

MEMORIA #6



be veggie!

ABENDUAK

6 | 7 | 8

FICOBA

BIZITZA
%100
BEGETALA



VIDA
100%
VEGETAL



MUSIKA



GOOD
FOOD
GOOD
MOOD

MODA

INFORMAZIO OROKORRA

DATU NAGUSIAK

Edizioa: 6

Data: 2024ko abenduak 6-7-8

Bisita kopurua: 6.454

Enpresa eta elkarte erakusketariak: 61

Erakusketa eremua: 483 m²

Ordutegia:

ostirala eta larunbata 11:00etatik 20:00etara

igandea 11:00etatik 19:00etara

Webgunea: beveggie.eus

61 erakusketari
6.454 bisita

Bisitarientzako sarrera doakoa izan da, aurretik online izen ematearekin, edo bertan harreran erregistratuz.



ERAKUSKETARIAK

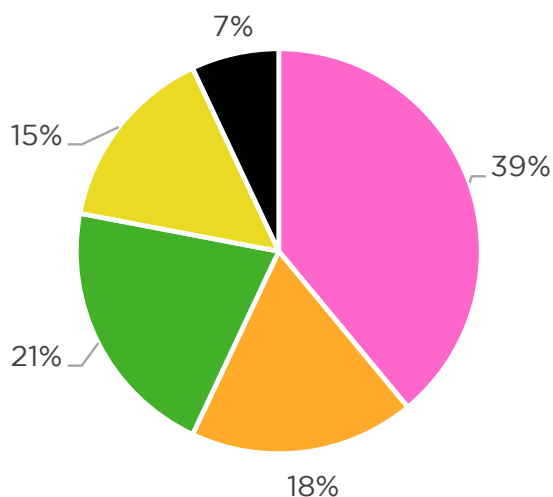
2

61 erakusketarik hartu dute parte Be Veggie-ko seigarren edizio honetan:

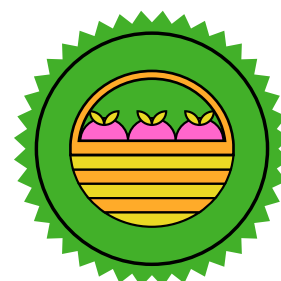


ERREPRESENTATUTAKO SEKTOREAK

2024ko edizio honetan **parte hartu duten 61 erakusketarien artean**, sektore hauen partehartzea nabarmena izan da:

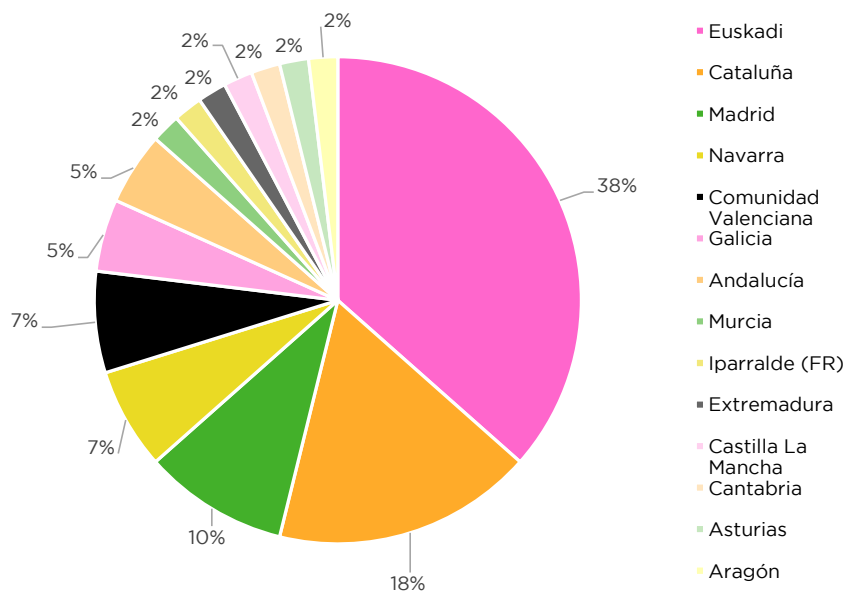


- Janari eta edari %100 begetalak
- Kosmetika %100 begetala eta osasuna
- Santutegi eta elkarteak
- Moda eta osagarri %100 begetalak
- Beste batzuk



JATORRIA

Erakusketarien jatorria aztertuz, parte hartu duten enpresa eta erakundeek %45a Euskadi eta Nafarroatik datoz, gainontzeko %55a estatuko beste erkidegoetatik eta Frantziatik etorri dira.



ASEBETETZE MAILA

erakusketarien

%82_a
jaialdiaren
emaitzekin
pozik daude

Erakusketarien %82a jaialdiaren emaitzekin pozik edo oso pozik daude. Parte hartu duten erakusketarien %87ak jaialdiaren hurrengo edizioan berriro partehartuko luketela baieztatu dute.



FAKTURAZIOA ETA BATEZ BESTEKO GASTUA

Bisitarien artean egindako inkestan jasotako datuen arabera, honako ondorio hauek lortu ditugu:

Bisitarien estimatutako batez besteko gastua azokan 52,10 euro izan dira.

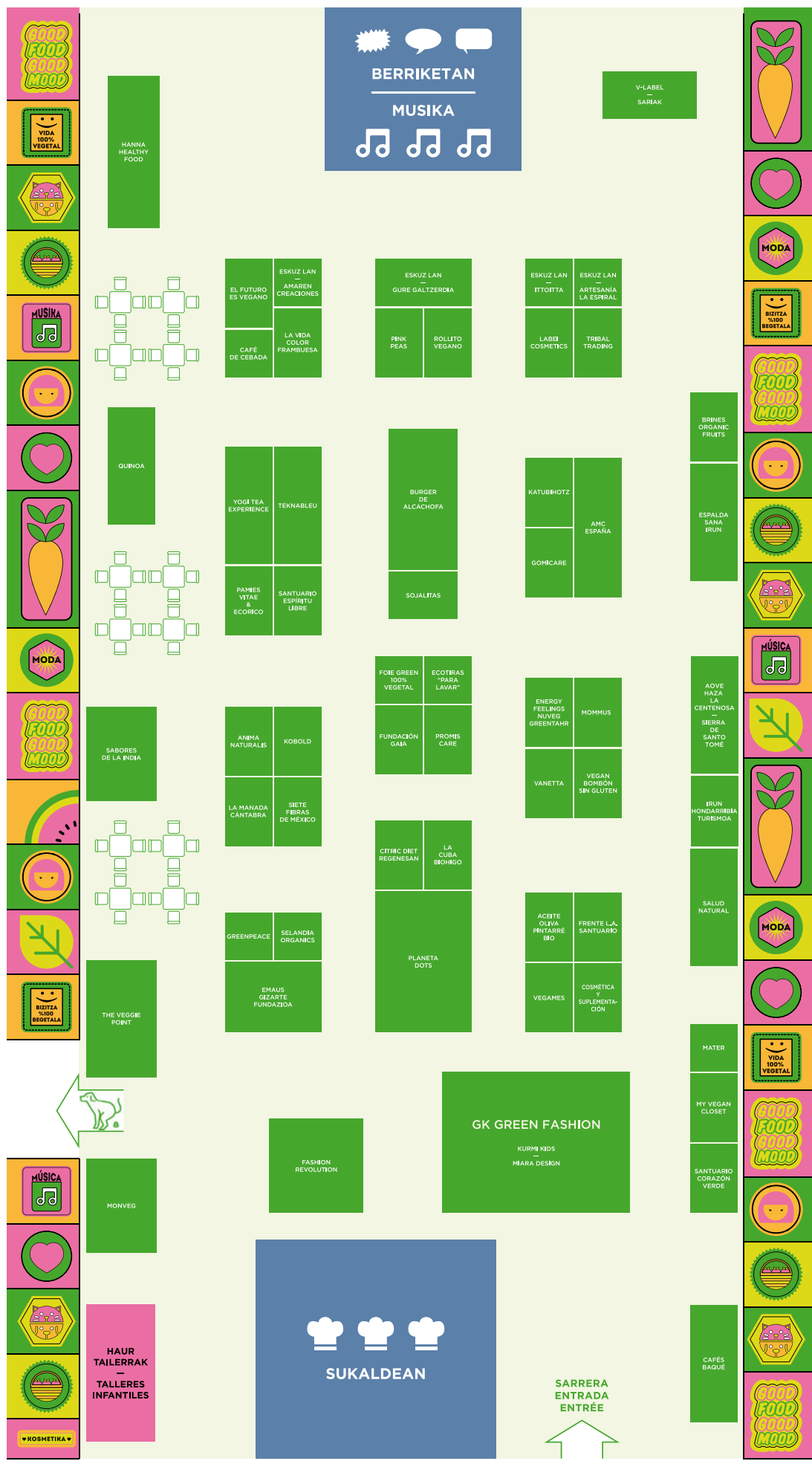
Inkesta honetan jasotako datuen arabera, azokan salmenta zuzena egiten ari ziren erakusketariak batezbesteko fakturazioa 5.018,40 eurotakoa izan dela estimatu dezakegu.

Kontutan izan behar da, estimatutako fakturazio hau jaialdian zehar egindakoa dela bakarrik, beraz, ez ditu kontutan ekitaldiaren ondoren egingo diren salmentak, parte-hartzeari esker lortutako marka eta produktu/zerbitzuen inguruko ezagutzaren ondorioz, bai publiko orokorra eta bai bisitari profesionalengandik.

Salmenta zuzena egin zuten erakusketarien fakturazioa 5.018,40 eurotakoa izan dela estimatzen da.



PLANOA



EGITARAUA

3

Be Veggie-ko 3 egunetan zehar **40 proposamen jarri dira bisitarien eskura**, eta 1.183 pertsona jarduera hauetaz gozatu ahal izan dute.

BERRIKETAN



Berriketan dibulgazio-hitzaldien gunea da, eta eguerdiko DJ saioak eta arratsaldeko kontzertuak ere egin dira bertan. Gune honetatik 732 pertsona pasa dira eta hitzaldien eta mahai-inguruen bidez edukiaz gozatu dute. Aurten Malditos Veganos podcastaren atal bat grabatu da zuzenean.

Be Veggie 2024tik igaro dira, besteak beste, AnimaNaturalis-eko Aïda Gascón, Malditos Veganos podcasteko kideak, Rocio Cano Couto “Criar también es política” liburua aurkezteko, Amanda Romero Veganuary-ri buruz hitz egiteko eta Alberto Pelaez, kirola eta animalien aldeko aktismoari buruz hizketan.

Mery Ocaña, planeta berde, etiko eta iraunkorrago bateranzko egin behar ditugun aldaketei buruz hitz egin digu, eta Patricia Ortega, % 100 begetala den elikadurarako bidean gogoak ez galtzeko aholkuak partekatu ditu.

Andrea Arrizabalaga EITBko kazetaria ere gure artean izan dugu, V Label España sari-banaketan, eta baita Rocio Canorekin bere liburuaren aurkezpenean izandako elkarriketa bideratzen egon da.

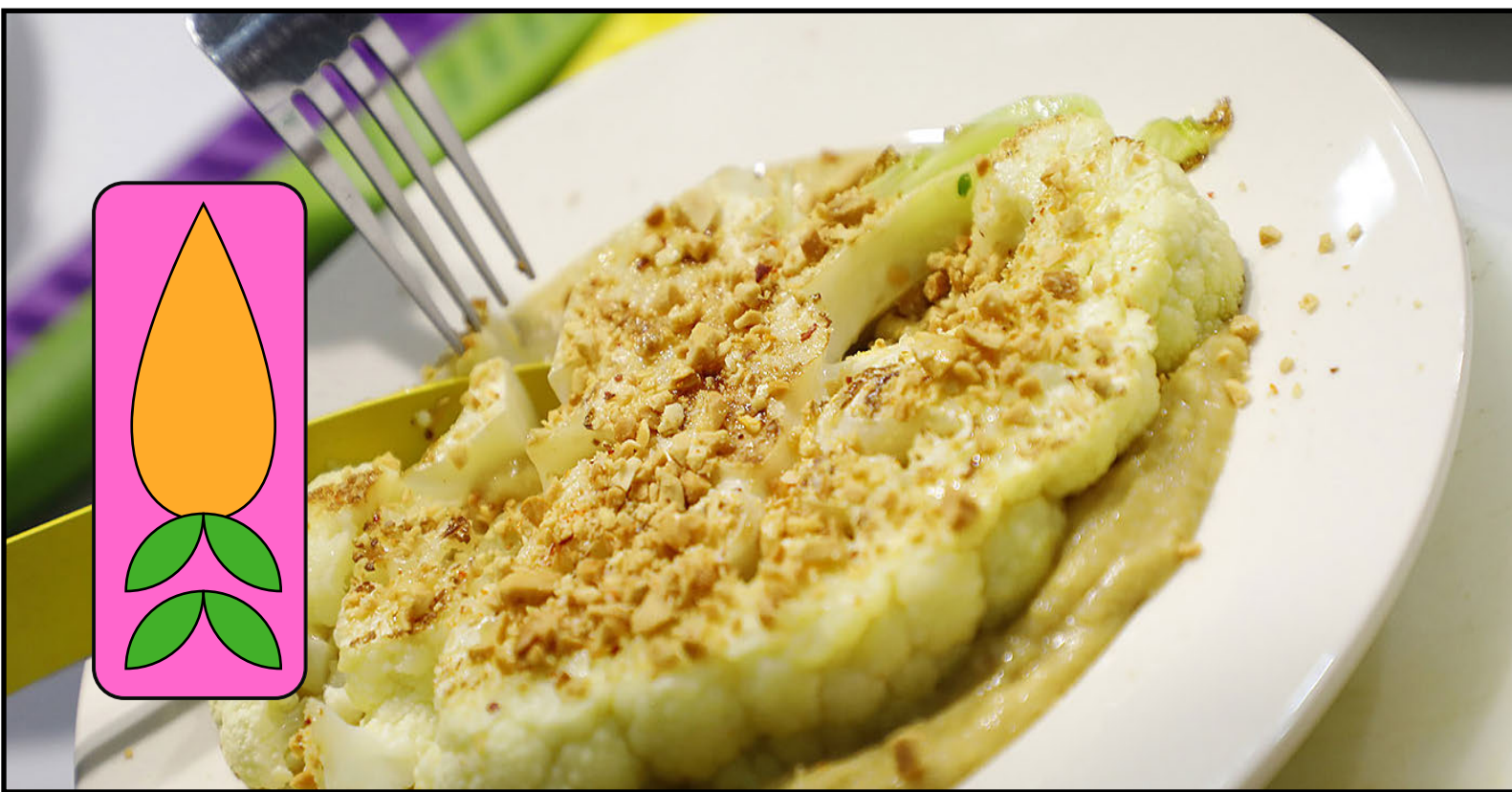
Musika saioetan, besteak beste, Ane Leux, DJ MariaDRILA, Lua taldea eta Pilar Sánchez eta Lucía Mauleón kantautoreek hartu dute parte.

SUKALDEAN



SUKALDEAN, showcooking saioak egiten diren sukalde-set-a da, errezeta berriak eta elikagarriak ikasi dituzten 295 pertsonak hartu dute parte, eta, gainera, zuzenean pres-tatutako elaborazioak dastatzeko aukera izan dute.

SUKALDEAN gunetik Garraxi jatetxeko Ido Garcia, Éphéméride jatetxeko Marion Boi-din, Miriam Fabà @veganeando, Paula Martínez @laluaverde, Miriam Ortiz, eta Vanetta Food-eko Águeda Ubeira eta Manuel Vila pasa dira.



ZOZKETAK



Aurten, 100 euroko balioa duten 3 erosketa-txartel zozketatu dira jaialdian produktuak erosteko.

Gainera, Euskadiko jatetxe beganoekin interakzioa sustatzeko asmoarekin, aurten ere 100 euroko bazkari/afariaren zozketa egin da. Lusheko bi produktu sorta ere zozketatu dira eta jaialdian gastatzeko 100 euroko erosketa txartel baten zozketa egin da Bigarren Kafea irrati saioko entzuleen artean.

KOSMETIKA NATURAL TAILERRAK



Larunbata eta igandean zehar, Recicla Birziklatu elkarteak, 'El Rincón de Laida y Rut'-en eskutik, kosmetika natural eta begano tailerrak antolatu ditu. 50 pertsona parte hartu dute tailer hauetan, eta bertan baxera garbigarri bat, hortzetako pasta natural eta toxikorik gabekoa eta plastilina beganoa egiten ikasi dute partehartzaileek.

YOGA DAY



Igandean 11.30etan Vinyasa Flow praktika saioa ospatu da, María Eskitxabelen eskutik. María Eskitxabel-en eskutik. 56 pertsona klase honetaz gozatu ahal izan dute, Ficobako eraikin nagusiko lehenengo solairuan ospatu dena.



Zein da zure arropak eragiten duen inpaktua?

Fashion Revolution Euskadi gunean formatu handiko publikoarentzat erabilgarri zegoen display bat jarri da.

Bertan, soinean zeramatzaten jantzien ingurumen-inpaktuaren erradiografia egin ahal izan dute bisitariek.

Gailu anitzeko web app baten bidez, bisitariek beren jantzien konposizioari, jatorriari, eta zaintzari buruzko datuak sartu dituzte, @bcome webguneak proposatutako jasangarritasun-indizearen arabera, eta segundo batzuen buruan, jantziek klima aldaketan duten eragina ikusi ahal izan dute.



HAURRENTZAKO JARDUERAK

ARTE TAILERRAK



Etxeko txikientzako erakarpen- eta entretenimendu-puntu bat eskaintzeko helburuarekin, familientzako jarduera sortzaileak mantendu dira programan: horma-irudia, mandalak eta aurpegi margoteka. 256 haur pasa dira hemendik.

MATERREKIN TAILERRAK



Mikroplastikoak ezagutuz eta plastikoaren alternatiben bila

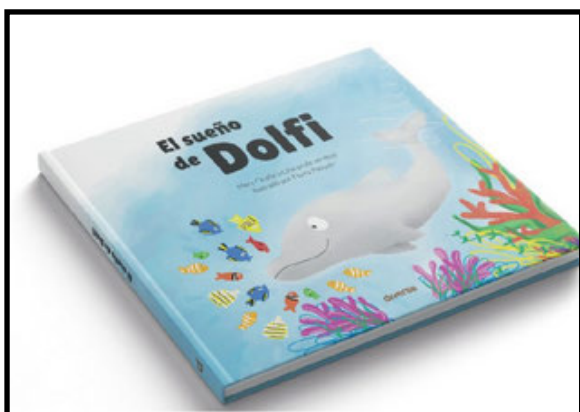
Materrek aurten ere jaialdian parte hartu du eta tailerrak antolatu ditu arratsaldetan, gaztetxoek artean ingurumenarekiko kontzientzia sustatzeko.

IPUIN KONTALARIAK



El niño que quería bailar

Eguzkiñe Gago bi ipuin kontaketa saio egin ditu, eta haurrek harrera ona egin diote “El niño que quería bailar” ipuinari. Ipuin kontalariaren saioarekin batera, tailer bat egin da, istorioaren protagonista den Lunero zezenaren imana sortzeko.



El sueño de Dolfi

Mery Ocaña ere parte ipuin kontaketa saioetan parte hartu du “El sueño de Dolgi” ipuinarekin

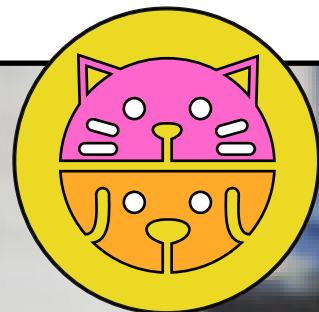


PLANETA DOTS



PLANETA DOTSen erabiltzen ez diren ehunak erabiltzen dituzte arropa eta osagarri berriak sortzeko lehengai gisa, ehungintzaren industriatik datorren galerak mugituta. Be Veggie-n ehun-hondakinez egindako giltzatakoak sortzeko tailer bat garatu dute, Be Veggie-ren transfer batekin pertsonalizatuak.

SARRERA TXAKURREKIN



Aurten 122 txakur etorri dira Be Veggie-ra. Animaliei kanpoalderako sarbidea erraztu zaie eta edalekuak jarri zaizkie ere eskuragarri. Aurten ere, datu honek gure bizitzaren parte diren 4 hankako lagunekin aisialdia partekatzeko interesa islatzen du.

ERRONKA GARBIA

4

Lehenengo edizioetatik, Be Veggie-k iraunkortasuna izan du ardatz, bai jaialdiaren programari dagokionez, gai honi hitzaldi eta jardueretan lekua emanez, bai ekitaldiaren kudeaketan ere. 2021-eko edizioaz geroztik, Be Veggie-k ERRONKA GARBIA zigilua lortu du.



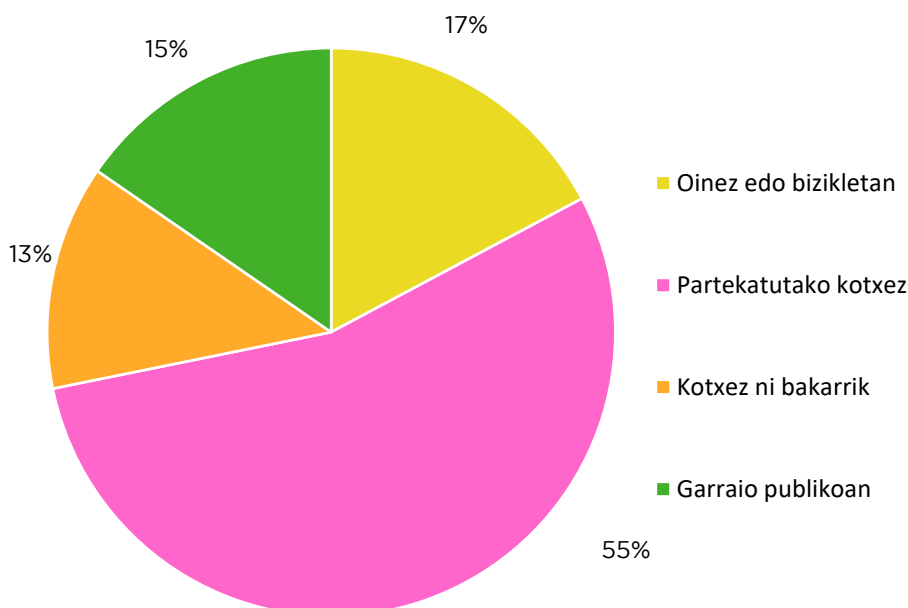
ERRONKA GARBIA
EVENTO AMBIENTALMENTE SOSTENIBLE

Be Veggie 2024k ere Erronka Garbia zigilua lortu nahi du. Be Veggiek ingurumenaren aldetik iraunkorra den ekitaldi bat egiteko erronka hartu du bere gain. Ildo horretan, helburu hauek ezarri dira: hondakinak murriztea eta kudeatzea, eta bertaratutakoen mugikortasunean jasangarritasuna neurtzea.

Zigilua lortuz gero, hau lortzen duen ekitaldiaren hirugarren edizioa izango litzateke. Modu honetan, bizi- eta kontsumo-estilo jasangarria sustatzeaz gain, jaialdia bera ingurumen-jasangarritasuneko irizpideei jarraituz kudeatzen dela berretsi egingo zen.

Aurten, stand-etan eta gune komunetan jarri den moketa berrerabilgarria izan da.

BISITARIEN MUGIKORTASUNA



Grafikoak Be Veggie-ra bertaratutako bisitarien mugikortasunari buruzko informazioa eskeintzen du: %55a partekatutako kotxean etorri da, %17a oinez ala bizikletan, eta %15a garraio publikoan.

ANTOLAKUNTZA ETA KOLABORATZAILEAK

Be Veggie Ficoba-ko lan talde profesionalak antolatzen du, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren babesarekin, Gipuzkoako Foru Aldundiko Jasangarritasun Departamentuko babesarekin eta Gipuzkoako Foru Aldundiko Turismo departamentuaren babesarekin ere.

Honetaz gain, Be Veggie-k honako hauen kolaborazioa izan du: UVE (Unión Vegetariana Española), ProVeg, Vegana, Fashion Revolution Euskadi eta Euskotren. Honako hedabideen laguntzarekin kontatu du ere: También se ha contado con la colaboración de medios como Bueno y Vegano, Easy Organic,



GK GREEN FASHION BE VEGGIEN

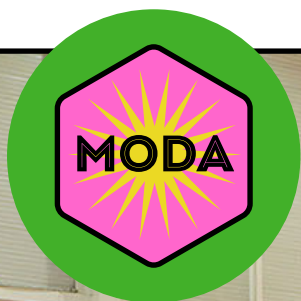


GIPUZKOA KLUSTERRA

GIPUZKOAKO MODA IRAUNKORREKO KLUSTERRA
CLUSTER GIPIUZKOANO DE MODA SOSTENIBLE



Be Veggie-tik GK Green Fashion Gipuzkoako Moda Jasangarriaren Klusterraren presentzia nabarmendu nahi dugu. Gipuzkoako Foru Aldundiko Jasangarritasun Departamentuak aurten ere Be Veggieren alde egin du, eta klusterraren lana zabaltzeko plataforma gisa aukeratu du berriz ere Be Veggie. Kurmi Kids eta Miara Design markek GK Green Fashionen Klusterraren espazioan parte hartu dute, moda iraunkorreko marka gisa egiten duten lana ezagutaraziz.



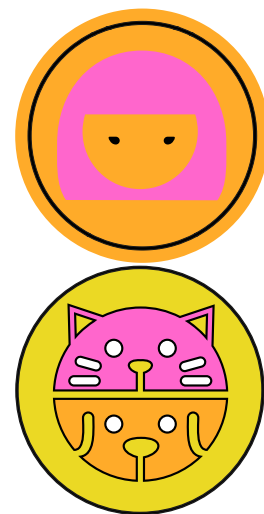
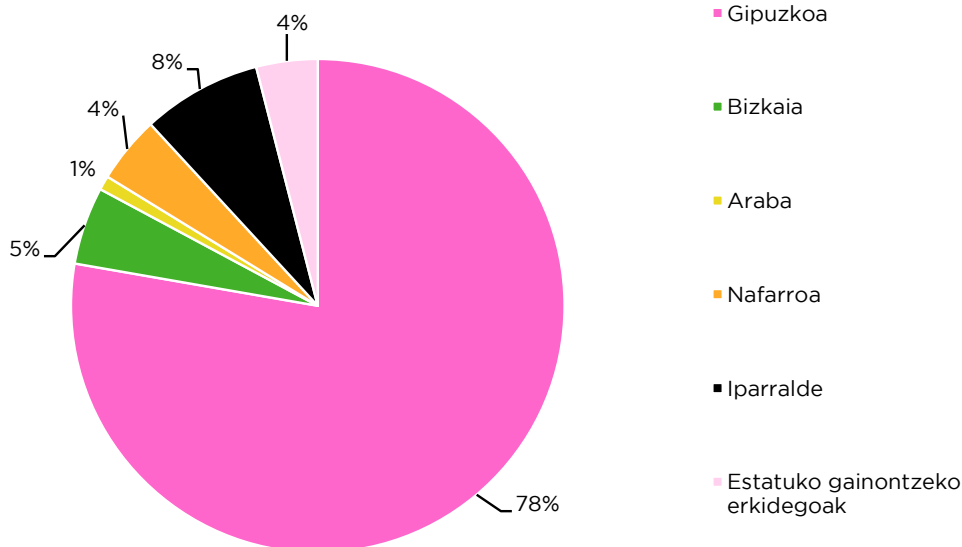




PUBLIKOA

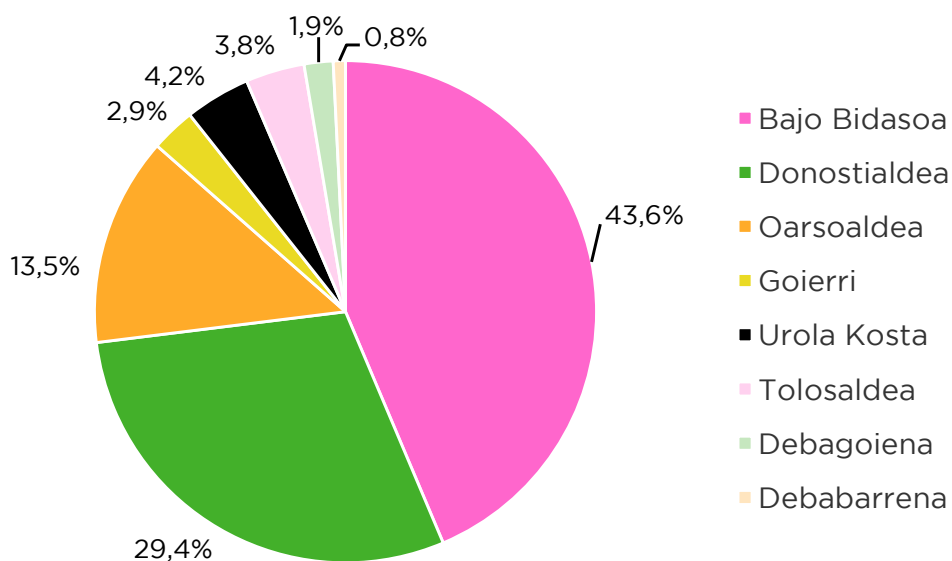
JATORRI OROKORRA

7



Be Veggiera etorritako publikoaren %78a gipuzkoako udalerriren batetik egin du, eta publikoaren %8a Iparraldeko udalerriren batetik etorri da. Euskadiko gainontzeko probintzietatik eta Nafarroatik bisitarien %10a etorri da, eta azkenik, Estatuko gainontzeko erkidegoetatik etorritako bisitariak %4a izan dira.

GIPUZKOAKO PUBLIKOA | ESKUALDE ARTEKO BANAKETA

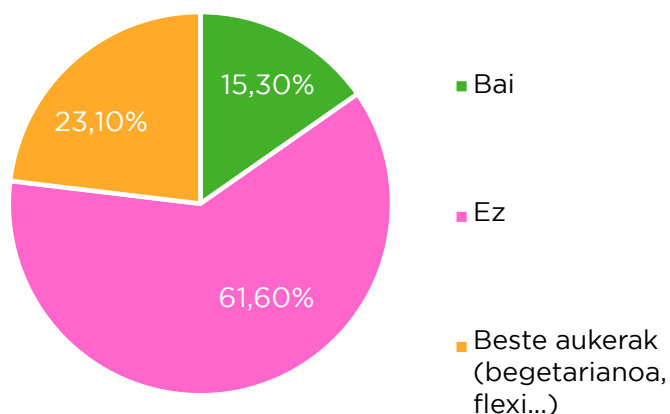


Gipuzkoako publikoaren %44a Behe Bidasoako eskualdeko udalerriren batetik etorri zen, Donostialdeako udalerriren batetik etorri ziren %30ak jarraitua.

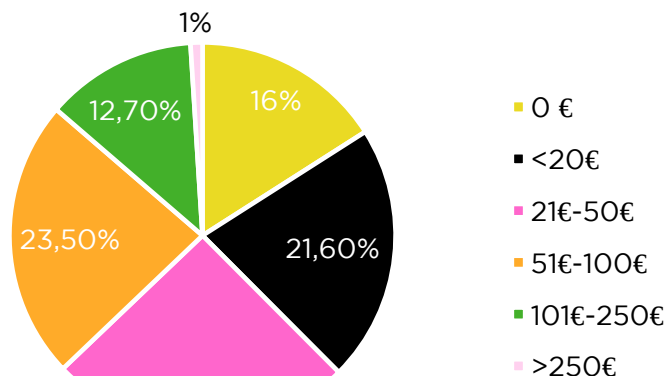
PUBLIKOARI EGINDAKO INKESTA

Be Veggie-n zehar, bisitariei inkesta bat egin zaie, bere feedback-a jasotzeko eta bisitarien perfila hobeto ezagutzeko asmoarekin. Hauek dira jasotako datuen artean nabar-menak direnak:

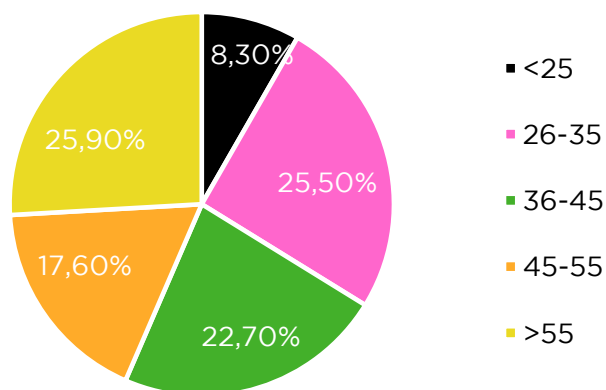
Beganoa zara ?



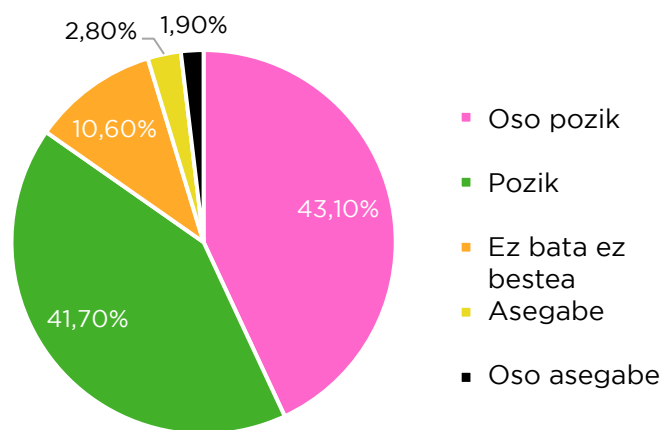
Zenbat diru gastatu duzu ?



Zein da zure adina?



Jaialdiarekin asebetetze maiala



Jaialdian inkestatuen %61,60k beganoak ez direla adierazi dute. %15,30a begana gisa definitzen da, eta gainerako % 23,10 beste bizimodu/dieta batzuekin identifikatzen da, hala nola begetariana edo flexitarianoa. Nabarmentzekoa da publikoaren % 56,5ak 45 urte baino gutxiago dituela eta publikoaren % 84ak zerbait erosi duela azokan. Inkestatuen ia % 40ak 50 euro baino gehiago gastatu dituzte azokan.

Azkenik, nabarmentzekoa da **bertaratutako bisitarien % 85a pozik edo oso pozik** geratu dela Be Veggie-ren edukiarekin.

PUBLIZITATEA ETA INPAK-

8

Hauek izan dira publizitate kanpainaren akzio aipagarrienak:

KALEKO PUBLIZITATEA

-1475 kartel kokatu dira udalerri hauetan: Donostia, Irun, Errenteria, Pasaia eta Gipuzkoako beste udalerri nagusietan, Hendaian, Donibane Loitzunen, Baionan, Bilbo, Iruña, biztanleria gaztea konzentratzen den gunetan kartelek presentzia indartuz.

-Euskotren: Tiket salmenta makinetan Be Veggie-ren irudia ezarri da eta Bilboko Alde Zaharreko geltokiko pantailan bideo promozionala jarri da ere. Honetaz gain, topoaren ibilbidean 4 MUPI jarri dira

-Donostiako Dbus geltokietan 6 MUPI ezarri dira (Antiguon, Unibertsitatearen inguruan)

-32 MUPI Irungo markesinetan

-Loiu eta Hondarribiako aireportuetan promozio turistikorako pantailetan irudia



POSTA BIDEZKO BIDALKETAK, MAILING ETA DEIAK

-Posta bitarteko bidalketa Euskadiko 111 denda/ beste merkatalgune espezializatueta, jatetxe beganoetara e.a, jaialdiaren posterra barne.

-Emailing kanpaina (mailchimp): 6 newsletter (bisitari orokor eta profesionalei zuzenduta) azaroa eta abenduan zehar, 24.000 mail baino gehiago dituen datu basera.

-Denda begano eta gourmet-etara deiak

PRENTSA ESPEZIALIZATUA

EDIZIO FISIKOAK

Bioeco actual: 5 publizitate insertzio, abuztua eta abendua bitarteko edizioetan, denda espezializatueta (belardendak e.a.) eta ekitaldietan banatzen dena.

Mi herbolario: Publizitate insertzio 1, urriko edizioan.

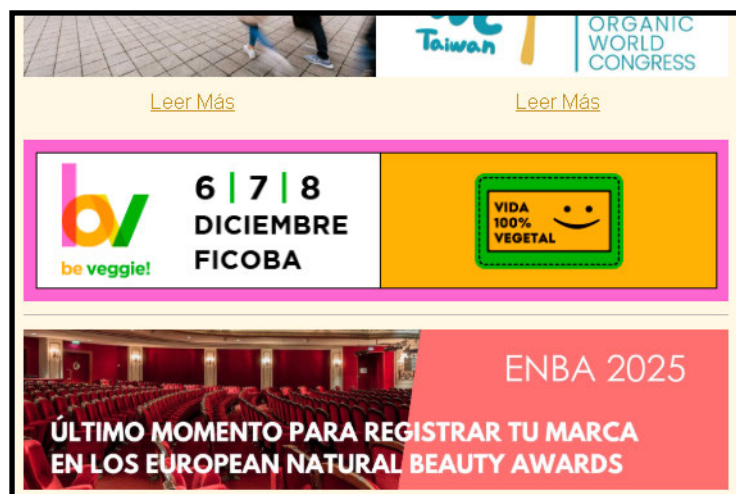
ONLINE EDIZIOAK ETA INFORMAZIO ATARIK

Bueno y Vegano: Publizitate insertzioak Bueno y Veganoren online edizioetan (8 guztira, bi edizio bakoitzeko) eta bannerrak web eta asteko newsletteretan, iraila eta abendua bitartean.

Vegetus: Publizitate insertzio bat, UVEk editatzen duen laugarren hiruhilabeteko online aldizkarian.

Ecoticias: bannerra web-an

Easyorganic: bannerra web-an



IRRATIA

305 publizita insertzioak

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

TELEBISTA

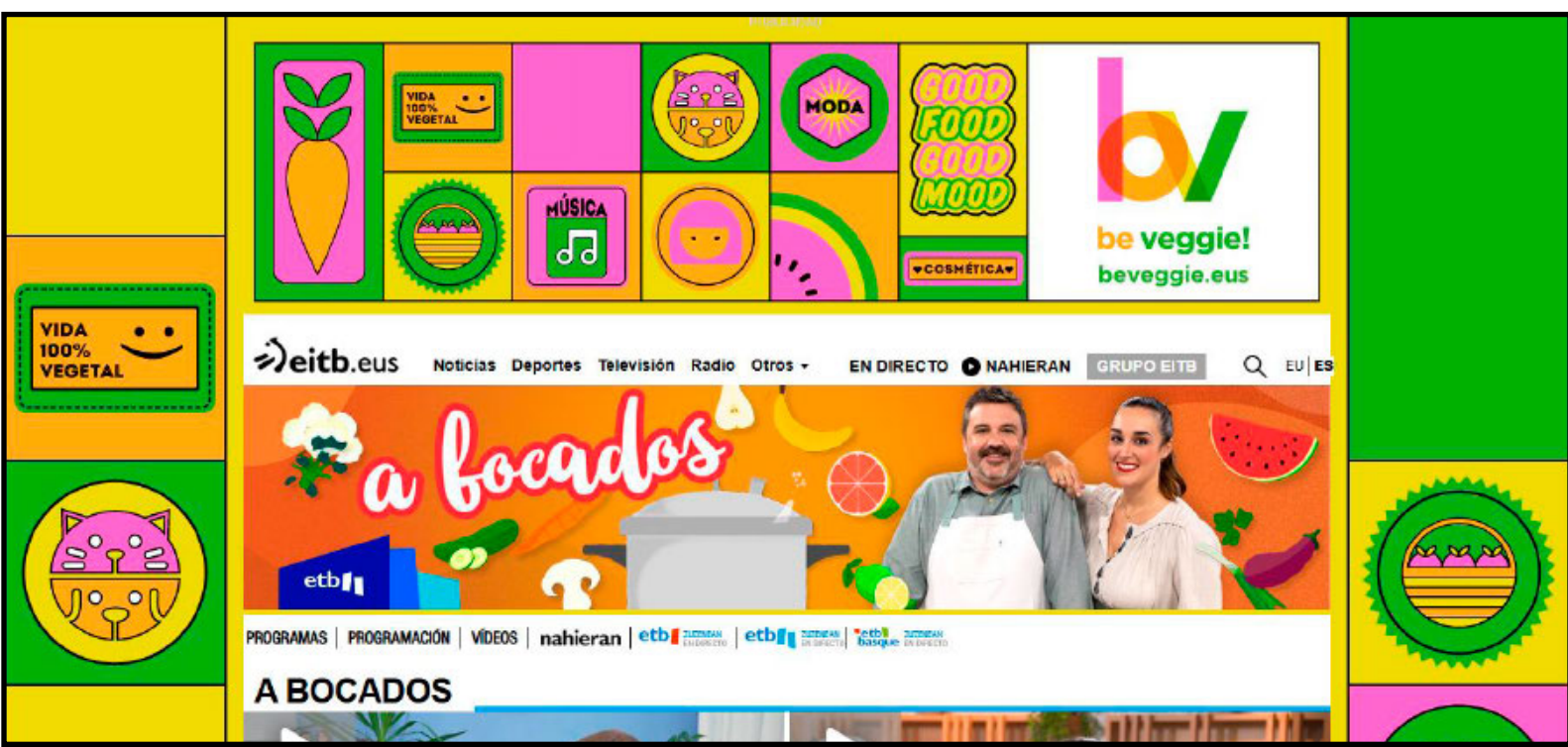
SUKALERRIAN TELESADIOA

Laida Rodríguez, Recicla Birziklatu Elkartearen ko-fundatzailea, eta Be Veggie-ko kolaboratzailea, Joseba Argiñanoren teleasaioan egon zen, plater goxo bat prestatu bitartean Be Veggieren informazioa partekatuz.



A BOCADOS TELESADIOAREN WEBEAN BANNERRA

Online publizitate kanpainaren parte bezala, A Bocados programaren weban banner batezarri da.



ONLINE PUBLIZITATE KANPAINA

Online publizitate kanpaina sendo bat jarri da martxan Be Veggie-rako, honako hauek barne izan dituen: SEM Google-en, publizitate programatikoa, kanpaina Meta-n (Instagram eta Facebook), eta Tiktok, Youtube eta Spotify-n. Kanpaina hau euskeraz, gaztele-raz eta frantsesez egin da.

IMPRESIOAK	2.650.653
ERABILTZAILE BAKARRAK	544.014
KLIKAK	8.073
CTR	0,30%



INPAKTUAK HEDABIDEETAN

Be Veggie-k 56 inpaktu izan ditu hedabideetan, eta hauen artean artikuluak, elkarrizketak, prentsan eta irratan egindako aipamenak eta elkarrizketak daude. Besteak beste, ostirala 6an ETB2-ko Teleberri saioan agertu izana nabarmentzekoa da.

IRRATIA	10
TELEBISTA	1
PRENTSA (PAPERA / ONLINE)	41
BESTE BATZUK	4

EL DIARIO VASCO

Irún

Más de 6.500 personas visitaron Be Veggie

El festival vegano cerró con buen sabor de boca su quinta edición



Desde la primera jornada, el viernes pasado, Be Veggie registró una alta afluencia de público. F. DE LA HERA



Postuak, eta jarduera asko izango dira azokan. Be Veggie

Be Veggie azoka beganoa, seigarrenez Ficoban

MAITE REIZABAL ARREGI
IRUN

Be Veggie azoka eta jaialdi beganoaren seigarren ekitaldia jasoko du Ficoba erakustazokak gaur hasi eta igandera arte. Gaur (ostirala) eta bihar 11:00etatik 20:00etara izango da zabalik, eta etzi 11:00etatik 19:00etara. Denera 60 erakusketarik jarriko dituzte euren produktuak jendakarean, eta horiez gain, beste 40 jarduera osagarri izango dira asteburuan zehar. Horien berri zehatz izateko joan [bidasona.hitza.eus](#) webgunera. Ficobarako sarrera doan da, baina jarduerarako aurrez izena eman behar da [beveggie.eus](#) webgunean.

Jaialdiaren bereizgarri da bertan eskaintzen den guztiak ez duela inolako harremanik animalien esplotazioarekin. Hala, elikadura eskaintza (postuetakoa, landutako elikagaien salmenta guneetakoa, eta tailerretakoa) guztiz begetala da, kosmetika gaien eskaintza ere naturala eta beganoa da, eta arropa stand-etako jantziak nahiz oinetakoetan ere iraunkortasun irizpideak dituzte. Hala, azokaren bitartez produktuak, nahiz horiek egiten dituzten pertsonak ezagutzeko aukera izango da.

SUD OUEST Samedi 7 décembre 2024

23

IRÚN

Le salon Be Veggie à Ficoba

Près de 60 entreprises et des personnalités et chefs de renom sont réunis jusqu'à dimanche



Les organisateurs de Be Veggie ont annoncé une belle édition. DR

Une nouvelle édition du salon ou festival vegan Be Veggie a été lancée catifs et ludiques. Cette édition met également à l'honneur l'initiative

enpresaBIDEA

JASANGARRITASUNA

Bizitzan begetala oinarri

Landareak oinarri dituen elikadura, kosmetikoak edota arropak gora egin du, eta gora egiten jarraituko du datozen urteetan. Horiexek dira Be Veggie azokaren protagonistak

**Maite Reizabal Arregi** EnpresaBIDEAko zuzendaria
2024ko abenduaren 03a 05:30



SARE SOZIALAK

Hauek dira Be Veggie-k Instagram-en lortutako emaitzetako batzuk. Hau da Be Veggie-ren sare sozial nagusia:

INSTAGRAM

Be Veggie 2023 geroztik, Instagram-eko komunitateak izan duen hazkundea %13,8koa izan da, **4.206 jarraitzaile**tara iritsiz behin ekitaldia bukatzean (12 hilabetetako epean).

Ekitaldian zehar, abenduak 6 eta 8 bitartean, **167 jarraitzaile berri** lortu dira.

-1.170 interakzio lortu dira, post (268) eta reel (902) bitartez

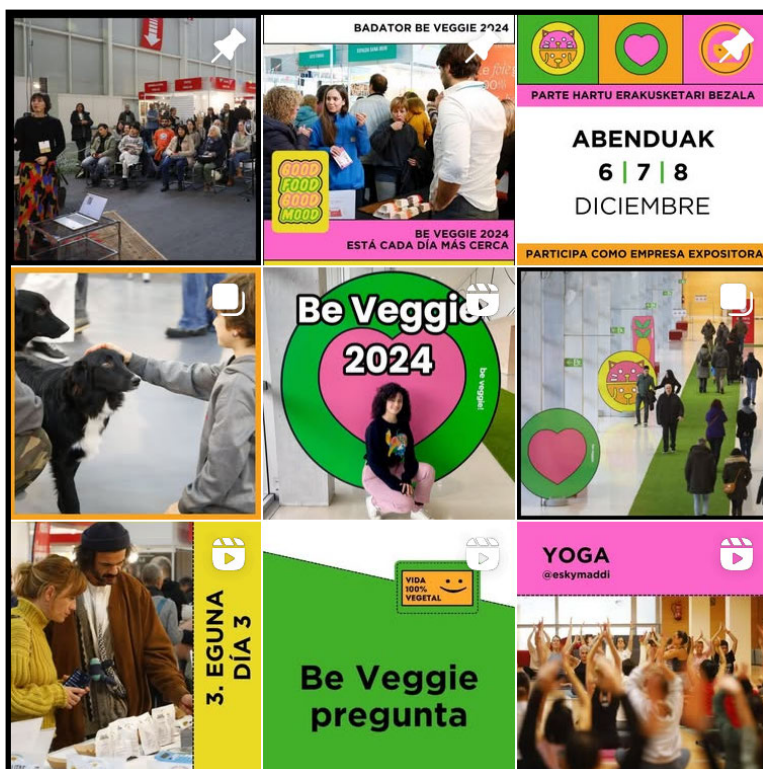
-Eduki mota bakoitzeko lortutako batez besteko **irismena (edukia ikusi duten kontu kopurua)** honako hau izan da:

- * post-ak : 2.132
- * reel-ak: 1.406
- * story-ak: 489,91

-Lortutako **engagement-a** (interakzioak/irismena) publikazio mota bakoitzeko hau izan da:

- * post-ak : 6,29
- * reel-ak: 6,42

Kontuan hartuz Sare Sozialen estrategiaren parte gisa argitalpenen kopurua murriztu dela, edukiaren kalitateari eta garrantziari lehentasuna emanez, emaitza hauek oso positibotzat hartzen dira.



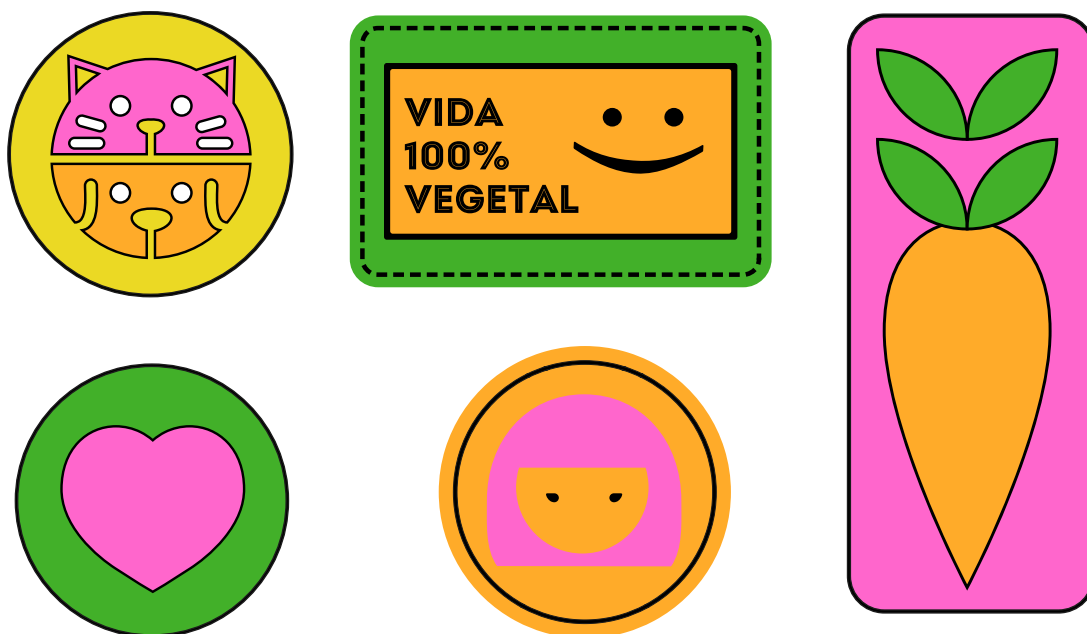
BRANDING-A

Be Veggieren edizio honetarako, aurreko irudi grafikoa berrikusi da, eta identitate berri bat sortu da dagoeneko existitzen ziren elementuetatik abiatuta.

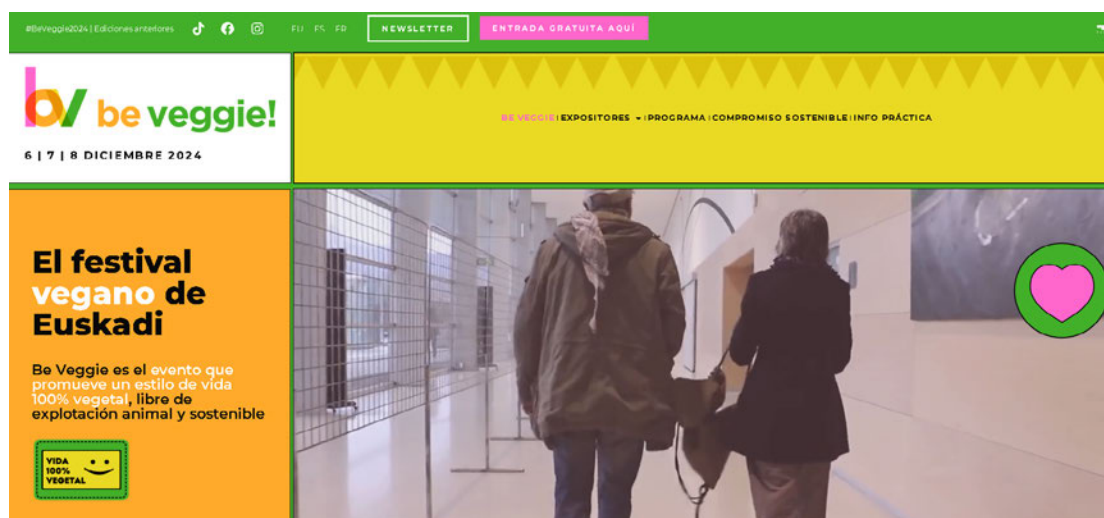
Hau aurrera eramateko piktograma adierazgarrienak hautatu dira, irudi gazteagoa eta freskoagoa sortzea bilatuz, eta koloreen erabilera erraz eta deigarriago bat bilatuz.

Be Veggieren irudi berria sticker moldakor eta deskriptiboak erabiltzeagatik nabarmentzen da, 4 tonalitateko paleta baten kolore blokeekin lagunduta, non inguru beltza ere protagonista den.

PIKTOGRAMAK

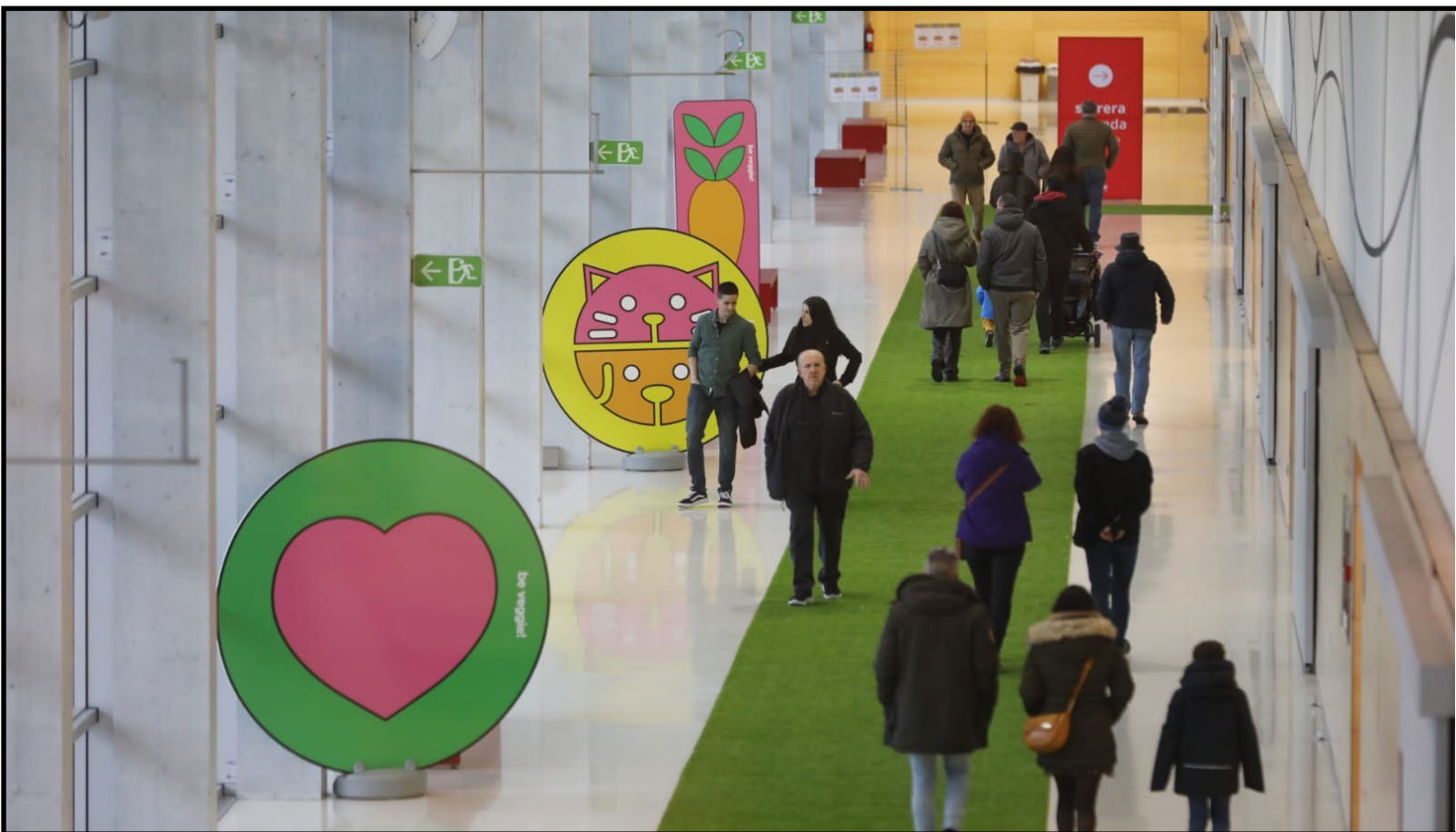


WEBA



Irudiaren eguneratze honekin, Be Veggieren irudia indartu nahi izan da, elementu berritzaileak sortuz eta ekitaldian zehar eragina izatearen aldeko apustua eginez. Honetaz gain, irudi grafikoa eta honek errepresentatzen duena denboran iraun dezala erraztu nahi izan da, baita ekitaldia amaitu ondoren ere.

DEKORAZIOA



Tamaina handiko hiru egitura berrerabilgarri sortu dira luma-kartoian. 1,90m-ko diametroa duten bi pieza eta 2,30m-ko altuera duen pieza bat.

KATILUAK



Programan parte hartu duten pertsona guztiei "Be Veggie" katilu bana eman zaio.

STICKERRAK

Ikono nagusiekin sticker orriak sortu dira bertaratutako publikoaren eta enpresa erakusketarien artean banatzeko, horrela, Be Veggiek ekitalditik haratago ere lagun dezan, bere mezua helaraziz.



BE VEGGIE 2024 - IRUDIAK





ESKERRIK ASKO !

