



## RUEDA DE PRENSA BIOCULTURA BARCELONA 2026 - LO PEQUEÑO ES GRANDE

### Una crónica de la rueda de prensa en Terra Veritas BCN

Este miércoles se ha celebrado la rueda de prensa de BioCultura BCN 2026 (del 7 al 10 de mayo). Ha sido en Terra Veritas de la Ciudad Condal. Abundante presencia de periodistas. Han hablado Montse Escutia (directora de BioCultura), Alba Marín (Cosmètics Giura), Meritxell Roman (Hortec) y Eduard Rovira del Cluster de Muntanya. La sesión se cerró con un exquisito brunch ecológico y regalo de alimentos “bio” para todos los asistentes, por cortesía de Biocop.

La 32ª edición BioCultura BCN espera en La Farga de L’Hospitalet unos 25 mil visitantes. Se han programado más de 250 actividades paralelas. Más de 200 empresas expositoras ya tienen reservado su espacio. El público tendrá acceso a casi 20 mil referencias de productos ecológicos de alimentación, cosmética econatural, textil sostenible, casa sana, salud natural, etc.

Abrió la rueda de prensa Sophie Pagnon, directora de Comunicación, Marketing e Impacto de Veritas, anfitriona del acto. Señaló que “el gran reto actual para el sector ecológico está en la promoción. Somos productores, pero hay que elevar el consumo interno. Nos queda mucho por recorrer para llegar a las cifras de nuestros países vecinos. Aquí, BioCultura tiene mucho que decir. Hay que hacer llegar las virtudes del alimento ecológico al mayor número de personas posible”.

### POR QUÉ ES IMPORTANTE DAR APOYO A LA PRODUCCIÓN “BIO” Y LOCAL

Montse Escutia, directora de BioCultura, señaló que “este año el lema promocional de la feria está basado en la idea de que la agricultura ecológica es verdadera, no engaña”. Y añadió: “El sector ecológico no pasa por su mejor momento. Hay más volumen de negocio por la inflación que ha afectado a la alimentación, pero se vende menos. Creemos que se debe, entre otras cosas, a la confusión que genera en el consumidor la abundancia de etiquetajes falsamente sostenibles que existe en el mercado. Hay un estancamiento en el consumo. Tenemos que ser capaces de que la población conozca las ventajas del alimento orgánico. En este sentido, BioCultura sigue siendo una feria muy necesaria”. Fue el inicio de una mesa redonda titulada “¿Por qué es importante, más que nunca, apoyar a la producción local y ecológica?”. Antes de dar paso a los invitados, Escutia hizo hincapié en la apuesta de BioCultura “por la agroecología y la certificación de la eurohoja. Necesitamos alimentos de calidad, locales y ecológicos, en un camino hacia una sociedad rica en valores, justicia, igualdad, armonía... La alimentación industrial tiene mucho que ver con las mayores tasas de enfermedades que nos acechan por todas partes: cáncer, alergias, diabetes, obesidad, etc.”.

## COSMÈTICS GIURA Y HORTEC

Por su parte, Alba Marín, de Cosmètics Giura, señaló que “nosotros apostamos por el producto ecológico y lo más local posible. Tenemos ya 90 referencias. Y el 90% de nuestras materias primas proceden de cultivos propios”. Alba Marín también criticó el “greenwashing” que practican tantas grandes compañías. Marín afirmó que “hay que potenciar una información fidedigna y verificable. La certificación ecológica aporta credibilidad y seguridad para el consumidor en un momento en que todo el mundo se anuncia como verde, pero no lo son”. Por último, Marín insistió en la necesidad de primar el comercio local para beneficiar al territorio en todos los sentidos: ambientales, económicos etc.”. Meritxell Roman, de Hortec, una cooperativa agraria ecológica, añadió que “tenemos 30 socios de todo el territorio catalán. Tenemos que defender el territorio con agroecología certificada y un comercio relocalizado y transparente. Si no lo hacemos nosotros, ¿quién lo hará?”. Y continuó: “Vendemos en circuitos cortos por toda Catalunya. Es nuestra quintaesencia. No sólo defendemos el comercio de proximidad en lo que atañe a las distancias, sino también en la proximidad social. Es decir, productores y productoras que tengan la misma idiosincrasia que nosotros”. Eduard Rovira, del Clúster de Muntanya, dijo que “el clúster es una entidad que trabaja para mejorar la calidad competitiva de sus socios. En el territorio montañoso, los productores suelen ser más pequeños que en los valles, por diferentes motivos. Es muy importante la promoción. Por eso asistimos a BioCultura. Trabajamos con restaurantes para llevar los productos al consumidor final. Ahora mismo, el mayor problema para el sector ecológico es la pérdida de poder adquisitivo por una gran parte de la ciudadanía”.

## CIERRE Y REGALOS

Tras la rueda de prensa, periodistas y organizadores disfrutaron de un exquisito “brunch” orgánico preparado por el equipo de Veritas. Todos los asistentes al acto se llevaron a casa una bolsa de regalo de productos ecológicos por cortesía de Biocop. No pocos y pocas optaron por la opción vegetariana. Otros y otras fueron más transversales porque había opciones para todos los gustos y prioridades alimentarias, siempre en ecológico, claro. Muy buen ambiente y caras conocidas. Al cerrar el acto, a todo el mundo le quedó muy claro que la opción de la agroecología local ya no es una opción, sino una necesidad urgente en un mundo cada vez más convulso, contaminado, bélico, incierto y, con el cambio climático que ya ha llegado para quedarse, enfriar el clima con cultivos y ganadería ecológicas es una manera muy eficiente contribuir a ese mundo resiliente y digno que anhelamos todos para las generaciones venideras.

Toda la información aquí: [www.biocultura.org/barcelona](http://www.biocultura.org/barcelona)