

TXOSTENA

Produktu freskoak etiketatzeko informazio kanpaina

AURKIBIDEA

1. Sarrera
2. Helburuak
3. Jarduteko metodologia: Materiala eta dokumentazioa
4. Toki hauek bisitatu ditugu:

A) Arrandegiak:

- I. Bisitak*
- II. Oharrak. Grafikoa*
- III. Azken ondorioak*

B) Harategiak

- I. Bisitak*
- II. Oharrak. Grafikoak*
- III. Azken ondorioak:*
 - behikien etiketak*
 - haragi produktuen etiketak*

C) Fruta dendak

1. SARRERA

Produktu freskoetarako etiketei buruzko informazio kanpaina Donostiako Udaleko Enplegua Sustatzeko programaren barruan sartzen da. Hala, teknikari laguntzaile bat kontratatu da, eta lau hilabetez aritu da lanean, 2018ko martxotik ekainera.

Ekimen honetan, Osasun eta Ingurumen atalarekin lankidetzan, hainbat bisita egin dira hiriko elikagaien merkataritza establezimenduetara (txikizkariak); zehazki, arrandegietara, harategietara eta fruta dendetara.





2. HELBURUAK

Kanpaina honen helburua da elikagaien establezimenduetako arduradunak gehiago kontzientziaztea, ondo etiketatzeko betekizunak bete ditzaten, legeak ezartzen duenarekin bat. Horrela, ez bakarrik ematen zaio informazio gehiago kontsumitzaileari (eskubide bat da, gainera), baizik eta produktuen trazabilitatea ere bermatzen da (horien jatorria zein den eta zer eraldatze prozesu izan duten kontsumitzaileari eman zaizkion arte).

3. JARDUTEKO METODOLOGIA: MATERIALA ETA DOKUMENTAZIOA

Kanpaina bi fasetan egin dugu: alde batetik, gutun bat bidali diegu hiriko arrandegi eta harategi guztiei, kanpaina honen berri emateko eta horietako bakoitzera egin behar genituen bisiten berri emateko. Bestalde, elikagaien establezimenduetara egindako bisita xehatu horien bidez, honako lan hauek egin ditugu:

- Eskaintzen dituzten produktuen etiketak egiaztatzea
- Etiketari buruzko araudien berri ematea, eta idatzizko eta dibulgaziozko dokumentazioa ematea.
- Establezimendu horietako garbiketa eta esposizio baldintzak kontrolatzea.
- Lortutako informazioa biltzea eta Udaleko Osasun Publikoaren Zerbitzuari jakinaraztea.
- Arazo, zalantza eta egoera puntualak konpontzea.

Jarduera horiek egiteko, material eta dokumentazio espezifiko hau baliatu dugu:

- Araudi tekniko-sanitarioa, bai arrainaren bai behikiaren etiketei buruzkoa.
- Erakusteko eta orientatzeko etiketatze eredua (arrandegietarako eta harategietarako)
- Kanpaina honetarako prestatutako informazio liburuxkak, prestatutako haragi produktuen etiketei eta alergenoen presentziari buruzkoak.
- Bisitatutako establezimendu bakoitzaren fitxa.
- Eusko Jaurlaritzaren elikagai establezimenduen eta jardueren erregistro inprimakiak

3. BISITAK TXIKIZKAKO SALTOKIETARA

A) Arrandegietara egindako bisitak

I. Aldez aurreko bilerak

Kanpaina arrandegiekin hasi zen. Establezimendu bakoitza bisitatu aurretik, martxoaren 8an, bilera bat egin genuen Gipuzkoako Arrain eta Itsaski Fresko eta Izoztuen Txikizkako Saltzaileen Elkarte Profesionaleko lehendakariarekin. Bilera horren helburua zen kanpaina honen berri ematea eta elkartearen ahalik eta lankidetzat handiena lortzea. Elkarteko arduradunaren erantzuna ez zen bereziki ona izan, eta esan zuen lehenago ere egin zela antzeko zerbait FROMek egindako etiketak erabiltzen zituztenean. Informazioa emateko eskatu zuen, eta elkarteko kide diren dendetara bidaliko zuela esan.

Ondoren, beste bilera bat egin genuen Eusko Jaurlaritzako Arrantza arduradunarekin, ez bakarrik kanpaina honen berri emateko, baizik eta baita etiketetan jarri beharreko kontzeptuei (arrantza eremua, eta abar) buruzko informazio eta dokumentazio gehiago lortzeko ere. Jarrera positiboa izan zen eta laguntzeko prest agertu zen beti.

II. Bisitak

Hiri osoko **56 establezimendutara** egin dira bisitak, Bretxako (12) eta San Martingo (8) azoketako arrandegiak alde batera utzita; izan ere, Osasun Saileko ikuskatzaileek bisitatuak zituzten horiek.



Era berean, saltoki eta supermerkatu handietako 24 postuetatik 7 bisitatu dira (1 Eroski, 2 TODO-TODO, 3 Super Amara eta 1 BM), horietako bakoitzak etiketa berberak baitzeuzkan establezimendu guztietan. Gainerako bisitak (49) hiriko arrainen txikizkako merkataritza establezimenduetara egin dira.

Jarduera horietan, hainbat dokumentazio jakinarazi eta eman zaie, legez arrainaren etiketetan zer datuk azaldu behar duten jakiteko:

- izen komertziala
- izen zientifikoa
- harrapatze edo hazte eremua,
- ekoizpen metodoa (erauzketa arrantza, akuikultura)
- arrantza artea
- egoera: freskoa edo izoztua
- alergenorik baduen adieraztea. (Adibidez: sulfitoak ditu)

Establezimendu bakoitzari atal honen laguntza eskaini zaio, zalantzak argitzeko edo behar duen informazioa emateko.

Halaber, galde-sorta bat egin dugu saltoki bakoitzerako, eta datu hauek jaso:

- etiketak jasotzen dituen ala ez nahitaezko datuak, batzuk ala denak
- beste datu batzuk (bibalbioen etiketak gordetzen dituen, produktu eraldatuak saltzen dituen...)
- Eusko Jaurlaritzaren elikagai jardueren erregistroa baduen
- ohar puntualak

III. Oharrak. Grafikoa

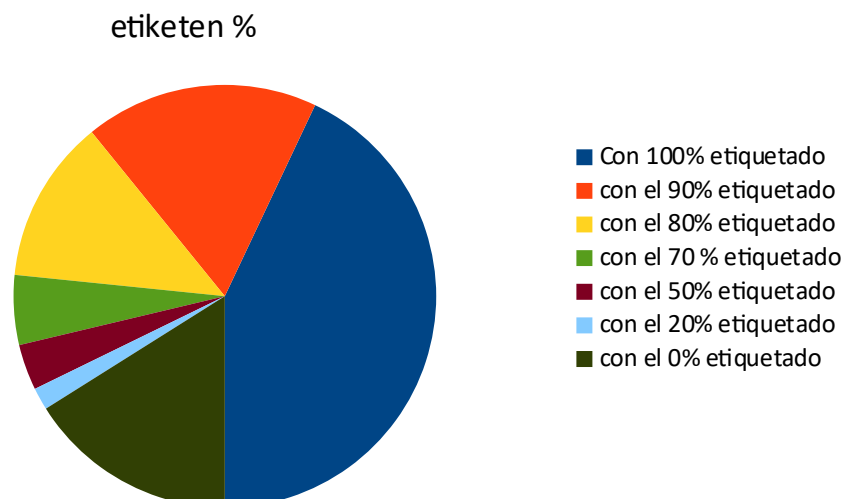
Kanpaina honetan egindako landa lanaren ondoren, ondorio hauek atera daitezke:

Gaur egun, martxan dauden **95 arrandegi** zenbatu dira, eta honela banatuta daude:

- Bretxako eta San Martingo azokak: (% **20,6**)
- Kate handiak (SUPER AMARA, BM, TODO-TODO, EROSKI): % **24,7**
- Txikizkako saltokiak: % **54,6**

Era berean, bisitatutako **56 arrandegietatik**, saltoki eta supermerkatu handietara egindakoak 7 izan dira, denera 24 badira ere (1 Eroski, 2 TODO-TODO, 3 Super Amara eta 1 BM), horietako bakoitzak etiketa berberak baitaizka establezimendu guztietan. Gainerako bisitak (49) hiriko arrainen txikizkako merkataritza establezimenduetara egin dira.

Grafiko honetan, produktua etiketatuta daukaten arrandegien ehunekoa ikus daiteke:





IV. Azken ondorioak

- Bisitatu diren establezimenduetako askok erabiltzen dituzten etiketek lonjako **kutxetan** datorren produktuari buruzko informazio guztia dakarte. Baina paper finekoak direnez eta poliespanari itsatsita daudenez, erraz hausten dira, eta, izotzarekin kontaktuan egonda, busti egiten dira. Hori dela eta, saltoki batzuetan kortxoan itsatsita jartzen dituzte, horman edo arrainaren ondoan, praktikoagoa izan dadin.
- Arrandegi batzuk kexu dira, batzuetan etiketa guztiak lortzerik ez dutela eta; izan ere, kaxa osoa lonjan erosi ez badute eta arrain ale solteak erosi badituzte, ezin dituzte eskuratu.
- Halaber, etiketa horrez gain, ohikoa da establezimendu askotan (% 70) eskuz idatzitako paper bat ikustea arrainen ondoan, izen komertziala eta prezioa besterik ez dakarrela. Arduradunek diote erosoago iruditzen zaiela hori, baita bezeroei ere, oso higienikoa ez bada ere.
- Beste arrandegi batzuek duela urte askoko etiketak erabiltzen dituzte, **plastiko zurrunkoak**; etiketa horietan, prezioa soilik agertzen da, edo arrainari buruzko datu batzuk (normalean, gutxi). Adierazi zaie kasu gehienetan birzikla daitezkeela etiketa horiek eta gehitu daitezkeela falta diren datuak, kostuak gutxitzeko, etiketak garestiak direla esaten baitute.
- Bisitatutako establezimendu gehienetan, bakanen batean izan ezik, **ondo** hartu dute etiketa egokiak erabiltzeko gomendioa, agian aspalditik aldatzea pentsatzen zutelako, edo ekimen hau egokia iruditzen zaielako. Izan ere, horietako askok agertu dute interesa etiketa eredu jakin bat aukeratzeko, adibidez, bisitetan erakutsi zaiena, eta non eska ditzaketen ere galdetu dute. Beste batzuetan, nahiago dute eurek diseinatu.
- Kateetako arrandegiek (24) (TODO-TODO, BM, Super Amara, Eroski) etiketa uniformeak dute, hau da, denak eredu berekoak dira, eta ondo daude. Hala ere, txikizkako oso **establezimendu gutxik** dauzkate osatutzat jo daitezkeen etiketak, hau da, datu guztiak dakartzaten etiketak.



B) HARATEGIAK

I. Aurretizko kontaktua

Bisitak hasi aurretik, harakinen elkarreterako ordezkariekin eta Gipuzkoako Merkataritza Federazioarekin harremanetan jarri ginen, kanpainaren helburuak helarazteko eta haien laguntza lortzeko. Kasu honetan, erantzuna positiboa izan da.

II. Bisitak

Hiriko harategi guztietara egin dira bisitak (**165**), are supermerkatuetan eta kate handietan daudenetara ere. Jarduera horietan, informazioa eman zaie, eta kanpaina honetarako berriak egindako dokumentazioa banatu; dokumentu horietan, informazio hau agertzen da:

1) Lege araudiaren arabera zer datuk agertu behar duten behikiaren etiketan:

- pieza izena
- animalia identifikazioa
- hiltegiaren identifikazioa
- zatitze gelaren identifikazioa
- jatorrizko herrialdea
- zer herrialdeetan hazi den
- prezioa kilogramoko

2) haragiaren deribatuen betekizunak:

- marka sanitarioa (norberak egin bada, kontzeptu hori azaldu behar da, bai eta establezimendu baimenaren zenbakia eta kontsumitzaileari zuzenean saltzekoa ere).
- izen komertziala
- osagaiak
- alergenoei buruzko informazioa

Arrandegietan bezala, establezimendu bakoitzari atal honen laguntza eskaini zaio, zalantzak argitzeko edo behar duten informazioa emateko. Halaber, galde-sorta bat egin dugu saltoki bakoitzerako, datu hauek jasotzeko:

- etiketak jasotzen dituen ala ez nahitaezko datuak, batzuk ala denak
- harategiko lantegi batean egindako haragi produktuak saltzen dituen edo ez
- alergenoei buruzko informazioa jendaurrean erakusten duen
- Eusko Jaurlaritzaren elikagai jardueren erregistroa baduen
- ohar puntualak

II. Oharrak. Grafikoak

a) Harategien gaur egungo erregistroa

Erregistratuta zeuden **183 harategietatik**, kanpaina hau egin zenean (2018ko maiatzean), **18** itxita zeuden. Aktibo zeuden **165**ak honela banatuta daude:

- azalera handiak (BM, Eroski, Todo-Todo, Super Amara) edo supermerkatuak (Aliprox, Super Zubiondo, Goiti Express, Adarra...): % **20,1**
- merkatuak (Bretxa, San Martin, Gros): % **14,2**
- txikizkako saltokiak: % **65,8**

b) Behikiaren etiketak

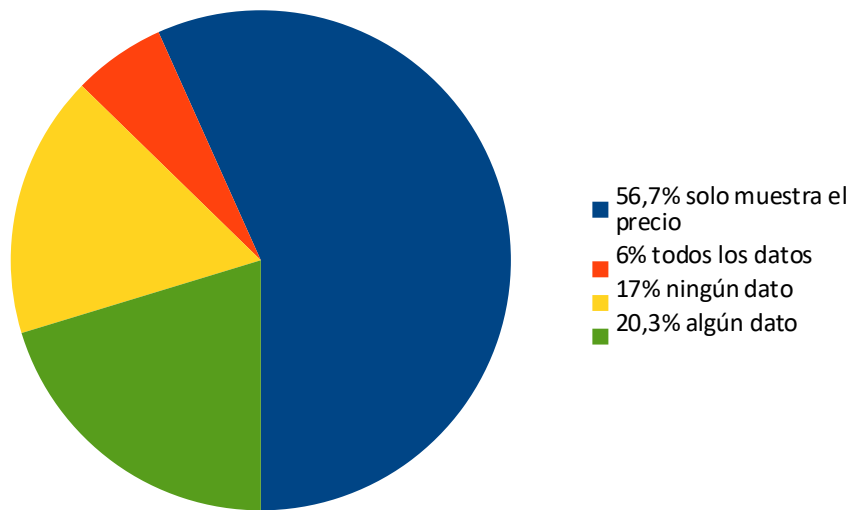
Bisitatuak establezimenduek datu hauek jasotzen dituzte behikiaren etiketan:



- prezioa bakarrik: % **56,7**
- nahitaezko datu guztiak: % **6**
- ez dago daturik: % **17,6**
- ez dago daturik: % **19,7**

1. grafikoa

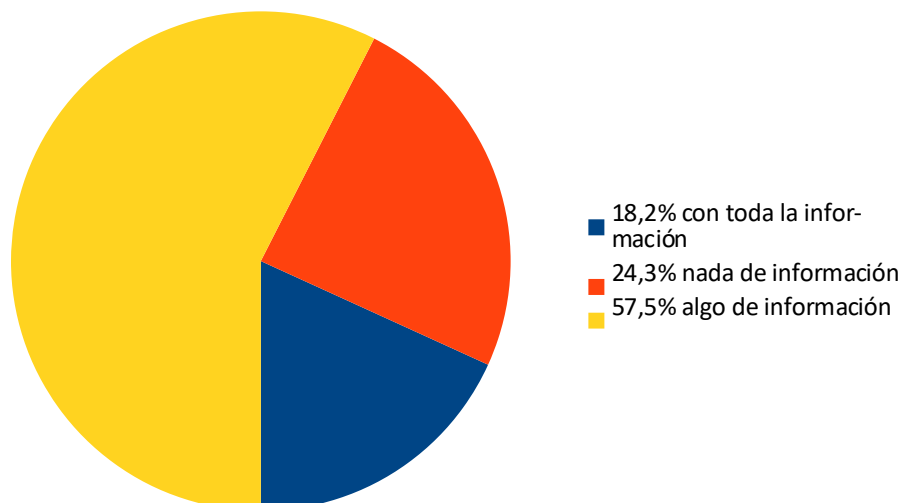
Informazioaren % etiketan



c) Haragi produktuen etiketak (saltxitxak eta hanburgesak):

- informazio guztia duten dendak: % **18**
- nahitaezko informazioari buruzko ezer ematen ez dutenak: % **24,3**
- informazioaren daturen bat ematen dutenak: % **57,7**

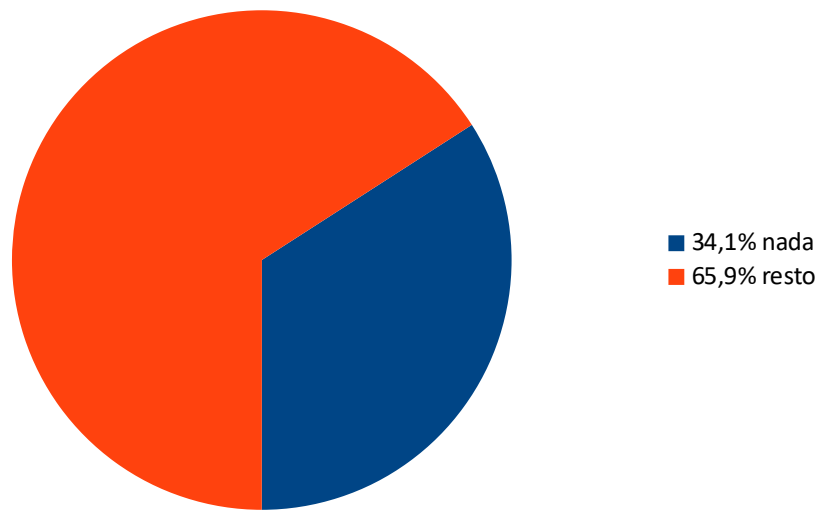
2. grafikoa





d) Alergenoen presentziari buruzko informazioa

- alergenoei buruzko ezer jartzen ez duten saltokiak: % **34,1**
- informazio hori ematen dutenak: % **65,9**



III. Azken ondorioak

Nabarmentzekoa da establezimenduetako arduradunen **jarrera**, oro har, oso ona izan dela beti (kasu gutxi batzuetan izan ezik), eta kanpaina babesten dutela. Uste dute garrantzitsua dela trazabilitatearen gaia, eta kontsumitzaileak ahalik eta informazio onena izan behar duela. Gehienek badakite etiketak aldatu behar dituztela, edo beste etiketa bat izan behar dutela.

a) Behikien etiketak

- Harategi gehienetan, behi pieza bakoitzaren (azpizuna, maskala, eta abar) prezioa eta izena bakarrik agertzen da. Baina beste batzuetan ez da informaziorik agertzen. Erakusgai dagoen haragi gehiena bide beretik datorrenez, iradoki zaie nahikoa dela kartel edo etiketa bakar bat jartzea eta hor nahitaezko informazio orokorra ematea (hiltegia, jatorrizko herrialdea, eta abar), oso denda gutxi erakusten baitute informazio hori.

- Harategi askotan erabiltzen dituzten etiketak zaharkituta daude, eta metalezko kako batean jartzen dituzte, haragi piezetan sartuta. Alde horretatik, oraindik kako hori erabiltzen dutenei gogorarazi zaie aspalditik dagoela debekatuta. Eta, etiketa horiek aprobetxatu nahi badituzte, gomendatu zaie kako hori oinarri edo oinazpiko txiki baten gainean.

- Beste harategi batzuetan, aldiz, etiketa berriagoak erabiltzen dituzte, era askotako euskarrien gainean, baina horrek ez du esan nahi eskatutako datu guztiak agertzen direnik; aitzitik, soilik piezaren identifikazioa eta prezioa agertu ohi dira. Era berean, Eusko Labela duten produktuak eskaintzen



dituzten establezimenduetan, trazabilitateari buruzko informazioa osorik eta ikusteko moduan agertzen da, behi marka horrek tamaina handiko etiketa bat erabiltzen baitu, bere euskarri eta guzti.

- Nolanahi ere, **oso gutxi dira etiketa osatua** duten harategiak.

b) Haragi produktuen etiketak

- Lantegian bertan egiten diren **haragi produktuei** dagokienez, saltoki gutxik betetzen dituzte betekizun guztiak. Gehienek izen komertziala besterik ez dute jartzen, eta, kasuren batean, hori ere ez. Gainera, harategi batzuek ez dute baimenik hanburgesak edo saltxitxak egiteko.

- Prestatutako haragi produktuetan alergenoei buruzko informazioa ematea dela eta, harakinak ulerkor eta laguntzeko prest agertu dira. Alde horretatik, bi aukera hauetako baten alde egin dute: jendeak ikusteko moduko kartel bat jarri, alergenoei buruzko dokumentazioa bezeroaren eskura dagoela dioena, edo osagaiak produktuaren etiketan erakutsi eta haren ondoan jarri.



C) FRUTA DENDAK

Harategietan eta arrandegietan ez bezala, fruta dendetako etiketatze kanpaina ezin izan da egin hiriko txikizkako saltoki guztietan, etiketatze informazioa eman behar zuen teknikari laguntzaileak ez duelako izan horretarako betarik: kontratua ekainaren amaieran amaitu zitzaien, eta bisitak maiatzean hasi ziren.

Nolanahi ere, **50** fruta denda bisitatu ahal izan zituen, eta horiei aurretik kanpaina honi buruzko informazio oharra bidali zitzaion. Bisitetan, diptiko bat eman zaie, fruta eta barazkien etiketatze egokia zein den azaltzen duena (produktuaren izena, barietate komertziala, jatorria, kategoria, kalibrea, pisua eta ontziratzailearen edo banatzailearen izena eta helbidea). Bestalde, Eduardo Guerrero Osasun atalaren buruak elikadura kateetako arduradunekin hitz egin zuen, ekimen honen berri emateko.

Kanpaina honi egin dioten **harrerari** dagokionez, oro har positiboa izan da, baina ez harategiek egin dioten bezain ona. Fruta eta barazkiek errotazio eta barietate ugari izaten dituztenez, egunero aldatu behar dira etiketak, eta horrek lan gehiago dakar eta, beraz, arduradunen eta langileen kexa gehiago. Gainera, askok informazio hori beste mota bateko ontzietan erakusten dutenez, eta ez kutxetan, zaila iruditzen zaie datu gehiago dakartzan etiketa bat jartzea. Eta estetikoki ere ez ditu konbentzitzen.

Era berean, bisita horietan alderdi hauek ikusi ahal izan dira:

- Fruta denda gehienek, % 80k, produktuaren izena eta prezioa baino ez dituzte markatzen, eta batzuetan hori ere ez.
- Saltoki bakar batek ere (BM eta Super Amara kateek eta TODO-TODO kateek izan ezik) ez ditu behar bezalako etiketak erabiltzen salgai guztietan.
- Bisitatutako establezimendu askotan, baldin eta produktuaren jatorrizko kaxak erabiltzen badituzte, mantentzen dituzte **jatorrizko etiketak**, nahiz eta beti agerian egon ez. Asko kexu dira jatorrizko kaxak beti beren etiketarekin ez datozelako eta batzuetan ekartzen dituzten etiketak ez direlako produktuari dagozkionak; hau da, laranja kaxa batean, adibidez, piperrak eskaintzen dizkiete jendeari.
- Bisitatutako saltoki batzuetan, ez frutaren itxura eta ez freskotasuna ez ziren oso egokiak, eta inguruan intsektu hegalaria txiki batzuk ere ikusten ziren.