

**6 - 9
NOVIEMBRE
IFEMA**

VALORACIÓN BIOCULTURA MADRID 2025





LA FERIA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS MÁS GRANDE DE ESPAÑA

41ª Edición

Público y Profesional

Expositores: 412

Referencias de Productos: aprox. 20.000

Visitantes: 54.206

Periodistas acreditados: 278

Visitantes profesionales registrados: 1.802

INTERACCIONES PROFESIONALES: 312

Actividades paralelas: 285

La edición número 41 de BioCultura Madrid se ha saldado, del 6 al 9 de noviembre en Ifema, con un éxito total de público. Se han superado las expectativas: más de 54 mil visitantes. Salas llenas, expositores satisfechos, visitantes ilustres (la reina doña Letizia) y muchos profesionales entre los asistentes. Montse Escutia, la directora de la feria, ha señalado: “Estamos muy contentos con los resultados de esta nueva edición. La idea es seguir ahondando para llegar a cada vez más público y fortalecer el ámbito profesional del sector ecológico. BioCultura es un clásico del otoño madrileño y el público no se ha querido perder la feria”.



+400 EXPOSITORES

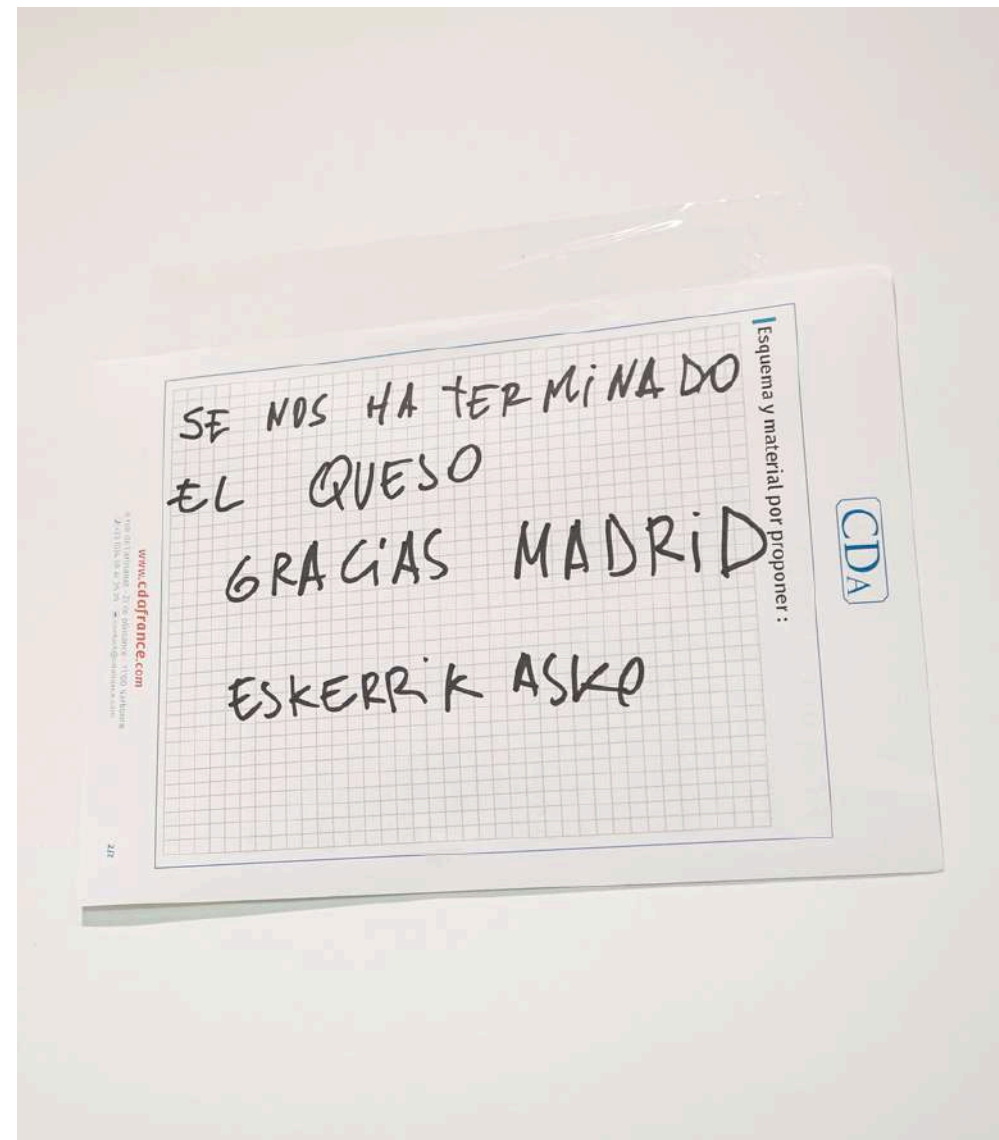
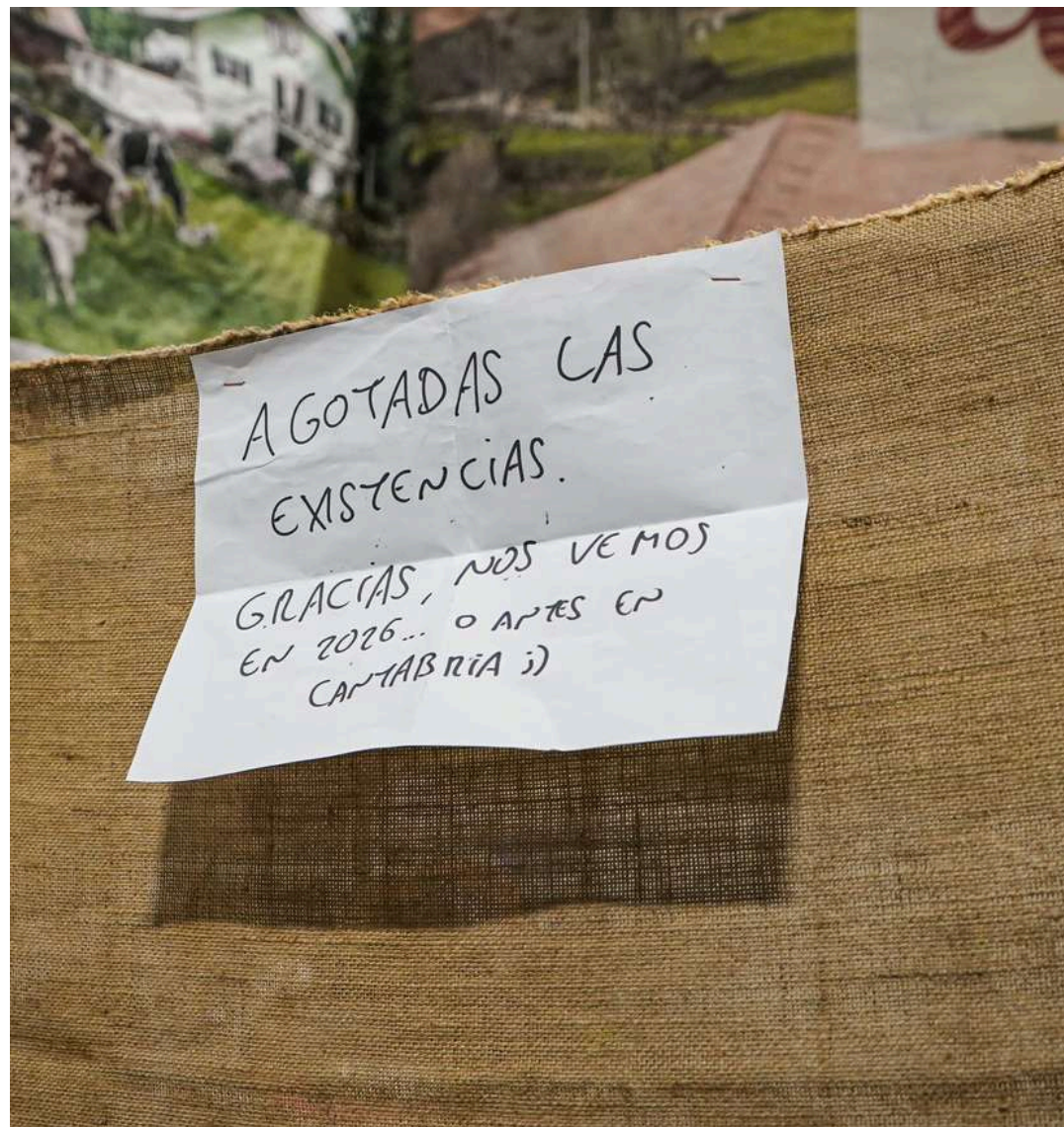


EMPRESAS SATISFECHAS

Los que lo vendieron todo.

Existencias agotadas

El jueves y el viernes, BioCultura Madrid 2025 tuvo una buena asistencia de público. Pero el sábado día 8 de noviembre... la asistencia a IFEMA volvió a recuperar los niveles de asistencia de antes de la pandemia. Tanto fue así que, a primera hora de la tarde, un día antes de cerrar puertas, algunos stands habían colgado el cartel de “Todo vendido”.





RECONOCIMIENTO A ÁNGELES PARRA

RELEVO EN LA PRESIDENCIA DE LA ASOC. VIDA SANA

La feria BioCultura Madrid 2025 sirvió de marco para múltiples reconocimientos y homenajes a Ángeles Parra con motivo de su jubilación. La histórica presidenta de la Asociación Vida Sana, entidad organizadora, cede el testigo a Montse Escutia, hasta ahora secretaria general y referente en el sector. Escutia asume la presidencia con el objetivo de dar continuidad al trabajo pionero de la entidad desde 1981 e impulsar un nuevo marco estratégico. Ángeles Parra, por su parte, continuará apoyando a la Asociación en esta nueva etapa.



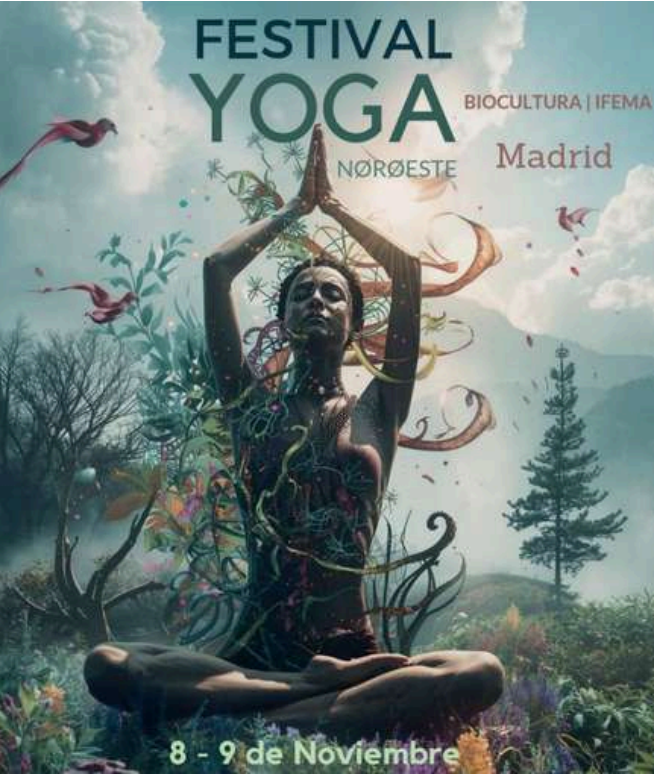
CASI 300 ACTIVIDADES



Casi 300 actividades y llenos absolutos

En la edición de BioCultura Madrid 2025 se programaron casi 300 actividades, muchas de las cuales registraron aforo completo. Otras contaron con una amplia participación, aunque sin llegar a llenar la capacidad máxima. La oferta fue diversa y diseñada para satisfacer intereses variados: desde profesionales del sector hasta ecoactivistas, pasando por personas interesadas en la bioconstrucción, la ecocosmética, la salud natural, el yoga, la alimentación vegetariana y vegana, así como niños, niñas y familias.





JUEVES 6 de Noviembre de 10:30 a 20:00 en BIOcultura MADRID

Encuentro de Profesionales del Sector de la Cosmética

ecoeStética belleza consciente

POENCIAS, NETWORKING Y MESA REDONDA en Sala Ag-8

10:30 Apertura del Encuentro: MONTSE ESCUTIA
10:45 Marketplace para la Cosmética Econatural, ¿una oportunidad o una amenaza? ISMAEL GONZALEZ
11:15 Cosmética Econatural en RRSS y la influencia o no de los Influencers: ISRAEL S. GONZALEZ
11:45 Coffee-Tea NETWORKING
12:30 Venta con propósito: talento en tiempo de incertidumbre. KATIA BOTELLA
13:00 MESA REDONDA: Más allá del producto: cómo posicionar la cosmética econatural en un mercado competitivo
13:30 Agradecimiento y espacio de compartir

TALLERES PARA PROFESIONALES en ShowroomEcoEstética
15:30 Cosmética natural sin trampas: cómo

MASTERCLASS 2025 CLUBBELLWORLD

DESCUBRE TODO TU POTENCIAL A TRAVÉS DE LOS CLUBBELLS

(DES)APRENDIENDO SALUD

INTENSIVO DE SALUD INTEGRATIVA

A group of seven people, four women and three men, are smiling and posing for a photo. They are dressed in casual to semi-formal attire.

SHOWROOM ECOESTÉTICA

DESCUBRE, APRENDE Y EXPERIMENTA LA COSMÉTICA ECOLÓGICA

IFEMA - Madrid BioCultura bio

7 y 8 de noviembre 2025 Jornadas EcoHabitar hábitat regenerativo

Biohabitabilidad y salud

LA HOGUERA PRESENCIAL

VIERNES 07/11 14:00HS

A group of five people are looking directly at the camera with expressions of surprise or shock. They are dressed in casual clothing.

¿EVIDENCIA CIENTÍFICA O QUIMIO-FOBIA?

MESA REDONDA CON EXPERTOS SOBRE TÓXICOS

A group of four people, two women and two men, are smiling and posing for a photo. They are dressed in professional attire.

mama terra

FESTIVAL ECOLÓGICO INFANTIL BioCultura Madrid 8 y 9 noviembre

DAVID vs JORGE

EL DILEMA ANIMAL

DEBATE ÉTICO SOBRE ALIMENTACIÓN BASADA EN VEGETALES (VEGANA) VERSUS DE ORIGEN ANIMAL (OMNÍVORA)

A man and a woman are in a boxing ring, facing each other. The man is wearing boxing gloves and the woman is wearing a boxing glove. They are both looking at each other with determination.

NICOLÁS OLEA VIRGINIA RUIPÉREZ MARÍA FUERTES

DOMINGO, 9 NOVIEMBRE 2025

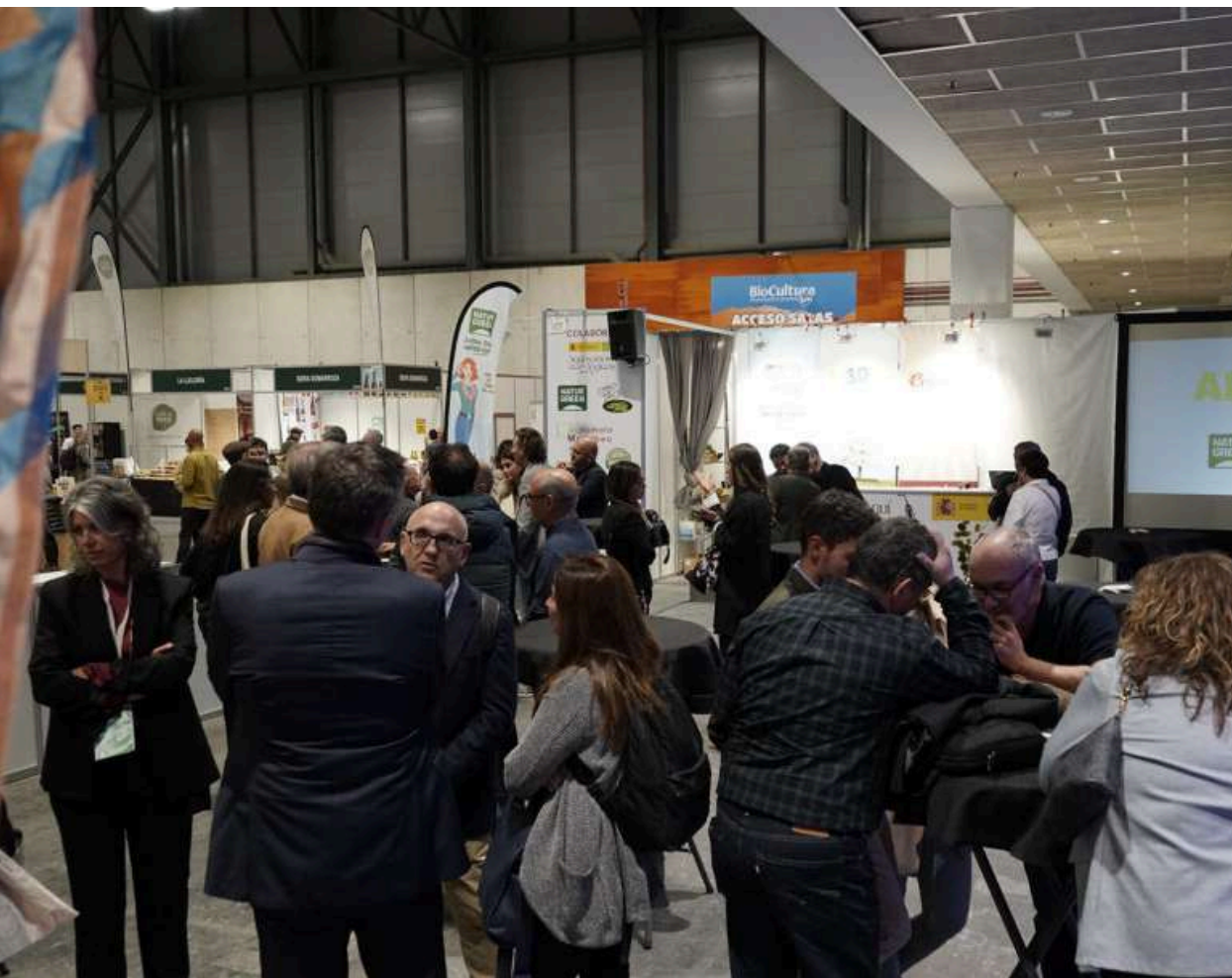


PROFESIONALES

ESPACIO EXCLUSIVO

Los visitantes profesionales registrados en BioCultura Madrid 2025 pudieron disfrutar de un espacio exclusivo para sus reuniones. Fue un espacio patrocinado por Biocop y NaturGreen, con la colaboración de 'Alimentos de España' Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Aquí somos ecológicos).





ALGUNAS CIFRAS

Las personas visitantes profesionales registradas en BioCultura Madrid 2025 fueron 1.802 (alimentación, 43'49%; salud, 21'80%; cosmética, 12'26%; otros, 22'45%). De esos casi 2 mil profesionales, el 41% eran hombres y un 59%, mujeres. Una vez más, se constata que en el sector profesional ecológico hay más mujeres que en el universo económico convencional y, además, estas profesionales están mejor ubicadas en las empresas que en otros sectores, en los que pocas mujeres tienen acceso a los cargos directivos y/o de toma de decisiones. Un 60% de esos profesionales asistieron a la feria en sábado y domingo. El 40% restante estuvieron en BioCultura el jueves y el viernes. En algunas ocasiones, repitieron varios días. En las reuniones Networking se registraron 312 interacciones B2B. En total, se llevaron a cabo 17 actividades profesionales entre las más de 300 actividades de BioCultura Madrid 2025.



CAMPAÑA

VÍA PÚBLICA

- Pegada masiva de carteles de escaparate y reparto de 26.000 flyers e invitaciones para jueves y viernes en estos barrios de Madrid: Salamanca, Chamberí, Chueca, Lavapiés, Carabanchel y La Latina

METRO

- Mupis y Jets durante dos semanas

ESTUDIO DE RADIO EN DIRECTO EN LA FERIA, CON 20 ENTREVISTAS A PERSONAS QUE EXPONEN Y PONENTES

AGENDA & MANTEL de papel reciclado. GatoNews: Gato News es una agenda cultural en formato mantel de mesa e impreso en papel 100% reciclado, que se distribuye en una cuidada selección de 50 locales (restaurantes y bares) del centro de Madrid con una tirada de 30.000 ejemplares.

COLABORACION CON VERITAS Y

HERBOLARIONAVARRO Banner en su web

Realización y emisión de 50 cuñas: 20 en Radio Inter, 20 en Sol Radio y 10 en Intereconomía.

Emisión en directo desde la feria de jueves a sábado, la programación de Sol radio, con entrevistas a los expositores.

Total 27

CAMPAÑA DE CAPTACIÓN

- 180.000 invitaciones 5.000 carteles en escaparates
- 6.000 guía de Actividades (distribución gratuita papel-Digital)
- Promoción reducción general en precio de entradas online
- Mail con código promocional 2x1 a 40 ONGs de Madrid
- Mailing a más de 400 entidades locales
- Sorteos diarios de cesta de productos bio valoradas en 200€
- Mailing a 13.000 profesionales locales y del área de penetración
- Promociones para grupos locales y escuelas
- Canal de venta anticipada de entradas ONLINE. Promoción ventaja descuentos
- Mailing a Federación de Asociaciones de Vecinos de Madrid
- Acuerdo departamentos varios del Ayuntamiento de Madrid: Web, 010...
- Campañas sorteo de entradas en portales, medios digitales, blogs,
- 1500 envíos por correo postal con carteles e invitaciones BioCultura en Madrid a: tiendas ecológicas, veganas, de cosmética, peluquerías, centros de estética y entidades de Madrid, 100 a establecimientos recomendados ,40 a restaurantes y 800 envíos a distribuidores.
- Empresa de reparto de cartelería 1.000 carteles+ invitaciones de jueves o viernes a tiendas del sector
- Invitación a Colegios profesionales como el colegio de agrónomos.
- Acuerdos de promoción con Bibliotecas públicas con reparto de invitaciones

CENA DE PRENSA


[ver ARTÍCULO](#)

El sector "bio" lanza un decálogo para protegerse del "greenwashing".

La cena de periodistas de BioCultura, que tradicionalmente se celebra antes del inicio de la feria, se ha consolidado como un evento de referencia para las profesionales de la comunicación especializadas en sostenibilidad y ecología de Madrid. En esta edición, la cita reunió a 90 personas asistentes, entre periodistas, organizadoras y organizadores de la feria, y otras profesionales del sector "bio".

El encuentro, celebrado el miércoles previo a la inauguración de BioCultura en el Ecocentro de Madrid, destacó por su alta convocatoria y por el ambiente de compromiso y reflexión crítica. Durante la velada, representantes del sector ecológico presentaron un decálogo de principios para combatir el greenwashing y promover la transparencia en el ámbito "bio". Con esta iniciativa, se busca denunciar prácticas engañosas y rechazar la proliferación de sellos agroalimentarios fraudulentos que pretenden asociarse a una sostenibilidad falsa.



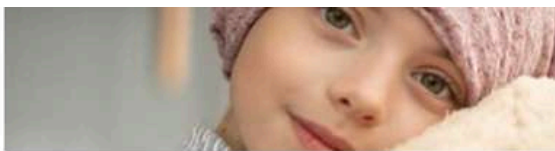
UNA FERIA MUY MEDIÁTICA

Los medios han vuelto a apostar por BioCultura y por la alimentación ecológica. Medios especializados, medios generalistas, radios, TV's, prensa local, prensa estatal, podcasts, etc. La lista de medios que se han prestado a difundir y promocionar BioCultura Madrid 2025 es interminable.

ver MEDIOS QUE HABLAN DE NOSOTROS



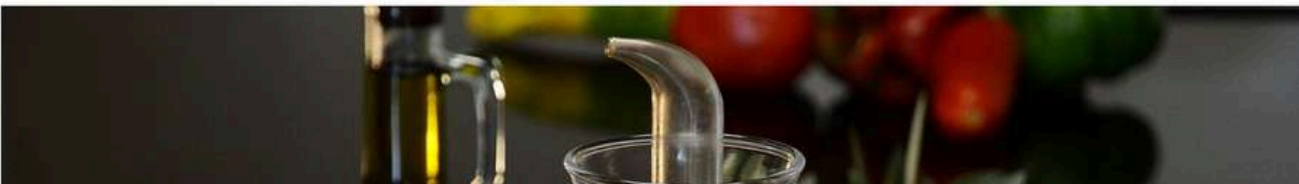
ecoticias.com
el periódico verde



INICIO SECCIONES CONTACTAR HOYECO ECO NEWS SUSCRÍBETE

BioCultura Madrid 2025: el aceite de oliva 'bio' mejor que nunca

by **Sandra M.G.** — 23 de septiembre de 2025 in Alimentos ecológicos



Cambios en Biocultura: nueva sede en Barcelona y en busca de un público más profesional en Madrid



ok green

¿Qué le depara 2025 al sector bio?

✓ Ángeles Parra, directora de BioCultura y presidenta de Vida Sana



MAMARAZIS
La vida sigue para Letizia





DIVULGADORES

Un número significativo de creadores de contenido, procedentes de diversos ámbitos dentro del universo global de BioCultura, destacó por su notable actividad durante la feria. Muchos de ellos comparten habitualmente contenido relacionado con la alimentación saludable, recetas orgánicas y alternativas libres de químicos en sus plataformas digitales. Su participación contribuyó a posicionar BioCultura como un espacio de encuentro para personas interesadas en la economía ecológica, los principios del comercio justo y el consumo de proximidad.

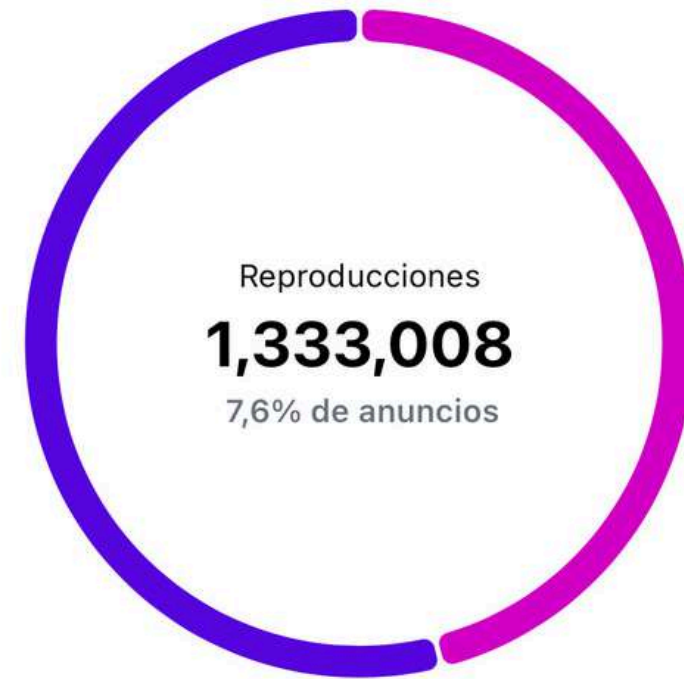
Gran parte de estos creadores colaboran activamente con iniciativas de agricultura regenerativa y promueven mensajes sobre los beneficios de optar por productos locales y de temporada. Otros, en cambio, se centran en difundir recetas saludables elaboradas con ingredientes orgánicos. En las redes sociales, la diversidad de contenidos vinculados a BioCultura refleja el amplio espectro de intereses y enfoques que convergen en el evento.

REDES SOCIALES

INSTAGRAM @biocultura 47,5 mil seguidores

- STORIES + FEED
- Promoción en posts.
- Creación de un countdown con las horas que faltan para el evento.
- Destacados: datos prácticos, entradas
- Cartel de BioCultura por días.
- Contenido de showcookings, talleres de cosmética, zona de movimiento y guía de actividades. Seguimiento de actividades, conferencias, expositores y ambiente.
- Imágenes de público, fotos de los mupis, banderolas y carteles.
- Seguimiento y colaboraciones con influencers.





Por mejor contenido

[Ver todo](#)



POSICIONAMIENTO MEDIOS BIOCULTURA



vidasana.org

9,8 mil/mes



biocultura.org

13,9 mil/mes



EcoMensajero Digital

51,8 mil



Biocultura

223 mil



@biocultura

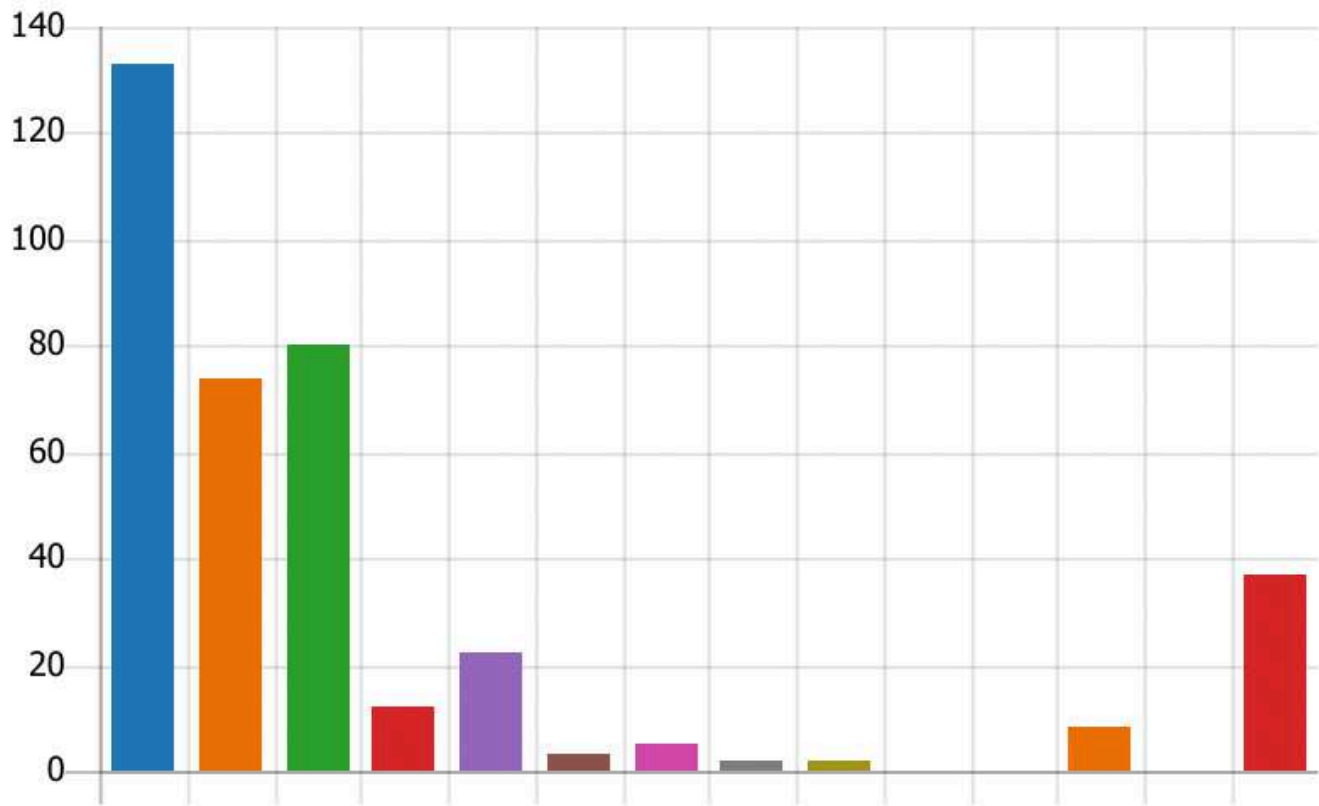
47,5 mil

ENCUESTAS A PERSONAS VISITANTES

- 97.9% de los visitantes realizaron compras, confirmando la feria como un evento de venta directa y alto impacto económico.
- 91.3% de los encuestados planea asistir el próximo año (con una valoración de 9.06 a expositores), indicando altísima fidelidad y satisfacción.
- El público adulto (31-60 años) con alto poder adquisitivo permaneció mayoritariamente más de 4 horas en la feria.
- El principal interés es "Conocer nuevos productos y expositores".

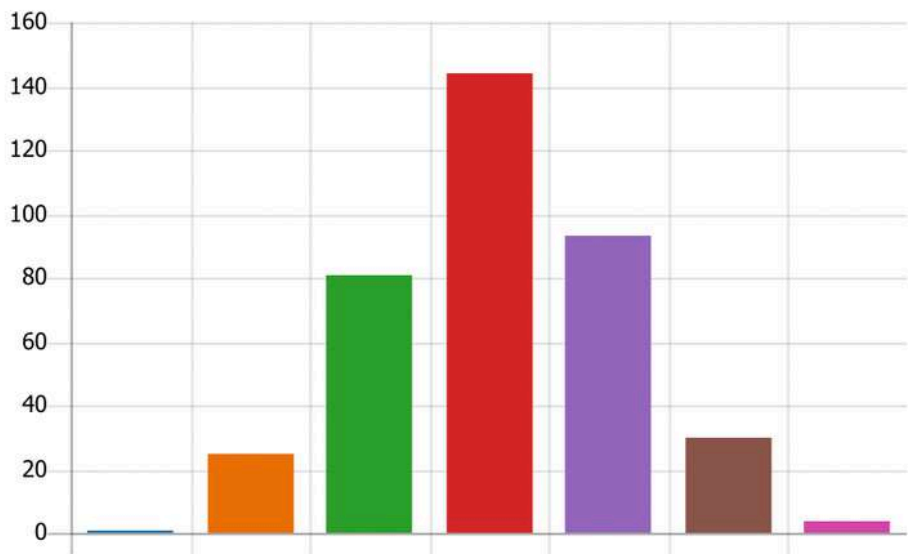
¿Cómo ha sabido que se realizaba BioCultura Madrid 2025?

- Redes Sociales
- Web de BioCultura
- Amistades o familiares
- Ecomensajero digital
- Tiendas ecológicas, herbolario...
- Publicidad de calle (banderola...
- TV - Radio
- Prensa escrita
- Prensa digital
- Manteles Gatonews
- Restaurantes que tenían invita...
- Un expositor de la feria
- Sobre de promoción correos
- Otros



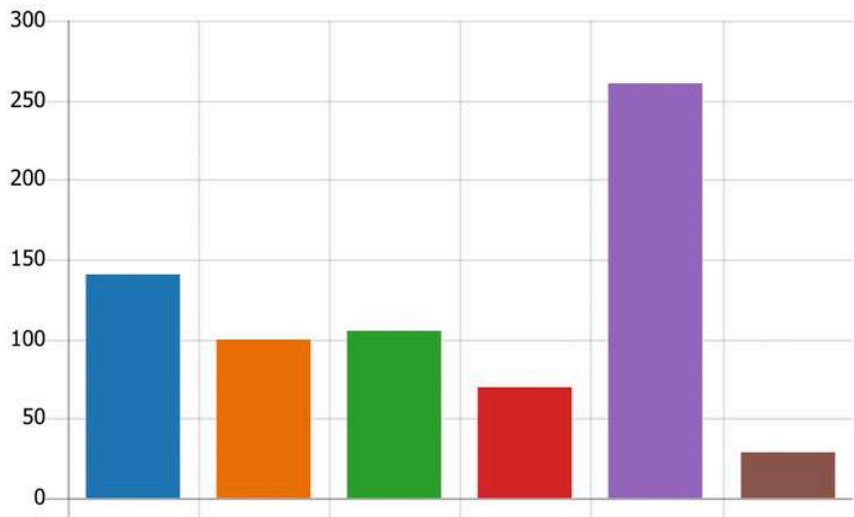
Edad:

- Entre 16 y 20 años
- Entre 21 y 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 60 años
- Entre 61 y 70 años
- 71 o más



¿Qué actividades son más de su interés?

- Showcookings
- Actividades profesionales
- Talleres de cosmética
- Debates en mesas redondas
- Jornadas de bienestar y salud
- Actividades reivindicativas o d...



- Destaca una audiencia mucho más joven que en otras ediciones, se podría deber al gran impacto en las redes sociales y al interés y difusión de algunas actividades pensadas para este tipo de público.

GRACIAS

No podríamos finalizar este informe sin un sincero y profundo agradecimiento a las empresas expositoras y a todas las personas que nos han visitado. Y por supuesto, al extraordinario equipo de producción y organización de BioCultura Madrid 2025.

Su compromiso, profesionalidad y dedicación incansable han sido la verdadera base del éxito de esta edición. Desde la logística más compleja hasta el detalle más pequeño, su trabajo ha garantizado que la experiencia fuera fluida y excepcional tanto para expositores, ponentes, como para los miles de visitantes.

¡Gracias por hacer de BioCultura no solo un evento, sino una experiencia memorable y referente en el sector ecológico! Con la vista puesta en la próxima edición, sabemos que con talento y perseverancia volveremos a superar todas las expectativas.

