

Badakizu zer diren nitxo lurrinak?



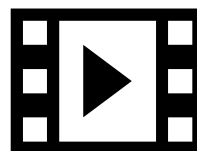
Aurkezpena:

Gai horri buruz ariketa hauek egin ditzakezu:

- Bideo bat ikusi eta informazioa osatu.
- Elkarrizketa irakurri eta galderei erantzun.
- Taldean jarri eta gaiari buruz hitz egin.

Ikusi bideoa

Ikusi bideoa eta bete taula lurrin komertzialen eta 'nitxo' lurrinen arteko desberdintasunak zein diren adieraziz.



	LURRIN KOMERTZIALAK	'NITXO' LURRINAK
Iragarkietan		
Lurringilea		
Hedapena		

Irakurri testua

Irakurri testua eta aukeratu erantzun zuzena.

Esentziaren kontzentrazioaren arabera, Eau de cologne (% 3 eta % 5 artean), Eau de toilette (% 5 eta % 8 artean), Eau de parfum (% 8 eta % 15 artean) eta Parfum (% 15etik gora) bezala sailkatzen ditugu lurrinak. Izen hauek frantsesetik datoz, eta hainbat ezagunak zaizkigu. Izan ere, iragarkietan ikusten ditugu etengabe eta oso spot deigarriak izaten dira.

Calvin Klein, Carolina Herrera, Gucci, Cacharel, Dona Karan, Paco Rabanne, Hugo Boss... Horiek ezagunak egiten zaizkigu komertzialak direlako. Hala ere, esparru horrek ere badu bere alde 'ezkutua': lurrin eskusiboak edo 'nitxo' lurrinak. Hauek zer diren azaltzeko, Maddalen Marzol (Andoain, 1985) lurrinzalearekin elkartu gara. Blog batean idazten du, hitzaldiak ematen ditu, irratan hitz egin izan du eta Donostian Hunky Dory Laboratory denda dauka. Berak 'nitxo' lurrinekin egiten du lan.

1. Zuk magisteritza ikasi zenuen. Nola hasi zinen lurrinen munduan lanean?

Zaletasunagatik hasi nintzen, eta, gero, 2009. urtean, perfumeei buruz idazten hasi nintzen blog batean. Horren ostean, hainbat kolaborazio sortu zitzaizkidan: lurrin-denda batzuetan katak ematen hasi nintzen, jendeak deitu izan dit hainbat lekutan egiteko (Guggenheimen adibidez)... Profesionalizatzen eta serioago hartzen hasi nintzen. Ondoren, denda irekitzeko aukera sortu zitzaidan, Eva nire bazkidearekin.

2. Zuk lurrin eskusiboekin edo 'nitxo' lurrinekin egiten duzu lan, zergatik?

Egia da eskusiboak direla, ezin direlako leku guztietan aurkitu. Baina "eskusibo" hitzak garestia dela edo luxuzkoa dela pentsatzea eramaten gaitu, eta ez da horrela. Merkeak ez dira, baina etxe komertzialetakoak ere ez.

Hauek protesta gisa hasi ziren. Etxe komertzialek diru-kopuru handiena publizitatean xahutzen dute, eta alde batera utzi dute betiko lurringintza edo artisautza hori. Horren aurkako filosofiarekin sortu ziren 'nitxo' lurrinak 70eko hamarkadan, eta lehenagoko batzuk ere badaude. Gauzak lehen bezala egin nahi zituzten: lurringileari protagonismoa eman, nahi duen artelana egiten utzi... Normalean, etxe komertzialaren izena badakigu, baina lurringilearena? Gainerako arte mota guztietan, aldiz (kuadroak, liburuak, musika...), beti jakiten dugu egilea zein den. Etxe hauen ustez, egileak bere protagonismoa izan behar du.

Ekoizpena txikiagoa da; etxeak berak hautatzen du lurrinak nolako hedapena izatea nahi duen. Ezaugarri horiek dituzten lurrinei 'nitxo' edo eskusibo deitzen zaie. Hala ere, nik Madrilgo mahai-inguru batean, beste termino bat ikasi nuen eta asko gustatu zitzaidan: kultuzko lurrina. Baina ofiziala 'nitxo' da.

Ni komertzialek hasi nintzen lanean, hasieran ez baitago jakiterik beste mundu paralelo bat badagoela, baina probatu eta gero, aldea nabaria da, kalitatean salto handia dago, eta prezioan ez da hainbesterako. Gustatzen zaionak 20 euro gehiago ordainduko ditu.

3. Zein desberdintasun dago fragantzia eskusiboen eta komertzialen artean?

Hiru desberdintasun nagusi daude: publizitatea, lurringilearen papera eta hedapena.

Publizitatean, 'nitxo' lurrinek ez dute dirurik gastatzen eta komertzialek, berriz, aurrekontuaren % 97 horretara bideratzen dute. % 3 soilik uzten dute perfumea eta flaskoa egiteko, eta lurringileari ordaintzeko. Lurringileari dagokionez, 'nitxo' lurrinetan, flaskoan lurringilearen izen-abizenak agertzen dira; ohore bat da berarekin lan egitea. Protagonismoa ematen zaio, komertzialetan ez bezala.

Hedapenaren kontuan, norberak jartzen du banaketaren muga, baina, kasu honetan, nahiko zaila da. Izan ere, batzuk, El Corte Inglesen dauden horiek, 'nitxo' dira? Guk Donostian ez daudenak ekartzen ditugu dendara, horretan saiatzeko gara.

4. Blog batean idazten duzu, hitzaldiak eman dituzu, irratan hitz egin duzu... Eta orain denda bat duzu Donostian. Euskaldunoi usaimenen mundu hau gustatzen zaigu?

Jendeak jakinmina du. Behin, gurasoen lagun batek zera esan zidan: "Niri ez didate erakutsi usaimena plazer-organo gisa erabiltzen, beti usain txarrak saihesteko modua izan da". Jaten erakusten digute, baina usaimenaz gozatzen ez.

Nik uste dut euskaldunoi gauza onak gustatzen zaizkigula, goxoak direnak, kalitate ona dutenak... Hasieran ez dakigu asko, baina ezagutzen dugunean, orokorrean, gustatu egiten zaigu.

5. Gainera, dendan lurrinen dastaketak ere antolatzen dituzu. Zer da hori?

Ordu eta erdiko saioak izaten dira eta lurrin-mota guztiak dastatzen ditugu. Hainbat lurrin usaintzen ditugu, gozonenetik sendoenera, komertzialek alderatuz. Azken hauek gero eta antzekoagoak dira. Denok dakigu gizon eta emakumeen usainak nolakoa izan behar duen, baina 'nitxo' hauek estereotipoekin amaitzen dute. Flaskoetan, adibidez, ez du norentzat diren zehazten.

Kata horietan emakumeek hartzen dute parte, nahiz eta bezero fidel asko gizonezkoak diren. Nire ustez, ez dira etortzen ez direlako ausartzen. Emakumeei pixka bat erakusten digute nola perfumatu, baina gizonezkoei ez. Horretarako autodidakta izan behar dute.

6. 80 eta 200 euroren arteko prezioak dituzten lurrinak saltzen dituzue, eta, gainera, ez dute komertzialek adinako osperik. Merkatu hau hemen zabaldu dela esango zenuke? Eta, munduan zehar, zein da egoera?

Guk dugun garestienak 150 euro balio du, oraingoz. Askotan parean dugunari bakarrik begiratzen diogu eta horregatik ez ditugu ezagutzen. Internetek ateak zabaltzen asko lagundu du, eta jendea, ezagutzen dituenean, zaletu egiten da. Mundu-mailan hori ari da gertatzen, eta gero eta marka gehiago daude. Aspertu egin gara betiko marka komertzialez; zerbait berria deskubritzen dugu.



Marka asko daude. Ez dakit zifra zehatza zein den, baina beti sortzen ari dira berriak. Guk, adibidez, hemengo jendearentzat onenak direnak ekartzen ditugu. Bezeroek zerbait ona erosten gastatu nahi dute dirua.

7. Momentu bakoitzerako lurrin bat dagoela uste duzu? Edo pertsona bakoitzarentzat berea? Nola jakin zein den niretzat egindako fragantzia?

Lurrin batekin gustura sentitzea da garrantzitsua; “super botere” bat da; geure buruari segurtasuna eman behar dio. Batzuek fragantzia bera erabiliko dute bizitza osoan; besteek udan bat erabiliko dute eta neguan beste bat; badago 15 dituen jendea ere, arroparen arabera aldatzen joateko. Niretzat, politena, araurik ez egotea da; norberak gustatzen zaiona erabiltzea. Jolastea da garrantzitsua.

8. Zein da zure ametsa? Ezagutu nahi duzu sortzailerik? Edo lurrinen bat egin nahi duzu?

Egunen batean, agian, egingo dut, baina oraingoz ez dut nik sortzeko beharrik sentitzen. Badaude oso ondo egindakoak eta ni ez nago lardaxkan aritzeko. Guretzat perfumegileak rock izarrak bezalakoak dira. Bat esan beharko banu, Olivia Giacobetti aipatu nuke, emakumea delako edo Sofia Groosham erreferentzia bihurtu den lehen emakumea delako. Baten bat ezagutu dut, eta niretzat izugarria izan da.

Nolakoak dira lurrin komertzialen iragarkiak?

- ☐ Iragarki hauek atentzioa ematen dute.
- ☐ Beste edozein iragarki bezalakoak dira.
- ☐ Ez dira oso nabarmenak izaten.

Esan zein den esaldi zuzena:

- ☐ Maddalen Marzolek hainbat gauza egiten ditu, eta batzuek ez daukate zerikusirik lurrinekin.
- ☐ Maddalen Marzolek ‘nitxo’ lurrinekin bakarrik egiten du lan.
- ☐ Maddalenen ‘nitxo’ ez diren lurrinak ere saltzen ditu.

Maddalen blog batean idazten hasi zen eta gero...

- ☐ Irratian kolaboratzen hasi zen.
- ☐ Donostian denda ireki zuen.
- ☐ Hainbat lan sortu zitzaizkion.

Nitxo lurrinak protesta hasi ziren.

- ☐ berriz
- ☐ gisa
- ☐ bidez

Zergatik hasi zen Maddalen lurrin komertzialekin lanean?

- ☐ Nahiago dituelako.
- ☐ Merkeagoak direlako.
- ☐ Ez zekiela ‘nitxo’ lurrinak existitzen zirenik.



Maddalenen ustez...

- ☐ Publizitatean diru gehiago gastatu beharko lukete ‘nitxo’ lurrinek.
- ☐ Zaila da, hedapenari begirata, ‘nitxo’ zein diren definitzea.
- ☐ Flasko sinpleegiak erabiltzen dituzte ‘nitxo’ lurrinek.

Perfumeekin zer gertatzen zaigu euskaldunoi?

- ☐ Ez dugu lurrinak erosteko ohiturarik.
- ☐ Usaimena kiratsa saihesteko organo bezala erabiltzen dugu.
- ☐ Ezagutzean, gehiago nahi izaten dugu beti.

Gizonezkoek lurrinak erabiltzen dituzte?

- ☐ Ia bezero gehienak gizonezkoak dira Maddalenen dendan eta beti lurrin bera erosten dute.
- ☐ Bai, baina askoz ere gutxiago dira.
- ☐ Beraien kabuz murgiltzen dira mundu honetan, eta asko bezero fidelak izaten dira.

“Jendea, ezagutzen dituenean, zaletu egiten da”. Zer esan nahi du zaletu hitzak?

- ☐ Afizioa sortzen zaiela.
- ☐ Gogaitu egiten dituztela.
- ☐ Lurrin mota hauek mendearen hartzen dituztela, engantxatu.

Zein lurrin aukeratu behar du bakoitzak?

- ☐ Arroparekin bat datorrena.
- ☐ Goxoena.
- ☐ Nahi duena, jolastea garrantzitsua baita

Eta zuk?

Jarri talde txikian eta komentatu puntu hauek:



- Zuek lurrinik erabiltzen duzue? Zein?
- Besteek erabiltzea gustatzen zaizue?
- Nolako lurrinak gustatzen zaizkizue?
- Usain ona edukitzeko beste zerbait erabiltzen duzue?
- Ba al duzue unainen bat zerbait gogorarazten dizuena?

Zuzenketa-orria

Ikusi bideoa

	LURRIN KOMERTZIALAK
Iragarkietan	(Iragarkietan aurrekontuaren % 97 gastatzen dute.)
Lurringilea	(Ez dakigu lurringilea zein den, etxearen izenari ematen zaio garrantzia.)
Hedapena	(Hedapena izugarria da, edozein lekutan aurki ditzakegu lurrin hauek.)

	'NITXO' LURRINAK
Iragarkietan	(Ez dute lurrinik iragartzen.)
Lurringilea	Lurringileari merezitako protagonismoa ematen diote.)
Hedapena	(Hedapena mugatua da.)

Irakurri testua

Nolakoak dira lurrin komertzialen iragarkiak?

- ✓ Iragarki hauek atentzioa ematen dute.

Esan zein den esaldi zuzena:

- ✓ Maddalen Marzolek **nitxo** lurrinekin bakarrik egiten du lan.

Maddalen blog batean idazten hasi zen eta gero...

- ✓ Hainbat lan sortu zitzaizkion.

'Nitxo' lurrinak protesta hasi ziren.

- ✓ gisa

Zergatik hasi zen Maddalen lurrin komertzialekin lanean?

- ✓ Ez zekielako **nitxo** lurrinak existitzen zirenik.

Maddalenen ustez...

- ✓ Zaila da, hedapenari begiratuta, **nitxo** zein diren definitzea.

Perfumeekin zer gertatzen zaigu euskaldunoi?

- ✓ Usaimena kiratsa saihesteko organo bezala erabiltzen dugu.

Gizonezkoek lurrinak erabiltzen dituzte?

- ✓ Beraien kabuz murgiltzen dira mundu honetan, eta asko bezero fidelak izaten dira.

“Jendea, ezagutzen dituenean, zaletu egiten da”. Zer esan nahi du zaletu hitzak?

- ✓ Afizioa sortzen zaiela.

Zein lurrin aukeratu behar du bakoitzak?

- ✓ Nahi duena, jolastea garrantzitsua baita.

Transkripzioa

Ikusi bideoa

1. Zer dira 'nitxo' lurrinak?

Hasi ziren protesta modu bezala, beste filosofia jakin batekin, ikusita etxe komertzialek nola gero eta joera gehiago zeukan diru guztia publizitatean gastatzeko. Hau da, pixka bat alde batera utzi zuten betiko lurringintza edo artisautza hori, ez? Eta etxe hauek hasi ziren sortzen, bada ez dakit, 70.(eko) hamarkadan jada aurkitu daitezke batzuk eta gero badaude batzuk oraindik klasikogoak direnak. Bai hasi ziren pixka bat gauzak lehenago bezala egin nahi horrekin: perfumegileari protagonismoa ematen, hau da, perfumegileak aukera izateko berak nahi duen artelana egiteko, ez? Eta perfumeetan etxe komertzialaren izena daukazu baina ez dakizu zeinek egin duen perfumea. Eta etxe hauek pixka bat hori erreibindikatzen dute, ez? Egilearen izena eta bueno, bere protagonismoa. Gero, ez dute publizitatean gastatzen, hau da, presupuesto guztia perfumea egitera dihoa (doa), orduan, osagaiak ere hobeak dira, eta gero bai, produkzioa txikiagoa den heinean, etxeak bertan nahi behar izan, nahi behar izaten du edo berak exijitu behar du ere bai distribuzio mugatuago bat, zainduago bat izatea.

2. Zergatik egiten duzu lan mota honetako lurrinekin?

Ni aurrena komertzialekin hasi nintzen eta komertzialen afizioa neukan. Eta egia da, momentu horretan igual ez dakizula beste mundu paralelo bat dagoela edo hortik haratago zerbait gehiago dagoela. Eta hasi nintzen Interneten eta horrela markak ezagutzen eta bai afizioa daukanarentzat eta bai perfumeak gustatzen zaizkionarentzat mota hau usaintzen hasten denean, jada komertzialek ez daukate zerikusiri(kan). Hau da usain kalitatean ez dago alderik(an). Nik beti esaten dut, eta gustatzen ez zaizkionarentza(ko) ere bai. Da ardoarekin bezala, ardoez ez dakigu baina bai dakigu ardo bat noiz dagoen ona eta noiz dagoen txarra. Noiz gustatzen zaigun eta noiz ez. Orduan perfume hauekin pixka bat hori nabaritzen da. Nik uste dut kalitatean salto majoa dagoela, prezioan hainbesterako ez dagoena, hau da, bai dira pixka bat garestiagoak, baina disfrutatzen duenarentza(ko) ba pentsatzea hoge euro gehiagotatik daukazula zerbait askoz ere bereziagoa eta gainera, mundu guztiak ez daukana, hau da zuk zure usain propioago bat daukazula, ba beste xarma bat dauka ez?

3. Zer desberdintasun dago lurrin komertzialen eta 'nitxo' lurrinen artean?

Ba berez, argiena esateko, daude hiru puntu: bat da publizitatea, hau da, perfume hauek ez dutela publizitatean dirurik(an) gastatzen. Eta datu bat emango dut, niriretza(ko) oso fuertea dena: komertzialek % 97 publizitatean gastatzen dute. Hau da, horrek esan nahi du % 3 bakarrik geratzen dela perfumea egiteko, lurringileari ordaintzeko, eta aparte, % 3 horretan ere bai behin perfumegile batek esaten zidan tapoiak berak gehiago balio izaten duela barruan dagoen lurrinak baino. Orduan, azkenean hauek dirua horretan ez gastatzean, fraskoak ere ia denak askoz ere sentziloagoak bezala dira eta hori, publizitatean ez dute eta hori da filosofiaren barne bezala. Gero, lurringilearen itxura, hau da, etxe askotan, lurringilearen beraren izena dago edo behintzat argi eta garbi, etxeentzako ohore bat da lurringile horrek etxe beraiekin lana egitea. Hau da, figura hori azaldu egiten dute eta daukan protagonismoa ematen zaio. Eta gero, hirugarrena da distribuzioarena. Hau da, hiru puntu horiek edukiko genituzke. Gero egia da, adibidez, batez ere, distribuzio kontuan norberak jartzen duela muga zer den 'nitxo' eta zer ez.