BIOCULTURA MADRID 2023 CITA EN NOVIEMBRE DEL 2 AL 5 DE NOVIEMBRE/38 EDICIÓN

Este año BioCultura ha lanzado este lema: “Abre los ojos a lo ecológico”. Y con la celebración de la feria en Ifema-Madrid, pondrá la guinda a un año de celebraciones de BioCultura que no están dejando a nadie indiferente. La cita es el primer fin de semana de noviembre. Al borde de las 40 ediciones, BioCultura Madrid mostrará una vez más que lo “bio” no es/era una moda y que llegó para quedarse

La feria se celebrará del 2 al 5 de noviembre en el recinto Feria de Madrid-Ifema. Los sectores serán: Alimentación ecológica; Cosmética e higiene eco-natural certificada; Casa sana; Moda sostenible; Eco Estilo de vida; Salud y Bienestar, ONGs... Espera la participación de 400 expositores y superar los 50.000 visitantes. Paralelamente a la exposición se celebrarán más de 300 actividades, entre las que destacarán, en esta ocasión, las relacionadas con el ejercicio físico, que se reunirán en el concepto OragnicFit. Ángeles Parra, directora de la feria, ha comentado que “sería muy difícil resumir estos casi 40 años de ferias, activismo, rebeldía y concienciación social. Nunca hemos sido una moda. El tiempo nos ha dado la razón. El futuro será ecológico o no será”.

LOS QUE EXPONEN EN BIOCULTURA

Son muchas y variadas las consecuencias positivas que tiene el ser expositor de BioCultura. Tras encuestar a los expositores en diferentes ocasiones, estas son algunas de las conclusiones por las que vale la pena acudir a la feria como expositor según las propias empresas y sus departamentos comerciales…
-Por el networking y los encuentros con los técnicos y expertos que trabajan en los diferentes sectores y comparten sus conocimientos y criterios

-Las visitas de profesionales: propietarios de tiendas, supermercados, prescriptores… generan volumen importante de negocio

-El contacto y la venta directa que permite probar nuevas tendencias, testear la opinión y las preferencias del consumidor final

-Porque BioCultura está en el origen del movimiento “bio” y sigue siendo su referente principal. Ha sido, y sigue siendo, la plataforma de lanzamiento para nuevas empresas y emprendedores. En ella se dieron a conocer marcas importantes como Biocop, El Granero Integral, Natursoy, Vegetalia, Smileat … y hasta 700 empresas más.

LOS DATOS DE 2022

Con la pandemia ya en el olvido, los datos de la pasada edición de BioCultura Madrid fueron excelentes. Aquí un resumen:
-El 82'5% de los expositores manifestó su interés en volver a participar en la próxima edición.

-Los más de 48.700 asistentes supusieron un crecimiento del 42% respecto a la edición anterior.

-Las ventas en directo en la feria (productos y servicios) supusieron un importe superior a 6,5 Mill€.

-El carácter profesional siguió siendo muy relevante en la feria. BioCultura fue el principal punto de encuentro del sector "bio" para más de 2.860 profesionales multisectoriales y ello supuso un crecimiento del 83% respecto al año precedente.

-El 98,3% de los visitantes encuestados manifestó que volverá a visitar la feria en 2023, lo que confirma dos cosas: por un lado, se mantiene el gran interés en BioCultura; y, por otro lado, se consolida la vuelta a la normalidad de las principales ferias de consumo ecológico y responsable.

EL SECTOR "BIO" ESPAÑOL

A pesar de que la alta inflación ha traído una cierta ralentización al sector ecológico español en 2022, el sector sigue creciendo. Quizás no a la velocidad de otros años, pero sigue ampliando sus propias fronteras. Los datos siguen siendo más positivos en el sector ecológico en comparación con otros sectores, más afectados por el alza inflacionista y la inestable coyuntura internacional. Estos datos de 2022 siguen mostrando la vitalidad del universo "bio":

-La superficie destinada a la producción ecológica sigue creciendo y ya alcanza las 2.635.442 hectáreas, y sitúa la superficie agraria útil (SAU) en el 10,79%

-62.300 actividades profesionales relacionadas, lo que supone un incremento del 41,7% en los últimos cinco años

-El mercado total de productos ecológicos superó los 2.856 millones de euros (décimo mercado más importante de productos ecológicos, en una lista encabezada por EE.UU., Alemania, Francia y China). Supone un gasto de 60€/per cápita.

CONSUMO INTERNO

Para Ángeles Parra, "el consumo interno de alimentos ecológicos, y de los sectores afines (la cosmética ecocertificada, el textil sostenible, etc.), sigue siendo la asignatura pendiente de España. Producimos muchos alimentos ecológicos, pero la mayoría siguen exportándose. Y, aunque hemos alcanzado nuevas metas en los últimos dos años al respecto, todavía nos queda mucho camino por recorrer. De hecho, una de las principales virtudes de ferias como BioCultura es acrecentar el comercio local de alimentos ecológicos. Esto beneficia al medio ambiente, a la salud de los consumidores, enfría el clima, da vida a los pueblos y protege la eco-nomía local. El hecho de que quede mucha senda por caminar… también puede leerse como una buena noticia. El sector ecológico en España no ha tocado techo. Seguiremos creciendo".
â€Š

TODA LA INFO

www.biocultura.org