

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

EKONOMIA ETA
ENPRESA FAKULTATEA
FACULTAD DE
ECONOMÍA Y EMPRESA

Gradua: EAZ eta Zuzenbideko Gradu Bikoitza (EAZ proiektua)

2018-2019 ikasturtea

Arabar Errioxako Jatorrizko Izendapenaren Sorrera

Enpresa txiki eta ertainentzako hil ala biziko aukera?

Lanaren egilea: Aritz Eguren Gurruchaga

Zuzendariak: Itziar Villafañez Perez eta Aitor Zurimendi Isla

Durangon, 2019ko otsailaren 13an



Aurkibidea

LABURPENA:	2
IRUDI ETA GRAFIKOEN BILDUMA:	3
LABURDURA ZERREDA:	4
1. Sarrera	5
2. Gaur eguneko egoera Errioxar Jatorrizko Izendapen Kalifikatua eta bere barneko Errioxar Ardoaren eremuan	6
2.1. Datu estatistikoak eta datu ekonomikoak	6
2.2. Kontseilu erregulatzailerak eta Kalitate institutuaren funtzionamendua	8
3. Interes gatazkari irtenbidea emateko erak praktikan	11
3.1. Errioxa Jatorrizko izendapenaren erabaki nagusia: Etiketatzean eraldaketak	11
3.2. Cava Jatorrizko Izendapenaren barneko banaketa	14
3.3. Euskal Sagardoaren bidea	16
3.4. Chacomena kasua	18
3.5. DO barnean jarraitzearen alde egiten duten erakundeak	21
3.6. Jatorrizko Izendapenetik kanpoko jarduna burutzea: ARTADI	22
3.7. Kooperatiben presentzia eta erantzuna: Dolare	25
3.8. Institutuzioen laguntza eta bultzada	26
4. Komenigarria da ekonomikoki jatorrizko izendapen berri bat sortzea?	29
4.1. Arazoaren funtsa: produktuak lurraldearekiko identifikazioa eza eta administrazio organoetan botere urria	29
4.2. Benetakoa desberdintze bat existitzen al da?	30
4.3. Lurralde izendapenaren funtzioak zeinu bereizgarri gisara:	31
4.3.1. Enpresari jatorriaren funtzioa: Lurraldekotasuna	31
4.3.2. Kalitate funtzioa	33
4.3.3. Erreputazio funtzioa	34
4.3.4. Lehiakortasun funtzioa eta esportazioak:	36
4.3.5. Publizitate funtzioa	38
4.3.6. Turismoa, marka balioa	38
4.3.7. Bezeroen hautematea eta hurbiltasunaren sententzia	39
5. Zer da Jatorrizko izendapen bat? Posible al da Arabako Errioxa ardoaren kasuan Jatorrizko Izendapen berri baten sorrera?	42
6. Berezko Jatorrizko Izendapena ez den bestelako zeinu bereizgarrien azterketa. Posibleak dira Arabar Errioxako ardoaren kasuan?	46
6.1. Babestutako izendapen geografikoa (IGP)	46
6.2. Bermatutako Espezializate Tradizionalak (ETG)	48
6.3. Berme edo Ziurtapen markak (Marcas de Garantía o Certificación)	49
6.4. Marka kolektiboa	51
7. Ondorioak	54
8. Bibliografia	58
I.ERANSKINA	62
II.ERANSKINA	63

LABURPENA:

Lan honetan zehar Errioxako Jatorrizko Izendapen Kalifikatuaren barnean (DOca Rioja) azken urte hauetan existitu diren barne eztabaida eta auziak aztertzeari ekingo diogu, bereziki Arabar Errioxan errotatutako ardogile eta ekoizleek, ABRA erakundearen barnebildurik, Jatorrizko Izendapen propio baten sorrera bultzatzeko saiakeraren nondik norakoak garatuko direlarik. Hein honetan, Jabetza Industrialari dagokion azterketa Arautzaile bat eskainiko dugu, betiere jatorrizko izendapen propioa sortzearen ideia erroturik izango dugularik.

Esparru honetan, Jatorrizko Izendapen batek betetzen dituen funtzioen gaineko garapen bat egingo dugu, Arabar Errioxari dagokionez komenigarria suerta dakiekeen neurri eta bestelako zeinu bereizgarri batzuen azterketa ere burutuko dugularik. Honela, Espainiar estatuan bestelako babesturiko produktuen ekoizleek harturiko erabaki ezberdinetan murgildu, eta etorkizunerako proposamenak islatzeari ekingo diogu ordenamendu juridikoak ahalbidetzen dituen elementuez baliatuz.

Hitz gakoak: *Jatorrizko Izendapena, Izendapen Geografikoa, Marka Kolektiboak, Bermatutako Espezialitate Tradizionalak, Berme eta Ziurtapen Markak, Arabar Errioxa, Kontseilu Arautzailea, Jabetza industrial, Merkataritza Zuzenbidea, Euskal Sagardoa, Cava Jatorrizko Izendapena, Artadi, ABRA*

ABSTRACT:

The aim of this report is to analyse whereabouts of the Regulating Council of the Qualified Denomination of Origin Rioja, and specially the latest movements regarding to the creation of a new Denomination of Origin Rioja Alavesa promoted by the Alava's local wineries' and winemakers' association ABRA. In this way, we are going to offer an intellectual property's inquiry, always having in mind the claim of creating a new DO.

Therefore, the functions entailed to a DO are going to be developed, as well as the existing real possibilities and legal procedures that can be followed in order to achieve their aim. Likewise, other similar actions taken by different producers from varying sector can easily serve as a practical demonstration for the future, since we try to draw different alternatives to be followed.

Key words: *Denomination of Origin, Geographical Indication, Collective Marks, Guaranteed Traditional Speciality, Certification Marks, Rioja Alavesa, Regulating Council, Industrial Property, Commercial Law, Basque Cider, Cava Denomination of Origin, Artadi, ABRA.*

IRUDI ETA GRAFIKOEN BILDUMA:

- **1.Irudia:** Arabar Errioxako ardoen esportazio prezioak herrialdeka, 2018ko lehenengo seihilekoan **Iturria:** Eustat – Irekia
- **2.Irudia:** Errioxako Jatorrizko Izendapen Kalifikatuko etiketatzea **Iturria:** Kontseilu Arautzailea
- **3.Irudia:** Etiketatze berria (kontraetiketa) Hermanos Frías del Val Ardotegia **Iturria:** Hermanos Frías del Val
- **4.Irudia:** Gorenak eta Euskal Sagardoa Izendapenen etiketatzea **Iturria:** Euskal Sagardoa
- **5.Irudia:** Gorenak eta Euskal Sagardoa Izendapenen etiketatzea Zelaia Sagardotegian **Iturria:** Zelaia Sagardotegia
- **6.Irudia:** Borgoina eskualdearen barneko izendapenen banaketa **Iturria:** Borgognes
- **7.Irudia:** Artadi upategiaren etiketa berria JI-tik kanpo **Iturria:** Artadi
- **8.Irudia:** Jatorrizko Izendapen Babestuaren etiketatzea **Iturria:** MAPAMA
- **9.Irudia:** IGParen etiketatzea **Iturria:** MAPAMA
- **10.Irudia:** ETG etiketatzea **Iturria:** MAPAMA
- **11.Irudia:** Woolmark ziurtapen marka **Iturria:** Woolmark Company
- **12.Irudia:** Rioja Marka Kolektiboa **Iturria:** EUIPO

LABURDURA ZERRENDA:

- **ABRA:** Arabar Errioxako Ardogileen Elkarte – Asociación de Bodegueros de Rioja Alavesa
- **AG:** Auzitegi Gorenak – Tribunal Supremo
- **AOC:** Appellation d'Origine Contrôlée – Babesturiko Jatorrizko Izendapena
- **AVEC:** *Associació d'Élaboradors i Viticultors Corpinnat*
- **BMA:** Bodegas Marquistas de Álava
- **DO:** Jatorrizko Izendapena – Denominación de Origen
- **DOCa:** Jatorrizko Izendapen Kalifikatua – Denominación de Origen Calificada
- **DOLARE:** Arabar Errioxako Kooperatibak – Cooperativas de Rioja Alavesa
- **EAE:** Euskal Autonomia Erkidegoa – Comunidad Autónoma Vasca
- **EBJA:** Europar Batasuneko Justizia Auzitegia – Tribunal Justicia de la Unión Europea
- **ED:** Errege Dekretua – Real Decreto
- **EJ:** Eusko Jaurlaritza / Gobierno Vasco
- **ELERIA:** Euskal Herriko Legelarien Aldizkaria
- **ETG:** Bermaturiko Espezialitate Tradizionala – Especialidad Tradicional Garantizada
- **EUIPO:** Europar Batasuneko Jabetza Intelektualerako Bulegoa – European Union Intellectual Property Office
- **EUSTAT:** Euskal Estatistika Erakundea
- **IGP:** Babesturiko Izendapen Geografikoa – Indicación Geográfica Protegida
- **RMUE:** 2017/1001 Europar Batasuneko Parlamentu eta Kontseiluko, 2017ko ekainaren 14ko Erregelamenduan, Europar Batasuneko markaren ingurukoa
- **OAMI:** Barne Merkatuaren Armonizaziorako Bulegoa - Oficina de Armonización del Mercado Interior
- **OCM:** Nazioarteko Merkataritza Erakundea – Organización Mundial del Comercio

ARABAR ERRIOXAKO JATORRIZKO IZENDAPENAREN SORRERA

Enpresa txiki eta ertainentzako hil ala biziko aukera?

1. Sarrera

Gizartea eraldatuz doa, etenik gabe; aurrera zein atzera, ikuspuntu zein ideologia eta esperientzia propioen arabera, beharrak aldatuz doaz eta errealtate berriak sortuz. Errealtate berri hauetan enpresa ekonomiaren barneko kapitalismoak teknologiaren garapenarekin uztartuz, globalizazio joera bat suposatu egin izan dute, eskari eta eskaintzaren nazioartekotze automatikoaren ondorioz, lehia handitu eta sektore guztietan eragina izan duena. Egoera honen aurrean, nekazari ekoizle zein saltzaileek, bakoitzak bere nahi, behar, desio eta unean uneko aukerei jarraiki erabaki ezberdinak hartu izan ohi dituzte.

Ildo honetatik, Euskal Autonomia Erkidegoan (aurrerantzean EAE), botere eta pisu handia duen ardogintza sektorearen erabakietan murgildu egingo gara, Errioxar Jatorrizko Izendapen Kalifikatuaren barnean kokatzen diren Arabar Errioxako ekoizle eta upategien egoeraren gaineko azterketa egin eta hipotesiak zabaltzeari ekingo diogu, zaila izango delarik enpresa erakunde guztiei egoki zaien neurriak aholkatu eta proposatzea.

Hori dela medio, familia enpresa txiki eta kooperatiben ikuspuntua jorratuko dugu, merkatuan duten indar erabakitzaile eta botere ahalmena bestelako erakundeekiko konparatuz hagitz txikiagoa den heinean, sektorean zein ekonomian gerta daitezkeen aldaketei eta ziurgabetasun iraunkorrei aurre egin ahal izateko baliabideak existitzen direla aldarrikatu beharra dagoelako.

Idea honi jarraiki, ekoizitako produktuen gaineko zeinu bereizgarrien presentzia eta hauek barneraturik duten balio erantsian oinarrituriko produktuaren desberdintzearen aldeko lehiaren barnean kokatuko gara, merkatu oso anitz eta lehiakor batean, kontsumitzaile oso orotarikoen beharrak asetzera bideratutako ekoizpena burutzea ezinbestekoa izango delarik une honetan.

Esparru honen barnean, azken urteotan zehar, Arabar Errioxako zenbait ekoizle eta upategik, Errioxako Jatorrizko Izendapen Kalifikatuko Kontseilu Arautzailetik kanpoko bideen aldeko apustua egin izan dute, denetariko erabaki eta jardunak existitu egin direlarik, izendapena utzi eta marka propioan oinarrituz lanean dihardutenak, izendapenaren barruan bere txokoa aurkitu dutenak, ezbaian dabiltzan upategiak zein beldurra eta ausardia eza erakustarazten duten upategiak aurkitu ditzakegu.

Egoera honen aurrean produktu baten gaineko izendapen geografikoek kontsumitzaileentzat oso elementu baliagarriak direla azpimarratzeari ekingo diogu, erosketa erabakiak egiteko unean beharrezko informazio bereizgarri bat eskaini egiten duten heinean, baita lurraldeko enpresariarentzat ere, zeinak ekoitzi eta komertzializaturiko produktuaren gaineko balio

erantsi bat eskaini egiten dien, merkatu globalizatu batean gainerako lehiakideengandik urrundu, desberdindu eta ekonomia merkatuan bizirauteko ezinbesteko giltza gisara ulertu behar delarik.

Perspektiba honetatik, nabarmendu beharra dago izendapen geografiko baten erabilera egiten denean, izaera orokorrarekin, eremu edo lurralde zehatz batean jarduten duten enpresari eta ekoizleei aplikagarri egiten zaie, izendapena lortzera bidean bete beharreko baldintza txostenak ezarritakoari men egin beharko dietelarik.

Hori horrela delarik, ondorengo lerroetan zehar ardogintza sektorearen gaineko azterketa bat egiteari ekingo diogu, gaur egunean arlo ekonomiko zein politikoak bultzaturiko pil-pilean dagoen Errioxako Jatorrizko Izendapen Kalifikatuaren barnean Euskal Ardogileek duten presentzia aztertzearekin batera, etorkizun batean jarrai dezaketen bidearen inguruko hipotesiak egingo ditugularik. Hein honetan, ezin dezakegularik ahaztu Arabar Errioxako marka eta irudia, euskal nortasuna atxikiturik duen lurrarekiko errespetua sustatzen duen ekonomia sektore garrantzitsu bat dela erkidego mailan.

2. Gaur eguneko egoera Errioxar Jatorrizko Izendapen Kalifikatua eta bere barneko Errioxar Ardoaren eremuan

2.1. Datu estatistikoak eta datu ekonomikoak

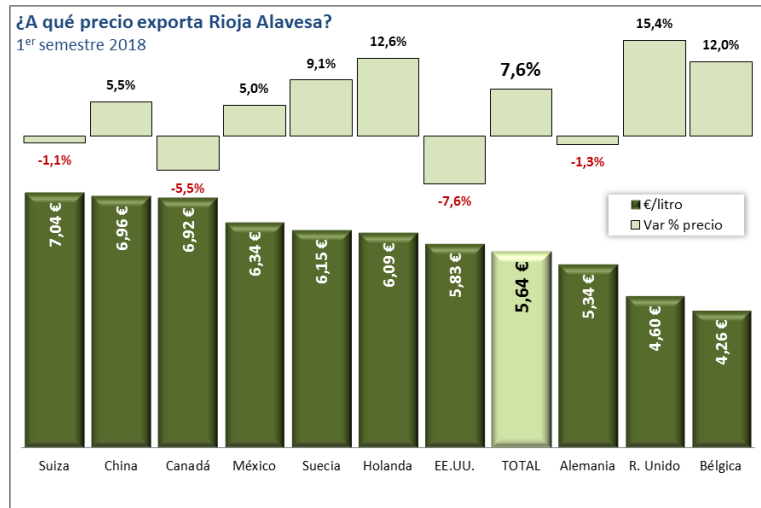
Errioxako Jatorrizko Izendapeneko Kontseilu Arautzaileak aldiro eskaintzen dituen txostenen artean, ez ohi dira azpizonalde bakoitzaren gaineko datu bereizirik agertzen. Halere, Eusko Jaurlaritzak bere baitan, zein bestelako erakunde partehartzaile eta ukituek datu hauek eskaintzeko hautua egin dute. Honela, gaur egunean Arabar Errioxako ardogintzaren inguruan aurkitu ditzakegun azken datuei erreparatuz, adierazi beharra dago Arabar Errioxako ardoaren esportazioak 2018. Urteko lehen seihilekoari erreparatuz 11.6 milioi litroa heldu egin direla, 65.4 milioi euroko balioztapena jasan egin dutenak.

Kopuru honi erreparatuz, bolumena zein balioa aurreko urteko datuekin konparazio bat eginez jaitsi egin direla ondorioztatu beharra daukagu, halere, era positiboan azalerrarazi dezakegu balioak jasan duen murrizpenak bolumenak jasan dunak baino proportzio txikiagoan ikusi duela bere zenbatekoa jaisten, hau da, era batean edo bestean produktuaren balio handitze bat existitu dela esan genezake. Izan ere, salmenta bolumenaren alorrean gertaturiko beherakada, ardoen prezioarekin konpentsatu egiten da, kontsumo ertain-altuko segmentuan kokatzen diren heinean Arabar Errioxako ardoak, kalitatean kantitatean baino gehiago lehiatzeko aukera ahalbidetu egiten baitu.¹

¹ IREKIA, “Urteko lehen seihilekoan, Arabako Errioxako ardoak errebalorizatu egin dira kanpoko merkatuan” Bilar, 2018ko irailak 16, <https://www.irekia.euskadi.eus/eu/news/48298> (Az. 2018/02/14)

Gero, Araban 2018. Urteko lehenengo seihilekoan atzerrira esportaturiko arantzel partida nagusien artean mahats freskoko ardoa aurkitzen dugu, guztira 82.626 mila eurotan baloratutakoa izan dena, aurreko urtearekin konparatutako 88.087 mila eurotako zenbatekotik beherakada bat jaso duelarik (%2ko jaitsiera nabarmena). Hein berean azpimarratu beharra dago aurretik zein ardatutako datuari erreparatu, eta kontuan hartuta Arabako Lurralde Historikoan Jatorrizko Izendapenez gaindiko bestelako ardogileak ere existitzen direla, Arabako Txakolinaren presentzia nabaria ere aldarrikatu behar dugularik.²

Ildo honetatik jatorrizko izendapenaren barnean kokatzen den ardoaren batez besteko prezioa seihileko horretan 5,64 euro/litroko kokatu dela argiagotu beharra dago, aurreko urteko epe berean existitzen zen 5,24 euro/litroko zenbatekoarekin konparaketa eginez eraldaketa bat jasan duelarik arabar Errioxako ardoaren prezioak, espainiar estatuan kokatzen diren Jatorrizko Izendapen Babesturiko ardoen bataz besteko prezioetik (3,60 euro/litroko) urrunduz doalarik.



Esportazioaren inguruko datuei jarraiki, Arabar Errioxako ardoek esportazioan gorakada handia izan dute zenbait merkatutan, hala nola, Belgika, Txina eta Mexikon, besteak beste. Hala eta guztiz ere, bestelako ekonomia merkatuetan esportazioek jasandako beherakadak konpentsatzeko aukerarik ez da aurkitu; Erresuma Batuan, Alemanian eta Suedian besteak beste jasan direlarik beherakada handienak.

1.Irudia: Arabar Errioxako ardoen esportazio prezioak herrialdeka 2018ko lehenengo seihilekoan **Iturria:** Irekia

Erresuma Batuaren kasua aztertzeari ekinda, aditzera eman behar da termino absolutuetan merkatu britainiarra euskal ardoen lehen merkatua izaten jarraitzen duela nahiz eta beherakadak jasan bertara esportaturiko ardo litro zenbatekoan. Era beran, Brexitak izan ditzakeen eraginak alde batera utzita, esportaturiko ardoaren prezioa litroko gehien areagotu egin den lurraldeari erreferentzia egiten gabiltza, orokorrean emaitza positibo bat jasan dezakegularik funtsean.

Azken finean, kontuan jarri beharra dago nazioarteko merkatuetan jatorrizko izendapen dun produktuek duten joera eta barneratzea ezberdina dela, kalitatean lehiatzeko helburuarekin jotzen baitute hauek nazioartera, bestelako babes gabeko produktuek prezioan lehiatzeko

² EUSTAT, “Comercio Exterior - Kanpo merkataritza: 2018ko lehen seihilekoa”, 2018. Urtea. http://eu.eustat.eus/elementos/ele0015800/Kanpo_merkataritza_2018ko_1/inf0015850_e.pdf (Az. 2018/02/14)

jarrera hartzen duten bitartean. Honela, prezio altuenak eskaintzen dituzten jatorrizko izendapenek ardoaren kulturaren kontzeptua errotuz doan eremuetara bideratu egiten dituzte bere esfortzuak³.

2015. urteko ekitaldiko datuei begira, eta gaur egunean datu horren gaineko aldaera nagusirik egon ez den bitartean,, Errioxar Jatorrizko izendapenaren barnean, 15 upategik ardoaren zenbatekoaren %85a komertzializatu egin zuten, jarduera produktibo eta hornitzaileen arteko desoreka handi bat sortzen duelarik, Errioxan 16.413 mahastizain existitzen zirelarik. Honek, familia enpresa eta enpresa txikiak jatorrizko izendapenaren barnean izan dezaketen indarraren erakusle diren datuak direla adierazi beharra daukagu. Arabari dagokionez, mahastien azaleraren %20a dauka bere esku, salmenten bidez balio erantsiaren %40eko ekarpena egiten duelarik, urtero 80 eta 100 milioi ardo botila saltzen dituen heinean, jatorrizko izendapenera bideratutako europar zein estatu mailako inbertsio eta diru laguntzen %65a jasotzerainoko kalitatean oinarritutako ekoizpena bultzatzen duelarik.⁴

2.2. Kontseilu erregulatzailea eta Kalitate institutuen funtzionamendua

Autonomia Erkidegoaz gaindiko Jatorrizko Izendapenen eta Babesturiko Izendapen Geografikoen gaineko 6/2015, Maiatzaren 12ko Legeak berak, 15. artikuluan azaldu egiten du Jatorrizko Izendapen baten gaineko kudeaketa Kontseilu Arautzailea deritzon kudeaketa elkarte batek burutu dezakeela, zeinetan Jatorrizko Izendapenean bertan inskribaturik dauden operadoreak ordezkatuak egongo diren. Honela, Nekazaritza, Elikagai eta Ingurune Ministerioaren (Gaur egunean Nekazaritza, Arrantza eta Elikagai Ministerioa denak) aurretiazko baimena izanda, interes sektorialaren ordezkagarri gisara jardunez, izaera juridiko propioa izateaz gain, esleituriko funtzioak betetzeko beharrezkoak diren baliabide tekniko-ekonomikoak izango dituelarik. Bere funtzioen artean besteak beste, Izendapenaren promozio eta defentsa, baldintza txostenaren eraldaketa, barne erregistro bat burutzea, organo eskudunetik elkarlana sustatzea, urtabea kalifikatzea zein estatutuen aplikazioa burutzean datza, elkarteak izan beharreko osaera eta egitura demokratiko bati jarraiki.

Era berean eta 6/2015, Maiatzaren 12ko Legeko lehenengo xedapen gehigarriak adierazitakoari jarraiki, autonomia erkidegoz gaindiko izaeradun jatorrizko izendapen eta indikazio geografikoei dagokienez, “Errioxako Jatorrizko Izendapen Kalifikatuko Kontseilu Arautzailea” sortu egin izan zen, zuzenbide publikozko erakundea dena.

Era berean lege horretako 17.e. artikulua zeinaratu egiten du zuzenbide publikoko izaeradun kudeaketa erakundeek nekazaritza, arrantza eta elikagai ministerioaren administrazio

³ ESTEBAN RODRÍGUEZ, Samuel “Las Denominaciones de Origen Protegidas españolas de vino en los mercados globales” *Bio Web Conferences – 40th World Congress of Vine and Wine*, 2017. Urtea, 1-8. Orrialdeak

⁴ LOPEZ DE LACALLE, Juan Carlos “Arabako Batzar Nagusietan Nekazaritza VI. Batzordean (X. legealdia) 2016ko urtarilaren 21ean Guardiako Bodegas y Viñedos Artadi egindako agerraldia” Arabako Batzar Nagusiak, 2016. urtea

onarpena beharrezkoa izango duten estatutuak sortu egin behar dituztela, bertan helburu eta funtzioak, egitura, kide diren operadore ororen eskubide eta betebeharrak, erregimen ekonomiko eta finantzarioa, barne kontrola existitzekotan, zein zehapen eta diziplina erregimena barneratuko dituztelarik.

Halere, bidea askoz aurretiazkoa da, lege honek uneko egoeraren berri eskaini egiten baitu, Errioxar Jatorrizko Izendapena espainiar estatuko Jatorrizko Izendapen aitzindaria delarik. Zehatzago, 1925ean koka daiteke bere sorrera, kalitatearen bermatzaile gisara, urte bereko ekainaren 6an ardo botilen etiketan ahalbidetu baitzen “Rioja” hitzaren ezarpena, marka kolektibo gisara prezintu berezi bat sortuz, 1902ko Jabetza Industrialaren Legeko IX. Tituluan zuelarik lege oinarria “Jatorriaren Izendapenaren Ingurukoa” den xedapenari jarraiki.

Gauzak horrela, 1926ko urriaren 22ko Errege Dekretuaren (ED) bidez sortu egin zen lehendabiziko Jatorrizko Izendapenaren barneko kontrol erakundea, “*Real Decreto creando el Consejo Regulador de la demarcación vinícola de la Rioja*”, Lan, Komertzio eta Industria Ministerioko departamentuaren jardunpean, 1926ko urriaren 26ko Madrilgo Gazetako 580. Orrialdean argitaratua, zeinak ekoizpen lurraldeak mugatu, berme eta garantia etiketen esleipena eta Errioxa markaren defentsan jardungo zuen.

Kontseilu arautzailearen barnean, 2004. Urtearen harira, ordezkaritza eta erabaki hartze sistema berri bat sortu egiten da, Errioxako Ardoaren Lanbidearteko Erakundea, aurretik existitzen ziren aukeratze sistemak eraldatu egin zituenak. Aurretiazko sisteman, mahastizain eta ardogileek zuzenean bere botoa eskaini egiten zuten, orain, kontrara, elkarte eta erakundeetan biltzera bideratu egiten ditu araudiak, ordezkaritza erakunde horien bidez jasotzen delarik.

Gaur egunean, Arabar Errioxak Kontseilu Arautzailean duen ordezkagarritasuna, eksklusiboki Arabar Errioxako ordezkaritza zein den zehazteko unean zalantzak egon daitezkeen arren, %8 eta %10aren artean kokatu egiten dira. Ordezkagarritasun hau, eredu produktibo soil batean oinarritu egiten da, negozio eredu, filosofia eta lurralde helburuak zeintzuk diren kontuan hartu gabe botilaratutako ardo kopuruan zein ekoitzitako mahatsaren masan zein elkartean zenbatekoaren balio absolutuetan oinarrituz burutzen baita aukeraketa, honela eta betiere LOPEZ LACALLE ardogle arabarraren hitzetan, *Arabarekiko onuragarria ez eta zalantzarria den ordezkagarritasun demokratiko batean*.⁵

Hein honetan, eta kontuan hartuta Kontseilu Arautzaileko estatutuen 16. artikuluari jarraiki, Osoko Bilkurako akordioak gutxienez bozketa unean presente edo ordezkatuak dauden botoen %75aren eta sektore bakoitzeko botoen %50aren exigentzia eskatu egiten dela, Presidenteak kalitatezko botorik ez duen bitartean, arabar ekoizle eta merkaturatzaileen

⁵ LOPEZ DE LACALLE, Juan Carlos “Arabako Batzar Nagusietan Nekazaritza VI. Batzordean (...)” *op. cit.*

presentziaren inguruko eztabaidak bere garrantzia hartu dezake. Izan ere bere boto kopuruaren zenbateko murrizta kontuan izanda ere, posible izan daiteke zenbait elementu eta aukeraketei dagokienez, baina ez orokorrean eguneko jardunari dagokionez, zeinetan gehiago indartuak behar diren, hauen botoa erabakiorra izatea, aho-batez harturiko erabakiek Kontseiluaren indargune gisara ulertuak izan beharko direlarik.

Izendapen geografiko baten baitan ekoitzi, eraldatu eta komertzializatu egiten diren produktuek, ofizialki erregistratu eta aitortua dagoena, administrazio publikoarekiko dependentzia eta egitura hierarkiko maila ezberdinetan kokaturiko erakunde juridikoen bidez tutelatuak izan behar direnaren ideia ez da, PULIDO POLO-ren hitzetan baztertu behar, ospea, jatorria eta ekoizpen faseen gaineko kontrola egingo dutelarik bederen. Azken finean, ekoizle sektorea administrazioaren babespean jarduten dute, bestelako ekoizleek borondatez atxikiturik ez dauden berme sistema baten barnean jarduten duten heinean, produktuaren kalitate originalaren gaineko izaera hedatuz.⁶ Erakunde Arautzailea printzipioz, produkzio-sektorearen ordezkari legitimoa izan beharko litzateke, igorle instituzional gisara jardunez publikoarekiko, produktuaren ezaugarri bereizgarri eta propioen gaineko sustatze eta garatzearen aldeko apustua egin beharko zituelarik. Hala eta guztiz ere administrazio publikoaren parte hartzea oinarri pribatudun erakundeak diren Kontseilu Arautzaileetan gehiegikeria gisara ulertu egin daitezke, erraztasunak baino ekimen pribatuari oztupoak jar diezazkietelarik.

Gaur egunean, Errioxar Jatorrizko Izendapen Kalifikatuari dagokionez, azpimarratu beharra dago Kontseilu arautzailea bi talde handitan banatua dagoela, alde batetik ekoizle sektorea aurkitzen dugu, 100 boto eta 16 bokal dituenak, eta beste batetik sektore komertziala aurkitzen dugu, beste 100 boto eta 16 bokal dituenak. Honez gain, erakunde publikoetako ordezkariak ere bere parte hartze bereizia burutzen dutelarik Kontseiluan, izendapenak ukitutako autonomia erkidegoetako ordezkariak daudelarik honela, bai Euskal Autonomia Erkidegokoa, bai Nafarroako Foru Komunitate eta Errioxako Erkidegoko ordezkariak, zein Nekazaritza, Arrantza eta Elikagai Ministerioi ordezkari banaren bitartez, kasu kasu bertaratzeko deituak izan daitezkeenak eta inolako boto aukerarik izango ez dutenak, Kontseilu Arautzaileko 7. artikuluari jarraiki.

Ildo honetatik eta gaur egunean Kontseilu Arautzailean existitzen diren talde eta erakunde ezberdinen pisu eta ordezkagarritasunaren berri izan ahal izateko, *lehenengo eranskinera* bideratuak izango dira irakurleak, bertan zehazki agertzen den boto eta ordezkartza banaketa dutelarik kideek.

⁶ PULIDO POLO, Marta “la perspectiva relacional de las relaciones públicas: una aproximación al valor comunicacional de las indicaciones geográficas” *Revista Comunicación*, 11. Zenbakia, 1. Bolumena, 2013. Urtea, 111-125. Orrialdeak

3. Interes gatazkari irtenbidea emateko erak praktikan

3.1. Errioxa Jatorrizko izendapenaren erabaki nagusia: *Etiketatzean eraldaketak*

Gaur egunean, eta betidanik, etiketa, merkaturan eskaintzen diren produktuen arteko bereizmenak sortze aldera hartzen diren neurrietan garrantzitsuenetakoa, eta ondorioz, balio marka sustatzeko ezinbesteko gisara ulertzen dena da. Etiketa berak barne hartzen dituen informazio eta komunikazio elementuak kontuan hartuz, hauek kontsumitzailearen eroste jarreretan duen garrantziaren inguruan ez da eztabaidarik existitzen; berez hiru funtzioaren betetzea barne hartzen dutelarik, lehendabizi identifikazio funtzioa lortzen du, bai markaren izena zein kalitatezko jatorrizko izendapenaren bitartez, bestetik, informazio funtzioa ere barnean hartzen du, upategia, mahastia, produkzioa eta ardo motaren inguruko datuak eskainiz, eta azkenik, aurreko biek in batera publizitate funtzioa aurkitzen da, zeinak kontsumitzailearen interesa pizteko helburua duten elementuen txertatzea dakarren.⁷

Etiketa bera, produktuaren aurkezpen elementua izateaz gain, upategiaren markaren zati garrantzitsu bat da, kontsumitzaile motaren arabera, produktuarekiko ezaguera eta jakintza gutxi duten pertsonen artean, honek sortu ditzakeen sentsazioengatik gidatua izan daiteke, ardo ona izateaz gain, ardo ona dela erakutsarazteko elementua izan behar baita, diferentziazioa sustatu eta aukeraketa erraztu ahal izateko.⁸

Errioxako Jatorri Deitura Kalifikatuaren kasuan ohartarazi beharra dago baldintzen pleguan esan egiten dela etiketatze moduan kontsideratu beharra dagoela edozein hitz, indikazio, erregistratutako marka, marka komertziala, ilustrazio edo zeinuak, dokumentuak, oharrak, etiketa, eraztun edota bestelako erreferentziak sortzen dituzten bestelako elementuak. Hori horrela etiketatzean txerta daitezkeen datu eta erreferentzien inguruan derrigorrezkotasunez bertan erantsi behar direnak eta upategiaren borondatearen arabera txerta daitezkeenaren araberrako ezberdintzea burutzen da.

Derrigorrez txertatu beharreko adierazpenen araberr erregistratutako marka, kategoria, botilaratzailearen datuak, ontziratzailearen erregistroko zenbakia, jatorria, lorturiko graduazio alkoholiko bolumetrikoa, bolumen nominala, zigilu horzduna, alergenoen inguruko informazioa eta lote zenbakia. Era berean bermeen inguruko ezarpen baten presentzia aurkitzen da, edukiontzia materiala beirazkoa izateaz gain, kalitate eta izen ona zapuztuko ez dituenak, edukiontzia edozein delarik ere derrigorrezkoa izango da hurrengo zigilu eta kontraetiketa azaltzea:

⁷ MORENO LARA, María Ángeles, “Representaciones multimodales de metáforas y metonimia en las etiquetas de vino de la D.O. ca. Rioja” *Revista Española de Lingüística Aplicada*, 27:2 2014. Urtea, 466. Orrialdea 454-466. Orrialdeetatik

⁸ DOMÍNGUEZ GÓMEZ, Eva M^a, “Evolución gráfica de las etiquetas de vino en Extremadura desde 1970 hasta nuestros días” Universidad de Extremadura, Cáceres, 2005. Urtea, 77. orrialdea



2. Irudia: Errioxako Jatorrizko Izendapen kalifikatuko etiketatzea **Iturria:** Kontseilu Arautzailea

Datu hauetaz gain, bestelako borondateko datuak ezartzeko aukera eskaini egiten du Kontseilu arautzaileak, honek, produktuaren ezberdintzea areagotzeko balioko duelarik, atal honetan sartuko direlarik: Zonak (Arabar Errioxa, Errioxa Garaia eta Ekialdeko Errioxa), Udalerria (VINO DE adierazpenarekin), Mahasti berezia (“*Viñedo Singular*” edo udalerriterminoa baino txikiagoa duen hedaduradun entitate geografikoa), Kalitatezko Ardo Apardunaren kasuan azukrearen kantitatearen inguruko informazioa (Brut Nature, Extra Brut edo Brut) metodo tradizionala adierazpenarekin batera, ardoaren elaborazio eta lortzearen inguruko datuak (beratze karbonikoa, barrikan hartzitua, gozoa edo erdi-gozoa), uztaren urtea (uzta, urtabea edo mahats biltze terminoak erabili daitezke), barietateak (erabilitako mahatsen ingurukoa: beltzak zein zuriak), adierazpen tradizionalak (ondua, erreserbakoa, erreserba handikoa) eta kolorearen ingurukoak (ardo beltz, gorri edo zuria).

Azpimarratu beharra dago aurretik azaldutako betekizun eta aukerazko ahalmenak gaur egunean aplikagarriak direla, bertan agertzen diren eraldaketa askok berritasun handiak sortu egin izan dituztelako azken aldi honetan, arabar Errioxako upategien eskakizun nagusia izan den zonakako ezberdintasuna sustatzeko baliagarriak izan daitezkeelarik.

Halere, hau ez da beti horrela izan, Errioxako Jatorri Deitura Kalifikatuko Kontseilu Arautzailearen Osoko Bilkurak 2017ko abuztuaren 11n ahobatez, “herri edo udalerrit” edo “zonalde” esparruak botilen etiketan agertzea ahalbidetzeko beharrezko araudia onartu zuen behin betikoz, arabar Errioxan kokatutako zenbait upategiren eskakizunei aurre eginez. Egia da, Errioxako Jatorri Deiturak 1998. Urtean jadanik zonalde edota udalerritaren gaineko aipuak etiketan egitea ahalbidetu zuela, nahiz eta ondoren ez zuen inolako erregelamendu ezta bestelako araudirik sortu.

Esparru honetan, ildo honetatik eraldaketa handi bat bultzatu egin zuten, herrien edota zonaldeen izendapenak, RIOJA aipuak zuen tamainaren bi hereneko gehieneko tamaina izan zezakeen, hemendik aurrera tamaina bera izateko aukera ahalbidetu egiten delarik. Ez hori bakarrik, 7/2017 zirkularraren bitartez adierazi zuen zonaldearen inguruko aipamena etiketan, “Denominación de Origen Calificada” esaldiaren azpian agertzeko aukera existitzen dela, gehienez ere RIOJA aipuak dituen karaktereen tamaina, kolore eta lodiera parekoekin, ezingo delarik inolaz ere RIOJA aipua baino nabarmenagoa izan.

Existitzen diren hiru ardo zonaldeetako izena ezarri ahal izateko, beharrezkoa izango da ardoaren jatorria zonalde berekoa izatea, eta bere elaborazioa, ontzea eta botilaratzea ere

zonalde berean egin beharko dira. Era berean, graduazio alkoholikoak ere baldintzen pleguan agertutakoa bete egin beharko du. Salbuespen gisara, posible izango da zonaldeko ardo gisara kontsideratzea bere elaborazioan zehar udalerrri mugakideetan inskribatutako mahastietatik lortutako mahatsak produkzioaren %15eko gehieneko eragina badu, eta titulu juridiko bitartez gutxienezko 10 urtetako iraupen jarraian xedatzeko ahalmena duela jakitera emanez.

Ondorengo irudiak *Hermanos Frias Del Val Eskuernagan* (Arabar Errioxa) duten upategiak beraien ardoak merkatura zabaltzeko erabilitako kontraetiketari dagokion irudia ageri da, zeinetan etiketatze berriak bultzaturiko aldaketei dagokionez, *Rioja Alavesa* esapidearen gaineko informazioa eskaini egiten den, araudi aldaketa aurretik erabiltzen zituztenetik ezberdintasun nabari bat aurkitu dezakegarik horrela. Esparru honetan eta bi terminoen luzerari dagokionez, azpimarratu dezakegu, kasuan kasu bisualki eragin handiena izan dezakeen hitza Rioja izatetik Rioja Alavesa terminoa izatera igaro izan daitekeela.



3.Irudia: Etiketatze berria (kontraetiketa) Hermanos Frias del Val **Iturria:** Hermanos Frias

Erabaki honen bitartez 2017ko uztailetik aurrera ekoitzitako ardoari aplikagarria izango zaio zonaldeen aipamenak ezartzearen inguruko kategorizazio berria, zonako eta udalerriko ardoak bereizteko aukera zabaldu egiten delarik. 2017ko urriaren 27an Ines Baigorri ABRA erakundeko presidentek, Arabar Errioxako Ardogileen Sustapen Ekintza batzuen barnean, adietan eman zuen jadanik une hartan 143 upategik zonako, udalerriko eta mahasti berezien kategorian sartzeko eta ondorioz etiketatzean eraldaketak egiteko eskaria aurkeztu zutela.⁹

Ildo honetatik jabeazari beharra dago, urteetan zehar ardogile zein erakunde publikoek sustatu eta bultzatutako neurri bat bere hartu duela Kontseilu Arautzaileak, balio erantsia sortu eta kalitatea eta nortasunaren erakusle diren zeinuak etiketan sartzeko aukera eskaintzeak mundu globalizatu eta merkatu aldakorretan posizionamendu hobea eta erakargarritasun handiagoa izateko aukera zabaltzen duelarik, mahasti bakoitzak izan ditzakeen baldintza bereziek ondorengo produktuan eragina izateaz gain, erakusle izango baitira.

Argi dago bada, Arabar Jatorrizko Deituraren barnean Arabako ardoen kokapena eta bereiztea erdiesteko funtsezko elementu gisara kontsideratu behar dela neurria, aspalditik egiten ari zen eskaera betez, ardoen sustapena, merkaturatzea zein nazioartekotze prozesuetan eragin erabakiorra izango duelarik, halere neurri honen ondorioz ABRA erakundeak aurretik azaldutako Arabako Mahastiak jatorrizko izendapen propioaren sorreraren inguruan

⁹ CARLOS BERDONCES, Juan Carlos “El consumo de vino de Rioja Alavesa en Euskadi se merece un suspenso” *El Correo*, 2017ko urriaren 27a, 9. Orrialdea.

harturiko prozesua geldiarazi egin zuen behin-behinean. Modu berean, adierazi zuen Fernando Salamero Kontseilu Arautzaileko presidentek etiketatzean Zonako eta Udalerriko datuak sartzeko aukera onartu zen zirkularra argitaratu zen egun berean, Errioxar Jatorrizko Izendapenarentzat neurri positibo gisara identifikatu zuelarik.

Etiketetan eta azpizionaldeei garrantzi handiagoa eskaintzearen ideiak izan dira azken finean sorturiko eztabaida eta arazoaren aurrean Kontseilu Arautzaileak ardogile eta ekoizleei eskaini egin dien erabakia, halere, harturiko aldaketaren nahikotasuna bermatze aldera enpresa bakoitzak bere nahi eta borondateari jarraiki egin beharreko hausnarketa prozesu bat dela esan beharra daukagu.

3.2. Cava Jatorrizko Izendapenaren barneko banaketa

Arabar Errioxaren kasua ez da munduan aurretiaz osatua dagoen Jatorrizko Izendapen baten barne arazoetan lehenengoa, ugariak baitira banatze, eztabaida eta desberdintzearen bila Kontseilu Arautzaile baten barnean jarduten dutela bertatik kanpoko erabakiak hartzen dituzten upategi eta ekoizleak, honen adibide zuzen moduan Cava Jatorrizko Izendapenaren kasua aztertu beharra daukagularik.

Cava ekoizle lurralde zehatz bat berez ez da existitzen gaur egunean, nahiz eta iragan batean existitu. Edari alkoholduen honek, izen eta definizio hau lortu egin zuen Penedés eskualdean (Katalunia) Champenoise metodo frantziarraren kopia eginez ekoiztiko ardo apardunak, XIX. Mende amaieratik hona ekoizten joan dena. Bere araudi propioa ordea ez zuen 1972. Urtera arte lortu, une artan Gas eta Apardun Ardoen Erregelamendua onartu egin zen, ekoizpen metodo, mahasti mota eta elaboraziori erreferentzia eginez, baina zonalde geografiko zein Penedéseko eskualdearen gaineko aipurik egin gabe.

Honek, gaur eguneko egoerara garamatza, zeinetan Cava Eskualdea Espainiar estatuko 159 udalerrietan zehar hedatu egiten den, 63 Bartzelonako Probintzian, 52 Tarragonakoan, 12 Lleidan, 5 Gironan, 18 Errioxan, 2 Zaragozan, 3 Araban, 2 Navarran, eta Requena Valentzian eta Almedralejo Badajozen; Cava edari aparduna, inolako jarraipen geografiko gabeko eta ehunka kilometroz banandutako lurralde ezberdinetan ekoitzi egiten baita.¹⁰

Egoera honen aurrean eta Jatorrizko Izendapeneko Kontseilu Arautzailearen pasibitate eta zenbait liskarren ondorio zuzen gisara upategi eta cavagileen artean desadostasunak sortu ziren, eraldaketak sustatu egin ziren edariaren izendapen eta identifikazio alorrean kalitatearen aldeko apustua egiteko intentzioarekin, berriro ere, “parajeko cava” terminoaren aldeko autua egin zuten, kalitatera bideraturiko ekoizleen nahi eta beharrak asetzen ez zituen. Kontseilu Arautzailearen kontrola zuten erakundeetan jadanik kalitatea eta

¹⁰ MINISTERIO AGRICULTURA PESCA Y ALIMENTACIÓN “*Pliego de condiciones denominación de origen protegida ‘cava’*” E-Bacchus erregistro komunitarioko espediente zenbakia: PDO-ES-A0735, 2018. Urtea azken eraldaketa

gehienezko produkzioaren artean loturak lortze aldera zailtasunak existitu egiten ziren, integrazio gabezia bat existitu egiten zen, 2012. Urtera arte, zeinetan izendapenaren haustura bultza zezakeen akzio bat gertatu zen; Raventós i Blanc, Jatorrizko Izendapenaren sortzaileetako batek, izendapena utzi eta inolako *aterkin markarik* gabe jardutea erabaki zuen. Erabaki honek, epe labur batera bestelako ondorio sozio-ekonomiko batzuk sustatu egin zituen, Penedés eskualdeko 14 upategik, 2014. Urte amaieran DO Cava Jatorrizko Izendapena utzi eta marka propio bati jarraiki komertzializazioa burutzeari ekin zioten, Clàssic Penedés, kalitatezko apardun ardo ekologikoa ekoitzi eta cavarengandik diferentziatuta, prezioan eta esportazioen borroka irabazteko helburuarekin.

Erabaki honek ordea ez zuen cava ekoizle guztiengan erantzun bera izan, askok, tradizionalki cavaren presentzia eta izendapenarekin lotura estua mantendu egin izan zuten ekoizleek ez baitzuten Cava izendapena alde batera utzi nahi merkatuak zer nolako erreakzio negatiboa izan zezakelakoan, eta ondorioz, “paraje kalifikatu” izendapena etiketetan txertatzea lortu egin zuten. Honek, hasiera batean kalitatearen erakusle izateko helburuarekin jaio zen ekimenak ez zuen benetan inolako arazorik konpondu, lurraldekotasuna, ardoaren mahastien ekoizlearen identifikazioa, zein benetako kalitatearen inguruko datuak eskaintzeko saiakera hutsean soilik geratzen zelako.

Inguruabar hauen aurrean, zenbait upategi eta cava ekoizlek, bere bidea hartzea egoki iruditu zitzairen, eta honela, Gramona, Llopart, Recaredo, Nadal, Torelló eta Sabaté i Coca erakundeek neurri bereziak hartuta, 2017ko irailaren 1ean Associació d’Élaboradors i Viticultors Corpinnat (AVEC) sortu egin zuten, Kataluniako Generalitateko Justizia Departamentuan inskribatu egin zelarik, Corpinnat marka berri bat sortzen zuten sei upategiren ekimenaren ondorioz.

Corpinnat izendapena ordea, ez zen Jatorrizko Izendapen propio baten sorreran oinarritu. Kontrara, Europar Batasuneko Marka Kolektiboa terminoaren pean sortu egin zen, Cavaren Jatorrizko Izendapenetik at kokatzeko obligaziorik aurreikusten ez duen balore eta ezaugarri ezberdinetan oinarritutako elkarte baten sorreran datzalarik. Gainera, eta izendapen berriaren jarduteko erregelamenduak ezarri bezala, marka kolektibo honen helburua, historikoki ardo apardunen elaborazioa kontzentratu egin izan den lurraldearen baloratze egoki bat egitean datza, ingurugiro eta eskualdearekiko errespetua sustatuz, eskualdeko agente guztiak, mahastizainetik ardotegetiko ekoizlera bitarteko guztiak balore katean kokatuz, kalitatean oinarritutako ekoizpen baten alde eginez.

Halere, erabaki honek ere ez ditu ardogile guztien nahiak asetzen, aurretik aipaturiko Raventós i Blanc-en kasuari dagokionez, 2018. Urtean azalerarazi egin zuen, Corpinnat marka kolektibora txertatzeko gonbidapena luzatu egin ziotela, halere, arrazoiketa indartsu batean oinarrituz, bertara gehitzeko ezetza eskaini egin zuen. Upategi honen helburu nagusia Jatorrizko izendapen berri eta berezko baten aldeko lanean oinarritu egiten zen, marka

kolektibo gisara jardute hutsak, bere jarduna marka izatera mugatu egiten dela adieraziz, marketing estrategia bat izatera murriztuz ekimena. Hein berean, Cava Jatorrizko Izendapenaren barnean Kontseilu arautzaileaz kanpo sorturiko upategien elkarte baten aurrean kokatuko ginatke, kolaborazio hitzarmen baten antzerakoa izango litzatekeena. Hau guztia dela eta, adierazi dezakegu jadanik bestelako premisa eta aukerak existitu egin izan direla jatorrizko izendapenaren barnean, talde edo klub eksklusiboen sustatzearen alde eginez, ohikoa izan delarik jakina honelako ezberdintzeak bilatzeko ekimenen sorrera.

Azken finean, Raventós i Blanc upategiak bere eskualdeko lur eta cavaren aldeko apustu sakona egitearen alde kokatu egiten da, mahastizaintzaren kulturaren hedapenarekin batera, metodo eta elaborazio soila kontuan hartzeko elementu bakarra izan gabe. Hein honetan etorkizuna moldatu eta deseaturiko ekoizpena burutu ahal izateko lehenengo pausua errenuntzia batzuk burutzean datza. Hala bada, Cava izendapena alde batera utzi egin zuen erakundeak, zerotik hasita, baina emaitza positibo batzuk erdietsi egin dituelarik “*Conca del Riu Anoia*” lurraldearen aldeko apustu sakona eginez, etorkizun batean Jatorrizko Izendapen propio bat izateko lanean dihardutelarik, kalitatearen aldeko apustu handia eginez, bestelako marka kolektibo batek jasotzen dituen ezaugarri eta baldintzak sendotuz, azken finean izenaren hedatzea erdietsi ahal izateko.¹¹

Esanak esan, upategi eta ardotegi bakoitzak izan ditzakeen behar zein etorkizuneko nahiak ezberdinak dira, ezin dezakegularik judizio sakonik egin bakoitzak buruturiko ekintza multzoen inguruan. Hala eta guztiz ere, ulertu behar da erdibideko figuren presentziak ez dutela, bada, arazoari aurre egiteko elementu nahikoaren irudirik suposatzen, izendapen berri zein tradizionalerikiko eraldaketen auzia “guztia ala ezer ez” esaceraren adierazle zuzena izan behar ez den arren, badirudi enpresa txiki eta ertainen kasuan ezberdintzea eta merkatuko posizionamendua lortu ahal izateko bide bakarra hausturan oinarrituriko dela, betiere Kontseilu Arautzaileak ekoizle handien eta boteretsuen esku kokatzen diren bitartean.

3.3. Euskal Sagardoaren bidea

Sagardoaren mundura igarotzen garen heinean, produktuaren ezberdintze eta merkatuko posizionamendua hobetze aldera existitzen diren baliabide juridikoei dagokionez, bereziki bi zeinu bereizgarri propioen presentzia aldarrikatu beharra daukagu: Euskal Sagardoa jatorrizko izendapena, zeinak Eusko Label Sagardoaren lekukoa hartzen duen, Kontseilu Arautzaile propio batekin jardungo duena, non sagargile, sagardogile eta administrazioek ordezkari izango duten, eta Gorenak (Gorenak Sagardo Mahaia), kalitate bermea duen eta Hazi Fundazioak kontrolatuko duen marka kolektiboa, aurretik hamarna sagardotegi inguruk

¹¹ RAVENTOS i BLANC “Creemos en el modelo francés de las AOC’s rigurosas” Nota de prensa, 2018. Urtea. <http://guiapenin.wine/media/2278/nota-de-prensa-ravento-s-i-blanc-modelo-frances-de-las-aocs.pdf> (Az. 2018/02/14)

erabili zezaketen marka pribatua zena gaur egunean publiko bilakatu egin izan dena, bertara jotzeko baldintzak betez gero.

Euskal Autonomia Erkidegoan errotutako sagardo ekoizle eta produktore elkarteek, Eusko Jaurlaritzan “Euskal Sagardoa/Sidra Natural del País Vasco” Jatorrizko Izendapen propioa sortzearen eskaera tarteratu egin zuten. Ekimena, bai Bizkaia, Gipuzkoa zein Arabako elkarteko kide guztiek bultzatua izan da, zeinaren helburua produktuaren duin bihurtze maila eta hautematea areagotzean datza, Administrazio Publikoen eta elkarteen arteko komunikazioa hobetzearekin batera.

Proiektu honek, Jatorrizko Izendapenaren eratzea bultzatzeko beharrezkoa den baldintza txostenari jarraiki, adierazi dezakegu berez bi habe handitan daukala bere sostengua; kalitatea alde batetik, eta jatorria bestetik. Jatorriari dagokionez, bertoko sagarraren ekoizpena sustatzearen aldeko autua egin izan dute, sagarrondo berrien landaketarekin batera, bertoko barietate eta aniztasunaren aldeko ikerketak egitearekin, bai heldutze zein batzeari dagokionez, etorkizun batean sagarren %100ak EAE barnean ekoiztearen helburutzat kontsideratuz. Eta bestetik, kalitateari dagokionez, ziurtaturiko sagar zein bertatik eratorritako sagardoaren komertzializazioa aurkitzen dugu, bertoko produktuaren gaineko hautua eginez, 115 sagar barietate barneratzeraino heldu egiten dena.

Jatorrizko Izendapenari dagokionez, 2017. Urtean sorturiko deitura den heinean, 2017ko uztailaren 13ko Ekonomia Garapen eta Azpiegituren Kontseilariaren Aginduaren bidez lortu zuen babes iragankorra. Azken bi ekitaldietako datuei erreparatuz, adierazi beharra dago lehenengo ekitaldiko uztan, (2016an ekoiztu zena baina 2017an kontsumitutakoan) 35 sagardotegi eta 200 sagargile barneratu egiten zituela, miloi eta erdi sagardo litro ekoiztuz, bigarren ekitaldiari dagokionez ordea, datuek gora egin dute, 48 sagardotegi, 270 sagardogile eta lau miloi sagardo litro ekoizti baitira deituraren barnean, EAEn ekoiztutako produkzio osoaren %40a, hain zuzen ere. Deitura berriak merkatuan eta ekoizleengan duen errotze maila areagotu egin dela nabarmendu arren ekoizpena areagotzearekin, esportaziora bideratutako kantitatea oso murrizta den %3 eskas batean kokatu egiten den heinean, barne merkatura bideratutako ezberdintze baten aurrean aurkitzen garela adierazi beharra daukagu.¹²

Botila bakoitzak bere etiketatzean dituen datu eta zeinuei dagokienez, Jatorrizko Izendapenari dagokionez, sagardotegi bakoitzaren etiketa izango du bai aurrealde zein atzealdean, Euskal Sagardoaren irudia botilaren goialdean izango duen bitartean, sagar gorri bat izango duelarik, izendapenaren logoa dena, botilaren lepo



4.Irudia: Gorenak eta Euskal Sagardoa Izendapenaren etiketatzea **Iturria:** Euskal Sagardoa

¹² IREKIA, “Produkzio osoaren %40 Euskal Sagardoa Jatorri Izendapenekoa da dagoeneko” Eusko Jaurlaritzak 2018ko irailak 1

edota kapsulan. Gorenak marka kolektiboaren kasuan ordea, identifikazioa beltz koloreko irudi baten bidez egiten da, bai lepo zein kapsulan ezarri egingo dena, ezberdintasun nabariak aurkitzen direlarik bi zeinuen identifikazioari dagokionez.



5.Irudia: Gorenak eta Euskal Sagardoa Izendapenen etiketatzea Zelaia Sagardotegian
Iturria: Zelaia Sagardotegia

Halere, azpimarratu beharra dago sagardotegi bakoitzak borondatezko era batean erabaki dezakela zer nolako produktuaren ekoizpen eta komertzializazioa burutu egiten duen, betiere bai Euskal Sagardoa Jatorrizko Izendapeneko Baldintza-Txosteneko zein Gorenak Sagardo Mahaia Marka Kolektiboaren Erabilera Erregelamenduko baldintzak errespetatu eginez gero, ez delarik berez baten edo bestearen gaineko aukeraketa baztertzailerik egin behar. Zelaia sagardotegiaren kasuan, bederen, Gorenak Sagardo Mahaia marka kolektibo pean jarduten duten hamahiru sagardotegietako batek, bere produktua bi zeinu bereizgarrien arabera ekoizti egiten du, erabilitako sagarraren barietate eta kalitatearen arabera bi produktu eskainiz.

Honela, Eusko Label identifikaziotik haratago kokatzen diren bi zeinu berritzaileen presentzia aurkitu dezakegu sagardoaren munduan, Arabar Errioxako ardogileen kasuan gertatzen den bezala, produktuaren lurra eta lurraldearekiko identifikazioa sustatzeaz gain, honen kulturaren hedapena erdiesteko elementu gisara ulertu behar da. Hau izan da Sagardogileek munduan kokatzeko adosturiko formulazio, produktuaren ekoizpena, elaborazioa zein kontsumo arduratsua bultzatzera bidean.

3.4. Chacomena kasua

Euskal lurraldeetan ekoiztiko Txakolina eta Kantabrian zein Burgosen egiten den ardo zuriaren arteko gatazka hamarkada luzez dirauen gaia dela adierazi beharra dago, Burgosko ekoizleen Mena Aranean zein Miranda udalerrriaren esparruan, mendeetatik ekoizten den produktua dela defendatuz, demarkazio geografiko bat baino gehiago ardoa ekoizteko modu gisara ulertzen dutelarik.¹³

Esparru honetan konstanteki botere legegile ezberdinek ez legezko proposamen ugariaren joan etorri bat gertatu egin da, Burgosko Diputazioak ere txakolinaren inguruko bere izendapen propio baten sorrera bultzatu egin duelako eta Chacomena auzia tartean kokatzen delako, hau da, Menako Aranean ekoizten den etaa txakolina izendapena erabili nahi duen ardo zuria. Ez da hor bukatzen txakolinaren inguruko afera, lurralde bakoitzeko erakunde publikoek, bertoko produktuen defentsaren alde eginez, bai Burgosko Diputazioak zein Gasteizko Euskal Parlamentuan eta Arabako, Gipuzkoako eta Bizkaiko Batzar Nagusietan (azken

¹³ OJEDA SAN MIGUEL, Ramón eta RUIZ LARRAD, Jesús Alberto “Viñedos y vino chacolí en la historia de Miranda de Ebro” Instituto Municipal de la Historia – Miranda de Ebro (Burgos), 1987. Urtea, 8-12. orrialdeak

honetan proposamenak aurrera egin ez zuen arren), zein Espainiar Estatuko Kongresuan euskal lurraldeetako txakolinaren izendapenaren defentsan onarturiko proposamen ez legezkoa ere aipatu behar ditugu.

Euskal lurraldeetan ekoiztako Txakolinak babes juridiko osoa daukate, Getariako Txakolinak 1990ko apirilaren 6tik, Bizkaiko Txakolinak 1994ko azaroaren 2tik eta Arabako Txakolinak 2002ko uztailaren 31tik Jatorrizko Izendapen Propioaren izaera eskuratu zuten, bere Kontseilu Arautzailearen sorrerarekin batera bere produktu eta produktugileen babesa bultzatzen dutelarik.

Txakolin produktuaren gaineko bereizketa lortze aldera 2008ko maiatzaren 30ean, Bizkaia, Getaria eta Arabako Txakolinaren Jatorrizko Kontseilu Arautzaileek Txakolina zeinua marka kolektibo erkide gisara inskribatzeko eskaera tarteratu zuten Marka eta Irudien erregistroa arautzen duen Europar Agentzia den Barne Merkaturen Harmonizazioa Lortzeko Bulegoa zenean (OAMI), 2016ko martxoaren 23an izena aldatu zuelarik Europar Batasuneko Jabetza Industrialaren Agentzia gisara ezagutuko delarik gaur egunean (EUIPO). Bulegoak ordea, abenduaren 11an erregistroa ukatu zuen, horren aurkako helegitea ere baztertu zelarik, argudiatuz marka gisara identifikatzeko bereizmena falta zuelako eta adieraziz ardo mota eta ez marka gisara ezaguna den produktu baten aurrean kokatzen garela. Honela marka gisara monopolizatzea baztertu egin zuen, jatorrizko izendapenaren barnean kokatu egiten dela azpimarratuz, honen defentsaren aldeko autua eginez.

Erabaki honen aurrean errekurtsioa tarteratu egin zuten hiru erakundeek, 2011ko maiatzaren 17an Europar Batasuneko Justizia Auzitegiak sententzia eskaini zuelarik. Bertan, berriz ere aurretik azaleraturiko datu eta argudioei eutsi zien Auzitegiak, marka gisara inskribatzeko aukera baztertu. Auzitegiak honela, nahiz eta Txakoli terminoak izendapenarekin lotu, Kontseilu arautzailetik alegatu egiten dute izen honek ardoaren ezaugarri bar baino ez dutela adierazten, eta ez bere jatorri geografikoa berez, nahiz eta hauen eta euskal lurraldeen arteko lotura bat egon daitekeen.¹⁴ Ondorioz, Auzitegiak berak Txakoli terminoak izaera deskribatzaile hutsa duela nabarmendu egin zuen, zeinak izaera bereizlearen gabezia, ardo mota bat deskribatzen duen heinean, ezin daitekeen marka bezala jaso.

Era berean, epaiak ezarritako ondorioen gaineko interpretazioak aukera ezberdinak eskaini egiten ditu, berez marka kolektibo gisara erregistratzeko ezingabetasunak, ez dakar berez Txakoli edo analogoak diren Txakolina edo Chacolí izendapenen erabilera askea dela ezartzerik. Hau dela bide, ardoaren gaineko eta jatorrizko izendapenaren arauketa

¹⁴ VILLAFANEZ PEREZ, Itziar “Txakoli’ aferaren inguruan. Europar Batasuneko auzitegi orokorraren (laugarren aretoa) epaia, 2011ko maiatzaren 17koa” *ELERIA*, (Euskal Herriko Legelarien Aldizkaria), 22. Zenbakia, 2011. Urtea, Donostia, 83-88. Orrialdeak

errespetatua izan behar dela ondorioztatu zuen epaiak, ez duelarik inondik inora beste ekoizle batzuek, beraz, Txakoli terminoa erabiltzetik urruntzen, betiere arauketa propioaren araberrako jardunak burutzen dituztenean. Ondorioz, azpimarratu beharra dago une honetan, Bizkaia, Getaria eta Arabako Kontseilu arautzaileek gainerako lurraldeetako ekoizleek prozedura bereziak abiatu ezean, Txakoli izendapena erabiltzeko ahalmen osoa izango dutela, marka kolektiboaren aukera baztertuta, jatorrizko izendapenari jarraiki izango dutelarik babesba.

Honek, Arabar Errioxako Jatorrizko Izendapen Propioa sortzeko unean, marka kolektibo baten sorrera sustatzeko existitzen diren aukerak mugatu ditzake, izendapenak produktuaren berezitasun propio nahikoak izan ez, eta lurraldetasun edo jatorri geografiko bati lotutakoa izango zelarik, jadanik existituko zen jatorrizko izendapenaren barneko azpizonalde batekin talka zuzena egingo zuelarik, kontsumitzaileen errakuntza sortuz.

Hein berean, Txakolinaren terminoaren babespean eta Burgosko zenbait Ardogileen eskariari jarraiki, 2017ko urtarrilaren 27an, EUIPO-k marka eta diseinu erkideen erregistroa burutzeko eskuduna den erakundeak, 10.872.364 zenbakidun Europar Batasuneko marka baztertu egin zuen, Chacomena izendapenarekin, “Burgosko Probintzian jatorria duen Txakoli Ardoa” 33. Taldean bereizteko helburua zuena.

Egia da, eztabaidagai den Chacomena markak, eskatzailearen hitzetan, ez duela inolako jatorrizko izendapenaren gaineko erreferentziarik eskaintzen, ezta Mena Araneko (Burgos) harremana argi geratzen ez den arren, egia da, eta azpimarratu beharra dago, agentziak berak esan bezala, Mena Aranean ekoiztako Txakolinari erreferentzia egiten diola, bertatik eratorri egiten baita izena, eta ondorioz, kontsumitzaileengan sortu daitekeen nahasmena.

EUIPOk hein honetan, kontsideratu egin izan du marka honen onarpenak Europar Batasuneko araudia urrratuko zuela ardogintzatik eratorritako produktuak, usurpazio, identifikazio faltsu edo engainagarriak edota kontsumitzaileak akastu ditzakeen edozein bestelako praktika eta jardunen aurrean.

Behinik behin, EUIPO-k Txakoli izendapenaren definizio eta erabilera baldintzak Euskal Autonomia Erkidegoaren barnean kokaturiko hiru izendapenei lotua dagoela adierazi egin zuen, bai Bizkaiko Txakolina, Getariako Txakolina eta Arabako Txakolinarekiko harremanaren existentzia bermatuz, euskal lurraldeei dagokien izendapen bat dela adierazi zuten. Esparru honetan, eta galdaturiko markak euskal jatorria ez duen heinean, Chacomena ardoaren izendapenak, euskal Txakolinaren babes eremua urratu egiten duela aldarrikatu beharra dago. Alde horretatik, eta EUIPO agentziaren erabakiaren aurrean, 2012ko maiatzaren 10ean hasitako inskripzio prozedurari amaiera ematen diolarik.

Egia da berez, kasu honetan ez dagoela jatorrizko izendapen berri baten sorrera sustatzen, ezta jadanik existitzen den izendapen baten barneko haustura edo banatzerik, baizik eta hasiera batean babesturiko produktua den Txakolina barne hartzen duten hiru jatorrizko izendapenen Kontseilu arautzaileetatik at kokatzen den ekoizle lurraldeetarako, hauen babes eremu geografikotik kanpo jardunez ekoiztako produktuari, jatorrizko izendapenak babesten duen Txakoli terminoarekiko sortu dezakeen konfusioa dago aztergai. Hau dela bide, EUIPO agentziak berak adierazi egin izan du ez dela zilegizkoa ezta legezkoa izango Chacomena markaren berariazko erregistroko inskripzioa burutzea, nahiz eta lurralde geografiko ezberdin batean kokatu egiten den, produktuaren izena den Txakoli erroa aipaturiko hiru euskal lurraldeetara lotua dagoen bitartean.

3.5. DO barnean jarraitzearen alde egiten duten erakundeak

Jatorrizko Izendapenaren barnean kokatzen diren erakunde eta elkarteetako bakoitzak bere iritzia erakutsi egiten du Arabar Errioxako Jatorrizko Izendapen propio baten sorrerari dagokionez. Hein honetan, garrantzitsua deritzogu talde hauek aldarrikatzen dituzten ikuspuntu ezberdinak erakustea, berezitasun eta aldaerek ezinbesteko indarra eskuratzen dutelarik.

Grupo Riojari dagokionez (Merkaturatze Sektorea, Errioxako Upelategien Elkarte) Sektoreko Kontseilu Arautzailean indar handiena duen elkarte dena, azken hamarkadetan aurkituriko krisi ekonomiko garrantzitsu baten ondoriozko erabakiek Kontseilu Arautzailearen barnean izandako eraldaketek izendapen beraren jarraikortasuna kolokan jartzearainoko eraginak izan zituela aldarrikatu egiten du, bertako jardun arrunta eteterainoko indarrarekin. Esparru honetan, Grupo Riojak sektorearen osotasunari dagokionez kalitatea mantenduz gehiago eta hobeto saltzeko autua eskuratu egin zuen.¹⁵ Bereziki, eta jatorrizko izendapen propio baten presentziari dagokionez, ideia honen kontra sutuki egiten duen elkarte nagusia dela ondorioztatu beharra daukagu.

Araex elkartearen kasuan (Merkaturatze sektorekoa, esportaziora bideratutako enpresen erakundea), Jatorrizko Izendapen berri baten ideia babesten ez duen arren, gaur egunean Jatorrizko Izendapenaren Kontseilu Arautzailean existitzen diren arazo eta mugak direla eta kritika zorrotz bat eskaini egiten du. Ruiz de Galarreta, Araex-eko presidentea denaren hitzetan, Espainiar estatuko eredia iraunkorra ez dela eta denbora luzean mantendu ezingo dela azaldu egin izan du, izan ere, estatu espainiarra ardo bolumenari begira munduko lehenengo potentzia esportatzailea izan arren ardogintzan, Frantziak, rankingean hirugarren postua duenak, espainiar estatuak sortutako balioaren laukoitza erdiesten duela defendatuz.

¹⁵ GRUPO RIOJA “Rioja tiene futuro” Lurzabal – Arabako Nekazaritza Aldizkaria, 2011ko martxoa, 17. Zenbakia, 3. orrialdea

Honek, eta elkartearen iritzi-ereduari jarraiki kantitatearen aldekoa ez den kalitatera begiraturiko eredia ezartzearen alde egitea bultzatu beharko lituzke erakunde guztiak. Dударik gabe, etiketen azpizionaldeen etiketatzearen alde egiten dute, Kontseilu malgu eta ulerkor baten alde egingo zuelarik, produktuaren eta ekoizleen berezitasunak azpimarratuko dituen, ardoen kalitate eta gastuei estuki loturikoa¹⁶.

Hein berean etiketatzearen inguruko araudi berriaren aplikazioaren alde egiten dute, betiere adierazi eta azaldu bezala garatuz gero, Errioxa Markarentzako onura handiak bultzatu ditzakeela ulertzen baitute. Honela, eta Arabar Errioxaren alorrari dagokionez, bere potentzialtasun handiaz hitz egitetik, ekintza zehatzetara igarotzea eskatu egiten dute, belaunaldi berrien parte hartzea ezinbestekoa izango delarik.¹⁷

Bodegas Marquistas erakundeari dagokienez (BMA) (Merkaturatze sektorea, Arabako upelategi markisten elkarte), Errioxa Marka nazioartean ezaguna eta notoriotasun handiena duen espainiar marka dela adierazi egiten du, ABRA erakunderen nahia den Arabar Errioxako azpizionaldeko ardoen balioespena areagotzeko eskariaren aurrean. Honela, Arabar Errioxako guztirako esportazio zenbatekoen artean, 2018ko hirugarren hiruhileko datuei jarraiki, 10 botiletatik 9, Bodegas Marquistas de Álava erakundeari dagozkiola azpimarratu ohi dute, SEA arabar enpresako kide diren ardotegeiak direnak, atzerrira begira Errioxa markaren mantentzea ezinbesteko elementu gisara kontsideratu egiten dutelarik.¹⁸

3.6. Jatorrizko Izendapenetik kanpoko jarduna burutzea: ARTADI

Artadi S.A Upategiak 2015eko abenduaren 30ean adierazpen ofizial bat argitara eman zuen Errioxa Jatorri Deitura Kalifikatua uzteko erabakia plazaratuz. Upategiak, Arabar Errioxaren bihotzean kokatua dagoenak, Guardian dauka egoitza nagusia bertan sortu baitzen 1985. Urtean, eskualdeko mahastizaintzaren aberasgarritasunagatik. Hogeita hamar urte baino gehiagotan zehar Artadik buruturiko lan eta inbertsioek espainiar estatuan zein nazioartean sona izaterainoko emaitzak erdiestea ahalbidetu egin dio. Hasieratik, upategi honen helburua lurra, mahasti eta gizarteari meneratuak daudela adierazi egin izan dute, ardoen balio eta kalitatea hiru elementu horien batasunaren emaitza delako.¹⁹

Artadik posizionamendua eta berezitasuna aldarrikatuz ihes egin du Errioxa Jatorri Deitura Kalifikatua, Bordele, Borgoina edota Xanpaina moduko jatorrizko izendapenek bere barneko

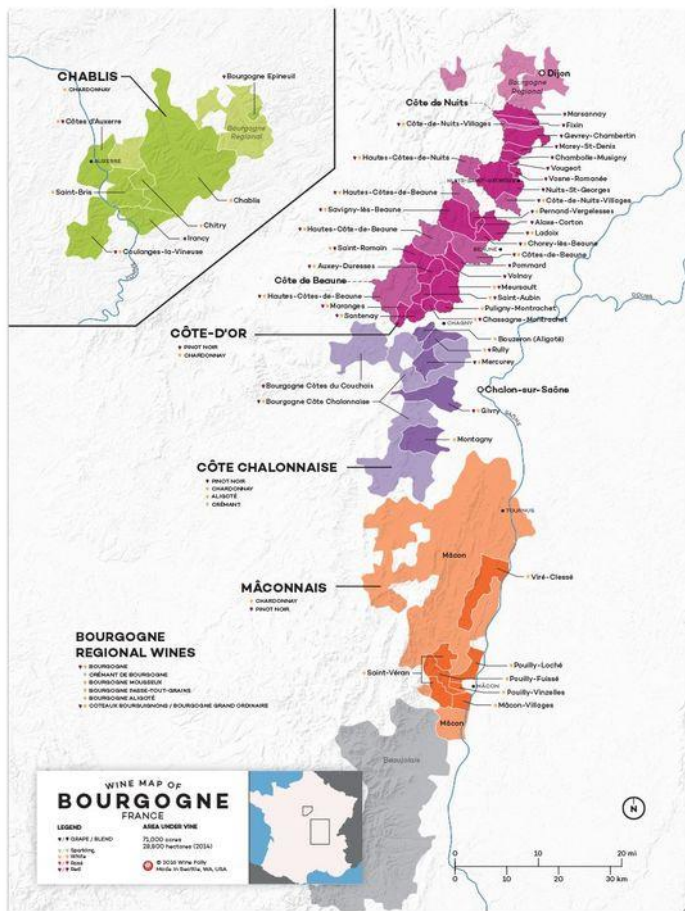
¹⁶ GOROSPE, Pedro “*Araex cree que Rioja Alavesa tiene que diferenciarse con vinos de más valor*” El País, 2018ko urriaren 18a, Bilbo

¹⁷ ARAEX ELKARTEA, “*Estamos consiguiendo que el mundo sea el mercado de Rioja Alavesa*” Blog Rioja Alavesa, 2018ko maiatzaren 27a.

¹⁸ ESTRATEGIA “*SEA abre las puertas de Ardoleku, el punto de unión de las bodegas y la hostelería alavesa*”, Estrategia Empresarial aldizkaria, 2018ko urriaren 3a
<http://www.estrategia.net/estrategia/UltimaHora/tabid/615/ItemID/9713/Default.aspx> (Az. 2018/02/14)

¹⁹ ARTADI, “*Comunicado oficial: Artadi abandona la DOCa Rioja*” Artadi, 2015eko abenduaren 30a
<https://artadi.com/noticia/comunicado-oficial-artadi-abandona-doca-rioja> (Az. 2018/02/14)

ardo eta mahastien artean egiten duen desberdintzea aipatuz, ezberdintasunak aberasgarriak direla konfirmatuz. Ez dago dudarik, bertatik aitortu egiten dute beraien helburua gure lurra, gure mahastiak eta gure paisaiak ardoan islatzea dela, Jatorrizko Izendapena utzi arren, ez dutela inoiz Arabar Errioxa atzean utziko, eskualdearekiko sentikortasuna areagotzen saiatuko direlarik. Horrela bada, arbasoengatik jasotako kultura eta historia mantentzearen aldeko autua egin dute, legatua mantendu eta etorkizuneko gazteei bizi dugun eta bizi garen lurraren berezitasunak pasatzeko asmoz.



6.Irudia: Borgoina eskualdearen barneko izendapenen banaketa **Iturria:** Borgognes

Eta azken finean Borgoina ereduaren aplikazioa aurrera eramateak bere zentzia izan dezake, hein batean. Borgoina Jatorrizko Izendapenak (25.000 mahasti hektareak osatutakoak) ez ditu lurraldeko lau departamentuetako bat, la Nièvre barneratzen, zeinaren ardoak Loira Araneko esparruan kokatu egiten diren, eta bai ordea Ródano-Alpeak administrazio esparruko Ródano departamentuko ardoak. Kasu honetan Beaujolais azpizonaldeaz hitz egiten egongo ginateke, Jatorrizko Izendapen propioa duena, baita herriko ardoena, baina AOC Borgone generikorako eskubidea ere duena. Beraz, gainerako administrazio departamentuko gainerako hiru departamentuetan (Yonne, Côte-d'Or, Saône-et-Loire) gainerako azpizonaldeak kokatu egiten dira. Era berean bigarren mailako azpizonaldeak ere aurkitu daitezke, baita ere izendapen generiko bat, edota herrien edota hauen gehieneko bost herriren multzoen izendapena “Villages” izendapen propioa dutenak eta maila goreneko mahastiak izan

ditzaketenak “Premier Crus” izendapendunak edota historikoki ezagunak eta ospedunak diren “Grand Crus” zeinak bakoitzak bere herriarekiko izendapen propio bat eskuratu egiten duen.

Gaur egunean Borgoinako ardo lurraldeak, 84 Jatorrizko Izendapen Kontrolatuak (AOC) eta sei izendapen erregionalak ekoizpenaren %54,5a lortzen dutenak, 45 izendapen komunal edo lokalak “Village” ekoizpenaren %34ra heltzen direnak (562 “Premier crus” izendapendunak “Village” zeinuarekin batera, hauek ekoizpenaren %10a erdiesten dute), eta 33 “Grand crus” izendapenarekin ezagunak direnak, ekoizpenaren %1,5eko zenbatekora helduz. Nonbait, espainiar estatuan eta bereziki Errioxako Kontseilu Arautzailearen barnean dauden zein

bertatik jadanik aldenduta dauden ekoizle txiki zein handiek lurraren balioztatzearen alde egiten dutenek, eredu oso interesgarri bat ikusi egiten dute Borgoina barnean, eraldaketa handiak bultzatzen direla.²⁰

Errioxar auzira bueltatuz, Kontseilu Arautzaileak 2016ko urtarrilaren 4ean argitaratu zuen bere adierazpen ofiziala, azpimarratuz ez zutela inondik inora espero Artadik hartutako erabakian aurrera egitea. Lain, upategiak harturiko aldebakarreko erabakiaren ondorioz Errioxar Jatorrizko Izendapenak eskaintzen duen balio erantsia zuzenean galduko duela defendatu zuten, upategiak urteetan zehar lortu duen ospe eta nabaritasuna izendapenari esker izan dela gaitzetsiz. Era berean, bat-bateko erabakia izatea leporatu egiten diote, urteetan zehar hazteko erabilgarria izan zaien plataforma egun batetik bestera uzteko bestelako arazoak existitu behar direla azaltzarekin batera, izendapenaren kontrako hitz eta iritziak jaurtitzarekin banatze eta haustura puntuan fokoa jarri dituela egotziz.²¹

Eusko Jaurlaritzak Artadi upategiak harturiko erabakiaren inguruan zilegitasun osoa duela azaldu zuen, enpresa arazoien ondorio zuzena izateaz gain negozio eredu ezberdin baten bila burutu egin dela frogatuz. Orobat, Ekonomia Garapen eta Lehiakortasuneko Sailak Errioxako lehenengo sektoreko kide diren enpresen aldeko apustuarekin jarraituko zuela adierazi zuen behintzat, sektorearen lehiakortasuna bilatze aldera neurriak hartuz. Halaber, 2013. Urteko uztailean Errioxa Jatorri Deitura Kalifikatuko Kontseilu Arautzailearekin sinatutako hitzarmenaren aplikazioa egiteko asmoa begietan jarri zuen, Arabar Errioxako ardoen ezberdintzean sakonduz, bi aldeen arteko akordioetan oinarrituz. Halere, Gobernuak sektorean egon daitezkeen ezberdintzea bultzatzeko proposamenen alde egingo duela ere kanporarazi zuen, betiere araudi eta eskuduntza propioei jarraiki.²²

Honela, Artadik 2016eko urtarrilean bere lehenengo uzta merkaturatu zuen Jatorrizko Izendapenetik kanpo jardunez. Bere etiketatzeari dagokionez, azpimarratu beharra dago araudiari jarraiki ez zuela inolako erreferentziarik Errioxar eskualderena, berez, Álava-España moduan identifikatzen baitzen botila.



Ildo honetatik, Artadik harturiko erabakiaren inguruan, Arabako Batzar Nagusietan Nekazaritza VI. Batzordean (X.

7.Irudia: Artadi upategiaren etiketa berria
II-tik kanpo Iturria: Artadi

²⁰ BORGOGNES “Vins de Bourgogne: Dédodez la AOC” Climats du vignoble de Bourgogne, 2018. Urtea, 2. orrialdea

²¹ Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja, “Memoria 2016”, DOCa. Rioja, 2017. Urtea, Logroño, 14. orrialdea

²² IREKIA “Euskadiko Gobernuak guztiz errespetatzen du ARTADI enpresaren erabakia eta berriz adierazi du sektoreak proposatutako posizionamendu-ekimenak aztertzeke prestutasuna” Eusko Jaurlaritza, 2015eko abenduaren 30a

legealdia) 2016ko urtarrilaren 21ean Guardiako Bodegas y Viñedos Artadi enpresako jabea den Juan Carlos López de Lacalle jaunak agerraldia egin zuen, Errioxa Jatorri Izendapenetik alde egiteko erabakiaren ondoren jarraitutako prozesuaren berri eman ahal izateko aukera eskainiz.

Artadik bestetik munduan existitzen diren bestelako ardogintza ereduen aldeko apustua egiten du, besteak beste, Errioxako eredu “arrakastatsua” denetik urruntzeko autua hartu egin du, honek, eskala ekonomia eta ardogintza industrial batean oinarrituta dagoenetik, urtero ekoizten diren botila kopurua begiratu besterik ez dago hau ondorioztatzeko, garapena, lurraren balioztapena, gizakiaren eskuhartze zuzena eta lurraldeari bizia eskaintzen dioten familia enpresa txikien errespetua sustatzen duen eredu txertatzea dute helburu, biodibertsitatearen mantenua eta ingurugiroa errespetatuz.

3.7. Kooperatiben presentzia eta erantzuna: Dolare

Arabar Errioxari dagokionez Kooperatiben presentziaren inguruan eraldaketa oso murriz bat jazo egin izan da azken hamarkadetan zehar. Azken finean, 1970. Hamarkada amaieran, produkzio ahalmen handiena eskaini egiten zuten upategiek, urteko 2,5 eta 5 milioi litro ardo ekoizteko gai zirenak, espainiar estatuko lurralde ardogile gehienetan kooperatiba izaera zuten. Kontrara, nahiz eta kooperatibek duten izaera pribatua kontuan hartu behar dugun, bestelako egitura ekonomiko eta sozial bat mantentzen duten sozietate anonimo zein mugatu garrantzitsuagoen presentziaren ondorioz, bestelako lurralde batzuetan, eta bereziki Kadizen, Extremadura, Errioxa eta Euskal Arabar Errioxako lurraldeetan kooperatibek ezarpen txikiagoa izan zuten. Gaur egunean ordea, upategi kooperatiboen presentzia eta hauen garrantzia areagotuz doa, Errioxa zein Nafarroaren kasuan, %18 eta %20ko balioen artean kokatuz, tradizionalki errioxar eta arabar bodega pribatu indartsuekiko izan duten dependentziaren aurrean kokatuz, nahiz eta enpresa sektore indartsuaren aurrean ahultasuna erakusten jarraitu egiten duten.²³

Arabar Errioxaren kasuan eta betiere Errioxar Jatorrizko Izendapeneko Kontseilu Arautzaileak 2018ko martxoko datuak eskaini dituelarik, 100 boto eskubide eta 16 batzordekide dituen ekoizleen osoko bilkuran kooperatibek duten presentzia ez da hain handia, hiru kooperatiba erakunde biltzen direlarik bertan. FECOAR (Federación de Cooperativas de la Rioja – Errioxako Kooperatiben Federakundea) 36 boto eta 5 batzordekide dituenak, UCAN (Unión de Cooperativas de Navarra – Nafarroako Kooperatiben Elkartasuna) eta DOLARE (Cooperativas de Rioja Alavesa – Arabar Errioxako Kooperatibak), hiru boto eskubide eta batzarkide bat duena.

²³ MEDINA-ALBADALEJO, Francisco J. eta PLANAS, Jordi “Las bodegas cooperativas y la comercialización del vino en España” *Asociación Española de Historia Económica, Documentos de Trabajo*, 1707. Zenbakia, 2017ko azaroa, 1-30. orrialdeak

Arabar Errioxari dagokionez dakikezuenek, Dolare erakundeak sei kooperatiba barnebiltzen ditu: Oion, Kripan, Bilar, Iekora, Lantziego eta Guardiako kooperatibek osatzen dutena, Arabar Errioxan beste kooperatiba bat dago, Bastidan kokaturikoa, taldean txertatua ez dagoena.

Era berean, begitaratu beharra dago kooperatiben presentzia handia izateaz gain, hauek duten efizientzia zein eraginkortasuna bestelako enpresa ereduak lortzen dutena baino handiagoa dela. Erakunde ekoizle zein upategiek hartzen duten legezko formak, areago, ezinbesteko eragina dauka honek lortzen duen efizientzian, ardogintzan bereziki, eta RUIZ FUENSANTAK egindako ikerketaren ildotik²⁴, kooperatibek maila altuagoak lortzen dituzte erantzukizun mugatuko sozietate eta sozietate anonimoekin konparatuta. Emaitza hauek, ordea, ez daukate sorleku bakarria kapitalizaturiko kantitatean edota zorren zenbatekoan, baizik eta bestelako arrazoi batzuk aztertuak izan beharko dira, ingurune soziala da efizientzia areagotzearen eragilea nagusia, erakunde publiko eta instituzioek jarraituz, kooperatiba sozialen aldeko apustu bat egin beharko lukete, ekonomia eta gizartearen onura lortze aldera.

Dolare Mahastigintza ekoizle gisara Kontseilu Arautzailean presentzia duen arabar kooperatibaren barnean aurkitzen den Bilarreko kooperatibak, bederen ez dauka oso argi ABRA erakundeak proposaturiko Jatorrizko Izendapen Berri baten sorrerak etekin onuragarrikerik ekarriko dionik. Hein honetan, eta mahatsaren ekoizpena burutzen duenez eta ardogintzari dedikaturiko atalak oso pisu txikia duen heinean ez daude ABRA erakundearen barnean txertatuta. Era berean ez daukate berez “*Arabako Mahastiak*” deritzen Jatorrizko Izendapen berriaren inguruan iritzi indartsurik, behin bere sorrera ematen denean bilaturiko baldintzak eta ondorioak zeintzuk diren zehatuta erabakiko du. Era berean erakunde bakoitzak duen marka propioaren ospe eta entzutearen arabera jatorrizko izendapen berri batean txertatzeko unean erraztasun handiagoak existitzen direla aldarrikatu egiten dute, markarik gabeko edo aitortzarik gabeko marken kasuan zailtasunak existitzen direlarik merkatuan ezberdintze zehatz bat lortzeko.²⁵

3.8. Instituzioen laguntza eta bultzada

Euskal erakunde publikoek betidanik sustatu egin izan dute Errioxa Jatorri Deitura Kalifikatuak Arabar Errioxaren inguruan izan dituen jarreraren inguruan arabar lurraldeetako bertako produktua autoktonoaren babesa. Modu berean, ohartarazi beharra dago 2013. Urteko uztailan Eusko Jaurlaritzak eta Errioxar Jatorri Deitura Kalifikatuko Kontseilu Arautzaileak publikoki hitzartu zutela jatorrizko deitura pean kokatzen ziren azpizonaldeen izenak

²⁴ RUÍZ FUENSANTA, María Jesús; HERNÁNDEZ SANCHO, Francisc eta SOLER i MARCO, Vicent “In vino veritas: competitive factors in wine-producing industrial districts” *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, 32. Zenbakia, 2015. Urtea, 159. Orrialdea, 149-164. Orrialdeetatik.

²⁵ BLOG RIOJA ALAVESA “*La Cooperativa de Elvillar florece en la concordia*” 2016ko urriaren 23a <https://blogriojaalavesa.eus/cooperativa-de-elvillar> (Az. 2018/02/14)

erabiltzeko indarrean dauden erregelamenduak eta Europar Batasuneko araudi propioak eskaini egiten dituzten hutsune eta aukerak sakon aztertzeko konpromezua. Laburki, kontuan hartuta berez inolako banatze edo deitura berriren sorrerarik egongo ez zela adierazi zutela bi aldeek.

Halere, ildo honetan burututako ekimenek asegabetasun sentsazio bat bultzatu zuten Eusko Jaurlaritzaren barnean, euskal erakundeek 2015eko urtarrilean, UAGA eta ABRA elkarteek etiketatze bereizi bat lortzearen inguruan egindako proposamenak baztertzearen ondorioz zein Kontseilu Arautzaileko kideen jarrera ezkorra ikusita, hauen jarrera guztiz zentralizatzaile eta kontrolatzailea salatzeari ekin zion Jaurlaritzak.

UAGA (Arabako Nekazari eta Abeltzainen Elkartek) eta ABRA (Arabar Errioxako Upeltegien Elkartek) 2015eko urtarrilean proposamen bat bideratu zuten Kontseilu Arautzailearen aurrera, Arabar Errioxako azpizonaldeen identifikazioek etiketatzean garrantzi handiagoa izan zezaten. Une honetan, azpizonaldea adieraztea posiblea zen, betiere Kontseilu arautzaileak baimenduz eta ekoiztako ardorako erabilitako mahatsa eskualde berekoa baldin bada, edota mugakideetakoa %15ean baino gutxiagoko zenbatekoan, eta hiru zonalde bereizi: Errioxa Garaia (Rioja Alta), Errioxa Beherea (Rioja Baja) eta Arabar Errioxa (Rioja Alavesa).

Halere, identifikazio hori Errioxa izendapenari meneratua zegoen guztiz, bai tamaina zein nabarmentasuna lortze aldera ezinezkoa zenez, proposamenaren bidez azpizonaldeek lehentasuneko tokia izatea bilatzen zuen, horretarako eskualdeko lurraren, mahastien zein ardoaren inguruko prozesu osoaren berezitasuna dela eta, lursail txikidunen presentzia Errioxar Izendapenaren %45ean kokatzen delarik.

Ildo honetatik, Eusko Jaurlaritzak Arabako ardogintzaren sektorea lehiakorragoa izan eta nazioartekotzera bultzatzeko laguntzekin jarraitzearen aldeko autua mantentze du, Errioxa Jatorri Deituraren barnean posizionamendu estrategiko bat lortzea helburu zuela adierazi zuen garai hartan. Ildo politikoak ere barne sartu ziren eztabaidaren barnean, Errioxako Presidenteak bereziki sutuki kritikatu ondoren Euskal Erakundeen jarrerak, hauek egoeraren baretzearen alde egin zuten, gogaidetasun eta leialtasunean oinarritutako erabakiak hartzeko helburua erakutsiz.

Hala eta guztiz ere, upategien nahiei eta eskakizunen ildotik, Kontseilutik inolako erantzun positiborik jasotzen ez duten heinean, dagokion araudiak eta eskumen eremuak errespetatuz Jatorrizko Izendapenarekiko alternatibak bilatzeari ekitea onartu zuen.²⁶

²⁶ IREKIA “Eusko Jaurlaritzak babestu egiten du Arabako Errioxako jatorri izeneko ardoen etiketatzea hobetzeko UAGAk eta ABRAk egindako proposamena” Eusko Jaurlaritza, 2015ko martxoaren 5a eta “Eusko Jaurlaritzak Errioxa Jatorri Izendapen Kontrolatuak Arabako ardogintzarekin duen jarrera salatzen du” Eusko Jaurlaritza, 2015eko maiatzaren 9a

Eta azkenean, adierazi beharra daukagu jarduera oso arrunt bat da Eusko Jaurlaritzak zein euskal erakunde publikoek bertako produktuen aldeko apustua egitea, izan ere lurralde bati lotutako produktuen promozioak ez ditu soilik kontsumitzaile eta ekoizleentzako ondorio positiboak lortzen, baizik eta elikadura dibertsifikaziora laguntzen dute. Besteak beste, komertzializazio zirkuitu berriak zabaltzera, merkatu lokalak garatzera, ereindako paisaien mantentzera, ingurugiroaren babesera, ezin dezakegularik alde batera utzi ondare kulturalaren zati garrantzitsu bat direla eta lurraldearen eta bertako biztanleen nortasunaren parte.²⁷

Hein berean Arabako Foru Aldundiarentzat Jatorrizko Izendapen Bereiziari eskaintzen dion garrantzia erakustarazteko, Ekonomia Garapenaren eta Lurralde Orekaren Sailak, 4530/18 espedientearen alorrean, 2018ko martxoaren 7an lehendabizi lizitazioa argitaratu zen datako *Ardoari loturiko ekonomiaren analisisa eta garapena. Arabako Errioxa lurraldearen garapen sozioekonomikoaren eragile moduan kontratu publikoaren presentzia eta honen adjudikazioa UTE S&F - LKS RIOJA ALAVESA-ri esleitutakoa, eta 96.000 eurotan balioetsitako kontratua, 2018ko irailaren 3an formalizatutako kontratuaren arabera 15 asteko epealdiaren barnean agindutako analisisa aurkeztua izan beharko delarik.*

Kontratua berez aztertuz gero, ez dirudi jatorrizko izendapen propioak izan ditzakeen inpaktuaren berri izateko beharrezko elementuak jasotzen dituela, bere helburu nagusia oinarri teknikoaren orrian agertu bezala; *“Arabar Errioxaren eskualdearen garapena sustatuko duen Markaren nazioartekotze posizionamendua bultzatzen duen jarduera plan bat egilestean datza, Lurraldean eragin sozioekonomiko bat izango duena”*. Hala eta guztiz ere, behin bestelako helburu partzialak aztertzeari ekiten diogun unean ikusi dezakegu berez zein den Aldundiak duen nahia, izan ere Arabar Errioxar lurralde marka nazioartekotzeko ahaleginak existitu arren, helburuen artean aurkitu dezakegu gure kasuan eragin zuzen bat izango duena *“Arabar Errioxako Jatorrizko Izendapenarentzako eredu propioa sortzea, ardogintzaren bikaintasunaren parametroetan txertatzeko nazioarteko ahalmen handiagoa izango duena, gaur eguneko ordenamendu juridiko eta legediaren arabera”*.

Gizartean orokorrean, izendapen geografikoen kasuan existitzen den ezagutza maila oso urria dela ondorioztatu beharra dago; marka, erreferentzia edo identifikazio bat ez da ondorioz erabilgarria izango kontsumitzaileak berak ez baldin badu ezagutzen, onartzen eta balioztatzen, hauek, marka kolektibo gisara ulertuz gero produktuaren marka bermatzaile gisara bere aitortza zein kalitatea medio, gaur egunean eskaintzen ari ez den prozesu bat dela adierazi dezakegu.

Kasu askotan izendapen geografikoak txikizkariak bezeria lokala eskuratu eta mantentzeko elementu gisara erabiliak izan ohi dira, lurraldeko produktuarekin lotuz bere jardun komertziala. Hala eta guztiz ere, botere publikoek burutzen duten jarduna ez da soilik

²⁷ GALDÓS URRUTIA, Rosario, “La intervención pública en la promoción de la calidad agroalimentaria: normativa comunitaria, española y vasca”, *Investigaciones Geográficas*, 34. Zenbakia, 2004. Urtea, 461. Orrialdea 47-62. orrialdeetatik

ezagutarazpena sustatzera bideratua egon behar, izendapen sistemari kalitatea eta fideltasuna bermatuko dituzten prozesu tradizionalen sustatzearen alde egin beharko baitute, ikuskatuz, gehienezko izendapenen mugak jarriz benetako ezberdintze eta kategorizazio berri baten presentziak merkatal eraginik ez duen kasuetarako.²⁸

Hein honetan, administrazio publikoaren zein kudeaketa organoen presentzia eta lan egoki baten beharra aldarrikatu beharra dago, sistema publiko-mistoak bultzatuz, ez baitu inolako ondorio zuzen positiborik bultzatuko jatorrizko izendapen berri baten sorrerak edo bestelako zeinu bereizgarriaren txertatzeak merkatuan existitu daitezkeen ezagutza mailak areagotzen ez diren bitartean. Honela, administrazio publikoek bere botere publikoaz baliatuz, sustatu nahi den izendapen edo markaren aldeko ekimenak hartzea egokia deritzogu, bai zuzenean zein zeharka, erakunde guztiz pribatu batek soilik erdietsi ezin ditzakeen helburuen betetzea erraztuz.

4. Komenigarria da ekonomikoki jatorrizko izendapen berri bat sortzea?

4.1. Arazoaren funtsa: produktuak lurraldearekiko identifikazio eza eta administrazio organoetan botere urria

Eztabaida ugari existitzen dira Arabar Errioxako ardoak bereizmen nahikoa duen ezartze aldera. Jatorrizko izendapena berez, Europar Batasunean bere osotasunean zein nazioartean produktu edo zerbitzu zehatz batzuek barneraturiko bereizitako kalitatea ezagutarazteko erabiltzen den sistema da, ezaugarri propio eta bereizgarrien ondorioa, bai produktua ekoiztean jasandako baldintza geografiko (lurra zein klima) zein bertan parte hartzen duten giza faktoreak eragindako aldaketak aintzat hartuz. Hemen dator kontraesana. Azpizonalde bakoitzean lortzen den ardoaren kalitate eta ezaugarriak ezberdinak dira, Errioxa, Nafarroa zein Euskal Autonomia Erkidegoko lurren zein klimak konbinazio perfektu bat erdiesten dute, ezaugarri bereizgarri eta zapore oso aldakorak lortzea ahalbidetzen dutenak.²⁹

Baina zer puntura arte existitzen da Arabar Errioxako ardoaren ezaguera? Zalantza asko sortzen zaizkigu espainiar estatuan existitzen diren jatorrizko izendapenak aztertze aldera autonomia erkidegoetan zehar banatzeak egiten hasten direnean adituek egiten dituzten hanka sartzeak direla medio. Modu berean, Errioxako Autonomia Erkidegoak Jatorrizko Izendapen Kalifikatuko Errioxar Ardoa duela adierazi egiten da maiz, Euskal Autonomia Erkidegoak (The Basque Country) “oso txikiak diren hiru Jatorrizko Izendapen” dituela adierazten duten bitartean, Arabako Txakolina, Bizkaiko Txakolina eta Getariako Txakolina, Nafarroak (era oker batean ere) beste bi dituela onartzen dutenak; hiru DO de Pago (Otazu, Prado de Irache

²⁸ CAMBRA FIERRO, Jesús eta VILLAFUERTE MARTIN, Antonio “Denominaciones de origen e (...)” *op. cit.*

²⁹ DE PABLO VALENCIANO, Pablo eta ROMÁN SÁNCHEZ, Isabel María “ La importancia de la Denominación de Origen Rioja en el Contexto del mercado vitivinícola español” *Mundo Agrario*, Vol. 12, 23. Zenbakia, 2011. Urtea.

eta Señorío de Arinzano) eta DO nagusi bat: Navarra.³⁰ Beraz ez dakigu berez neurtzen zer nolako ezauguera maila existitzen den Arabar Errioxa eta bestelako azpizonaldeen inguruan, nazioarteko merkatuetan batez ere.

Azken finean azken hamarkadetan zehar Arabar Errioxako ardoaren esportazioak burutzeraz bideraturiko jardunaldi eta ekintza gehienetan, arabar ekoizle eta hornitzaileak Errioxa marka orokorraren erabilera egin izan dute, nazioartekotze prozesura begira, gaur egunean eraldatu nahi den marka baten aldeko kanpainak eginda, oso zaila dirudi beraz, zeinu bereizgarri horren ospea eta balioztatzea bereganatuko duen azpizonalde batean oinarritutako marka edo izendapen berri baten sorrerak nazioartean indarra eskuratzea.

4.2. Benetakoa desberdintze bat existitzen al da?

Araozaren funtsa behin zein den azalerarazita, benetan, produktuen arteko desberdintasunen bat existitzen den aztertzeari ekin behar zaio. Hainbat estudio eta ikerketa existitu egiten dira zeintzuek Errioxar Jatorrizko Izendapenaren barnean kokatzen diren azpizonaldeen artean existitu daitezkeen desberdintasunik ez dagoela aldarrikatu egiten dituztenak. Akitania lurraldeko eta Errioxar Azpizonaldeko ardo gorrien arteko osagaien konparaketan oinarritutako ikerketa batek, bi lurralde horien arteko ardoen arteko ezberdintasunaren alde egiten du, ardogintza prozesuan erabilitako mahastien barietate ezberdinak erabiltzearen ondorio zuzena dena. Alabaina, ikerketak hiru azpizonaldeetan banatzen ditu lorturiko ondorioak; lehendabiziko taldean “Bordeaux generikoak” eta Errioxa behekoa lotzen ditu, bigarren talde batean Blayais, Médoc, Graves eta Libournais ardoak, eta azkeneko taldea Arabar Errioxa eta Errioxa Garaia kokatzen ditu, besteak beste lorturiko konposatuaren arabera eta produkzioa egitean erabilitako ardo mota mahats tempranilloa izatearen ondorioz, nahiz eta ikerketan bertan polimerizazio maila dagokienez, ezberdintasun nabarmen bat existitu egiten den arabar Errioxako datuei erreparatu.³¹

Desberdintzearen aldeko tesiak existitu egiten dira, izan ere autore askok Errioxako Jatorrizko Izendapen Kalifikatuaren aberastasuna bere hiru azpizonaldeen ezaugarri bereizgarrietan datzala aditzera ematen baitute, non era argi batean bereziak diren eta lur zein klima ezaugarri desberdinak dituzten, ardo mota ezberdinak lortzeko elementuak batzen dituzte. Lehendabizi, Errioxa Garaian, influentzia atlantikoa duenak, graduazio ertaineko gorputz handi eta azidotetasun handiko ardoak barneratzen ditu, barrikan ontzeko aukera eskaini egiten dituztenak. Errioxa Behearearen kasuan, mediterraneoaren influentzia handi baten ondorioz, graduazio handiagoko eta estraktu handiko ardoak ekoiztea dakar. Eta azkenik, Arabar Errioxako ardoen kasuan, influentzia atlantikoa zein mediterraneoaren ondorioz, eta

³⁰ K. ESTREICHER, Stefan “A brief history of wine in Spain”, *European Review*, Vol. 21, 2. Zenbakia, 233-234. Orrialdeak 209-239. Orrialdeetatik

³¹ QUAGLIERI, Cindy; PRIETO-PEREA, Noelia; BERRUETA, Luis Angel; AA.AA “Comparison of Aquitaine and Rioja Red Wines: Characterization of Their Phenolic Composition and Evolution from 2000 to 2013” *Molecules*, 22. Zenbakia, 2017. Urtea, 1-20. orrialdeak

mahastien gutxieneko hedapen baten ondorioz, graduazio ertaineko ardoak ekoizti egiten dira, ardo gazte bezala kontsumitzeko zein ontzeko egokia dena. Azken finean, lurraren ezaugarri bereizgarriak direla medio, Errioxako Jatorrizko izendapenaren barnean gainerako espainiar estatuko izendapenetan existitzen ez den aniztasun eta barietate lortu daitezke.³²

Era berean desberdintze honi jarraiki CLUB MATADOR, espainiar estatuan existitzen den klub sozial elitista eta lobby ekonomiko zein sozial funtzioak burutzen dituenak ere ardoen bereiztearen aldeko autua hartu egin izan du, Kontseilu Arautzaile orori eskatuz Espainiar estatuan gertatzen ari den eraldaketei jarraiki malgutasuna areagotu eta prozesu eta funtzioen aldatze bat burutu behar duela, estatuan bertan existitzen diren jatorrizko izendapen ezberdinen barnean kokaturiko azpizonaldeen arteko desberdintzearen alde egin behar dutela adieraziz. Hein honetan, desberdintze hori bikaintasunean oinarritutakoa dela adierazi egiten dute, lurrarekiko lotura duten ardoak balioztatzearen mugimendua geldiezina dela azpimarratuz, eta beharrezko elementua dela espainiar estatuko ardoa geroz eta hobe dela automatea erdiesteko.³³

Halaber, Errioxar ardogileen erronka berrien artean identifikazio prozesuan hobekuntzak sustatzea aurkitzen dela adierazi egiten dute hainbat adituk, hauen artean ATKIN-ek, adierazi egiten du, 2015. Urteari erreferentzia eginez, udalerrien izenak etiketatant jartzea legez kanpoko izan arren, zenbait ekoizleek ideia horren kontrara egiteko ekintzak antolatuz joan direla azken urteotan. Bere aburuz, Arabar Errioxan bertan kokaturiko Eskuernaga eta Labastidaren artean existitzen diren 15 kilometro eskasak ardogintzaren maitaleak direnentzako, bestelako eskualde batzuetan Nuits St Georges zein Chambolle-Musigny artean existitzen diren desberdintasunen adinakoak izanda, hauen ezauguera maila areagotzea ezinbesteko elementu gisara kontsideratu beharko da.³⁴

4.3. Lurralde izendapenaren funtzioak zeinu bereizgarri gisara:

4.3.1. Enpresari jatorriaren funtzioa: Lurraldekotasuna

Jatorrizko Izendapenaren aplikaziotik eratorritako ekoizpen ereduak bertara txertaturiko enpresa eta erakundeei lurraldekotasun maila altu bat ezarri egiten die beraien operazio ekintzak burutzeko unean, eskualde eta toki zehatz batean kokaturiko baliabideak (mahats ale eta mahastiak) erabili eta esparru berean prozesatu eta eraldatzear behartzen baititu, bai elaborazio, ontze zein botilaratzean.

Honek, jarduera mailaren areagotze bat suposatuz egiten du babesturiko lurraldean bertan enpleguaren sorrera atxikiturik daramalarik, kontrara izanez gero, eskualdetik kanpo

³² DE PABLO VALENCIANO, Jaime eta ROMAN SANCHEZ, Isabel Maria “Consumo, Comercialización y perspectivas del mercado vitivinícola español” *Agroalimentaria*, 17. Bolumena, 33. Zenabkia, 2011ko uztaila-abendua, 51-61. Orrialdeak

³³ CLUB MATADOR, “Manifiesto Club Matador: Los Viñedos de excepción” Club matador, 2016. urtea

³⁴ ATKIN MW, Tim “Rioja 2015: Special Report” Tim Atkin, 2016. Urtea, Errioxa, 14. orrialdea

kokaturiko erakundeek bertako mahats ale eta mahastiak erosi eta eskala ekonomiaz baliatzeko zentralizaturiko azpiegitura teknikoek baliaturiko ziren, aldirietako eskualde eta lurraldeetan gertatu egin izan denaren antzera, mahastigintzako eskualdeak lehengaien ekoizle generiko izaera eskuratu dutelarik soilik.³⁵ Aitzitik, azpimarratu beharra dago, hurbiltasun geografikoak, harremanen dentsitatea eta lurraldekotasunaren agintze eta agintarien presentziak, berrikuntzen sustapena sustatu dezakeela, lurrarekiko balioztapena ondorioztatzearekin batera.

Izendapenaren barnean kokatzen diren enpresa handien hegemoniaren handitzeak Kontseilu arautzailearen baitan bertan, mahasti eta ardogintzara dedikaturiko familia enpresen galera eta desagerpena bultzatu egin izan ditu. Azken 15 urteetan 350 familia ustiategi desagertarazi egin izan direlarik, existitzen direnak etorkizun guztiz zehazkabe eta ilun bat pairatu beharko dute, globalizaziorako ikuspuntu argi baten sustapenari aurre egin beharko dielarik. Familia enpresa txiki hauek eskualdeko enpresa-sarea mantendu egiten dutela ezin daiteke baztertu, ondare immaterial zein material handi eta oso garrantzitsu bat suposatu egiten dutenez, lurraldearekiko nortasuna mantentzeko ezinbestekoak direlarik.

Hein honetan, sistemak bultzaturiko ardoaren kalitatearen degradazio prozesu baten ondorioz, non ekoiztako bolumena ahal bezainbeste handitzean, prezioa murrizten saiatzearekin batera egiten den, ardoaren salerosketa etiko eta zilegi batek, kalitate eta bestelako berezko lurraldekotasun ezaugarri desberdintzaileetan oinarrituz, askoz onura gehiago eskainiko dizkie familia-enpresa txiki hauei. Halere, ez da erraza arlo honen inguruko ziurtasunik eskaintzea, gaur eguneko egoera honen arazoaren funtsa Kontseilu Arautzaileari eta bertako kideen jarrerei leporatzea soilik ez da inondik inora zilegia, egoerara bideratuak izateko protagonistetako bat izan daiteke, baina ezin dezakegu alde batera utzi krisi ekonomikoak izandako ondorioak zein globalizazioak eta prozesuaren mekanizazioaren ondoriozko sistema tradizionalen eraldaketek izandako eragina.

Azken finean, Jatorrizko Izendapenaren erabilera eta kudeaketaren barnean nabari izan den arazoetako bat izendapen berera atxikituriko ekoizle ezberdinen arteko lehia aurkitzen dugu, hala nola, tamaina oso desberdinetako enpresak, enpresa handiak mikroenpresekin batera lanean arituz Kontseilu Arautzaile beraren barnean, bi egoera hauek aktore ezberdinen arteko elkarlana oztopatu eta marka kolektibo indartsu gisara jarduteko aukera zapuztu egiten dutelarik.³⁶

³⁵ SANCHEZ HERNANDEZ, José Luís, “Capital exógeno y procesos de innovación en la industria vinícola de la Denominación de Origen “Toro””, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 36. Zenbakia, 2003. Urtea, 76. Orrialdea, 61-79. Orrialdeetatik.

³⁶ CAMBRA FIERRO, Jesús eta VILLAFUERTE MARTIN, Antonio “Denominaciones de origen e indicaciones geográficas: justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España”, *Colección Mediterráneo Económico*, 15. Zenbakia, 2009. Urtea, 329-350. Orrialdeak

Izendapen berrien bultzada egiteko unean eskualde eta lurraldearen nortasunak garrantzi handia eskuratu egiten du, alabaina, kasuaren arabera izendapen berriak eskuratu eta bete nahi duen lurralde mailaren arabera, gizartean existitu daitekeen lokalismo prozesu batek izendapen berriaren ezarpenean arazoak sortu egin ditzake, oso antzekoa den produktuen salmenta burutzeko unean marka oso ezberdinak sortzeak, bolumenaren zenbateko arrunt batzuk ekoizten dituzten lurraldetan zentzua galdu egiten dutelarik, izendapen propio baten alde egin behar delarik.³⁷

4.3.2. Kalitate funtzioa

Jatorrizko izendapena zein bestelako figura analagoek elikadura produktuen kalitatearen defentsa burutzeko bide izateaz gain, desberdintzea erdiesteko beharrezko elementua da, babesturiko sektorearen balio erantsia areagotzera beira, produkzioaren kalitate gorena dela medio, lehendabizi, eta bere singularizazioaren bidez, ondoren, antzeko baina ezberdinak diren produktuekiko ezberdintzea sustatuz. Azken finean, kalitatea, faktore nahiko ukiezin gisara eta oso subjektibo gisara ulertu beharra daukagu, produktuan bertan txertatua dagoena, kontsumitzaileen behar eta nahiak asetu ahal izateko ezaugarri eta propietateen multzoek osatutako konbinazioa.³⁸ Finean, kalitatea kontsumitzaileek azkenean espero duten funtzio nagusia dela aldarrikatu beharra daukagu.

Kalitate funtzioaren inguruan nabarmendu beharra dago Jatorrizko Izendapen bakoitzeko Kontseilu Arautzailea izango dela berez, izendapenari bera atxikirik duen produktuaren kalitate maila bermatu eta aztertzearen erantzule, nahiz eta Ardoaren munduan posible den 24/2003, uztailaren 10eko ardantze eta ardoaren legeko 41. artikulua arabera, erakunde ziurtagiri-emailea izatea. Hein honetan, Auzitegi Goreneko (AG) Administrazioarekiko Auzien Aretoak 1983ko urtarrilaren 29an emaniko sententzian (RJ 1983/375), laugarren oinarri juridikoan adierazi egiten da bereziki zuzenean Ardoen munduko Jatorrizko Izendapenaren oinarrietako bat produktuaren kalitatearen bermatzaile gisara jardutea datzala, ezingo delarik kontsumitzailearengan engainurik sortu dezakeen komertzializaziorik burutu: *“El espíritu y finalidad que imprime toda la materia de Denominaciones de origen está presidido por la protección y garantía de la calidad específica de los vinos, impidiendo que salgan al mercado con posible engaño del consumidor, vinos protegidos por la Denominación que no sean tales, e independientemente de las infracciones que en otros aspectos puedan incurrir las empresas”*

³⁷ LOPEZ MORENO, Ignacio eta AGUILAR, “Denominaciones de origen y etiquetas regionales: dos modelos de especialización territorial, Frisia (Países Bajos) y la Sierra de Cádiz (Andalucía)”, *XII. Congreso de Antropología de la FAAEE – Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español*, Leon, 2011ko iraila, 2227-2236

³⁸ MIER LOBATO, Fernando “¿Denominación de origen o indicación geográfica protegida?” *Monte Buciero*, 2. Zenbakia, 1998. Urtea, 85-94. Orrialdeak

Eta kalitatean oinarritutako lehia batean oinarritutako izendapenaren alde egin beharra dago, merkatuan existitu daitezkeen industrializazio prozesu handiei aurre eginez, mahastien kontrol handiagoa, mahats/hektarea kiloko errendimenduak jaistean kalitatezko produkzio maila altuago bat lortuko zen. Finean, marketing kanpaina indartsuekin jardunez, Europar Batasunean zein merkatu osoan zehar sorturiko ardoaren kalitatean enfokaturiko ezaguera maila handituko litzateke, globalizazioaren aurrean konplexuak gainera kendu eta etorkizunera begira lehiakorrak bilakatzeko asmoz, kalitatea eta nortasuna mantenduko zelarik.³⁹

Berez ardoaren berezko kalitatearen gaineko analisi sensorial bat burutzeko unean, ezaugarri organoleptikoak aztertzean datzanak, zentzuen araberrako azterketa bat egitean oinarritzen da. Sentsazio hauek begizko, usainezko, zaporezko eta ukimenezko estimuluen araberrakoa izango dira, lau etapatan berez oinarritzen den dastaketa batera igarotzen garelarik honela, begizko azterketa, usainezkoa, zaporezkoa eta orokorreko inpresioen batzea dakarrelarik ondorioz. Ikusi daitekeenez, ez da erreza horrelako azterketa bat egin eta kalitatearen bermearren gaineko erreputazio bat eskuratzea, halere, orokorrean Arabar Errioxaren inguruko dastaketak egiten diren unean gainerako ardo izendapenek lortzen duten balorazioa baino hobea erdietsi egiten du, ikerlarien artean ikerketa zehatz batean 8,46ko puntuazioa eta TOP2 posizioa lortuz, Kontsumitzaile arrunten artean 7,67 eta TOP3 bat lortu zuelarik.⁴⁰

4.3.3. Erreputazio funtzioa

Jatorrizko Izendapenaren barnean enpresa eta erakunde pribatu ezberdinek ekoiztutako produktuak txertatu egiten dira, edozein marka kolektiboren kasuan gertatzen den bezala, enpresarietako batzuk jatorrizko izendapen beraren aldeko apustu sakona egingo dute, bere sustatze eta garapena bultzatuz. Beste batzuk, ordea, Kontseilu Arautzaileak berak ezarritako gutxieneko zerbitzu eta elementuak betetze soilarekin burutuko dute bere jarduna, aurreneko taldeko kideek burutzen dituzten ekintzetatik probetxua aterako dutelarik.

Ezinbestean, Jatorrizko izendapen beraren pean produktuak ekoizti egiten dituzten enpresa ororen jarduera eta egintzek, baita ere eskainitako produktuaren ezaugarri eta baloreek, izendapenaren irudi globalean eragina izango dute.⁴¹ Arabar Errioxako ardotegei eta upategi txikiei erreparatu, hauek enpresa eta jabego handiek ezarritako prozesuek eraginduak izango dira, zuzenean zein zeharka beraien erabakitze maila murrizta izan arren, eta estrategia

³⁹ ANTÓN, Patxi “Reforma de la OCM del vino: consecuencias para Rioja Alavesa” *Sustrai aldizkaria*, 2006. Urtea, 11. orrialdea

⁴⁰ RUIZ VEGA, Agustín V. Eta AZÓN RAMOS, Jorge “Influencia de las marcas de vinos sobre la calidad percibida por profesionales y consumidores” *El Comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso Anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDE*, 2. Bolumena, 2007. Urtea, 20. orrialdea

⁴¹ VILLAFUERTE MARTÍN, Antonio; GÓMEZ MUÑOZ, Ana Cristina eta DE HARO GIMENEZ, Tomas “El concepto ‘valor de marca’ aplicado a los signos de calidad con indicación geográfica” *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 232. Zenbakia, 2012. Urtea, 131-164. Orrialdeak

komertzial bereizi bat egilesteko aukera izan arren, meneratuak kokatuko dira, erreputazio mailaren gaineko hautespena hobetzeko zailtasunak izango dituztelarik.

Era berean sektorean inolako marka edo erakunde pribatu nagusirik existitzen ez den kasuan, upategi txiki eta kooperatibei bereziki zuzenduriko Jatorrizko Izendapen berriak berak marka bati berezko zaizkio atributuak eta funtzioak eskuratzeko ahalmena eskaini egiten dio, “*aterkin marka*” gisara jokatzeko ahalmena eskainiz, eta ondorioz son eta entzutean zuzeneko eragin bat lortuz.⁴²

Europar Justizia Auzitegiak 2000. Urteko maiatzaren 16an emaniko sententzian, C-388/95, Rec. I-3123, Belgikako Erreinuak Espainiako Erreinuaren aurrean tarteraturiko auzian, adierazi egiten da, Jatorriko izendapenak jabetza industrial eta komertzialaren eskubideen barnean kokatu egiten direla. Aplikagarria den araudiak, halako batean, bere titularrak babestu egiten ditu hirugarrenek abusuzko erabilera bat egiten dutenean aurretiaz izendapenak jasotako erreputazioaz baliatzean. Bere helburua produktua gune geografiko zehatz batzuetatik eratorritakoa dela babestu eta bermatzean datza, izaera bereizi eta ezaugarri berezi batzuk dituelarik.

Era berean jatorrizko izendapenek kontsumitzaileen artean ospe maila altua izan dezakete, eta ondorioz, hauetaz baliatzeko aukera duten ekoizle eta erakundeek bezeria hurbildu eta salmentak areagotzeko amu gisara erabiliak izan daitezke.

Jatorrizko izendapenaren izen onari dagokionez, bezeriaren artean honek duen irudi eta jarreraren araberakoa izango da. irudi honetan, honela, produktuaren ezaugarri bereizgarriek eragina izango dute, eta termino orokorragootan kalitateak eraina izango du, honek, hein honetan produktuaren gaineko entzutea finkatuko duelarik.

Era berean barne jurisprudenziaren alorrean ere antzeko ideiak aurkitzeko aukera daukagu; Auzitegi Goreneko Administrazioarekiko Auzien Aretoak 1990ko irailaren 29an emaniko sententzian (RJ 1990/7302), hamargarren oinarri juridikoan adierazi egiten da kalitatearen erreferentzia kontsumitzaileek produktuaren aurrean duten harrerarekin: “*Porque lo que, en último término, garantiza la denominación de origen no es un volumen determinado de producción, sino que la calidad de lo producido responda de verdad a lo que espera el consumidor. Con otras palabras, trata de ganar y conservar la confianza de un consumidor que no tendrá inconveniente en pagar un precio más elevado -resultante del juego normal del mercado: a menos oferta y mayor demanda, el precio sube- si se le da lo que quiere recibir: un producto que es de una determinada calidad precisamente porque procede de una determinada comarca.*”

⁴² RODRÍGUEZ SANTOS, Carmen; CERVANTES BLANCO, Miguel eta GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, Ana “Segmenting wine consumers according to their involvement of origin” *Journal of Brand Management*, 2006ko apirila-ekaina, 13. Zenbakia, 300-312. orrialdeak

Honen ostean, kontuan hartuta upategi gehienek tamaina txiki bat dutela, eta bere ardoak erabilera propioko markaren bidez ezagutarazteko arazoak existitzen diren heinean sektoreak berak eskainitako ardo marka kopuru eskergari esker, batzuetan posible da Jatorrizko Izendapenak berak kontsumitzaileentzat ezezagunak izan daitezkeen marken atributu eta funtzio espezifikoak eskuratzea, aterki marka gisara jardunez. Honen ondorioz, gaur egunean ardogintza sektorean posiblea da Kontseilu arautzaileek beraiek izaera kolektibodun zeinu bereizgarrien aldeko apustua egitea, izaera indibidualako markari baino garrantzi handiagoa eskainiz, izan ere orokorrean kontsumitzaileak marka zehatz bat bilatzen ez duen kasuetan, jatorrizko izendapena izan ohi dute erreferente gisara, erreputazio eta kalitatearekin lotzen duelarik.⁴³

4.3.4. *Lehiakortasun funtzioa eta esportazioak:*

Gaur egunean lehiakortasunerako elementu garrantzitsuena ez da finantza kapitala, baizik eta pertsonak eta erakundeak, beraien nortasun eta berrikuntzak sustatzeko ahalmenarekin. Hariarekin jarraituz, Espainiar estatuan existitzen den ekonomia inguruneari jarraiki bertako ardo industriak ekoiztiko produktuentzako merkatu berriak bilatzeari ekin dio, era zehatzago batean, industria honek bai estatu mailan zein estatuz gaindiko merkatuetara bideratu ditu bere esfortzuak, bezero berriak bilatu eta marka-irudiaren hobekuntza bat sustatzeko.⁴⁴ Merkatu berrietara jo eta lehiakortasuna areagotze aldera, jatorrizko izendapen propio eta bereizi bat izatea garrantzitsutzat jo beharra daukagu, honen ondorioz produktuak esportatze aldera berme eta ospea sustatzeko aukera izango duelarik enpresak.

Esan beharra daukagu honela, Errioxako Jatorrizko izendapenak kanpo merkatuetara zabaltzeko saiakera egin behar duela, gaur egunean duen ezaguera eta ospe maila handiago bat lortzeko, ekonomiak izan ditzakeen gorabeherak kontuan hartuta eta bereziki espainiar estatu mailan ardoaren kontsumoak bizi duen beherakadari jarraiki, barne merkatua nahiko mugatua suerta daitekeelako. Preseski, alternatibetako bat gorabidean dauden herrialdeetara jotzea izango litzateke bai Txina zein Japoniara, Mediterranean kulturarekiko sortzen ari den jaidura aprobetxatze aldera, eta era berean espainiar estatuko esportazio helmuga nagusienetara, bai Erresuma Batua, Alemania, AEB zein Suitzara, non Errioxar Jatorrizko Izendapendun ardoek %40ko ospe maila duten.⁴⁵

Lehiakortasunari dagokionez, adierazi behar dago enpresaren tamainaren arabera erabaki eta baldintza ezberdinak aurkitu ditzakegula, izan ere, ardotegi eta upategi handiek bere

⁴³ GONZÁLVIZ PÉREZ, José Manuel “Distribución y sector agroalimentario: la identificación mediante una misma marca de productos amparados con diversas indicaciones geográficas.” *Aranzadi aldizkari doktrinala*, 2. Zenbakia, 2015. Urtea, 1-9. Orrialdeak

⁴⁴ J.GIL, Alfonso “The training demand in organizational changes processes in the Spanish Wine Sector”, *European Journal of Training and Development*, Vol 3, 4. Zenbakia, 2015. 315-331. Orrialdeak

⁴⁵ DE PABLO VALENCIANO, Jaime eta ROMAN SANCHEZ, Isabel María “ La importancia de (...)” *op.cit.*

salmentak areagotze aldera kooperazio komertzial bat burutu egiten dute bestelako erakundeekin, erakunde txikiei dagokienez, kontrara, adierazi egiten dute ez dituztela honelako hitzarmen ekintzarik behar, edota ez dituztela inoiz erabilgarriak kontsideratu, bere produkzioa zuzenean edo bitartekariak erabiliz salmentaratu egiten dituztelarik. Funtsean, eta nazioarteko lehia mailaren presentzia dela eta, edozein elkarte, txikia izanda ere bere ahalmenen garapen oso bat sustatu ahal izateko, aliantza estrategikoak, *joint ventureak* edo kontsorzioen sorreran parte hartu behar dute, jatorrizko izendapen berri baten sorrerak horretan lagundu dezakeelarik, honela, nazioarteko merkatuetako eskala eraginkorretan jardun ahal izateko.⁴⁶

Era berean lehiakortasuna eta esportazio mailaren inguruko ekintzak aurrera eramateko unean, adierazi beharra dago esportazio maila zenbat eta zailagoa dela ulertzen eta ikusten duten Errioxar Upategiek, orduan eta esportazioarekiko parte hartze eta inplikazio txikiagoa erakusten dute. Honen aurrean, esportazioarekiko duten sentsibilizazio eta nahiaren arabera zenbait taldetan banatuak izan daitezke erakundeak; interes gabeko esportatzaileak ez direnak, interesdun esportatzaileak ez direnak, esportatzaile berri zein esperientziadunak, bakoitzarentzat prozedura eta informazio programa bereziak sustatu beharko direlarik, esportazioa burutzeko izan ditzaketen arazo eta beldurrei aurre egin eta baliabide tekniko zein bitarteko nahiko eskainiz kanpoko merkatuarekiko pertzepzioak aldatuz.⁴⁷

Arabar Errioxan gizakiak naturak eta ingurunean eskaintzen dituen berezitasunei jarraiki, lurraren gutxitasun teknikoei aurrea egin eta klimaren ezegonkortasunari aurre egin ahal izateko garapen ekintzak sustatuz. Honela, adierazi daiteke era tradizional eta natural batean bere ekoizpen prozesua burutzen duten pertsona eta erakundeek, finean, sistema mekanizatu eta elektronikoak erabiliz burutu beharko zituztenak baino esfortzu handiagoak burutu beharko dituzte, haien hitzetan oso lan eskerga bihurtu egin izan da azken urteetan existitzen den lehiakortasunaren ideiarene ondorioz. Honela, mahatsondo bakoitzetik zainketa lanak burutzeko hamabi aldiz baino gehiago igarotzen direlarik urtean zehar, uzta garesti bat bihurtuz, bai jasotzen dituen zaintzengatik zein erabilitako baliabide tekniko konplexuei jarraiki, inguruko mahasti eta ekoizpen eremuetan lortutako baino gastu zerrenda luzeago bat dute, bikoitza kasu batzuetan, etorkizunean produktuaren beraren kalitatean eragina izango duena.⁴⁸

⁴⁶ J.GIL, Alfonso eta J. CARRILLO, Francisco “Knowledge transfer and the learning process in Spanish wineries” *Knowledge Management Research & Practice*, 14. Zenbakia, 2016. Urtea, 60-68. Orrialdeak

⁴⁷ SUÁREZ ORTEGA, Sonia “Export Barriers: Insights from Small and Medium-Sized Firms” *International Small Business Journal*, 21. Bolumena, 4. Zenbakia, 2003. Urtea, 403-419. Orrialdeak.

⁴⁸ ARABAKO FORU ALDUNDIA “Arabar Errioxako Deskripzioa” Nekazaritza eta Abeltzaintza saila, 2012. Urtea, 1-12. Orrialdeak

4.3.5. Publizitate funtzioa

Jatorrizko izendapenaren irudia indartu beharko da, baita zonalde zein helburu turistikoei dagokionez. Zentzu honetan, publizitate ekintzak areagotu beharko lirateke publizitate liburuxkak eskaintzea Udaletxe zein Aldundiekin elkarlanean, Kontseilu Arautzailea edo Turismo bulegoen bidez; ate irekien jardunaldiak antolatuz upategietan bertan ardoaren kultura ezagutarazi eta instalazio eta ekoizpen prozesuaren gaineko ezaguerak areagotzeko; azoka eta jardunaldi berezietan parte hartuz, ez soilik Jatorrizko Izendapen bakoitzean erreferentia den hirietan, baizik eta bestelako turismo interesdun lekuetan, nahiz eta kontziente izan behar garen inguruko iritzi eta esperientziak eskualde geografiko baten erreputazio orokorrak baino garrantzi handiagoa duela.⁴⁹

Eskualdearen gaineko izendapenak publizitate funtzioa betetzen duten zeinu bereizgarri gisara kontsideratu beharra dago. Publizitatearen funtzioa ez da berez produktu edo zerbitzuaren indibidualizazioaren ondorioz agortzen, baizik eta zeinu bidez bereizgarriak diren zeinu edota kalitatezko irudi zein prezioen antzera, eroslearengan erabakia hartzeko informazio garrantzitsua eskainiz. Era berean, zeinu hauen erabilera produktuaren promozioa eta ezaguera maila bultzatzeko erabiliak izango dira, hauek duten ustezko nabarmentasun maila handia dela eta.⁵⁰

Eta arrazoi handia dauka zeinu bereizgarriak publizitate funtzio bat duela aldarrikatzen dugunean, izendapen geografikoek eragin positibo nabari bat sortzen baitute prezioaren gainean, produktu mota, jatorrizko lurraldea, edota erregistroan duen antzintasuna alde batera utzita. Honela, FAO erakundeak aztertutako bederatzita kasuetan, plus edo balio erantsia beti positiboa da, kasuaren arabera kontsumitzaileak ordaintzeko prest dauden gainbalio horren portzentaia aldatuz doan arren, %20 eta %50a bitartean kokatu egiten da, *Taliouine* azafraia kasua azpimarratu behar delarik, zeinak kooperatiba batean bilduz eta izendapen geografikoaren erabilera uztartua %500eko areagotze bat suposatzen duen delarik.⁵¹

4.3.6. Turismoa, marka balioa

Azken urte hauetan ardoa eta gastronomia eskualde zehatz bat bisitatzeko aldera elementu erabakiorra bilakatu egin da, faktore motibagarri gisara turista eta kontsumitzaileek zapora eta usainaz gaindiko bestelako esperientzia berriekin kontaktuan jartzeko intentzioa dute. Era berean eta eskarian existitu daitezkeen fluktuazioei aurre egiteko, zein ekoizpenean sortu

⁴⁹ GOMEZ, Mar eta MOLINA, Arturo “Estrategias de gestión del valor de marca en los destinos enoturísticos” *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22. Zenbakia, 2013. Urtea, 77. Orrialdea, 69-79. Orrialdeetatik.

⁵⁰ GUILLEM CARRAU, Javier “Denominaciones geográficas de calidad: Estudio de su reconocimiento y protección en la OMC, la UE y el Derecho Español” Tirant Monografías, Valentzia, 2008. Urtea, 402. Orrialdea

⁵¹ FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations “Fortalecer el sistema alimentario sostenible a través de las indicaciones geográficas: un análisis de los impactos económicos” Nazio Batuen Erakundea, Erroma, 2018. Urtea, 1-8 orrialdeak

daitezkeen produktibitate beherakadei aurre egiteko, Xerez eskualdeko upategiek beraien ardo-negozio tradizionalaz gain, 2007. Urtean gida turistikoen sorrera bultzatu zuten, ardogintzarekiko marketing ekintza osagarri gisara kontsideratuz. Benetan, azpimarratu beharra dago 2010. Urtera begira, Xerez ardo ibilbideak jadanik Xerezeko ardo sektoreak eskuratutako fakturazioaren % 16,7a izatera heldu zela.⁵²

Turismoa ildo honetatik, jatorrizko izendapenaren osagarri moduan joka dezakete, eta alderantziz. Are gehiago, ardogintzaren inguruko turismoak eskualdearen garapena bultzatu ahal izateko ezinbestekoa izango da aliantza estrategikoak bultzatzea, etekin eta onura publiko zein pribatuak lortu ahal izateko. Azpiegitura tekniko zein ekonomikoak hobetzeaz gain, ardo ibilbide zein ardoaren inguruko ibilbide ofizialak garatzea interesgarria izan daiteke, jatorrizko izendapenaren inguruko indarra areagotzeko⁵³, honen adibide gisara aurkitu daitezke gaur egunean *wine-run* bezalako ekimenak. Era berean azpimarratu beharko da ardoa beti izan dela arabar Errioxan kulturaren oinarri eta ezaugarri nagusi bat, honen erakusgarritasuna areagotze aldera eskualdeko upategi eta ekoizleak koordinatzeaz gain, hauek promozionatu eta zabaldu beharko direlarik.

Espainiar estatuko Ardo Ibilbideak eskari turistikoaren 2017-2018 ekitaldiko analisi txostenean bertan, gaur egunean Arabar Errioxako ibilbidea gainerako ardo helmuga turistikoen artean nabarmendu egiten da, bai aurretiaz bisitaturiko eremuen esparruan (%31,9) bat lortuz, Dueroko Erribera (%35,6) eta Errioxa Garaiarekin batera (%33,3), zein etorkizunean turista, enologo eta bestelako zaleek bisitatu nahi diren ibilbideen artean laugarren helmuga turistiko gisara kokatu egiten delarik (%26,5).⁵⁴

4.3.7. Bezeroen hautematea eta hurbiltasunaren sentsazioa

Printzipioz betidanik esan ohi da Jatorrizko izendapenak bezeroen hautematean eragin zuzena izango duela, produktuaren kontsumoa areagotu dezakeen erakargarritasun bat sustatu dezakeelarik. Kontsumitzaileengan kontsumo mailaren arabera egindako segmentazioei jarraiki zenbaitetan erakutsi egin izan dute noizbehinkako edaleen kasuan erabilgarritasun eta

⁵² VIEIRSA RODRIGUEZ, Aurea; LÓPEZ GUZMÁN, Tomás eta RODRIGUEZ GARCIA, Juan “Analysis of the tourist profile on the Sherry Wine Route, Spain”, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, VII. Bolumena, 2. Zenbakia, 2014. Urtea, 23. Orrialdea, 9-26. Orrialdeetatik.

⁵³ LÓPEZ-GUZMÁN, Tomás; RODRÍGUEZ GARCÍA, Juan; SÁNCHEZ CAÑIZARES, Sandra eta LUJÁN GARCÍA, María José “The development of wine tourism in Spain” *International Journal of Wine Business Research*, 23. Bolumena, 4. Zenbakia, 2011. Urtea, 377. Orrialdea, 374-386 orrialdeetatik.

⁵⁴ ACEVIN – Asociación Española de Pequeñas y Medianas Ciudades Vitivinícolas “Análisis de la Demanda Turística Rutas del Vino de España 2017-2018” *Rutas de Vino de España*, 2018ko iraila, 1-42. Orrialdeak

utilitate handiagoa eskaintzen dietela Jatorrizko Izendapen bat duen ardoari ohiko edaleekin konparatuta, prezioan izan daitezkeen aldaketen aurrean elastikotasun handiagoa erakutsiz.⁵⁵

Era berean Nafarroan, DO ugari dituen Foru Erkidegoan, egindako ikerketa batek ondorioztatu zuen oso argia dela 35 urte baino gehiagoko pertsonak espainiar estatu osoko Jatorrizko Izendapendun ardoa 35 urte baino gutxiagoko pertsonak baino sarriago edaten dutela, Nafarroaren kasuan ez delarik inolako ezberdintasun nabaririk aurkitzen Foru Erkidegoko bertako DOren eta beste erkidego batzuetako ardoen kontsumoen artean, bezeroen hautematearen inguruan inolako eraginik sortu gabe.⁵⁶

Azken finean nabarmendu beharra dago bermatu eta aitortutako produktuen gain jatorrizko izendapenaren adierazpena txertatzen zaienean, hauek produktu beraren nabaritasuna areagotu egiten du, publikoarentzako berme eta konfiantzazko zeinu gisara jardunez, aurrean duen produktua kalitate oneneko dela sinestaraziz, salmenta eta produktuaren hedaduran zuzeneko efektu biderkatzailea izango du beste izendapenik gabeko produktuaren aurrean aukeratua izateko posibilitate handiagoak izango dituelarik..⁵⁷

Munduan zehar existitzen diren enpresa eta erakunde orok, arlo produktiboak jardun zein ez, ingurune ekonomiko dinamiko, konplexu eta iragarrezin batean aritzen dira, bezero zein hornitzaileekiko harremani dagokienez arazoak sortu ditzaketen faktore ugariaren menpe kokatu egiten direlarik ekoizleak. Enpresaren tamainari dagokionez, azpimarratu beharra dago erakunde ertain eta handietan gertatzen ez den bezala, enpresa txiki eta mikroenpresetan estrategien planifikazioa edota hezkuntza eta langileen formakuntzari dagokionean, arazo handiak izan ohi dituzte, baliabide tekniko nahikorik ezaren ondorioz. Orokorrean, kudeaketa prozesu informaleko batzuk burutzen dituzte, erabakien hartzeko prozesuetan esperientziaren alorrak indar handia hartzen duelarik zein bestelako erakundeek bultzatutako prozesuak begiz aztertzearen ondorioz, bezeroekiko izandako hartu emanek ezinbesteko garrantzia dutelarik⁵⁸

Era berean azpimarratu beharra dago posible dela berezko jatorrizko izendapen baten sorrerarekin merkatuaren saturazio sentrazioa eskaintzea bezeriari, gaur egunean adierazgarria eta produktuari balioa erantsia eskaini egiten dion atributu honek, inolako balorazio gabekoa bilakatzea, zeinuaren banalizazio bat gertatzeko arriskua existitzen delarik.

⁵⁵ MTINET, Nadhem eta ALBISU, Luis Miguel “Spanish wine consumer behaviour: A stated and revealed preferences analysis”, *I Mediterranean Conference of Agro-Food Social Scientist. 103rd EAAE Seminar “Adding value to the Agro-Food Supply Chain in the Future Euromediterranean Space”*, Bartzelona, 2007ko apirilaren 23tik 25era.

⁵⁶ GARCÍA, Teresa; BARRENA, Ramón eta GRANDE, Ildefonso “The wine consumption preferences of young people: a Spanish case study”, *International Journal of Wine Business Research*, Vol 25, 2. Zenbakia, 2013. Urtea, 101. Orrialdea, 94-107. Orrialdeetatik

⁵⁷ TAMAYO MUÑOZ, Guillermo “La denominación de origen y su relación con otros signos distintivos” *Revista la propiedad inmaterial*, 5. Zenbakia, 2002ko abendua, 104. Orrialdea 93-110. Orrialdeetatik.

⁵⁸ J. GIL Alfonso eta MATAVELI, Mara “The relevance of information transfer in learning culture: a multigroup study by firm size in the wine industry” *Management Decision*, Vol 55, 8. Zenbakia, 2017. Urtea, 1702. Orrialdea, 1698-1716 Orrialdeetatik

Hain zuzen ere, hainbesteko erreferentzia geografikoaren existentziaren ondorioz, Oliba Olio zein zenbait zonaldeetako ardoaren kasuan bereziki gertatzen ari den prozesuaren aurrean koka gaitezke, non jatorrizko izendapenak bere hasierako erreferentzia balioa galdu egin duen.⁵⁹

Ildo beretik, jatorrizko izendapen berri baten sorreraren kasuan bezeroen hautemateari dagokionez kontrako efektu bat existitu daitekeela aldarrikatu beharra dago, berriena den izendapenaren baztertzea gerta daitekeelarik, gutxi garatu edota ospe eta son txikiagokoak diren heinean edo lurralde zehatz batekoak izate hutsagatik, kontsolidatuak dauden markekiko sortu daitekeen leialtasunaren areagotzearekin batera, izendapen berriaren pean kokatzen diren produktuen kalitatea eskasagoa dela pentsatzeko ideia zabaldu daitekeelarik.

Ez hori bakarrik, berezko jatorrizko izendapen bat izatearen beste arrisku bat kontsumitzaile etnozentrismen presentzian datza, bai nazioarteko produktuekiko zein herrialde bereko lurralde esparru zehatz batzuen gaineko boikota edo kontsumoa murrizteko joera lortu daitekeelarik, ideia politiko zein ideologikoei jarraiki, berezko herrialdeko edo lurralde esparruko ekonomia kaltetu dezakeela ulertu baitezakete, lanpostuen murriztearekin batera, nazio edo lurralde nortasuna kaltetzerainoko eragina izan dezaketela ulertuz.⁶⁰

Halere, nahiz eta berez jatorrizko lurraldeak erosketa prozesuaren barnean eragina sortzen duen bai Jatorrizko izendapenarekiko inplikazio maila edozein dela ere, prezioaren inpaktuak izendapenak izatearekin lotura zuzena duela adierazi beharra daukagu. Honela, kontsumitzaile motaren arabera banatze bat egin beharra dago, hauek izendapenaren inguruan duten inplikazioaren arabera, produktuaren ezaugarri ezberdinak beharrezkotzat jotzen dituzte. Inplikazio gutxi dutenen artean, prezioak ezinbesteko garrantzia hartzen zuen, inplikazio ertain bat orokorrean harreman sozialetara bideraturiko kontsumoa burutzen duten pertsonen artean, izendapenaren ospea erdibidean kontsideratu egiten dute kontsumoa burutze aldera, guztizko inplikazioa eta egoa asebetetzeko helburuarekin kontsumitzen dutenen artean ezinbesteko garrantzia eskaini egiten zioten jatorrizko izendapenari, prezioak elastikotasun maila altuagoa zuelarik, eta denda espezializatuetan erosketak burutzeko makurragoa izanik.⁶¹

Azken finean ardoa aukeratzeko unean iraganeko esperientziek, bai janariarekin egoki doalako, edo aurretiaz edandakoa delako, Jatorrizko Izendapenaren presentzia baino garrantzi handiagoa duten elementuak direla, bai ardo mota zein bestelako ezaugarriak bigarren mailara

⁵⁹ VILLAFUERTE MARTÍN, Antonio; GÓMEZ MUÑOZ, Ana Cristina eta DE HARO GIMÉNEZ, Tomas “El concepto ‘valor de marca’ (...)” *op. cit.*

⁶⁰ BERNABEU, Rodolfo; DIAZ, Mónica eta OLIVEIRA, Fátima “Consumer preferences for red wine in the spanish market” *Ciência e Técnica Vitivinícola Journal*, 31. Zenbakia II, 2016. Urtea, 88-97. Orrialdea

⁶¹ RODRIGUEZ SANTOS, Carmen; CERVANTES BLANCO, Miguel eta GONZALEZ FERNANDEZ, Ana “Segmenting wine consumers (...)” *op.cit*

igaroz, ardoaren irudi propioarekin konparatuta, bai jatorria edo sari eta bestelako aintzatespenaren harira. Hala eta guztiz ere paper garrantzitsu bat burutzen dute kontsumitzaileak erosketak egin eta ardo zehatz bat aukeratzera bultzatzeko uneak, marketing estrategiaren alor garrantzitsu gisara kontsideratu behar delarik.⁶²

Era berean 1999ko maiatzaren 4ko Europar Justizia Auzitegiak emaniko sententziak C-108/97 eta C-109/97 gaien ingurukoak, Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC) eta Boots- und Segelzubehör Walter Huber (asunto C-108/97), Franz Attenberger (asunto C-109/97), artekoan, 26. puntuan adierazi egiten du jatorria adierazten duten izendapenei begira, kalitatea eta produktuaren ezaugarri eta berezitasunak erakustez gain, kontsumitzaileen lehentasunetan eragin zuzena duten elementu gisara ulertu beharra dagoela, sentimendu eta jarrera positiboak bultzatu ditzakeelarik; *“Por lo que respecta, en particular, a los signos o indicaciones que pueden servir para designar la procedencia geográfica de las categorías de productos para las que se solicita el registro de la marca, especialmente los nombres geográficos, existe un interés general en preservar su disponibilidad, debido, particularmente, a su capacidad no sólo para revelar, llegado el caso, la calidad y demás propiedades de las categorías de productos consideradas, sino también para influir de diversos modos en las preferencias de los consumidores, por ejemplo vinculando los productos a un lugar que puede inspirar sentimientos positivos.”*

5. Zer da Jatorrizko izendapen bat? Posible al da Arabako Errioxa ardoaren kasuan Jatorrizko Izendapen berri baten sorrera?



8.Irudia: Jatorrizko Izendapen Babestuaren etiketatzea
Iturria: MAPAMA

Jatorrizko Izendapenak, bestelako izendapen geografikoekin batera, nekazal produktuen zein edari eta bestelako elikagai eta jakien babeserako sistema juridikoa eratzen dute, ezaugarri eta baldintza zehatz batzuk betetzen dituztenak, betiere sortu, ekoitzi eta landutako esparru geografikotik bertatik eratorriak direnak. Esparru honetan, baliabide eta inguru geografiko zehatz batzuei jarraiki lorturiko produktu hauek duten kalitate gorentasuna adierazteko baliagarriak diren zeinua dela adierazi beharra daukagu, lurralde edo eremu zehatz batekiko duen lotura eta harreman absolutuaren ondorioa dena.

Espainiar Estatuko Konstituzioak (EK), bere 148.1.7. artikuluan Jatorrizko Izendapenei dagokienez Autonomia Erkidegoek jorratu ditzaketan eskuduntzapeko gai bezala kokatu egiten du, autonomia estatutuen bitartez jaso beharreko eskubideak direnak. EA Eren kasuan,

⁶² DE MAGISTRIS, Tiziana; GRACIA, Azucena eta ALBISU, Luis-Miguel “Wine consumers’ preferences in Spain: an analysis using the best-worst scaling approach” *Spanish Journal of Agricultural Research*, 12. Zenbakia, 2014. Urtea, 529-541. Orrialdeak

3/1978 Lege Organiko (LO) bidez arauturiko abenduaren 18ko Autonomia Estatutuko 10.27. artikuluan bertan eskuduntza eskusiboko gisara aitortu egiten da.

Hala eta guztiz ere, Jatorrizko Izendapenak Autonomia Erkidego bat baino gehiago ukitzen dituen heinean, 6/2015 maiatzaren 12ko legea Autonomiaz gaindiko Jatorrizko Izendapen eta Babesturiko Izendapen Geografikoen Legea arabera arautua izango da, eta ondorioz Estatu Zentralaren eskuduntza izango da. Xedapen honen interpretazioari dagokionez, Konstituzio Auzitegiko Aretoak ebatzi zuen 112/1995, uztailaren 6ko sententzian, Kataluniako Generalitateak izapidetutako eskuduntza positiboko 1170/1988 gatazkari dagokionez, adieraziz autonomia estatutuen bidez eskuratu gabekoa izanez gero gaia, estatuak arautuko duela. Kontrara, autonomia erkidego bati soilik egotzitako gaia den unean, autonomiak ezarritako araudia aplikagarria izango dela adierazi egiten du, beraz Arabar Errioxaren kasuan sortu zitekeen izendapenari, beraz, 5/2004 maiatzaren 7ko ardogintzaren ordenaziorako legea aplikagarria izango litzateke bestelako xedapen estatal eta Europar Batasunakoak tartean.

Ardogintzari dagokionez Europar Batasunean aplikagarriak diren araudien artean, 1308/2013 Europar Batasuneko Parlamentuko eta Kontseiluko, 2013ko abenduaren 17ko Erregelamendua dugu aplikagarri, zeinak Nekazal produktuen amankomuneko merkatuen erakundea sortzen den, 922/72 (CEE), 234/79 (CEE), 1037/2001 (CE) eta 1243/2007 (CE) Erregelamenduen derogatu egiten dituen aurkitzen dugu.

Erregelamendu honek honela, bere 93. artikuluan, jatorrizko izendapen gisara zer ulertu behar den definitu egiten du, adieraziz, jatorrizko izendapena dela eskualde baten izena, edo eremu zehatz batena, aparteko kasuetan herrialde batena ere izan daitekeena, zenbait baldintza berezi betetzen dituen ardoak identifikatzeko erabili egiten direnean. Honela baldintzen artean ardoaren kalitate eta ezaugarriak oinarrian eta osoki bere eremu geografikoaren ondorio zuzena direla aldarrikatu behar da, horrek barneratzen dituen faktore natural zein gizatiarrak kontuan hartuta. Hein berean, erabilitako mahastiak eskusiboki eremu geografiko horretatik eratorriak izan beharko dira, produkzioa ere bertan burutu beharko delarik, mahasti motak “*Vitis vinifera*”-tik zuzenean eratorriak egingo direlarik.

Eta era berean erregelamendu honen ildotik, Kontseiluko 2019/33 2018ko Urriaren 17ko eskuordetutako Erregelamendua aurkitzen dugu, zeinaren bidez, 1308/2013 Erregelamendua osatzen duen babes eskari, aurkakotza prozedura, baldintza txostenaren erabilera murrizketak, babesaren ezeztatzea, etiketatzea eta aurkezpenaren ildotik, zeinetan garrantzia eskuratu egiten duen bertako 55. artikulua jatorrizko izendapenaren barnean existitu daitezkeen azpi zonalde eta eremu txikiagoen etiketatzearen aldeko aukera hartzea eskaini egiten dien estatu kideei.

Eta geografikoki jatorriaren arabeko zeinu bereizgarri bat bere esku daukan ardogintzako produktua baldintza txostenaren arabera mugaturiko eremu geografiko batean ekoitzi eta

produzitu beharraren inguruan, merkantzien eta zerbitzuen prestazioen zirkulazio askearen kontrako haututzat kontsideratu daitekeen arren, Europar Batasuneko Justizia Auzitegiak 2000. Urteko maiatzaren 16an C-388/95 auzian, Belgikako Erreinua Espainiar Estatuko Erreinuaren kontrako auzian, argi eta garbi geratu zen 49 eta 59 puntuetan, mugape hauek jabetza industrialaren eta merkaturatzearen ideia babespian ezarriak direla. Honela, jatorrizko izendapenen zeinu bereizgarriena den jatorriaren gaineko izaera bermatzailea betetzeko elementu beharrezko eta proportzionala izango litzateke, helburu bera lortzeko bestelako aukerarik existitzen ez den heinean, guztiz baliozkotzat kontsideratu behar dugularik.

Eta ugariak dira jatorrizko izendapenen erabilerari dagokionez existitzen den jurisprudentzia, izan ere hauen baldintza txostenetan ezarritakoari jarraituz jokatz gero baliozkoa izango baita terminologiaren erabilera egoki bat burutzea, honela, Europar Batasuneko Justizia Auzitegiak 2003ko maiatzaren 20ko sententzian, C108/01 auzian, Prosciutto di Parmaren gainekoan, adierazi zuen, jatorrizko izendapenak merkataritza eta jabetza industrialaren barnean kokatzen diren eskubideak diren heinean, araudi aplikagarriak hauen titularrak hirugarrenek burutu ditzaketen erabilera oker eta engainukoetatik babesteko baliagarriak direla. Honela, kontsumitzaileen artean izan dezaketen erreputazio eta son ona kontuan hartuz, honen mantentzea ahalbidetu ahal izateko baldintza eta ezaugarri zehatz batzuen jarraikortasunean izango dute oinarria, kontsumitzaileek duten pertzepzioa produktuaren autentifikazioarekin lotura zuzena duten heinean.

Aipagarria da, 6/2015 maiatzaren 12ko legea Autonomiaz gaindiko Jatorrizko Izendapen eta Babesturiko Izendapen Geografikoen Legea, zeinak bere xedapen indargabetzailearen bidez bertan behera utzi egiten du 24/2003 uztailearen 10eko Mahasti eta Ardoaren legeko 23. artikuluan ezarritakoa, zeinak jatorrizko izendapendun ardoei dagokionez, aukera existitzen den esparru geografiko berean inskribatutako upategiek, betiere bide publiko batez banatuak daudela, izendapen ezberdinetako ardoa ekoizteko.

Honela, une horretara arte legeak zehaztu egiten zuen posible zela esparru geografiko berean, bide publiko batez bereizitako azpiegituraz baliatuz, bi jatorrizko izendapen baino gehiagotan parte hartzea. Xedapen honek aukera eskaini egingo lioke zuzenean Arabar Errioxako upategiei, betiere azpiegitura bereziak mantenduz, Arabako Mahastiak Zein DOCa Rioja izendapenean jardutea, bata barne merkatura bideratuz, non ezaguna izango zen, eta bestea esportazioetara mugatu zezaketelarik. Xedapen honen bidez, nahiz eta indargabetua egon, gaur egunean kontrako adierazpenik ez izan, Villafranca de Duero udalerrian, François Lurtonek sustatutako upategian Toro eta Rueda izendapenetako ardoak burutzeko aukera existitu egiten dela aldarrikatu beharra dago. Hala eta guztiz ere kontuan hartuta Arabar Errioxako upategi gehien tamaina eta lur aukerak, ez dirudi oso posible izan daitekeela sistema honen inplantazioak.

Arazoak egon zitezkeen printzipioz Errioxako Jatorrizko Izendapenaren eta bertako Kontseilu Arautzaileko 28. artikulua, orain dela gutxira arte, (azkeneko eraldaketarekin ezabatu da artikulua APM/544/2017 ekainaren 5eko Aginduan) operadore berak marka komertzial bera jatorrizko izendapen ezberdinetan edo ardogintzara bideratutako lurralde ezberdinetan erabiltzea ez zuen zilegizat hartzen aurretiazko baimenaren existentziarik gabe, eta zehapenak ezarri ohi zituen, adieraziz, kontsumitzaileari ardoaren jatorriaren inguruko errakuntzak bultzatzea ziezazkiekela.

Ildo honetan, Auzitegi Goreneko Administrazioarekiko Auzien Jurisdikzioko 3. Aretoak, 2012ko martxoaren 5eko emaniko 1216/2012 sententzian adierazi egiten da aurretik 2009an emaniko sententzia baten kontran, onartu egiten du marka komertzial bera jatorrizko izendapen ezberdinetan erabiltzea, betiere nahaste eta errakuntza aukerak ezabatzen direnean; *“La sentencia de 6 de mayo del 2009 debe considerarse, pues, matizada por la presente, de modo que se admita la posibilidad de que una marca comercial designe vinos de diferentes regiones o zonas vinícolas protegidas (sin que pueda exigirse en ningún caso la exigencia de marcas adicionales), siempre que la designación y la presentación de los vinos permita, de manera clara y sencilla, identificar la denominación de origen que le corresponde de forma que no induzca a error o confusión”*

Jatorrizko izendapen propioa sortzearen inguruan, 1308/2013 Erregelamenduko 101. artikulura joko dugu, bertan ezarri egiten baitira zeinu bereizgarri hauek erregistratzea galarazten duten ezaugarri eta baldintzak. Honela, esparru honetan produktu generikoek babesak jaso ezin dezaketela adierazi egiten du, gure kasuan gertatuko ez zena, eta bigarrenik, azpimarratu egiten da ezingo dela izendapen bat erregistratu izendapen geografiko modura edo jatorrizko izendapen modura, erregistratutako marka baten erreputazio eta notoriotasuna dela eta, bere babesak produktuaren benetako izaerarekiko errakuntza bat sustatu dezakeenean.

Hori bai, markaren ezarpenari dagokionez, Arabako Mahastiak – Viñedos de Alava izateko oztopo juridikoak existitu egiten dira, izan ere BOPIak (Jabetza Intelektualaren Aldizkari Ofizialak) “Arabako Mahastiak – Viñedos de Álava” markaren inskripzio saiakera ABRA erakundearen bitartez OEPM bulegoak baztertua izan zen 2016ko urrian. M-3612893 Espediente barneko eskaerak, 33 Taldeko marka jasotzera bideratua zegoen, Alkoholdun edariak, garagardoa ezik, bertan kokatzen baitira, baina bi arrazoiengatik baztertua izan zen.

Lehendabizi, 17/2001 Marken Legeko 5.1.c artikuluan ezarritako debekuaren ondorioz, eskusiboki jatorri geografikoaren izaera deskribatu egiten duelako, eta bestetik, aipaturiko 1308/2013 Erregelamendu barneko 102.1 eta 103.2. artikuluetan ezarritakoaren kontra doalako, “Araba” eta “Álava” hitzak, jadanik “Txakoli de Álava – Arabako Txakolina” jatorrizko izendapenean jadanik aurkitzen delako. Eta era berean, 6/2015 Legeko 13.5. artikuluan ezarritakoari jarraiki debekatuak baitaude Jatorrizko Izendapen baten

erreprodukzioa edo antzekotasunak dituen marka baten inskripzioa burutzea. Era berean, 17/2001 Marken Legeko 5.1.g. artikulua ezarritakoari jarraiki kontsumitzailea errakuntzara bideratzeko elementua izan daiteke, era berean Jatorrizko Izendapen Babestu baten kontzeptua barneratzen duelako. Azpimarratu beharra dago halere, eskaera marka gisara baztertua izan den arren, honek, etorkizunean eskaera burutzeko unean (gaur egunean eta Kontseilu Arautzaileak harturiko erabakien ondorioz etenda baitago) arazo gehigarriak sortu ditzake eta.

6. Berezko Jatorrizko Izendapena ez den bestelako zeinu bereizgarrien azterketa. Posibleak dira Arabar Errioxako ardoaren kasuan?

6.1. Babestutako izendapen geografikoa (IGP)



9.Irudia: IGParen etiketatzea
Iturria: MAPAMA

Izendapen geografiko eta marken arteko harremana nahiko konplexua da, izan ere biak zeinu bereizgarri bezala jarduten duten arren, bere funtzio eta esanahiei dagokienez ezberdintasunak azalerarazi egiten dituzte. Funtsean, Izendapen geografikoek produktu bat eskualde edo esparru zehatz batekoa izan eta bertakoa izateagatik ospe, kalitate edo ezaugarri bereizi batzuk dituela adierazten duen heinean, markek, enpresak batek eskaini egiten dituen zerbitzu arruntak beste enpresa batzuek eskaini egiten dituztenetatik ezberdintzeko baliagarriak izango dira. Jatorrizko izendapenek, indikazio geografikoetan gertatzen den bezala, produktuaren jatorria eta honek dituen ezaugarrien arteko harreman bat adierazi egiten dute, oso harreman estua dena, izan ere ezaugarri horiek eksklusiboki edo esentzialki jatorri geografiko batera lotuak egon behar baitira, zeinak orokorrean birtualki lehengai guztiak edota produktuaren ekoizpen eta elaborazioa zehazturiko gune batean burutzea eskakizun gisara kontsideratzen duen erregelamendu eta araudi zehatz baten presentzia dakarren.⁶³

Jatorrizko izendapen babestua (*Denominación de Origen Protegida*) eta Izendapen Geografiko Babestuaren (*Indicación Geográfica Protegida*) artean, ezaugarri komun batzuk existitu egiten dira, honela, biek eremu geografiko baten izendapena adierazi egiten dute (lurralde, eskualde edo toki zehatza) bertatik eratorritako nekazal produktu edo elikagaiari zuzenean aplikagarria zaiona. Eta gainera, harreman lotura bat existitu egiten da produktuak dituen ezaugarri bereizgarri eta produktua sorturiko, ekoiztako edo eraldatutako eremu geografikoaren artean.

⁶³ BLANCO SANTIAGO, Yanis “Sobre los criterios para determinar la evocación entre las indicaciones geográficas y las marcas” *La Ley Unión Europea*, 37. Zenbakia, 2016ko maiatzaren 31, 1-10. Orrialdeak

Era berean, kontrara, desberdintasun anitz ere existitu egiten dira bi zeinu bereizgarrien artean, eta honela geratzen da frogatua besteak beste 1308/2013 Europar Batasuneko Erregelamenduko 93. artikuluan eratorritako informaziotik, izan ere Jatorrizko Izendapen Babestuak produkzioa, transformazioa eta produktuaren elaborazioa eremu geografiko berean egitea galdegiten du, Izendapen Geografiko Babestuaren kasuan ordea, ez ekoizpen fase guztiak eremu geografiko berean egitearen exijentzia desagertu egiten da. Hein berean, Jatorrizko Izendapenaren kasuan, produktua eta eremu geografikoarekiko lotura harreman estuago bat erakustarazi egiten dute produktuek bere fase guztietan mantendu egiten dutelarik.

Hala eta guztiz ere ezberdintasun honek ez du bi zeinu bereizgarrien babes eremuan inolako eraginik, bientzako bera baita. Esparru honetan, Europar Batasuneko Parlamentu eta Kontseiluaren Marken 2017/1001 RMUE Erregelamenduko betebeharrak, hauen artean 7.1.j artikulua aurreikusitakoa, erregistroa zein den kontuan hartu gabe aplikagarriak direla adierazi beharra dago.

Bigarren eranskinean, Espainiar estatuan zeinu bereizgarriei dagokienez ardogintzan existitzen diren Jatorrizko Izendapenak eta Izendapen Geografiko Babestuen taula ikusi dezakegu, lurralde bakoitzean existitu daitekeen produktuaren ezberdintasun maila handiak kontuan hartuta, ardoak berak lurrarekiko duen txertatze eta harreman bereziaren ondorio zuzena izango litzateke taulako zenbateko handien arrazoia, era berean hainbesteko izendapenen presentziak merkatuaren atomizazio negatibo bat suerta dezakeela azpimarratu daiteke.

Bertatik ondorioztatu dezakegunez, posible da Erkidego bakoitzean produktu bereziak identifikatzeko elementu ezberdinak existitzea. Argi dago bada, taulan barneratuta dauden zenbait zeinu bereizgarriren gaineko aipua egitea interesgarria iruditzen zaigula. Nafarroan kasuan, alegia, Errioxako Jatorrizko Izendapen Kalifikatua Errioxa Beherearen zonaldean kokatu egiten da. Era berean Izendapen Geografiko Babestuaren alorraren barnean “3 Riberas” zeinuaren garapena bultzatu egin du, ezaugarri analitiko berezi batzuk bete behar dituzten ardoek eremu geografiko baten barnean kokatu beharko dira, produkzio eremua Nafarroako Erkidegoaren barnean kokatzen diren udalerrri guztietara hedatu egiten delarik, Errioxa Behera azpizonaldean kokatuta dauden lurraldeetara izan ezik, “*vino de la tierra*” edo “*lurreko ardoa*” deritzon izendapena erabili dezaketelarik.

Eta bestelako Jatorrizko Izendapenen presentzia ere aurkitu daiteke Nafarroan; Nafarroako Jatorrizko Izendapena (D.O. Navarra) Erribera Beherea, Erribera Garaia, Izarbeibar, Behe mendialdea eta Lizarrako Lurrak barneratuz, Aberin Lizarrako Lurren barneko udalerriri aplikagarri zaion *Pago de Arinzano Jatorrizko Izendapena* Vino de Pago gisara aditzera emandakoa, *Pago de Otazu* Jatorrizko Izendapeneko Iruñea eta bere merindadeko lurraldeetara hedatzen dena zein *Prado de Irache* Jatorrizko Izendapena Aiegiko udalerrira

bideratua dagoena. Era berean Cava Jatorrizko Izendapenaren zein Ribera de Queiles erkidegoz gaidiko Izendapen Geografiko babestuaren figurek bere indarra hartu egiten dute Nafarroareko Foru Erkidego barnean existitu egiten diren ezberdintasunak desberdindu ahal izateko elementu diferentziagarri bezala.

Begietaratu beharra dago “Vino de Pagos” deritzon izendapena, Jatorrizko Izendapenen barnean kokatzen den azpi izendapen gisara kontsideratu beharra daukagula, ezaugarri bereziak dituzten mahastietatik eratorritako kalitate handiko ardoa aitortu eta babesten duen elementua baita. Hots, Nafarroaren kasuan, ardo bereizmen honek 16/2005 abenduaren 5eko Foru legean, eta abuztuaren 6ko 56/2006 Foru Dekretuaren bidez garatu eta zehaztu egin izan dira.

6.2. *Bermatutako Espezialitate Tradizionalak (ETG)*

Bermatutako Espezialitate Tradizionalei dagokienez (Especialidad Tradicional Garantizada), zeinu bereizgarrien artean kokatzen badira ere ez dute Jatorrizko Izendapen zein Izendapen Geografikoak duten erro bera. Kontzeptu honen bitartez ez da eremu geografiko batekiko erreferentziarik egiten, baizik eta helburu eta objektu gisara konposaketa tradizional bat edo ekoizpen prozesu tradizional baten jarraipena egin izana erakustarazten dute. Ildo honetatik, ohiko eta tipiko gisara identifikatzen ditugun produktuak, baina berez inolako esparru geografiko bati lotuak ez daudenak, Zuzenbide erkidean ziurtagiri berezi edota zehaztasun zertifikazioen bitartez jaso egin izan dira Bermatutako Espezialitate Tradizional kontzeptuaren barnean.⁶⁴

Honela, Europar Batasuneko 1151/2012 Erregelamenduak nekazal eta elikagai produktuen kalitatearen gaineko erregimenaren inguruak ezarri egiten du Bermaturiko Espezialitate Tradizional gisara erregistratu daitezkeela produktu espezifikoa eta zehatz bat deskribatzen duten izenak, betiere elikagai edo produktu horri aplikagarri zaion praktika tradizionalaren metodoa produkzio, eraldaketa edo konposaketa oinarritzen dutenean, eta tradizionalki erabili izan diren osagaien bidez ekoitzia izan den heinean. Espainiar estatuaren kasuan ETGen kudeaketa nekazaritza, arrantza eta elikagaien ministerioari dagokio eskuduntza zuzena.



10.Irudia: ETG etiketatzea
Iturria: MAPAMA

Honela, ez dira ugariak zeinu bereizgarri honen aplikazioaren aldeko apustua egin izan duten produktuak, Urdaiazpiko ondua, ziurtaturiko baserri esnea, Panellets eta Castilleja de la Cuestako Olio Opilak soilik agertzen dira, kasu bakoitzean ezaugarri eta metodo zehatz batzuen erabileraren ondorio zuzena izango direlarik produktu hauek.

⁶⁴ GUILLEM CARRAU, Javier “*Denominaciones geográficas de calidad(...)*” *op.cit.* 461. orrialdea

Berez, Bermaturiko Espezialitate Tradizional baten aitortza burutzen den unetik, zeinu bereizgarriaren erabilera eksklusiboa dakar, bai objektiboki zein subjektiboki. Ikuspuntu subjektibo batetik, baldintza txostenean ezarritako ezaugarri eta betebeharreri jarraiki produktua ekoizten duen edozein operadorek erabili ahal izango ditu zeinuak, eta ikuspuntu objektibotik, erabileraren eksklusibotasuna bermaturiko espezialitate tradizionalaren izenari zein identifikatzen duen produktu tradizionalari egiten dio erreferentzia.⁶⁵

Argi eta garbi ondorioztatu dezakegu, izendapen honek merkatuan duen ezagupen maila urria izanda, eta bere barnean sartzen diren produktu motak zeintzuk diren kontuan hartuta Arabar Errioxako bereizgarriak adierazi ahal izateko egokitasun urriko elementua dela.

6.3. Berme edo Ziurtapen markak (Marcas de Garantía o Certificación)

Ziurtapen marka 2017/1001 Europar Batasuneko Parlamentu eta Kontseiluko, 2017ko ekainaren 14ko Erregelamenduan, RMUE, ezarritako marka mota berri batea datza, Europar Batasuneko markaren ingurukoa dena. Honek, produktu eta zerbitzuek barnebiltzen duten ezaugarri zehatz batzuk ziurtatzeko zeinuek osatu egiten dute, 2017ko urriaren 1etik aurrera izapidetu daitekeena.

Ildo honetatik, eta nahiz eta Europar Batasuneko zuzenbideari dagokionez, ziurtapen markak figura juridiko berritzaile gisara kontsideratu ditzakegun, azpimarratu beharra dago jadanik estatu kide askotako barne zuzenbidean arauturiko esparru bat dela. Gaur egunean estatu barneko ziurtapen edo berme marken erregistroa izapidetzeko aukera 2015/2436 Europar Batasuneko Parlamentu eta Kontseiluko 2015eko abenduaren 16ko Erregelamenduan, Marka alorrean Estatu Kideen araudiaren hurbilketaren ingurukoan jadanik aurreikusi egiten baizen, ez ordea obligazio baten moduan, baizik eta borondatezkotasunean oinarritutakoan. Honela ba, Espainian 17/2001, abenduaren 7ko Marken Legeak, berme markak arautzen ditu, EBko ziurtapen markarekin antzekotasun ugari dituenak.

Azken finean, espainiar berme markaren antzera, EBko ziurtapen marka ezaugarri eta baldintza zehatz eta konkretu batzuk betetzen dituen produktu eta zerbitzuen gaineko zeinu bereizgarri bat da, erabilera erregelamenduan txertatua izan behar dena, legeko 68. artikuluan ezarritakoari jarraiki. Honela, marka indibidualetan gertatzen ez den bezala, ziurtapen marka ez da enpresa jatorriaren adierazlea, baizik eta kalitatearen erakuslea.

Erregelamenduan bertan ziurtapen markaren definizio zehatz bat eskaini egiten da, honela diona bertako 83.1 artikuluan, “markaren titularrak ziurtaturiko produktu eta zerbitzuak bereizteko baliagarria den zeinua; material, fabrikazio modua edo zerbitzuen prestazioa, kalitatea, zehaztasuna edo bestelako ezaugarriekiko, jatorri geografikoa salbu, horrelako ziurtapenik ez duten produktu eta zerbitzuetan”. Marka arrunt eta ziurtapen marken artean,

⁶⁵ MILLÁN SALAS, Francisco “Los Regímenes de Calidad de los productos agrícolas y alimenticios tras el Reglamento (UE) 1151/2012” *Actualidad Civil*, 10. Zenbakia, 2014ko Urria, 1-24. Orrialdeak

zeinu bereizgarriak burutzen dituen funtzioekiko ezberdintasunak aurkitu ditzakegu, honela, ziurtapen markaren titularrak, pertsona fisiko, juridikoa, erakunde edo zuzenbide publikoko autoritate edo erakunde bat izan daitekeenak, ezingo du ziurtaturiko produktuaren hornitze edo zerbitzuaren prestazioaren bat barnebiltzen duen enpresa jarduerarik aurrera eraman.

Hau da, neutraltasun batean oinarritu beharko da ziurtapen markaren jabea dena, ezingo duelarik berez harremanik izan produktuen ekoizle edo zerbitzuen fabrikatzaileei dagokionez. Arabar Errioxako ardoari dagokionez beraz, sektore barneko produktoreak ezik, ekoizpen eta komertzializazio sistematik at kokatutako erakunde publiko zein pribatuek, *ad hoc* sortutakoek burutu dezakete beraz jabetasun funtzio hori, oztopo hau gainditu egiten delarik.

Hala eta guztiz ere ez da titulartasuna eta erabileraren gaineko lotura eza aurkitzen den oztopo bakarra, izan ere ziurtapen marka ezin daiteke produktu eta zerbitzuen jatorri geografikoa bermatzeko, bai zeinua zein erabilera erregelamenduak debeku honen barnean kokatzen diren heinean, zeinu bereizgarri honek eskaini zitzakeen abantaila guztiak ezabatu egiten dira zuzenean, Araba edota Arabar Errioxa terminoen txertaketa alboratua geratzen delako. Zentzu honetan, azpimarratu beharra dago europar mailan, marka kolektiboak dira (eta ez ziurtapen markak) merkataritza alorrean produktu edo zerbitzuen jatorri geografikoa ezartzeko erabilgarriak diren elementuak.

Ziurtapen marka honen inskripzioa, erabilera erregelamendu batekin atxikiturik egin beharko da, zeinetan markaren erabilera burutu dezaketen subjektu baimenduak, markaren ezaugarriak eta horien gaineko kontrol sistemak, zein erabilera prozedurak azaldu beharko diren, zehapenak barne, eta honen eskaeraren izapidetzea baztertu egingo da besteak beste bezeria eta kontsumitzaileengan markaren izaerarenganako akatsak bultzatu ditzaketenean, bere funtzio propioetatik urrunduz.

Azpimarratu beharra dago tradizionalki ondasunen jatorria, orokorrean, ziurtapen marken bidez bermatu behar zela, produktuaren ezaugarri garrantzitsuenetako bat gisara jarduten duen heinean. Halere, Zuzentarau honek 2015/2436 Zuzentarauak onartu egiten dituen arren ziurtapen markek nazio mailan ondasunen jatorriaren gaineko informazioa eskaintzea, 2017/1001 REMUE Erregelamenduaren bitartez zuzenean baztertu egiten da jatorri geografikoaren aipua, ziurtapen marka eta jatorrizko izendapena edo bermatutako espezializate tradizionalen arteko bereizketa nabaria ahalbidetzen duelarik honela.⁶⁶

⁶⁶ KOBEL, Pierre “*Antitrust in Pharmaceutical Markets & Geographical Rules of Origin*” Springer, 2017. Urtea, Suitza, 346-347. orrialdeak

Gaur egunean, ziurtapen markaren esparruan aurkitu dezakegun adibide argiena Woolmark Certification Mark zeinu bereizgarria izango litzateke, zeinak aurrean dugun produktua %100ean artilez egindakoa dela bermatzeko elementu gisara funtzionatzen duen.



WOOLMARK

Halere, artilearekin gertatzen ez den bezala, ez dauka zentzu handirik ziurtapen marka den zeinu bereizgarriaren aldeko inolako esfortzurik egitea Arabar Errioxako ardotegi eta ekoizleen aldetik, gehienez lortu dezaketen emaitza mahats barietate batez egindako produktua dela izango baitzen (gutxieneko aukera mahatsaz termino generiko gisara ekoiztako produktua dela bermatzea izango litzateke), merkatuak hainbesteko tipifikotasunaren beharrik ez duelarik, eta existitzen diren barietate ezberdinak kontuan hartuta merkatuan, bai barneko zein nazioartekoan bere txokoa aurkitzeko elementu bereizgarria galdu egiten duelarik.

11.Irudia: Woolmark ziurtapen marka **Iturria:** Woolmark Company

6.4. Marka kolektiboa

Europar Batasuneko Marka Kolektiboek zerbitzu eta produktu zehatz batzuen jatorri komertziala zein den adierazi egiten du, kontsumitzaileari produktuaren ekoizlearen edo zerbitzuaren hornitzailearen elementuen gaineko informazioa eskainiz, hau elkarte edo erakunde zehatz bateko kidea dela eta markaren erabilera burutzeko zilegitasuna barneratuta duela adieraziz.

Europar Batasuneko marken gaineko 2017/1001 Erregelamenduak, RMUE, marka kolektiboak honela definitu egiten ditu, adieraziz bertako 74. artikuluan hauek “egokiak markaren titularra den elkarteko kideen produktu eta zerbitzuak gainerako enpresariak merkatuan eskaini ditzaketenetik bereizi ahal izateko”.

Azken finean zeinu bereizgarri honek kontsumitzailearen produktu edo zerbitzu batekiko konfiantza indartzeko baliagarriak izan daitezke, interes parekideak barne hartzen dituzten ekoizle eta hornitzaileek osaturiko elkarte edo erakunde batetik eratorritakoak direnak.

Marka kolektiboek dagokienez, fabrikatzaile, ekoizle, zerbitzu hornitzaile edo merkatari elkarteek, zein zuzenbide publikoko pertsona juridikoek, betiere elkartean antzeko antolakuntza bat jarraitzen duten kasuetan. Posible delarik marka indibidual eta marka kolektibo honen arteko bateragarritasuna medio, bien erabilera egitea, izan ere ez marka kolektiboaren izaerak, ezta marka indibidualarenak ez du aukera honen existentzia baztertzen. Honela, ez da inolako arazorik egongo ekoizpenaren prozesu bera jarraitzen duten erakundeek, osagaien ezaugarriek dagokioena marka kolektiboaren bidez adierazteaz gain, bakoitzak bere marka komertzialaren aldeko apustua ere egitea.⁶⁷ Kasu honetan Euskal

⁶⁷ COHEN JEHORAN, Tobias; VAN NISPEN, Constant eta HUYDECOPER, Tony “*European Trademark Law: Community Trademark Law and Harmonized National Trademark Law*” Wolters Kluwers, 2010. Urtea, Herbehereak, 456-460. Orrialdeak

Sagardoa Jatorrizko Izendapena eta Gorenak Marka Kolektiboaren arteko uztartzearen gaineko adibidea aditzera ekarri behar dugu, lan honetan zehar garatua izan dena.

Era berean eta une honetan garrantzitsua iruditzen zaigun puntura helduta, aldarrikatu beharra dago marka kolektiboen erabilera izendapen geografiko bat identifikatzeko unean posiblea dela. Kasu honetan, zeinu bereizgarriarekin batera txertatua joan behar den erabilera erregelamenduak ezinbestean markaren titularra den elkarteko kidegoari erabilera baimen bat eskaini beharko die, Erregelamenduko 75. artikuluari jarraiki.

Adibide gisara eta gaiari loturik, Errioxar Kontseilu Arautzaileko Kalifikaturiko Jatorrizko Izendapenari dagokion marka dugu, zeinaren titularra Kontseilu Arautzailea bera den, 1996ko apirilaren 11an aurkeztu egin zelarik bere erabilera burutzeko izapidearen tramitazioa.



12.Irudia: Rioja Marka Kolektiboa **Iturria:** EUIPO

Marka kolektibo baten inskripzioaren eskaerak marka indibidual batek jasan beharreko azterketa maila berak jasoko dituela adierazi egiten du erregelamenduak berak, orokorrean, produktu eta zerbitzuen gaineko azterketa bera izango da, bai baldintza linguistikoei zein 7. artikuluan bertan ezarritako baztertze ezaugarrien gaineko betekizunak errespetatuak izan beharko dituelarik. Era berean eta Europar Batasuneko Marka Kolektiboak gatazkak izan ditzakenean Babestutako Izendapen Geografikoekin, babesturiko Jatorrizko Izendapenekin, Ardoaren termino tradizionalekin edo Bermaturiko Espezialitate Tradizionalekin, marka kolektiboaren erregelamenduak berak gatazka horiek gainditzeko harturiko limitazio eta mugak zeintzuk diren azaldu beharko ditu.

Honela, Erregelamenduko 74. artikuluko 2. Atalak dionari jarraiki, errepikatu beharra daukagu posible dutela produktuaren jatorriaren erakusle diren zeinuak marka kolektibo gisara inskribatzea, betiere zenbait baldintza gehigarri bete behar diren kasuetan; lehendabizi behar besteko informazioa eta gutxieneko baldintza formalak bete behar ditu eskatzaileak, eta bigarrenik, 75.2. artikuluan aurreikusitako baimena betetzen duen. Bigarren ideia honi jarraiki, deskribatzailea den Europar Batasuneko marka kolektiboaren erabilera erregelamenduak ingurune geografiko berean bere produktuak ekoizten dituen pertsonari baimena eman beharko dio markaren titularra izango den elkarteko kide bihurtzeko izapidetzea bete, eta ondorioz markaren erabilera propioa egin ahal izateko.

Honela, posible izango litzateke adibidez “Bilbao” hitzaren gaineko marka kolektiboa bultzatzea, ostalaritza zerbitzu zehatzak eskaintzen dituen, zeina marka indibidual gisara aldarrikatuz gero erregelamendu bereko 7.1.c artikuluari jarraiki baztertua izango zena, zerbitzuen jatorri geografiko bat eskaini egiten duen heinean. Kontrara, eta salbuespen gisara, marka kolektiboaren kasuan posible izango da bere sorrera betiere, aurretik aipaturiko 75.2.artikuluko betekizuna errespetatuz gero.

Ezer baino lehen, marka indibidualaren erregistratzeko saiakeraren kasuan, 2017ko otsailaren 9an Europar Batasuneko Justizia Auzitegiak emaniko sententzia aipatu dezakegu. Bertan, Europar Batasuneko Marken inguruan, Tempos Vega Sicilia marka adierazlearen eskaeraren aurrean denegazio absolutuaren arrazoiak adierazita honen erregistrorako izapidetzea ezeztu egin zen, 207/2009 Erregelamenduko 7.1.j. artikuluaen kontra egiteagatik, Ardo marka honek adierazpen geografikoak txertatu egiten zituen heinean. Zehatz mehatz, “Sicilia” terminoa da ezbaian geratzen dena, izan ere adierazpen hau “Grappa Siciliana/Grappa di Sicilia”, “Sambuca de Sicilia” eta “Sicilia” Jatorrizko Izendapen Babestuen zati garrantzitsu bat dela adieraziz, lehenengoa edari hordigarrien inguruan eta beste biak ardora bideratuak daudelarik. Europar araudiak honela, ardo eta edari hordigarrien harira, produktua identifikatzeko erabilitako izendapen geografikoen erabilera baztertu egiten du edari horiek benetako jatorri hori ez duten kasuetan, kasu honetan Italiar Sizilia uharteari erreferentzia zuzena egiten diolakoan.

Era berean Europar Batasuneko Justizia Auzitegiak 1999ko martxoaren 4ko sententzian, C-87/97 gaiaren barnean, Gongonzola/Cambozola auzian ebokazio printzipio baten ondorioz sortu zitekeen engainu prozesuaren berri eman zuen, adieraziz *“una situación en que el término utilizado para designar un producto incorpora parte de una denominación protegida, de modo que, al ver el nombre del producto, el consumidor piensa, como imagen de referencia, en el producto que se beneficia de la denominación.”*

Behinik behin, Espainiar araudiari jarraiki, besteak beste 17/2001 abenduaren 7ko Marken Legeko 5.1.h artikuluan ezarritako debeku absolutuei dagokienez engainuaz jokatzuz, bai bestelako izendapenen ospeaz etekina ateratzea helburu duten erregistroek, Marka eta Patenteen Espainiar Bulegoaren parte hartzearen ondorioz (OEPM) marka ugari baztertuak izan dira Jatorrizko Izendapen edo Izendapen Geografiko zehatzekin duten lotura dela medio: 2.809.439 zenbakidun marka, ‘DOS RUEDAS’ ardoaren munduan, Rueda Jatorrizko Izendapenik bere aurretiazko baimena eskaini egin ez duen heinean eta existitzen den errakuntzarako aukera handia dela medio zein 2.733.733 zenbakiduna, ‘COVIJEREZ’ ardoentzako ere bai, DO. Xerezeko Kontseilu Arautzailearen aurretiazko baimenaren gabeziaren ondorioz.

Hala eta guztiz ere azpimarratu beharra daukagu jadanik existitzen den jatorrizko izendapen babesturiko zein marka kolektibo europar baten aurrean kokatuko zirela Arabar Errioxako ekoizleak beraien produktua marka kolektibo baten bidez bereizteko unean Errioxa hitza bertan kokatzeko unean oztopo eta ezintasun juridikoak aurkituko zirelarik, literalki zein fonetiko eta linguistikoki antzeko marken existentziaren aurrean kokatuko ginatkeen heinean, kontsumitzaileen errakuntza bultzatu daitekeelarik

Hein honetan, azpimarratu beharra dago, kontuan hartu behar dugula jadanik merkatuan jatorrizko izendapen babestu baten existentzia dagoela, zeinak Errioxa Jatorrizko Izendapen

Kalifikatua izenaz ezagutzen den, eta honek, era berean azpizonalde batzuk eratuta dituela, Arabar Errioxa kategoriarean zuzenean ezagutzen dena. Hein berean marka kolektibo baten presentzia dago, Errioxa Izendapena tarteratzen duena. Honen guztiaren ondorioz, marka kolektibo baten sorrera bultzatuz gero, bestelako izendapen baten bidezkoa izan beharko zela aldarrikatu beharra daukagu, ABRA zein UAGA erakundeek bultzaturiko Arabako Mahastiak aukeretako bat izan daitekeelarik.

7. Ondorioak

- I. Gizartea eraldatuz doa, etenik gabe; aurrera zein atzera, ikuspuntu zein ideologia eta esperientzia propioen arabera, beharrak aldatuz doaz eta errealitate berriak sortuz, ekonomiaren magia deritzon prozesu baten ondorio zuzena da. Errealitate berri hauetan, globalizazio eta nazioartekotzeko joera sistemaren oinarri direnetan, jatorrizko izendapenek eta bertoko **kontsumo eta lurraldekotasun printzipioekin lotura handiagoa sustatzen dabilta kontsumitzaileek**, ardoaren munduan garrantzi handia hartzen doalarik.
- II. Kontsumoak, jada, printzipio, balore eta ideia ezberdinen uztartzearekin batera, behar eta **nahi pertsonalak asetetik haratagoko funtzio bat eskuratu** egin du, bere barnean zenbait kontzeptu garrantzitsu berreskuratu behar ditugularik; familia izaerako ardotegi eta upategien presentzia, produkzio txikiko ardoari loturiko gaur eguneko merkatu eskaria, eta ardoei **izaera propioa esleitzen dieten tokiarekiko identifikazio** egoki bat eskaintzearen beharra azalerarazi behar ditugularik.
- III. Bereziki hiru kontzeptu hauek dira Arabar Errioxaren berezko, **izaera independente eta autonomo** bat izango duen Jatorrizko Izendapen berritzaile baten sorreraren eztabaidara eskaini egiten diren arrazoiketa nagusiak. Ildo honetatik azpimarratu beharra dago ardogile eta upategi txiki familia izaerakoek gaur egunean Arabar Errioxaren lurralde esparruan **beharrezkotzat hartu beharreko bizi-espazioa galtzen doazela**, esparru berean eta gaur eguneko Errioxar Jatorrizko Izendapenean existitzen diren bestelako enpresa antolakuntza handiekiko **bereizketa fase bat aurrera eraman beharko dutelarik biziraun ahal izateko**.
- IV. **Bereizketa eta desberdintzean** oinarritutako lehia sistema honen sustatzea ez da berez ekoizpen bolumenari dagokionez sektorearen barnean ordezkatzan duten boterearen erakuslean funtsaturikoa izango, izan ere esparru horretan lehiatzeko aukerarik ez dute lortuko, baizik eta komertzialki eta gizarte- eta ekonomia sistemari dagokionez eskaini eta irudikatzen duten **alternatiba gisara, kalitatean oinarritutakoa** izan beharko baita.

- V. Familia enpresak eta enpresari txikiek, ekonomiaren erroa diren enpresek Ardogintza mailan existitzen diren organo eta erakunde gubernatiboetan duten ikusezintasun eta botere urriaren aurrean, ezinbestekoa da erakusleihen berri bat zabaltzea, **enpresa multinazionalak duten negozio eredutik urrunduz**.
- VI. Azken finean kontsumitzaileen portaeraren eraldaketak kantitatea bilatzetik kalitatea bilatzerainoko bidea igaro egin izan du, eta Kontseilu arautzaileen jarrera eta antolaketa egitura aztertuta, zeinetan enpresari handiek hainbesteko botere ekonomiko eta mediatikoa bereganatua duten, ezinbesteko elementu gisara kontsideratu beharra dago ardogile eta upategi txikien desberdintzea burutzeko ekintzen presentzia. Honela, jatorrizko izendapen propio baten sorreratik, **Artadi bezalako upategiek egindako marketing estrategia** baten barnean koka daitekeen inolako izendapenaren presentziarik gabeko jardun ekonomikoa burutzea, edota gaur egunean Errioxar Jatorrizko Izendapenaren Kontseilu Arautzailean bultzatu diren **etiketatzearen inguruko neurriekin konformatzearen** artean aukeratzea egin beharko dute.
- VII. **Jatorrizko Izendapen propio batek** ekoiztutako produktuei zein eskaintako zerbitzuei eskaintzen dien **balio erantsia** eztaba daezina da, bai lurraldekotasun, kalitate, erreputazio, lehiakortasun, publizitate, turismo zein hautemate funtzioak balioztatu egiten ditu, merkatura begira kokaleku estrategia bat lortu eta bestelako produktuetatik bereizteko elementu gisara. Era berean, **izendapen honek bere ibilbide** bat izan behar du, historia, funtzio hauek eta kontsumitzaileen hautematea, **ez baitira era automatiko** batean izendapena izapidetze hutsagatik lortzen.
- VIII. Jatorrizko Izendapen berri baten sorrera bultzatzeak, **ordenamendu juridikoak ezarritako muga** eta aukeren barnean erdietsi behar da. Honela, ABRA erakundeak proposaturiko **Arabar Errioxako Jatorrizko Izendapen** propioaren sustatzea **ez da gaur egunean ordenamenduarekiko errespetagarria** izango, jadanik existitzen den izendapen zein marka kolektibo batekin **nahasmena sortu eta kontsumitzaileengan errakuntzak sortu ditzakeelarik**.
- IX. Esparru honetan *Arabako Mahastiak edo Viñedos de Álava* izendapenaren proposamena helarazi zuten erakundetik, honek ordea, bai barne merkatuan zein nazioartekotzera begira (esportazioek ekoizpenaren zenbateko handia hartzen duten heinean oso elementu garrantzitsua) ospe eta ezagumen maila txikia izango duen heinean, zerotik hastea bezalakoa izango litzateke. Gaur egunean erabilgarri duten **Rioja izendapenaren babesa galdu** eta bere kabuz markaren balioztatzea lortzerako bidean ekimen eta jarduera bereziak egin beharko zituzten, **merkatuak izango duen onarpena ziurgabetasuna** dela medio, oso aukera **arriskutsua** izango delarik. Bi

jatorrizko izendapenen arteko bateragarritasunaren gaineko aukerak baztertu egiten ditugularik. Aukera nagusi honek, ordea jadanik bere inskripzioa burutzeko unean lehenengo errealitate eta ordenamenduarekiko talka jaso egin izan du, zailtasunak eta oztopoak areagotuz joango direlarik.

- X. Ugariak dira gainerako produktuetan eta bereziki edari alkoholduen munduan existitzen diren elkarte eta erakundeen barnean tentsio egoerak bizi direla, bertako kide bakoitzak interes ezberdinak dituen heinean, **ez ohi da posible izaten eredu amankomun positibo bat sortzea**, eta horren eredu daukagu Cava Jatorrizko Izendapenaren kasua, zeinetan **Corpinnat marka kolektibo baten sorreraren aukerak, Cava DO. Jatorrizko Izendapenarekin uztartu** egin daitekeena, edota Sagardoaren munduan existitzen diren bi aukerak, **Euskal Sagardoa eta Gorenak** markaren bateragarritasunean oinarritutako merkatua existitzen delarik.
- XI. Hein berean **Bermatutako Espezialitate Tradizional zein Ziurtapen Markaren erabilera baztertu** egin beharra daukagu, indikazio geografikoaren gaineko arazoa konpontzeko eraginkorra ez den heinean, benetako bereizgarritasun zentzua galdu egiten dutelako.
- XII. **Marka kolektibo baten sorreraren aldeko autua hartzeak erabaki egokiena dela dirudi**, kontuan hartuta Errioxar Jatorrizko Izendapenak bere barnean Marka Kolektibo gisako inskripzio bat duela, Sagardoak eta Cavaren kasuan existitzen den **bateragarritasunaren alde** egiten saiatu litezke gaur eguneko egoerarekin nahikoa ez dela deritzoten baina bertatik irtetzea arriskutsua denaren ustea duten ekoizleek, **Rioja markaren babesera itzultzeko aukera** mantenduko zutelarik.
- XIII. **Artadi** erakundeak aurrera eramandako prozesuari dagokionez, honen egokitasuna **upategiaren markaren arabera** dela adierazi beharra dago, ardogile txiki eta ertainen kasuan Jatorrizko Izendapena utzi eta ondorioz “aterkin marka” gisara jokatzeko duen Rioja esapidea erabiltzeari uzteak kalte ekonomiko nabariak sortu diezazkieke, betiere merkatuan ezagutaraziak izateko **marka propio baten garapen indartsu bat erdietsi** ez duten kasuetan.
- XIV. Era berean, posible izan daiteke gaur egunean existitzen den etiketatze prozedura berriari jarraiki Jatorrizko Izendapenaren baliagarritasunean sinistu eta bertan jarduteko erabakia hartu duten upategiak existitzea. Hauek, **azpizonaldeak** eskaintzen duen bereizgarritasuna alde batetik, eta **Rioja markaren babeseta eta ospeaz** aprobetxatuz, barne merkatuan zein nazioartekotzera bideratutako ekintzak hartu ditzakete.

XV. Azken finean, azpimarratu beharra dago gaur egunean hartu beharreko **erabakia ardogile eta upategi bakoitzari dagokio**, erabaki bakoitzak izan ditzakeen ondorioak aztertzearekin batera etorkizunean begiratu beharko dute, iraganean izandakoa ahaztu gabe, betiere kontuan hartuz bere biziraupena ezin daitekeela enpresari handi eta erakunde multinazionalen borondatearen esku. Halere, merkatuan **ez da inolako barita magikorik existitzen**, eta globalizazioak zein eratorri daitezkeen ezegonkortasunak kontuan hartuz, askok Rioja markaren babespean jarraitzeari ekingo diote. Honek, ez du esan nahi bere sistema eta egiturarekin ados daudela, baizik eta arriskuei aurre egiteko baliabide onena dela deritzote. Izendapena uzteko asmoa dutenak, ez dira zorotzat hartu behar, ezta bertan geratzen direnak koldar gisara, izan ere, ezin daiteke bermatu jatorrizko izendapen propio baten sorrerak bizirauteko beharrezko elementu gisara kontsideratu daitekeela.

8. Bibliografia

- ACEVIN – Asociación Española de Pequeñas y Medianas Ciudades Vitivinícolas “Análisis de la Demanda Turística Rutas del Vino de España 2017-2018” *Rutas de Vino de España*, 2018ko iraila, 1-42. Orrialdeak
- ANTÓN, Patxi “Reforma de la OCM del vino: consecuencias para Rioja Alavesa” *Sustrai aldizkaria*, 2006. Urtea, 11. orrialdea
- ARABAKO FORU ALDUNDIA “Arabar Errioxako Deskripzioa” Nekazaritza eta Abeltzaintza saila, 2012. Urtea, 1-12. Orrialdeak
- ARAEX ELKARTEA, “*Estamos consiguiendo que el mundo sea el mercado de Rioja Alavesa*” Blog RIOja Alavesa, 2018ko maiatzaren 27a.
- ARTADI, “*Comunicado oficial: Artadi abandona la DOCa Rioja*” Artadi, 2015eko abenduaren 30a <https://artadi.com/noticia/comunicado-oficial-artadi-abandona-doca-rioja> (Az. 2018/02/14)
- ATKIN MW, Tim “*Rioja 2015: Special Report*” Tim Atkin, 2016. Urtea, Errioxa, 14. orrialdea
- BLANCO SANTIAGO, Yanis “Sobre los criterios para determinar la evocación entre las indicaciones geográficas y las marcas” *La Ley Unión Europea*, 37. Zenbakia, 2016ko maiatzaren 31, 1-10. Orrialdeak
- BLOG RIOJA ALAVESA “*La Cooperativa de Elvillar florece en la concordia*” 2016ko urriaren 23a <https://blogriojaalavesa.eus/cooperativa-de-elvillar> (Az. 2018/02/14)
- CAMBRA FIERRO, Jesús eta VILLAFUERTE MARTIN, Antonio “Denominaciones de origen e indicaciones geográficas: justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España”, *Colección Mediterráneo Económico*, 15. Zenbakia, 2009. Urtea, 329-350. Orrialdeak
- CARLOS BERDONCES, Juan Carlos “El consumo de vino de Rioja Alavesa en Euskadi se merece un suspenso” *El Correo*, 2017ko urriaren 27a, 9. Orrialdea.
- CLUB MATADOR, “Manifiesto Club Matador: Los Viñedos de excepción” Club matador, 2016. Urtea
- COHEN JEHORAN, Tobias; VAN NISPEN, Constant eta HUYDECOPER, Tony “*European Trademark Law: Community Trademark Law and Harmonized National Trademark Law*” Wolters Kluwers, 2010. Urtea, Herbehereak, 456-460. Orrialdeak
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja, “*Memoria 2016*”, DOCa. Rioja, 2017. Urtea, Logroño, 14. Orrialdea
- DE PABLO VALENCIANO, Jaime eta ROMAN SANCHEZ, Isabel Maria “Consumo, Comercialización y perspectivas del mercado vitivinícola español” *Agroalimentaria*, 17. Bolumena, 33. Zenbakia, 2011ko uztaila-abendua, 51-61. Orrialdeak
- DE PABLO VALENCIANO, Pablo eta ROMÁN SÁNCHEZ, Isabel María “La importancia de la Denominación de Origen Rioja en el Contexto del mercado vitivinícola español” *Mundo Agrario*, Vol. 12, 23. Zenbakia, 2011. Urtea.
- DOMÍNGUEZ GÓMEZ, Eva M^a, “*Evolución gráfica de las etiquetas de vino en Extremadura desde 1970 hasta nuestros días*” Universidad de Extremadura, Cáceres, 2005. Urtea, 77. Orrialdea
- ESTEBAN RODRÍGUEZ, Samuel “Las Denominaciones de Origen Protegidas españolas de vino en los mercados globales” *Bio Web Conferences – 40th World Congress of Vine and Wine*, 2017. Urtea, 1-8. Orrialdeak
- ESTRATEGIA “SEA abre las puertas de Ardoleku, el punto de unión de las bodegas y la hostelería alavesa”, *Estrategia Empresarial aldizkaria*, 2018ko urriaren 3a <http://www.estrategia.net/estrategia/UltimaHora/tabid/615/ItemID/9713/Default.aspx>
- EUSTAT, “*Comercio Exterior - Kanpo merkataritza: 2018ko lehen sei hilekoa*”, 2018. Urtea. http://eu.eustat.eus/elementos/ele0015800/Kanpo_merkataritza_2018ko_1/inf0015850_e.pdf (Az. 2018/02/14)

- FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations “*Fortalecer el sistema alimentario sostenible a través de las indicaciones geográficas: un análisis de los impactos económicos*” Nazio Batuen Erakundea, Erroma, 2018. Urtea, 1-8 orrialdeak
- GALDÓS URRUTIA, Rosario, “La intervención pública en la promoción de la calidad agroalimentaria: normativa comunitaria, española y vasca”, *Investigaciones Geográficas*, 34. Zenbakia, 2004. Urtea, 461. Orrialdea 47-62. Orrialdeetatik
- GARCÍA, Teresa; BARRENA, Ramón eta GRANDE, Ildefonso “ The wine consumption preferences of young people: a Spanish case study”, *International Journal of Wine Business Research*, Vol 25, 2. Zenbakia, 2013. Urtea, 101. Orrialdea, 94-107. Orrialdeetatik
- GOMEZ, Mar eta MOLINA, Arturo “Estrategias de gestión del valor de marca en los destinos enoturísticos” *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22. Zenbakia, 2013. Urtea, 77. Orrialdea, 69-79. Orrialdeetatik.
- GONZÁLVEZ PÉREZ, José Manuel “Distribución y sector agroalimentario: la identificación mediante una misma marca de productos amparados con diversas indicaciones geográficas.” *Aranzadi aldizkari doktrinala*, 2. Zenbakia, 2015. Urtea, 1-9. Orrialdeak
- GOROSPE, Pedro “*Araex cree que Rioja Alavesa tiene que diferenciarse con vinos de más valor*” *El País*, 2018ko urriaren 18a, Bilbo
- GRUPO RIOJA “Rioja tiene futuro” Lurzabal – Arabako Nekazaritza Aldizkaria, 2011ko martxoa, 17. Zenbakia, 3. orrialdea
- GUILLEM CARRAU, Javier “*Denominaciones geográficas de calidad: Estudio de su reconocimiento y protección en la OMC, la UE y el Derecho Español*” Tirant Monografias, Valentzia, 2008. Urtea, 402. Orrialdea
- IREKIA “*Euskadiko Gobernuak guztiz errespetatzen du ARTADI enpresaren erabakia eta berriz adierazi du sektoreak proposatutako posizionamendu-ekimenak aztertzeko prestutasuna*” Eusko Jaurlaritza, 2015eko abenduaren 30
- IREKIA “*Eusko Jaurlaritzak babestu egiten du Arabako Errioxako jatorri izeneko ardoen etiketatzea hobetzeko UAGAk eta ABRAk egindako proposamena*” Eusko Jaurlaritza, 2015ko martxoaren 5a eta “*Eusko Jaurlaritzak Errioxa Jatorri Izendapen Kontrolatuak Arabako ardogintzarekin duen jarrera salatzen du*” Eusko Jaurlaritza, 2015eko maiatzaren 9a
- IREKIA, “Urteko lehen seihilekoan, Arabako Errioxako ardoak errebalorizatu egin dira kanpoko merkatuan” *Bilar*, 2018ko irailak 16, <https://www.irekia.euskadi.eus/eu/news/48298> (Az. 2018/02/14)
- J. GIL Alfonso eta MATAVELI, Mara “The relevance of information transfer in learning culture: a multigroup study by firm size in the wine industry” *Management Decision*, Vol 55, 8. Zenbakia, 2017. Urtea, 1702. Orrialdea, 1698-1716 Orrialdeetatik
- J.GIL, Alfonso “The training demand in organizational changes processes in the Spanish Wine Sector”, *European Journal of Training and Development*, Vol 3, 4. Zenbakia, 2015. 315-331. Orrialdeak
- J.GIL, Alfonso eta J. CARRILLO, Francisco “Knowledge transfer and the learning process in Spanish wineries” *Knowledge Management Research & Practice*, 14. Zenbakia, 2016. Urtea, 60-68. Orrialdeak
- K. ESTREICHER, Stefan “A brief history of wine in Spain”, *European Review*, Vol. 21, 2. Zenbakia, 233-234. Orrialdeak 209-239. Orrialdeetatik
- KOBEL, Pierre “*Antitrust in Pharmaceutical Markets & Geographical Rules of Origin*” Springer, 2017. Urtea, Suitza, 346-347. Orrialdeak
- LOPEZ DE LACALLE, Juan Carlos “*Arabako Batzar Nagusietan Nekazaritza VI. Batzordean (X. legealdia) 2016ko urtarrilaren 21ean Guardiako Bodegas y Viñedos Artadi egindako agerraldia*” Arabako Batzar Nagusiak, 2016. Urtea

- LOPEZ MORENO, Ignacio eta AGUILAR, “Denominaciones de origen y etiquetas regionales: dos modelos de especialización territorial, Frisia (Países Bajos) y la Sierra de Cádiz (Andalucía)”, *XII. Congreso de Antropología de la FAAEE – Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español*, Leon, 2011ko iraila, 2227-2236
- LÓPEZ-GUZMÁN, Tomás; RODRÍGUEZ GARCÍA, Juan; SÁNCHEZ CAÑIZARES, Sandra eta LUJÁN GARCÍA, María José “The development of wine tourism in Spain” *International Journal of Wine Business Research*, 23. Bolumena, 4. Zenbakia, 2011. Urtea, 377. Orrialdea, 374-386 orrialdeetatik.
- MEDINA-ALBADALEJO, Francisco J. eta PLANAS, Jordi “Las bodegas cooperativas y la comercialización del vino en España” *Asociación Española de Historia Económica, Documentos de Trabajo*, 1707. Zenbakia, 2017ko azaroa, 1-30. Orrialdeak
- MIER LOBATO, Fernando “¿Denominación de origen o indicación geográfica protegida?” *Monte Buciero*, 2. Zenbakia, 1998. Urtea, 85-94. Orrialdeak
- MILLÁN SALAS, Francisco “Los Regímenes de Calidad de los productos agrícolas y alimenticios tras el Reglamento (UE) 1151/2012” *Actualidad Civil*, 10. Zenbakia, 2014ko Urria, 1-24. Orrialdeak
- MINISTERIO AGRICULTURA PESCA Y ALIMENTACIÓN “Pliego de condiciones denominación de origen protegida ‘cava’” E-Bacchus erregistro komunitarioko espediente zenbakia: PDO-ES-A0735, 2018. Urtea azken eraldaketa
- MORENO LARA, María Ángeles, “Representaciones multimodales de metáforas y metonimia en las etiquetas de vino de la D.O. ca. Rioja” *Revista Española de Lingüística Aplicada*, 27:2 2014. Urtea, 466. Orrialdea 454-466. Orrialdeetatik
- MTINET, Nadhem eta ALBISU, Luis Miguel “Spanish wine consumer behaviour: A stated and revealed preferences analysis”, *I Mediterranean Conference of Agro-Food Social Scientist. 103rd EAAE Seminar “Adding value to the Agro-Food Supply Chain in the Future Euromediterranean Space”*, Bartzelona, 2007ko apirilaren 23tik 25era.
- OJEDA SAN MIGUEL, Ramón eta RUIZ LARRAD, Jesús Alberto “Viñedos y vino chacolí en la historia de Miranda de Ebro” Instituto Municipal de la Historia – Miranda de Ebro (Burgos), 1987. Urtea, 8-12. orrialdeak
- PULIDO POLO, Marta “la perspectiva relacional de las relaciones públicas: una aproximación al valor comunicacional de las indicaciones geográficas” *Revista Comunicación*, 11. Zenbakia, 1. Bolumena, 2013. Urtea, 111-125. Orrialdeak
- QUAGLIERI, Cindy; PRIETO-PEREA, Noelia; BERRUETA, Luis Angel; AA.AA “Comparison of Aquitaine and Rioja Red Wines: Characterization of Their Phenolic Composition and Evolution from 2000 to 2013” *Molecules*, 22. Zenbakia, 2017. Urtea, 1-20. Orrialdeak
- RAVENTOS i BLANC “Creemos en el modelo francés de las AOC’s rigurosas” Nota de prensa, 2018. Urtea. <http://guiapenin.wine/media/2278/nota-de-prensa-ravento-s-i-blanc-modelo-frances-de-las-aocs.pdf> (Az. 2018/02/14)
- RODRÍGUEZ SANTOS, Carmen; CERVANTES BLANCO, Miguel eta GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, Ana “Segmenting wine consumers according to their involvement of origin” *Journal of Brand Management*, 2006ko apirila-ekaina, 13. Zenbakia, 300-312. Orrialdeak
- RUÍZ FUENSANTA, María Jesús; HERNÁNDEZ SANCHO, Francesc eta SOLER i MARCO, Vicent “In vino veritas: competitive factors in wine-producing industrial districts” *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, 32. Zenbakia, 2015. Urtea, 159. Orrialdea, 149-164. Orrialdeetatik.
- RUIZ VEGA, Agustín V. Eta AZÓN RAMOS, Jorge “Influencia de las marcas de vinos sobre la calidad percibida por profesionales y consumidores” El Comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso Anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDE, 2. Bolumena, 2007. Urtea, 20. Orrialdea

- SANCHEZ HERNANDEZ, José Luís, “Capital exógeno y procesos de innovación en la industria vinícola de la Denominación de Origen “Toro””, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 36. Zenbakia, 2003. Urtea, 76. Orrialdea, 61-79. Orrialdeetatik.
- SUÁREZ ORTEGA, Sonia “Export Barriers: Insights from Small and Medium-Sized Firms” *International Small Business Journal*, 21. Bolumena, 4. Zenbakia, 2003. Urtea, 403-419. Orrialdeak.
- TAMAYO MUÑOZ, Guillermo “La denominación de origen y su relación con otros signos distintivos” *Revista la propiedad inmaterial*, 5. Zenbakia, 2002ko abendua, 104. Orrialdea 93-110. Orrialdeetatik.
- VIEIRSA RODRIGUEZ, Aurea; LÓPEZ GUZMÁN, Tomás eta RODRIGUEZ GARCIA, Juan “Analysis of the tourist profile on the Sherry Wine Route, Spain”, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, VII. Bolumena, 2. Zenbakia, 2014. Urtea, 23. Orrialdea, 9-26. Orrialdeetatik.
- VILLAFANEZ PEREZ, Itziar “‘Txakoli’ aferaren inguruan. Europar Batasuneko auzitegi orokorraren (laugarren aretoa) epaia, 2011ko maiatzaren 17koa” *ELERIA*, (Euskal Herriko Legelarien Aldizkaria), 22. Zenbakia, 2011. Urtea, Donostia, 83-88. Orrialdeak
- VILLAFUERTE MARTIN, Antonio; GOMEZ MUÑOZ, Ana Cristina eta DE HARO GIMENEZ, Tomas “El concepto ‘valor de marca’ aplicado a los signos de calidad con indicación geográfica” *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 232. Zenbakia, 2012. Urtea, 131-164. Orrialdeak

I.ERANSKINA

Kontseilu Arautzailearen Osoko Bilkuraren Osaera 2018ko martxoaren 31an Iturria: Kontseilu Arautzailearen 2017. Urteko Memoria					
Komertzializazio Sektorea	Boto	Bokal	Ekoizleen Sektorea	Boto	Bokal
<i>GRUPO RIOJA – Grupo de Empresas Vinícolas de Rioja</i>	78	11	<i>FECOAR – Federación de Cooperativas de La Rioja</i>	36	5
<i>B.F.R. – PROVIR – Bodegas Familiares de Rioja – Provir</i>	8	2	<i>ARAG-ASAJA – Asociacion Riojana de Agricultores y Ganaderos – Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores</i>	29	4
<i>ABCTR – Agrupación de Bodegas Centenarias y Tradicionales de Rioja</i>	8	1	<i>UAGR – Unión de Agricultores Ganaderos de La Rioja</i>	9	1
<i>ABRA – Asociacion de Bodegas de Rioja Alavesa</i>	4	1	<i>UAGA – Unión de Agricultores y Ganaderos de Alava</i>	8	1
<i>ARAEX – Asociacion profesional ARAEX</i>	2	1	<i>UPA – Unión de Pequeños Agricultores</i>	7	1
			<i>UCAN – Unión de Cooperativas de Navarra</i>	4	1
			<i>DOLARE – Cooperativas de Rioja Alavesa</i>	3	1
			<i>UAGN – Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra</i>	2	1
			<i>EHNE – Euskal Herriko Nekazarien Elkartasuna – Nafarroa</i>	2	1

II.ERANSKINA

2018ko azaroaren 30ean Espainiar estatuan existitzen diren Ardoaren munduko Jatorrizko Izendapen eta Izendapen Geografiko Babestuak, Autonomia Erkidegoka			
Iturria: Nekazaritza, Arrantza eta Elikagai Ministerioa			
Autonomia Erkidegoa	Jatorrizko Izendapenak	Izendapen Geografiko Babestuak	Guztira
<i>Andaluzia</i>	8	16	24
<i>Aragoi</i>	5	5	10
<i>Kanariar Uharteak</i>	11	0	11
<i>Kantabria</i>	0	2	2
<i>Gaztela-Leon</i>	12	1	13
<i>Gaztela Mantxa</i>	16	1	17
<i>Katalunia</i>	11	0	11
<i>Nafarroako Foru Erkidegoa</i>	4	1	5
<i>Valentziar Komunitatea</i>	5	1	6
<i>Extremadura</i>	1	1	2
<i>Galizia</i>	5	3	8
<i>Balearr Uharteak</i>	2	6	8
<i>Errioxa</i>	0	1	1
<i>Madril</i>	1	0	1
<i>Euskadi</i>	3	0	3
<i>Asturiasko Printzerria</i>	1	0	1
<i>Murtziako Eskualdea</i>	2	2	4
<i>Erkidegoz gaindikoak</i>	3	1	4
Guztira	90	41	131