



LA REVOLUCIÓN "BIO" LLEGA A ANDALUCÍA

Del 22 al 24 de marzo 2019, por tercer año, se va a celebrar, en FIBES, BioCultura Sevilla, Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable.

Durante el año pasado los consumidores españoles gastaron cada día 5 millones de euros en alimentación ecológica.

En España somos el 4º mayor exportador mundial de productos ecológicos (895 millones de euros en 2017). Somos el 1er productor mundial de aceite de oliva ecológico y de vino ecológico y el 2º productor mundial de cítricos ecológicos y de legumbres ecológicas. En cereales, el 6º y el 7º en hortalizas. Somos el 10º productor de frutas ecológicas.

El mercado ecológico en España vive un muy buen momento. El trabajo apasionado de una minoría concienciada, durante tanto tiempo (desde los años 80), ha empezado a dar sus frutos. También porque cada vez más personas corroboran la relación que existe entre alimentación y salud o enfermedad. Gastar lo necesario en alimentarse bien es una buena inversión que puede hacerse desde la eco-nomía familiar... Detrás de la alimentación ecológica hay mucho más que una opción alimentaria: la lucha contra la crisis climática, el combate contra los grandes monopolios agroalimentarios, la guerra a los pesticidas que nos envenenan poco a poco...

LA REVOLUCIÓN "BIO" LLEGA A ANDALUCÍA Del 22 al 24 de marzo 2019, por tercer año, se va a celebrar, en FIBES, BioCultura Sevilla, Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable. BioCultura lleva celebrándose en Madrid desde hace 34 años, 25 en Barcelona, 6 en Valencia y 5 en Bilbao. La Asociación Vida Sana, entidad sin fines lucrativos es la responsable de la organización de este certamen sobre productos "bio", cuyos principales sectores son la alimentación ecológica, los productos para la higiene y la cosmética con ingredientes certificados, el textil orgánico, los eco-materiales, la ecología, el medio ambiente, y en definitiva todos los hábitos de estilo de vida saludables... BioCultura llega a Sevilla/Andalucía para hacer aumentar el consumo interno en este momento dulce para el sector "bio" en toda España. Porque el sector "bio" es en estos momentos el más pujante, dinámico y creativo de buena parte de la economía española y, especialmente, del sector agroalimentario. Mientras los sectores convencionales no acaban de salir de la crisis, la (eco)nomía representa futuro, esperanza y un reparto justo de la riqueza generada. Los grandes cambios en la mentalidad conllevan también grandes cambios en los hábitos de consumo. Cada vez hay más personas que prefieren otras formas de (eco)nomía, de producción... más conscientes, más responsables.

NACIONES UNIDAS

La concentración del sector agroalimentario y los intereses puramente mercantilistas han hecho mucho daño a la soberanía y a la seguridad alimentaria en las últimas décadas. La alimentación en manos de pocas grandes transnacionales trae problemas sanitarios, contaminación masiva, pérdida de biodiversidad, cambio climático, monopolios... El derecho a la alimentación no debería ser sólo un negocio, porque ese modelo solo genera hambre y enfermedad. Hace poco más de unas semanas, durante la celebración de BioCultura en Madrid, así lo expresó Hilal Elver, relatora especial para el Derecho a la Alimentación de Naciones Unidas: "La única opción para alimentar a la población mundial pasa por volver a técnicas agroecológicas". El futuro será agroecológico o no será.

UN SECTOR AL ALZA

Todo indica que el sector orgánico va a seguir creciendo en los próximos años. Los informes que han aparecido en los últimos meses, en torno al sector de la alimentación "bio", muestran que este mercado va a gozar de un crecimiento de dos dígitos anual. Todo ello mientras el sector agroalimentario convencional sigue estancado... a pesar de su grandilocuencia.

Durante el año pasado los consumidores españoles gastaron cada día 5 millones de euros en alimentación ecológica. El gasto anual per cápita se ha duplicado en cuatro años, y ahora son ya 42 euros por persona y año. Así, son ya 2 de cada 100 euros de nuestra cesta de la compra. Hemos entrado en el Top Ten del consumo mundial de productos orgánicos. Hasta ahora, éramos sólo productores.

También va cambiando el perfil de consumidor ecológico (hasta hace poco anclado en consumidor de entre 35-50 años); los millennials (consumidores con menos de 35 años) ganan terreno y son ya aproximadamente el 30% de los consumidores de productos ecológicos. Estos millennials cambian drásticamente sus hábitos de consumo hacia la ecología cuando se convierten en padres/madres, como indican todos los estudios.

La incorporación de líneas de productos ecológicos en grandes multinacionales alimentarias va a ser una constante en los próximos años. De hecho, los alimentos "bio" ya están, en mayor o menor medida, en muchas superficies de grandes superficies. Se habla ya de que en los próximos 10-15 años en Europa el consumidor sólo va a demandar fruta y verdura que sea ecológica. España exporta gran parte de su producción ecológica. Es la despensa "bio" de Europa. Pero también hay que decir que, cada vez más, una mayor parte de esa producción se consume en el propio país. Aumenta el consumo nacional y también de una forma muy local.

Dentro del sector, algunas tendencias sacan músculo. Queremos destacar el crecimiento de tendencias ovolactovegetarianas y veganas. Así como los superalimentos, los fermentados y los productos "sin" (sin lactosa, sin gluten, sin azúcares añadidos), habida cuenta de las alergias e intolerancias que han creado, en gran medida, las formas de producción industrializadas. Otro subsector que gana peso es el de la cosmética ecológica certificada y los productos de limpieza y de higiene "bio". Los productos convencionales provocan daños sanitarios y medioambientales de notable envergadura.

Están pasando muchas cosas en el sector. Muchos ahora han visto el mundo ecológico como un nuevo "nicho de mercado". Tiene que haber lugar para todos: tiendas especializadas, herbolarios, grandes superficies... Pero el que se duerme en los laureles sucumbirá. Aumenta la competencia y ya no valen las mismas técnicas que han servido hasta ahora.

TAMBIÉN "BIO" Y ONLINE

No tenemos datos de la cantidad de comercios online, pero lo que sí que es cierto es que la mayoría de comercios y empresas disponen ya de venta online. Todo el sector ecológico crece y no iba a ser menos el e-mercado ecológico. Los millennials se manejan bien por Internet y compran mucho en la red. Pero a diferencia de otros

sectores, en el mundo “bio” crecen también otras fórmulas como son las cooperativas de consumo, los mercados en las poblaciones de forma semanal, las ventas a pie de finca, el apadrinamiento de producciones, las ferias ecológicas...

LA POLÍTICA

Más buenos indicadores del buen momento del mundo “bio” en nuestro país. España es el 5º país con mayor número de industrias ecológicas en el mundo (7.813). Y seguimos creciendo. El valor de producción ecológica en origen se estima en unos 2.000 millones de euros. Somos, en consumo, como ya hemos dicho, el 10º mercado mundial de productos ecológicos. En este sentido, el cambio ha sido espectacular en muy poco tiempo. Somos el 4º mayor exportador mundial de productos ecológicos (895 millones de euros en 2017). Somos el 1er productor mundial de aceite de oliva ecológico y de vino ecológico y el 2º productor mundial de cítricos ecológicos y de legumbres ecológicas. En cereales, el 6º y el 7º en hortalizas. Somos el 10º productor de frutas ecológicas.

Las administraciones estatales, autonómicas, municipales... hasta ahora no han jugado el papel que deberían. Ya es hora de que vayan despertando si queremos que nuestro país dé un salto cualitativo y cuantitativo de forma más rápida y llegue a los niveles de Francia, Suiza, Alemania...Lo que pide el sector no son subvenciones a fondo perdido sino una política eficiente de apoyo a la producción ecológica con incentivos fiscales, la compra de alimentos ecológicos por parte de la Administración (compra pública: colegios, hospitales, etc.) y una decente campaña mediática que llegue a todos los estratos sociales...

“REFORESTACIÓN” RURAL

Por otra parte la producción ecológica es la gran oportunidad para volver a poblar nuestro medio rural. Se estima que ya son más de 2 millones de hectáreas en ecológico, lo que sigue situando a España en el primer puesto europeo y el 4º mundial. El sector genera ya más de 85.000 puestos de trabajo, y abona un tejido económico descentralizado.

Por otra parte, el relevo generacional tan imprescindible, para la continuidad de la producción agro-ganadera, delata que el 80% de los jóvenes agricultores que empiezan a trabajar a día de hoy lo hacen a través de la agricultura ecológica y además con una buena formación. Por otra parte, destaca el papel de la mujer empresaria, muy por encima de su papel en otros sectores de la economía.

ILUSIÓN

Sí, las grandes empresas y las grandes superficies han visto un nicho de mercado y se están introduciendo. Se veía venir. No tiene por qué ser negativo. Pero es complejo. Si se respetan las normas del juego que hasta ahora todos han respetado en el mundo ecológico, todos ganan. Si no, el mundo “bio” y su credibilidad sufren peligro. No es bueno para el sector el hecho de que estas grandes empresas quieran funcionar en el sector “bio” como funcionan en el sector convencional, donde no hay la misma ética, los mismos conceptos, que funcionan en nuestro sector. El sector “bio” y su expansión son la punta de lanza de todo un cambio de paradigma que afecta a todos los ámbitos de nuestra vida (energía, salud, urbanismo, transporte, productos de higiene y cosmética, textil, construcción...) y que ya no hay nadie que lo pare y que ya ha llegado a todos los rincones de la Tierra. Para que las grandes empresas no acaben corrompiéndolo, tenemos que ser astutos. Ni negar el proceso, ni dejarlo en sus manos. Hay que ser estrategas. Nosotros, desde Vida Sana y desde BioCultura, apostamos por el camino de en medio, la tercera vía. Se trata de reconocer que este proceso se está dando y apoyarlo. Ahora bien, con la astucia de tener a las grandes empresas en un diálogo constante para que entiendan que este sector es diferente y que

tiene unos códigos éticos que no pueden menospreciar. Podríamos tenerles lejos y dejarles funcionar a su manera pero, tarde y temprano, nos dejarían a un lado y lo corromperían todo. Es mucho mejor tenerles cerca, asesorarles, guiarles, y también vigilarles, llevarles a nuestro terreno. Diálogo, diálogo, diálogo. Que entiendan bien cómo funciona todo esto. Para que con ese proceso, que es imparable, todos salgamos beneficiados. Porque, realmente, el proceso nadie lo va a detener. Es mejor estar cerca. Hay lugar para todos: tiendas pequeñas, grandes superficies, súper ecológicos, cooperativas, ferias... Pero también hay que ser dinámico, creativo, y arriesgarse, no tener miedo, ser creativo, como los artistas... Hemos trabajado demasiado muchísimos años como para dejarlo todo ahora en manos de hombres/mujeres de negocio de traje y corbata.

Así están las cosas en nuestro país. Una velocidad de vértigo a la que debemos saber, por un lado, adaptarnos, y, por otro lado, conservar los principios que nos han traído hasta aquí.

*Fuente de la mayoría de datos: MAPAMA

Para más información y entrevistas:

Dpto. Prensa, Comunicación y RRSS

Beatrice Pieper

email: b.pieper@vidasana.org

[teléfono: 679 326 020 \(whatsapp y telegram\)](tel:679326020)