

El día **19 de noviembre de 2018** tuvo lugar en el edificio de Olivicultura del IFAPA Alameda del Obispo de Córdoba la sesión de trabajo plenaria de los miembros de la Mesa Provincial de la Producción Ecológica, con el siguiente orden del día:

1º) Balance de las actuaciones realizadas por la Mesa y sus miembros.

2º) Determinación de objetivos y próximas líneas de trabajo.

Se realizó un balance de actuaciones realizadas por la Mesa haciendo un recorrido de las acciones que se habían propuesto y viendo los resultados que se habían logrado dentro de cada una de ellas. Se resumen en el Anexo 1.

Se pusieron en valor los avances en el impulso al consumo social de productos ecológicos y las colaboraciones en materia de huertos escolares y se expuso el resultado de la feria Biocórdoba 2018, del programa Biocórdoba OFF, así como el resto de iniciativas llevadas a cabo para la promoción de la producción, consumo y conocimiento de la producción ecológica.

Una vez puestas en común las propuestas surgidas en los grupos de trabajo y el resultado obtenido se puso de manifiesto que el mayor logro de la Mesa había sido la puesta en contacto a los distintos agentes que desarrollan su actividad en el sector ecológico y el impulso a la colaboración entre los mismos.

Se hizo una propuesta de posibles temáticas a abordar en cada grupo de trabajo, procedentes de las surgidas en la sesión inicial en la que se identificaron los temas de interés, a las que se añadieron las surgidas tras la intervención de los participantes (aparecen en el Anexo 2).

Asistieron 29 personas.



ANEXO 1: Temáticas abordadas por la Mesa hasta noviembre de 2018 y resultados.

### **CONSUMO**

→ Sensibilización al consumo.

➤ En escolares.

- Reparto de fruta ecológica dentro del Programa “Hábitos de vida saludables”  
La licitación de la Consejería de 2018 y 2019 recoge que al menos del 10% sea ecológica. Porcentajes mayores suponen aumento de puntuación.
- Desayuno molinero.  
La licitación de la Consejería para 2019 tendrá incremento de puntuación si el aceite es ecológico.
- Participación en las jornadas formativas del Programa Hábitos de vida saludables.  
En enero-febrero de 2018 se realizó una presentación de lo que es la producción ecológica en Montilla, Córdoba y Peñarroya a maestros de la provincia.

➤ Consumidores, en general.

- Visibilizar tiendas especializadas y restaurantes.  
Se publicó en la web de la Consejería de Agricultura la Guía actualizada de puntos de venta.
- Campañas de publicidad.  
Biocórdoba, actuaciones del Pacto de Milán.
- Medir el consumo ecológico. Sin avance.
- Fomento de la compra pública.

En los pliegos de compra de alimentos por parte de la Consejería de Agricultura, de la Diputación y del Ayuntamiento se están introduciendo cláusulas para incentivar a la compra de las producciones ecológicas.

→ Ecomercado itinerante. Sin avance.

### **COMERCIALIZACIÓN**

→ Fomento de canales cortos.

➤ Sensibilización de los comercios minoristas.

Actuaciones del Pacto de Milán.

→ Central de compras. Sin avance.

### **PRODUCCIÓN**

- ➔ Formación, asesoramiento, divulgación a productores.
  - Mapa de recursos formativos en la provincia.  
Hecho el mapa de recursos pero sería necesario añadir información de contactos.
  - Petición al IFAPA de que se incrementen los cursos de incorporación.  
Elevada petición por escrito.
  - Visita al IFAPA de Cabra.  
Efectuada el 26/02/2018, no hubo gran participación.
  - Realizadas por parte de la Delegación Territorial y AGAPA sesiones de divulgación de la producción ecológica en Aguilar de la Frontera (13/03/2018), Lucena (05/04/2018) y Santaella (18/06/2018). Celebrada el 11/04/2018 un Aula de Agroecología en Fuente Obejuna.
  
- ➔ Sello de origen. Sin avance.

ANEXO 2: Propuesta de temáticas a abordar para el futuro, obtenidas de la sesión participativa inicial y otras añadidas.

### **CONSUMO**

1. Sensibilización al consumo.
2. Boletines de productos de temporada.
3. Ecomercado itinerante.
4. Fomento de compra pública. Pliegos de compra.
5. Campañas de publicidad.
6. Elaborar guía de etiquetado.
7. Catálogos de ferias y mercados.
8. Valorar la posible introducción de ecomenús en comedores colectivos: requisitos legales, diseño de dietas, aprovisionamientos.

### **COMERCIALIZACIÓN**

1. Fomento de canales cortos.
2. Central de compras.
3. Trazabilidad y control.
4. Realización de estudios.
5. Convenios entre productores – grandes consumidores.
6. Fomento del canal HORECA.
7. Promover el comercio exterior y la normalización de productos.
8. Venta directa. Posibilidades y limitaciones.
9. Envases, embalajes y transporte.
10. Certificación de comercios.
11. Creación de un espacio web de difusión y/o comercialización de productos ecológicos provinciales.

### **PRODUCCIÓN**

1. Formación, asesoramiento, divulgación.
2. Sello de origen/calidad.
3. Fomentar la transformación en el sector ganadero.
4. Biodiversidad. Variedades locales. Semillas.
5. Catálogo de proveedores de insumos.
6. Seguimiento de ayudas.
7. Vigilancia de la credibilidad de la certificación.
8. Identificación de entidades públicas del sector.
9. Promover investigación y experimentación.
10. Propuesta de acciones para atraer y vertebrar a los productores.
11. Crear vínculos con las certificadoras para explorar nuevos campos de trabajo.
12. Movilizar al sector industrial de la provincia y darle visibilidad.

### **OTRAS TEMÁTICAS**

1. Huertos sociales ecológicos.
2. Ecohuertos escolares.
3. Hábitos alimentarios saludables.
4. Bioeconomía sostenible. Economía verde. Producción ecológica, medio ambiente, seguridad alimentaria, desarrollo económico y social.