



ALE HONETAN

Eusko Jaurlaritzaren ekintzak

2

Elkarrizketa: Radoslav Zeman,
*BCM Brno enpresaren jabekidea eta
administratzailea*

6

Bestelako erakundeen
deialdi irekiak

9

Gure euskal produktuarekiko
leialtasuna

9

Aktualitatea

10

Produktu berriak

12

Laster:

URRIAK

21-25: Sial Paris

**Produktuak Txekiar Errepublikan eta
Eslovakian banatzen dituen BMC enpresa
Euskadin izan da**

Produktu espainiarrak Txekiar Errepublikan eta Eslovakian banatzen dituen BMC enpresak gure elikagai eta edarien euskal industriako hainbat enpresa bisitatu zituen irailaren 26tik 28ra, eta prestakuntza-jardunaldi batean parte hartu zuen.

EUSKO JAURLARITZAREN EKINTZAK

Txekiar Errepublikarako eta Eslovakiarako banaketa-enpresa bat edarien eta elikagaien industriako Euskadiko hainbat enpresatan izan da



Espainiako produktuak Txekiar Errepublikan eta Eslovakian banatzen dituen BMC enpresako ordezkariak elikagai eta edarien euskal industriako hainbat enpresa bisitatu zituzten irailaren 26tik 28ra, produktu horiek zuzenean ezagutzeko.

Ezagutu eta dastatu zituzten produktuetako batzuk Arabar Errioxako ardoa, txakolina, sagardoa, gozoak, kontserbak, patxarana eta Idiazabal gazta izan ziren.

Batzen dituen historia eta hurbiltasun linguistiko direla-eta, Txekiar Errepublikak eta Eslovakiak 16 milioi biztanleko merkatu bakar gisa funtzionatzen dute alderdi askotan. Txekiar Errepublikak batez ere, inguruko gainerako herrialdeek

baino erosahalmen handiagoa du, eta lehenengo helmuga izan ohi da gastronomia sektoreko enpresak ezartzeko. Tokiko kontsumitzaileak gourmet eta delicatessen produktuen aldeko gero eta joera handiagoa du, bai eta interes handiagoa ere, eskualdeko produktu berriak probatzeko.

BMCK jarduten duen merkatuaren inguruko doako prestakuntza-jardunaldi bat hartu zuen agenda zorrotz baten barruan.

[Bisitaren argazki batzuk](#)



EUSKO JAURLARITZAREN EKINTZAK

Merkatu berrietan gure ardoen eta elikagaien presentzia sustatzeko ekimen berria

Elikagai eta edari industriako Euskadiko hainbat enpresak Eusko Jaurlaritzak merkatu berrietan gure ardoen eta elikagaien presentzia modu pertsonalizatuan sustatzeko eta dinamizatze bultzatutako ekimen berri batean parte hartu dute.

Formatu berri bat da, business agenda pertsonalizatua, eta oraingoan AEBak ditu xede, euskal produktuentzat interesgarria den merkatu-helmuga.

Helburua da gure ardoen eta elikagaien

presentzia enpresa bakoitzarentzat pertsonalizatutako lan-agenda oso baten bidez hautatutako merkatuetan dinamizatzea.

Lan-agenda formatu horretatik abiatuta, 2013rako Sustapen Plana osatu da, formatu berri hori duena.

Zein ekintza garatuko dira AEBetan?

- Promozioa, on-off line medioetan.
- Worlds of Flavor (WOF) jaialdian parte hartuko da.
- Microsite.

Esperientzia:

Luisa Villegas, Artzai-Gaztaren koordinatzailea.

“2009ko Plan Estrategikoak nazioartekotzeko atal bat eduki zuen, mundu mailan jaso genituen aitortzek eraginda; horregatik, merkatu horietan aukera garrantzitsua zegoela pentsatu genuen. Horiek horrela, 2011. urtean, xede herrialde batzuk ezarri ziren Nazioartekotze Planean, potentzial ekonomiko eta kulturala aintzat hartuta. Horietako bat AEBak zirela ikusi genuen; ospe handiko Europako gazta baten bila zebiltzan, eta gu ezin egokiagoak ginen horretarako. Urte horretatik aurrera, ekimen pribatuak egiten hasi ginen, bai eta Eusko Jaurlaritzak bultzatutako ekintzak ere, AEBetako promozioa, besteak beste. Garrantzitsua deritzogu beste produktu batzuekin batera joateari, kalitatezko olio batekin, piperrekin, eta ardo on batekin, adibidez, aberasgarriagoa iruditzen baitzaigu. AEBetako lan-agenda ondo joan da, aurreikusitako hitzorduei eusten ari gara, eta pozik gaude”.

Esperientzia:

Pieter Brolsma, Exba-7 Export Consortium, AIE-ko gerentea

“Ameriketako Estatu Batuetako hirietan egindako bileren esperientzia oso positiboa izan da. AEBetako merkatua zabaltzeko gure bilaketa-irizpideen arabera antolatutako lan-agenda pertsonalizatuari esker, gure merkataritza-beharretara egokitutako profilekin bildu ahal izan gara, kasurik gehienetan. Inguruan lehiakide ugari ditugula bezero batekin 10 minututan soilik bildu gaitzkeen azoketan ez bezala, hitz egiteko, elkar eragiteko eta dastatzeko aukera eduki dugu bilera horietan, eta kasurik gehienetan, euren enpresetan eta 3 ordu baino gehiagoan, eta ahalik eta aurkezpen osoenak egiten lagundu digu horrek. Bilerak inportazio/banaketa enpresetako gerenteekin izan dira beti, eta horrek erabakiak azkarrago eta egokiago hartzen laguntzen du, elkarrekin lan egiten hasteko. Benetan mesedegarria eta eraginkorra izan da aurkezpenetarako lagunak bidaltzea, horretarako sortutako ardo-bankuari esker; eta kasuren batean, laginak bidali ahal izan dizkiegu bezero interesatuei, bileren ondoren”.

EUSKO JAURLARITZAREN EKINTZAK

Euskal enpresei kanpoko sustapenaren eta nazioartekotzearen gakoak erakusteko jardunaldia

Euskal enpresek kanpoko sustapena eta nazioartekotzea sustatzeko gakoak eta tresnei buruzko jardunaldi batean parte hartu dute.

Jardunaldi horretan, bi sailek kanpoko sustapena eta nazioartekotzea sustatzeko dituzten tresnak aurkeztu eta azaldu zituzten.

Eusko Jaurlaritzako Ingurumen, Lurralde Plangintza, Nekazaritza eta Arrantza Sailak irailaren 13an antolatu zuen, Industria, Berrikuntza eta Merkataritza Sailarekin batera, Euskal Elikadura

Industriaren 2013rako Sustapen Planaren gakoak aurkezteko jardunaldi hori.

Euren nazioartekotze estrategian arrakasta handia eduki duten bi enpresak parte hartu zuten jardunaldian: Eguren Ugarte upategiak eta La Bacaladera enpresak, eta euren esperientzia transmititu zieten bertaratu zirenei.

Hemen kontsulta ditzakezu nazioartekotze jardunaldi horretako aurkezpenak.



• 'Nazioartekotzea Sustatzeko 2012ko Programak'

Catalina Chamorro, Industria, Berrikuntza, Merkataritza eta Turismo Saileko Nazioartekotze zuzendaria.



• 'Nazioartekotzea eta Kanpoan Sustatzeko 2013rako Plana'

Amaia Barrena, Eusko Jaurlaritzako Ingurumen, Lurralde Plangintza, Nekazaritza eta Arrantza Saileko Berrikuntza eta Elikagai Industrien zuzendaria.



• 'Nazioartekotze eredia. Eguren Ugarte'

Koldo Eguren, Eguren Ugarte upategiko gerentea.



• 'Gure esperientzia. La Bacaladera'

Jose Maria Salvador, La Bacaladera-ko zuzendari-gerentea.

Galdetegia

Bestalde, galdetegi bat jaso dute enpresek, euren enpresarentzat duten garrantzia eta preferentzia aintzat hartuta, lan-agenda zer merkatutan –horien hurrenkerarekin- antolatu nahiko luketen esateko eta parte hartzeko konpromisoa hartzeko.

EUSKO JAURLARITZAREN EKINTZAK



2013ko Sirha Lyon azokako Euskadiren erakusmahaia handitu dute, eskaera handiaren ondorioz.

2013ko Sirha Lyoneko azokako Euskadiren erakusmahaiaren azalera handitu dute, 2013ko urtarrilaren 26tik 30era ostalaritzari, catering-ari, jatetxe-enpresei eta elikadurari buruzko nazioarteko azoka horretara joan nahi duten enpresen eskariari erantzuteko.

Ondorengo enpresa hauek egongo dira 2013ko Sirha Lyon azokako Euskadiren erakusmahaietan:

- Conservas Ortiz S.A.
- AmeztoiAnaiak S.L.
- Txogitxu S.L.
- Corpa –Corp- Pascual Hnos. S.A.
- Casa Eceiza, S.L.
- Artadi Alimentación
- Patatas San Jerónimo, S.L.
- Fundación Valle Salado de Añana
- Gesalaga Precocinados S.A
- Conservas Dentici, S.L
- Salanort S.L
- Geltoki
- Angulas Aguinaga SAU

Esperientzia:

Isabel Lorea, Angulas Aguinagako esportazio zuzendaria

"Frantzia herrialde estrategikoa da, kontsumitzaile frantsesaren beharretara gero eta gehiago egokitzen den gure produktu-gama gero eta zabalagoaren esportazioari dagokionez. Orain urte batzuk SIRHA azokan izan ginen, eta gure ustez, Frantziako elikagai azoka onenetako bat da, bai Frantziako merkatuarentzat eta bai Europakoarentzat. Beraz, uste dugu SIRHA azoka oso interesgarria izan daitekeela banatzaile berriak aurkitzeko eta jatetxeen munduan sartzeko, oraindik ez baitugu presentzia handiegirik bertan. Gainera, Eusko Jaurlaritzaren diru-laguntza oso interesgarria da azoka horretan parte hartzeko".

ELKARRIZKETA... RADOSLAV ZEMAN



“Txekiarrek eta eslovakiarrek gero eta gehiago bilatzen dute sukaldaritza osasungarri eta goxoa, eta hori kalitate handiko produktuen bitartez eskura dezakete; Euskal Herriko produktuekin, adibidez”

Radoslav Zeman
BCM Brno enpresaren jabekidea eta administratzailea.

Zein izan da BMC Brno-ren ibilbidea? Lehenengo aldiz da Euskadira zatozena?

BMC Brnok 20 urte daramatza Espainiako produktuak inportatzen espezializatuta, eta etengabe zabaldu nahi du gama. Guretzat, BMC Brnoren lehenengo bisita da Euskadira, horren eskala handian. Arabar Errioxako ardogintza eskualdea, kostaldeko kontserba fabrikak eta upategiak, eta Gipuzkoa, gazta zein turroi fabrikak, eta sagardotegiak bisitatu ditugu.

Nortzuk dira zuen bezero nagusiak?

Txekiar Errepublikako eta Eslovakiako mota askotako bezeroei eskaintzen dizkiegu gure produktuak. Baina batez ere, elikagai ekoizleak (prozesatzeko erosten dituzte produktuak), nazioarteko merkataritza-kateak, denda independenteen kateak, gastronomia, opari eta delicatessen denda bereziak eta ardandegiak; izan ere, Txekiar Errepublikan oso ezagunak dira eta oso zabaldua daude; ardoa eta delicatessen produktuak saltzen dituzte. Horrez gainera, gure denda propioa

dugu Brnoko gure egoitzan, “Bassta”; inportatutako produktu guztiak saltzen ditugu, eta frankizien bidez Txekiar Errepublikako eta Eslovakiako beste hainbat hiritara zabaltzeko asmoa dugu.

Txekiarrei eta eslovakiarrei zergatik interesatzen zaizkie hemengo produktuak?

Euskal produktuak ez dira hain ezagunak gure herrialdean, baina gure merkatuan aurki ditzakegun produktu urriak oso ezagunak dira, duten bikaintasun eta kalitateagatik. Adibidez, arrainak, itsaskiak, txakolina eta Arabako ardo paregabeak, sagardoa eta gozoak. Gastronomia ez ezik, merkataritza ere aberasten dute euskal produktuek.

Eta alderantziz, euskal enpresei zergatik interesatu beharko litzaieke merkatu horietara esportatzea?

Txekiar Errepublikak 10,5 milioi biztanle ditu, eta Eslovakiak 5 milioi; nahiko merkatu handia da, dudarik gabe, euskal esportatzaileentzat. Europar Batasuneko kide izanda, ez dago merkataritza-barrerarik; horrek esan nahi du salgaiek

ELKARRIZKETA... RADOSLAV ZEMAN

libreki zirkula dezaketela. Txekiarrek eta eslovakiarrek gero eta gehiago bilatzen dute sukaldaritza osasungarri eta goxoa, eta hori kalitate handiko produktuen bitartez eskura dezakete, Euskal Herriko produktuekin, adibidez.

Zer-nolako negozio-onurak ditu txekiar eta eslovakiar merkatuak Europar Batasuneko gainerako merkatuen aldean?

Orain 20 urte zabaldu ziren mugak, eta jendea produktu berriak deskubritzen ari da. Jendeari gero eta gehiago interesatzen zaizkio; batez ere, kalitate handikoak eta osasungarriak, eta guk eskaini diezazkiegu. Produktuak sustatu behar dira, sutapena hasiera-hasieratik zainduta.

Ardoak, edari alkoholdunak eta alkoholikgabeak, olibak, oliba olioak, delia, itsaskiak, urdaiazpikoa, hotzeko produktuak... Zein euskal produktu erantsiko zenizkioke txekiar eta eslovakiar merkaturako zure eskaintza zabalari? Zeren bila zabilta?

Lehenik eta behin, arraina eta itsaskiak bilatzen ditugu, gastronomiatik eta azken bezeroengatik. Betiko euskal produktuetan ere badugu interesik, euskal sukaldaritza ospetsua ezagutarazteko erabil ditzakegunetan, gaztetan, pattarretan, ardoetan, turroietan eta abarretan. 2012ko abuztuaz geroztik Espainiako sukaldaritza ere ezagutarazteko proiektu berriari ekin diogu. Gure www.spanelskerecepty.cz webgunetan Espainia osoko eta Euskadiko errezetak ditugu; euskal sukaldaritza da estatuko onena, eta arreta berezia eskaintzen diogu. Proiektu horren harira, espainiar sukaldaritzako

“Euskal produktuak ez dira hain ezagunak gure herrialdean, baina gure merkatuan aurki ditzakegun produktu urriak oso ezagunak dira, duten bikaintasun eta kalitateagatik”

platerak prestatzen ditu gure sukaldariak Txekiar Errepublikako eta Eslovakiako jatetxeetan, gure gamako produktuak sustatzeko.

Zergatik esportatzen dira hain euskal produktu gutxi eskualde horietara?

Berrogei urte baino gehiago eta gero, bidaiatzen hasi ziren txekiarrak, eta poliki-poliki, beste kulturak ezagutzen, gastronomia barne. Orain, atzerrian gustatutako produktuak bilatzen ditu jendeak, eta gure enpresak eraman egin diezazkieke. Lehen, gure merkatuan ez zegoen halako produkturik, eta merkataritza-kate handiak prezio merkeetan zentratzen ziren produktuaren kalitatean baino gehiago. Orain, aldatzen do ahoari, eta jendeak dagokion kalitatea bakarrik nahi du.

Zer asmorekin etorri zarete euskal elikadura eta edari industriako enpresen topaketara?

Euskal enpresek euren produktuen gama zabala eskaintzea espero dugu, gure bezeroak asebetetzeko, eta harreman komertzial sendoak eta iraunkorrak ezartzea.

ELKARRIZKETA... RADOSLAV ZEMAN



Zure esperientziaren arabera, zer abantaila konpetitibo dituzte euskal produktuek txekiar eta eslovakiar merkatuan sartzeko?

Kalitate handiko produktuak dira, babes handia dute marketin aldetik, eta oso ongi saltzea dira.

Eta zer hobetu beharko lukete, fuerteagoak izateko?

Publizitatea eta promozioa, dudarik gabe, eta salmentak sustatzeko hainbat modu inplikatzeko horrek. Gakoa da jendea Euskal Herriari eta horren gastronomiari buruz kontzientziaztea, ezezagunaren inguruko beldurraren muga hausteko.

“Ez gara txikizkariak soilik; eskaintzen duguna dastatzen dugunez, badakigu zer saltzen dugun” diozue behin eta berriz.

Bai. Bidaietan, gure bezero eta erosleek hornitzaileen goi mailako teknologia ikusten dute; nortzuk diren, eta

produktua nola egiten den. Beraz, “aurpegia” erakusten du produktuk; badakite zer erosten duten, eta guk produktua egokia dela berma dezakegu.

Espainiako 136 fabrikatzaile dituzue egun zuen zorroan, eta salgai askotarikoen 90 kamioi eramaten dituzue urtean Txekiar Errepublikara; hau da, 2 kamioi astean. Zer aurreikuspen dituzue datozen urteetarako? Zer proiektu, mahai gainean, etorkizunera begira?

BMC Brnok %10 inguru hazi du Espainiako inportazioa azken bost urteotan. Produktu mota bera inportatzen dugu beti, baina produktu berriak ere bilatzen ditugu, produktu paregabeak. Orain gutxi Espainiako sukaldaritzaren eta errezeten inguruko proiektu berri bati ekin diogu, sukaldaritzaren eta bertako gastronomia zein kultura ezagutarazteko. ■

BESTELAKO ERAKUNDEEN DEIALDI IREKIAK

Foccus Bilbao 2012 Elikadura eta gastronomia

[Izena eman](#)



Egunak: 2012ko azaroak 5-7

Lekua: Bilbo

Klein & Fein erakusketa

[Izena eman](#)

Eguna: 2013ko otsailak 18

Lekua: Zurich (Suitza)

Deialdia egin duen erakundea: ICEX

Izena emateko epea: 2012ko urriaren 26ra arte

ZORIONA, GURE EUSKAL PRODUKTUAREKIN

Atal honetan, gure produktuarekin leial diren kontsumitzaileen iritzia jaso nahi dugu. Azken batean, haiengan pentsatuta egiten dute ahalegina elikagai eta edariaren euskal enpresek.



Esperientzia

Maite Aramendi Escuza, dekoratzailea, 38 urte
(Bilbao | Bizkaia)

"Gure etxean, Bilboko betiko saltokian erosten ditugu kontserbak, eta Euskal Herrikoak dira beti. Supermerkatura joaten garenean, hemengo gazta eta barazkiak erosten saiatzen gara; labeldunak, askotan. Eta larunbatetan, eguraldi ona egiten badu, azokara joan eta zuzenean erosten diegu ekoizleei. Hemengo zaporetara ohituta nago, eta gustuko dituzun gauza batzuk ez dituzu aldatu nahi; horregatik erosten dut Euskal Herriko produktua; badakizu zen den, eta ona egongo dela".

AKTUALITATEA



Mahats Bilketa Jaialdia

Arabar Errioxako 2012ko XIX. Mahats Bilketa Jaialdiaren ekintza nagusia irailaren 16an izango da, igandearekin, Lapuebla de Labarcen.

Jokin Villanueva Zubizarreta, Guardia-Arabar Errioxa Kuadrillako presidentea

Zer suposatzen du jaialdi horrek ardogintza sektorearentzat?

Hemezortzi urtean ospatu eta gero, Europako ardo onenetako bat ekoizten duen eskualde arabarraren bizitasunaren adierazle da Arabar Errioxako Mahats Bilketa Jaialdia. Arabar Errioxako hamaika mila herritarrek bete-betean parte hartzen dute, eta Arabako eta Euskal Herriko gainerako eskualdeek ere bere egiten dute lan batekin, bizimodu batekin eta lur bizi eta emankor batekin harro daudela erakusten duen jaialdi hori. Ardogintza sektorearentzat, ez dago laguntza handiagorik, horren kalitatea, gaitasuna eta inplikazio soziala nabarmentzen baitira.

Upategiak eta Arabar Errioxa sustatzeko ekintza da, ezta?

Lehenik eta behin, Guardia-Arabar Errioxa eskualdea eta kuadrilla garatzeko modu bat da jaialdia. Egiten ditugun ekintzekin –milaka eta milaka lagunek parte hartzen dute-, bizitzeko modu bat, gizarte harremanak, kultura eta eskualdea osatzen duten hamabost udalerrien eta lau Batzordeen aurrerapen soziala gorai patzen dira. Arabar Errioxako Mahats Bilketa Jaialdia ibiltaria da, eta arestian aipatutako udalerrri batek antolatzen du urtero,

Arabar Errioxako kuadrillarekin batera. Horrela, eskualde osoa, jende guztia eta ardogintza sektorea inplikatzeko lortzen da. Upategi bat edo upategi-multzo bat baino gehiago, lurralde baten eta horren produktu nagusiaren balioa zabaltzen da: Arabar Errioxako ardoena.

Bada berrikuntzarik programan?

Aurten, Lapuebla de Labarcak antolatuko du. Jaialdia baino egun batzuk lehenago, Arabar Errioxako ardoa Arabar Errioxako olioarekin senidetzeko ekintzak hasi zituzten; urteak daramatzate produktu hori sustatzen, gure inguruko olibondoak eta errotak leheneratuta. Horrekin batera, lan handia egiten da sektore ahulenak sozialki sustatzeko, eta garrantzitsua da hori. Jaialdiari dagokionez, Lapuebla de Labarcak ibilbide berezia eskaintzen du udalerriko kaleetan barrena, hainbat ekitaldi ludiko eta kulturelekin, Arabar Errioxako eskualdeko bisitariei inguruko berezitasunak eta aisialdirako aukerak erakusteko; nonahi aurki daitekeen ardoaren inguruko kulturarekin, betiere.

[Hemen kontsulta ditzakezu Arabar Errioxako Mahats Bilketa Jaialdi XIX. Ardo Lehiaketako irabazleak. Hogeita lau sarituetatik 17 Arabar Errioxakoak dira.](#)

AKTUALITATEA



[Arabar Errioxako ardoen, Gorrotxategi txokolatearen eta Eusko Labeleko aparteko oliba olio birjinaren dastatzea](#)

Mikel Garaizabalek eta Rafael Gorrotxategik Arabar Errioxako ardoen, Gorrotxategi txokolatearen eta Eusko Labeleko olioaren dastatze berezi bat eskaini zuten Samaniegon (Araba), "Samaniegoren Lekua" programaren barruan.



San Sebastian Gastronomika, 2012ko urriaren 7tik 10era



[Alimentaria & Horexpo Lisboa azoka 2013ko apirilaren 14tik 17ra izango da](#)

Elikadura Industriarako Lisboako Nazioarteko Elikadura, Ostalaritza eta Teknologia Jaialdia Portugalgo elikadura sektorearen azoka da; 45.000 m2-ko erakusketa-aretoa du, eta 850 enpresa -portugesak eta atzerritarrak-, 30.000 erosle profesional eta 1.200 erosle atzerritar biltzen ditu.



[Idiazabal sor-markak 'Idiazabal esperientzia' zabaldu du sare sozialetan](#)

Idiazabal sor-markaren historia, 1987. urteko hastapenetatik gaur egun arte. Horixe da Batzorde Arautzaileak sor-marka horren 25. urteurrena ospatzeko bultzatutako 'Idiazabal esperientzia'ren haria. Sare sozialetan zabaldu dute, sor-markaren web orriaren bitartez horren historia kontatzeko.

www.facebook.com/Oquesoldiazabal

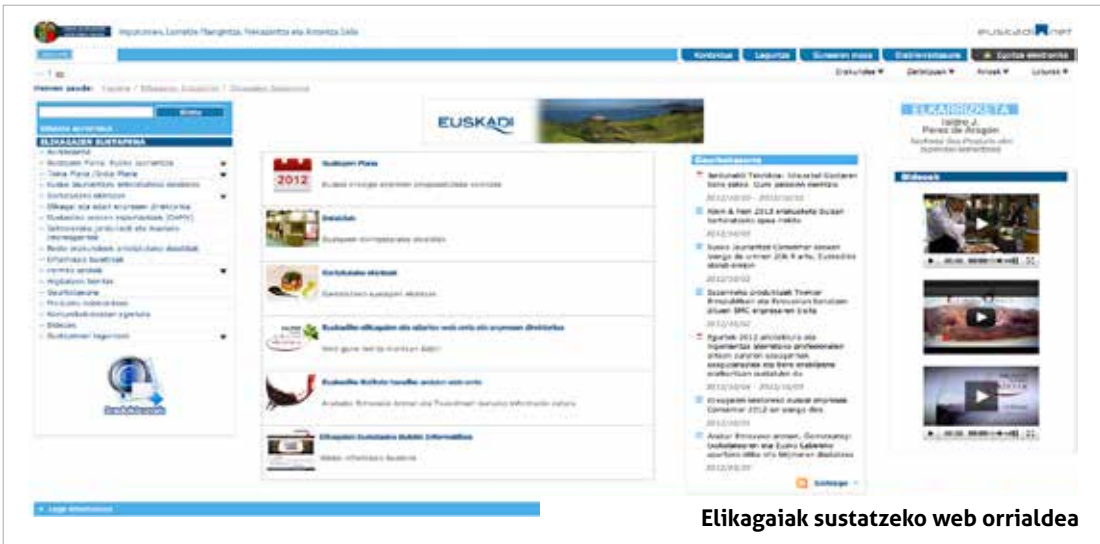
PRODUKTU BERRIAK



Oraingo honetan, Elikagaiak Sustatzeko web orriaren 'Produktu berriak' atalak Nortindal Sea Products-eko zuzendari komertzial Isidro J. Perez de Aragoni egindako elkarrizketa dakarkizue; txipiroi-tintari buruz mintzatu zaigu, Innoval 2012ko bigaren saria eskuratu baitu Alimentaria Mexico-n; bai eta merkatura aterako dituzten produktu berriei, enpresaren filosofiari, jarduten duten merkatuei, euren promozio-ekintzei eta abarri buruz ere.



[Elkarrizketa.](#)



Elikagaiak sustatzeko web orrialdea

<http://www.euskadi.net/elikagaiensustapena>

