# **BILAN - édition 5**



# be veggie!

8 | 9 | 10

DÉCÉMBRE ABENDUA

**FICOBA** 



# INFORMATION GÉNÉRALE

# **DONNÉE PRINCIPAUX**

Édition: 5

Dates: 8-9-10 décémbre 2023

Nº visites: 6.960 Nº exposants: 69

Surface d'exposition: 491 m<sup>2</sup>

Horaire: vendredi et samedi de 11:00h à 20:00h, dimanche de 11:00h

à 19:00h

Web: beveggie.eus

69 exposants 6.960 visites

L'entrée pour les visiteurs était gratuite, avec un inscription de la part du visiteur, à l'accueil du festival, ou online.



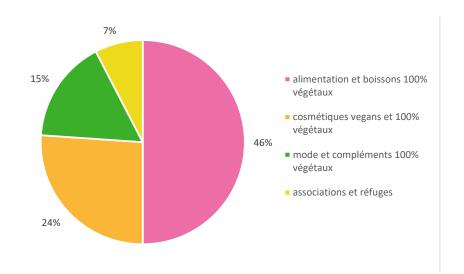
# **EXPOSANTS**

69 entreprises et associations exposants ont participé à la 5ême édition de Be Veggie:



# SECTEURS REPRÉSENTÉS

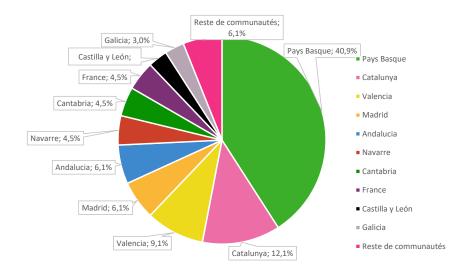
Parmi le 69 sociétés qu'ont participé à la cinquième édition de Be Veggie, voici les secteurs les plus représentés:



(une société ou association peut faire appartenire à plus d'un secteur).

# **ORIGINE GÉOGRAPHIQUE**

Par rapport à l'origine géographique des exposants, le 45% de sociétés et associations ont venu du Pays Basque et Navarre, et le 55% restant ont venu du rest de l'Espagne et de la France, un 5% des exposants étant originaires de cette pays.



#### **SATISFACTION**

75%

des sociétés
exposants
sont satisfaits
avec le festival

Le **75% des exposants** sont satisfaits ou très satisfaits avec les résultats du festival. Le **87% des exposants** ont manifesté leur intention d'y participer dans la prochain édition.



# INFORMATIONS SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES ET LA DÉPENSE MOYENNE DES VISITEURS

Selon les données obtenues grâce à l'enquête passée aux visiteurs, nous pouvons concluir le suivant:

La dépense moyenne du public asistent à Be Veggie est de 44,90 euros.

Selon cette enquête, nous pouvons estimer que le chiffre d'affaires moyen des exposants qui ont participé et ont fait de la vente directe dans le salon, est de 4.200 euros.

En plus, il ne faut pas oublier que ce chiffre d'affaires est seulement le volume obtenu pendant le salon, sans compter les ventes au futur grâce à la connaisance des marques et produits de la part des visiteurs du salon.

Nous pouvons estimer que le chiffre d'affaires moyen des exposants qui ont participé et ont fait de la vente directe dans le salon, est de 4.200 euros.



# **LE PLAN**



be veggie!

# PROGRAMME ET ACTIVITÉS

29 activités ont été proposées: des conférences, des ateliers et des activités, pendant les deux jours de Be Veggie. 2.138 personnes ont profité de ses activités.

**BERRIKETAN** | C'est l'espace pour les conférences informatives et le lieu où se déroulent les sessions de DJ à l'heure du déjeuner et les concerts de l'après-midi. Plus de 700 personnes ont profité du contenu dans cette espace, de la main de personalités.



**SUKALDEAN** | l'espace cuisine où se déroulent les séances de showcooking, une zone pleine d'activité, oú le public a pu goûter, les plats préparés par les cuisinières. 435 personnes ont profité de ces a séances.



**TIRAGES AU SORT** I dans cette édition de Be Veggie, 3 coupons pour valeur de 100 euros chacun pour dépenser au salon ont été tiré au sort (un chaque jour). En plus, nous avons eu une action spéciale envisagé à approcher Be Veggie aux restaurants vegans du Pays Basque, et deux tirages au sort pour un répas d'un valeur de 100 euros ont été fait.





**ACTIVITÉS POUR DES ENFANTS** | Comme dans la dernier édition du festival, cette année, un espace d'activités dirigées aux enfants à été inclus dans le programme, pour faciliter la visite des familles, avec l'objetif de offrir un point d'attraction pour les et las plus petites de la maison. Il il y a eu des ateliers peinture, une activité pour le maquillage de visage et un murale colaboratif. 323 enfants ont participé dans ces activités. Dans l'atelier pour le maquillage des visages avec de motifs d'animaux 132 personnes sont passées.



**YOGA DAY |** dimanche 10 à 11.30h la séance de Yoga Vinyasa Flow avec María Eskitxabel à eu lieu. 42 personnes ont profité de cette activité.



**PHOTOMATON** | Tout au long de l'événement, un photomaton a permis aux visiteurs de prendre une photo et de ramener un souvenir du festival. Les participants étaient encouragées à partager leurs photos sur les médias sociaux, et un repas d'un valeur de 100 euros a été tiré au sort parmi ceux qui l'ont fait.



**ATELIERS DE COSMÉTIQUE NATURELLE** | Le samedi et le dimanche de Be Veggie, l'association Recicla Birziklatu, de la main de "El Rincón de Laida y Rut", ont offert des ateliers de cosmétique naturelle DIY. 60 participants ont appris à élaborer une barre de massage et un déntifrice naturel et vegan.



**ATELIER - Attention: Débris Marins!** | Mater a collaboré à l'élaboration d'un atelier sur les déchets marins, destiné aux enfants. Étant donné que l'un des axes de Be Veggie est la durabilité, cette activité a été incluse dans le programme en tant qu'activité informative et amusante à la fois. L'atelier a eu lieu le samedi à 17h.



#### **EXPOSITION ET ATELIER FASHION REVOLUTION**



Dans le but de donner de la visibilité et de sensibiliser à l'impact de la fast fashion, nous avons collaboré aussi cette année avec Fashion Revolution Euskadi pour informer et transmettre ce message important au public visitant Be Veggie, à partir d'une exposition et d'un atelier:

#### **EXPOSITION:**

Qu'est-ce que la mode végane et sans cruauté ? Quels sont les avantages et les inconvénients en termes de durabilité ? Quelles sont les principales certifications sur le marché ? Cette exposition explique tous ces concepts et présente les principaux matériaux d'origine animale utilisés dans l'industrie textile, l'impact qu'ils ont sur l'environnement et la société, ainsi que les alternatives existantes. Le public a pu découvrir un échantillon de matériaux vegans utilisés dans l'industrie textile à partir de la bibliothèque de matériaux de MaterialDriven comme alternatives aux matériaux d'origine animale.



**WORKSHOP:** KOMBUCHA, le nouveau cuir vegan. Atelier donné par Adele Orcajada, partenaire de Material Driven, pour 15 personnes.



#### **ACCÈS AVEC DES CHIENS |**

Il s'agit de la deuxième édition au cours de laquelle les chiens ont été autorisés à entrer à Ficoba avec l'ensemble du public qui assiste au festival Be Veggie.

Après une première expérience en 2022, où 100 chiens avaient été comptés, cette année, le nombre de personnes accompagnées de leurs chiens a augmenté de manière significative, avec 175 chiens présents à Be Veggie.

Cela montre bien l'intérêt de partager des moments de loisirs avec nos amis à quatre pattes qui font partie de notre vie.

Dans la zone extérieure du site, un espace a été aménagé pour qu'ils puissent faire leurs besoins, avec des sacs fournis par l'organisation, ainsi que la propreté générale de l'espace mis à leur disposition.





# **ERRONKA GARBIA**

Depuis ses débuts, Be Veggie a placé la durabilité au cœur de ses préoccupations, tant au niveau du programme du festival, qui inclut ce thème dans ses conférences et activités, que de la gestion de l'événement lui-même. En 2021, Be Veggie a obtenu le label ERRONKA GARBIA pour la premier fois.

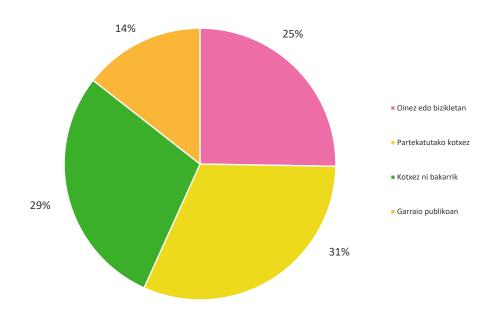


Be Veggie 2023 vise également l'obtention de ce titre. Be Veggie relève le défi de rendre l'événement durable. Dans ce sens, des objectifs ont été fixés au tour de la réduction et la gestion des déchets ainsi que la mobilité du public assitante à l'événement.

En cas d'obtention du titre, il s'agirait de la troisième édition de l'événement à obtenir cette distinction, confirmant qu'en plus de promouvoir un mode de vie et une consommation durables, le festival lui-même est géré selon des critères de durabilité environnementale.

Entre autres aspects, il convient de noter que cette année, l'utilisation de la moquette, qui sera ensuite recyclée, a été limitée aux stands des entreprises exposantes et aux espaces de conférences.

# MOBILITÉ DU PUBLIC PARTICIPANT



Ce graphique montre les schémas de mobilité du public Be Veggie : 31% sont venu en voiture avec plus d'une autre personne, 25% à pied (ou à vélo) et 14% en transports publics.

# ORGANISATION ET COLLABORATEURS

L'organisation de Be Veggie est géré par l'equipe professionnel de Ficoba, avec le soutiène du Departement de Tourisme, Commerce et Consommation du Gouvernement Basque, du Departement de Durabilité du Conseil Régional de Gipuzkoa et du Departement de Tourisme du Conseil Régional de Gipuzkoa.

Be Veggie à eu aussi la collaboration d'UVE (Unión Vegetariana Española), ProVeg, Vegana, Fashion Revolution Euskadi et Euskotren.

## **Sponsors**







#### Collaborateurs











## **GK GREEN FASHION À BE VEGGIE**







Nous voulons mettre en valeur la participation du Cluster de la mode durable de Gipuzkoa, GK Green Fashion, qui appartient au Departement de Durabilité du Conseil Régional de Gipuzkoa. Cette année, le departement à choissi Be Veggie pour augmenter la visibilité du Cluster, et ces sont les marques qui ont participé pour montrer leur travail comme marques de mode durable et locale: Wave Back Project, Emi Artesanía, Kurmi Kids et Giovanna Bittante.



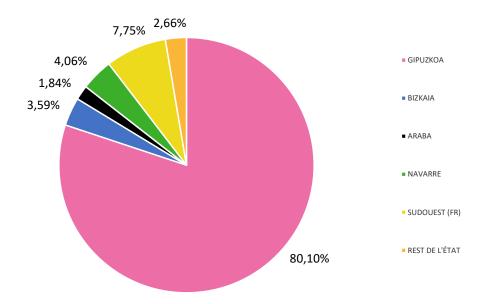






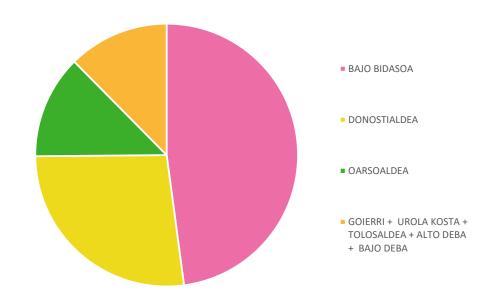
# **VISITEURS**

# VISITEURS | ORIGINE GÉOGRAPHIQUE GÉNÉRAL



Le 80,1% du public qui a assité à Be Veggie a origin de Gipuzkoa, suivi par un presque 8% de visiteurs qui sont venu du Sud-Ouest de la France. Il y a un 10% de visiteurs qui sont venus du rest d'Euskadi et de Navarre, et un 3% des autres communautés de l'Espagne.

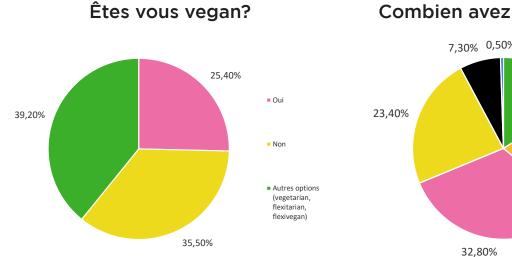
# VISITEURS DE GIPUZKOA | REPARTITION PAR RÉGION

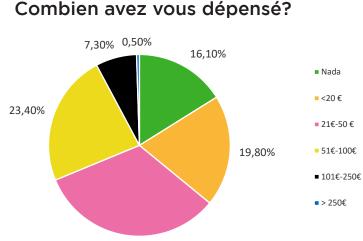


Presque le 48% du public de Gipuzkoa est venu du Bajo Bidaso, suivi par le 27% qui est venu de Donostialdea.



Durante la celebración de Be Veggie, se ha llevado a cabo una encuesta entre el público asistente, para conocer su perfil y recibir su feedback. Estos son algunos datos a destacar de las respuestas obtenidas:





Niveau de satisfaction avec le festival

## Quel age avez vous?

#### 2,10% 10,60% 9,90% Insatisfait Ni satisfait ni 40,10% 40,50% insatisfait 26.80% Satisfait Trés satisfait 47,90% 22,10% <25 años ■ 26-35 años - 36-45 años ■ >45 años

35,5 % du public enquêté lors du festival s'est déclaré non vegan, ce qui montre que l'intérêt pour la proposition de Be Veggie va au-delà de ceux qui y sont strictement liés à cette style de vie, un aspect très positif.

Il est intéressant de noter que 59,5 % du public a moins de 45 ans et que 84 % du public a acheté quelque chose au festival. 31,2% du public enqêté a dépensé plus de 50 euros à au festival.

87% du public présent au festival est satisfait ou très satisfait du contenu de Be Veggie.



# **PUBLICITÉ ET PROMOTION**

## **PUBLICITÉ SUR LA VOIE PUBLIQUE**

- -Colocation de 1500 affiches à: Donostia, Irún, Rentería, Hendaya, Saint Jean de Luz, Bayonne, Bilbao, Pamplona, ayant en compte spécialement les zones de concéntration des jeunes.
- -Euskotren: publicité dans les écrans de vente de billets, et dans la grande écran de publicité au gare du Casco Viejo à Bilbao, ainsi que dans 6 MUPIs de la ligne San Sebastián Bilbao.
- -6 MUPIs à San Sebastian (zone Universités)
- -32 MUPIs àlrún.

-Image dans les écrans de promotion touristique des aéroports d'Hondarribia et Bilbao





#### **ENVOIES POSTALES ET MAILING**

- -Envoie postale (avec affiche) à 100 magasins spécialisés, restaurantes, bureau de tourisme...du Pays Basque.
- -Mailing campaign (mailchimp): 6 newsletters (dirigées au visiteurs et visiteurs professionnel) pendant les mois de novembre avand l'événement à une base de donnée de plus de 20.000 contacts.



## PRESSE SPECIALISÉE

#### **ÉDITIONS EN PAPIER:**

**Bioeco actual + Bueno y Vegano** 6 insertions, dans les éditions de septembre, octobre, novembre et dans la première page de l'édition de décembre.

#### **ONLINE:**

**Bioeco actual + Bueno y Vegano** banner web et dans les newsletters d'octobre, novembre, décembre

Vida natural bulletin d'information et banner web

Vegetus (revista online editada por UVE): 2 insertions

#### Vegconomist

- •sponsored post et 4 couvertures éditoriales
- •banner web et newsletter



#### **RADIO**

#### 233 insertions publicitaires:

- -Euskadi Irratia
- -Euskadi Gaztea
- -LOS 40 (San Sebastian, Eibar, Bilbao, Vitoria)
- -NRJ Biarritz
- -Euskal Irratiak (Gure Irratia, Antxeta Irratia, Xiberoko Irratia, Irulegiko Irratia)

## CAMPAGNE DE PUBLICITÉ ONLINE

Une campagne de publicité online a été mise en place, qui a inclu: environnement google, publicité programatique et une campagne au résseaux sociaux (Instagram, Tiktok), Youtube et Spotify. Voici quelques données de la performance de la campagne:

IMPRESSIONS	2.190.642
USAGERS UNIQUES	792.102
CLICKS	14.828
CTR	0,66%

La campagne digitale à dépassé son objectif dans un 26%, et il faut remarquer le bon ratio de réponse (CTR) obtenu par la campagne, 0,66%.







## IMPACTS DANS LES MÉDIAS

Be Veggie a eu 63 impacts dans les médias, dont des articles, des interviews et des mentions dans la presse, des reportages télévisés et des interviews radiophoniques. Il convient de souligner l'apparition au journal télévisé d'ETB2 le vendredi 8 et le samedi 9 au journal télévisé d'Antena 3 sur la chaîne nationale, ainsi qu'à l'émission de radio Amarauna sur Euskadi Irratia.

RADIO	17
TV	3
Presse (Papier / Online)	43











#### Be Veggie, el festival vegano de Euskadi

Lo + Trend 04/12/2023

Del 8 al 10 de diciembre en Ficoba, en Irún, se celebra el festival vegano Be Veggie con un amplio programa de actividades dirigidas, por supuesto, a todas las personas veganas, pero también a...

#### **EL DIARIO VASCO**

#### Las visitas a Be Veggie a crecieron un 40% respecto al año pasado y rondaron las 7.000

El 75% de los expositores y el 85% del público se manifestaron satisfechos o muy satisfechos con el desarrollo del festival vegano de Ficoba





#### Cerca de 7.000 personas han participado en Be Veggie

12/12/2023

La propuesta de un estilo de vida vegano, 100% vegetal, libre de explotación animal y que promueve la sostenibilidad medioambiental, suma cada vez más adeptos y genera interés en el resto de la población. Así lo ha puesto de manifiesto esta quinta edición del festival vegano Be Veggie, celebrado del 8 al 10 de diciembre en Ficoba, que ha cerrado con cerca de 7.000 visitas, un 40% más que en 2022, en el que la participación ascendió a cerca de 5.000 personas.



## **RÉSEAUX SOCIAUX**

Voici quelques données de performance sur les principaux canaux de médias sociaux de Be Veggie :

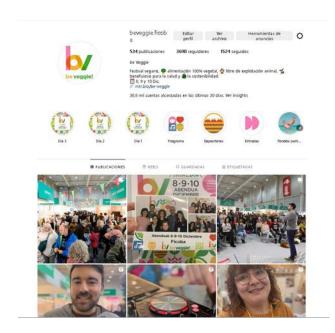
#### **INSTAGRAM**

L'augmentation de la communauté de followers sur Instagram depuis Be Veggie 2022 a été de 16,4 %, atteignant 3.697 followers après l'événement. Pendant l'événement, du 8 au 10 décembre, 261 nouveaux followers ont été gagnés.

Voici quelques-unes des données obtenues pendant l'événement :

- -153.073 vues ont été obtenues.
- -3.308 interactions ont été obtenues par le biais de messages et de bobines.
- -La portée moyenne (nombre de personnes ayant vu le contenu) par jour et par type de contenu était la suivante :

\* posts : 749 \* reels: 1274 \* stories: 269,08

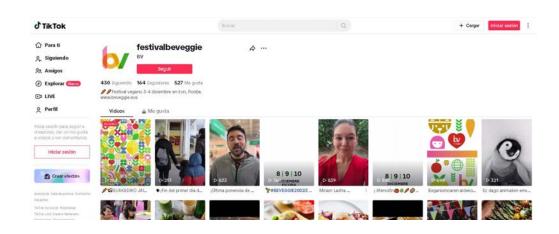




# **TIKTOK**

Cette année, le compte TikTok du festival est resté actif.

Il a atteint 164 followers et les vidéos partagées ont été visionnées 878 fois.



# **BE VEGGIE 2023 DANS DES IMAGES**



























# i MUCHAS GRACIAS!

ORGANIZA: PATROCINA:









