko zaio, alegia **produktua**, haren aldeko arrazoibidea, aurkezpena eta banaketa **kontsumitzaileak baloratzen eta eskatzen duen horretara bideratzea**. Horretarako, eta bereziki sektore honetan, nabarmendu behar da **persona batek produktu ekologikoak kontsumitzeko duen motibazioak ez duela zertan bat etorri ekoizleak horiek ekoizteko duen motibazioarekin**. Inporta duena da biak produktuarekiko interesean bat etortzea, trukean biek irabaztea eta, beraz, nekazaritza ekologikoa garatu ahal izatea.

Zehaztu diren printzipio estrategiko horien guztien arabera, ezinbestean batera doazen bi erronka handi paratu dira: eskaria akuilatzea eta eskaintza garatzea; azken erronka horretan sartzen dira bai ekoizpena bai merkaturatzea. Hondarreko puntu gisa, berebiziko garrantzia

duen beste alderdi bat dago, sektorearen antolaketarena hain zuzen, plan hau modu eraginkorrean gauzatzeko funtsezkoa dena.

Garapen Plan honen analisia, estrategia eta ia Jarduketa Plan osoa 2008ko lehen seihilekoan taxutu dira. Udararen ostean azaleratutako **munduko finantza-krisiak** ziurgabetasunaren itzala ekarri du etorkizunera, eta horrek Garapen Planaren ibilbidea baldintza lezake. Hortaz, plana kudeatu eta gauzatzearen arduraren dutenek egoera makroekonomiko eta finantzarioaren bilakaera aintzat hartu beharko dute, beharrezkoak diren neurriak hartu eta egokitze.



12 JARDUKETA-PLANAREN TAULA

ERRONKAK	HELBURUAK	2009-2012 FINANTZAKETA			
		PUBLIKOA	PRIBATUA	Beste babesle batzuk	GUZTIRA
1. Elikagai ekologikoen bertako eskaria sendotzea	1.1 Kontsumitzaileari elikadura ekologikoaren abantailen berri ematea	707.339	606.894	54.297	1.368.530
	1.2 Euskadiko elikadura ekologikoa Interneten jartzea	15.000	0	9.448	24.448
2. Tokiko elikadura ekologikoen eskaintza nahikoa eta erregularra garatzea	2.1 Marka birdiseinatu eta irudia hobetzea	18.000	0	0	18.000
	2.2 Banaketa-kanalen bitartez merkaturatzea sustatzea	127.947	0	0	127.947
	2.3 Ekoizpen ekologikoa handitzea	2.467.329	324.775	54.297	2.846.401
	2.5 Sektorearen ezagutza-maila hobetzea	934.494	64.556	0	999.050
	2.6 Nekazaritza ekologikoaren sektorean antolakuntzako hobekuntzak bultzatzea	753.427	260.394	108.594	1.122.415
	GUZTIRA (elaborazioaren sustapena gabe)	5.023.536	1.256.619	226.636	6.506.791
	2.4 Balio erantsia gehitu eta elaborazioa sustatzea	924.484	2.481.586	0	3.406.070
GUZTIRA	5.948.020	3.738.205	226.636	9.912.861	

13 ADIERAZLEAK ETA JOMUGAK HELBURUEN ARABERA

ERRONKAK	HELBURUAK	ADIERAZLEAK	2012
1. Elikagai ekologikoen tokiko eskaria sendotzea	1.1 Kontsumitzaileari elikadura ekologikoaren abantailen berri ematea	Bideratutako ekintzen kop. Nekazaritza Ekologikoaren barneratze-maila EAEko kontsumitzaileen artean	40 % 3ko kontsumoa
	1.2 Euskadiko elikadura ekologikoa Interneten jartzea	Web orriaren kontsumitzaileen atalerako sarrera-kopurua Web orriaren atal teknikorako sarrera-kopurua	40.000 1.000
2. Tokiko elikadura ekologikoen eskaintza nahikoa eta erregularra garatzea	2.1 Marka birdiseinatu eta irudia hobetzea	EAEko NE zigiluaren ezagutza-maila AEk kontsumitzaileen artean	% 30
		2.2 Banaketa-kanalen bitartez merkaturatzea sustatzea	Super eta hiperretan presentzia duten EAEko hornitzaileen kopurua Jantoki kolektiboetan zerbitzatutako NEko menu-kopurua Erregistratutako merkaturatzaileen kopurua NEko kontsumitzaile-elkarteetako bazkide-kopurua EAEn NEko postuak eguneko tokiko azoketan EAEn Ekoizleen plataformek tokiko merkataritzarekin lotutako akordio iraunkorren kopurua
	2.3 Ekoizpen ekologikoa handitzea	Hektarea-kopurua	2.000
		Erregistratutako ekoizleen kopurua	300
	2.4 Balio erantsia gehitu eta elaborazioa sustatzea	Elaboratzaile-kopurua	150
	2.5 Sektorearen ezagutza-maila hobetzea	Urteko prestakuntza-orduak	1.000
		Ikasleen asebetetze-maila	7
	2.6 Nekazaritza ekologikoaren sektorean antolakuntzako hobekuntzak bultzatzea	I+Gko proiektu-kopurua	20
		Elkarte-kontzentrazioa (bazkideak)	50

adierazleak eta jomugak helburuen arabera

planak

84

2009

14 JARDUKETA-PLANA

1. ERRONKA – PRODUKTU EKOLOGIKOEN TOKIKO ESKARIA SENDOTZEA

14.1 1.1 HELBURUA. KONTSUMITZAILEARI ELIKADURA EKOLOGIKOAREN ABANTAILEN BERRI EMATEA

Tokiko eskaria sendotzeko erronkari aurre egiteko, helburu nagusia kontsumitzaileari elikadura ekologikoaren abantailen berri ematea da. Helburu hori lortzeko, hasierako ildo estrategikoak jarraituko dira, produktua bereizgarri eginez, bizi-kalitatearen inguruko kontzeptuekin era sinesgarrian lotuz eta ekintza

orokorrean gain tokiko baterako jarduketak bultzatuz. Helburu horrek 2.1 puntuarekin, alegia produktuarentzat marka (etiketa) bat diseinatzearekin, lotura estua du, eta mezuak hura identifikatuko duen irudi grafiko batekin zuzenean lotzea lortu nahi da.

1.1.1 estrategia. Komunikazio-kanpaina bat egitea

Jomuga diren kontsumitzaileei beharrezko informazioa helarazteko estrategia, elikagai ekologikoak kontsumitzeko abantailak ezagutu ditzaten eta horiek kontsumitzea hobetsi dezaten. Ekintza ezberdinak barne hartzen dituen arren, beharrezkoa da ekintzok koordinaturik egotea eta kontsumitzaile berei mezu bera helaraztea, gomendio estrategikoetan zehaztutakoari jarraituz.

Estrategia hau oso garrantzitsua da elikagai ekologikoak balioesteko eta horiekiko merkatu

leial bat sortuz joateko; horrela, ekoizleek kokapen egoki baten eta kalitateko irudi baten bermeaz merkaturatu ahal izango dituzte beren produktuak, kontsumitzaileentzat erakargarriagoak izango direlako eta gehiago estimatuko dituztelako. Elikagai ekologikoaren estimazio handiago horri esker, salmenta errentagarriagoa izango da, ekoizpen-jarduera erakargarriagoa eta, horrenbestez, ustiategi handiagoak eta hobeak egongo dira, guztizko ekoizpen-ahalmena nahiz erregistratutako hektarea-kopurua areagotu dituztenak.

Estrategia hau 4 ekintzaz osaturik dago.

➤ 1. ekintza. Publizitate-kanpaina

Dagokionean arduradunek egokitzat jotzen dituzten hedabideek (telebista, kanpoko irratiak eta abar) emango duten publizitate-mezu bat landu eta zabaltzean datza. Ekintzak ongi

zuzendua egon behar du eta ildo estrategikoak jarraitu behar ditu, elikagai ekologikoa merkatuan kokatu eta gainerako produktuetatik ezberdinduko duen kanpaina bat eginez.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua..	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. hautatakoak, ez da ezein aipatzen.	2009-2012. Ziklo osoan zehar publizitate-ekintzak izango badira ere, publizitate-jarduera bi kanpainatan bilduko da nagusiki, bata 2010ean eta bestea 2012an.

➤ 2. ekintza. Prentsan artikulua idatzi eta argitaratzea, eta irratian zein prentsako solasaldi eta elkarrizketetan parte hartzea

Publizitate hutsaz gain, idatzizko eta ahozko komunikabideetan etengabeko jarduna garatuko dugu, elikadura ekologikoari eta haren onurei buruzko mezu positiboak zabalduko dituzten artikulua eta elkarrizketak argitara emateko. Ekintzak, teknikoki publicity gisa ezagunak, abantaila nabarmen bat dute: albiste moduan argitaratzen direnez, publizitate tradizionalak baino sinesgarritasun eta irakurketa-indize edo entzule-kopuru handiagoak dituzte. Gainera, luzeagoak ere badirenez, mezu osoago eta konplexuagoa helarazteko aukera ematen dute,

eta hori oso garrantzitsua da kasu honetan, non kontsumitzaileari elikagai ekologikoak kontsumitzearen abantailak jakinarazi nahi baitzaizkio.

Ekintza hauek publizitatearekin batera egiten dira, askotariko edukiak barne hartzen dituzte eta hainbat komunikabide ezberdinetan argitaratzen dira, baina horrek ez du esan nahi nahierara eta koordinaziorik gabe egiten direnik. Guztiek komunikazio-ildo berak eta helburu bera jarraitu behar dituzte, eta produktuaren posizio bera helarazi behar dute.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak.	Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Eragile ekologikoak.	2009-2012

Eragile ekologikoak dira elikagai ekologikoen alorrean diharduten nekazariak, abeltzainak, elaboratzaileak eta merkatu-erantzuleak.

3. ekintza. Nekazaritza ekologikoari buruzko papereko edo Interneteko agerkariak sustatzea, batez ere sektorekoak

Kontsumitzaileekiko komunikazioa areagotzeko beste modu bat da sektoreko elkarteak berak eta kontseilua jada aurrera eramaten ari diren ekimenak eta ekintzak bultzatzea. Hain zuzen

ere, ekintza hau horretan datza, paperean edo formatu elektronikoan Interneten bidez aldizkari, berripaper, ohar eta abar gisa argitaratzen diren agerkari horiek bultzatzean.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak.	Eragile ekologikoak.	2009-2012

4. ekintza. Produktua tokiko telebistaren sukaldaritza-programetan txertatzea

Komunikazio-ekintza osagarri hau elikagai ekologikoa gastronomiarekin lotzean datza, produktua tokiko telebistaren sukaldaritza-programetan txertatuz eta, esate baterako, dieta ekologikoaren eguna antolatuz. (Teknikoki,

sistema honi product placement deritzo). Helburua produktuaren entzutea areagotzea eta hura gastronomiaren zapore gozoarekin eta bikaintasunarekin lotzea da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Eragile ekologikoak.	2009-2012

1.1.2 estrategia. Haur-hezkuntzan, bigarren hezkuntzan eta unibertsitateetan sentsibilitatea lantzea

Analisian ikusi den bezala, elikagai ekologikoen kontsumoa handiagoa edo txikiagoa izatean eragin handia du kulturak, eta beraz produktuok barneratzeko beharrezkoa da hezkuntzaren bitartez ohiturak eta balioak aldatzea. Elikagai ekologikoen kontsumoak eta ekoizpenak ingurumenari begira eta sozialki dakartzan abantaileri esker, hezkuntza-sisteman sustatua izateko produktu aproposa da.

Helburua haur eta gazteei mezu garbi eta positibo bat helaraztea da, hain zuzen ere elikagai ekologikoak, eta bereziki tokian tokikoak, kontsumitzea onuragarria dela bai beraientzat bai gizartearentzat. Hori bi ekintzen bidez egingo da:

➤ 1. ekintza. Elikadura eta bizitza osasuntsu eta ekologikoari buruzko ikasmaterialak eta kartelak diseinatzea, argitaratzea eta ikastetxeetan banatzea

Herritarrei oro har zuzendutako kanpainetan erabilitako arazoibide estrategiko bera jarraituz, elikagai ekologikoei buruzko kartelak, ikasmaterialak eta jolas didaktikoak diseinatuko dira, horien kontsumoa eta ekoizpena sustatuz.

Produktu ekologikoek balioetan oinarritutako heziketan funtsezkoak diren elikadura osasuntsuarekin, ingurumenarekiko errespetuarekin eta garapen iraunkorarekin duten lotura nabarmenduko dute materialok.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritza	Eusko Jaurlaritza	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerketa Saila..	2009-2010

➤ 2. ekintza. Sektoreko eragileen eskutik, bizipenetan oinarritutako jarduerak egitea ikastetxeetan: ustiategiatarako bisitak, eskoletako baratzetan lan egitea, lehiaketak eta abar

Balioen diskurtso bat helarazten ari garelarik, eta balio horiek indarrean jartzeko ohituren aldaketa baten premia adierazi denez, edukiaren garrantzia nabarmenduko duten eta etorkizunean portaeren benetako aldaketa bat sustatuko duten bizipenak baliatu behar dira kontzeptuaren berri emateko orduan.

Horretarako, aurreko ekintzan aipatutako material didaktiko eta argigarriez gain, ahal den kasu guztietan haur eta gazteekin jarduerak antolatuko dira, hala nola ustiategi ekologikoetarako bisitak, eskoletako baratzetan lan egitea, gaiari buruzko idazketa- edo pintura-lehiaketak eta abar.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritza	-Eusko Jaurlaritza. -Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. -Eragile ekologikoak.	Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerketa Saila. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Eragile ekologikoak.	2009-2012

1.1.3 estrategia. Hezitzaileak heztea

Aurreko strategiarekin eta komunikazio-ahaleginak ikastetxeetara bideratzeko helburuarekin estuki loturik, haur eta gazteen hezitzaileekin informazio-kanpainak eta jarduerak ere egingo dira. Hezitzaileak dira etorkizuneko belaunaldiekin egunero harremanetan daudenak, pertsonak hezten dituztenak eta nekazaritza ekologikoaren onurei buruzko mezu egokia helarazi behar dutenak.

Hezitzaileei kontzeptuaren berri ematea, aurreko strategiaren osagarri izateaz gain, informazioa hedatzeko oso baliagarria da, haur eta gazteengana zabaltzen delako, baita hezitzailearen zuzeneko ardura ez diren beste kurtso batzuetara ere.

Estrategia hau 2 ekintzaz osaturik dago.

➤ 1. ekintza. Nekazaritza ekologikoari, elikadura osasungarriari eta ingurumenari buruzko irakasleentzako material informatiboa diseinatzea, argitaratzea eta ikastetxeetan banatzea

Ikasleei zuzendutako materialen izpiritu berberaz, baina modu teknikoagoan eta sakontasun handiagoz, hezitzaileei zuzendutako materialak diseinatu eta argitaratuko dira.

Horietan, nekazaritza ekologikoaren sustapenak heziketaren eta prestakuntzaren alorretara ekar ditzakeen onurak azpimarratuko dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritza	Eusko Jaurlaritza Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerketa Saila.	2009-2010

2. ekintza. Irakasleei eta guraso-elkarteei hitzaldiak ematea eta ikastetxeetako aldizkarietan artikulua argitaratzea

Ikasmaterialez gain, irakasleei eta, ahal den neurrian, guraso-elkarteei hitzaldiak emango zaizkie.

Illo estrategikoen izpirituari jarraiki, hitzaldiokin batera artikuluren bat argitaratuko da ikastetxeetako aldizkarietan, aurrez aipatu

bizipenetan oinarritutako jarduerak egingo dira, eta beste esparru batzuetan bestelako ekintzat ere gara litezke eremu geografiko berean (produktu ekologikoen azoka, jaietan parte hartzea eta abar).

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritza	Eusko Jaurlaritza Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Eragile ekologikoak	Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerketa Saila.	2009-2010

1.1.4 estrategia. Dagokien erakundeak sentsibilizatzea eta informatzea

Dagokien erakundeei (udalak, Foru Aldundiak, Garapen Agentziak eta abar) berriaz zuzendutako komunikazio-ekintza hau kontsumitzaileari elikadura ekologikoen abantailen berri emateko helburuaren barruan sartzen da. Erakundeotako teknikari eta langile askok herritarrentzat gidari eta komunikatzailearen rol garrantzitsua betetzen dutela iritzi zaio, hezitzaileek ikasleentzat egiten duten bezalaxe.

Horrenbestez, komenigarritzat jo da erakunde horietan lan egiten duten pertsonen nekazaritza ekologikoari buruzko informazio gehiago eskaintzea, haiek gaiaren inguruko ezagutza sakonagoa eta nekazaritza-mota hori sustatzearen aldeko jarrera izanez gero, herritarrengana askoz errazago helduko baitira mezu eta jarrera positiboak.

Estrategia honetarako ekintza 1 prestatu da.



1.1.5 ekintza. Dagokien erakundeei zuzendutako material informatiboa diseinatzea, argitaratzea eta banatzea

Erakundeak sentsibilizatzeko estrategia bultzatze aldera, langileei egokitutako materiala diseinatu eta argitaratuko da. Material informatibo horretan haur eta gazteen hezitzaileei zuzendutakoan jasotako hainbat eduki erabiliko

dira, baina kasu askotan alderdi teknikoagoak ere barne hartuko dira, luzeagoa izango da eta nekazaritza ekologikoak ingurumenarentzat eta garapen iraunkorarentzat dituen onurak gehiago nabarmenduko dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak.	2009-2010

1.1.5 estrategia. Nekazaritza ekologikorako merchandising egokia prestatzea

Estrategia hau aurrera eramango diren ekintza ezberdinentzat euskarriak prestatzean datza. Eragin positibo bikoitza izango du:

- Merchandising elementuak lagungarriak izango dira mezuak ikusgai egiteko eta buruan gordetzeko nahiz, oro har, produktua merkatuan kokatzeko.

- Honako hau ez da ekintza guztiak zentralizatzen dituen enpresa baten garapen-plana. Sektore oso baterako taxututako plan hau kronologikoki

zein geografikoki sakabanaturik dauden eta hainbat eragilek zuzentzen dituzten ekintza ugaritan gauzatuko da. Jarduera horietarako guztietarako sustapen-material komuna edukitzeak jarduerok era koherentean uztartzea ahalbidetuko du, koordinazioa eta tokiko elikagai ekologikoen kokapen globala indartuz.

Estrategia hau 3 ekintzaz osaturik dago.

1. ekintza. Nekazaritza ekologikoari eta hornidura-azoketan, denda espezializatuetan eta kooperatibetan duen presentziari buruzko display tankerako kartelak eta liburuxkak diseinatzea

Kartel eta liburuxka originalak diseinatu eta tokiko elikagai ekologikoen salmenta-guneetan banatuko dira; horrela, produktua oso anitza eta leku askotan saltzen dena izan arren, guztiak batuko dituen irudi komun bat sortuko da.

guztiekin lotura estua du, eta modu horretara irudia, mezua eta baita eslogana ere bera da produktu guztietan, inpaktuen errepikapena areagotuz eta, horrenbestez, komunikazioa indartuz.

Irudi horrek publizitate-kanpainekin eta talde ezberdinei zuzendutako material informatibo

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Udalak.	2009-2010

2. ekintza. Elikagai ekologikoen salmenta-guneen eta ekoizleen mapa bat diseinatzea eta argitaratzea

Diagnostikoa ikusi den bezala, produktu ekologikoa ez erosteko arrazoi nagusia da kontsumitzaileak ez duela aurkitzen. Gainera, banaketan presentzia urria duenez, hainbat bidetatik (belar-dendak, hornidura-azokak, denda espezializatuak, kontsumitzaileen elkarteak eta abar) merkaturatzen da, eta ondorioz kontsumitzailearentzat bereziki zaila gertatzen da salmenta-guneak ezagutu eta aurkitzea.

Hain zuzen ere horrexegatik, elikagai ekologikoen ohiko salmenta-guneen EAEko mapa bat diseinatu eta argitaratuko da, interesa duen kontsumitzaileak hura begiratu eta gertuen dituen salmenta-guneak aurkitu ahal izan ditzan. Mapa paperean eta formatu digitalean argitaratuko da, eta sektorearen web orrian eskuragarri egongo da (1.3.1 estrategia).

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.		2009

3. ekintza. Elikadura ekologikoari buruzko oparitarako sustapen-materiala

Komunikazio-ekintza guztietarako diseinatutako irudiak oparitarako sustapen-materialetan ere (egutegiak, kamisetak et abar) inprimatuko dira; horrela, materialok estrategikoki erabili ahal izango dira, hainbat jarduera ezberdin (azokak,

bizipenetan oinarritutako jarduerak ikastetxeetan eta abar) inpaktu orokorra biziagotuko duten irudi komunak bitartez elkarlotuz.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.		2009-2012

1.1.6 estrategia. Nekazaritza ekologikoa kontsumo arduratsuekin lotzea

Honako hau nekazaritza ekologikoa kontzeptualki hurbilekoak dituen balioekin zuzenean lotzeko asmoz abian jarritako hiru estrategietako bat da. Gaur egungo gizartean, aipatu balioak indarra hartzen ari dira, eta horrek kontsumitzaileengan irizpide ekologikoez garatutako nekazaritza-ekoizpenaren onurei buruzko sentsibilitatea areagotzen lagunduko du.

Lehen kasu honetan, estrategia elikagai biologikoak kontsumo arduratsuekin lotzean datza, egungo kontsumitzaileak produktuen alderdi etikoak eta ingurumenekoak aintzat hartzeko joera gero eta handiagoan oinarrituz; joera horren ondorioz, bidezko merkataritza bezalako produktu-lerroak sortu dira.

Estrategia hau 3 ekintzaz osaturik dago.

1. ekintza. Elikadura ekologikoari buruzko material informatiboa diseinatzea, argitaratzea eta banatzea, kontsumitzaileentzat dituen abantailak nabarmenduz

Elikagai ekologikoen kontsumo arduratsuak kontsumitzaileentzat zein gizartearentzat oro har dituen abantailak agerian jartzeko material argigarria prestatzea eta banatzea. Material

horretan hainbat gai jorra daitezke, hala nola landa-ingurunearen babes, osasuna, animalien ongizatea eta abar.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza.	2009-2010

2. ekintza. Kontsumitzaile eta erabiltzaileen elkarten aldizkarietan artikulak idaztea eta argitaratzea

Elikagai ekologikoen ohiko kontsumitzaileen izaera arduratsua islatuko duten albisteak eta artikulak txertatuko dira, beren hautuaz guztion

garapen iraunkorraren alde egiten dutela nabarmenduz.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	Eragile ekologikoak	2009-2012

3. ekintza. Nekazaritza ekologikoak klima-aldaketaren ondorioen murrizketan egin duen ekarpenari buruzko azterlanak, adierazleak eta bestelako informazioa biltzea

Elikagai ekologikoak kontsumitzearen abantailak arrazoitzeko informazio baliotsua den heinean, nekazaritza ekologikoak klima-aldaketaren

murrizketan egin duen ekarpenari buruz dagoen informazioa bilduko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Zentro teknologikoak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak Udalak.	2011

1.1.7 estrategia. Nekazaritza ekologikoa kirolarekin eta bizitza osasuntsuarekin lotzea

Aurreko kasuan bezala, estrategia hau nekazaritza bizitza osasuntsuarekin lotzean datza, bereziki haurrak gogoan harturik. Gaur egun, haurrengan bizi-ohitura, ariketa eta elikadura osasuntsuaren ideia txertatzeko kezka gero eta handiagoa da, sedentarismoak eta obesitateak dakartzaten arazoak, neurri handi batean elikadura desegokiak eragindakoak, saiheste aldera.

Nekazaritza ekologikoa bizitzaren ikuskera osasuntsu eta orekatu baten isla da, eta dieta, oso garrantzitsua izanik ere, ez da ikuskera horren alderdi bakarra. Elikagai ekologikoekin batera doan ikuspegi horri hurrengo belaunaldiei ohitura osasuntsuak helarazteko bulkada uztartuko zaio.

Estrategia hau 4 ekintzaz osaturik dago.

1. ekintza. Kirol-klubekin eta gazte-klubekin elkarlanean aritzea eta haurren oinarrizko kirolari lotutako jardueren antolaketan parte hartzea

Haurren oinarrizko kirolarekin lotutako da, nekazaritza ekologikoa eta haurren ekitaldietan laguntza eskaini eta parte hartuko jarduera osasuntsu nagusietako bat uzartuz.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Guraso Elkartek. Gazte-klubak. Kirol-klubak. Udalak.	2009-2012

2. ekintza. Ingurumen Zentroekin elkarlanean aritzea eta ingurumen-jardueren antolaketan parte hartzea

Aurreko ekintzaren ildo beretik, honakoan jardungo da, bizitza osasuntsuaren kontzeptuari nekazaritza ekologikoa ingurumenaren iraunkortasuna eta naturarekiko begirunea zaintzarekin lotuko da eta alor horretan atxikiz.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Eragile ekologikoak Udalak. Eusko Jaurlaritzako Ingurumen eta Lurralde Antolaketa Saila.	2009-2012

3. ekintza. Agenda 21ekin zerikusia duten jardueretan udalekin elkarlanean aritzea

Garapen Plan honek, bere osotasunean, defendatzen du nekazaritza ekologikoak ondorio positiboak dituela eta hainbat arlo ezberdinekin erlazionatzen dela: landa-garapena, osasuna, gastronomia, hezkuntza, kultura eta abarrekin, denak ere tokian tokiko errealitateaz eta iraunkortasunaren kontzeptu globalaz blaituak.

Nekazaritza ekologikoaren ikuspegi horren baitan, eragile nagusien eta hainbat

erakunderen arteko harremana eratu nahi da; erakundeon artean udalak nabarmentzen dira, gertukoaren dinamikak egituratzen dituzten heinean. Harreman horrek, eta garapen iraunkorrekiko lotura estuak, behar duen zentzu logiko eta praktikoa gehitzen diote nekazaritza ekologikoari, udalek sustatutako Agenda 21eko jardueretan zeharkako osagai gisa sartzeko zilegitasuna emanez.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Ekoizleen elkartea	Udalak	2009-2012

4. ekintza. Kirol-klub eta –elkarteen aldizkarietan artikulua argitaratzea

1.1.1 estrategiaren 2. ekintzak prentsa orokorrean artikulua eta elkarrizketak txertatzea aurreikusten zuen. Arrazoibide berari jarraiki, kirol-gaiak jorratzen dituzten tokiko aldizkarietan

albisteak eta iruzkinak sartuko dira, nekazaritza ekologikoa osasunaren eta gorputzaren zaintzarekin lotuz.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak.		2009-2012

1.1.8 estrategia. Nekazaritza ekologikoa landa-garapen iraunkorrarekin lotzea

Honakoa, nekazaritza ekologikoa indarra hartzen ari diren eta gertukoak dituen balioekin lotzeko hirugarren estrategia –eta azkena– da. Nekazaritza ekologikoaren printzipioen baitan dago landa-garapen iraunkorra bermatzea, eta, EAEn berezko ezaugarriak aintzat hartuta, nekazaritza ekologikoaren sustapena eta garapena, produktu naturalei eta lurrari balio handiagoa ematen dion filosofia gisa, funtsezko ardatzak dira gure landa-inguruneak lehiatzeko dituen abantailari eta bertako bizilagunen garapenera eusteko.

Beraz, gizarteari ideia sendo hori helaraziko zaio, alegia nekazaritza ekologikoa gure landa-inguruneak mantendu eta garatzeko bide baliagarria dela, landa-garapen iraunkorreko eredu aurreratuen alde gogor egin duten Europako beste herrialde batzuetan egiaztatu denez.

Estrategia hau 3 ekintzaz osaturik dago.

1. ekintza. Landetxeetarako kartelak diseinatzea, argitaratzea eta banatzea

Nekazaritza eta produktu ekologikoak landa-turismoan presente eta harekin loturik agertzeko helburua bete nahian, estetikoki erakargarriak diren kartelak argitaratuko dira, nekazaritza ekologikoa eta tokiko produktu ekologikoen kontsumoa ingurunearen aberastasuna mantentzearekin eta landa-turismo orekatu eta errentagarri bat garatzearekin lotuko dituztenak.

Helburua landetxetako bisitariak, gehienak inguruko bizilagunak, produktu ekologikoak kontsumitzera erakartzea da, elikagaiotan beraiek bizi izan duten lasaitasuna eta naturarekiko harremana islatuz. Horrekin batera, arian-arian landetxetako arduradunak tokiko produktu ekologikoen sustatzaile bihurtu nahi dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Landa Garapeneko Agentziak. Eusko Jaurlaritzako Industria, Merkataritza eta Turismo Saila.	2009-2010

2. ekintza. Nekazaritza ekologikoari eta ingurumenari buruzko zirkuitu turistiko berezi bat sortzea

Eusko Jaurlaritzako Industria, Merkataritza eta Turismo Sailarekin, Toki Garapeneko Agentziekin, landetxeekin eta ustiategi ekologikoekin elkarlanean, zirkuitu turistiko bat sortuko da, bisitariak gure landa-ingurune leku erakargarriak ikusteko aukera izan dezaten eta, aldi berean, ustiategi ekologikoak, haien filosofia, produktuak eta lurraren zein ingurumenaren zaintzarekin duten harreman estua ezagutu ditzaten.

Ekintza horrek landa-turismoaren eta nekazaritza ekologikoaren arteko sinbiosian sakonduko du, garapen iraunkorreko kontzeptu bakar eta beraren baitan. Landetxeek eta turismo berdeak nekazaritza ekologikoa hedatuko dute eta, halaber, nekazaritza-ustiategi ekologikoak, dituzten ezaugarri berezi eta erakargarriengatik, eskualde bakoitzak duen beste baliabide turistiko bat izango dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Landa Garapeneko Agentziak Eusko Jaurlaritzako Industria, Merkataritza eta Turismo Saila	2009-2010

3. ekintza. Landa-bizitzaren berezko ekitaldietan parte hartzea

Helburua da landa-bizitzaren berezko ekitaldietan, hala nola herri-kiroletako txapelketetan, nekazaritza ekologikoa presente eta agerian izatea. Parte hartzeko molde ezberdinak baliatuko dira: jardueraren bat babestea, postuak eta kartelak jartzea, herri-kiroletako ekitaldietan nekazaritza ekologikoari buruzko merchandising produktuak oparitzea, produktu ekologikoen saski bat oparitzea eta abar. Horrela oinarrizko ideia bat berreskuratzen

da, alegia nekazaritza ekologikoa ez dela tradizioarekiko haustura bat, ingurunea errespetatzen duten milaka urteko labore-tekniken berreskurapena baizik, ezagutza eta lanabes aurreratukoak erabiliz.

Pixkanaka lortuko da nekazaritza ekologikoa tradizioarekiko errespetuarekin lotzea, EAEko produkzio- eta ingurumen-kulturaren elementu bereizgarria bihurtzeraino.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak Eragile ekologikoak.	Udalak	2009-2012

1.1 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	275.714	128.662	142.649	160.314	707.339
Sektoreko finantzaketa pribatua	77.571	95.062	291.312	142.949	606.894
Bestelako finantzaketa	10.000	12.600	14.333	17.364	54.297
GUZTIRA	363.286	236.323	448.294	320.627	1.368.530

14.2. 1.2 HELBURUA. EAE-KO ELIKADURA EKOLOGIKOA INTERNETEN JARTZEA

Aurreko helburuaren osagarri gisa, beharrezkoa irizten zaio Euskadiko elikadura ekologikoak Interneten duen presentziari sakontasun handiagoa eta izaera komertzialagoa emateari. Aparteko helburu moduan nabarmendu da ulertu delako produktu bat duen kalitateagatik bereizteko estrategia batez sustatzen denean ezinbestekoa dela Interneten presentzia eta

aurkezpen egokia izatea, gaur egungo kontsumorako elikagai aproposa dela agertzeko eta erosteko ahalmen ertain-altuko kontsumitzaile modernoari zuzentzeko. Horretarako, jadanik badiren atarietan oinarrituta edo erabat berria den beste bat eginda, sektoreko informazio guztia bilduko duen atari bat diseinatuko da.

1.2.1 estrategia. Nekazaritza ekologikoari buruzko atari bat diseinatzea

Estrategia honen bidez, kontsumitzaileak produktu ekologikoak gehiago ezagutzea eta eskuragarriago izatea lortu nahi da; izan ere, diagnostikoan egiaztatu denez, kontsumitzaileak produktu-mota hori aurkitu eta eskuratzeko zailtasun handiak ditu. Estrategiak komunikazio-bide moderno bat erabiltzen du hain zuzen ere elikagai ekologikoen ideia kontsumitzaile modernoaren berezko aukera bat dela aditzera

emateko eta, horrez gain, aukera horrek balio jakin batzuk –osasunaren zaintza, ingurumena-
rekiko errespetua eta kontsumo arduratsua–
sustatzen dituela adierazteko, Euskadiko
Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren
Kontseiluak mende berrirako sustatzen dituen
kontsumo-ohituren testuinguruan.

Estrategia honetarako ekintza 1 prestatu da.



1. ekintza. EAeko nekazaritza ekologikoari buruzko informazio guztia bilduko duen atari bat diseinatzea

EAEn sektorearen informazio orokorra bilduko duen atari bat diseinatuko da, Kontseiluaren, elkartearen, ekoizleen eta abarren datuak eta loturak jasoz. Atariaren edukia eta planteamendua bikoitza izango da:

·Komertziala: erabat kontsumitzaileei zuzendua, Euskadiko elikagai ekologikoaren abantailak

nabarmenduz, salmenta-guneen eta ekoizleen kokapen-mapak zein urtaroen egutegiak eskainiz, loturak jarritz eta abar.

·Teknikoa: sektoreko eragileei zuzendua, hainbat gairi buruzko informazioaz, hala nola laboreak, tratamenduak, ekitaldiak, laguntzak eta abar.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Nekazaritzako sindikatuak.	2009

1.2 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	15.000				15.000
Sektoreko finantzaketa pribatua					
Bestelako finantzaketa		3.000	3.147	3.301	9.448
GUZTIRA	15.000	3.000	3.147	3.301	24.448

2. ERRONKA. TOKIKO ELIKADURA EKOLOGIKOEN ESKAINTZA NAHIKOA ETA ERREGULARRA GARATZEA

14.3 2.1 HELBURUA. MARKA BIRDISEINATU ETA IRUDIA HOBETZEA

Eskaintza areagotzeko erronkari aurre egiteko, hori da lehen helburua. Funtsezkotzat jotzen da izen, irudi eta eslogan identifikagarria zehaztea, etiketa berriz aztertzea eta, batez ere,

nekazaritza ekologikoa kontsumitzaile “osasuntsuen” segmentuan kokatzea, hori baita hazteko potentzial handiena duena eta komunikazio-ahalegin handiena behar duena.

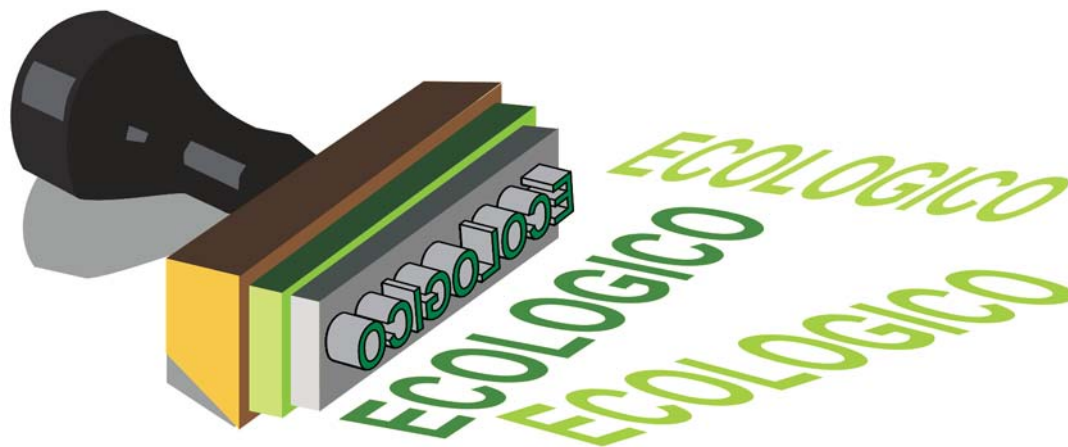
2.1.1 estrategia. Markaren berrikuspena/diseinua

Marka definitzea eta merkatuan kokatzea funtsezko eta ezinbestekoa da planak arrakasta izan dezan. Orain arte azaldutako estrategia guztiak, herritarrei oro har eta sektorean diharduten eragileei elikagai ekologikoen abantailak komunikatzera emanak, produktuaren identifikazioa lortuz gero izango dira baliagarriak.

Alferrikakoa da produktu baten kontsumoa sustatzea, kontsumitzailea gero hura identifikatu

eta bereizteko gai ez bada. Horri dagokionez, estrategia hau garatzeko ardua dutenek erabaki beharko dute produktuaren zein identifikazio-mota den egokiena, kontsumoa hedatu eta sustatzeko ahaleginen emaitza gisa, tokiko produktu ekologikoak gehiago eta hobeto sal daitezen.

Estrategia hau 4 ekintzaz osaturik dago.



➤ 1. ekintza. Marka-politikaren definizioa. Kokapenaren definizioa: helarazi nahi den mezu nagusia

Marka-politika definitzeko, kontuan izan behar da produktu ekologikoen identifikazioari buruz indarrean dagoen legeria, beste eskualde batzuetatik gero eta elikagai ekologiko gehiago sartzen ari direla, inguruan tokiko kalitate-izendapenak badirela eta ekoizpen ekologikoa ulertzeko era ezberdinak (ekoizpen industrialetatik hasi eta agroekologiara) daudela. Hori guztia aintzat hartuta, produktua identifikatzea eta lehiatzeko orduan dituen abantaila objektiboak defendatzea ahalbidetuko duen epe luzeko formula bat bilatu behar da, eta hori da, hain zuzen ere, estrategia honen xedea. Erabakia, sakon hausnartua izan ondoren, sektoreko eragile nagusiek hartu beharko dute.

Analisi eta erabaki horrekin, oso garbi eta zehazturik geratu behar da zein den sektoreak Euskadiko elikagai ekologikoei eman nahi dien kokapena, Euskadiko kontsumitzaileak zein kontzepturekin identifikatzea nahi duen. Jada segmentua bereizitako kokapen batzuk iradoki

dituzten ildo estrategikoetatik abiatuta, areago sakontzeko eta zehazteko ahalegin bat da honakoa.

Garapen Plan hau lantzeko prozesuan zehar, parte-hartzaileek agroekologia kontzeptuaren alde egin dute; izan ere, ekoizpen-jardueraren ikuspegi zabalago eta sakonagoa eskaintzen du, ingurumenarekiko errespetua eta pertsonen bizi-kalitateari eta eskubideei buruzko auzi etikoak uztartzean. Kontzeptua produktu ekologiko edo elikagai ekologiko izendapenez haratago doa, eta Euskadiko nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoaren bereizgarria, beste eskualde batzuetako produkzio ekologiko industrialez bestelakoa, izan daitekeen elementu bat bezala aurkezten da.

Ekintza honen arduradunek berretsi behar dute, sektoreko gainerako eragileekin batera, hautatu duten kokapena hori ote den, eta ideia hori kontsumitzaileei helarazteko eta azken horiek ideia hauteman, sinetsi eta baloratzeko aukerak aztertu behar dituzte.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.		2009

2. ekintza. Markaren diseinua

Europar zigiluaz gain bestelako zigilu, eslogan edo irudi bereizgarri bat edukitzea erabakitzen bada eta hori posible izanez gero, lortu nahi den

kokapenaren eskakizunekin bat datorrela diseinatuko da zeinu identifikagarri hori.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.		2009

3. ekintza. Elikagai ekologikoen merkaturatzaileei zuzendutako komunikazio-oinarri batzuk finkatzea eta hedatzea

Behin lortu nahi den kokagunea, helarazi nahi den irudia eta Euskadiko kontsumitzaileak tokiko produktu ekologikoak zein ideiekin lotzea nahi den argi eta garbi zehaztu ondoren, komunikazio-ildo batzuk taxutuko dira eta sektoreko eragile guztiei jakinaraziko zaizkie, Kontseiluak, ekoizleen elkarteek, kontsumitzaileen elkarteek, eragileek eta abarrek baliatzen duten mezua koherentea izan dadin. Helburua sektoreko indar guztiak mezu nagusi beraren inguruan batzea da,

kanpainen eta, oro har, komunikazio-jarduera osoaren inpaktua handiagoa izan dadin.

Horrela, gainera, eragile ezberdinek nekazaritza ekologikoari buruzko mezu kontraesankorrak adierazteko arriskua, edo sektoreak oro har kalterako dituen ideiak eta jarrera hartzeak erabiltzekoa, murriztuko da; modu horretara, esate baterako, mezu negatiboak eta alarmistak erabiltzea ekidingo litzateke⁵.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.		2009

⁵Horri dagokionez, erreferentzia bat izan liteke GGKEen Koordinakundeek egindakoa: Hegoaldeko pertsonen lotutako miseria iradokitzen duten irudi sensazionalistak ahalik eta gutxien erabiltzea erabaki zuten.

4. ekintza. Elikagaiaren jatorri geografikoaren gaineko etiketak nola txertatu aztertzea

Elikagaien jatorriaren gaineko identifikazio bat ezartzeko aukera legal eta operatiboak aztertuko dira, kontsumitzaileak garbi jakin ahal izan dezan erostera doan produktu bat gertuko ingurunean

edo milaka kilometrora ekoiztu den, kontuan izanik garraioak ingurumenean duen eragina.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura. Ekologikoaren Kontseilua.		2010

2.1 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	18.000				18.000
Sektoreko finantzaketa pribatua					
Bestelako finantzaketa					
GUZTIRA	18.000				18.000

14.4 2.2 HELBURUA. BANAKETA-KANALEN BITARTEZ MERKATURATZEA SUSTATZEA

Gogora dezagun ezagutza ekologikoen berri duten kontsumitzaileen erdiek baino gehiagok ezin dituztela aurkitu, erosi nahi dituztenean. Produktuak banaketan duen presentzia oso mugatua denez, kontsumitzaile orokorrak bere

erosketa-ohiturak aldatu behar izaten du produktua aurkitzeko. Ezinbestekoa da balizko kontsumitzaileek erabiltzen dituzten kanaletan produktuaren presentzia indartzea.

2.2.1 estrategia. Sostengua merkaturatze-kanaletan

Produktu ekologikoak kanaletan oro har duen leku urria dela-eta, beharrezkoa da kanal guztietan esku hartzea, zuzenagoak direnei arreta berezia eskainiz, horietan tokiko produktua besteengatik bereiztea errazagoa delako eta tokian tokiko ekintza konbinatuak indartzen dituztelako. Horri dagokionez, produktu-tipologia ezberdinak kanal ezberdinetatik bideratu beharko dira. Banaketari heltzen dion ekintza hau 1.1 helburuarekin koordinatu beharko litzateke, aldi berean produktuak merkaturatze-bideak bultzatuz (push estrategia) eta eskaria akuilatuz (pull estrategia).

Estrategia hau 8 ekintzaz osaturik dago, eta horietako bakoitzak kanal banari helduko dio.



➤ 1. ekintza. Elikagai ekologikoak sustatu eta saltzeko azoka eta ekitaldietan parte-hartzea bultzatzea

Eragile ekologikoek azoka, jaialdi eta ekitaldi publikoetan parte hartzea bultzatuko da, elikagaion kontsumoa eta ezagutza sustatzeko eta

nekazaritza ekologikoa bizitzaz modu osasuntsu eta alaian gozatzea proposatzen duen ideia edo kontzeptu ludikoarekin lotzeko.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak Eragile ekologikoak	Udalak Landa Garapeneko Agentziak	2009-2012

➤ 2. ekintza. Zuzeneko salmentako azokak sustatzea

Nekazari eta abeltzainek zuzeneko salmentako merkatuak antolatzea bultzatuko da, eragile ekologikoen parte-hartzea bultzatuz.

Ulertzen da zuzeneko bide horrek ekoizlearen eta kontsumitzailearen artean harreman pertsonal bat sortzea, nekazaritza ekologikoaren produktuak eta filosofia kontsumitzaileei

hurbiltzea eta kontsumitzaile horiek bide luze eta konplexuagoak erabiltzeak dakartzan kostuak aurrezteko ahalbidetzen duela. Ezaugarri horiek direla-eta, kanal horri esker ekoizleak errazagoa du bezeroak leial bihurtzea eta salmentak behar adinako errentagarritasunez egitea.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Udalak	2009-2012

➤ 3. ekintza. Nekazaritza ekologikoa ekoizteko eta zuzenean merkaturatzeko ereduak garatzeko bideragarritasuna aztertzea eta haren hedapena sustatzea

Sistema horiek hainbat abantaila dakartzate, hala nola zuzeneko kanala izatea, produktuekiko sensibilitatea duen komunitate leial bat sortzea, behar besteko eskaintza-aniztasuna batzea eta ekoizleei salmenta-kopuru bat bermatzea. Horregatik, EAEn zuzeneko merkaturatze-eredu

alternatiboen inguruan izan diren esperientzia positiboak –kontsumitzaileen elkarteak edo aldian-aldian etxez etxe saskiak banatzeko sistema kasu– hedatzearen bideragarritasuna aztertuko da, bideok bultzatzeko eta jende gehiagorengana iristeko moduak bilatuz.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak. Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak.	Eragile ekologikoak	2009-2012

4. ekintza. Tokiko elikadura-denden bidezko merkaturatzea bultzatzea

Tokian tokiko loturak eta ekintzak indartzeko nahiz kontsumitzaileen eta ekoizleen artean ahalik eta harreman zuzenena ezartzeko ildo estrategikoari jarraiki, tokiko elikadura-dendak finkatzera bideratutako ekintzak bultzatuko dira, produktu ekologikoen salmentan kanal garrantzitsua direlakoan.

EAEren ezaugarri kultural eta komertzialak direla-eta, tokiko dendek oraindik ere produktu freskoen salmentaren zati handi bat bideratzen dute, eta duten tamainagatik eta gertukoak

izateagatik posible da denden eta tokiko ekoizleen artean harreman estua ezartzea. Harreman hori bermatzeko asmoz, ekoizle-plataformen eta tokiko denden zein merkataritza txikiko elkarten arteko akordioak sustatuko dira, dendek urtean zehar eta urte-sasoien arabera hornidura bermatua izan dezaten. Ildo berean, establezimendu horietan tokiko elikagai ekologikoen dastatze-ekitaldiak antolatzea bultzatuko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Landa Garapeneko Agentziak Udalak. Eusko Jaurlaritzako Industria, Merkataritza eta Turismo Saila Merkatarien Elkarteak. Elikagai ekologikoen ekoizleak Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila.	2009-2012

5. ekintza. Hala behar duten nekazaritza ekologikoko produktuak banaketa handian sar daitezzen bultzatzea

Zuzeneko merkaturatze-bideak interesgarriak diren arren, ezin da ahaztu sektorea garatuago duten herrialdeetan elikagai ekologikoen zatirik

handiena banaketa handiaren orotariko kanaletan saltzen dela, alegia supermerkatu eta hipermerkatuetan. Produktu horien

kontsumoa areagotzen den heinean –neurri batean plan honetan aurreikusitako komunikazio-ahaleginari esker–, kontsumitzaile askok beren ohiko eroslekuetan bilatzen dituzte.

Baliteke tokiko ekoizpeneko produktu ekologiko batzuek, beren ezaugarriak direla-eta, kanal horretan tokirik ez izatea, baina beste askok bide hori erabil dezakete eta erabili nahi dute,

ekoizpenari irteera emateko beste modu bat bezala. Kontsumo-eremu hau hazi egingo da, eta beraz beharrezkoa da hala nahi duten tokiko eragileei kanal garrantzitsu horretan sartzen eta kokatzen laguntzea, beste zonalde batzuetako ekoizleek banatzaileekin akordioak egin eta eremu hori hartu aurretik, gero azken horiekin lehiatu beharrik ez izateko.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura. Ekologikoaren Kontseilua Eragile ekologikoak	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	2009-2012

7.6. ekintza. HORECA kanalerako (Ostalaritza, Sukaldaritza eta Cateringa) proiektu zehatz bat garatzea

Sektore honetan HORECA kanalak mugitzen duen bolumena erlatiboki txikia bada ere, bezeroekin zuzeneko harremana ezartzea ahalbidetzen du, eskualde-mailan harremanak ezartzeko aukera ematen du eta nekazaritza ekologikoa Euskadiko kultura gastronomiko-

arekin lotzen du. Kanalak dituen abantaila garbi horiei erreparatuta, berariazko proiektu bat taxutuko da, tokiko produktu ekologikoak abegi ona egiten dieten eta erakargarri eta interesgarritzat jotzen diren establezimenduetan sartzeko ekintzak barne hartuko dituen.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura. Ekologikoaren Kontseilua Administrazioak.	Ekoizleak Kontsumitzaileen elkarteak	2009-2012

7.7. ekintza. Jantoki kolektiboetan hornidura berrmatuko produktu ekologikoak sartzeari buruzko informazio- eta sustapen-kanpaina

Ikastetxe, ospitale, egoitza eta abarreko jantoki kolektiboak aukera bikaina dira elkarrekin koordinaturik dauden ekoizle ekologikoek nutrizioarekin, osasunarekin, iraunkortasunarekin eta tokiko garapenarekin zerikusia duten auziekiko sentsibilitate berezia duten erosleekin

hornidura-harreman zuzen eta egonkor bat ezartzeko.

Kanal hori gogotik sustatu da, nekazaritza ekologikoa askoz garatuagoa duten hainbat eskualdetan arrakasta handia izan duelako;

gurean ere abian jarri berri diren esperientzia positiboak badira. Horrenbestez, jantoki kolektiboak kudeatzeaz arduratzen direnei zuzendutako informazio-kanpaina bat egingo da, aipatu zentroetako dietaren baitan tokiko produktu ekologikoak sartzea bultzatuko duena.

Horretarako, beharrezkoa izango da ekoizleak

elkarren artean koordinatzea, produktu jakin batzuen hornidura bermatzea ahalmenen eta urte-sasoiaeren arabera, eta produktuokin batera beste zonalde batzuetako produktu ekologikoak edo ekologiko ez direnak eskaintzea.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritza	Eusko Jaurlaritza	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Erakunde eskudunak.	2009-2011

8. ekintza. Vending eta HORECA kanaletan nekazaritza ekologikoko produktuen presentzia bultzatzea erakundeetan, kirol-instalazioetan, enpresetan eta abar

Kanal hau masiboa ez bada ere, eskualdeko garapen eta iraunkortasunari begira abantailak dituelako zenbait erakunde eta enpresatan harrera ona izango duten produktu ekologiko

jakin batzuk kokatzeko aukera ematen du⁶. Hortaz, beren ezaugarriengatik kanal honetarako bideragarriak diren produktuen sarrera bultzatuko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Administrazio eskudunak Udalak. Landa Garapeneko Agentziak Eusko Jaurlaritzako Industria, Merkataritza eta Turismo Saila Eragile ekologikoak.	2009-2012

2.2.2 estrategia. Beste merkatu geografiko batzuetarako sarrera bultzatzea

Produktu ekologiko batzuk edo horien ekoizpenaren zati bat beste merkatu geografiko batzuetara bidera daitezke, esate baterako Erdialdeko Europara, non, analisisian egiaztatu denez, mundu-mailan kontsumitzaile eta

inportatzaile handiak baitira. Merkatu horietara begira jartzen diren ustategietako produktuak merkaturatzea bultzatu eta sustatuko da.

Estrategia hau 2 ekintzaz osaturik dago.

⁶ Horri dagokionez, erreferentzia bat izan litezke erakunde eta enpresa jakin batzuetako vending-makinen bidez merkaturatzen diren Bidezko Merkataritzako produktuak.

1. ekintza. Elikagai ekologikoen eskaria dagoen beste eskualde eta herrialde batzuei buruzko merkatu-azterketak egin edo eros daitezen bultzatzea

Beste herrialde batzuetako elikagai ekologikoen kontsumitzailea den merkatuari buruzko azterlanak egitea eta informazioa bilatu eta erostea bultzatuko da. Produktua nola egokitu, nola aurkeztu eta zein kanalen bidez saldu jakiteko, ezinbesteko aurrebaldintza informazio

baliagarria edukitzea da. Helburua produktua tokiko eragileari ahalik eta errentagarritasun handiena emateko moduan kokatzea da, elikagai ekologikoak oso estimatuak diren merkatuetara bideratuko dela jakinik.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila		2009-2012

2. ekintza. Estatuko edo nazioarteko azoketan parte-hartzea bultzatzea

Behin jomuga diren merkatuak hautatzeko beharrezkoa den informazioa lortu ondoren, informazio horren osagarri gisa eta merkaturatze-

bideak zabaltzeko sistema bezala, eragile ekologikoei sektoreko estatuko eta nazioarteko azoketan parte hartzea bultzatuko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila		2009-2012

2.2 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	22.000	30.202	34.965	40.779	127.947
Sektoreko finantzaketa pribatua					
Bestelako finantzaketa					
GUZTIRA	22.000	30.202	34.965	40.779	127.947

14.5 2.3 HELBURUA. EKOIZPEN EKOLOGIKOA HAZTEA

Euskadiko ekoizpen ekologikoari buruzko datuak ikusita, honakoa planaren funtsezko helburu bat da. Hori bakarka egiteak ez luke zentzurik (banaketaren, kontsumoaren eta abarren laguntza behar da), baina plana hutsean geratuko litzateke EAEn elikagai ekologikoen ekoizpena nabarmen haziko ez

balitz. Premiazkoa da ekoizleek ekoizpenari ekiteko orduan dituzten zailtasunak ahalik eta gehien murriztea eta ekoizle tradizionalak erakartzea, azken horiek ekologiko bihurtzea baita sektorea bolumenean hazteko aukerarik bideragarriena.

2.3.1 estrategia. Bolumena eta erregularitasuna areagotzea

Tokiko elikagai ekologikoen kontsumoa sustatzeak zentzua izan dezan eta produktu hori hainbat kanalen bidez modu eraginkorrean merkaturatu ahal izan dadin, behar adinako bolumena izango duen eta urte-sasoaren arabera erregularitasun handia izango duen tokiko eskaintza eduki behar da. Horretarako, premiazkoa da hektarea-kopurua handitzea,

ustiategiak modu eraginkorrean antolatzea, laboreak planifikatzea eta jarduera egokiak burutzea ekoizpenean gorabehera handiak izan ez daitezen, eta zonalde bateko eragileak elkarren artean koordinatzea, denon artean behar adinakoa eta erregularra izango den eskaintza bat sortzeko.

Estrategia horrek, funtsezkoa izaki, ekintza ugari ditu bere baitan: 12.



1. ekintza. Nekazaritza ekologikoaren balizko onurei buruzko informazio-kanpaina, sektore tradizionaleri zuzendua

Analisi eta diagnostikoaren atalean azaldu denez, EAEko nekazaritza ekologikoaren hazteko potentzial handiena nekazari “tradizionalak” teknika hauek erakartzeko dauden aukera oparoak dira.

Ekoizle “tradizionalek” sektore ekologikoan sartzea erabakitze gako aldebikoa da:

- Informazioa: nekazari eta abeltzainei ikusaraziz nekazaritza ekologikoa egingarria eta errentagarria dela eta epe motz zein luzean onerako izango dutela, beren jarduera mantendu eta hobetzeaz gain lurrak eta natura-baliabideak aberastuko direlako.

- Errentagarritasuna: kontsumitzaileek tokiko produktu ekologikoak hobeto ezagutu eta gehiago estimatuta, merkaturatze-kanal hobeak izanda eta tamaina egokia duten ustiatzei prestakuntza eta aholkularitza eskainiz ekoizpen-teknikak hobeto baliatuta, jarduera errentagarriagoa izango da eta, beraz, erakargarriagoa nekazari eta abeltzain tradizionalentzat.

Ekintza honek lehen gakoari heldu dio, informazioari alegia. Oso gako garrantzitsua da inondik ere, baina bigarrena den errentagarritasunak osatu beharrekoa, azken finean hori baita plan honetako ekintza guztien azken xedea.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila. Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak.	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua Nekazaritzako sindikatuak	2009-2010

2. ekintza. Nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoa sustatzeko eta birmoldaketa-prozesua burutzeko laguntzak

Ekologiko gisa erregistratutako ustiatzeak dituzten nekazari eta abeltzainek zuzenean laguntzak jasoko dituzte hektareako, orain arte Landa Garapenerako Planetan jasotako antzeko jarduketara-ildoei jarraituz.

Nekazari eta abeltzain “tradizionalek” beren ekoizpen osoa edo haren zati bat erregistro ekologikora aldatzeko oztopo nagusietako bat birmoldatzeko behar den ahalegina eta denbora da; izan ere, bilakabidea zenbait urtez luza daiteke, ikaskuntza-prozesu bat jarraitu behar da eta zenbait izapide egin behar dira.

Helburua nekazaritza ekologikorako bihurtze-indizea ahalik eta handiena izatea denez, beren produktuak ekologiko gisa erregistratzea

erabakitzen duten eta ekoizpen-betekizunetara egokitzen diren nekazariei laguntzak emango zaizkie, kasu honetan ere Landa Garapeneko Planen jarduketa-ildoak jarraituz.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila. Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	2009-2012

3. ekintza. Nekazaritzako lanabesak lan-modu ekologikora egokitzea eta berriazko makineriaren erosketak zentralizatua bultzatzea

Nekazaritza ekologikoa lurra bere onera etortzean eta duen indarra agertzean oinarritzen delarik, haren teknikak jarraituz lurrean egiten diren zenbait lanetarako ezaugarri espezifikoak (dimentsio ezberdinak, lanen sakonera, agresibitatea eta abar) dituzten lanabesak behar dira. Lan horietarako lanabes egokiak merkatu tradizionalan aurkitzea oso zaila denez, nekazaritza ekologikoaren premia berezietarako egokitutako tresnak eta lanabesak sortzeko proiektuak bultzatuko dira.

EAEn bideragarria eta eraginkorra den zonaldeetan, garestiak izaki ustiategi ekologiko bakar baterako eskuratzea merezi ez duen makineria espezifikoa Administrazioak erosiko du, modu zentralizatuan. Makineria baimendutako ustiategi guztiek erabili ahal izango dute alokairuan; modu horretara, zonalde bateko ustiategi guztiek baliabide produktibo hobekak izango dituzte, indibidualki inbertitu behar izan gabe.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak.	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	2009-2012

4. ekintza. Laboreen kostuei eta produktibitateari buruzko azterlanak egiteko laguntzak

Plan honen hasierako zatian, analisikoan, azaldu den moduan, EAeko gaur egungo ustiategi ekologiko askok berez duten potentziala baino errentagarritasun txikiagoa dute. Prezioen artean aldaketa handiak daude, nekazaritza tradizionalan daudenak baino askoz handiagoak, eta beraz batzuen eta besteen arteko prezioen lehiakortasunean alde handia dago.

Kontuan izanda laboreen errentagarritasuna, merkaturatze egoki batean oinarritua, funtsezkoa dela sektorea mantendu eta garatzeko nahiz eragile berriak erakartzeko, azterlanak egitea bultzatuko da labore ezberdinen kostuen egitura zehazten laguntzeko eta eragile ekologikoentzat produktibitate eta diru-sarrera handiagoak sortuko dituzten lan egiteko moduak, hedadurak, urte-sasoia eta laboreak identifikatzen laguntzeko.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	2009-2012

5. ekintza. Inbertsiorako laguntzak nekazaritzako ustiategiak modernizatzeko eta horien produktibitatea hobetzeko

Produktibitate baxua hein batean hobetu daiteke laboreak eta horien kostuen egitura sakonago ezagututa (aurreko ekintzaren xedea), baina produktibitatea hobegarria da, halaber, ustiategi ekologikoetan erabiltzen diren sistemak, tresnak, azalaren tamaina eta lanabes produktiboak ere hobetuz.

Azken atal horri irtenbidea emateko, nekazari eta abeltzainek nekazaritzako ustiategien produktibitatea hobetzeko asmoz egiten dituzten inbertsioak diruz lagunduko dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila. Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	2009-2012

7.6. ekintza. Hazi eta espezie autoktonoak kontserbatzeko eta erabiltzeko laguntzak

Ekoizpenaren eta kontsumoaren nahiz elikagaiaren habitataren eta kontsumitzailearen arteko gertutasun fisikoaren logikari jarraiki, nekazaritza ekologikoren funtsezko planteamenduetako bat hazi eta espezie autoktonoak erabiltzea da, biodibertsitatea, aberastasun genetikoa eta landareak beren ingurunera egokituta egotea lehenetsiz.

Joera orokorra laboreen biodibertsitatea izugarri murriztea eta espezie bakoitzeko aldaera gutxi batzuk inposatzea denez, pixkanaka genetikoki manipulaturako espezieak sartzearaino, sektoreak duen zailtasunetako bat hazi autoktonoak eskuratu ahal izatea da. Hori dela-eta, eta bide batez EAEko espezieen biodibertsitate genetikoa babeste aldera, diruz lagunduko da hazi horiek kontserbatzea eta labore ekologikoetan erabiltzea.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak. Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila.		2009-2012

7.7. ekintza. Nekazari gazteentzako laguntzak, nekazaritza ekologikoan has daitezkeen

Nekazaritza ekologikoa, ongi pentsatua, antolatua eta merkaturatua bada, nekazaritza tradizionala baino balio erantsi eta bereizteko ahalmen handiagoa duen jarduera bat da, eta horregatik errentagarriagoa ere izan liteke. Horri gehitzen badiogu ingurumenaren errespetua eta garapen iraunkorra bezalako balioekin duen

lotura, nekazaritza edo abeltzaintzan hastear diren eragile gazteentzat jarduera bereziki erakargarria izan daiteke. Ekoizpen-jardueran hastera doazen gazteok jasoko dituzten laguntzak Landa Garapeneko Planetan jasotakoan ildo berekoak izango dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Nekazaritzako sindikatuak Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak.	2009-2012

8. ekintza. Lurra eskuratzeko laguntzak eta epe luzeko kontratuak dituzten finka publiko eta pribatuak erabiltzeko aukera aztertzea

EAEko zonalde batzuetan lurra oso garestia eta urria izaki, ustiategi ekologiko batean lanean hasi nahi duten nekazari eta abeltzaintzat eragozpen handia da lurra eskuratzeko. Oztopo hori arintzearen, lurra erabili nahi dutenei laguntzak emango zaizkie, bai, posible den kasuetan, jabetza-erregimenean, bai epe luzeko alokairu-erregimenean.

Era berean, finka publiko eta pribatuetan erabilera txikia duten lurak nekazaritza eta abeltzaintzako ustiategi ekologikoetan erabiliak izateko bideak aztertuko dira, epe luzeko alokairu ziurtatua bezalako formulen bidez⁷; horrela, lurri erabilera hobea emango zaie, nekazaritzako baliabide gisa duten aberastasuna bermatuko da eta espekulazioarako aukerak murriztuko dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak Nekazaritza Saila	Udalak Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	2009-2012

9. ekintza. Nekazari eta abeltzain ekologikoen mugikortasun geografikoa sustatzeko formulak aztertzea

Egiaz, arazoa ez da EAE n nekazaritzan erabiltzeko lurrik ez egotea, erabili gabeko lursailak izan badirelako. Arazoa da lurrok ez daudela gaur egungo nekazari eta abeltzain ekologikoen –eta etorkizunean izan daitezkeenak– dauden zonaldeetan.

Gauzak horrela, eragile ekologikoak lurak eskuragarri dauden zonaldeetara mugitzea, beste langile batzuk lanpostuak eskuragarri dauden lekuetara joaten diren bezalaxe, sustatuko duten formulak aurkitzeko azterlana bat egingo da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoen Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoen Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak.	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak Nekazaritzako sindikatuak	2011

⁷ Administrazioek pisu hutsen alokairua sustatzeko erabilitako sistemaren antzekoa, adibidez.

10. ekintza. Eskaintza batzea eta logistika- eta ekoizpen-plataformak sortzea

Kanal edota bezero jakin batzuk (ikastola bat, adibidez) hornitu ahal izango dituen eskaintza bat edukitzeko dagoen arazoetako bat sektorea ekoizle txiki sakabanatuetan atomizatua egotea da, bakarrik ezin dietelako bezero horiei gutxieneko hornidura bat bermatu.

Kasu horietarako, eskaintza logistika- eta ekoizpen-plataformetan batzea sustatuko da,

ekoizpen-egutegiak koordinatuta gutxieneko hornidura erregularra eta behar bestekoa bermatu eta bezeroekiko konpromisoak bete ahal izan daitezten; horrela, koordinatutako ekoizle talde bati egin ahal izango diote erosketa bezerook, eta talde horrek, era berean, bermatua izango du ekologiko gisa sailkatutako bere produktuen zati bat saltzea.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Eragile ekologikoak.		2009-2012

11. ekintza. Ekoizteko baliabideak sustatzeko moduak aztertzea eta input homologatuen ziurtapena bultzatzea

Behar adinako kopuruan eskaintza egoki bat garatzeko orduan EAEko nekazaritza ekologikoak duen beste oztopo bat nekazaritza-mota horren berezkoak diren zenbait input produktibo, pentsuak eta konposta kasu, lortzeko zailtasuna da.

Plana garatzeko aldiaren zehar, berariazko input horien ekoizpena eta merkaturatzea nola sustatu erabakitzeke azterlan bat egingo da, ekoizle ekologikoen eskuragarri izan ditzaten eta beren ekoizpen-ahalmen orokorra mugatu ez dezaten. Horien ziurtapena bultzatuko da, barietatean zein kopuruan eskuragarriago egon daitezten.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Zentro teknologikoak Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	2012

12. ekintza. Labore ekologikoak babestea transgenikoen aurrean

Ekintza honetan, EAEko ustiategi ekologikoek duten beste arazo bati helduko zaio, hain zuzen ere transgenikoak eta agente kimikoak erabiltzen

dituzten ustiategiak gertu dituztelarik beren laboreak arriskuan dituztenena.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila.	Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak Eragile ekologikoak Nekazaritzako sindikatuak	2009-2012

2.3 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	465.729	560.525	678.912	826.815	2.531.981
Sektoreko finantzaketa pribatua	43.796	55.861	71.464	89.002	260.123
Bestelako finantzaketa	10.000	12.600	14.333	17.364	54.297
GUZTIRA	519.525	628.986	764.709	933.182	2.846.401

14.6 2.4 HELBURUA. BALIO ERANTSIA GEHITU ETA ELABORAZIOA SUSTATZEA

Sektorean erreferentzia diren Europako beste eskualde batzuen aldean, Euskadik gutxi landutako elikagai ekologikoa ekoizten du, balio erantsi gutxi gehitu zaion lehengai moduan. Produktu honek lehiatzeko dituen abantailak, beste eskualde batzuetako produktu ekologikoen aldean, mugatuak dira. Euskadin

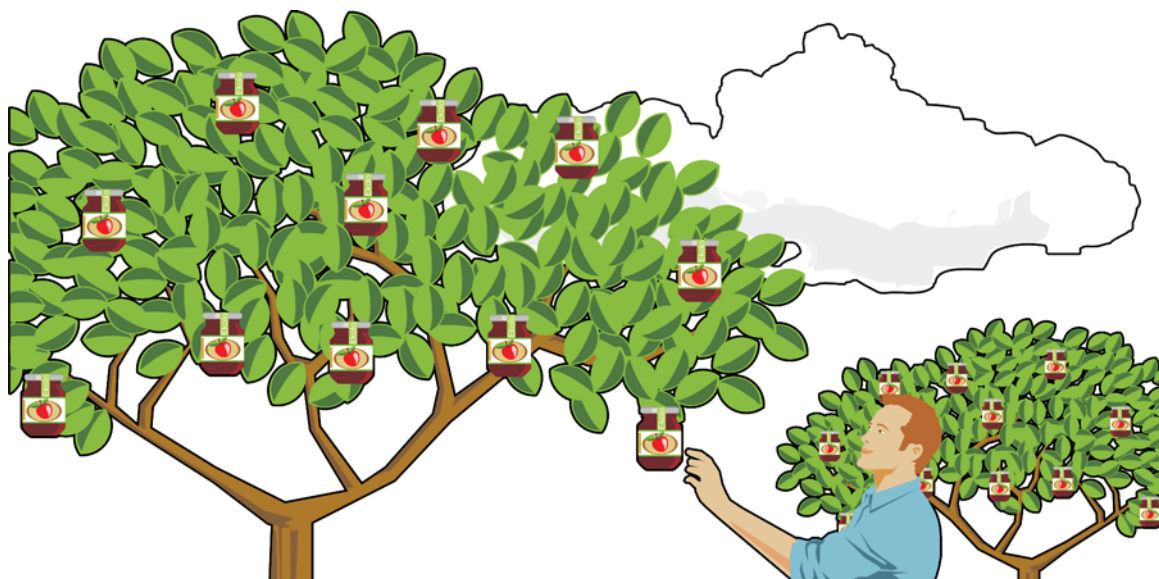
sektoreak izaera bereizgarria eta iraunkortasuna izango baditu eta kontsumitzailearentzat eskaintza osoa eratu badu, lehengaiak ekoizteaz gain produktu landuago eta aurkezpen zainduagoak gertatu behar dira, erosketa ekologikoaren saskia osatze aldera.

2.4.1 estrategia. Elikagai ekologikoen tokiko ekoizpenaren balio erantsia handitzea

Estrategia honen helburua, bolumena eta erregularitasuna areagotzeko aurrekoaren osagarria, EAEn ekoizten diren elikagai ekologikoen pixkanaka balio erantsi handiagoa izatea da, hala kontsumitzaileari begirako ezaugarriak hobetzen direlako nola, batez ere, produktua gehiago landuz balio-katean aurrera egiten

delako. Horri esker, tokiko produktuak modu iraunkoragoan lehiatu ahal izango dira beste eskualde eta herrialde batzuetatik datorren eskaintza gero eta handiago eta anitzagoaren aurrean.

Estrategia hau 3 ekintzaz osaturik dago.



1. ekintza. Elikagai ekologikoak landu, eraldatu eta maneiatzeko proiektuak sustatzea

Prozesuan aurrera eginez nahiz produktua gehiago landuz eta eraldatuz hari balioa gehitu eta besteengatik bereizteko ahalmen handiagoa

emango dioten proiektuak bultzatuko dira, tokiko eskaintza aberasteaz gain produktuok lehiakorragoak izango direlako.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila		2009-2012

2. ekintza. Elikagai ekologikoen elaborazioaren gaineko legeria eta haren aplikazioa aztertzea

Ustiategi ekologiko txikiek indarreko legeria, eta batez ere osasun-kontrolari dagokiona, bete ahal izateko zailtasun handiak izaten dituzte ekoizpen-prozesuetan elaborazioa sartu nahi dutenean.

Txikiak izaki eta produktu txiki asko lan ditzaketenez, denak ere artisautza-mailako kopuru eta formatuetan, produktu bakoitzerako

osasun-erregistroak lortzeko orduan araudia zorrotz aplikatzea oztopo handia da ustiategi txiki gehienentzat. Horrenbestez, EAEn dauden elaboratzaile ekologikoen kopurua mugatzen ari den oztopo hori leuntzearen, zein neurri har litekeen, araudiaren aplikazioa nola alda litekeen edo ustiategiak nola egokitu litezkeen aztertuko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila. Eusko Jaurlaritzako Osasun Saila		2010

3. ekintza. Elikagai ekologikoen aurkezpena hobetzeko proiektuak bultzatzea

Produktuen balioa ez da soilik horiek gehiago landuta lortzen; elikagaion aurkezpena hobetuta ere lor daiteke, kontsumitzaileek kalitate handiagoko produktu bat ikus dezaten.

Beraz, aurkezpenak hobetzea xede duten proiektuak bultzatuko dira, beti ere kontuan hartuz produktua ekologikoa izateak materialen erabilera mugatzen duela, ontzi eta bilgarrien ingurumen-inpaktuak ahalik eta txikiena izan behar baitu.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.		2009-2012

2.4 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	194.714	216.948	242.119	270.702	924.484
Sektoreko finantzaketa pribatua	533.449	587.528	647.276	713.333	2.481.586
Bestelako finantzaketa					
GUZTIRA	728.163	804.476	889.395	984.036	3.406.070

14.7 2.5 HELBURUA. SEKTOREARI BURUZKO EZAGUTZA HOBETZEA

Sektore hau nahiko berria denez –munduan garatze bidean da eta EAEn ernatu berria–, sektoreari buruzko ezagutza-maila ere, bai arlo produktiboan bai komertzialean, garatu beharra dago. Teknikak eremu geografiko bakoitzera, klimaren ezaugarrietara, orografiara, lurraren ezaugarrietara eta espezie autoktonoen berezitasun genetikoetara egokitu behar dira, ezagutza orokorra lurralde bakoitzaren errealitatera moldatu behar da, eta beraz ikasteko eta ezagutzeko premia area handiagoa da, tokian tokiko jakintza bat garatu nahi bada.

Bestalde, jardueraren merkataritza-ibilbidea eskasa izan arren, merkatu poentzial gorde eta ezezagun bat antzeman daiteke; beste eremu geografiko batzuetako esperientzia garatuagoak ere ikusgai ditugu, horien ezaugarri soziokulturalak aski ezberdinak badira ere. Hortaz, gaur egun dagoen ezagutza-maila handitu beharra dago, bai sektorearena jarduera ekonomiko gisa bai kontsumitzaileena garatzen ari den merkatu gisa.

2.5.1 estrategia. Elikagai ekologikoen tokiko ekoizle, elaboratzaile eta merkaturatzaileen gaitasunak hobetzea

Ustiapen ekologikoa lurraren eta laborearen ezagutza sakonak eta merkatuarekiko gertuko harremanak bizi du. Eskaintza indartzeko, zeregin teknikoetan ongi prestatuta eta behar bezala aholkatuta (gorantz doan sektore honen berriarazko zailtasun teknikoak direla-eta) egoteaz gain produktuak eta enpresa beren merkatu objektibora bideratu eta egokitzeko gai diren profesionalak behar dira. Helburu hori bolumena handitzeko 2.3 helburuaren osagarria da argi eta garbi, hektareatan haztea komeni baita, baina ekoizpen produktibo, errentagarri eta eskariari egokituz.

Estrategia hau 6 ekintzaz osaturik dago.



1. ekintza. Nekazaritza Ekologikoaren alorrean berariazko prestakuntza bultzatzea

Nekazaritza ekologikoak EAEn izan duen ibilbide nahiko laburratik, ekoizle gehienek ekoizpen-tekniketan duten prestakuntza-maila hobetzeko modukoa da oraindik, eta alor horretan zenbait hutsune bete behar dira. Horretarako, gaur

egungo eta etorkizuneko eragileei zuzendutako ekoizpen-teknikei buruzko ikastaroen antolaketa babestuko da, nekazaritza ekologikoaren metodologia eta filosofian oinarriturik.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Prestakuntza-zentroak	Nekazaritzako sindikatuak Eragile ekologikoak Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	2009-2012

2. ekintza. Nekazaritza Ekologikoaren gaineko berariazko prestakuntza arautua (Lanbide Heziketa) eskaintzea

Noizean behingo gaikako ikastaroez gain, eta nekazaritza ekologikoak nekazaritza eta abeltzaintzako sektorearen etorkizuneko lehiakortasun eta iraunkortasunerako duen garrantzia dela-eta, nekazaritza ekologikoan espezializatutako lanbide-heziketako prestakuntza

arautua eskainiko da, etorkizunean alor honetan aditu profesionalen etengabeko harrobia izan dezagun. Ekimen hori EAEn elikagai ekologikoen garapenerako bultzada handia izango da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Prestakuntza-zentroak	Nekazaritzako sindikatuak Eragile ekologikoak Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	2011-2012

3. ekintza. Marketing, salmenta eta enpresa-kudeaketaren gaineko prestakuntza eta sentsibilizazioa

Prestakuntza-gabeziak ez dira ekoizpenaren alorrean soilik nabari. Ustiategiak txikiak eta zenbait eragileren prestakuntza eta maila profesionala eskasa izaki, sektore honek ez du enpresa-kudeaketari buruz behar adinako ezagutzarik, batez ere produktuen marketing eta merkaturatzearen alorrean. Horri aurre egiteko

eta sektoreak ekoizle eta merkaturatzaileei beren jardura errentagarriago eta iraunkorragoa egitea ahalbidetuko dieten tresnak hobeto balia ditzan, hutsune hori betetzeko ikastaroak antolatzea bultzatuko da, merkataritzaren eta kudeaketaren arloetan prestakuntza eskaintze aldera.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Prestakuntza-zentroak	Eragile ekologikoak Elikagai ekologikoen kontsumitzaileen elkarteak	2009-2012

4. ekintza. Ekologiko bihurtzen ari diren nekazari eta abeltzainei aholkularitza tekniko eskaintzea

Nekazaritza ekologikoak berezko ezaugarriak ditu, eta horietako bat da gai kimikoak ez erabiltzea; horregatik, beharrezkoa da, ikasiz eta saiaturaz, laboreak eta erosten den lurra behar bezala ezagutzea.

Ekologiko bihurtzeko hasierako faseetan, nekazaria edo abeltzaina ikaskuntza-prozesu

horretan murgildurik dago, eta beraz, ikastaroa jasotzeaz gain, aholkularitza eta gidaritza behar ditu, hastapenetako urrats horietan aurrera egiteko eta zalantzak argitu ahal izateko. Horretarako, eragileak zuzenean aholkatuko dituzten teknikari prestatuak egongo dira bihurtze-prozesuan zehar.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak		2009-2012

5. ekintza. "Nekazari eta abeltzain ekologikoaren ataria"ren bilakaera eta haren edukia – foroak, blogak, telefono-euskarriaren zerbitzua, aholkularitza pertsonala, kasu praktikoak eta abar– aztertzea

Ekintza hau 1.3.1 estrategiaren (kontsumitzaileei jakinaraztera bideratuagoa) zati gisa jada aipatua dugun arren, sektoreko profesionalak prestatzeko helburu honen barruan ere nabarmendu nahi da, horretarako oso tresna baliagarria dela irizten zaiolako. Nekazari eta

abeltzain ekologikoaren atariaren atal teknikoan barne hartuko dira, besteak beste, kontsulten atal bat, gai jakinei buruzko foroak, materialak eta jarduera egokien gidak jaisteko aukera edota gai zehatzei buruzko azterlanak. Beraz, teknikarien eta, batez ere, eragileen

arteko elkargunea izango da, parte-hartzaile guztien artean informazioa azkar eta zuzen trukatea ahalbidetuko duena.

Bistan denez, atariaren erabilgarritasuna eta edukiak nekazari eta abeltzain ekologikoei Interneti ematen dioten erabilpenaren araberakoak izango dira neurri handi batean.

Baliteke hasiera batean erabilpen-maila baxua izatea, baina beraientzat interesgarria de atari bat egoteak sektorea teknologia berrietara hurbil dadin bultzatuko du, eta horrek, era berean, foroak, kontsultak eta atari oso aberastuko ditu.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	2010

6. ekintza. Gaur egun Foru Aldundietan dauden teknikarien prestakuntza Nekazaritza Ekologikora bideratzea

Nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoan aholkularitza-lanak egiteko berriazko ezagutzak, askotan tradizionalak bestelakoak, behar dira; horregatik, ustiapen tradizionalaren teknikan heziak izan diren eta alor horretan eskarmentua duten pertsonak hutsunak izan

ditzakete eragile ekologikoei aholkatzeko orduan. Hori dela-eta, Foru Aldundietan aholkularitza-zerbitzuetan diharduten teknikariek nekazaritza ekologikoan duten prestakuntza espezializatua hobetuko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak	Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak		2009-2012

2.5.2 estrategia. Nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoari buruzko ikerketa bultzatzea

Eremu geografiko bakoitzak berezko ezaugarriak dituenez eta arloa bera berri samarra denez, beharrezkoa da EAEko ustiategi ekologikoetan labore ezberdinetarako dauden aukerei eta erabili behar diren teknikei buruz dagoen ezagutza sakondu eta zabaltzea.

Analisiaren fasean egiaztatu da sektore honetan garatzen dauden herrialdeak eremu honetan ikerketa eta garapenera baliabide gehien bideratzen dituztenak ere badirela.

Estrategia hau 2 ekintzaz osaturik dago.

1. ekintza. Ekoizpenari buruzko ikerketa-proiektuak bultzatzea, tokiko identitatea bermatze aldera

Ildo horretan aurrera egiteko, EAEren ingurune fisikoan aplikagarriak izan litezkeen nekazaritza zein abeltzaintza ekologikoari eta elikagai ekologikoen elaborazioari buruzko ikerketa eta garapenerako proiektuak bultzatuko dira. Proiektuaren helburua gure elikagai ekologikoen

balioa handitzea edota ustiategiak eta prozesuak hobetzea izango da, beste merkatu batzuetatik datozen produktuen aurrean gure produktuen lehiakortasuna indartzeko.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Zentro teknologikoak Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila. Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak.	2009-2012

2. ekintza. Nekazaritza Ekologikoaren gaineko ikerketan beste administrazio batzuekiko lankidetzat bultzatzea

Egia bada ere zonalde bakoitzaren berezko ezaugarrietatik –lurra, espezieak, klimatologia eta abar– eskualde bakoitzera begirako ikerketa egitea beharrezkoa dela, egia da, halaber, beste eskualde eta administrazio batzuetan nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoari buruzko ezagutza handia dagoela, Euskadiko ustiategi ekologikoen garapenerako oso baliagarria izan daitekeena.

Beraz, aurreko ekintzan jasotako bertako ikerketa sustatzeaz gain, beste administrazioekin Nekazaritza Ekologikoari lotutako teknika eta ikerketei buruzko informazio-trukea bultzatuko da, Euskadiko eragileek alor honetan askoz aurrerago dauden beste eskualde eta herrialdeetako ezagutza eskura izan dezaten.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila Zentro teknologikoak	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	2009-2012

2.5.3 estrategia. Informazioa hobetzea eta hura eskuratzeko modua erraztea

Sektoreari buruzko ezagutza-maila hobetzeko bide horretan, eragileen prestakuntza-maila eta ekoizpenari buruzko ezagutza teknikoak handitzea ez da nahikoa; horrez gain, beharrezkoa da sektoreko eragileek EAEko nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoaren bilakaerari berari buruz informazio gehiago eta hobeia edukitzea, beren jarduerak kudeatzeko tresna gehiago izan ditzaten.

Edozein jarduerak ekonomikotan bezala, ekoizleek, merkaturatzaileek, elkartek, Kontseiluak eta administrazioak berak jakin beharra dute EAEko elikagai ekologikoen eskaintza eta eskaria zein bilakaera izaten ari diren.

Estrategia hau 3 ekintzaz osaturik dago.

1. ekintza. EAEko elikagai ekologikoen kontsumoa aldian-aldian aztertea

Euskadiko ekoizle, elaboratzaile eta merkaturatzaile ekologikoen beren jarduerak ekonomikoan arrakasta izateko eta beren produktuak merkatuan behar bezala kokatzeko, funtsezkoa da denek beren merkatuaren ezagutza zuzen eta zehatza izatea. Jakin beharra dute elikagai ekologikoak zein pertsona-motak kontsumitzen

dituen, zein den beren motibazioa, zer baloratzen duten, produktua non bilatzen duten eta abar.

Gaur egun EAERI buruz horren inguruko informaziorik apenas dagoenez, aldian-aldian EAEko elikagai ekologikoen kontsumoaren bilakaerari buruzko azterketa sakona egingo da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila		2009 eta 2011

2. ekintza. Elikagai ekologikoen eta ez-ekologikoen prezioen eta horien bilakaeraren azterketa konparatiboa

Diagnostikoa azaldu da kontsumitzaileek produktu ekologikoa ez kontsumitzeko eta banatzaileek ez eskaintzeko argudiatu duten arrazoi nagusietako bat prezioa dela. Jantoki kolektiboek ere –merkatu handia inondik ere, plan honek begiz joa duena– eragozpen hori aipatu dute.

Era berean, egiaztatu da, honi buruz dagoen informazio apurrari erreparatuta, prezioen arteko aldea asko aldatzen dela aztertzen den produktu zehatzaren arabera, alegia, batzuen eta besteen artean dauden aldeak oso aldakorrak direla.

Erosteko orduan prezioa faktore garrantzitsua izanik, produktu, marka eta salmenta-guneen aniztasunak aurkezten digun errealitatea hain konplexua izanik, eta eskura dugun informazio zehatza hain eskasa izanik, premiazkoa da, arlo hori kudeatu eta erabakiak hartu ahal izateko, datu fidagarriak edukitzea. Horretarako, EAEko elikagai ekologikoen eta ez-ekologikoen prezioen arteko aldeari buruzko aldizkako azterketa konparatibo bat egingo da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	2009 eta 2011

3. ekintza. Sektorearen ezagutza estatistikoa hobetzea

Aurreko informazioa bezain beharrezkoa da jakitea zer ekoizten ari den, zer saltzen, zein labore hazten ari diren eta zein behera egiten, zein diren ustiatzearen tipologia eta tamaina, zein produktu lantzen ari diren, merkaturatzaile-kopurua nola eta non bilakatzen ari den, eta abar.

Horretarako, sektoreari buruzko datu estatistikoak zehaztasun handiagoz eta kopuru handiagoan eskainiko dira, eta, era berean, eskuragarriago jarriko dira.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua. Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak. Eragile ekologikoak	2009-2012

2.5 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	225.175	217.926	229.294	262.099	934.494
Sektoreko finantzaketa pribatua	15.000	15.735	16.506	17.315	64.556
Bestelako finantzaketa	66.000				
GUZTIRA	240.175	233.661	245.800	279.414	999.050

14.8 2.6 HELBURUA. Nekazaritza ekologikoaren sektorean antolakuntzako hobekuntzak bultzatzea

Illo estrategikoetan nabarmendu den moduan, sektorearen antolakuntzan hobekuntzak egitearen helburua funtsezkoa da nekazaritza ekologikoaren garapenerako. Garapen Plan

honetan, edo honen gainean egin litekeen edozein berrikuspenetan, jaso diren ekimen gehienak martxan jartzeko ezinbestekoa da sektoreko eragileen gidaritza eta koordinazioa.

2.6.1 estrategia. Tokiko erakundeak inplikatzeari

Beharrezkoak diren antolakuntzako hobekuntzen artean, tokiko erakundeek nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoarekin dituzten harremanak eta inplikazioa indartu behar dira.

Tokiko erakundeek beren jarduketa-esparruen garapen errota, endogeno eta iraunkorra, gehienetan landa-izaera sakona duena,

bultzatzen dute. Nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoak erakutsi du, askoz errotuagoa dagoen eskualde askotan, tokiko garapen iraunkorraren aliatu indartsua dela, hainbat onura ekonomiko, ingurumeneko, sozial eta paisaia aldetiko ekarriak.

Estrategia hau 2 ekintzaz osaturik dago.



1. ekintza. Landa Garapeneko Agentzien eta sektorearen artean lankidetzaren esparru egonkor bat garatzea

Landa Garapeneko Agentziek, hain zuzen ere beren ingurunearen garapen ekonomiko eta sozial orekatu eta iraunkorra helburu izanik, nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoa funtsezko elementu gisa baliatu behar dute beren eskualdearen balioa handitzeko, aberastasuna sortzeko eta zonaldeko baliabide ekonomiko, ingurumeneko, paisaia aldetiko eta turistikoak hobetzeko.

Planteamendu hori finkatu, ezarri, moldatu eta zehazte aldera, Landa Garapeneko Agentzien eta dagokion zonaldean diharduten sektorearen artean lankidetzaren esparru egonkorak eta formalak ezarriko dira, bien artean tokiko nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoen garapena sustatzeko.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Landa Garapeneko Agentziak Eusko Jaurlaritzako. Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila. Foru Aldundietako Nekazaritza eta Abeltzaintza Zerbitzuak Udalak	2009-2012

2. ekintza. Udalekin lankidetzaren akordioak eta baterako jardueren programak ezartzea (Agenda 21)

Landa Garapeneko Agentziek bezala, udalek beren herrien garapena sustatzen dute argi eta garbi tokikoa eta iraunkorra den planteamendu batez, batik bat Agenda 21ean barne hartutako jardueretan.

Arlo horretan, zonaldean elikagai ekologikoen ekoizpena sustatzea udalek dituzten helburuekin bat dator erabat, eta beraz sinergia horrek

lankidetzaren akordioak ezartzeko aukera ematen du. Alde horretatik, sektoreko eragileen eta udalen artean akordio egonkor eta formalak sinatuko dira tokiko nekazari, abeltzain, elaboratzaile eta merkaturatzaileei laguntzeko baterako jarduerak egiteko, eragileok indartzea garapen lokal eta iraunkorraren mesederako izango delakoan.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.	Udalak	2009-2012

2.6.2 estrategia. Antolaketa-egitura hobetzea

Sektoreko eragileak berak dira plan honen zatirik handiena garatu behar dutenak, ekintza askotan arduradun, gauzatzaile edota kolaboratzaile gisa ageri direlarik. Ekintzok behar bezala kudeatuta egon daitezten, Euskadiko eragile ekologikoei ongi antolatu eta koordinaturik egon behar dute, ordezkaturik dituzten organo eraginkorren eskutik erabakiak hartzeko eta ekintzak gauzatzeko orduan modu bateratu, egonkor, efikaz eta eraginkorrean jokatu ahal izan dezaten.

Beraz, plan honen zati handi batean “nor” diren horien antolaketa hobetzeaz ari gara; izan ere,

alderdi hori funtsezkoa da ekintza askok, eta planak oro har, EAEko tokiko elikagai ekologikoen eskaintzan eta eskarian ondorio positiboak izan ditzaten eta gaur egun beste eskualde batzuekin alderatuta oraindik kopuru ñimiñoak ageri dituen sektore hau gara dadin.

Antolakuntza hobetuta, posible izango da azkar jardutea, ekintzak martxan jartzea, aurrera egin ahala plana berraztertu eta egokitzea eta ezarri diren helburuak lortzea.

Estrategia hau 4 ekintzaz osaturik dago.

➤ 1. ekintza. Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseiluaren egitura garatzea

Sektorea egituratzeko eta plan hau gauzatzeko organo nagusia Kontseilua izango da. Bertan bat egiten du sektorearen EAEko ordezkariak, eta beraz elikadura ekologikoaren baitako eragileen borondateak elkartu behar ditu.

Eskuartearen dituen funtzio guztiak bete ahal izateko, ongi antolatutako egitura bat garatu

behar du Kontseiluak, erregulazio, sustapen, koordinazio, aholkularitza eta abarreko jarduerak kudeatzeko gaitasuna izango duena. Horregatik, eta alderdi hori ekintza eta helburu askoren arrakastari begira bereziki garrantzitsua denez, antolaketa-egituraren garapena bultzatuko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	2009-2012

2. ekintza. Elkarteen elkartzea eta koordinazioa sustatzea

EAEko nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoaren negozio-kopuruak oso txikiak dira, eta sektorearen kohesioa beharrezkoa da ahalegin guztiak norabide berean jartzeko eta indarrak batzeko. Elkarte asko dituen egitura batekin, EAEen nekazaritza eta abeltzaintza ekologikoari bultzada handia emateko aukerak murriztagoak dira, are murriztagoak asko izateaz gain elkarre bakoitzean bazkide gutxi eta horien artean jarduteko moduaren inguruan adostasunik ez badago.

Euskadin, elikagai ekologikoen ekoizpenak, Kontseiluaren bermeaz gain, beharrezkoa du eragile ekologikoen elkarteak jarduketa-ildo komun batzuen inguruan koordinatzea eta sektorearen egituraketa batuago eta indartsuagoa izatea. Hori guztia aintzat harturik, elkarre koordinazioa bultzatuko da eta, bestalde, elkarteak hazi eta bazkide gehiago har ditzaten sustatuko da.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua Elikagai ekologikoen ekoizleen elkarteak	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	2009-2012

3. ekintza. Ziurtapen-sistema bermatzea

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	2009-2012

4. ekintza. Garapen Plan honen jarraipena egitea

Edozein Garapen Plan edo jarduketa-programatan bezala, arrakasta izateko gakoetako bat haren jarraipena egitea eta aldi-aldian berraztertzea da.

Plan honek helburu, estrategia eta ekintzen sorta aski zabala barne hartzen du, eta haren funtzio-namendua zein emaitzak aldi-aldian berraztertuko beharko dira, zuzendu beharreko desbideratzeak hautemateko. Era berean, ekintzak gauzatu ahala merkatuaren eta oro har ingurunearen baldintzak eta ezagutza aldatuz

doazen heinean, jarduera batzuen adierazpide zehatzak berraztertuko beharko dira, eta, seguruenik, lehentasunak berregokitu.

Horrenbestez, Garapen Plan honen jarraipen sistematikoa egingo da, haren arduradun nagusien eskutik: Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila, eta Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua.

ARDURADUNA	GAUZATZAILEAK	KOLABORATZAILEAK	GAUZATZE EGUTEGIA
Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila	Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila. Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua		2009-2012

2.6 helbururako aurrekontua

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
Finantzaketa publikoa (EJ eta FA)	220.503	220.968	220.928	220.332	882.731
Sektoreko finantzaketa pribatua	20.000	27.300	37.485	46.305	131.090
Bestelako finantzaketa	20.000	25.200	28.665	34.729	108.594
GUZTIRA	260.503	273.468	287.078	301.365	1.122.415

URTEZ URTEKO AURREKONTU OROKORRA

Finantzaketa	2009	2010	2011	2012	GUZTIRA
PUBLIKOA (EJ eta FA)	1.257.121	1.174.033	1.323.286	1.527.703	5.282.143
PRIBATUA	141.367	178.208	400.230	278.207	998.011
BESTELAKOAK	40.000	53.400	60.477	72.759	226.636
GUZTIRA (elaborazioaren sustapena gabe)	1.438.488	1.405.641	1.783.993	1.878.668	6.506.791
Elaborazioaren sustapena					
PUBLIKOA (EJ eta FA)	194.714	216.948	242.119	270.702	924.484
PRIBATUA	533.449	587.528	647.276	713.333	2.481.586
BESTELAKOAK					
Elaborazioaren sustapena GUZTIRA	728.163	804.476	889.395	984.036	3.406.070
GUZTIRA	2.166.652	2.210.117	2.673.388	2.862.704	9.912.861

URTEZ URTEKO AURREKONTU OROKORRAREN FINANTZATZAILE ETA KUDEATZAILEAK

2009. URTEA		AURREKONTUAREN KUDEAKETZAILEAK				
FINANTZATZAILEAK	Kontseilua	Erag. elk. ⁸	Erag. ekol. ⁹	Elabor. ekol. ¹⁰	EJ.	GUZTIRA
EJ.	690.286			175.000	18.000	883.286
FFAA.		201.678	306.872			508.550
Pribatua	115.000		86.367	533.449		734.816
Bestelakoak	40.000					40.000
GUZTIRA	845.286	201.678	393.239	708.449	18.000	2.166.652

8Eragile ekologikoen elkarteak

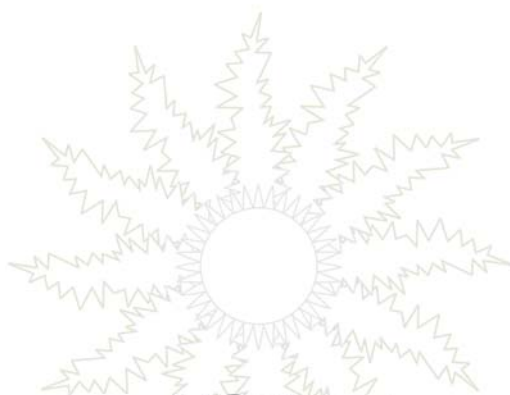
9Eragile ekologikoak

10Elaboratzaile ekologikoak

2010. URTEA		AURREKONTUAREN KUDEAKETZAILEAK				
FINANTZATZAILEAK	Kontseilua	Erag. elk.	Erag. ekol.	Elabor. ekol.	EJ.	GUZTIRA
EJ.	540.814			192.325		733.139
FFAA.		211.560	383.283			594.843
Pribatua	133.335		107.873	587.528		828.736
Bestelakoak	53.400					53.400
GUZTIRA	727.549	211.560	491.155	779.853		2.210.117

2011. URTEA		AURREKONTUAREN KUDEAKETZAILEAK				
FINANTZATZAILEAK	Kontseilua	Erag. elk.	Erag. ekol.	Elabor. ekol.	EJ.	GUZTIRA
EJ.	587.244			211.365		798.609
FFAA.		221.927	478.720			700.647
Pribatua	157.626		308.754	647.276		1.113.656
Bestelakoak	60.477					60.477
GUZTIRA	805.347	221.927	787.474	858.641		2.673.388

2012. URTEA		AURREKONTUAREN KUDEAKETZAILEAK				
FINANTZATZAILEAK	Kontseilua	Erag. elk.	Erag. ekol.	Elabor. ekol.	EJ.	GUZTIRA
EJ.	645.158			232.290	20.778	898.226
FFAA.		232.801	597.921			830.722
Pribatua	179.382		168.282	713.333		1.060.997
Bestelakoak	72.759					72.759
GUZTIRA	897.299	232.801	766.203	945.624	20.778	2.862.704



EAE-n

**Nekazaritza Ekologikoa
Garatzeko Plana**

2009

Eranskinak

2012

ERANSKINA: METODOLOGIA

PROIEKTUAREN FASEAK:

Ezarritako helburuak lortzeko, prozesuaren faseak eskema honi jarraiki landu dira:



Proiektuaren plangintza eta sektorearen partaidetza

Fase honen helburua: Fase honek bi helburu izan zituen:

1. Hasieratik lan-ildoak ezartzea eta proiektuaren eragile zuzenenak identifikatzea.
2. Proiektuan sartuta dauden talde eta eragileei zuzendutako komunikazio- eta partaidetza-plana egitea.

Fasearen edukia: Fase honetan ekintza hauek landu ziren:**•Proiektua operatiboki planifikatzea,** helburu hauekin:

·Aholkularitza-taldearekin datuak eskainiz, analisi partekatuak eginez eta jarduketa-ildoak ezarriz elkarlanean aritzeko Taldea osatzea, bai erabakiak hartzeko atal politikoa, bai lantalde teknikoa.

·Analisian kontuan hartu beharreko informazio-iturriak eta lantegi horretan informazioa eta analisia eskain ditzaketen pertsonak identifikatzea.

•Sektorearen partaidetza planifikatzea: nekazaritza ekologikoko elkarteak, erreferenteak eta abar. Araudian egindako aurrerapenak beti sektorearekin batera egin direnez, hausnarketa estrategikoaren koordinazioa eta jarraipena zein pertsonen egin behar duten zehaztuko da.**•Fasearen azken emaitza gisa, honakoa lortu zen:**

-Lantaldeak eraturik eta iturriak zehazturik edukitzea.

-Interes-multzo guztiei zuzentzeko **komunikazio-plana** zehazturik edukitzea

Sektorearen eta hari atxikitako interes-taldeen etorkizunaren analisia: merkatua, bezeroak**Fase honen helburua: Fase honek hiru helburu izan zituen:**

1.-Sektorearen **aldagai esanguratsuenak identifikatzea.**

2.-Nekazaritza ekologikoaren etorkizuna aztertzea sektorearen bilakaeraren baitan.

3.-Sektorearen **auzi garrantzitsuenak** identifikatzea, ekoizpen-tipologia hau mugitzen den ingurunea eta interes-taldeak kontuan izanda.

Fasearen edukia: Fase honetan ekintza hauek landu ziren:

· Sektoreak orain arte **jarraitu dituen politikak eta estrategiak identifikatzea** eta izan dituen alde arrakastatsuak eta hutsuneak detektatzea.

· Sektorea mugitzen den ingurunearen alderdi ezberdinak aztertzea, bai merkatuaren

ikuspegitik bai lehiaren eta produktuena-renetik.

-Sektoreko interes-taldeen eskariak detektatzea: kokapena eta bezero zein kontsumitzaileek eskakizunak: saltoki handiak, ostalaritza, denda espezializatuak

Fasearen azken emaitza gisa, honakoa lortu zen:

- Hurrengo urteetan **sektorearen bilakaera eta garapena** nolakoa izango den garbi edukitzea “**Sektorearen paradigma berriak aurkitzea**” deitzen dugun horren baitan.
- **Sektorean sortuko diren aukerak** identifikaturik edukitzea, eta baita inguruetik bertatik sortuko diren **kezka- eta mehatxurriak** ere.

Sektorearen ahalbideen eta garatzeko zein hobetzeko esparruen analisia**Fase honen helburua: Fase honek bi helburu izan zituen:**

- 1.-**Sektorearen ikuspegi errealista** izatea: osaketa, egitura, baliabideak eta, sektore produktibo eta ekonomiko gisa, ahalbideak eta gabeziak.
- 2.-Sektorearen **barne-auzi kritikoak**, haren garapenerako beharrezkoak, zeintzuk diren finkatzea: irudia, bolumena, kalitatea, konbergentzia eta abar.

Fasearen edukia: Fase honetan ekintza hauek landu ziren:

- **Sektoreari buruzko diagnostiko** bat egitea, funtsezko alderdi hauen arabera:
 - Produktua: ezaugarriak, kalitatea.
 - Egitura Teknologikoa. Laguntza teknikoak.
 - Ekoizpen-egitura.
 - Merkataritzako eta marketing zein irudiaren alorreko egitura
- Sektorearen indarguneak eta baita **hobetu beharreko esparruak** ere detektatzeko **analisi kualitatibo** bat egitea

Fasearen azken emaitza gisa, honakoa lortu zen:

- Sektoreko eragileek eta pertsonaia nagusiek erantzuna eman behar dieten auzi kritikoak identifikatzea, batik bat sumatzen eta sustatzen dugun hazkunderako joerari erreparatuz.
- Dauden ahalbideak eta gabeziak nahiz etorkizunean izan dezaketen eragina ebaluatzea, ezarri beharreko estrategien indartzaile edo oztopo izan daitezkeen neurrian.

Sektorean dauden sinergien eta beste jarduera-esparru batzuekiko harremanaren analisia

Fase honen helburua: Fase honek bi helburu izan zituen:

- 1.-**Sektorearen sinergiak identifikatzea**, hala sektorearen baitan nola arlo osagarriak eta laguntza-esparruak parteka ditzaketen beste sektore batzuekin: elikaduraren sektorearekin berarekin nahiz lehen batean hain gertuko ez diruditen arren osagarriak izan litezkeen bestelakoekin: turismoa, eta zehazki landa-turismoa, hezkuntza, osasuna edota ingurumena.
- 2.-Sektorearen baitan egon litezkeen **konbergentzia-mailak identifikatzea**, etorkizunean sektore barruko zein kanpoko eragileen artean akordioak ezartzeari begira..

Fasearen edukia: Fase honetan ekintza hauek landu ziren:

- 1.-Balizko **sinergia-esparruak** eratzen dituzten faktoreak zehaztu eta haien pisua neurtzea, dauden sinergien eta sortzen diren edo sor daitezkeen eskalako ekonomien analisia egiteko.
 - Produktuak eragindako sinergiak.
 - Merkatuak, irudiak, marketing-sistemek eta abarrek eragindako sinergiak.
 - Teknlogiek, instalazioek, kalitate-sistemek eta abarrek eragindako sinergiak.
- 2.-Funtsezko ildo hauetan dagoen konbergentzia aztertzea:

Fasearen azken emaitza gisa, honakoa lortu zen:

Sektoreko enpresen probetxurako sinergia potentzialki baliozkoenak identifikatzea.

Etorkizunerako helburuak, estrategiak, programak eta ekintza-ildoak

Fase honen helburua: Fase honek funtsezko helburu bat izan zuen:

- | | |
|--|---|
| <p>1.-Sektorearen Garapen Plana egitea; plana lau urterako aurreikusi da, eta sektoreak garatu beharreko bidearen ildo nagusiak zehaztu ditu hainbat alorretan, hala nola sektorearen egituraketan, produktu-zorroan, irudian, marketing eta berrikuntzan, laguntzetan eta abar.</p> | <p>2.-Hurrengo urteetan sektorea indartu eta garatzeko helburu zehatz eta kuantifikatuak nahiz jarduketa-ildo eta – programak xedatzea.</p> |
|--|---|

Fasearen edukia: Fase honetan kritikotzat jotako zenbait ekintza landu ziren:

- | | |
|--|---|
| <p>1.-Nekazaritza ekologikoaren misioa zehaztea, landa-garapenaren, iraunkortasuneko eta Sektorearen egungo eta etorkizuneko errentagarritasunaren inguruko oinarrizko filosofia eta estrategien baitan.</p> <p>2.-Sektorea hobetzeko helburu kuantifikatuak identifikatu eta zehaztea, hainbat alorri</p> | <p>begira: hazkundera, irudia, salmentak, prezioak, kalitatea, teknologiak, kostuak eta abar.</p> <p>3.-Proposatutako helburuak betetzea ahalbidetuko duten programa zehatz eta errealistak diseinatzea.</p> |
|--|---|

Fasearen azken emaitza gisa, honakoa lortu zen:

- | | |
|--|--|
| <p>Sektorerako epe luzeko plan bat edukitzea, baina epe laburreko ekintzez, sektore osoaren eta Administrazioaren urtez urteko kudeaketa-planak prestatu ahal izateko; planari esker,</p> | <p>ekoizleek etorkizunera begira proposatu diren garapen-ildoen berri izango dute.</p> |
|--|--|

INFORMAZIO, KOMUNIKAZIO ETA PARTAIDETZA PROZESUA

Plana batik bat sektoreari zuzendua dagoenez, proiektuan berebiziko garrantzia du informazioa eskaintzeak eta partaidetza sustatzeak. Partaidetza hori bideratzeko, nagusiki bi modu erabili dira:

Sakoneko elkarrizketa pertsonalak (gehienez 8), 1. Fasean –Plangintza– adieraziko diren erreferenteekin.

Erabakiak hartzeko eta laneko zenbait talde eratzea, diagnostikoa nahiz jarduketa-estrategiak eta -planak kontrastatzeko:

Elkarrizketa pertsonalak

Proiektuaren hasieran egin ziren, informazioaren bilketa erraztu zuen galdesorta edo gidoi bat oinarri harturik. Helburua laneko lehen

diagnostiko bat taxutzeko erabilgarritzat jotako ekarpen eta iritzi guztiak biltzea zen.

Lantaldeak

Sektorea ordezkatzen duten taldeak dira. Taldeak jarduera-profilaren (ekoizleak, merkatu-ratzaileak, sindikatuak eta abar) eta kokapen geografikoaren arabera eratu ziren, eta plangintza-taldeak, ondoren, proiektuaren garapen-fase ezberdinetan egindako analisiak eta ateratako ondorioak helarazi zizkien, horien inguruan gogoeta egin zezaten.

Kontrasterako bilera batzuk egin ziren:

- Diagnostikoaren aurkezpena, lantalde batekin.
- Jarduketa-estrategia eta –planei buruzko eztabaida 3 lantalderekin 3 bilera bereizitan, horien ekarpenak jasotzeko.
- Jarduketa-estrategia eta –planei buruzko beste eztabaida bat lehen aipatu 3 lantaldeekin, baina denok batera bilera berean.

LKS taldea

Aholkulariek, jarraitu beharreko prozesua eta metodologia taxutu dute, proiektua teknikoki zuzendu dute, lantaldeen bilera formalak moderatu, koordinatu eta zuzendu dituzte, jarduketa-ildoak proposatu dituzte eta zatikako zein azken txostenak egin dituzte.

Proiektuaren zatikako zein azken txostenak egiteaz gain, arduradunei haren berri ematen lagundu diete.

ERANSKINA: 2007KO KONTSUMO-BAROMETROAREN FITXA TEKNIKOA –EROSKI FUNDAZIOA

FITXA TEKNIKOA

Unibertsoa: 14 urte edo gehiagoko Populazio Orokorra.

Lagina: 3.218 kasu, % $\pm 1,74$ ko laginketa-errore teorikoa ausazko laginketa bakunaren balizkorako, % 95,5eko Konfiantza Mailaz ($p=q=0,5$).

Esparrua: Espainiar Estatua, banaketa honekin eskualde geografikoen arabera:

- 1 Zona Galizia (261 kasu).
- 2 Zona Euskadi (193 kasu).
- 3 Zona Nafarroa (134 kasu).
- 4 Zona Mediterranea (489 kasu).
- 5 Zona A.M.Bartzelonako metropoli-eremua (327 kasu).
- 6 Zona Andaluzia (537 kasu).
- 7 Zona Madrilgo metropoli-eremua (415 kasu).
- 8 Zona Ipar Erdialdea (435 kasu).
- 9 Zona Erdi Hegoaldea (273 kasu).
- 10 Zona Kanariar Uharteak (154 kasu).

Laginketa-prozesua: Segmentu bakoitza ateratzeko, fase anitzeko laginketa geruzatua egin zen, habitataren tamainaren arabera proportzionala eta eskualde geografikoaren arabera ez-proportzionala; laginketa-puntuetan (herriak) ausazko hautespena baliatu zen, eta etxeetan ere ausazko hautespena telefono-zerrendari jarraiki.

Haztapena: Guztizko emaitzak lortzeko, eskualdeko laginak haztatu dira, beren pisua populazio orokorrean proportzionalki dagokienaren arabera orekatze aldera.

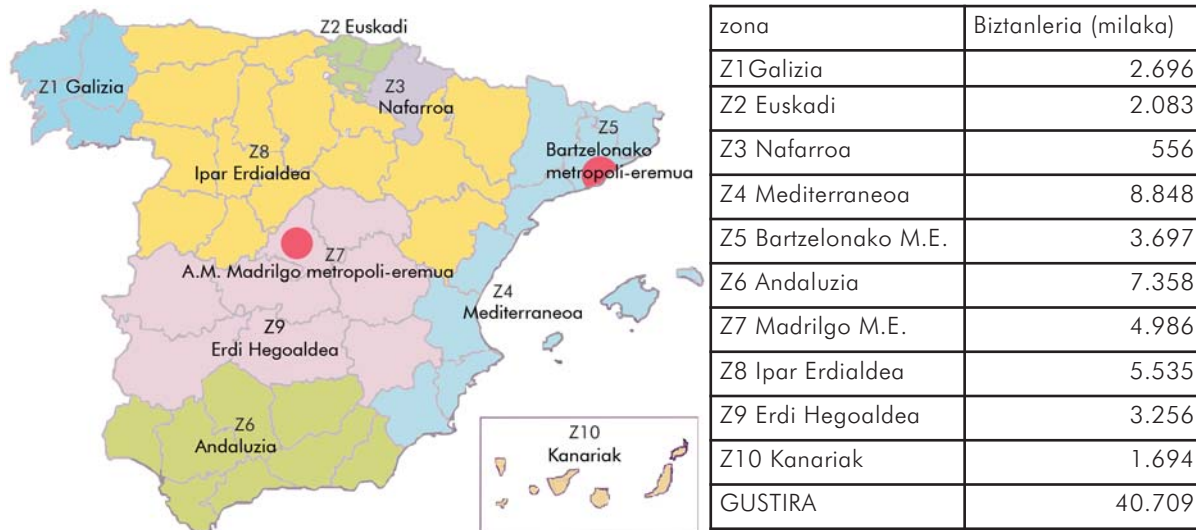
Elkarrizketa-mota: Telefonoz, 17 -19 minutuko iraupeneko galdesorta erdiegituratu batez.

Trabajo de Campo: 2006ko urriaren 31 eta abenduaren 14 a bitarte egina.

Ikuskapena, Arazketa, Kodeketa eta Grabaketa.

AZTERLANEAN JASOTAKO ESKUALDE GEOGRAFIKOAK

Biztanleriaren banaketa



Iturria: INE, 2001eko biztanleria-errolda



EAE-n
Nekazaritza Ekologikoa
Garatzeko Plana

2009

2012