

bizi be veggie!

ABENDUAK 6/7/8 DÉCEMBRE FICOBA

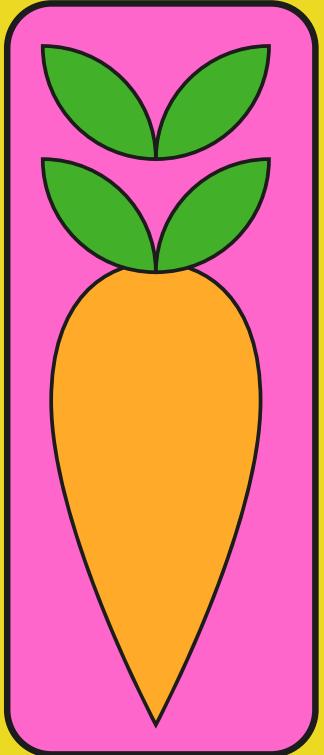
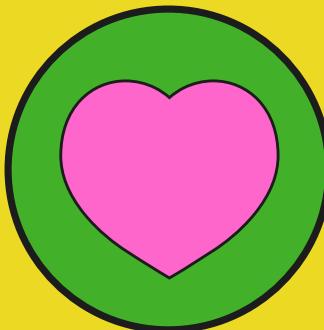
2025

EUSKADIKO JAIALDI BEGANOA



ekin
zaindu
jan
entzun
ikasi

agis
protège
mange
écoute
apprends



LE FESTIVAL VEGAN DU PAYS BASQUE

BILAN #7

1

INFORMATION GÉNÉRALE

DONNÉES PRINCIPAUX

Édition: 7

Dates: 6-7-8 décembre 2025

Nº visites: 5.703

Nº sociétés et associations exposants: 61

Surface d'exposition: 549 m²

Horaire:

samedi et dimanche de 11:00h à 20:00h

lundi de 11:00h à 16:00h

Site web: beveggie.eus

**61 exposants
5.703 visites**

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



2

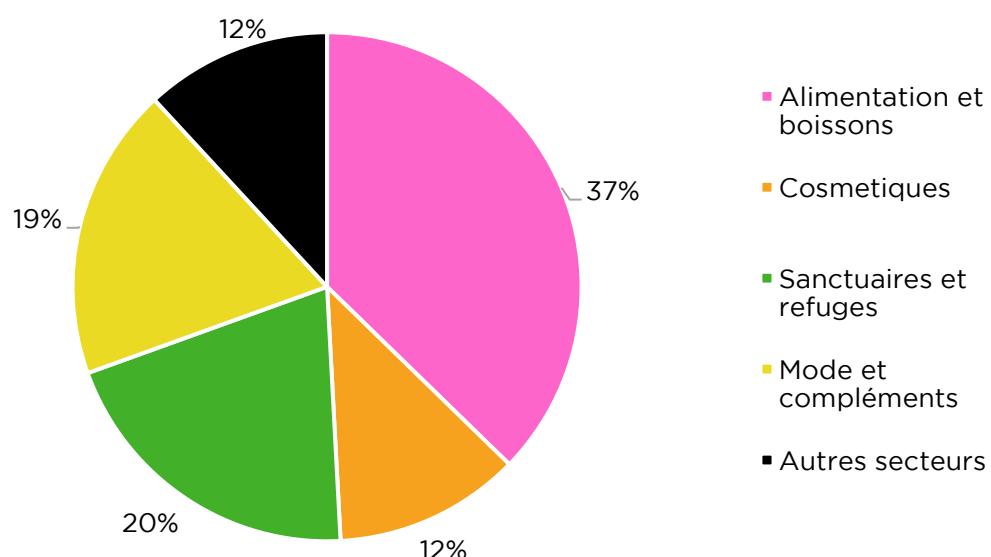
EXPOSANTS

61 entreprises et associations exposants ont participé à la 7ème édition de Be Veggie:



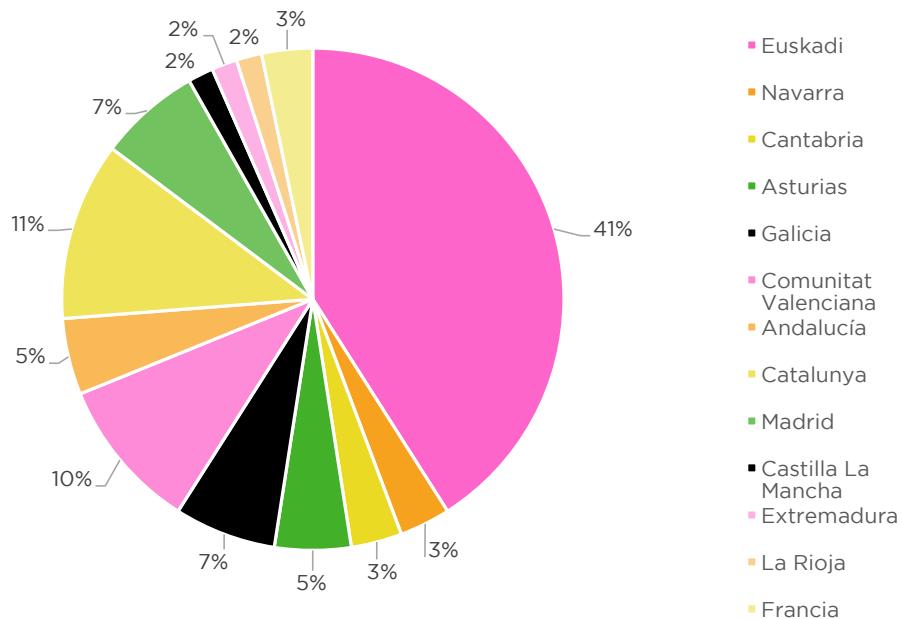
SECTEURS REPRÉSENTÉS

Parmi les 61 sociétés qui ont participé à cette édition de Be Veggie, voici les secteurs les plus représentés:



ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

En ce qui concerne l'origine géographique des entités participantes, 44% des entreprises et associations proviennent du Pays Basque et de Navarre, tandis que 56% proviennent du reste de l'Espagne ou de la France, dont 21 % proviennent de la Communauté Valencienne (Comunitat Valenciana) et de la Catalogne (Catalunya).



SATISFACTION

94%
des sociétés
exposants
sont satisfaits
avec le festival

94% des entités exposantes se sont déclarées satisfaites ou très satisfaites du festival.
92% des participants affirment leur intention de participer à la prochaine édition de Be Veggie.



CHIFFRE D'AFFAIRES ET LA DÉPENSE MOYENNE DES VISITEURS

D'après les données obtenues lors de l'enquête menée auprès du public visitant la festival, nous pouvons conclure ce qui suit:

La dépense moyenne estimée du public présent à Be Veggie était de 42,50 euros.

Sur la base de cette enquête, nous pouvons estimer que le chiffre d'affaires moyen des entreprises exposants qui ont participé au festival en réalisant des ventes directes était de 3.529,29 euros.

Cette estimation ne concerne que les ventes directes réalisées pendant l'événement, sans tenir compte des ventes qui auront lieu après l'événement grâce à la notoriété de la marque et du produit/service générée pendant le festival, tant auprès de la clientèle finale que de la clientèle professionnelle.

Le chiffre d'affaires moyen des entreprises exposantes réalisant des ventes directes est estimé à 3.529,29 euros.



3

PROGRAMME D'ACTIVITÉS

38 conférences et activités ont été proposées pendant les 3 jours de Be Veggie, ce qui a permis à 1.602 personnes d'en profiter.

BERRIKETAN



Berriketan est l'espace des conférences informatives et l'espace où se sont déroulés les sessions DJ à midi et les concerts de l'après-midi. Au total, 981 personnes ont assisté à l'événement et ont apprécié le contenu des conférences et des tables rondes. Cette année, suivant le succès de cette activité en 2024, un épisode du podcast Malditos Veganos a été enregistré en direct.

Parmi les participants de Be Veggie 2025 ont peut citer, Andrea Arrizabalaga, journaliste de l'EITB, les membres du podcast Malditos Veganos, Rocío Cano Couto et Mery Ocaña, le directeur Pablo de la Chica, qui a parlé sur le documentaire "Infiltrada en el búnker", l'écrivain Javier Morales Ortí, en présentant son livre "La hamburguesa que devoró el mundo", ainsi que représentants des sanctuaires et refuges présentes à Be Veggie, qui ont participé à une table ronde sur des histoires de sauvetage et d'espoir. Cristina Rodrigo à présenté son livre (R)Evolución Vegana.

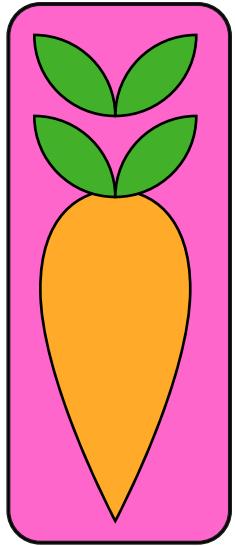
Nous avons eu l'occasion d'apprendre plus sur nutrition végane avec la nutritionniste Ariadna Jordá, et d'aborder un sujet aussi passionnant comme les luttes transversales que représentent le véganisme, le féminisme et l'écologisme, lors d'une conférence avec Miriam Jiménez Lastra.

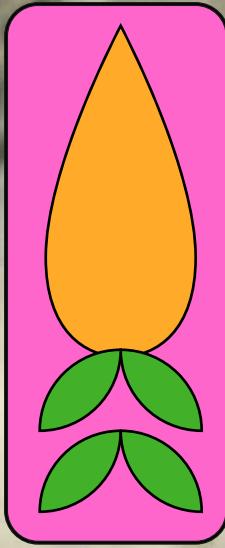
Dans les espaces consacrés à la musique, sont intervenus, entre autres, Misseo, DJ J. Macera, DJ Eromena, DJ OM Lila et Silent Disco San Sebastián.

SUKALDEAN

SUKALDEAN, l'atelier de cuisine où se déroulent les séances de show-cooking, a accueilli 329 personnes qui ont appris de nouvelles recettes nutritives et ont également pu déguster les plats cuisinés en direct.

Por SUKALDEAN a reçu la visite de Aída Lídice, créatrice de @beginveganbegun, Miriam Ortiz, la nutritionniste Maddi Etxeberria et Claudia Cafferata de Sabores de la India.





TIRAGES AU SORT

Cette année, nous avons tiré au sort **2 bons d'achat d'une valeur de 100 euros chacun** pour acheter des produits au festival. En outre, dans le cadre d'une action spéciale visant à renforcer interaction avec les restaurants vegans du Pays Basque, **nous avons aussi tiré au sort un déjeuner/dîner** d'une valeur de 100 euros.



SOMATIC MOVEMENT

Comme nouveauté cette année, nous avons profité lundi à 11h30 d'une séance de Somatic Movement organisée par Silent Disco San Sebastián. Trente personnes ont testé cette nouvelle activité, avec de très bonnes sensations sur le tapis, au premier étage du bâtiment principal de Ficoba.



FRESQUE LIVE

L'illustrateur·ice de Saint-Sébastien Ane Arzelus a peint en direct, pendant les trois jours de Be Veggie, une fresque inspirée des valeurs principales du festival, parmi lesquelles figurent le soin et le respect des animaux, la protection de la planète et l'engagement en faveur d'une alimentation 100 % végétale. La fresque mesure 2,80 mètres de haut sur 6,20 mètres de large.





ATELIERS POUR DES ENFANTS

ATELIERS D'ART



Afin d'offrir un point d'attraction et de divertissement aux plus jeunes, les activités créatives pour les familles ont été maintenues dans le programme : peinture murale, mandalas et maquillage.

ESCAPE BOX - TERMINUS



Grâce à Ekoetxea Txingudi, l'Escape Box TerminUs est arrivé à Be Veggie. Il s'agit d'un jeu d'évasion où les participantes deviennent les protagonistes d'une histoire et doivent relever des défis leur permettant de découvrir ce qu'est TerminUS : la date limite pour changer le cours de la planète et faire face à l'urgence climatique en modifiant certaines de nos habitudes et actions.

FASHION REVOLUTION EUSKADI

FASHION
REVOLUTION
Euskadi

Le carnaval de la mode durable

L'espace de Fashion Revolution à Be Veggie avait pour objectif de transmettre des notions de consommation responsable, de choix lors de l'achat et de l'entretien de nos vêtements, de gestion des déchets, ainsi que des connaissances de base, dans le but d'encourager de bonnes habitudes autour du monde textile.

Au-delà de la sensibilisation aux enjeux environnementaux et sociaux de l'industrie textile, Fashion Revolution Euskadi ouvre de nouvelles voies pour rapprocher la mode et les jeunes générations : fusion des disciplines artistiques, imagination et créativité, jeu et plaisir.

Pour cela, des jeux éducatifs adaptés à l'âge des plus petites ont été mis à disposition des personnes intéressées, afin de les aider à éveiller leur esprit critique.



PLANETA DOTS

Préoccupée par les déchets de l'industrie textile, PLANETA DOTS utilise les tissus inutilisés comme matière première pour créer de nouveaux vêtements et accessoires. Pendant Be Veggie, ils ont développé un atelier permanent pour créer des porte-clés à partir de déchets textiles, personnalisés avec un transfert Be Veggie.



4

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 première fois.



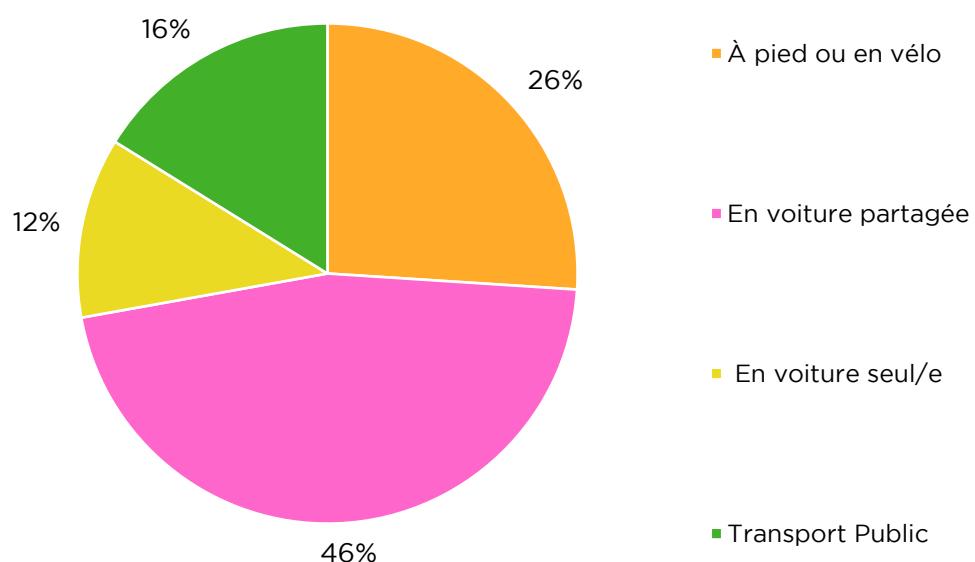
ERRONKA GARBIA
EVENTO AMBIENTALMENTE SOSTENIBLE

Be Veggie 2025 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 assistante à l'événement.

En cas d'obtention du titre, il s'agirait de **la cinquième 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.

À signaler cette année, il convient de souligner que cette année, une moquette réutilisable a été utilisée dans les espaces communs, et les stands n'étaient pas recouverts de moquette.

MOVILIDAD DEL PÚBLICO ASISTENTE



Le graphique montre les schémas de mobilité du public participant à Be Veggie, où l'on peut voir que 46% sont venus en voiture partagée, 26% sont venus à pied (ou à vélo), et 16% par les transports publics.

5

ORGANISATION ET ENTITÉS COLABORATRICES

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

Be Veggie a eu aussi la collaboration d'UVE (Unión Vegetariana Española), ProVeg, VeganaGal, Fashion Revolution Euskadi et Euskotren. Be Veggie a eu la collaboration de médias spécialisés Bueno y Vegano, Easy Organic, Mi Herbolario et Ecoticias.

ORGANISÉ PAR


F I C O B A

SPONSORS

EN COLLABORATION AVEC

PRESSE COLLABORATRICE

ESPACE GK GREEN FASHION



Depuis Be Veggie, nous souhaitons souligner la présence du Cluster de Mode Durable du Gipuzkoa, GK Green Fashion, appartenant au Département de Durabilité du Conseil Provincial du Gipuzkoa, qui a également misé cette année sur Be Veggie comme plate-forme de diffusion de son travail.

L'espace du Cluster de la Mode Durable de Gipuzkoa, GK Green Fashion, **a proposé des ateliers axés sur la réutilisation de textiles, la valorisation de déchets organiques comme matière première pour des créations, ainsi que sur la cosmétique naturelle et le DIY**. Au total, 126 personnes ont participé à ces ateliers.

Voici les activités qui ont eu lieu dans cet espace:

Avec **Fashion Revolution Euskadi**, un atelier de couronnes de Noël à partir de chutes textiles a été proposé, ainsi qu'un autre atelier de fabrication de sacs à goûter ou de rangement.

Avec la participation de **Los Talleres de Rut et Laida**, de Recicla Birziklatu, les ateliers ont été consacrés à la cosmétique et à l'entretien de la maison, avec la fabrication de produits pour le soin de nos compagnons à quatre pattes, ainsi que de produits ménagers sans substances toxiques.

Organic Studio a animé deux ateliers de biocéramique, en utilisant des déchets organiques pour créer des designs durables.

Enfin, **Ixkin Berdea** a proposé un atelier créatif utilisant de la nature préservée.



Green
Fashion

GIPUZKOA
KLUSTERRA

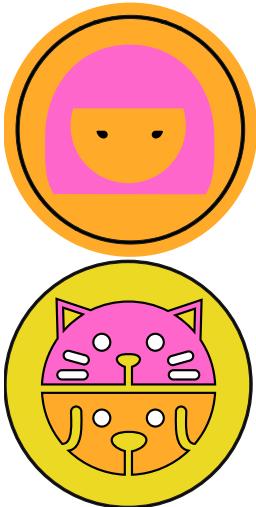
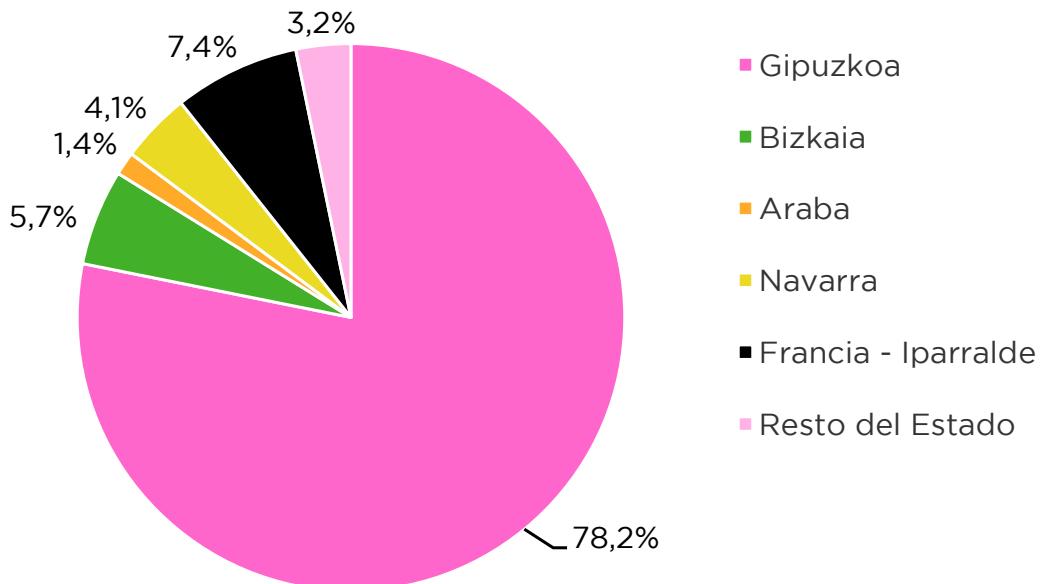
GI

BAQUI



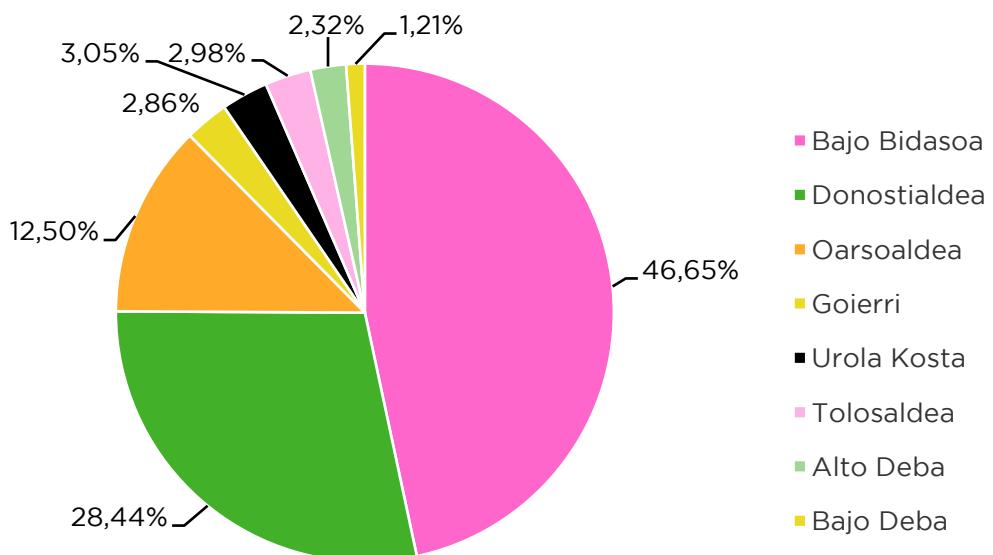


ORIGIN GÉNÉRALE



78% du public de Be Veggie provenait de villes du Gipuzkoa, suivi par 7,5% des visiteurs du Sud-Ouest de la France. Il convient de souligner les 11% de visiteurs provenant du reste du Pays Basque et de Navarre, ainsi que les 3% de visiteurs provenant du reste de l'Espagne.

PUBLIC DE GIPUZKOA | REPARTITION PAR COMARQUES

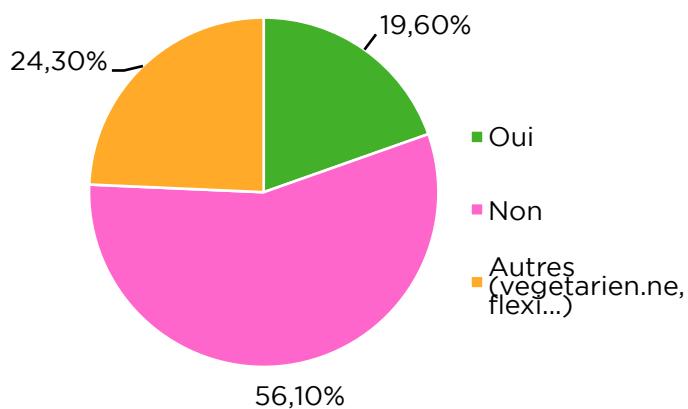


Plus de 46 % du public gipuzkoan provenait d'une commune du Bajo Bidasoa, suivi de près par 30 % venant de la région de Donostialdea.

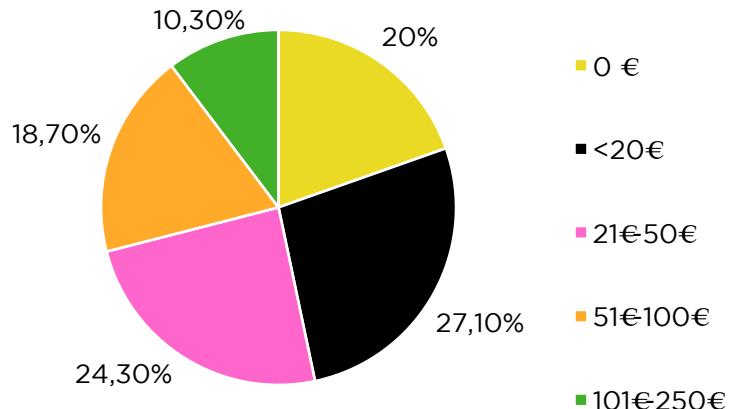
ENQUÊTE AU PUBLIC

Dans le cadre de Be Veggie, une enquête a été menée auprès du public afin de connaître son profil et de recueillir ses commentaires:

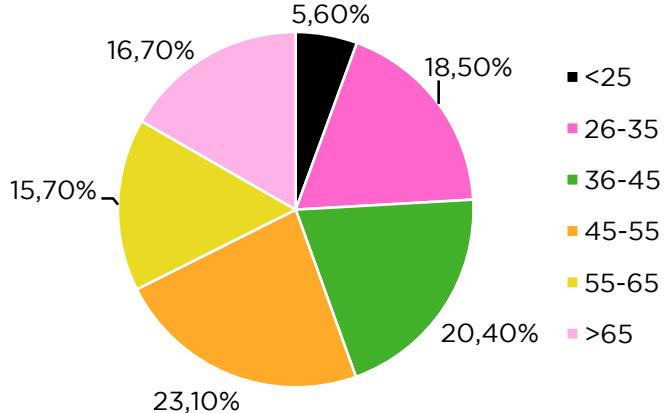
Êtes-vous vegan?



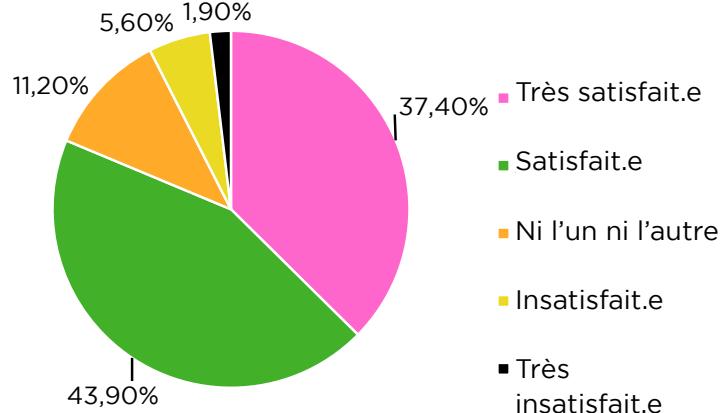
Combien avez-vous dépensé?



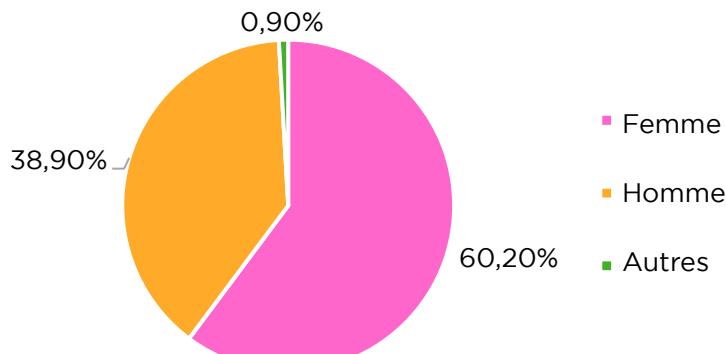
Quel age avez-vous?



Niveau de satisfaction avec le festival



Genre



56,10% du public interrogé s'est déclaré non vegan. Près de 20 % se définissent comme vegans, et 24,30% s'identifient à d'autres régimes alimentaires tels que le végétarianisme ou le flexitarianisme. Il est à noter que 44,50% du public a moins de 45 ans, et que 80% des participants ont effectué un achat sur le salon. Près de 30% des personnes interrogées ont dépensé plus de 50 euros pendant l'événement. Par ailleurs, **81,30 % des visiteurs se sont déclarés satisfaits ou très satisfaits du contenu de Be Veggie.** La répartition par genre du public est la suivante: 60,20 % de femmes (3 433 personnes), 38,90 % d'hommes (2 218 personnes) et 0,90 % de personnes appartenant à d'autres genres (51 personnes).

ACCÈS AVEC CHIENS

Les amis à quatre pattes aussi étaient au rendez-vous. Cette année, 183 chiens sont venus à Be Veggie. L'accès à la zone extérieure a été facilité afin qu'ils puissent faire leurs besoins sans avoir à se déplacer trop loin.



Une fois de plus, ce chiffre reflète l'intérêt croissant de partager des moments de loisir avec nos compagnons à quatre pattes qui font partie intégrante de nos vies.



Ce sont là quelques-unes des principales actions de la campagne publicitaire:

PUBLICITÉ SUR LA VOIE PUBLIQUE

- Colocation de 1.850 affiches à: Donostia, Irun, Hondarribia, Rentería, Pasaia, Tolosa, Hernani e Zarautz à Gipuzkoa, Hendaye et Bayonne à Iparralde (France), Bilbao et Leioa à Bizkaia et Pamplona et ses entourages à Navarra.
- Euskotren: publicité dans les écrans de vente de billets, et dans la grande écran de publicité au gare du Casco Viejo à Bilbao.
- 32 MUPIs à Irun.
- Image dans les écrans de promotion touristique des aéroports d'Hondarribia et Bilbao.



ENVOIES POSTALES, MAILING ET APPELS

- Envoie postale (avec affiche publicitaire) à 117 magasins spécialisés vegans, magasins BIO, restaurants vegans et végétariens...du Pays Basque.
- Campagne d'emailing (mailchimp): 6 campagnes segmentées par langue (EUS-ES, ES y EU-FR) ciblés au grand public, 2 campagnes ciblés par secteur d'activité destinées au public professionnel, envoyés pendant les mois de novembre et décembre à une base de données de 29.000 contacts.
- Appels informatives aux magasins gourmets et spécialisés.

PRESSE SPÉCIALISÉE

ÉDITIONS EN PAPIER:

Bueno y vegano: 1 insertion publicitaire dans l'édition en papier d'octobre, distribué aux magasins spécialisés (magasins BIO, vegans etc) et au salon Veganagal.

ÉDITIONS ONLINE:

Bueno y Vegano: insertions publicitaires dans l'édition en ligne de Bueno y Vegano d'octobre.

Vegetus: 2 insertions publicitaires dans le magasin du troisième et quatrième trimestres, publié par UVE.

Mi herbolario: insertion d'un banner web pendant le mois de novembre.

The image shows three magazine covers side-by-side. The first cover on the left is for 'Bueno y Vegano' featuring a woman speaking to a group of people. The second cover in the middle is for 'Vegetus' with a colorful graphic for 'be veggie!' and event details. The third cover on the right is for 'Mi herbolario' with a photo of a man and a child cooking. Each cover has its own unique layout and text.

RADIO

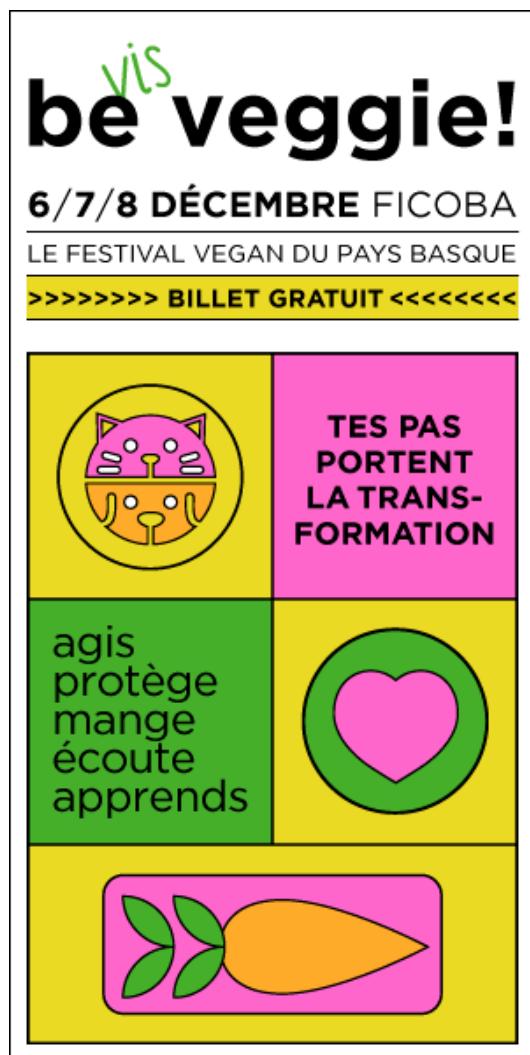
80 insertions publicitaires:

- Euskadi Irratia
- Euskadi Gaztea
- Los 40 San Sebastian
- NRJ Biarritz

CAMPAGNE DE PUBLICITÉ ONLINE

Une campagne de publicité en ligne a été réalisée comprenant: Campagne SEM sur Google, campagne PMAX, publicité programmatique et une campagne sur Meta (Instagram et Facebook), Tiktok et Youtube. Voici quelques données moyennes de la campagne:

IMPRESSIONS	4.573.901
COUVERTURE	995.270
CLICKS	16.238
CTR	0,36%



IMPACTS DANS LES MÉDIAS

Be Veggie a eu 53 impacts dans des médias, dont des articles, des interviews et des mentions dans la presse:

RADIO	19
PRESSE (PAPIER / ONLINE)	27
AUTRES	7

EL DIARIO VASCO

Irún

Be Veggie inaugura mañana un intenso fin de semana

J. O.
IRUN.
Jueves, 4 de diciembre 2025, 19:50

[Comenta](#) [Guardar](#) [Compartir](#)

Be Veggie, el festival vegano de Euskadi, inaugura mañana sábado en Ficoba su séptima edición. La cita se ha consolidado como un espacio dirigido no sólo al público vegano, sino al conjunto de «quienes apuestan por una vida más ética, sostenible y saludable», indican desde Ficoba. Es punto de encuentro para «descubrir, compartir y disfrutar de alternativas que respetan a los animales, el medioambiente y las personas».

En esta séptima edición estarán presentes más de 60 expositores, quince asociaciones y seis food trucks. El programa del festival se completa con una agenda que incluye más de cuarenta propuestas, entre talleres, show cookings, charlas o música en vivo.



Be Veggie

BE VEGGIEN, JAN, IKASI ETA EKIN

IRUN. Larunbatetik (bihartik) astelehenera Be Veggie jaialdi beganoaren etxe izango da Ficoba erakustazoka. Sarrera eta aparkatzea doan izango dira. Hilaren 6 eta 7an 11:00etatik 20:00etara izango da zabalik Be Veggie eta hilaren 8an 11:00etatik 16:00etara. Hiru ardatz izango ditu aurtengoak: jatea, ikastea eta ekitea. Beraz, horien inguruan antolatuko dira Ficoban izango diren postuak, baita jarduera osagarria ere: hitzaldia, tailerra, erakustaldiak, familia jarduerak... Informazio gehiago, hemen: beveggie.eus.



Découvrez le
PAYS BASQUE

[Accueil](#) > [Agenda](#) > [Festivals](#) > [Irún](#) > Be Veggie - le festival vegan du Pays basque

— IRUN
samedi 6 au lundi
8 décembre 2025



Be Veggie: el festival vegano de Euskadi

01/12/2025

Los días **6, 7 y 8 de diciembre** son los escogidos para esta nueva edición de Be Veggie, el evento que promueve un estilo de vida vegano y sostenible. **Be Veggie** reúne a productores de alimentos 100% vegetales, moda vegana, artesanía, cuidado personal, cosmética, yoga y oenogénes, santuarios y asociaciones implicadas en la defensa de los animales. Los visitantes pueden participar en talleres para toda la familia, comer y beber en los food trucks instalados en la feria, aprender nuevas formas de cocinar en los showcookings, escuchar música en directo, hacer yoga y asistir a las conferencias y charlas que, como siempre, despiertan mucho interés.



PLATEFORME CRÉATIVE DE MESSAGES POUR LA CAMPAGNE

La campagne de la septième édition de Be Veggie s'est articulée autour d'un nouveau message principal, avec pour objectif de renforcer les valeurs et l'intention de Be Veggie comme vecteur de socialisation et de visibilité du véganisme en tant que mode de vie.

Pour cela, le verbe **VIS** (en espagnol, basque et français) a été intégré à l'identité graphique aux côtés du logo, accompagné des verbes suivants : **agis, protège, mange, écoute et apprends.**

Le choix de ces verbes, tous utilisés à l'impératif, nous a permis de nous connecter aux idées clés qui définissent Be Veggie et tout son contenu :

AGIS: Be Veggie est un univers qui incite à agir pour les animaux et pour la planète.

PROTÈGE: Be Veggie est un événement qui invite à prendre soin de soi, des animaux et de la planète, en proposant des outils pour commencer à le faire.

MANGE: Be Veggie est un festival où la nourriture est au cœur de l'expérience, toujours 100 % végétale, savoureuse et variée.

ÉCOUTE: Be Veggie est un lieu de rencontre pour écouter des idées diverses et découvrir une programmation musicale variée.

APPRENDS: Be Veggie nous ouvre à l'apprentissage, à de nouveaux concepts et réalités qui nourrissent la réflexion.

Parmi ces cinq sous-messages qui concrétisent le slogan VIS Be Veggie, trois d'entre eux disposent d'un claim individuel, traduit en espagnol, basque et français.

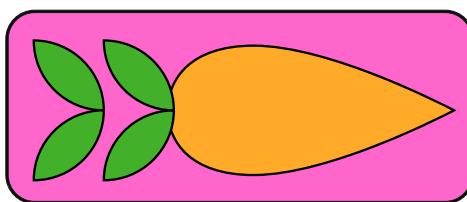
Ces messages ont permis de diffuser des contenus ciblés sur différents supports de la campagne, chacun accompagné d'un sticker Be Veggie.

AGIS



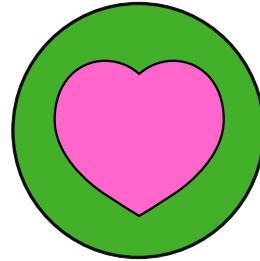
TES PAS
PORTENT LA
TRANSFORMATION

MANGE



LA TRANSFORMATION
SE CUISINE DANS
TONS ASSIETTE

APPRENDS



DES IDÉES QUI
VIBRENT POUR LA
TRANSFORMATION

Cette plateforme créative de messages a été déclinée sur des affiches, des MUPIs, des bannières numériques et d'autres supports.

bizi vis be veggie!

ABENDUAK 6/7/8 DÉCEMBRE FICOBIA

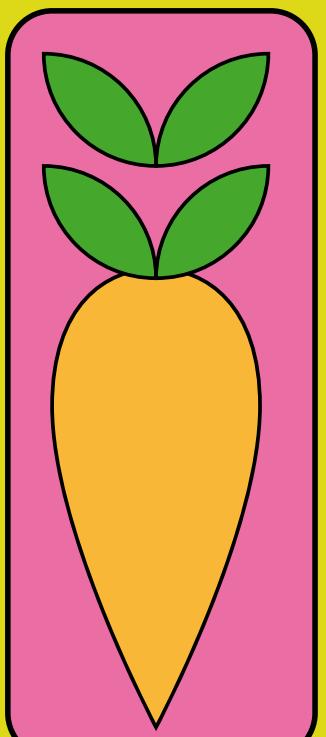
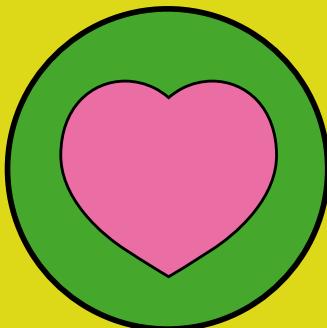
>>>>>> DOAKO SARRERA BILLET GRATUIT <<<<<<<

EUSKADIKO JAIALDI BEGANOA



**ekin
zaindu
jan
entzun
ikasi**

agis
protège
mange
écoute
apprends



LE FESTIVAL VEGAN DU PAYS BASQUE

ANTOLATZAILEA
ORGANISE

BABESLEAK
SPONSORS

LAGUNTZAILEAK
EN COLLABORATION AVEC



8

MERCHANDISING

Dans le but de continuer à renforcer l'identité de la marque Be Veggie, la septième édition du festival a donné lieu à la production de merchandising, afin que l'image de Be Veggie perdure à travers des supports d'usage quotidien pour les personnes impliquées ou en lien avec l'événement, qu'il s'agisse des intervenantes ou du public visiteur.

DES TASSES



DES PORTE-CLES



ACTUAR CUIDAR COMER ESCUCHAR APRENDER
EIN ZAINDU JAN MINTZUN IKASI

BE VEGGIE 2025 EN IMAGES





MERCI BEAUCOUP !

bizi vis
be veggie!