

BIOCULTURA

“LA PRIMERA VEZ” EN VALENCIA

Las novelas y las películas, así como la sabiduría popular, se esfuerzan en repetir que el primer amor nunca se olvida. La “primera vez” queda grabada a fuego en la memoria. Tal vez ocurra lo mismo con esta primera edición de BioCultura en Valencia. Pero eso sólo lo dirá el tiempo.

El tiempo... ese gran antólogo. Hoy, vemos una cosa que es espectacular y que, sin embargo, no dejará ninguna secuela en nosotros. Y, a veces, pasa lo contrario. Una actividad a la que no le dimos demasiada importancia... acaba convirtiéndose en algo definitivo en nuestras vidas. Ángeles Parra, directora de BioCultura, señala: “La primera vez que hicimos BioCultura Madrid, hace ahora 25 años, nos tuvimos que inventar hasta los expositores, porque prácticamente no existía nada. Si alguien producía manzanas y peras ecológicas, nos inventábamos dos stands para él y así inflábamos el sector. Hoy, después de todo este cuarto de siglo, las cosas han cambiado mucho. El sector de la agricultura ecológica es una realidad consolidada en nuestro país. Y, por otro lado, al mismo tiempo, no deja de ser cierto que, realmente, quedan muchas cosas por hacer. Por eso, cuando ha sido posible, hemos creado BioCultura Valencia, porque el sector ‘bio’ todavía tiene pendiente su gran revolución en todo el estado español. Tal vez, llegará un momento en que BioCultura no sea necesaria. Ojalá...”.

CONSUMO INTERNO

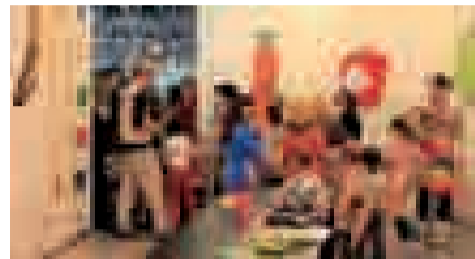
A pesar de que España se ha convertido, sobre todo gracias a la producción andaluza, en el estado europeo que capitanea el ránking de la producción agroecológica, nuestro talón de Aquiles sigue siendo el consumo interno. Para Ángeles Parra, “es muy relevante cualquier iniciativa que tenga por objetivo promocionar

el consumo interno de los alimentos ecológicos y darlos a conocer entre la ciudadanía, ya que todavía hay mucho desconocimiento. Nuestra intención es esta...: que BioCultura sea una plataforma para los campesinos, los elaboradores, las asociaciones de consumo... y todos aquellos que defiendan un tipo de vida y de producción en armonía con la Naturaleza. El elemento protagonista en BioCultura es la agricultura y la alimentación ecológica, pero no es el único. Cualquier forma de producción o de servicio que tiene el visto bueno de nuestro comité de selección representa una forma de hacer que nos devuelve a una sostenibilidad genuina y verdadera, no como la que defienden la mayoría de poderes económico-políticos, de uno y otro lado, una sostenibilidad de conveniencia y de cartón-piedra”.



MAMATERRA

Mamaterra, el Festival Ecológico de la Infancia, también llega a Valencia de la mano de BioCultura para que, según la citada Ángeles Parra, “los niños conozcan de cerca una forma sana, sabrosa, nutritiva y sostenible de alimentarse. En estos momentos en que la epidemia de obesidad se está cebando en España, el país europeo con una mayor obesidad infantil, creemos que se trata de una tarea muy relevante. Si no lo hace quien tendría que hacerlo, pues lo hacemos nosotros. Ellos serán, además, los niños... los consumidores del futuro, los que decidan qué tipo de consumo quieren llevar a cabo, un consumo depredador de recursos, o uno armónico y sustentable”. Mamaterra, entre juegos y canciones, entre talleres de cocina “bio” y sesiones de huerto ecológico, acerca al niño a un mundo armónico con la Naturaleza y también a sus padres, ya que, en muchas ocasiones, según muestran las estadísticas, la ecología entra en muchas casas a través de los más pequeños.



A PESAR DE LA CRISIS

Para Pedro Burruezo, músico y redactor jefe de The Ecologist en su versión para España, así como miembro del colectivo EcoActivistas y asesor de BioCultura, “la crisis es una buena oportunidad para replantearnos si hemos hecho las cosas bien hasta ahora. Y parece que lo estábamos haciendo mal, muy mal... Si queremos tener una buena economía, debemos ser prudentes, optar por formas de relocalización económica, aumentar el consumo de nuestros propios productos, huir del cuento de la lechera... El PIB no puede ser el único referente como indicador económico. Otros referentes son más importantes: los recursos ecológicos, el bienestar de los ciudadanos, la salud medioambiental y de la población... Eso es lo que viene haciendo BioCultura desde el principio, pensar más en los recursos y en la gente que en las cifras económicas... Y lo hemos hecho así incluso a pesar de los más críticos, sin asesores en Harvard ni lujosas campañas de mercadotecnia. Ahora, algunos economistas señalan que la venta directa entre productor y consumidor es una salida a algunos de los problemas actuales en medio ambiente, sociedad y economía. Pues eso es lo que ha venido haciendo BioCultura desde hace 25 años, ni más ni menos”. Burruezo sentencia: “Claro que en Valencia ya hay mucha gente que vive en estas coordenadas. Y BioCultura puede tener que decirle poco a ellos. Pero sí que las actividades de estos colectivos, sean comerciales o sociales, pueden tomar BioCultura como una plataforma para llegar a todo ese público que, dubitativo aún, todavía no se ha decidido a plantearse un cambio absoluto en su vida en cuanto a alimentación, medicina, economía... Y, en definitiva, de lo que se trata es de eso, de ampliar el número de personas que viven el mundo ‘bio’, no de seguir convenciéndonos a nosotros mismos”.

LA INFORMACIÓN NECESARIA

TOMA NOTA

Feria Valencia. Pabellón 8
 Fechas: del 5 al 7 de marzo. De 10 a 20 h.
 Precio entrada: 3 euros con acceso a todas las charlas y conciertos.
 Más de 100 actividades paralelas
 Y para los más pequeños: Mamaterra, Festival Ecológico de la Infancia, con más de 40 propuestas para aprender divirtiéndose.
 Expositores: 190 directos (de los cuales 84 son del sector de producción ecológica certificada)

Sectores:

Alimentación ecológica
 Productos de Higiene y Cosmética certificada
 Ropa y calzado
 Medio ambiente
 Bioconstrucción
 Energías renovables
 Terapias complementarias
 Editoriales
 Música
 ONGs

ALGUNAS CITAS IMPORTANTES

CRÉATE UNA AGENDA

www.biocultura.org

Estas son sólo algunas sugerencias:

- Festival de cine BioCultura (todos los días, 8 películas de estreno o pre-estreno)
- Jornada de arquitectura, geobiología, bioconstrucción y feng shui (sábado todo el día)
- Dinero y conciencia: la banca ética (viernes, 18 h)
- Espacio de terapias en directo y programa de charlas sobre diferentes técnicas (todos los días)
- Cultivos y alimentos transgénicos (sábado, 16 h.)
- La agricultura ecológica hoy (domingo, 12 h.)
- ¿Comes poco y engordas mucho? (domingo, 17 h)
- L'horta de València y revalorización de sus productos (domingo, 17 h.)
- Concierto: Burruezo & Bohemia Camerata + Wafir S. Gibril: “Multaq”, la Música de las Tres Culturas (sábado 19 h.)





BIOCOP

ALIMENTO QUE CURA

Nosotros sabemos lo que comemos ¿Y tú?



COOPERATIVAS DE CONSUMO Y ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES UN ÉXITO PRESENTE EN LOS MEDIOS

Las cooperativas de consumo y las asociaciones de consumidores siguen creciendo. Especialmente, en comunidades como la valenciana, la catalana, la andaluza, donde abundan las ciudades grandes y donde la población mantiene la tradición vanguardista heredada de grupos anarquistas y naturistas del siglo pasado. El fenómeno es que ahora las cooperativas aparecen muy a menudo en los medios convencionales.

No sabemos si ha sido la crisis lo que ha motivado el que muchos medios de información convencionales tiendan su mirada hacia las cooperativas de consumo ecológico y afines. Tal vez. El caso es que no dejamos de ver, cada vez más, referencias y reportajes a nuevas formas de consumo en programas de TV muy convencionales y en medios "serios". El miércoles 20 de enero, por ejemplo, en el programa "Comando de actualidad" (La 1), se abordó el tema de los intermediarios en el encarecimiento de los productos alimentarios. El mismo programa presentó alternativas como las cooperativas de consumo y la venta de proximidad, poniendo el ejemplo de un campesino ecológico de Alboraya (Valencia), Vicent Martí, al que acuden en busca de frutas y verduras los clientes a su propia huerta. Esto hubiera sido impensable hace sólo dos o tres años. Al menos, el verlo en La 1, muy convencional en prácticamente todo.

ALIMENTOS ECOLÓGICOS

Las cooperativas giran en torno a varios ejes, de los cuales la agricultura ecológica y local es el protagonista. Las fórmulas de las cooperativas y las asociaciones son variadas y "cada maestrillo tiene su librillo". En algunas, todos son socios "iguales" y se reparten las tareas. En otras, hay personas "liberadas" con un sueldo que se encargan del perfecto funcionamiento de la entidad. Lo importante es que cada vez más medios convencionales y personas han dejado de ver las cooperativas como algo "de leyenda urbana" y los colectivos de consumo se presentan ya como una alternativa fiable a los muchos fiascos de la economía global. En la Comunitat Valenciana, La Llavoreta, Aiguacleara, Arrels, El Lledoner... son referencia.

EL LLEDONER

Pero las cooperativas y las asociaciones de consumidores no son algo tan nuevo. El Lledoner, en Castellón, lleva funcionando 12 años. Francisco Conejero es su presidente. Conejero señala: "Las cooperativas no son tan nuevas. La nuestra tiene 12 años. Antes de la República ya existían de consumidores y de productores. La nuestra aúna a los dos colectivos. Al principio, se apuntaba mucha gente creyendo que podrían sacar dinero. Pero las cooperativas son para gente militante y luchadora que cree en que hay que trabajar por la tierra, la salud, el aire, las aguas... No es para ganar dinero. No es de extrañar que los medios se decanten por esta forma de



Foto: E.V.

A pesar de la crisis, las cooperativas y asociaciones de consumo siguen creciendo en todo el estado

consumo, ya que aquí hay mucho corazón, y los medios quieren tocar la parte sensible de sus audiencias".

SOBERANÍA ALIMENTARIA

Las cooperativas de consumo buscan para sus usuarios alimentos ecológicos, de proximidad, frescos y no perecederos, justos. Se trata de disminuir los intermediarios y de que cada actor del juego tenga un precio justo, tanto el que compra como el que vende. Se promueve un comercio de confianza y de justicia medioambiental y económica. Se prefieren los alimentos de temporada por varias razones. Se huye de lo industrial. Se vuelve a la escala humana. Las cooperativas de consumo son una bofetada en la cara de un sistema que quiere concentrar las decisiones agroalimentarias en cada vez menos manos. Las asociaciones de consumidores, algo paralelo a las cooperativas, son un símbolo para la resistencia y la soberanía alimentaria. Eso lo tienen muy claro en La Llavoreta, una asociación histórica en Valencia capital (www.lallavoreta.com).

LA LLAVORETA, 16 AÑOS

Son ya unos 1.000 socios y organizan todo tipo de actos, desde talleres a conferencias pasando por cursos y afines. Los que acuden habitualmente, unas 400 familias, una cantidad nada despreciable. Llevan 16 años en la resistencia alimentaria y "empezamos sirviéndonos de productos frescos y ahora tenemos de todo: cereales, envasados, lácteos, etc". Para Covadonga Cerezo, su secretaria, "la cosa va a más, pero lentamente. Unos por probar, otros por salud, otros por conciencia medioambiental, otros por moda... cada vez somos más. Ahora lo que se mueve fuerte en Valencia es que campesinos como Vicent

UN FENÓMENO NACIONAL TAMBIÉN EN MADRID, BARCELONA, SEVILLA...

Javier Pérez, miembro de la cooperativa de producción ecológica de verdura Ecosecha, asegura que cada vez son más los que se decantan por este tipo de alimentación de temporada, local y ecológica. Esta cooperativa distribuye 293 cestas de productos en 42 grupos de consumo en Madrid, y los pedidos no dejan de aumentar. "Ahora con la crisis crecemos más despacio, pero no hemos parado de crecer", comenta. Todo esto lo ha publicado recientemente *El Mundo* en su edición madrileña. ¿Por qué los medios convencionales se lanzan a investigar sobre las cooperativas de consumo? Porque detrás de ellas hay una realidad social que ya no se puede ocultar.

Martí y Silvestre Carceller, en L'Horta Nord, la más emblemática, están vendiendo directamente a los consumidores con mucho éxito, en su propia finca". Y sigue: "Valoramos muy positivamente que BioCultura llegue a Valencia, aunque un abuso de ferias puede saturar. Pero, sí, es positivo, a pesar del esfuerzo. Tienen que pasar cosas. Lo importante, como ha ocurrido con BioCultura Madrid o Barcelona, no es llegar a los del sector, que ya nos conocemos, sino abrir puertas para que venga la gente que no nos conoce. En este

sentido tenemos que trabajar todos juntos para que el sector se abra cada vez a más gente, porque eso es bueno para todos. En Valencia, mover a la gente no es fácil, pero hay que dar nuevos impulsos, crear nuevas estrategias, no nos podemos quedar parados a que cambien las cosas. Crear un buen programa de actividades es trascendente para atraer a gente nueva, a gente joven, a gente que quiere saber...".

P. Bolaño



Foto: E.V.

Las cooperativas son alternativas al consumo convencional, que crea desequilibrios de todo tipo

COOPERATIVA AIGUACLARA UN COMPROMISO TOTAL

Victoria Balerdi, socia voluntaria de la Cooperativa AiguaClara (Alberic), dice: "Los medios de comunicación convencionales se interesan cada vez más por las cooperativas porque son una de las alternativas a esta situación de crisis". En cuanto al futuro: "Nos tendríamos que alegrar porque el 'bio' esté de moda, pero sabiendo que para producir cultivos biológicos se necesitan muchos años de abnegado trabajo, respaldados por firmes convicciones y una coherencia de vida, nos tememos que esta moda pase dejando un lastre de malas praxis que podría confundir al consumidor y favorecer a los detractores del cultivo biológico. Pero, con conocimiento de causa, tenemos muchas esperanzas por su futuro. El auge de nuestros grupos de consumo, que comparten nuestros objetivos, nos permite estas perspectivas alentadoras". ¿Hay que hacer hincapié en el consumo interno y local? "Es la base de nuestro compromiso: para una recuperación de la soberanía alimentaria, una educación para un consumo responsable y una economía sostenible, la búsqueda de un equilibrio en la comercialización, y la creación de lazos de confianza entre productores y consumidores".

ENTREVISTA A JOSÉ ANTONIO RICO, PRESIDENTE DEL CAECV

“A LA COMUNITAT VALENCIANA LA DISTINGUE LA VARIEDAD QUE TENEMOS EN PRODUCCIÓN ECOLÓGICA”

José Antonio Rico, presidente del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV), el comité certificador de la comunidad autónoma, lleva ya unos cuantos años en el “tajo” de la agricultura ecológica. Con él charló Toni Cuesta y repasaron juntos las características que le son propias a la agricultura “bio” y a todo el sector en el área valenciana.

No todas las comunidades autónomas son iguales con respecto a su producción “bio”. El clima, la orografía, las tradiciones culturales, las características del suelo... Todo determina el tipo de producción agroecológica y las características intrínsecas del sector “bio” en cada área. Sin duda, es la capacidad de producir muy diversos productos la capacidad más remarcable de la Comunitat Valenciana. Además, el sector “bio” en el área es muy dinámico y generador de expectativas.

-La Comunitat Valenciana es una autonomía muy privilegiada en el aspecto agrícola. ¿Sabe valorar el consumidor autóctono los productos biológicos locales?

-Es evidente que la Comunidad Valenciana (CV) goza de verdaderos privilegios agronómicos que permiten el cultivo y desarrollo de producciones muy variadas teniendo algunas de ellas características muy concretas que permitan un producto final exclusivo. Si además el modelo productivo utilizado es el de la producción ecológica (PE), nos encontramos con un producto de verdadero valor. A pesar de estar todo a favor, la realidad es que el consumidor de la CV apenas recibe información sobre los mismos. Desde el CAECV valoramos cualquier iniciativa en promoción y colaboramos con las OPAS, asociaciones de consumidores y otras entidades implicadas, como SEAE, colegios y el mundo de la restauración, que muestra ya interés por nuestros productos.

-¿Cuáles son los productos ecológicos que más funcionan dentro y fuera de Valencia?

-En la CV debemos distinguir dos tipos de agricultura, la del interior, de secano generalmente y con clima limitante cuyo rendimiento final es mínimo si lo hubiere y donde es necesaria su diferenciación en el mercado teniendo las ayudas un carácter muy importante, y el resto, de regadío, con condiciones de ser competitivos y donde la reconversión merma seriamente en algunos casos las producciones dejando las ayudas como un complemento necesario. Con este escenario, los cultivos que más



Foto: CAECV

José Antonio Rico cree que el área valenciana necesita un gran plan de promoción de los alimentos ecológicos

han evolucionado en superficie son los frutos secos, vid y olivo, en el interior, y los cítricos, frutales y hortalizas en el resto de la CV.

LA VENTA DIRECTA

-Cada vez más productores de cítricos venden directamente sus productos al resto de España. ¿Es una buena forma de sobrevivir?

-Cualquier modelo de venta que permita vivir dignamente a un productor es de agradecer. Vivimos en una sociedad en constantes cambios y el productor ecológico sabe que tiene que actuar para optimizar su trabajo y lo hace desde la seguridad de ofrecer un producto de máxima calidad a un precio justo.

-¿Qué le falta a Valencia para que despegue el consumo interno?

-La CV necesita un gran proyecto de promoción genérica de la PE que ayude a sensibilizar al consumidor final de las bondades de consumir alimentos ecológicos preferentemente de su propia comunidad y las implicaciones que ello conlleva. En este proyecto los productores y empresas han de asumir el compromiso de estar cerca del consumidor en el abastecimiento de los mismos.

EQUILIBRIOS EN LA HORTA

-¿Qué equilibrios tienen que hacer ustedes en la lucha por la horta valenciana siendo parte de la Administración?

-Desde el CAECV somos conscientes de la importancia de la horta de Valencia como referente de la agricultura valenciana y su protección y desarrollo deben formar parte de cualquier proyecto agrario. Hemos de encajar a los actores más implicados en aquellas actividades que resulten de interés. Resulta difícil porque todo cuesta dinero, pero también es agradable porque la gente es muy profesional y saben que la paciencia en este caso da resultados. Ahora, desde el CAECV estamos constituyendo una fundación que nos va a permitir estar a todos participando desde una misma entidad.

-¿Cuál es la relación de sinergias creativas con los payeses, las cooperativas, los elaboradores...?

-Desde el área de promoción del CAECV valoramos y aceptamos cuando es posible cualquier sugerencia de los operadores y estamos constantemente en contacto con ellos porque entra dentro de nuestras funciones y porque deseamos que nuestra relación sea en todo momento positiva y efectiva. Atendemos toda demanda sobre cursos, charlas, encuentros, etc. Y nos hacemos eco de todo esto a través de nuestros cauces habituales, como son el boletín trimestral, la asamblea anual, etc.

¿QUÉ DISTINGUE A LA CV?

-Andalucía es la comunidad que cuenta con más producción. Catalunya es vanguardia en el consumo. ¿Qué distingue a Valencia?

-Dadas nuestras características, creo que en la CV podemos destacar por un lado la gran variedad de producciones. Nos encontramos ejemplos como la horchata de chufa, arroz y un marcado carácter ganadero en Castellón... hasta los derivados lácteos, especias, productos desecados, galletas, y cualquier tipo de dulces, entre otros. Y, por otro lado, la gran cantidad de empresas que se dedican a la manipulación y/o envasado de PE. Somos la tercera comunidad de España en número de empresas inscritas pero posiblemente las primera en variedad de alimentos ecológicos.

-En que medida los medios de comunicación locales se “mojan” a la hora de difundir las bondades de los alimentos ecológicos?

-Los medios de comunicación locales no atienden suficientemente a nuestro sector qui-

BIOCULTURA Y EL CONSUMO INTERNO

“LA FERIA TIENE MUCHO QUE DECIR EN ESTE ASPECTO”

-BioCultura, desde sus comienzos, ha hecho mucho por el consumo interno allí donde se ha llevado a cabo, Madrid y BCN. ¿Creen que puede ser un impulso importante para mejorar el consumo “bio” en el área valenciana?

-Sin lugar a dudas. La CV dispone de condiciones para que el consumo sea muy importante. Pero la información es un pilar imprescindible y aquí BioCultura tiene mucho que decir y que hacer. Sabemos que es cuestión de tiempo y estoy convencido de que la feria va a ser un éxito por la calidad y el buen hacer de sus profesionales y espero que ello permita un mayor y mejor crecimiento del consumo ecológico en nuestra comunidad.

zás porque nuestro mensaje es en positivo o tal vez porque en números no somos tan importantes y esto no siempre interesa, aunque he de reconocer que los medios de comunicación profesional lo hacen muy bien.

Toni Cuesta

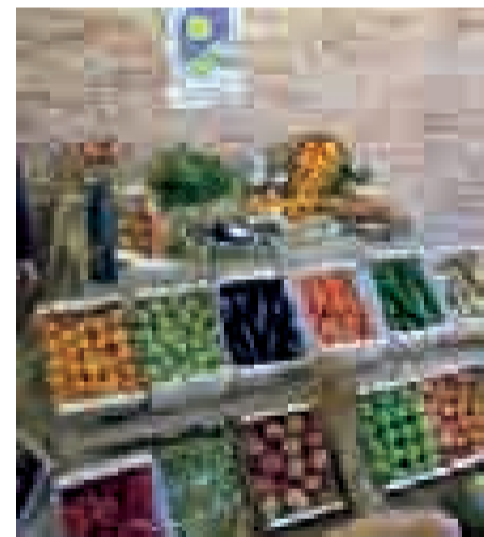


Foto: CAECV

La producción valenciana ofrece una variedad que es todo un “lujo” y que la diferencia de otras comunidades autónomas

Consuma Productos Ecológicos de la Comunitat Valenciana

Productos Ecológicos con aval CAECV es la mejor garantía



CAECV, COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
Asociación de Fomento y Certificación de la Producción Ecológica de la Comunitat Valenciana

www.caecv.org

Asociación de Fomento y Certificación de la Producción Ecológica de la Comunitat Valenciana

Tel: 963377666 Fax: 963377666



LA MOVIDA 'BIO' EN VALENCIA

No los hemos podido entrevistar a todos, pero algunos de los más importantes protagonistas del movimiento "bio" en Valencia están en estas páginas. Toma nota.

ECORGANIC

www.ecorganic.org
Avenida Blasco Ibáñez, 66
Valencia

"En Ecorganic no vendemos productos transgénicos, ni procedentes de países con pena de muerte, ni testados con animales. Sólo vendemos productos biológicos", sentencia Diego, trabajador del establecimiento. Y concluye: "En Ecorganic vivimos lo que vendemos".

RESTAURANTE MIOBIO

<http://www.miobio.es/>
Campus de la Politécnica
Valencia

"Nuestra filosofía es sencilla: volvemos a descubrir las viejas tradiciones a través de recetas de la abuela y productos naturales y de temporada cocinados con mucho amor", cuenta Emanuela con alegría. Situados en la Politécnica, cada vez son más los universitarios que se sienten interesados por Miobio.

BIOMENU

Calle Navas, 17
Alicante

"Me cuesta sostener el producto biológico, sobre todo por los precios desorbitados de la distribución. Hace 9 años que funcionamos pero necesitamos que se normalice el sector, como ya ha pasado en otros países europeos", se queja Olga, responsable del restaurante.

HERBORISTERÍA NAVARRO

www.terraverda.com
C/. Arzobispo Mayor, 20
Sede Valencia

Herboristería Navarro, con 12 establecimientos en la Comunidad Valenciana, es el mayor referente de la venta de producción biológica en su comunidad. "Creemos que la gente necesita variedad, igual que en el supermercado, además de un servicio profesional detrás del mostrador", explica Navarro, presidente a su vez de la Fundación José Navarro

VENUS ALBIR

www.venusalbir.com
Pl. Venus, 7
03581-Albir-Alfaz del Pi

El establecimiento presume de ser el primer y único bio-aparthotel y bio-restaurante ecológico certificado de España. En la Costa Blanca, ahí es ná. Superadas todas las auditorías y controles de calidad biológica, la Asociación BIOHOTELS (Cadena Austríaca de Bio Hoteles) a través del organismo de control Ecológico CAE-CV (Comité de Agricultura Ecológica-Comunidad Valenciana), certificó al Apartahotel Venus Albir, como el primer Bio Hotel de España. Sus responsables aclaran: "Nuestro aparthotel es respetuoso con el medio ambiente, ya que la mayoría de los materiales utilizados para su construcción son biológicos (aislamientos de corcho natural bajo los pavimentos, suelos de mármol, pinturas ecológicas, mobiliario de madera noble, etc.), lo que repercute positivamente en la salud del ser humano, según estudios geobiológicos; convirtiéndolo en un lugar ideal para el descanso". Por si fuera poco, dispone de una instalación de colectores solares para el agua caliente sanitaria, así como de un depósito de recogida de aguas pluviales para el riego de las plantas. En el restaurante, todo orgánico. Un ejemplo para toda la hotelería española desde Alicante. Bio Aparthotel Venus Albir está en Alicante porque, según sus responsables, "es un lugar privilegiado entre mar y montaña donde se encuentra el parque natural Sierra Helada, de alto valor ecológico, y una playa que cuenta con el distintivo de bandera azul, donde también tenemos alrededor de 14 idiomas". ¿Qué le sobra y qué le falta al mundo "bio" en la Comunitat Valenciana? "Le falta información sobre las ventajas de la buena alimentación y también sobre el medio ambiente, en lo que se refiere a insecticidas que se usan sin mirar el perjuicio que hacen a las plantas, pájaros, salud humana, etc."

TOT ECOLÒGIC

Guzman, 26. Tfno. 964 69 16 42
La Vall d'Uixó

Teresa, al frente de esta ecotienda, señala que "hay que promocionar, y mucho, el consumo interno. Es lo que falla, en general, en todo el sector, no sólo en el área valenciana. Productos hay mucho, no tanto en fresco, pero lo que falla es que la gente se decida a comprarlos y que la Administración haga una apuesta clara".

TERAPIAS

Valencia se desintoxica...

"El que quisiera tener salud en el cuerpo, procure tenerla en el alma". Ya durante el siglo XVI, en España, Francisco de Quevedo citó esta máxima. Hoy en día, después de cuatro siglos todavía hay muchos que ni le escuchan a él ni a todas las tradiciones y estudios científicos que aseguran que cuidar de la salud holística es el remedio para las enfermedades humanas.

Sin embargo, ante el desengaño de la desacreditada industria farmacéutica o la falta de respuestas de la medicina convencional, son cada vez más las personas que recurren a la medicina tradicional o a terapias alternativas, ya sean corporales, energéticas, de movimiento o psicológicas. Y Valencia no es una excepción. Algunos de los mejores terapeutas de la ciudad nos explican su trabajo.

Catalina Ortuño, naturópata (c/ Jorge Juan, 32.), está especializada, sobre todo, en nutrición. "Yo acompaño a personas a mejorar su salud a través de la alimentación ecológica, porque son alimentos más energéticos y dejan descansar más al hígado", explica Catalina. También se acompaña de shiatsu y reflexología.

El **centro Anona** (Avda. Guillén de Castro, 65. Telf. 617372532), codirigido por Pepe Riquelme y Marieta Atalina, ofrece varias terapias entre las que se encuentran bioresonancia, homeopatía a través de antroposofía y homeopagoría y arteterapia. Según Riquelme, "todas las medicinas tradicionales se basan en las dinámicas de los seres vivos, no en el enfoque patológico"; y apunta: "La antroposofía se constituye a través de cuatro miem-

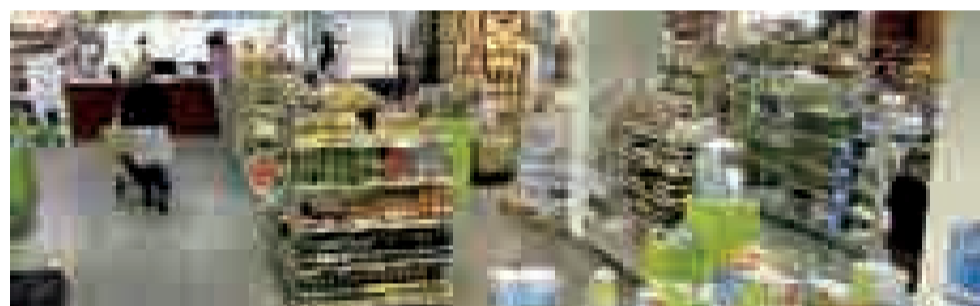
bros: el físico, el etérico, el astral y el mental. La disfunción se produce cuando se desajustan".

Carlos Ginestar es terapeuta de shiatsu japonés y tiene consultas en Valencia (c/ Franco Tormo, 9) y en Denia (Alicante). Ahora mismo está tratando a la mediáticamente conocida "mujer burbuja", enferma de Sensibilidad Química Múltiple. "Mi base es desbloquear las energías a través de los meridianos", sintetiza el terapeuta.

H.



Las terapias complementarias son una realidad cada vez más habitual en Valencia, un sector que cuenta con grandes expertos en la salud y el bienestar



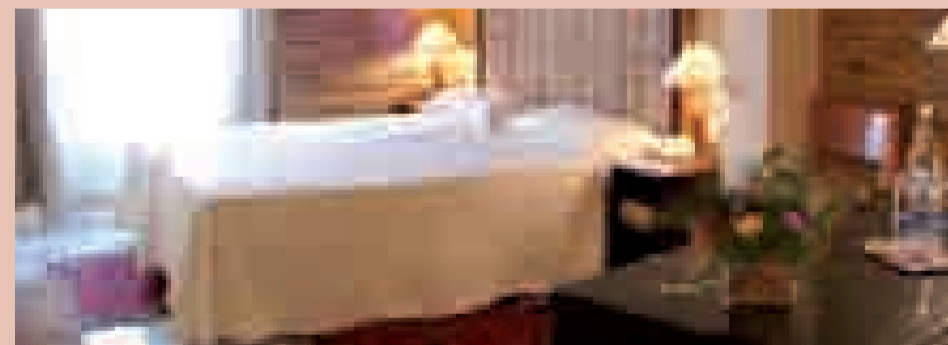
En Valencia desde hace tiempo se pueden comprar alimentos ecológicos en todas sus gamas, variedad y llenar la cesta de la compra

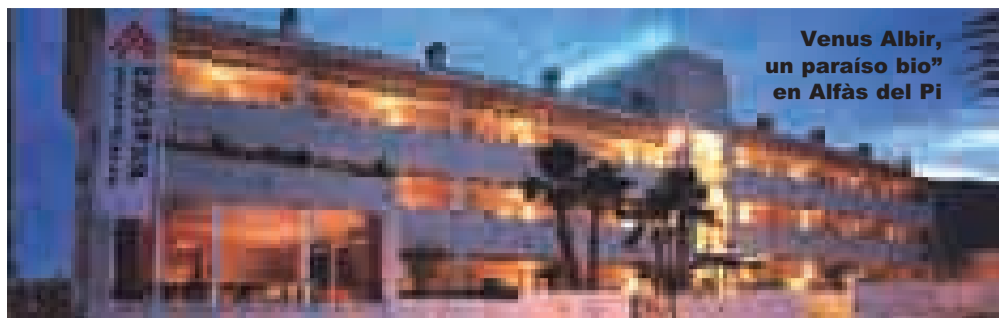
Foto: EcoArchivo

HOTEL AD HOC MONUMENTAL

C/ Boix, 4
46003 Valencia
Teléfono reservas restaurante 963 919 091
www.adhochoteles.com

Una de las prioridades de los responsables de los establecimientos Ad Hoc es el apartado gastronómico. A destacar un desayuno "buffet", donde disfrutar de naranjas recién exprimidas y cereales ecológicos de Herboristería Navarro. El restaurante Ad Hoc, situado en los bajos del edificio, con tan sólo diez mesas... ofrece una sugerente carta basada en una moderna cocina de mercado... Destacamos sus guarniciones realizadas con verduras. También reseñamos la carne de ternera y los huevos de procedencia ecológica.





BIOMEDITERRÁNEA

www.biomediterranea.com
Ctra. CV. 952. Km. 9,5 - Orihuela
Alicante

Manuela nos abre el corazón para revelar-nos que en su tienda ecológica "encontrarás los mejores productos para una buena alimentación y belleza". Se pueden hacer pedidos *online* o por teléfono.

CENTRE UMA

Walt Disney, 9 Oliva
uma-univers@uma-univers.com
www.uma-univers.com

El Centre UMA es un espacio para el encuentro, con uno mismo y con los demás. Abierto hace más de catorce años, acoge diversas disciplinas y servicios (masaje, reflexología, reiki, sauna, satsang, alimentación natural, Chi Kung, Kung Fu infantil y adultos, y Tai Chi) encaminadas al acondicionamiento y mantenimiento global de la persona. Además de formar profesionales dentro de estos campos, y no menos importante, es el hecho de contar con una escuela de trabajo interior que dispone de un programa que se adapta a cualquier condición o situación personal, desarrollando la experiencia de la belleza, la sabiduría y el amor. Tienen sus propios métodos de masajes, relajación... También disponen de tienda propia con productos "bio".

BIOALACANT

www.bioalacant.org
C/ Agamenón, 28
Partida de Fontcalent

Con 200 socios, Vicente y M^a Ángeles indican que tienen "productores de toda España". También ofrecen cursos, talleres, actividades infantiles, etc.

ESCUELA DE SALUD LOS MADROÑOS

www.casadereposo.com
Oropesa del Mar (Castellón)
902 199 741

La Escuela de Salud Los Madroños es mucho más que un lugar para el turismo rural y/o similares. Es el lugar idóneo para encontrar paz. Fundada por militantes irrenunciables de la agricultura ecológica y la ecología profunda, Julio y su familia, Los Madroños propone desde Castellón una forma de entender la vida que significa volver a lo interior y a la belleza de la conexión con la magia de la vida: desde la consciencia, desde la ecología profunda. Reencontrarse con la energía vital, con la Naturaleza y sus misterios, el programa de talleres y cursos es amplio y emblemático.

Iara Houghton

UN "XIC" DE HISTORIA DESDE PRINCIPIOS DE LOS 80

La Comunitat Valenciana empieza a vivir la agricultura ecológica a principios de los ochenta. Gracias a agricultores vinculados a la Asociación Terra Viva (Alboraya), en colaboración con Vida Sana –relacionada con la formación de productores y con los avales ecológicos–, arrancan los primeros impulsos para la movida "bio" valenciana. En la actualidad, gracias a esta iniciativa, los primeros militantes continúan dando caña. A ellos se han unido otros movimientos que continúan con las mismas ganas de propulsar el cambio, que se hace cada vez más urgente e imprescindible. Las herboristerías apostaron al principio por el universo ecológico. El caso de P. Navarro es emblemático.



Una de las primeras herboristerías de P. Navarro



ENTREVISTA A PATRICIA RESTREPO "EL MOVIMIENTO 'BIO' EN VALENCIA ESTÁ EN UN MOMENTO DE GERMINACIÓN"

El Instituto de Macrobiótica, situado en c/ San Vicente Mártir, 71, es una referencia importante en Valencia. Lo dirige Patricia Restrepo, quién además tiene una consulta "para personas que quieren redireccionar su alimentación". Según la experta, "los alimentos ahora están desvitalizados, abundan lácteos y químicos; tenemos que recuperar la alimentación tradicional, la que se practicaba hace aproximadamente unos 300 años". Patricia también es una de las responsables de Kimpira, un restaurante emblemático del sector "bio" valenciano.

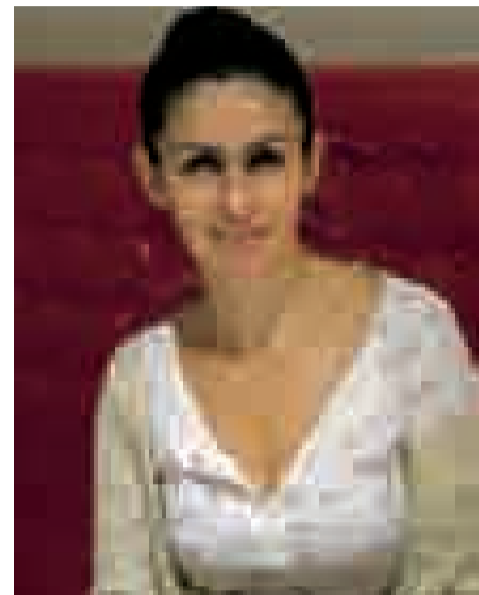


Foto: EcoArchivo

Patricia Restrepo es una buscadora incansable y una militante incansable del mundo "bio"

-¿En qué momento crees que se encuentra la "movida 'bio'" en Valencia?

-Está en un proceso de germinación de semillas que se llevan plantando desde hace algunos años, pero se necesita ampliar la conciencia social para que lo "bio" no sea lo extraordinario, sino lo imprescindible.

-¿Ha habido cambios en la clientela en los últimos años de Kimpira?

-Sí, se ha ampliado a personas que entraron un día por curiosidad y, después de haberse gratificado con los sabores, descubrieron que mejoraban su salud y tenían más energía. Ahora son clientes asiduos y valoran la comida orgánica.

-¿Por qué te introdujiste en este mundo?

-Porque siempre he sido una buscadora y "conciencia" fue la respuesta a esa búsqueda; y, una vez eres consciente de cómo el alimento te modifica, no hay posibilidad de hacerlo de otra forma.

-En Kimpira, presumís también de servir alimentos "locales". Ahí está buena parte de la clave para un cambio de paradigma... económico, espiritual, ecológico...

-Sí, claro. Por un lado la naturaleza ha calculado el sustento para cada especie en relación con su hábitat. Y por otro lado, en estos momentos de alerta ambiental, cuanto menos energía innecesaria utilizemos para transportar el alimento, menos impacto para el planeta.

-¿Qué crees que tiene que pasar para que el consumo de alimentos biológicos sea mayor en nuestro país?

-Creo que ya están pasando cosas a un nivel, un ejemplo de ello es un restaurante como Kimpira, que tiene una apuesta arriesgada con productos locales y "bio" compitiendo a precios de mercado, teniendo en cuenta la di-

ferencia de costes entre "bio" y no "bio". A otro nivel, se necesitan soportes de apoyo económico para garantizar la subsistencia de pequeños agricultores que son el primer eslabón de la cadena; de esta forma la demanda se ampliaría con la normalización de precios. Y por otra parte, una campaña educativa para que el ciudadano esté informado y conozca realmente cómo impactan en su cuerpo los productos que no son "bio".

-Zapatero habla mucho de "brotes verdes", pero ¿sabe lo que son? ¿Por qué ninguna administración ni estatal ni autonómica ha apoyado hasta ahora firmemente al sector "bio"?

-Porque son estructuras difíciles de desmontar, y, desde mi opinión, sólo cuando nuestros dirigentes cambien sus estructuras personales, sus hábitos de consumo, y experimenten la diferencia... podrán entender la importancia y repercusión social de los productos "bio" en la cesta de la compra familiar. "Si te fijas, todas las personas que hacen fila en los supermercados convencionales, hacen fila después en la seguridad social".

-¿Cómo ves el futuro del sector?

-Está afianzándose y creciendo, pero espero que deje de ser "el sector" y se convierta en lo que fue en un pasado no muy lejano: la realidad habitual.

Maite Clarà

BREVE HISTORIA DE KIMPIRA NACER, COMPARTIR, SOÑAR...

"Kimpira nace del placer de compartir una cocina sana y a su vez deliberadamente exquisita y gourmet. Este proceso comenzó a través de unas cenas temáticas abiertas al público en casa, en un ambiente lúdico, festivo y cultural. La demanda se extendió al punto que viajábamos con nuestra comida a centros de yoga, cafés y bares. En su metamorfosis, Kimpira abre al público en una sexta planta, un comedor de cocina abierta y ambiente familiar. La barrera arquitectónica y la necesidad de generar un escenario agradable que llegara a todo tipo de personas y eliminara un montón de prejuicios con respecto a restaurantes vegetarianos y ecológicos... propició su evolución hacia nuestro bello restaurante de la calle Juristas", dice Restrepo.

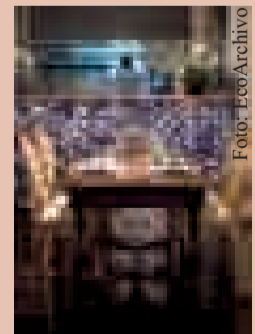


Foto: EcoArchivo

Kimpira, toda una referencia del universo ecológico en Valencia

Instituto Macrobiótico
Información: 963 52 46 75
C/ San Vicente Mártir, 71 pta 5 46007 Valencia
movimientoalimento@hotmail.com - www.patriciarestrepo.org

Kimpira, Juristas, 12 - 96 392 34 22

LLUNA MORISCA UNA CERVEZA “BIO” AROMATIZADA

A la gente de Bodega Artesana ya los conocíamos de la última BioCultura Madrid. Pero en BioCultura Valencia, pues juegan en casa (tienen sus instalaciones en Agullent, Vall d’Albaida), hemos tenido tiempo de entablar conversación con ellos. Bodega Artesana elaboran cervezas y vinos ecológicos de gran calidad organoléptica y nutricional. María Vicente y David Seguí son sus responsables. La cerveza Lluna Morisca, una cerveza aromatizada, se presenta oficialmente en la edición valenciana de BioCultura.

Son dos luchadores y dos apasionados del mundo de la agricultura y alimentación ecológicas. En su web, www.bodegaartesana.com, señalan: “Bodega Artesana es la sección de la cooperativa Articultura de la Terra, encargada de la elaboración y distribución de diversos tipos de cerveza ecológica, que se presentan bajo el nombre de Lluna; y de vino, llamado Cavall Bernat. Estos productos están dirigidos tanto a los asociados de la cooperativa como al público en general”.

PEQUEÑA HISTORIA

-¿Cuándo formásteis Bodega Artesana?
-Somos una cooperativa de trabajo asociado que inició la actividad en mayo de 2007, aunque la sección Bodega Artesana, dedicada a la elaboración artesana de cerveza y vino ecológicos, comenzó a finales de 2008.

-¿Qué acogida ha tenido vuestra cerveza en el sector “bio”?

-Ha tenido una acogida magnífica para los tres tipos de cerveza, porque cada Lluna pa-



Foto: EcoArchivo



Foto: EcoArchivo

Lluna, Lluna Bruna y Lluna Negra, las primeras tres cervezas elaboradas por Bodega Artesana

rece encajar con tres paladares diferentes y complementarios. Estamos muy contentos porque además gusta mucho a los amantes de la cerveza en general.

PIONEROS EN VALENCIA

-¿Sois la única cerveza “bio” de Valencia? ¿Qué otras cervezas certificadas hay en España?

-Somos pioneros en la Comunidad Valenciana. Junto con nuestras cervezas, Lluna, Lluna Bruna, Lluna Negra y Lluna Morisca, cerveza especial macerada con aromáticas y guardada en roble que presentamos como novedad en Biocultura Valencia, a

nivel estatal... está certificada San Miguel Eco y me consta que recientemente se ha certificado otra cerveza, aunque desconozco más detalles.

-Habládnos del vino que también elaboráis...

-Nuestro vino Cavall Bernat es un tinto joven de uva monastrell cultivada de forma ecológica y biodinámica en la Vall d’Albaida. Elaboramos pocas botellas, a las que les dedicamos todo nuestro cariño. Este año serán 2.400 unidades, certificadas por el CAECV y con el aval de la Denominación de Origen Vino de Valencia.

LA DISTRIBUCIÓN

-¿Dónde se venden vuestros productos?

-Nuestros productos se pueden encontrar en tiendas especializadas de productos ecológicos y restaurantes vegetarianos y/o “bio”. También en tiendas especializadas en alimentación y restaurantes convencionales de Valencia que aprecian los productos por su calidad; y, por supuesto, a través de la red en nuestra tienda virtual: www.bodegaartesana.com. Aquí tenemos un listado por zonas de los comercios que tienen nuestros productos.

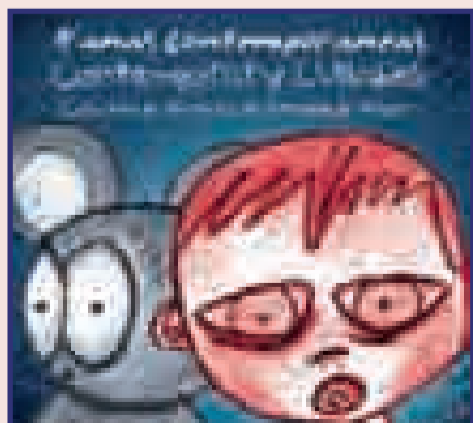
A. López

Un trago de Lluna Morisca, un auténtico placer

19 nanas jugosas, serenas, divertidas y clásicas para la banda sonora de tu bebé

Montserrat Figueras, Pascal Comelade, María del Mar Monet, Marlango, Lole y Manuel, Vainica Doble, Cathy Claret, Robert Wyatt, Petrona, Muchachito, Marc Parrot, Lea Shalom & Bohemia Camerata...

Una edición selecta y decorosa



Un regalo hermosa, una escucha relajante. Un disco por el parto natural, la lactancia materna y la alimentación biológica para los pequeños

Disponible en el stand de The Ecologist

11 euros, gastos de envío incluidos

Pide el Cd a: publicidad@theecologist.net - 972 32 82 93 - www.theecologist.net

RETOMANDO LA TRADICIÓN PERO MIRANDO AL FUTURO...

Muchas son las comarcas valencianas, y de todo el estado español, que tienen una importante tradición en lo que respecta a productos agroalimentarios. La tentación del progreso y de la tecnología no ha conseguido borrar, todavía, algunas de las señas de identidad de nuestro territorio, pero las cabezas pensantes de hoy no sólo miran al pasado, sino que también tienen los ojos puestos en el futuro. La Vall d’Albaida es una de esas comarcas con una excelsa tradición agroalimentaria. Aunque desde Bodega Artesana no sólo se mira al pretérito. La agricultura ecológica y los productos agroalimentarios adscritos al sector “bio” tienen un valor añadido que les hace sobrevivir en tiempos de crisis y que proyecta futuro, no sólo medioambiental, sino también económico. El sector “bio” es, por excelencia, uno de los “brotes verdes” de los que habla ZP. Ahora bien, estos brotes ya se han hecho madera no gracias a la ayuda ni del gobierno ni de las diferentes administraciones públicas autonómicas, sino a pesar suyo. Porque a los políticos se les llena la boca de euforia cuando hablan de eco-nomía y medio ambiente, pero saben poco de ello y tampoco creen, la verdad. La ecología es una cuestión moral, de fe, una pasión, se ha de vivir, como en el caso de Bodega Artesana. Menos mal que muchos de nosotros hemos pasado de esperar a que ZP apueste de verdad por los “brotes verdes” y hemos tomado nosotros mismos la iniciativa, como es el caso de Bodega Artesana, como es el caso de todos los restantes expositores de BioCultura, de sus visitantes, de sus organizadores y de todos sus simpatizantes.

COSMÉTICA “BIO” Y TEXTIL DOS SECTORES AL ALZA

Tanto la cosmética “bio” como el textil ecológico certificado son dos de los subsectores que están mostrando más dinamismo en los últimos tiempos dentro del sector “bio”, incluso a pesar de la crisis. Y BioCultura es un reflejo de ello. Cada vez hay más productos y más firmas que se lanzan a la aventura de un mercado que se va consolidando poco a poco.

En Alemania, Reino Unido, Francia... la cosmética ecológica certificada y el textil orgánico ya son una realidad. Los establecimientos del sector tienen una amplia oferta y la venta por Internet se multiplica a pasos agigantados en los últimos años. En el estado español, todavía no estamos a ese nivel, pero se empiezan a notar cambios. El tallerAmapola es un ejemplo. Es una de las pocas firmas españolas que verdaderamente se dedican a la cosmética natural. Tienen la certificación de IMO/Vida Sana. Sus productos son naturales de la cabeza a los pies. No sólo se trata de apuntarse al carro de la cosmética verde. Para la gente de tallerAmapola, el asunto de la cosmética natural va mucho más allá. ¿En qué se diferencia tallerAmapola de otras firmas más o menos similares? Ana Isabel Andrés, su directora, nos lo explica: “Lo primero... es que nosotros hacemos auténtica cosmética natural. Muchas empresas dicen que lo hacen, pero no es cierto, o no es cierto del todo. Para nosotros, hablar de cosmética natural implica un concepto que empieza antes de hacer el producto. Es una visión holística y global acerca de cómo hacer las cosas. También somos especialistas en trabajar con plantas mediterráneas”.

CERTIFICACIÓN ECOLÓGICA

Las ventas por Internet de cosmética ecológica van ganando adeptos en nuestro país. Aunque nos queda mucho camino por recorrer. En este sentido, cabe destacar la labor que realiza el portal CosmeticaBio.com, especializado en el mundo de los productos cosméticos certificados. Núria Valls es una de las responsables. Núria asegura: “El sector de la cosmética orgánica certificada, aunque aún no ha despegado aquí como en otros países de nuestro entorno, sí que es uno de los subsectores con más vitalidad dentro del mundo ‘bio’. En comparación con otros países, en lo que se refiere al consumo de cosmética biológica, llevamos bastante retraso. En países como Francia, hay mu-

cha más conciencia de lo que representa la cosmética con el aval ‘bio’, por lo que también hay más fabricantes con productos certificados y mucha más demanda. Otro ejemplo es Alemania, en donde en general la cosmética ecológica es más barata que en España y donde podemos encontrar marcas blancas de cosmética ecológica con certificación BDIH a bajo coste. En lo que se refiere a la venta por Internet creemos que también nos llevan ventaja. Aparte del hecho de que en otros países el uso de Internet es más extensivo, hay también menos miedo a la compra de productos a través de la red. Sólo hace falta ver la cantidad de páginas web que existen en estos países en las que se vende cosmética ecológica”. Pero las cosas están cambiando. Para Ana Isabel Andrés, de tallerAmapola, la cosa va a más, está claro, pero “en estos momentos estamos en un momento de incertidumbre en el mundo de la cosmética y, en particular, de la cosmética natural. No existe a día de hoy una estandarización de los protocolos de certificación y cada uno va un poco a su aire. Algunos dicen que hacen cosmética natural y no es cierto y al consumidor le llega confusión. Hay grandes firmas que se suman a la moda y tienen dos o tres productos certificados, con sellos laxos, y eso no es hacer cosmética natural. Para mí, es partir desde un concepto muy distinto. Esperemos que pronto exista una legislación europea al respecto, con unos protocolos claros y estandarizados, y que se sepa por fin qué es y qué no es cosmética natural. Sobre todo, que el consumidor lo tenga claro”. Eso conlleva intrusismo. Pero en BioCultura hay un comité de selección que impide “el gato por liebre”. Por otro lado, Rosa Flo, responsable de ventas en España de las marcas Logona y Santé, señala: “Hace cuatro años, me ofrecieron la posibilidad de comercializar los productos del laboratorio Logocos en España (Logona, Sante y Aquabio). La especialización es cosmética certificada era un reto interesante. Sobre todo porque nos encontramos en un momento de expansión como el que conocí hace unos años con los productos alimentarios ecológicos”.

TEXTIL ORGÁNICO

En el mundo del textil orgánico pasa un poco lo mismo que en el mundo de la cosmética “bio”. Hace años, era difícil encontrar prendas de algodón orgánico. Hoy en día, es cada vez más habitual. Y la red de redes ofrece por

¿POR QUÉ EL ALGODÓN TIENE QUE SER ORGÁNICO?

TU CONSUMO PUEDE MODIFICAR EL MUNDO

- Porque ayuda a preservar el medio ambiente, ofreciendo un mundo más saludable a las próximas generaciones
- Porque evita la exposición de la piel del consumidor a las sustancias tóxicas
- Porque, eligiendo un producto textil orgánico, se están apoyando técnicas de cultivo que mejoran la fertilidad del suelo, protegen la superficie de la tierra y las napas de agua de la exposición a sustancias tóxicas
- Porque se ayuda a mejorar las condiciones de salud y trabajo de los productores
- Porque el cultivo de algodón convencional requiere un elevado uso de pesticidas y fertilizantes (ocupando sólo el 3 % de las tierras cultivadas, utiliza el 25% de los agroquímicos fabricados en el mundo)

P. Bolaño

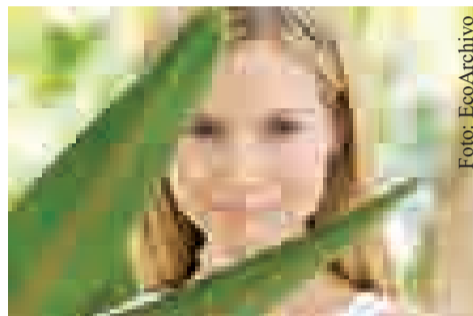


Foto: EcoArchivo

El sector de la moda cada vez está utilizando más cosmética orgánica certificada

correo provisiones de prendas a precios cada vez más competitivos. Sin embargo, el subsector no acaba de despegar. Entre otras cosas, porque al consumidor que no es “connoisseur” le llegan informaciones confusas y se acaba confundiendo la “velocidad con el tocino”. Para Ángeles Parra, directora de BioCul-

tura, “a poco que, en el aspecto coyuntural, salgamos de la crisis, los subsectores de la cosmética ‘bio’ certificada y del textil orgánico van a experimentar cambios muy profundos. El problema está en la confusión, que sólo beneficia a las grandes marcas, sea cual sea el sector. Y uno de los objetivos más importantes de BioCultura y de las tareas que llevamos a cabo desde la As. Vida Sana es disipar esa confusión, esas lagunas, que todavía tiene buena parte de la población. En nuestra feria y en sus actividades paralelas, el visitante llega a comprender que ‘no todo el monte es orégano’. Hay empresas que están haciendo bien los deberes y otros que se apuntan al carro y lo único que hacen es llenar de polvo el camino. Pero, en fin, tal como ocurrió en el caso de los yogurs, Danone y los ‘falsos bio’, al final siempre la verdad acaba saliendo a flote”.

M. Clarà

TEXTIL ORGÁNICO EN MÁS PRENDAS DE LO QUE CREES

El algodón ecológico ya está en más prendas de lo que mucha gente cree. Por ejemplo, la firma Cooliflower diseña prendas de vanguardia con algodón orgánico y bolsas de la compra de diseño. Bebesecologicos.com tiene pañales reutilizables de algodón ecológico para proteger la piel de los bebés y para luchar contra el despilfarro energético y los residuos que crean los pañales convencionales. En ropa interior, hay muchas firmas ya que venden prendas orgánicas, y no digamos en camisetas, como las de Mandacarú, con decorados muy atractivos y sugerentes. En cuestión de tiempo, de poco tiempo, el abanico de posibilidades será infinito, como es el caso del sector textil convencional. En Alemania y Reino Unido ya están muy cerca de conseguirlo.



Foto: EcoArchivo

Pañales ecológicos reutilizables de bebesecologicos.com



Foto: EcoArchivo

Cada vez más gente joven se moviliza en torno a la cosmética “bio”

COSMÉTICA “BIO” Y TEXTIL ORGÁNICO EN BIOCULTURA: TOMA NOTA

Empresa	Estand
ABSOLUT ORGANIC	118
BEBÉS ECOLÓGICOS, S.L.	78
LA RUEDA NATURAL - AUROSHIKHA - FLORA - FRISHI.	100
MANDACARÚ	4
NAETURA ORGANICS, S.L.	26
NATURCOSMETIKA ECOLÓGICA, S.L. - Firmas Logona y Santé	59
UXIA - Arte	113
CRianza NATURAL	166
BIOCOP - Firma Urtekram	32
MATANÉ AROMATERAPIA	102





Porque hay **personas** para las que cuenta algo más que el dinero

Por eso existe un banco como Triodos Bank. Un banco donde nuestros clientes saben qué hacemos con su dinero: sus ahorros sólo financian empresas e iniciativas que ayudan a mejorar la calidad de vida de las personas y respetan el medio ambiente.

Si quiere que sus ahorros trabajen en la misma dirección que sus ideas, piense en Triodos Bank, el referente europeo en banca ética y sostenible.



Infórmese | www.triodos.es

Triodos Bank
Un banco donde cuenta algo más que el dinero