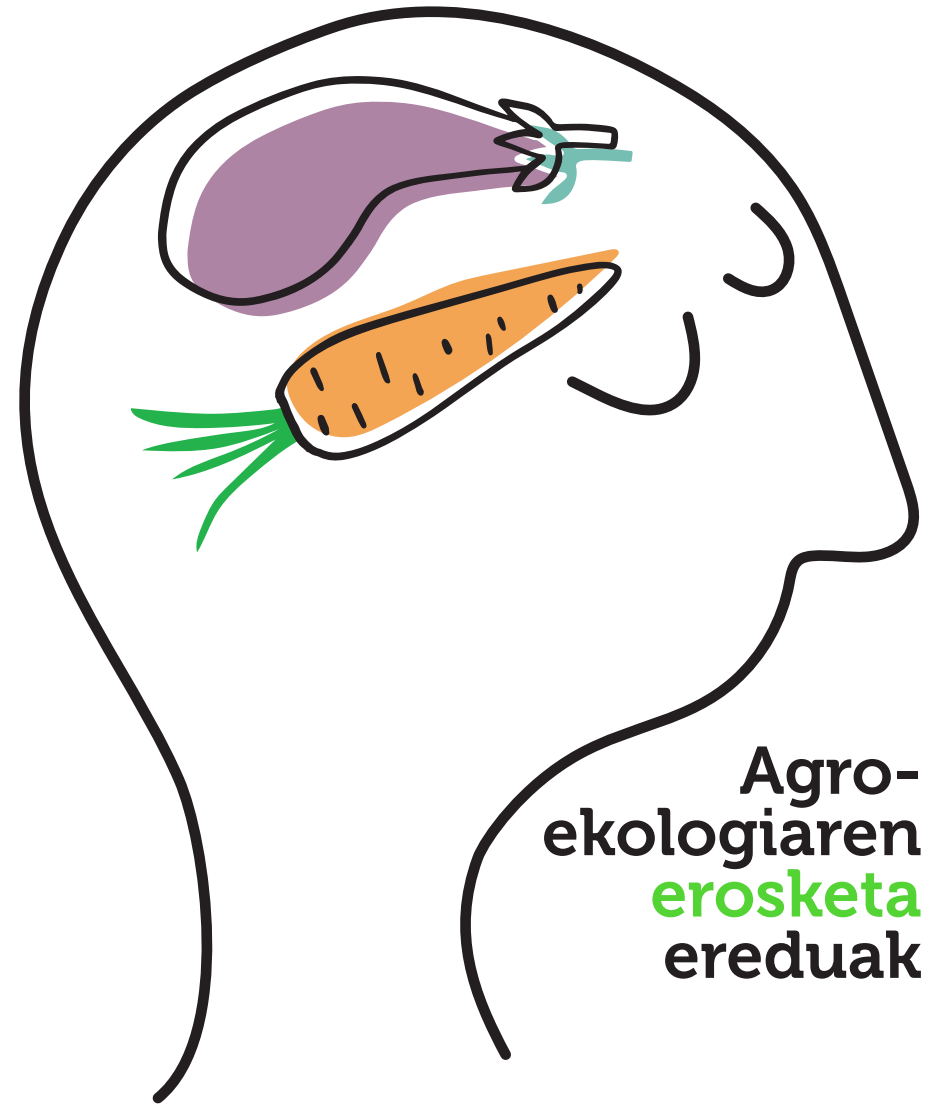
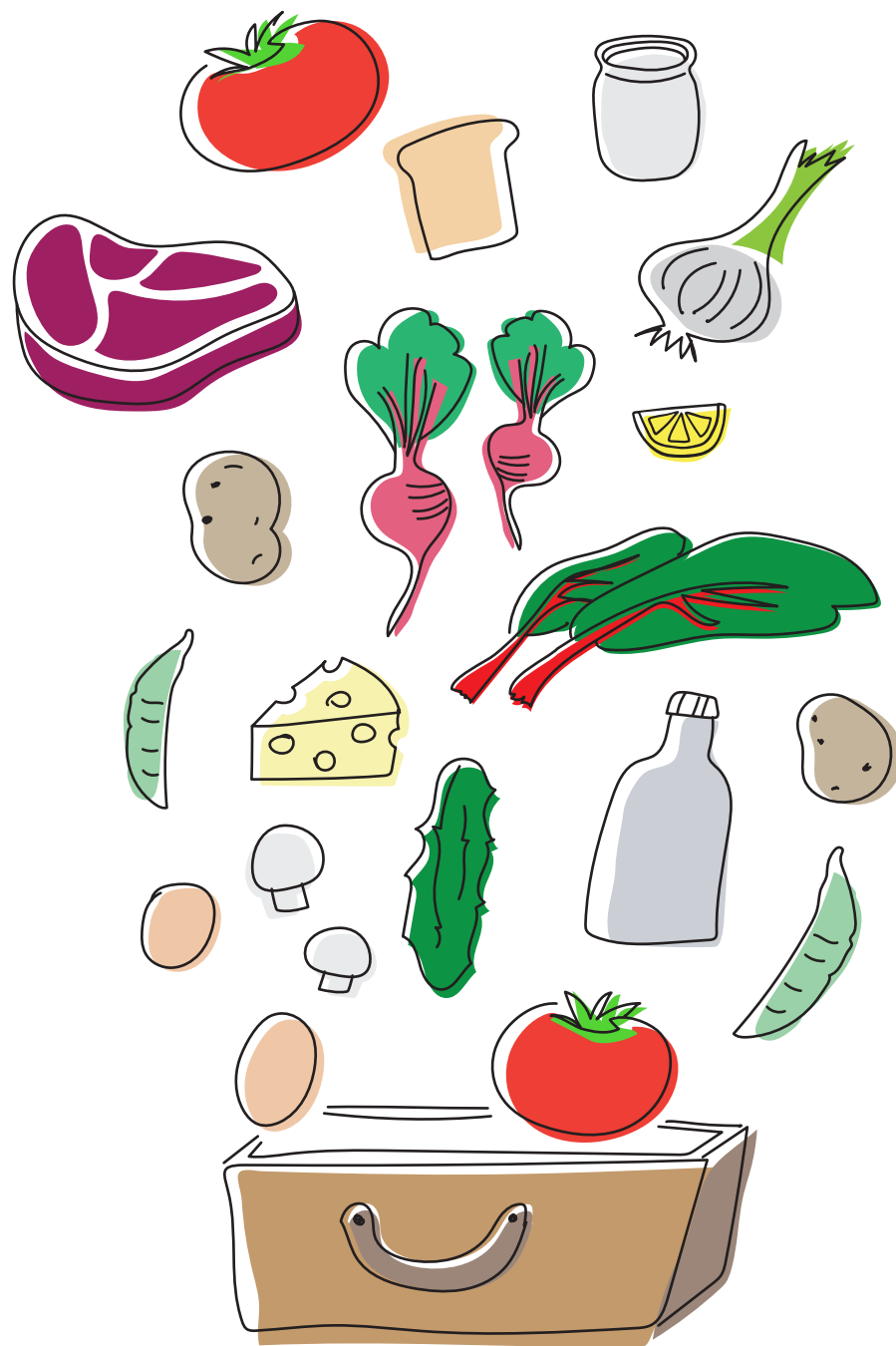




Agro-
ekologiaren
erosketa
ereduak



Eskerrak eman nahi dizkiogu
HAZI Fundazioari ikerketa hau
posible egiteagatik eta parte
hartu duzen pertsona,
kolektibo eta elkarte guztiei.

EHKOlektiboa ELKARTEA

Euskal Herriko laborari eta herritar
agroekologikoen kolektiboa

Ikerketa taldea · Aintzira Oñederra, Marc Badal
EHKO Dinamizazioa · Leire Rodríguez
Itzulpenak · Estibalitz Unanue, Irati Fernández
Babeslea · HAZI Fundazioa
Diseinua · claraicasanova@gmail.com
Inprimatzea · Gráficas Mitxelena, 2019ko Iraila
ISBN 978-84-09-14963-6

XX. mendean, supermerkatuen arrakasta handitzearekin batera, gaur egungo kontsumitzeko ohitura nagusi izatera iritsi da. Duela urte batzuk, produktu ekologikoek beren lekua topatu zuten merkatuan, eta, orain, supermerkatuetan apalak hosto berdez betetzen dira, freskoak, transformatuak eta antzeko eskaintza aberatsekin. Hala ere, produktu horien ekoizpenaren atzean laborantza ekologiko industrialak suma genezake (etxalde alimalekoak, mono-laborantzak, lan-baldintza txarrak, urrunekoak, hainbat araudi...); azken finean, Euskal Herrirako nahi dugun burujabetza eta lurralde-garapenetik urruneko eredia.

Horren aurrean, bestelako aukera da EHKOLEktiboa, agroekologiaren bidean diren Euskal Herriko laborari eta herritarrek saretu nahi dituen elkarte. 2012-2014 bitartean egindako prozesu baten ondorioz sortu zen EHKO IDENTIFIKATZAILEA, laborariek kolektiboan definitutako irizpide agroekologikoetan oinarrituriko berme-sistema parte-hartzailea.

Azken urteotan identifikatzailearen ibilbidea herritarren prozesuetatik urrun gelditzen ari zela ohartuta, gerturatze-prozesua abian jarri da. Horretarako, 2018. urtean hasi zen **Euskal Herriko kontsumo talde, elkarte eta kooperatiba agroekologikoen** arteko harremana eta ekintza kolektiboa indartzeko prozesua. Ikerketa parte-hartzailea abiatu zen, merkaturatze-bide laburrei lotutako kontsumo-eredu antolatuek gaur egun Euskal Herrian bizi duten egoera (dimentsio sozial eta ekonomikoa) ezagutzea helburu.

Ikerketan, Euskal Herrian ditugun merkaturatze-bide laburrak karakterizatu dira, bai eta kontsumo antolatuari lotutako ekimenen azterketa sakona egin ere, gaur egun martxan dauden kontsumo elkarte, talde eta kooperatibak ezagutzeko asmoz. Nahiz eta ezin izan ditugun jaso definitutako ekimena eta sare guztien inguruko datuak, bilaketa horretan eskuratu ditugun emaitzak oso aberasgarriak izan dira: 1,70 kontsumo-talde baino gehiago eta 16 kontsumitzaile-elkarte, guztira 14.000 bat familia barnebiltzen dituztenak Euskal Herri osoan.

Azterketa horrek lagundu digu irudikatzen zein funtsezko irizpideek baldintzatzen duten ekoizpen ekologiko txikiaren eta herritar kontsumitzaileen arteko zuzeneko harremanean oinarritutako merkaturatze-eredu ugarien etorkizuna. Aldi berean, ekimenek elkar ezagutzeko bi topaketa aberasgarri egin dira, eta pozik ondoriozta dezakegu badela pixkanaka egituratzen ari den gogoia agroekologian oinarritutako Euskal Herriko Elikadura Burujabetzaren bidean lanean jarraitzeko, herritarren erosketa-gaitasuna oinarri.

Txosten honetan, ikerketaren gako nagusiak jaso ditugu, jakintzak kolektibizatzen lagunduko duelakoan. Agiria osorik eskuratu nahi izanez gero, jarri gurekin harremanetan.

1. Ikerketaren helburuak eta faseak (8. Orria)

- . Helburuak (8. Orria)
- . Ikerketaren faseak (8. Orria)

2. Merkaturatze Bide Laburrak (9. Orria)

- . Azokak eta azoka bereziak (9. Orria)
- . Saltoki txikiak (10. Orria)
- . Ekoizle-elkarteek kudeaturiko saltokiak (10. Orria)
- . Kooperatiba-saltokiak (10. Orria)
- . Azalera handiko merkataritza-guneak (10. Orria)
- . Jatetxeak eta sukaldaritza-zerbitzua ematen duten bestelako saltokiak
- . Sukaldaritza kolektiboa eta kontsumo soziala (11. Orria)
- . Catering-zerbitzuak (11. Orria)
- . Vending-makinak (11. Orria)
- . Online bidezko salmenta (12. Orria)
- . Zuzeneko salmenta baserrian
- . Herriar-sareak (12. Orria)
- . Kontsumo-taldeak (12. Orria)
- . Kontsumitzaile-elkarteak (12. Orria)

3. Kontsumo antolatuan oinarritutako ereduaren definizioa eta ezaugarriak (12. Orria)

4. Ekimenen identifikazioa (14. Orria)

5. Kontsumo antolatuan oinarritutako merkaturatze-ekimenen azterketa (22. Orria)

- . Bideen azterketa (22. Orria)
 - Produktuen kantidadea eta dibertsitatea (22. Orria)
 - Erosketa-irizpideak (23. Orria)
 - Zuzeneko erosketa edo banatzaileei eginiko erosketa (24. Orria)
 - Barazkiak (24. Orria)
 - Fruta (24. Orria)
 - Beste elikagai batzuk (25. Orria)
 - Bidezko merkataritzako produktuak (25. Orria)
 - Elikagai ez diren produktuak (25. Orria)
- . Kalitatea kontzeptuaren inguruko zeresanak (25. Orria)
 - Ezaugarri organoleptikoak eta produktuaren egoera (25. Orria)
 - Produktu ekologikoak eta produktu konbentzionalak (25. Orria)
 - Ontziratutako kopurua murriztu, kalitate irizpide moduan ulertuta
- . Produktuen hurbiltasunari dagokionez (26. Orria)
- . Prezioen eraketa (26. Orria)
 - Ekoizleek ezarritako prezioen onarpena (26. Orria)

EDU KIEN AURKI BIDEA

- Prezioei aplikatutako marjinak (27. Orria)
- Produktu lerroa edo gama (27. Orria)
- Prezioak zehaztean bermatzen den garrantasuna (27. Orria)

. Barne-antolaketa (27. Orria)

- Taldearen egonkortasuna eta erosketaren "fidelizazioa"
- Lan-banaketa eta parte-hartzea (28. Orria)
- Batzarrak eta erabakitze-guneak (28. Orria)
- Komunikazioa (28. Orria)
- Ekoizleekiko harremanak (29. Orria)

. Elikadura Burujabetzarako gizarte-mugimendu agroekologikoan parte hartzea (30. Orria)

- Prestakuntza- eta sentsibilizazio-ekintzak (30. Orria)
- Aliantzak beste erakunde eta kolektibo batzuekin (30. Orria)
- Berme-sistema parte-hartzaileak (30. Orria)

6. Kontsumo antolatuan oinarritutako talde eta elkarten arteko sareak (31. Orria)

7. Proiektuaren bigarren fasea: Euskal Herriko kontsumo agroekologikoan oinarritutako talde eta elkarten arteko sareak (31. Orria)

- . Bigarren fasearen helburuak (31. Orria)
- . Lurraldekako bilerak (32. Orria)
- . Kontsumo agroekologikoan oinarritutako ekimenen bigarren topagunea (33. Orria)

8. Ondorioak (38. Orria)

- . Ekimenen kokapena
- . Produktu ekologikoen eta konbentzionalen arteko bizikidetzak
- . Barazki-saski itxiak: "betiereko" eztabaida (39. Orria)
- . Berme-sistema parte-hartzaileak eta kontsumo antolatuan oinarritutako ekimenak (40. Orria)
- . Parte-hartzea eta bazkideen profila (40. Orria)
- . Generoa eta parte-hartzea (41. Orria)
- . Boluntariora, bideragarritasun ekonomikoa eta prekaritatea
- . Produktu-dibertsitatea eta proiektuaren bideragarritasuna (41. Orria)
- . Ekoizleekiko harremana (42. Orria)
- . Sareak eta Aliantzak (42. Orria)
- . Kontsumo antolatua eta ekintza politikoa (43. Orria)
- . Kontsumo antolatuko ekimenak egungo testuinguruan (43. Orria)

[Ikerketa honen markoan egindako txostenaren bertsio laburra da honakoa. Jasotako datuen gehiengoa ez da bertsio honetan agertzen. Txosten luzea irakurtzeko interesa izanez gero jarri EHKOrekin harremanetan.]

1. IKERKETAREN HELBURUAK ETA FASEAK

.HELBURUAK

Proiektu honen helburu nagusia da ekoizpen agroekologikoarekin eta merkaturatze-bide laburrekin lotutako kontsumo-eredu antolatuen gizarte- eta ekonomia-alderdien gaineko ikerketa parte-hartzailea egitea, xede izanik ekoizpen ekologiko txikian eta sektorearen eta pertsona kontsumitzaileen arteko zuzeneko harremanean oinarritutako merkaturatze-ereduen etorkizuna baldintzatzen duten oinarritzko irizpideak (ahalmenak, beharrak, gako kritikoak) ezagutzea.

Helburu nagusia betetzeko bidean, helburu zehatzak ezarri ditugu:

Ikerketaren helburu zehatzak

. Euskal Herriko elikagai ekologikoen merkaturatze-bide laburrak aztertu, prozesuan definitutako diren merkaturatze-ereduen testuingurua ezagutzeko.

. Paradigma agroekologikoarekin lotutako erosketa-eredu antolatuak ikertu. Azterketa aurrera eramateko, irizpide-zerrenda bat zehaztu dugu, eta irizpide horietatik abiatuta egingo da merkaturatze agroekologikoan oinarritutako ereduen sailkapena.

. Ekimen hauek gizarte eta ekonomiaren ikuspuntutik paradigma agroekologikoari egiten dizkieten ekarpenak modu parte-hartzailean aztertu.

. Kontsumo talde, elkarte eta kooperatiba ugarien arteko hausnarketa kolektiborako guneak sortu, elkar-ezagutza eta ekimenak gauzatzeko moduen gaineko gogoeta eragiteko.

. Gure lurraldeetako Kontsumo agroekologikoan oinarritutako gure lurraldeetako ereduak indartzeko eta sustatzeko estrategia bat finkatu, modu parte-hartzailean.

.IKERKETAREN FASEAK

Jarraian, ikerketa gauzatzeko garaturiko faseak ageri dira, eskematikoki:

TAULA - Ikerketaren faseak:

eginkizunak	2018 egutegia	parte-hartzaileak
Behin-behineko proposamenaren lanketa	Udaberria - uda	EHKO junta, EHKO teknikaria, ikerketa-taldea
Azterketa bibliografikoa	Abuztua - iraila	Ikerketa taldea
Ekimenen identifikazioa	Iraila	EHKO junta, EHKO teknikaria, ikerketa-taldea
Ereduen definizioa	Iraila - urria	Ikerketa-taldea
Aztertze kasuen hautaketa	Iraila	EHKO junta, EHKO teknikaria, ikerketa-taldea
Elkarriketak (20)	Iraila - azaroa	EHKO junta, EHKO teknikaria, ikerketa-taldea
Hausnarketak kolektiborako topaketak	Azaroa	EHKO j., EHKO t., ikerketa-taldea, Sorginlore
Txostenaren idazketa	Abendua	Ikerketa-taldea

eginkizunak	2019 egutegia	parte-hartzaileak
Lurraldekako bilerak	Apirila - maiatza	EHKO junta, EHKO teknikaria, ikerketa-taldea
Hausnarketa kolektiborako bigarren topaketak	Ekaina	EHKO junta, EHKO teknikaria, ikerketa-taldea
Behin betiko txostenaren idazketa	Uztaila	Ikerketa-taldea

2. MERKATURATZE BIDE LABURRAK

Azken urteotan, asko ugaritu dira, Euskal Herrian, Merkaturatze Bide Laburrak (MBL) izendapenaren baitan kokatuko genituzkeen elikagaiak merkaturatzeko-ereduak. MBLak, bere definiziorik onartuenaren arabera, **ekoizleak eta kontsumitzaileak zuzenean edota eremu geografiko hurbileko bitartekari bakarren bidez lotzen dituzten merkaturatze-bideak dira.**

Gaur egungo MBLek ez dute zertan ekoizpen ekologikoarekin loturarik izan. Hala ere, ikerketa honetan, ekoizle txiki agroekologikoen eta MBLen arteko lotura da gehien interesatzen zaiguna.

Jarraian, Euskal Herriko MBLen adibiderik ezagunenak aurkezteaz gain, bide horien eta tokiko ekoizpen agroekologikoaren arteko harremanaz hausnartuko dugu:

.AZOKAK ETA AZOKA BEREZIAK

Azken urteotan, gure kontsumo-ohiturak aldatu egin dira, eta, ondorioz, hainbat eta hainbat azokak krisia jasan dute. Horri aurre egiteko, azokak biziberritzeko eta kontsumitzaile zein ekoizleen batez besteko profila gaztetzeko ekimen asko sortu dira.

Azokekin loturiko auzirik zailena da tokiko produktuen zuzeneko salmentaren eta beste lurralde batzuetako produktuen (birsalmenta) arteko bizikidetzaren. Hori dela eta, azokak biziberritzeko estrategietako bat da tokiko produktuak gainerakoetatik bereiztea eta lehenengoei ikusgarritasuna ematea.

Asteroko azoka tradizionalaz gain, edota tokiko ekoizleak baino biltzen ez dituzten asteroko azoka berriez gain, badira urtean behin edo bitan egiten diren azoka bereziak ere. Horietako askotan, produktu ekologikoak gailentzen dira, batez ere.

Halako azokak tokiko elkarrekin edota ekoizleen sareek antolatu ohi dituzte.

.SALTOKI TXIKIAK

Tradizioz, saltoki txikiek tokiko elikagaiak eskaini izan dizkiete bezeroei. Duela hamarkada batzuek geroztik, hurbileko baserritarren produktuen presentzia gero eta mugatuagoa da saltoki txikietan. Hala ere, oraindik topa ditzakegu horrelako dendak.

Pixkanaka bada ere, ugaritzen ari dira hurbileko ekoizleekin zuzeneko harremana berreskuratzen ari diren elikagai-dendak.

Honela sailka ditzakegu tokiko produktuak saltzen dituzten saltoki txikiak:

.Saltoki tradizionalak

. Janari-denda ekologikoak

. “Gourmet” dendak

. Okindegiak

. Harategiak

.EKOIZLE-TALDEEK KUDEATURIKO SALTOKIAK

Aipamen berezia merezi dute beren produktuak eskaintzen dituzten ekoizle txikien elkarteek bultzaturiko ekimenek.

Halako dendetan, proiektuaren parte diren baserrietako produktuak eskaintzeaz gain, nahiko hurbileko beste laborari batzuen produktuak ere saldu ohi dituzte. Ez dira bereziki produktu ekologikoekin bakarrik lan egiten duten dendak, baina ohikoa da elikagai ekologikoak aurkitzea aipatu elkarteek kudeaturiko saltokietan.

.KOOPERATIBA-SALTOKIAK

Kooperatiba baten legezko forma hartuta, talde batek bultzatzen eta kudeatzen dituen saltoki txikiak dira. Haien salerosketa-irizpideek lehentasuna ematen diete tokiko produktuei eta produktu ekologikoei. Merkataritza-jardueran oinarritutako autoenpleguaz gain, beste zerbitzu batzuk ere eskaintzen dituzte: catering-zerbitzua, janari prestatuen salmenta, ikastaroak, dinamizazio-zerbitzuak eta ikerketa parte-hartzaileak.

.AZALERA HANDIKO MERKATARITZA-GUNEAK

Denetariko iritziak daude supermerkatuak MBLen definizioaren barruan sartzeko orduan. Nolanahi ere, azpimarratzekoa da Euskal Herriko hainbat katek zuzenean egiten dutela lan tokiko baserritarekin. Barazkien kasua da, seguruenik, ezagunena (ekoizpen intentsiboa eta konbentzionala), baina gero eta ohikoago bihurtzen ari da horrelako guneetan tokiko produktuen aukera zabalagoa aurkitzea.

Bestetik, gero eta ugariagoak dira produktu ekologikoen salmentan espezia-

lizatutako formatu ertain edo handiko saltokiak. Hegoaldeko hiri handienetan, asko daude. Supermerkatu ekologiko batzuk talde txikien bidez edo norbanakoen ekimenez sortu dira; beste supermerkatu ekologiko batzuk, aldiz, enpresa-talde handienak dira (Veritas, esaterako). Iparraldean, BioCoop dugu azalera handiko saltoki ekologiko ezagunetako bat. Halako saltokietan, badago tokiko produktuak aurkitzea, eta, kasu askotan, zuzenean eskuratzen dituzte ekoizle edo egileengandik.

.JATETXEAK ETA SUKALDARITZA-ZERBITZUA EMATEN DUTEN BESTELAKO SALTOKIAK

Tradizioz, jatetxeek eta antzeko saltokiek tokiko ekoizleei erosi izan dizkiete, zuzenean, elikagaiak (barazkiak, lekaleak, esnekiak, etab.). Hala segitzen dute oraindik ere jatetxe eta taberna batzuek. Dena den, kasu gehienetan, elikagaiak bitartekarien bidez edota Merkaturatze Bide Luzeetatik eskuratzen dituzte.

Azken urteotan, areagotzen ari da tokiko produktuekin eta jaki ekologikoekin lan egiteko interesa. Euskal Herrian, horren erakusle diren jatetxe ugari dugu, batez ere Iparraldean.

.SUKALDARITZA KOLEKTIBOA ETA KONTSUMO SOZIALA

Azken urteotan indarra hartu duten MBLak tokiko produktuak eta produktu ekologikoak erabiltzen dituzten eskola-jangelen ekimenak dira, nagusiki. Hainbat elkarte eta plataforma lanean ari dira horrelako proiektuei bultzada emateko, eta, gaur egun, Euskal Herrian erreferente bihurtu diren ekimenak aurki ditzakegu. Eskola-jangelez gain, herrietako zahar-etxe eta egoitzetan antzeko proiektuak abiatzen ari dira azkenaldian.

.CATERING-ZERBITZUAK

Catering eta “garraiatutako” janariaren sektorea oso loturik dago kontsumo sozialarekin (eskolak, ospitaleak, etab.)

Sektorea kontrolatzen duten enpresa handiak pixkanaka tokiko produktuak eta/edo produktu ekologikoak txertatzen ari dira euren eskaintzan. Aldaketa hau, nagusiki, produktu lokal edota ekologikoen erabilera bultzatzeko helburuarekin administrazio publiko batzuk kontratazio-baldintzak aldatzean gertatzen ari da.

Enpresa handien mugimendu “estrategikoez” gain, Euskal Herrian kontuan hartzekoa da catering zerbitzuak eskaintzen dituzten proiektu txikien kopurua. Iniziatiba hauetako askok catering zerbitzua, elikagai denda formatuarekin, janari prestatuekin, ikastaroen eskaintzarekin eta bestelako zerbitzuekin uztartzen dute.

.VENDING-MAKINAK

Espazio publikoan (kaleak, plazak) vending-makinak jartzean datza. Hegoal-

dean badaude halakoak, eta, gehienetan, esnekien zuzeneko salmentarekin loturik egon ohi dira: gazta, jogurta, esnea... Ekimenetako batzuk indibidualak dira (nekazaritza-proiektu batek jarritako makinak), eta beste batzuk kolektiboak (proiektu batenak baino gehiagorenak).

.ONLINE BIDEZKO SALMENTA

Hainbat eredu daude, eta bi multzo handitan sailka genitzake mota hone-tako ekimenak: batetik, ekoizleek zuzenean kudeatzen dituzten online bidezko salmenta-proiektuak; bestetik, bitartekariren batek kudeaturiko banaketa-proiektuak.

Aipagarria da online bidezko salmentak arrakasta handia duela gaur egun. Ekimen horietako batzuk lurraldean edo sektorean finkatu samar dauden elkar-te edo irabazi-asmorik gabeko erakundeek abiarazi dituzte. Aitzitik, badira tokiko nekazaritza-sektorearekin harreman eskasa duten proiektuak edo produktuak Euskal Herrian saltzen dituzten kanpoko enpresek kudeaturiko ekimenak.

.ZUZENeko SALMENTA BASERRIAN

Euskal Herrian, bada bere produktuak etxaldean bertan saltzen dituen base-rri ekologikorik.

.HERRITAR-SAREAK

Errigora proiektua, Euskal Herrian aski ezaguna, duela urte batzuk abiatu zen, eta ez dator bat MBL ereduarekin.

.KONTSUMO-TALDEAK

Ikus txostenaren 3. atala.

.KONTSUMITZAILEEN-ELKARTEAK

Ikus txostenaren 3. atala.

3.KONTSUMO ANTOLATUAN OINARRITUTAKO EREDUEN DEFINIZIOA ETA EZAUGARRIAK

MBLen aurreko definizioa oinarri, kontsumitzaile zein ekoizleen antolaketa, koordinazio eta parte-hartze jakinak eskatzen dituzten merkaturatze-bideen azterketa sakona egin dugu.

Lehenetasuna merkaturatze-bide horiei eman diegu; izan ere, ahalmen handiagoa ikusten diegu mugimendu agroekologikoaren dinamika kolektiboa hauspotzeko eta elikatzeko garaian. Hala, ekimenok bat datoz EHKOren helburu eta lan-moldearekin.

Kontsumo-taldeak

.Kontsumo-taldea diogunean, familia-kopuru jakin bat (15 eta 50 kide bitartean) biltzen duen entitate txiki eta soil bati buruz ari gara. Kontsumo-taldeak kontsu-moaren zein ekoizpenaren aldetik bultzatzen eta dinamizatu daitezke.

.Ez dituzte askotariko produktuak biltzen; horrela, barazki-saski itxia izan ohi da funtzionamenduaren oinarria. Gainerako produktuak, gehienak, hurbileko baserrietako ekoizleengandik jasotzen dira zuzenean.

.Oro har, baina ez beti, kontsumo-taldeek erosketa-konpromisoa eta inplikazio edo parte-hartze maila jakin bat eskatzen dizkiete taldea osatzen duten kideei. Hori dela eta, ez dute soldatapeko langileen beharrik izaten.

Jarraian, hainbat irizpideren arabera kontsumo-taldeen tipologia hau proposatuko dugu:

TAULA - Kontsumo-talde ereduak:

adibideak	zein aldetatik sortua	kideen parte-hartzea	produktuak	eskaeren maiztasuna	lokala	saretua
Baserri Sareko taldeak	ekoizpena	oso txikia	barazkiak	asterokoa	ez	bai
Nekasarea taldeak Arco taldeak	ekoizpena	oso txikia	askotarikoak	asterokoa	ez	bai
Errilur, Xalbardin baratza eta besteak	ekoizpena	oso txikia	barazkiak	asterokoa	ez	ez
Saski Barazki	ekoizpena	oso txikia	askotarikoak	asterokoa	bai	ez
Aldatsa Baratza, Xixare	ekoizpena eta kontsumoa	oso txikia	barazkiak	asterokoa	ez	ez
AMAPak	ekoizpena eta kontsumoa	handia	askotarikoak	asterokoa	ez	ez
Nerbioi	ekoizpena eta kontsumoa	txikia	askotarikoak	asterokoa	ez	ez
Letxugak, Antiguao-tarrak, Janaske eta besteak	kontsumoa	handia	askotarikoak	asterokoa	ez	ez
Leitzeko, Biotzez	kontsumoa	handia	askotarikoak	hilabetekoa	ez	ez
Jateko	kontsumoa	oso handia	askotarikoak	asterokoa	bai	ez
Groupements d'achat de Iparralde	kontsumoa	ertaina	askotarikoak	noizbehinka	ez	ez

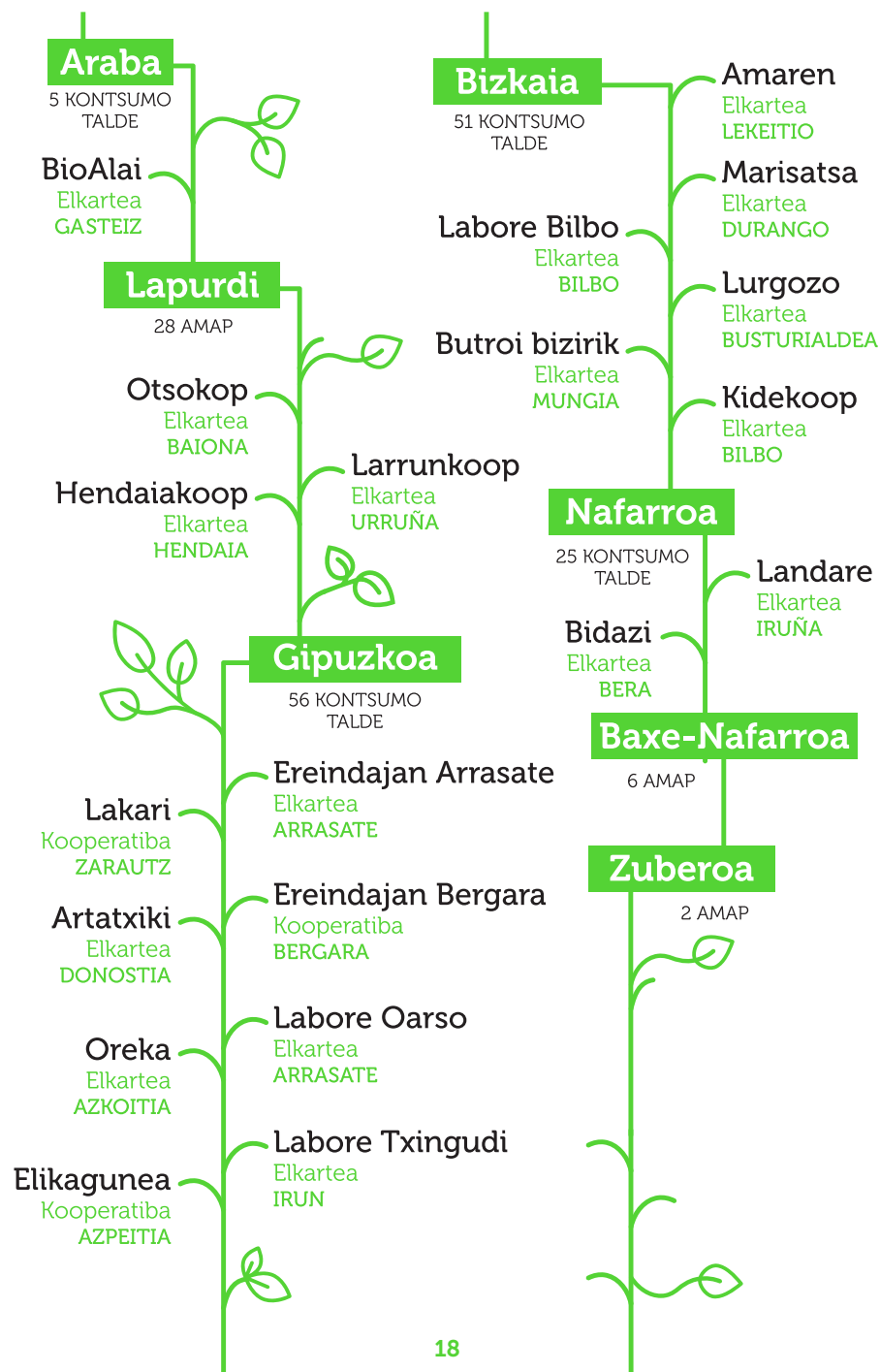
Kontsumitzaile-elkartek

.Kontsumitzaile-elkarteez ari garenean, familia-kopuru handia (50 eta 4.000 familia bitartean) biltzen duen erakunde handi batez ari gara. Kontsumitzaile-elkar-te guztiak izan ohi dira kontsumoaren aldetik bultzatuak, baina kasuren batean (Ereindajan, adibidez) ekoizpenaren aldetik ere sustatu zen, hasiera batean.

4.EKIMENEN IDENTIFIKAZIOA

Taula honetan, ikerketan identifikatu ditugun kontsumo-taldeak daude:

Artea
Bakio
Balmaseda
Barakaldo
Barakaldo
Barakaldo
Basauri
Berriz
Berriz
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo
Bilbo Handia
Durango
Elorrio
Fika
Galdakao
Getxo
Getxo
Getxo
Getxo



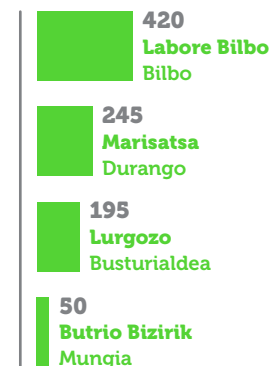
NAFARROA



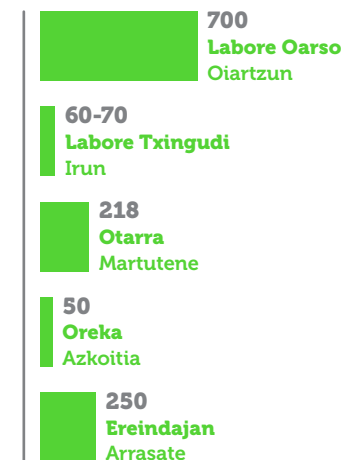
ARABA



BIZKAIA



GIPUZKOA



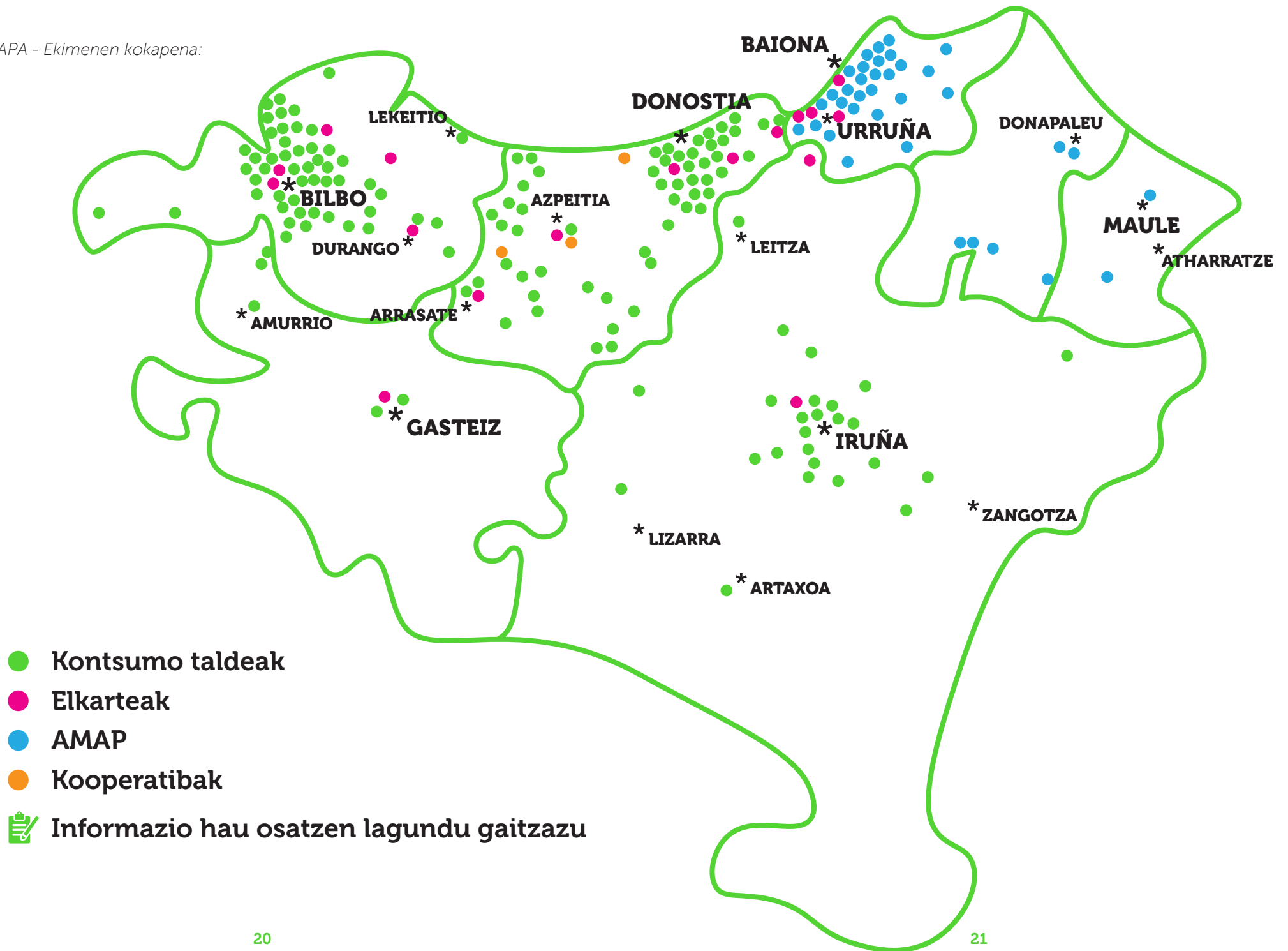
LAPURDI



*Elkarteetako batzuetan, familia bazkideez gain, familia onuradunak ere badaude. Halakoetan, guk bildutako kopuruek bi eratako familien datuak biltzen dituzte, bazkideena eta onuradunena, hain zuzen.

Jasotako datuen arabera, identifikaturiko 15 elkarten artean 10.000 familia bazkide kontsumitzaile daude.

Ikerketa egiten ari ginela, Martuteneko Otarra elkarte desageratu egin zen. Bazkideetako batzuek Artatziki elkarte sortu dute, eta lokala Donostiako Intxaurren auzoan dute.



5.KONTSUMO ANTOLATUAN OINARRITUTAKO MERKATURATZE- EKIMENEN AZTERKETA

Kontsumo agroekologiko antolatuan oinarritutako ereduaz azterketa zehatza egiteko, 15 ekimen aukeratu dira:

TAULA - Kontsumo antolatuan oinarritutako ekimen aztertuak:

	IZENA	KOKAPENA	EREDUA	SORRERA-URTEA	FAMILIA-OPURUA
XIBE ROA BAIE LAPURDI GIPUZKOA BIZKAIA ARABA NAVARRA	Jateko	Iruña	K.T.	2010	25
	Leitzeko	Leitza	K.T.	2014	60
	BioAlai	Gasteiz	K.E.	1993	3.400
	Saski Barazki	Gasteiz	K.T.-s.p.	2012	130
	Letxugak	Bilbo	K.T.	2003	15
	Labore Bilbo	Bilbo	K.E.	2017	420
	Marisatsa	Durango	K.E.	1998	245
	Labore Oarso	Oiartzun	K.E.	2017	700
	Aldatsa Baratza	Hondarribia	E.K.K.	2011	33
	Ereindajan	Arrasate	K.E.	2012	250
	Otsokop	Baiona	K.E.	2014	250
	Biotzez	Umuña	K.T.	2014	25
	Inter-AMAP	Iparralde	K.T.K.	2011	880
	AMAP-Amikuze	Donapaleu	K.T.	2007	70
	AMAP-Maule	Maule	K.T.	2000	25

*K.T.:Kontsumo taldea; K.E.:Kontsumitzaileen elkarte; K.T.-s.p.:Kontsumo taldea – salmenta partekatua; E.K.K.:Ekoizpen eta kontsumo kooperatiba; K.T.K.:Kontsumo taldeen koordinadora.

.BIDEEN AZTERKETA

.Produktuen kantitatea eta dibertsitatea

Aukeraturiko ekimenen azterketa hasteko, eskaintzen dituzten produktuei erreparaturiko diegu. Azaletik begiraturik, kontsumo-taldeek produktu-kantitate txikiekin (20 produktu inguru) lan egiten dutela esan dezakegu. Produktu gehienak tokiko ekoizleak dira. Iparraldeko AMAPen kasuan, produktuen % 100 inguruko etxaldeetatik eskuratzen dituzte zuzenean.

Bestetik, kontsumo-elkarteek produktu-dibertsitate handiagoa dute. Kasu horretan, bitartekariengana sarriago jotzen da, produktu freskoak zein beste-lakoak eskuratzeko. Horrez gain, azpimarratzekoa da azterturiko elkarte guztiek zuzenean lan egiten dutela ekoizleekin, bai tokikoekin bai urrutikoekin.

TAULA - Produktu kantitatea eta hornitzaileak:

EKIMENA	PRODUKTUAK (EDO ERREFERENTZIAK)	ZUZENEKO EROSKETA
Jateko	375	36
Leitzeko	25 - 30	-
BioAlai	3.000tik gora	60tik gora
Saski Barazki	10 - 15	10
Letxugak	25 - 30	19
Labore Bilbo	858	101
Marisatsa	600 - 800	33
Labore Oarso	1.000	150tik gora
Aldatsa Baratza	Barazkiak bakarrik	Euren barazkiak
Ereindajan	1.000tik gora	116
Otsokop	400	30*
Biotzez	89	21
AMAP Amikuze	20	13
AMAP Maule	13	11

* Banatzaileak ere jasotzen ditu.

Salbuespenak salbuespen, kontsumo-taldeek hornitzaile bakarra izan ohi dute produktu bakoitzeko. Kontsumitzaile-elkarteek, berriz, antzeko produktuak hainbat hornitzailearen eskutik (baserritarrek edo banatzaileak) bereganatzen dituzte, produktu-dibertsitatea bermatzeko.

.Erosketa-irizpideak

Kontsumo antolatutako ekimen guztiek erosketa-irizpideak ezartzen dituzte, eta horien arabera eskuratzen dituzte produktuak.

Ekimen batzuen nahitaezko irizpideen artean, hauek daude:

1) Produktu ekologikoak; 2) Baserritarrengandik edo enpresa hornitzaileen eskutik zuzenean lortutako produktuak.

Zentzu horretan, azterturako 14 ekimenetik 7k dihardute produktu ekologikoekin (Jateko, BioAlai, Saski Barazki, Letxugak, Marisatsa, Aldatsa Baratza eta Biotzez). Beste alde batetik, Iparraldeko AMAPek eta Leitzekok hornitzaileen-gandik zuzenean jasotako produktuak baino ez dituzte.

Irizpide orientagarrien artean, hauek:

- Gertutasuna: eskualdea, probintzia edo Euskal Herria bera kontuan izanda.
- Elikagaiak profesionalei erostea, lehen sektorea sustatzeko.
- Kalitate organoleptikoa.
- Ontziratuen erabilera murriztea.
- Eskala txikiko ekoizleak lehenestea, familia-nekazaritza sustatzeko.
- Emakumeek ekoiztutako edo landutako elikagaiak lehenestea.
- Prezioa: ekimen batzuek kontuan hartzen dute elikagaiak aukeratzeko unea, kontsumo elitista ez egiteko edota eskatuko ez den produktu baten eskaintza saihesteko.

.Zuzeneko erosketa edo banatzaileei eginiko erosketa

Ikusi bezala, kontsumo-talde eta kontsumitzaile-elkarte gehienek enpresa banatzaileen eskutik eskuratzen dituzte elikagaiak.

Kontsumitzaile-elkarteek gehiago jotzen dute bitartekariengana kontsumo-taldeek baino. Hala ere, esan beharra dago aztertutako elkarte gehienek ahaleginak egiten dituztela ekoizle eta egileek zuzenean horni ditzaten.

.Barazkiak

Barazkiak merkaturatzeko 5 eredu aurkitu ditugu:

TAULA - Barazkiak merkaturatzeko ereduak:

EREDUA	DESKRIBAPENA
Saski itxi eta bakarra	Ezin da aukeratu zein barazki osatuko duten saskia. Saski-formatu ugari (erdi-betea edo osoa; txikia-ertaina-handia).
Saski itxiak aukeran	Ezin da aukeratu zein barazki osatuko duten saskia. Saski-formatu ugari (erdi-betea edo osoa; txikia-ertaina-handia).
Saski irekia	Saskiko produktuak aukeratu egin daitezke, baina erosi beharreko gutxienezkoa ezarrita dago, maila indibidual edo kolektiboan.
Denda	Produktuak lokalean daude kontsumitzaileen eskura.
Hileko eskaera	Eskaeraren arabera hileroko erosketa.
Eskaera zehatzak	Noizean behingo eskaerak.

Saski itxiaren ereduak, normalean, ekoizpenaren aldetik bultzatutako ekimenek izaten dute. Adibide garbiak Basherri Sarea eta Nekasareko ekimen integratuak dira. Aztertutako kasuen artean, Letxugak taldea dugu, kontsumitzaileek sortua eta saski itxiekin diharduena.

Saskiekin lan egiten duten ekimen askok zein formatutan jaso nahi den erabakitzeak aukera ematen dute. Aztertutako artean, Karabeleko (Euskal Herriko MBLi buruzko ikerketan aztertua) baino ez du eskaintza hori.

Guk aztertutako ekimenen artean, Jatekok bakarrik du adostua barazki-ekoizleekin erosi beharreko gutxienezkoa. Saski irekiarekin lan egiten badute ere, talde gisa astero barazki-kopuru jakin bat erosteko konpromisoa hartu dute. Beste baserri batzuei ere bermatzen die gutxienezko erosketa hori; adibidez, arrautza-ekoizleei.

.Fruta

Aztertutako ekimen guztiek dituzte arazoak tokiko fruta freskoa aurkitzeko (kiwi eta sagarrez gain). Tokiko fruta fresko gehiago eskuratzeko interes handia adierazi dute.

Fruta freskoari dagokionez, esperientzia asko Gumendirekin daude harremanetan. Ia esperientzia guztiek erosten dute fruta urrunagoko lurraldeetatik (zitrikoak, fruta tropikalak...). Kasu ugari ekoizleekin zuzeneko hartu-eman lantzen da (Balentziako, Tarragona hegoaldeko edo Andaluziako ekoizleekin).

.Beste elikagai batzuk

Aldatsa Baratza salbu, gainerako ekimen guztiek beste elikagai batzuekin ere egiten dute lan, barazki eta lekaleez gain. Elikagai horien kantitatea eta dibertsitatea oso aldakorra da ekimen batetik bestera, baina ekimen guztietako erosketen oinarrian produktu freskoak daudela baieztatu dezakegu.

Elkarrizketetan jasotako informazioaren arabera, elikagai-familia hauek daude gehien:

TAULA - Gehien kontsumitzen diren elikagaiak:

Elikagai freskoak	Barazkiak, fruta, ogia, esnea, esnekiak, arrautzak.
Galkorrak ez diren elikagaiak	Lekaleak, zerealak, edari begetalak, kontserbak, olioak.

.Bidezko merkataritzako produktuak

Aztertutako 14 ekimenetik 9k bidezko merkataritzako produktuak erosten dituzte. Gehienek Gobernu Kanpoko Elkarrekin edo Erakunderen batekin loturiko bitartekariarekin dihardute.

.Elikagai ez diren produktuak

Aztertutako 14 ekimenetik 9k elikagai ez diren produktuak ere erosten dituzte. Gehienetan, garbiketa- edo kosmetika-produktuak izan ohi dira.

Elkarrizketatuek diotenez, produktu horien ehunekoa talde edo elkarrekin egiten duten kontsumoan txikia edo oso txikia da. Izan ere, elikagai-erosketa gailentzen da. Aztertutako taldeetatik 4k egiten dute lan Euskal Herriko ekimen txikiek sorturiko higie- eta kosmetika-produktuekin.

.KALITATEAREN KONTZEPTUAREN INGURUKO ZERESANAK

.Ezaugarri organoleptikoak eta produktuaren egoera

Aztertutako esperientziek asebetetze-maila handia erakusten dute produktuaren kalitateari dagokionez. Kalitatearekin loturiko arazo gehienak bitartekari erosiako fruta eta barazkiek sortzen dituzte.

.Produktu ekologikoak eta produktu konbentzionalak

Elikagaien kalitateaz dihardugunean, ekoizpen ekologikoa kontuan hartzeko irizpidea da. Aztertutako esperientziek produktu ekologikoekin egiten dute lan,

baina 5ek produktu konbentzionalak ere eskuratzen dituzte.

Supermerkatu kooperatiboen ereduari jarraitzen dioten esperientziek (Labore Bilbo, Labore Oarso eta Otsokop) **produktu konbentzionalen eta ekologikoen arteko bizikidetzaren aldeko** hautua egin dute. Leitzeko ere tartean dugu, argi eta garbi, tokiko produktuen aldeko apustua egin duena. Ereindajani dagokionez, erosten dituen produktu konbentzionalak bailarako (Debagoiena) tokiko baserritarrenak bakarrik dira.

Produktu konbentzionalak eskaintzen dituzten kontsumitzaile-elkarteek (Labore Bilbo, Labore Oarso, Ereindajan eta Otsokop) **irizpide zorrotzak ezartzen** dizkiete beren eskaintzako elikagaiei (tokikoak, ekoizleei zuzenean erosiak, kalitatezko produktuak), eta **bereizketa argia egiten dute, etiketa eta ziurtagiri bidez**, ohiko produktuen eta ekologikoen artean. Kasu horietan, hala ere, soilik fruta eta barazki ekologikoak izaten dituzte. Bukatzeko, eskaintzen duten produktu konbentzional bakoitzak **produktu ekologiko baliokide** bat izan dezan saiatzen dira.

.Ontziratu-kantitatea murriztu, kalitate-irizpide gisara

Elkarriketaturiko ekimen guztiek ontziratu-kopurua murrizteko neurriak hartzen dituzte; hortaz, lehentasuna ematen diote bai solte saltzen diren produktuei bai plastikozko poltsak ez erabiltzeari. Elikagai ontziratuei dagokionez, material birziklagarriari ematen zaio lehentasuna, hau da, beirari edo paperari.

.PRODUKTUEN HURBILTASUNARI DAGOKIONEZ

Tokiko produktuekin lan egitea kontsumo antolatuko ekimen guztien helburua da.

Ekoizpenaren aldetik sorturiko ekimen guztietan (Saski Barazki edota Aldatsa Baratza), produktu guztiak dira tokikoak; bai eta aztertu ditugun Iparraldeko bi AMAPetan ere. Jateko, Leitzeko, Letxugak edo Biotzezen kasuan, produktu gehienak Euskal Herrikoak dira.

Kontsumitzaileen elkarte handiagoetan, etiketek adierazten dute produktuen jatorria.

Kontsumitzaileen elkarteek, soilik produktu ekologikoekin lan egiten dutenek, arazoak izaten dituzte zenbait produktu hurbil samar topatzeko.

Ondorioetan adieraziko den moduan, urruneko produktuak egoteko arrazoia da kontsumitzaileei elikagai-aukera zabala eskaini nahi zaiela. Kasu horietan, ulertu beharra dago proiektuen bideragarritasuna lotuta dagoela bazkideek beren elikadura-beharrak, guztiz edo neurri handi batean, elkarrearen edo taldearen bitartez asetzearekin.

Urruneko produktuekin lan egiten ez duten ekimen bakarrak dira haiek ekoiztutako elikagaiak eskaintzen dituztenak: Saski Barazki, Aldatsa Baratza eta Iparraldeko bi AMAP.

.PREZIOEN ERAKETA

.Ekoizleek ezarritako prezioak onartzea

Aztertutako kontsumo talde edo elkarteek ez dituzte inoiz hartu-emanetan dauden ekoizleek ezarritako prezioak negoziatzen. Hala ere, produktu baten prezioa beste antzeko produktuena baino nabarmenki altuagoa bada, gerta daiteke produktu hori ez saltzea.

Orokorrean, prezioak ez dira arazo izaten. Hau da, talde edo elkarteetako bazkideen profila kalitatezko produktuengatik gehiago ordaintzeko prest dagoen kontsumitzaile kontzientziadunarena da.

.Prezioei aplikatutako marjinak

Alderdi honek bereizten ditu kontsumo-taldeak eta kontsumitzaile-elkar-teak. Lehenengoek ez diote marjinarik ezartzen produktuen prezioari; bigarrenek, aldiz, bai, bideragarritasun ekonomikorako estrategia gisa, gastuak ordaindu ahal izateko (ordainsariak, amortizazioak, gastuak, inbertsioak...).

Produktuei ezarritako marjinak desberdinak dira ekimen batetik bestera edota ekimen berean. Oro har, tokiko baserrietatik zuzenean eskuratutako produktu freskoei marjina txikiagoak ezarri ohi zaizkie.

Identifikatutako marjinak % 10 eta % 30 bitartekoak dira. Hala ere, % 20 eta % 30 bitartekoak izan ohi dira.

Jasotako datuak aztertuta, atentzioa ematen du zein aldagarriak diren marjinak ekimen batetik bestera, batez ere tokiko baserritarren elikagai freskoei aplikatzen zaizkienak.

.Produktu lerroa edo gama

Produktuen prezioa oztopo izan ez dadin, hainbat produktu-gama edota antzeko produktu "baliokideak" eskaintzeko estrategia erabiltzen da.

Hala, bazkideen eskuragarritasuna errazten da, gama baxuko edo altuko produktuen artean aukera dezaketelako. Labore Oarson eta Labore Bilbon, bi gama-prezio eskaintzen dituzte galkorrak ez diren produktu askotan. **Gehienez, bi gama horiek bat datoz produktu ekologikoen lerroarekin (gama garestiena) eta produktu konbentzionalenarekin (gama merkeena).** Bi ekimen horietan elkarriketatutako pertsonen hitzetan, estrategia horren helburua da kontsumo elitista ez egitea.

.Prezioak zehaztean bermatzen den gardentasuna

Kontsumo-taldeetako bazkide guztiak prezioak zehazteko erabiltzen diren mekanismoen jakitun dira. Elkarte handietan, ordea, beharrezkoa da auzi honi buruzko argibideak ematea.

Kasuren batean —Labore Oarson, adibidez—, prezioaren zehaztapena dendan bertan ezartzen diren etiketetan islatzen da. Produktu bakoitzaren etiketan, ekoizleak irabazten duen kantitatea eta Laborek aplikaturiko marjina ageri dira.

.BARNE-ANTOLAKETA

.Taldearen egonkortasuna eta erosketaren "fidelizazioa"

Bazkide-txandakatze handiak eragin negatiboa izan dezake ekimenaren funtzionamenduan, eta arazo bihur daiteke produktuak saltzen dizkieten ekoizleentzat.

Bestetik, bazkideek egiten dituzten erosketak egonkorrek diren ala ez jakitea garrantzitsua da.

Aztertutako kasuak oinarri, **ezin daiteke zuzeneko lotura egin taldearen antolaketa-ereduaren** (kontsumo-taldea edo kontsumitzaile-elkarte) eta bazkideen txandakatze-mailaren artean.

Hala eta guztiz ere, txandakatzean eragiten duten **bi arrazoi suma daitezke**: lokala lekuz aldatzea eta saski itxiaren eredia (ikus ondorioen atala).

Txandakatzeak taldean sartu berri diren bazkideei argibideak eman beharra eskatuko du.

.Lan-banaketa eta parte-hartzea

Kontsumo antolatuko ekimenen funtzionamendua aztertzeko, alderdi hauek hartu ditugu kontuan: taldearen funtzionamenduari eusteko beharrezko lan-banaketa, arduren eta eginbeharren txandakatzea, eginbeharretarako orduak, soldatapeko zein modu boluntarioan egindako lanak, ardurak norberaren gain hartzeko derrigortasuna, eginbeharrak betetzean edo ardurak norberaren gain hartzean nagusitzen diren inplikazio-mailak, eta, bukatzeko, talde edo lan-batzordeak.

.Batzarrak eta erabakitze-guneak

Ekimen bakoitzean erabakiak nola hartzen diren aztertzeko, alderdi hauek hartu ditugu aintzat: proiektuko **organo burujabeak** zein diren, zuzendaritza-batzordearen presentzia duten (dinamizatzaile-taldea, koordinatzaile-taldea...), **ekoizleen parte-hartze maila** erabakiak hartzeko orduan, eta bazkideen asistentzia batzar nagusietan.

Aztertutako ekimen guztietan, **Batzar Nagusia** da erabakitzeko **organo gorena**. Bertan hartzen dira erabaki estrategiko eta garrantzitsuenak, **urteko balantzea eta zenbatespenak** egiten dira, **aldaketa esanguratsuak** onartzen dira, etab. Batzarraren garrantzi praktikoa desberdina da ekimen batetik bestera.

Elkarte handiek **kudeaketa-organo** bat izan ohi dute, eta bertan hartzen dira eguneroko erabakiak. Aitzitik, ekimen txikiek ez dute zuzendaritza-batzorderik izaten.

Oro har, batzarretako kideen txandakatzea nahiko txikia izaten da. **Batzarretako parte-hartze maila, berriz, desberdina da** kasu batetik bestera. Talde txikietan, oro har batzorderik ez dutenetan, parte-hartzea handiagoa izaten da kontsumitzaile-elkarte handietan baino. Azken horietan, batzar nagusiak ez dira hain eraginkorrak izaten.

Aztertutako ekimenen artean, gutxiabi dituzte **batzar-dinamikak hobetzeko prozesuak**. Bukatzeko, aztertutako ekimenen erdian, ekoizleek erabakitze gaitasuna dute (gutxi-gehiago). Parte-hartze hori hainbat organo edo batzordetan gauzatzen da, eta desberdina da ekimen batetik bestera.

.Komunikazioa

Komunikazioa oso elementu garrantzitsua da edozein ekimen kolektibotan. Horregatik, atal berezia eskaini diogu ikerketan, **ekimenek erabiltzen dituzten komunikazio-bide nagusiak** ezagutzeko.

Alde batetik, **barne-komunikaziorako bideak** definitu ditugu: soldatapeko langileen arteko komunikazioa, batzordekideen artekoa eta bazkideei zein

ekoizleei begirakoa.

Komunikazio-bide nagusiak posta elektronikoa, WhatsApp eta zuzeneko komunikazioa dira (lokalean bertan edota produktuak banatzerakoan egiten dena). Badirudi aztertutako ekimenek ez dutela arazorik izan komunikazioarekin.

Kontsumitzaileen elkarteetako bik (Labore Bilbok eta Otsokopek) **komunikazioaz** (barnekoaz eta kanpokoaz) arduratzeko berariazko batzordea dute.

Kanpora begirako komunikazioan erabiltzen diren bide nagusiak ere aztertu ditugu, alegia, zein baliatzen dituzten proiektuaren eta ekintzen berri emateko, galderei erantzuteko edota taldean sartzeko eskaerak kudeatzeko. Gehien erabiltzen direnak posta elektronikoa, webgunea, sare sozialak eta tokian tokian komunikabideak dira.

.Ekoizleekin harremanak

- Salerosketatik harago...

Kasu batzuetan, salerosketatik haragoko ekintzak egiten dira. Ekimen batzuek ekoizleekin batera egiten dituzte beren balorazioak.

- Erosketarako gutxieneko konpromisoa

Ekoizleekin gutxieneko konpromisoak ezarrita dituzten ekimen bakarrak Jateko, AMAP Amikuze eta AMAP Maule dira.

Gainerakoek, konpromiso "formala" hartu ez badute ere, praktikan badute isilpeko konpromisoa. Oro har, talde edo elkarteetan eta ekoizleen arteko harremanak oso egonkorak izan ohi dira.

- Proiektu bateratu ala bereizi gisa ulertzen dira?

Kontsumo talde edo elkarteek aliantza eratzen dute tokiko ekoizleekin **zuzeneko salerosketaren bitartez**. Baina zenbateraino integratzen dituzte ekoizleak, modu eraginkorrean, kontsumo antolatuko proiektuek?

Talde guztietan daude dagokien proiektua ekoizleekin partekatu eta **bateratuz** jotzen duten bazkideak. Hala ere, gehienek ekoizleekin harremanak dituen entitatetzat jotzen dute beren talde edo elkarte. **Bi proiektuen arteko bereizketa** egiten dute.

- Ekoizleen arteko koordinazioa

Kontsumitzaile-elkarte handi guztiek egiten dute lan tokiko hainbat ekoizleekin, eta ahalegina egiten dute **ekoizleen arteko koordinazioa lantzeko**, batez ere baratzezainen artean.

Oro har, kontsumitzaile-elkarte handietako arduradun edo langileek interesgarritzat jotzen dute tokiko baserritarren arteko koordinazioa sustatzea.

.ELIKADURA BURUJABETZARAKO MUGIMENDU AGROEKOLOGIKOAN PARTE HARTZEA

Aztertutako 15 ekimenetatik 10etan erabiltzen dute Elikadura Burujabetza terminoa beren diskurtsoan eta materialetan. Talde guztietan aurkitu ditugu inplikatuago dauden bazkideak edota kontzeptua ezagutzen dutenak.

Kontsumo antolatuko esperientziek **Nekazaritza ekologikoa eta agroekologikoa** bereizten ote dituzten jakin nahi izan dugu; bada, 13 ekimenek ondo bereizten dituzte bi terminoak, eta bazkideen zati batek baino ez ditu ondo bereizten.

.Prestakuntza- eta sentsibilizazio-ekintzak

Proiektu hauetan parte hartzea ekintza militantetzat jo badezakegu ere, **prestakuntza- eta sentsibilizazio-ekintza** berezirik egiten ote duten aztertu dugu.

Oro har, azterturiko ekimen guztiek antolatzen dituzte sentsibilizazio-ekintzak, eta haietako asko baita prestakuntzari begirakoak ere, nahiz eta une zehatzetan. Ekimenetako 6k baino ez dute parte hartzen gune kolektiboetan (plataformak, koordinakundeak...).

Aztertutako kontsumitzaile-elkarteetatik hiruk (BioAlai, Labore Bilbo eta Labore Oarso) **badute prestakuntza- eta sentsibilizazio-ekintzak egiteko berariazko eremua.**

Aztertutako hiru kontsumo-talde (Saski Barazki, AMAP Amikuze eta AMAP Maule) alderdi politikoagoaz arduratzen den elkarte bateko kide dira.

Bada gehiegizko pragmatismoan erortzeko joera.

.Aliantzak beste erakunde eta kolektibo batzuekin

Aztertutako ekimen guztiek onartu dute aliantzak sortu dituztela beste antolakunderen batekin. Normalean, antolakunde horiek beste kontsumo talde edo elkarte batzuk izan ohi dira. Gehienetan, aliantzok ondoko arrazoiengatik gertatzen dira: 1) ekimen berriei laguntzeko; 2) eskaera bateratuak egiteko; 3) kontsumo antolatuko beste esperientzia batzuekin koordinatzeko eta elkartzeko; 4) informazioa eta baliabideak partekatzeko.

.Berme-sistema parte-hartzaileak

Elkarriketatutako ekimen gehienek ezagutzen dituzte Berme-sistema parte-hartzaileak, eta askok EHKOk identifikazioaren inguruan egindako lana ere ezagutzen dute, neurri batean. Hala ere, taldeko bazkide gehienek honen gaineko ezagutzarik ez dutela aitortzen dute.

Elkarriketatutako ekimenek ez dute identifikazio parte-hartzailearen inguruko lanik egiten. Gehienek etxaldeetara bisitaren bat egiten duten arren, bisita horiek ezin dira ulertu Berme-sistema parte-hartzailearen logikaren barruan. Elkarriketatutako pertsonak badute sistema horren gaineko interesa, baina jabetuta daude talde edo elkarte gisa ez dutela nahikoa indar halako dinamika batean parte hartzeko.

6.KONTSUMO ANTOLATUAN OINARRITUTAKO TALDE ETA ELKARTEEN ARTEKO SAREAK

Euskal Herrian, kontsumo antolatuko ekimenen hainbat sare identifikatu dugu. Sare horien oinarritzko helburua da alderdi praktikoenetarako lankidetzat garatzea: eskaera bateratuak egiteko, logistikarako, baliabideen trukerako eta jakintzen berri elkarri emateko. Hala ere, sare batzuek izaera politikoagoa dute, sentsibilizazioa, beste entitate batzuekin harremana, etab.

Zentzu hertsian, kontsumo antolatuko ekimen-(kontsumitzaile-elkarteak) saretzat har dezakegun bakarra **Ekokontsumo Federazioa da. Bashherri Sareak** urte luzez jardun izan du "benetako" kontsumo-taldeen sare gisara, baina gaur egun ikuspuntu kolektibo hori nahiko geldirik dagoela esan liteke.

Inter-AMAP Iparraldeko hainbat AMAPetako amapien-ak biltzen dituen elkarte da. Ez da AMAP-sarea, eredu hori ikusgarri egiteko elkarte baizik: sentsibilizazio-ekintzak egiten ditu, AMAP berriak sortzen laguntzen du, eta Iparraldeko lehen sektoreko gainerako eragileekin koordinazioa garatzen du.

Agrosareak sare formalen funtzionamendua du, baina bertan bilduriko ekimen guztiak ezin dira kontsumo antolatuko ekimentzat jo. Errigora, berriz, banaketa-kanpainetan modu boluntarioan parte hartzen duen talde ugari biltzeko herritar-sarea dela esan liteke; hala ere, ezin dezakegu jo kontsumo antolatuko talde edo elkarteak biltzen dituen saretzat.

2018an, Nafarroan, kontsumo-taldeen arteko bi topaketa egin ziren, zeinak hausnarketa kolektiborako gune bihurtu ziren; beharbada, sare egonkor izatera ere iritsi litezke.

7.PROIEKTUAREN BIGARREN FASEA: EUSKAL HERRIKO KONTSUMO AGROEKOLOGIKOAN OINARRITUTAKO TALDE ETA ELKARTEEN ARTEKO SARETZEA

.BIGARREN FASEAREN HELBURUAK

Proiektuaren bigarren faseak, "Agroekologiako erosketa-ereduak. Euskal Herriko kontsumo talde, elkarte eta kooperatiben saretzea!" deritzonak, ikerketaren laugarren eta bosgarren helburuei erreparatu nahi die bereziki:

Ikerketaren bigarren faseko helburu orokorrak

.Euskal Herriko kontsumo talde, elkarte eta kooperatiba ugarien arteko hausnarketa kolektiborako guneak sortu, horrela elkar-ezagutza eta ekimenen jardunbideen gaineko gogoeta sustatzeko.

.Modu parte-hartzailean, estrategia bat finkatu kontsumo agroekologikoan oinarritutako gure lurraldeetako ereduak indartzeko eta sustatzeko.

Proiektuaren lehen fasean, kontsumo agroekologiko antolatuan oinarritutako ekimenen arteko koordinazioari edo lankidetzari dagokionez, hutsune nabarmena sumatu genuen. Izan ere, ezjakintasuna handia zen lehen fase hartan egin genituen elkarriketa askotan, Euskal Herriko antzeko esperientziek elkarren berri ba ote zuten galdetu genuenean.

Hainbat elkarriketatuk adierazi zuten interesgarria litzatekeela gune, egitura edo mekanismo komuna sortzea, kontsumo agroekologikoan oinarritutako talde eta elkarte guztiek partekatzeke. Horrela, aukera izango lukete ekimenen arteko kohesioa lantzeko, jakintzen berri elkarri emateko eta elkarlanean oinarritutako ekimen gehiago planteatzeko.

Ikerketaren bigarren faseko helburu zehatzak

.Proiektuaren lehen faseko emaitzak eta ondorioak kontsumo agroekologikoan oinarritutako Euskal Herriko ahalik eta talde zein elkarte gehienarekin partekatu.

.Kontsumo agroekologikoan oinarritutako talde edota elkarten artean zein lankidetzako edo elkarlan-proiektu edo ekintza egin daitezkeen aztertu, modu kolektiboan.

.Kontsumo agroekologikoan oinarritutako Euskal Herriko talde edo elkarten arteko gune edo koordinazio-mekanismo egonkorra sortzeko aukerak aztertu.

.LURRALDEKAKO BILERAK

Proiektuaren lehen faseko emaitzak eta ondorioak kontsumo agroekologikoan oinarritutako Euskal Herriko ahalik eta talde zein elkarte gehienarekin partekatzeke asmoz, lurraldekako sei bilera antolatu ziren, zeinetan 18 lagunek hartu zuten parte, kontsumo agroekologikoan oinarritutako 16 talde edo elkar-teren ordezkari:

TAULA - Kontsumo agroekologikoan oinarritutako talde edota elkarten arteko bilerak:

DATA	LURRALDEA	PARTE HARTU DUTEN EKIMENAK
19/04/03	Nafarroa	Errigora
19/04/03	Nafarroa	Leitzeko, Jateko
19/04/11	Araba	Bionekazaritza, BioAlai
19/04/12	Lapurdi	Otsokop
19/04/13	Bizkaia	Marisatsa, Lurgozo, Butroi Bizirik, Anbotope
19/05/08	Gipuzkoa	Labore Txingudi, Igeldoko kontsumo talde, Arraztalo, Xixare, Bashemri taldeak, Antiguaotarrak

.KONTSUMO AGROEKOLOGIKOAN OINARRITU-TAKO EKIMENEN BIGARREN TOPAGUNEA

Bigarren topagunearen xedea zen kontsumo antolatuan oinarritutako Euskal Herriko talde eta elkarteek egindako lan guztiari feedbacka ematea.

Topagunean, kontsumo agroekologikoko ahalik eta talde eta elkarte gehienak bildu nahi zen, handi samarra izango zen, beraz. Horrela, hainbat helburu betetzen ahaleginduko ginen.

Kontsumo agroekologiko antolatuan oinarritutako esperientzien topaketaren helburuak

.Burututako prozesuaren eta lortutako emaitzen zein ondorioen feedback kolektiboa egin.

.Ekimenetako herritarrek elkar ezagutzeko gune bat sortu.

.Ikerketan antzemandako eztabaida nagusien berri ahalik eta ekimen zein norbanako gehienari eman.

.Kontsumo agroekologikoan oinarritutako talde eta elkarten artean koordinatzeko sare, esparru edo ekimen zehatzak martxan jartzeko egokitasunaren gainean hausnartu, modu kolektiboan.

.Martxan diren sare eta ekimenetan oihartzuna izango duen eztabaidagune aiposatu sortu. duen eztabaidarako espazio aiposatu sortzea

Topaketaren izaera eta tamaina zirela eta, oso garrantzitsua zen ahalik eta ekimen zein herritar gehiena biltzen saiatzea. Horregatik, eta lurraldekako bileretan deialdiekin eta parte-hartzearekin izandako arazoak kontuan hartuta, ahalegin berezia egin genuen bigarren topaketarako deialdian.

Bigarren topaketan izandako parte-hartzearen balorazio orokorra

- .Lehen aldiz lortu da Iparraldeko, Nafarroako eta Euskadiko askotariko ekimen eta herritar ugari elkartzea kontsumo agroekologikoari buruzko topaketa batean.
- .Positiboki balioetsi dugu topaketan parte hartu duten pertsonen kopurua (38), bai eta haiek ordezkatu dituzten ekimenen kopurua (26) ere, hala nola 10 ekoizle ekologiko bertaratu izana.
- .Zenbait herritarrek parte hartuko zutela berretsi zuten, baina azkenean ez ziren bertaratu; beste batzuk agenda-kontuak tarteko ezin izan ziren etorri.
- .Alderdi negatibo bat aipatzearren: elkarte agroekologiko handi batzuen ordezkariak ez zen etorri.

Topaketa 2019ko ekainaren 22an egin zen, Nafarroako Ziordia herrian, Amarauna kolektiboak kudeatzen duen moja-komentua izandako esparruan. Ekoizpen agroekologikoaren gaineko ekimen hau eta bestelako jardunaldi zein topaketak bateragarriak dira esparru berean.

Taula honetan, topaketan parte hartu zuten ekimenen zerrenda ageri da, bakoitzetik gerturatutako herritar-kopurua zehazturik. Topaketara joandako ekoizle-kopurua ere ageri da.

Parte hartu zuten ekimenei eta norbanakoei erreparatuz gero, zenbait ideia jaso dezakegu.

Topaketan parte hartu zuten ekimen eta norbanakoen inguruko zenbait xehetasun

- .Azpimarratzekoa da Nafarroako ekimen ugari izan zirela, Iparraldekoak ez bezala.
- .Topaketan parte hartu zuten kontsumo-eredu agroekologikoetan oinarritutako 18 ekimenetatik (ekoizle zein herritarren ordezkaritza izan zutenak) 9 kontsumo-taldeak izan ziren, 7 kontsumitzaile-elkarteak eta 1 banaketa kolektiboko sarea (Errigora).
- .Nabarmentzekoa da bestelako gizarte-ekimenak ere izan zirela, modu batean edo bestean elikadura, nekazaritza edo landa-garapenaren inguruko gaiak lantzen dituztenak: Ekoalde, Sakanako Garapen Agentzia, Aiaraldea, Bionekazaritza, Ekhilur, Auzaskia.
- .Etorritako 37 lagunetatik 20 emakumeak izan ziren.

Topaketaren lehen zatian, ikerketaren lehen fasean jasotako emaitza eta ondorio nagusien aurkezpen laburra egin zen.

Topaketaren bigarren zatian, hainbat talde txikitan elkarturik, 3 gai nagusi jorratu ziren. Norbanako guztiak hiru lan-mahaietan aritu ziren, eta, amaitu-

takoan, mahaia dinamizatzeaz arduratu ziren pertsonen emaitza esanguratsuak aurkeztu zituzten.

Kontsumo-eredu agroekologikoei buruzko bigarren topaketan jorraturiko eremu tematikoak

- .Kontsumo-eredu antolatuen arteko lankidetzak eta elkarlana.
- .Ekoizle eta herritarren arteko harremanak.
- .Komunikazioa, sentsibilizazioa, prestakuntza eta intzidentzia.

TAULA - Kontsumo agroekologikoko ekimenen arteko bigarren topaketara bertaratuak:

HERRIA		PERTSONA	
IZENA		EREDUA	KOPURUA
Artieda	Baratzan Blai	Ekoizlea	2
Bera	Bidazi	Kontsumo elkartea	2
Falces	J. Aranda	Ekoizlea	1
Iruña	Jateko	Kontsumo taldea	2
Irurozki	Bizilur (red de G.C.)	Ekoizlea	2
Lakabe	Lakabeko okindegia	Ekoizlea	1
Leitza	Leitzeko	Kontsumo taldea	2
Noain	Ekoalde	Horniketa unitatea	1
Sakana	Sakana Garapen Agentzia	Garapen Agentzia	1
-	Errigora	Banaketa sare kolektiboa	1
Aiaraldea	Aiaraldea koop. elk.	Lan kooperatiba	1
Aramaio	Kepa Lizarralde	EHKO	1
Gasteiz	BioAlai	Kontsumo Elkartea	2
Gasteiz	Bionekazaritza	Nekazaritza Ekologikoko Elkartea	2
Ziordia	Amarauna	Ekoizlea	2
Bilbo	Letxugak	Kontsumo taldea	1
Durango	Marisatsa	Kontsumo elkartea	1
Gernika	Lurgozo	Kontsumo elkartea	1
Mungia	Butroi Bizirik	Kontsumo elkartea	2
Sornotza	Iraunkor	Kontsumo elkartea	1
Azpeitia	Sakana etxaldea	Ekoizlea	1
Azkoitia	Elikagunea	Kontsumo elkartea	1
Donostia	Uliako kontsumo taldea	Kontsumo taldea	1
Errezil	Irure Txiki baserria	Ekoizlea	1
Zarautz	Ehkilur	Kontsumo taldea	1
Baiona	Otsokop	Kontsumo elkartea	1
Kanbo	EHKO	Herritarra	2
Arberatz	EHKO	Ikerketa-dinamizazioa	1

Gaiok jorratzeko, parte hartzaileei proposatu zitzaizen arlo bakoitzean izan dituzten ekimenak azaltzea. Horrez gain, gai bakoitzaren inguruko proposamen zehatzen zirriborroa osatzen ahalegindu ginen. Proposamenen ardatza alderdi kolektiboa izan zen, hots, lan-eremu zehatz bakoitzaren inguruan kontsumo-eredu antolatuek ehun ditzaketen balizko lankidetzak-ekintzak.

Hona hemen 3 lantaldeetan ateratako emaitzak.

TAULA - "Kontsumo-eredu antolatuen arteko lankidetzak eta elkarlana" lantaldean jasotako ekimenak:

Ekimenak

- .Taldea edo elkartearen arteko eresketa bateratuak.
- .Datu-base partekatua (ekoizle-zerrendak, etab.).
- .Gertuko taldeen artean partekatutako asteko banaketa-eguna.
- .Tomate Gorria, 8 kontsumo-taldeen arteko koordinazioan oinarritutako antolaketa-egituraren adibidea. Gaur egun, horietako talde bakarrak segitzen du jardunean.
- .Ekokontsumo Federazioa, ekimenak, eztabaidak eta baliabideak partekatzeko gunea: lan-baldintzak, softwarea, ekoizle-zerrendak, webgune bateratua, eztabaida edo gatazken konponketa, etab.).
- .Bigarren eskuko baliabideen salmenta/erosketa edo donazioa: balantzak, apalategiak...
- .Intercoopen (Frantziako supermerkatu ekologikoen sarea) ekimenak: software bera erabiltzen dute, kontaktuak partekatzen dituzte...
- .Elkarte handiek edo beteranoek gertuko beste talde edo elkarte txikiagoei edo sortze-prozesuan direnei eskaintzen dieten unean uneko laguntza.

Proposamenak

- .EHKO barruan kontsumo elkarte eta talde agroekologikoen batzordea sortu.
- .Hegoaldeko eta Iparraldeko ekoizle- eta kontsumo-elkartearen arteko zuzeneko harremana errazte aldera, mugaz gaindiko ekimenak finantzatzen dituzten Europako dirulaguntza-deialdietara aurkeztu.
- .Ekoalde bere baliabide eta kontaktuak eskaintzen dizkie kontsumo talde eta elkarte guztiei.

TAULA - "Komunikazioa, sentsibilizazioa, prestakuntza eta intzidentzia" lantaldean jasotako jarduerak:

Jarduerak

- .Hitzaldiak, mahai-inguruak.
- .Bideo-emanaldiak, zineforumak.
- .Bisitak etxaldeen, eskola-bisitak, pasierak.
- .Sentsibilizazioa eta ezagutza bultzatzeko azoka agroekologikoak edo turistek banatzen zaizkien saskiak.
- .Ate irekien jardunaldiak baserrietan.
- .Auzolanak baserrietan.
- .Kontsumo talde eta elkartearen aldetik tokiko diruaren erabilera eta sostengua.
- .Prestakuntza- eta sentsibilizazio-ekintzak eskoletan; oro har, elkarlana eskolekin.
- .Bermea Ziurtatzeko Sistema Parte-hartzaileen hedapena.
- .Elikagai-dastaketak, sukaldaritza-tailerrak.

.Tokiko edota eskualdeko aldizkari eta komunikabideetan agertzea, kanpaina indartsuak.

Proposamenak

- .Ahaleginak batu eta partekatu ekoizpen eta kontsumo agroekologikoaren esparruan ditugun esperientzien berri zabaltzeko.
- .Elkarlana komunikabideekin: pertsonaia mediatiko ezagunekin kolaboratu, saio zehatzak garatu komunikabide zehatzetan, bestelako komunikabideekin lan egin.
- .Informazioa edo materiala partekatzeko posta elektronikoko talde bat sortu. Gutxieneko koordinazioa egituratuko bada, posta elektronikoari lotutako tresna kolektiboa beharko litzateke.
- .Diru sozialarekin jardun.
- .Taldeen arteko topaketak antolatu.
- .Kontsumo-ekimenen arteko koordinazioa hitzaldiak antolatzeko orduan (hizlarien birak koordinatzeko, adibidez).

TAULA - "Ekoizle eta herritarren arteko harremanak" lantaldean jasotako jarduerak:

Jarduerak

- .Bisita gidatuak.
- .Herritarren parte-hartzea nekazaritzako sindikatu eta elkarteetan.
- .Tokiko produktuen urteroko azoka.
- .Salmenta/erosketarako zuzeneko harremanak (kalean, lokalean, dendan).
- .Urteroko azoka eta jarduerak-astea.
- .Ekoizleen bisitak kontsumo-taldeen artean: elkar ezagutzeko, produktuak dastatzeko, ekoizpenaren eta kontsumoaren arteko harremanaz hitz egiteko...
- .Baserriko Uzta*.

Proposamenak

- .Datu-base partekatua ekoizle- eta erosle-taldeen artean. Ekoizleen, ekoizpenen eta egungo kontsumo-talde zein elkartearen zerrenda.
- .Lan-saioak ekoizle eta herritarrek elkarrekin antolatzea.
- .Ekoizle eta herritar erosleek eskola-bisitak eta baliabide pedagogikoak bultzatu.
- .Jabetza kolektibo eta komunaren sustapena.
- .Bestelako elikadura-ereduaren aldeko mugimenduan inplikatu.
- .Prestakuntza-saioak ekoizleen duintasuna sendotzeko.
- .Azokan sustapena, langileen eta ekoizleen ordutegiak kontuan hartuta.
- .Ekoizle eta erosleen arteko harremana bultzatzeko ekitaldi eta otordu partekatutak.
- .Beti aintzat hartu emakumezkoen tokia, bai eguneroko lanetan bai gaurko bezalako ezohiko esparruetan.
- .Haur eta gazteentzako guneak sortu ekitaldietan, bileretan eta halakoetan.
- .Sukaldaritza- eta nutrizio-saioak antolatu talde eta elkarteetan, elikadura burujabetzaren gaineko ezagutza eta diskurtsoa indartzeko.

**Baserriak eta kultura lotzen dituen ekimena. EHKolektiboak sustatua.*

.Topaketaren amaiera

Topaketaren amaieran, Euskal Herriko ekimen hauen guztien arteko egituraketa gauzatzea edo haien arteko gutxieneko harremana ahalbidetuko duen esparrua (antolatua) sortzeko buruz eztabaidatu zen.

Bertaratutako pertsona gehienak bat etorri ziren interesgarria eta aberasgarria litzatekeela kontsumo-ekimenen artean zubiak eraikitzea. Alabaina, topaketan ezin izan zen sakondu (eta zehaztu) esparru/koordinazio horrek beharko litzukeen mekanismoetan: zeinek sortu beharko luke? Zertarako? Nork hartuko luke parte modu aktiboan?, etab.

EHKOlektiboan, lanketa horren beharra eta eragiten duen interesa jaso ditugu, eta, ahal dugun neurrian, ekoizpen eta erosketa agroekologikoaren arteko zubiak eraikitzen jarraituko dugu, hala nola antolatutako kontsumo-ekimenen arteko loturak proposatzen.

8.ONDORIOAK

.EKIMENEN KOKAPENA

Kontsumo antolatuari lotutako Euskal Herriko ekimen gehienak hiri handietan edo biztanle ugariako bailaretan daude. Harrigarria da Nafarroako hegoaldean edo Iparraldeko barnealdean antzeman dugun gabezia.

Ekimenen sistematizazioa osatu gabe egon daitekeela kontuan harturik, nabarmena da kontsumo antolatua Euskal Herriko hiriguneetan pilatzen dela (Bizkaiko Kantauriar eskualdea, Gasteiz, Iruñea, Gipuzkoa eta Lapurdiko kostaldea).

Hona hemen errealitate hori azal dezaketen hainbat hipotesi:

- 1) Landa-eremuetan barazki- eta fruta-ekoizpena gertu dagoenez, ez da beharrezkotzat jotzen kontsumitzaileak antolatzea.
- 2) Zenbait eremutan, elikaduraren gaineko kontzientzia edo ardura handiagoa izan liteke, arrazoi soziologikoak edo kulturalak direla medio.
- 3) Kontzentrazio demografikoak azal lezake kontsumo antolatua biztanleria handiagoko eremuetan izatea.
- 4) Kontsumo-taldeak sustatu dituzten elkarteak egoteak eragina izan lezake lurralde batean aurki dezakegun kontsumo talde- edo elkarre-kopuruan.
- 5) Hiri batean kontsumitzaile-elkarte handiak egoteak beste ekimen txikiago batzuk sortzea eta garatzea eragotz edo zail lezake.

.PRODUKTU EKOLOGIKO ETA KONBENTZIONALEN ARTEKO BIZIKIDETZA

Ikerketako gai polemikoenetako bat da ekimen batzuetan produktu kontzentzionalak dituztela. Aztertutako 14 talde eta elkarteetatik 5ek produktu ekologiko eta konbentzionalen arteko bizikidetzaren aldeko apustua egin dute. Erabaki horren atzean, bi arrazoi nagusi ditugu:

- 1) Kanpotik produktu ekologikoak ekartzea baino, tokiko elikagaiekin lan egitea lehenesten da, produktu konbentzionalak izanagatik ere.
- 2) Eredu elitistari jarraitu ordez, 2 produktu-gama eskaintzea erabaki da.

Baliteke kointzidentzia hutsa izatea, baina "supermerkatu kooperatiboetan" oinarritutako ekimen berrien irizpideek lanean urteak daramatzaten kontsumitzaile-elkarteen "% 100 ekologikoa" aukerarekin talka egiten dute.

Hala eta guztiz ere, bizikidetzaren honen alde egiten duten ekimenek produktu ekologiko mota ugari eskaintzen dituzte (% 100 barazki eta frutetan). Elkarriketatutako pertsona batek honela esan zigun: "Landareren eredu asko errespetatzen badugu ere, ez guenen oso garbi produktu ekologikoekin bakarrik lan egitea, gauzak munduko edozein lekutatik ekarri behar direlako. Nahiago guenen, askoz gehiago, tokiko produktua sustatu".

Otsokopen esan zigutenez, produktu ekologikoen eta konbentzionalen arteko bizikidetzak beste modu batean produktu ekologikoak inoiz erosiko ez litzuketen familien kontsumoan eragiten du: "Bazkideek, beren elikadurari lotutako aurrekontua areagotu gabe, produktu ekologiko gehiago kontsumitzen dute, ohiko supermerkatu batean aurrekontu berdina gastatzen duen familia baten aldean. Ez dute guztia ekologikoa jaten, baina bai lehen baino gehiago".

Iparraldeko AMAP askok ere hainbat ereduetan ekoiztutako produktuak barneratzen dituzte. Kasu horietan ere tokiko ekoizpena babesteko irizpidea lehenetsi da. Hala ere, AMAP batzuek —AMAP Amikuzek, kasu— tokiko ekoizpen ekologikoaren aldeko apustu sendoa egitea erabaki dute. AMAP Maule- ren kasuan, urteen poderioz produktu ekologikoen aldeko trantsizio-prozesua burutu du, eta, horrela, bere ekoizleetako bat ekoizpen ekologikora aldatzea erdietsi du.

.BARAZKI-SASKI ITXIAK: "BETIEREKO" EZTABAIDA

Kontsumo-talde ia guztiak saski itxiekin aritzen dira. A priori, eredu hau da onuragarriena barazki-ekoizpen agroekologiko txikiatarako.

Onura asko ditu, baina baita ez horren "erakargarria" bihurtzen duten zenbait ezaugarri ere. Bada, bereizgarri "problematiko" horiek dira kontsumo-talde edo kontsumitzaile-elkarte batzuek beste eredu baten alde egiteko arrazoiak. Kontsumitzaile-elkarte handiek eta supermerkatu kooperatiboek denda-eredua aukeratzen dute, saski itxien ereduak familia asko kanpoan uzten dituelako.

Hala ere, badaude kontsumitzaileen beharretara egokitzen ahalegintzeko estrategiak, eta horien artean hainbat saski-mota eskaintzea da erabiliena. "Denda-eredua" duten zenbait kontsumitzaile-elkartetan, inguruko baserrietan ekoiztiriko saski itxiak hartzeko aukera ere eskaintzen zaie bazkideei, lokalean bertan.

Azken urteotan, saski itxien eredu krisian dagoelako sentsazio orokorra nabari da. Hala ere, hipotesi hori gezurtatzen duten testigantzak jaso ahal izan ditugu ikerketa honetan, eta, datu zehatz eta sakonagorik gabe, ezin da esan saski itxien eredu krisian dagoenik.

Ustekoko krisi horren arrazoiak lirateke bazkide askoren "nekea", beste merka-

turatze-bide batzuen (azokak, dendak, zuzeneko online-salmenta...) agerpena eta hedapena, etab.

.BERME-SISTEMA PARTE-HARTZAILEAK ETA KONTSUMO ANTOLATUAN OINARRITUTAKO EKIMENAK

Ikertutako ekimen guztiek egiten dute lan elikagai ekologikoekin, eta bik besterik ez ziurtagiririk gabeko elikagai ekologikoekin. Kontsumitzaile-elkar-teen artean, erabateko adostasuna dago elikagai ekologiko guztiek ziurtagiria izan behar dutela.

Elkarriketatutako pertsona guztiek ezagutzen dituzte Bermea Ziurtatzeko Sistema Parte-hartzaileak (SPG, gaztelaniazko siglak), baita EHKOk ziurtagiri parte-hartzailearen inguruan egindako lana ere. Dena den, onartu beharra dago talde eta elkarreetako bazkide gehienek ez dituztela ezagutzen sistema parte-hartzaile hauek.

Ikertutako talde eta elkarreetak ez dute ziurtagiri parte-hartzaileen inguruko lan sistematikorik egiten. Gehienek ekoizle batzuen etxaldeetara bisitak egiten dituzte, baina, oro har, ekintza horien xedeak talde-kohesioa eta prestakuntza dira.

Elkarriketatutako gehienek interesa agertu dute Bermea Ziurtatzeko Sistema Parte-hartzaileen gainean, onartzeaz batera beren talde edo elkarreetak ezin duela horrelako prozesurik dinamizatu edo bertan parte hartu.

.PARTE-HARTZEA ETA BAZKIDEEN PROFILA

Gainetik azalduta, kontsumo-talde txikiek parte-hartze handiagoa eskatzen diete bazkideei kontsumitzaile-elkarreetak baino. Soldatapeko lanaren eta parte-hartzearen arteko alderantzizko lotura dago. Hala ere, bada desberdintasunik ekimenen artean.

Kontsumo-talde batzuek (Jateko, Letxugak, edo Aldatsa Baratza) parte-hartze aktiboa eskatzen diete beren bazkideei, baina beste talde batzuetan (Leitzeko, Biotzez, AMAP Amikuze edo AMAP Maule) parte-hartzea boluntarioa da. Talde guztietan bazkide aktiboagoen kopuru txiki bat dagoen arren, parte-hartzea nahitaezko baldintza den taldeetan lanak eta erantzukizunak banatuago daude.

Nahitaezko parte-hartzeak ekimen bateko kide izateko aukera murrizten du. Elkarriketatutako pertsona batek haxe zioen: "Jendearen gehiengoa oso eroso da. Orain arteko ereduak kontsumitzaileen inplikazio-maila handia eskatzen zuten, baina horrek ez du balio mundu guztiarentzat. Horregatik sortzen ari da supermerkatu kooperatiboen proiektu asko, eta ez bakarrik Euskal Herrian".

Nahiz eta supermerkatu kooperatiboaren ereduak kontsumo-talde batek baino parte-hartze txikiagoa eskatu, nahitaezko txandak ezartzeko erabakiak bazkide-kopuruaren murrizketa garrantzitsua ekarri du berekin, kasu batzuetan. Hala ere, Bilboko Laboren, adibidez, bazkideek nahiko ondo onartu dute borondatezko lan-txandak egiteko eskakizuna.

Labore Oarson, ez dago nahitaezko lan-txandarik, baina auzolanak egiten

dira, eta nahiko erantzun ona dute, gainera.

.GENEROA ETA PARTE-HARTZEA

Kolektibo hauetan, andrazkoen presentzia eta parte-hartzea oso nabarmenak dira. Ikerturiko ekimen askotan, ardura handieneko karguak emakumeek betetzen dituzte (koordinatzailea, dinamizatzailea, talde-arduraduna, produktu jakin baten arduraduna, etab.). Kontsumo-elkarreetan, soldatapeko pertsona gehienak ere andreak dira. Beti izan ez arren, batzordeetan ere ugariagoak dira emakumezkoak.

Normalean erosketak nork egiten dituen galdetu dugunean (edo banakete-tara nor joaten den), kasu gehienetan andrazkoen eta gizonezkoen arteko oreka aurkitu dugu.

Nekazaritza-sektorearen maskulinizazioaren aurka (sektore agroekologi-koaren kasuan gutxiago) antolatzen diren kontsumo-ekimenak biziki "femini-zatuta" daude. Ekimen horietako genero-auria sakonago aztertu nahiko bagenu, parekidetasun-zenbaketatik harago joan beharko genuke; hots, komeniko litzaiguke kontuan hartzea zaintzaren kudeaketa, botere-harremanak, gatazken konponbidea eta adostasunak, edo ekimen hauen funtziona-menduan eragiten duten beste hainbat baldintza.

.BOLUNTARIOTZA, BIDERAGARRITASUN EKONOMIKOA ETA PREKARIETATEA

Kontsumitzaile-elkarreen bideragarritasuna salmenta-bolumenaren, urteko kuoten eta borondatezko lanen mende dago. Urteko kuota izateak ahalbide-tzen du prezioei erantsitako marjina murriztea, proiektuaren bideragarritasuna-ri eutsi ahal izateko. Elkarreeta guztiek "ohiko" merkaturatze-bideek baino marjina txikiagoak ezartzen dituzte, baina marjina horiek desberdinak dira ekimen batetik bestera. Hain marjina txikiekin lan egiteak produktu iragankorren eskae-ekin kontu handia izatera behartzen du, galerarik ez izateko.

Kontsumo-elkarreetak, beren tamaina edozein izanda ere, prekaritate ekono-miko eta laboralaren muga daude.

Elkarreeta batzuek (Labore Bilbo, Otsokop, etab.) borondatezko lanak "barnera-tuta" badituzte ere, guztiak daude bazkideen borondatezko inplikazioaren mende. Lan-txandak eskatzen ez dituztenek elkarreetari denbora asko eskain-tzen dioten pertsona-talde txikiak dituzte (zuzendaritza-batzordea eta lan-batzordeak). Alderdi nabarmenetako bat da, ordainsaririk gabeko lan horiek soldatapeko langileek betetzen dituztenak bezain garrantzitsuak baitira.

Kontsumo-taldeek bideragarritasuna ere bazkideen parte-hartzearen mende dago. Kasu hauetan, ahuleziarik larriena da taldearen kudeaketan inplikaziorik handiena duten pertsonen lan-karga itzela.

.PRODUKTU-DIBERTSITATEA ETA PROIEKTUEN BIDERAGARRITASUNA

Badirudi zuzeneko lotura dagoela produktu-dibertsitatearen eta proiektuen bideragarritasunaren artean. Familia batek elikadura-beharrak taldean edo

kontsumo-elkartean asebate ditzakeen heinean, proiektua interesgarriagoa eta gogobetegarriagoa izango da.

Hori bereziki garrantzitsua da kontsumitzaile-elkarteetan. Otsokopeko langile baten esanetan, "Boluntariotza-orduak eskatzen dituzten supermerkatu kooperatiboen proiektuek soilik iraungo dute bizirik **bazkideek behar duten guztia eskaintzen badute**".

Bazkideen beharrak asetzeko, ezarritako erosketa-irizpideekin bat ez datozen produktuak ekartzen dira, sarri. Bazkide batek edo gehiagok denda ez dagoen produkturen bat eskatzen badu, elkartearen izenean eskari berezia egiteko aukera dago. Produktu berezia eskatzen duen bazkide-kopurua handia bada, dendako ohiko eskaintzan sartuko da: "Bazkide batek pistatxo ekologikoak eskatu zizkigun. Alacanten bakarrik topatu genituen, eta zuzenean ekoizleari eros geniezazkionez, ekarri egin genituen".

.EKOIZLEEKIKO HARREMANA

Kontsumo-taldeek ia produktu guztiak ekoizleekin zuzeneko harremana izanez lortzen dituzte. Kontsumitzaile-elkarteek, ordea, zailtasun gehiago dute hori lortzeko; bereziki, barazkien eta frutaren kasuan.

Ekoizle agroekologiko txikiak beren banaketa-bideak izan ohi dituzte; hala, kontsumitzaile-elkarte handiak bigarren mailako merkaturatze-bidetzat jotzen dituzte.

Ziurrenik, kontsumitzaile-elkarte handiak barazkiz hornitzea eskaintzaren antolaketaren mende dago, hau da, zenbait etxalde koordinatuko dituzten egiturak sortzearen mende: landaketa-plangintza bateratua, logistika elkarbanatua, salneurri adostuak, fakturazio bateratua... Aztertutako elkarte gehienek argi eta garbi adierazi dizkiote eskari horiek tokiko ekoizpen-sektore agroekologikoari.

Beste produktu batzuei dagokionez (gazta, esnekiak, kontserbak, edariak, etab.), aldiz, elkarte handienek zuzenean ekoizleari erositako tokiko produktu-aukera zabala eskaintzen dute.

.SAREAK ETA ALIANTZAK

Kontsumo talde edo elkarrekin osatutako sareez hitz egiten denean, eskaera kolektiboekin eta garraioaren koordinazioarekin lotzen dira.

Labore Bilbok, adibidez, arazo logistiko asko du produktuak Iparraldetik ekartzeko. Elkarte horretako dinamizatzailearen aburuz, Hegoaldeko beste talde edota elkarrekin eskari bateratuak koordinatuko balira, agian errazagoa litzateke produktu horiek eskuratzea.

Eskariak bateratzeko koordinatu diren elkarte batzuek, ordea, zailtasun dezente topatu dute saiakerak denak uzteko pozik: "Ekokontsumon, banaketak (fruta, gazta, etab.) koordinatzen saiatu gara, baina kopuru txikiak eskatzen ditugunez, ez zaigu errentagarri atera garraioa "autokudeatzea". Merkeago ateratzen zaigu banatzaileekin lan egitea, haiek ez dutelako arazorik produktu jakin baten kutxa pare bat ekartzeko, bidaia berean beste hainbat gauza ere ekartzen baitute".

Hori dela eta, zenbait pertsonak uste dute interesgarriagoa dela kontaktuak eta informazioa partekatzea, hala nola baliabide informatikoak, sentsibilizaziorako baliabideak (materialen baterako argitalpena, hitzaldi edo ekitaldiak partekatzea), etab.

Aliantzak oso gertuko ekimenekin sortzen badira, errazagoa da guztia. Ekimen "beterano" gehienek sortuz joan diren **beste talde batzuei** lagundu izan diete. Horrez gain, zenbait kasutan, elkarte handiek aukera ematen diete ekimen txikiagoei eskari bateratuak egiteko.

Horrela, txikiak errazago eskura dezakete produktu-mota ugari, eta,aldi berean, handiek beren salmentak areagotzen dituzte.

.KONTSUMO ANTOLATUA ETA EKINTZA POLITIKOA

Bai kontsumo-taldeak bai kontsumitzaile-elkarteak, funtsean, ekimen praktikoak dira. BioAlairen kasua aintzat hartu gabe, ia ez dira egiten prestakuntzalana, sentsibilizazioa eta intzidentzia.

Ekimenetan inplikazio handiagoa duten pertsonentzat "kontsumoaz harago daude" proiektuak. Hala ere, borondate hori ez da islatzen ekintza politiko edo militante agerikoagoan. Aktiboagoak diren pertsona hauen ustez, kontsumo-taldea "oso eskola ona da, non gauza asko ikas ditzakezun autoantolaketaz, elikadura-burujabetzaz, agroekologiaz...". Hala, bazkide gehienak nekez aldentzen dira kontsumitzaile soilaren jarreratik. Edonola ere, kontsumo talde eta elkarrekin eraldaketarako ahalmen handia dute.

.KONTSUMO ANTOLATUKO EKIMENAK EGUNGO TESTUINGURUAN

Kontsumo antolatua duten ekimenak aukera argia dira ekologikoki jasangaitza eta sozialki bidegabekoa den elikadura-sistemaren aurrean. Elkarte horien ibilbide luzeak argi erakusten du zer-nolako ahalmena duten bestelako elikadura-sistemak eraikitzeko.

Alta, ekimen horien testuingurua aztertzea garrantzitsua da. Azken urteotan, kontsumo-taldeak ugaritu egin dira, baina beti ez dute bizirik irautea lortu. Kontsumo-taldeen boima joana dagoela esan genezake. Supermerkatu kooperatiboen ereduak, aldiz, indartzen ari dela dirudi.

Kontsumo antolatuko ekimen bakoitzaren ezaugarriak erakargarriagoak dira, beste batzuen aldean, kontsumitzaile-profilaren arabera. Eredu bakoitzaren indargunez eta ahuleziez harago, proiektu hauek guztiek etengabe ziztu bizian aldatzen den agertoki berari egiten diote aurre.

Urte gutxian, tokikoak edota ekologikoak diren produktuen eskaintza nabarmen ugaritu da. Hamarkada batean, produktu-mota horiek ia kontsumo antolatuko ekimenetan bakarrik eskuratu ahal izatetik aukera zabal baino zabalagoa izatera igaro gara, eta denda espezializatuetan, online-plataformetan nahiz salmenta-gune handietan topa daitezke.

Testuinguru honetan, salerosketa hutsetik "harago" joan nahi duten proiektuak gai izan beharko dira beren berezitasunak ederki komunikatzeko. Hori

lortzeko, gurez ustez, kontsumo antolatuko ekimenek partekatuko luketen **hausnarketa kolektiborako guneek** haiek indartzen lagun dezakete, bai eta, aldi berean, beren jardunaren oinarrian dauden balioen kontaketa partekatua eraikitzen ere.

Prozesu horretan, komenigarria litzateke kontsumo talde zein elkarteek **tokiko sektore agroekologikoarekin loturak eta sinergiak sendotzea**, erronka bera baitute denek etorkizunean.

Gure iritziz, EHKOk badu gaitasuna, eta, nolabait esatearren, betebeharra, ezinbestekoa bezain erakargarria den dinamika kolektibo horri laguntzeko.

Euskal Herrian agroekologia jorratzen eta bultzatzen duten baserritar eta herritarren sarea da EHKOlektiboa.

Gure baserrietan, jendartearekin batera, guztiontzako elikadura osasungarri eta eskuragarria ahalbidetzea dugu helburu, lurrarekiko, animaliekiko eta pertsonetikiko errespetuan oinarriturik. Agroekologiaren lanketa teorikoa eta, batez ere, praktikoa bultzatzen dugu, herrigintzaren ikuspegitik eta elkarlana oinarri gure etxaldeen agroekologiaren bidean aurrera egin dezaten, guztion laguntzarekin.

EHKO IDENTIFIKATZAILEAK esan nahi du EHKO etxaldeen kolektiboak definitutako irizpide agroekologiko guztiak errespetatzen dituztela. Berme-sistema parte-hartzailean oinarritzen da.

ehkolektiboa@gmail.com

www.ehkolektiboa.eus

0034 688 86 70 20

EKOLOGIKOA

Europako araudia + laborariek ezarritako konpromisoak

*biologique
ecológico*



GERTUKOA

Euskal Herrikoa eta inguru hurbilekoa

*de proximité
cercano*



GIZA NEURRIKO ETXALDEAK

lan baldintza duinak

*a taille humaine
a escala humana*



EKONOMIA SOZIAL ERALDATZAILEA

*social transformative
social transformadora*

