bizi

vive

be veggie!

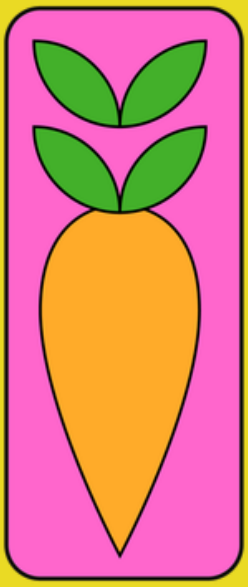
31 OCTUBRE - 1 NOVIEMBRE

2026

EUSKADIKO JAIALDI BEGANOA



ekin
zaindu
jan
entzun
ikasi



actúa
cuída(te)
come
escucha
aprende



EL FESTIVAL VEGANO DE EUSKADI

MEMORIA #8

TABLA DE CONTENIDO

INFORMACIÓN GENERAL 3

ENTIDADES EXPOSITORAS 4

PROGRAMA DE ACTIVIDADES 8

ERRONKA GARBIA 17

ORGANIZACIÓN Y ENTIDADES COLABORADORAS 18

PÚBLICO 24

PUBLICIDAD E IMPACTOS 27

BE VEGGIE 2026 EN IMÁGENES 32



1 INFORMACIÓN GENERAL

DATOS PRINCIPALES

Edición: 8
Fecha: 31 octubre - 1 noviembre
Nº visitas: 3.879
Nº empresas y asociaciones expositoras: 57
Superficie expositiva: 463 m2
Horario:
sábado: 10:00 - 20:00
domingo: 10:00 - 18:00
Web: beveggie.eus

57 entidades expositoras
3.879 visitas

La entrada para el público ha sido gratuita, previa inscripción online o en la recepción del recinto a la llegada.

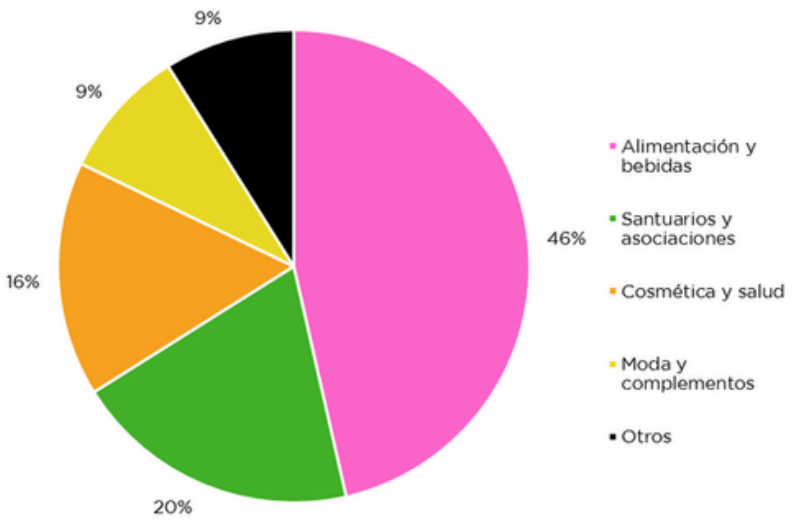


2 ENTIDADES EXPOSITORAS

57 entidades expositoras han participado en la séptima edición de Be Veggie:

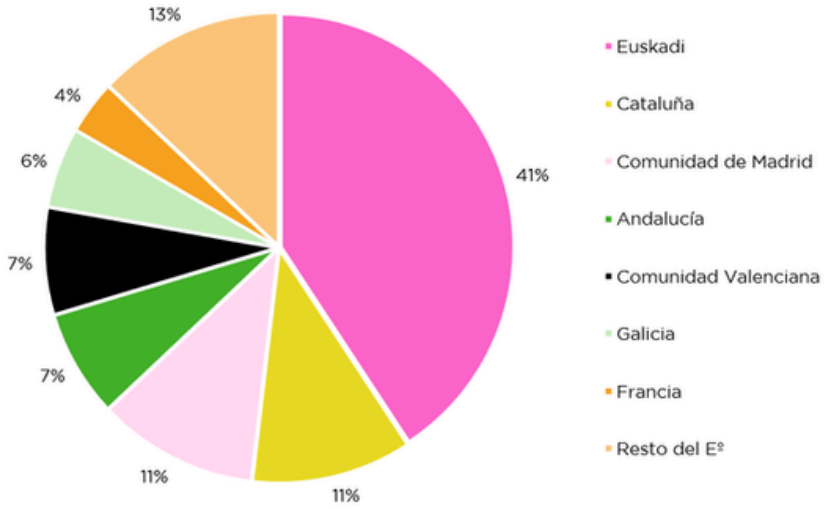
SECTORES REPRESENTADOS

Entre las 57 empresas expositoras que han participado en Be Veggie, destaca la representación de estos sectores:



ORIGEN

En cuanto al origen geográfico de las entidades participantes, destacamos que el 43% de las empresas y asociaciones provienen de Euskadi y Navarra, siendo el 47% de comunidades del resto del Estado o Francia, entre las que destacan Catalunya y la Comunidad de Madrid, origen del 22% de las entidades participantes.



SATISFACCIÓN

78%
de las empresas expositoras satisfechas con el festival

El ***78% de las entidades expositoras*** declaran estar satisfechas o muy satisfechas con el festival. El ***83% de las entidades participantes*** afirman su intención de volver a participar en la siguiente edición.



FACTURACIÓN Y GASTO MEDIO

Según los datos obtenidos en la encuesta realizada al público visitante de la feria, podemos concluir lo siguiente:

El gasto medio estimado del público asistente a Be Veggie ha sido de 67,40 euros.

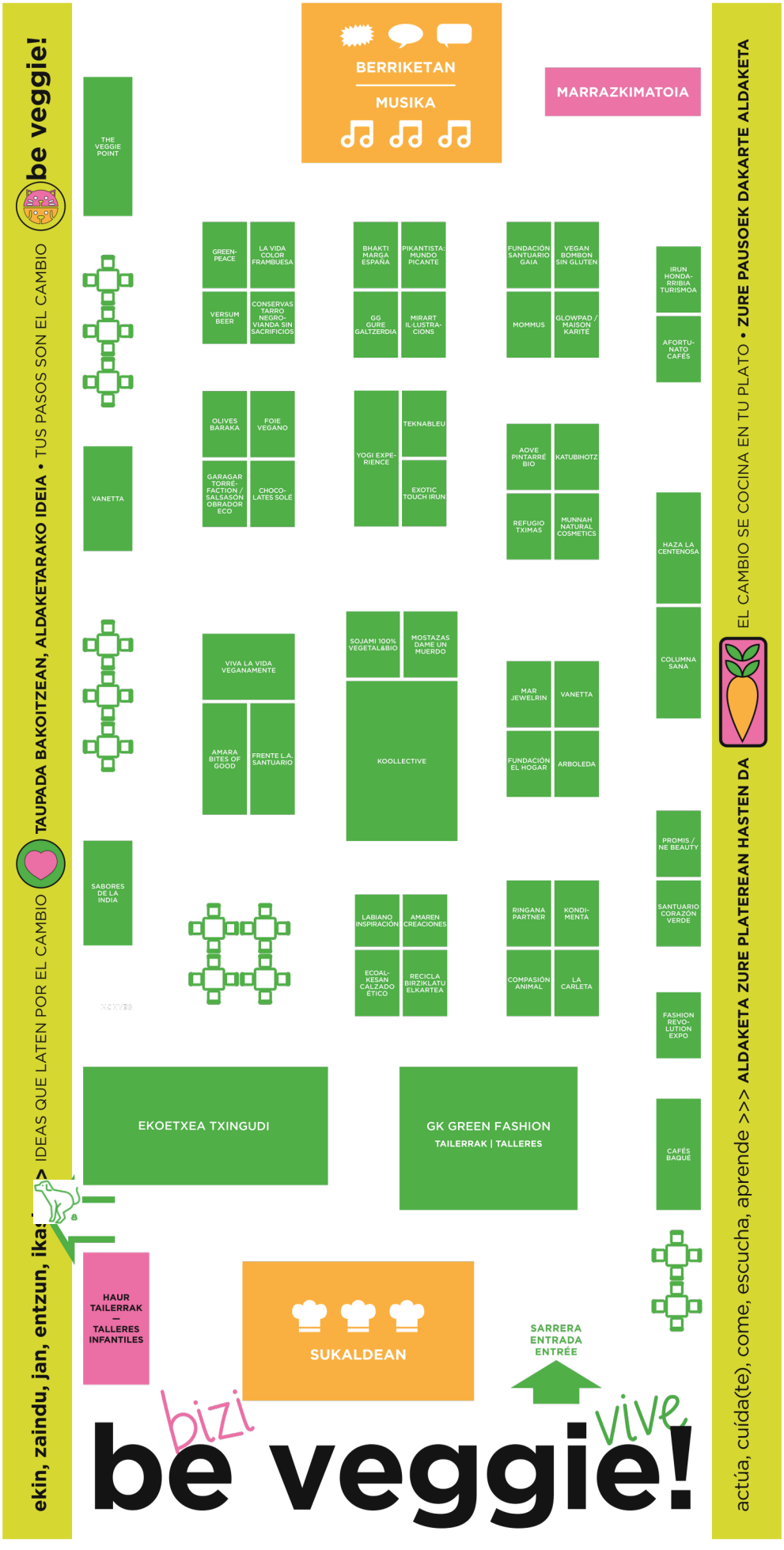
En base a esta encuesta, podemos estimar que la facturación media de las empresas expositoras que han participado haciendo venta directa en el festival ha sido de 5.810 euros.

Esta cifra estimada hace referencia únicamente a las ventas directas obtenidas durante la celebración del evento, sin tener en cuenta las ventas que se producirán posteriores al evento gracias al conocimiento de marca y producto/servicio generados durante el festival, tanto entre clientela final como clientela profesional.

Se estima que la facturación media de las empresas expositoras haciendo venta directa ha sido de 5.810 euros.



PLANO


be veggie!
TAUPADA BAKOITZEAN, ALDAKETARAKO IDEIA • TUS PASOS SON EL CAMBIO
ekin, zaindu, jan, entzun, ika
IDEAS QUE LATEN POR EL CAMBIO >
BERRIKETAN
MUSIKA
MARRAZKIMATOIA
THE VEGGIE POINT
VANETTA
SABORES DE LA INDIA
GREEN-PEACE
LA VIDA COLOR FRAMBUESA
VERSUM BEER
CONSERVAS TARRO NEGRO-VIANDA SIN SACRIFICIOS
OLIVES BARAKA
FOIE VEGANO
GARAGAR TORRE-FACTION / SALSASÓN OBRADOR ECO
CHOCO-LATES SOLÉ
VIVA LA VIDA VEGANAMENTE
AMARA BITES OF GOOD
FRENTE L.A. SANTUARIO
BHAKTI MARGA ESPAÑA
PIKANTISTA: MUNDO PICANTE
GG GURE GALTZERDIA
MIRART IL.LUSTRA-CIONS
YOGI EXPE-RIENCE
TEKNABLEU
EXOTIC TOUCH IRUN
SOJAMI 100% VEGETAL&BIO
MOSTAZAS DAME UN MUERDO
KOOLLECTIVE
LABIANO INSPIRACIÓN
AMAREN CREACIONES
ECOAL-KESAN CALZADO ÉTICO
RECICLA BIRZIKLATU ELKARTEA
FUNDACIÓN SANTUARIO GAIA
VEGAN BOMBON SIN GLUTEN
MOMMUS
GLOWPAD / MAISON KARITÉ
AOVE PINTARRÉ BIO
KATUBIHOTZ
REFUGIO TXIMAS
MUNNAH NATURAL COSMETICS
MAR JEWELRIN
VANETTA
FUNDACIÓN EL HOGAR
ARBOLEDA
RINGANA PARTNER
KONDI-MENTA
COMPASIÓN ANIMAL
LA CARLETA
IRUN HONDA-RRIBIA TURISMOA
AFORTU-NATO CAFÉS
HAZA LA CENTENOSA
COLUMNA SANA
PROMIS / NE BEAUTY
SANTUARIO CORAZÓN VERDE
FASHION REVO-LUTION EXPO
CAFÉS BAQUÉ
EKOETXEA TXINGUDI
GK GREEN FASHION
TAILERRAK | TALLERES
HAUR TAILERRAK — TALLERES INFANTILES
SUKALDEAN
SARRERA ENTRADA ENTRÉE
EL CAMBIO SE COCINA EN TU PLATO • ZURE PAUSOEK DAKARTE ALDAKETA
ALDAKETA ZURE PLATEREAN HASTEN DA <<< actúa, cuida(te), come, escucha, aprende
bizi
vive
be veggie!

3 PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Se han ofrecido **32 propuestas de charlas** y actividades durante los dos días de Be Veggie. **2.395 personas han disfrutado intensamente del programa de esta edición**.

BERRIKETAN



Berriketan es el espacio de charlas de divulgación y el espacio en el que se han desarrollado las sesiones de DJ del mediodía y los conciertos de la tarde. Por esta zona han pasado 1.040 personas que han disfrutado de contenido a través de charlas, diálogos y mesas redondas. Una de las novedades de este año en este espacio ha sido el Campeonato de Gipuzkoa de Picante.

Por Be Veggie 2026 han pasado muchas personas que nos han llevado a la reflexión y también al debate. El espacio Berriketan ha acogido entre otras a la comunicadora y divulgadora Miriam Jiménez Lastra, al profesor de Filosofía de la EHU Mikel Torres, le escritore y activista Kris Nogal, la bióloga y comunicadora Amets Oyón junto al Refugio Tximas, La Vida Color Frambuesa y Fundación El Hogar, así como a los nutricionistas Muthana Abusaada y Lucía Martínez, o la periodista de EITB Andrea Arrizabalaga.

No han faltado tampoco Angélica Velasco, Óscar Monterreal y el corredor de ultratrails y activista Alberto Peláez.

En los espacios dedicados a la música, han participado la DJ Om Lila y las músicas Lucía Mauleón y Pilar Sánchez, así como el grupo Aria.

SUKALDEAN

SUKALDEAN, el set de cocina en el que se realizan las sesiones de showcooking, ha acogido a 255 personas que han aprendido recetas nuevas y nutritivas. Además, han podido degustar las elaboraciones cocinadas en directo.

Por SUKALDEAN han pasado Tamara Alonso @dedondesacolasproteínas, Muthana Abusaada @nutrimuth, Christopher Wilson @el__brasas y Maitane Cabeza @koxinatu. Además, Afortunató Cafés ha ofrecido dos actividades relacionadas con el café de espacialidad.




PALESTINA
LIBRE

CLASE DE BARRE

El sábado por la mañana se ha celebrado una clase de Barre para todos los niveles. Esta disciplina que combina fuerza, Pilates y movimientos inspirados en ballet al ritmo de la música ha tenido una buena acogida. La clase la ha dirigido Aiora Blanco @afuegoblanco y 55 personas han disfrutado de ella.



MARRAZKIMATON

La ilustradora Juncal Alfonso ha estado en el Marrazkimaton durante todo el fin de semana, haciendo retratos rápidos y frescos, captando la esencia de las personas que se sentaban ante ella. Juncal ha hecho cerca de 200 retratos durante Be Veggie, y las personas participantes se han podido llevar sus retratos a casa.



PASAPORTE

El día 1 de noviembre se celebra el Día Mundial del Veganismo. Coincidiendo con esta fecha tan señalada, desde Be Veggie se ha puesto en marcha una nueva iniciativa: el pasaporte. Esta acción ha estado dirigida a invitar a reflexionar y a hacer pequeños cambios a las personas que visitan Be Veggie con interés, pero que no son veganas. La actividad ha tenido muy buena acogida y ha contado con la participación de cerca de 200 personas.



CAMPEONATO DE GIPUZKOA DE PIKANTE

De la mano de Pikantista y Meraki Gourmet se ha celebrado el Campeonato de Gipuzkoa de Pikante. El sábado a las 18.00 y el domingo a las 13.30, 10 valientes se sentaron a la mesa dispuestos a rebasar los límites del picante y a romper todos los records.
Esta actividad ha generado mucha expectación, la han seguido más de 100 personas, entre risas y caras de sorpresa. Las tres personas clasificadas de cada día se han llevado premios por su capacidad de resistencia al picante.



ESPACIO DE ARTE INFANTIL



Con el objetivo de ofrecer un punto de atracción y entretenimiento para los y las más pequeñas de la casa, se han mantenido las actividades creativas para familias en el programa: mural, mandalas y pintacaras. 200 niños y niñas han pasado por aquí.

DEL SUELO AL PLATO: DESCUBRE EL MUNDO QUE NO VES



De la mano de Ekoetxea Txingudi ha llegado a Be Veggie este recorrido por 4 terrarios con una pequeña misión en cada uno: mirar, oler, tocar y sembrar. Aunque normalmente no lo vemos, bajo nuestros pies existe un mundo lleno de vida. A través de esta experiencia, se explorará el suelo, qué necesitan las plantas para crecer y por qué un suelo sano es fundamental para nuestra alimentación.

FASHION REVOLUTION EUSKADI

Exposición de moda vegana

¿Qué es la moda vegana y libre de crueldad animal? ¿Cuáles son sus ventajas e inconvenientes desde el punto de vista de la sostenibilidad? ¿Cuáles son las principales certificaciones existentes?

La exposición explora todos estos conceptos, así como los principales materiales de origen animal utilizados en la industria textil, el impacto ambiental y social que generan y las alternativas disponibles Fashion Revolution Euskadi, abre nuevos caminos para que la moda y las generaciones jóvenes se encuentren: la fusión de disciplinas artísticas, la imaginación y la creatividad, el juego y la diversión



4 ERRONKA GARBIA

Desde sus inicios, Be Veggie ha tenido la sostenibilidad como eje, tanto en lo que se refiere al programa del festival, dando cabida a este tema en sus charlas y actividades, como en la propia gestión del evento. Desde 2021 Be Veggie ha obtenido la distinción ERRONKA GARBIA anualmente.

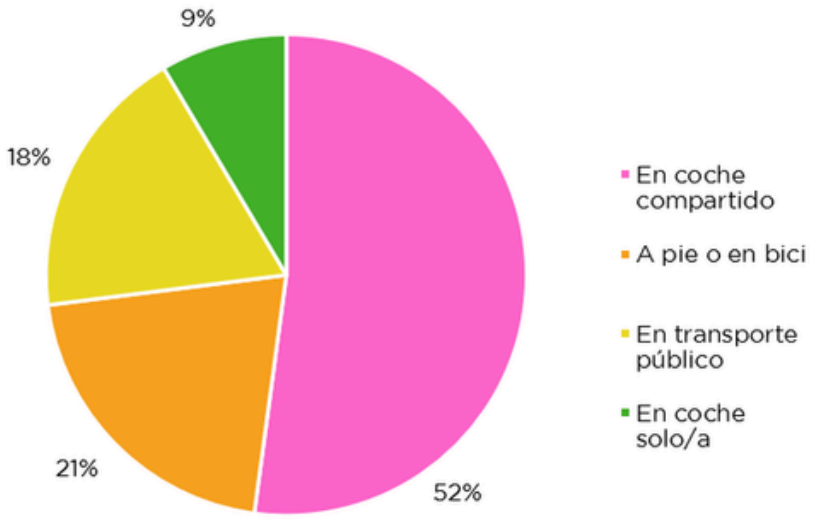
ERRONKA GARBIA
EVENTO AMBIENTALMENTE SOSTENIBLE

Be Veggie 2026 aspira también a obtener esta credencial, asumiendo el reto de hacer un evento ambientalmente sostenible. En este sentido, se han establecido objetivos centrados en la reducción y gestión de los residuos así como en la movilidad del público asistente.

En caso de obtención del sello, sería la **sexta edición del evento que recibe esta distinción**, siendo una confirmación de que además de promover un estilo de vida y consumo sostenibles, el propio **festival se gestiona siguiendo criterios de sostenibilidad medioambiental.**

Entre otros aspectos, cabe destacar que este año se ha reforzado el mensaje para fomentar el uso del trasporte público para asistir al festival. Asimismo, se ha llevado a cabo una prueba piloto de la recogida selectiva del desecho orgánico entre las foodtrucks, para lo que se ha contado con la colaboración de Servicios de Txingudi. Se ha continuado con iniciativas anteriores como el uso de moqueta reutilizable en los espacios comunes, y no usar moqueta en los stands.

MOVILIDAD DEL PÚBLICO ASISTENTE



El gráfico muestra los patrones de movilidad del público asistente a Be Veggie, donde podemos observar que el 52% ha venido en coche con más de una persona, el 21% lo ha hecho a pie o en bici, y el 18% en transporte público.

5 ORGANIZACIÓN Y ENTIDADES COLABORADORAS

La organización de Be Veggie es llevada a cabo por el equipo profesional de Ficoba, con el patrocinio del departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco y del departamento de Sostenibilidad de la Diputación Foral de Gipuzkoa, así como del departamento de Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

Además, Be Veggie ha contado con la colaboración de UVE (Unión Vegetariana Española), ProVeg, VeganaGal, Fashion Revolution Euskadi y Euskotren. También se ha contado con la colaboración de medios como Bioeco Actual, Easy Organic, Mi Herbolario y Ecoticias.



ESPACIO GK GREEN FASHION



Desde Be Veggie queremos destacar la presencia del clúster de la moda sostenible de Gipuzkoa, GK Green Fashion, perteneciente al Departamento de Sostenibilidad de la Diputación Foral de Gipuzkoa, que ha apostado este año también por Be Veggie como plataforma de difusión.

El espacio del Cluster de la Moda Sostenible de Gipuzkoa, GK Green Fashion, ha ofrecido talleres enfocados en la reutilización de textil, la reutilización de residuos orgánicos como materia prima para creaciones, así como en la cosmética natural y DIY. En total **145 personas** han disfrutado de estos talleres.

Estos han sido las actividades que se han llevado a cabo en este espacio:

Los talleres relacionados con la moda sostenible se han hecho de la mano de Fashion Revolution Euskadi y Koopera-Koollective. **Fashion Revolution Euskadi** ha organizado un **taller de estampación botánica. Koopera** ha ofrecido un taller enfocado en reflexionar sobre el impacto de la moda y aprender cómo alargar la vida útil de nuestras prendas.

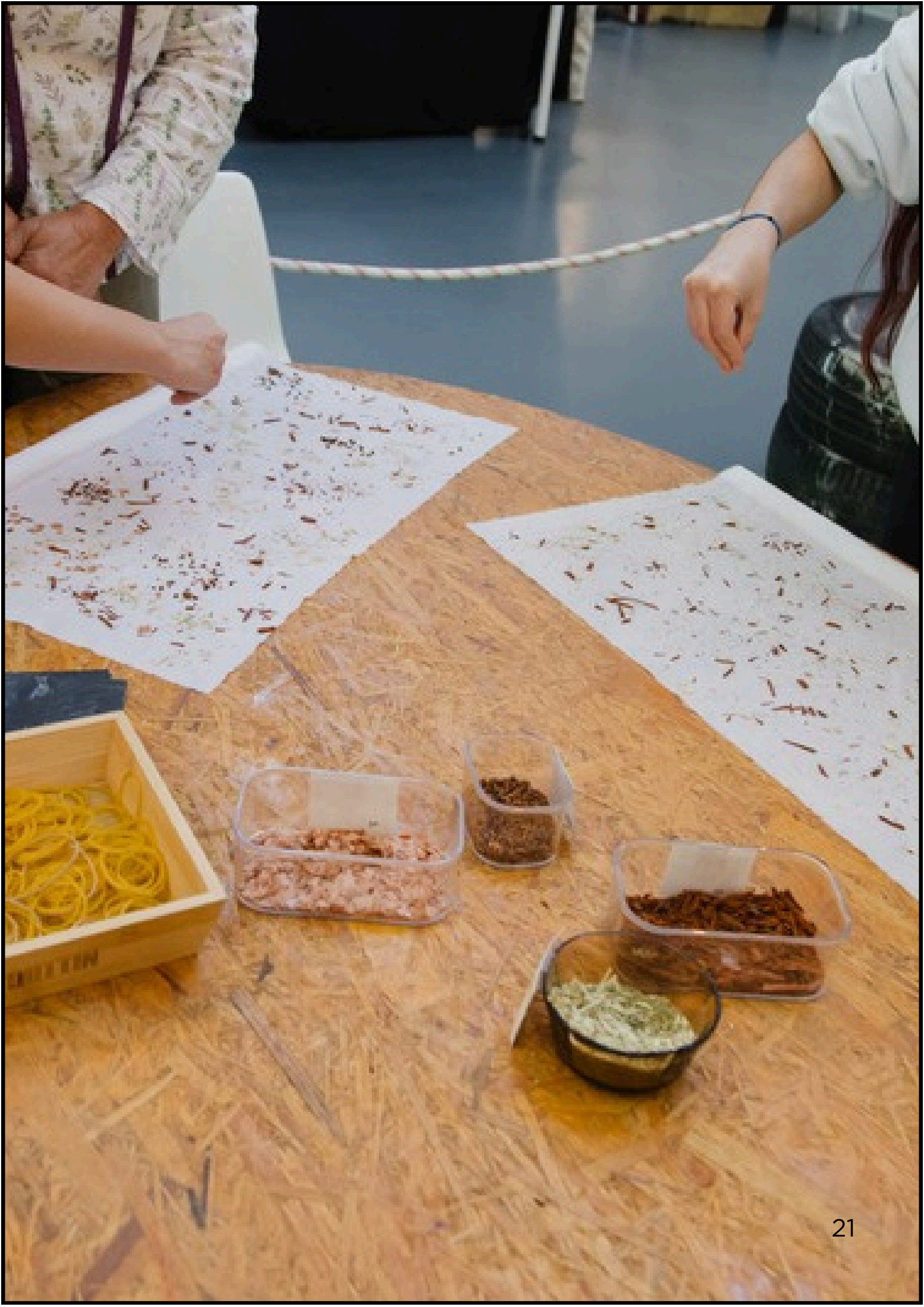
Con Paula Franco de **Organic Studio** se ha trabajo sobre recursos naturales: el sábado nos enseñó a hacer macetas para flores con posos de café, y el domingo, las personas participantes aprendieron a hacer acuarelas naturales y a descubrir la magia del PH.

Los Talleres de Rut y Laida, de la mano de Recicla Birziklatu, han vuelto a ser un éxito. En esta ocasión, se ha aprendido a elaborar un bálsamo reparador sin ingredientes tóxicos ni químicos, para dar un paso más en el uso de una cosmética más ética y sostenible, sin sufrimiento animal.

Por el espacio de talleres GK Green Fashion también ha pasado **Marlène Homate**, con quien nos hemos adentrado en el mundo de las plantas silvestres y sus usos como remedios naturales y en cocina silvestre.

Por último, como cierre de esta edición de Be Veggie, **Exotic Touch** Irun ha impartido un taller de velas de soja, 100% vegetales y saludables.


sukaldean
be veggie!
GIPUZKOA
KLUSTERRA



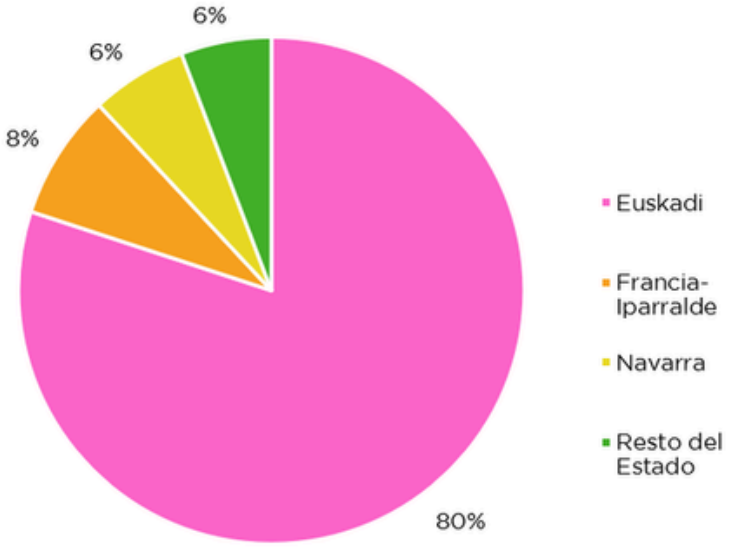





SANTUARIO
COMPASIÓN ANIMAL
LA CARLETA
Green
Fashion
GIPUZKOA
KLUSTERRA
GIPUZKOA

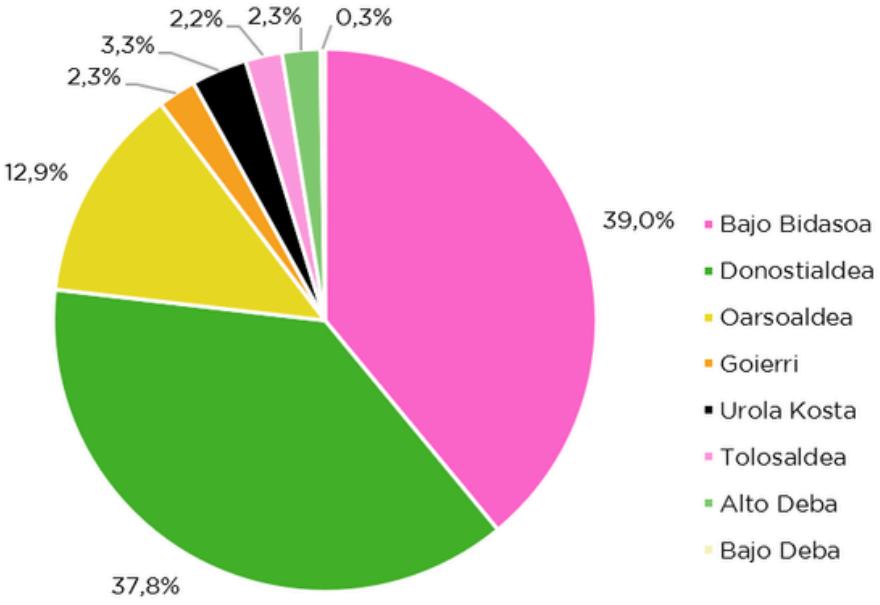
6 PÚBLICO

ORIGEN GENERAL



El 80% del público asistente a Be Veggie ha venido de Euskadi, seguida de un 8% de público procedente de Iparralde. El 6,2% el público se ha acercado la festival desde alguna localidad navarra, mientras que el 6% restante lo ha visitado desde alguna otra comunidad del Estado.

PÚBLICO DE GIPUZKOA | ORIGEN POR COMARCAS

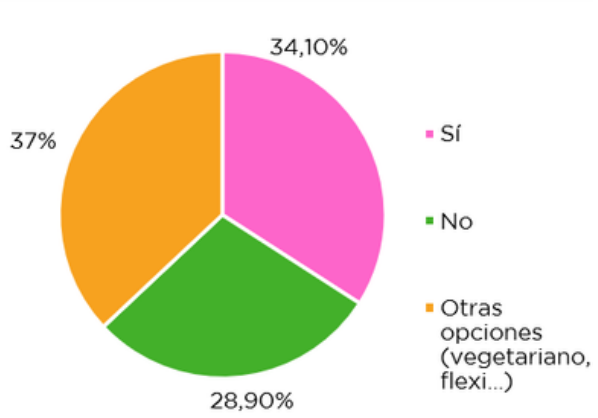


Más del 39% del público gipuzkoano ha venido de alguna población del Bajo Bidasoa, seguida de un casi 38% que ha venido de Donostialdea.

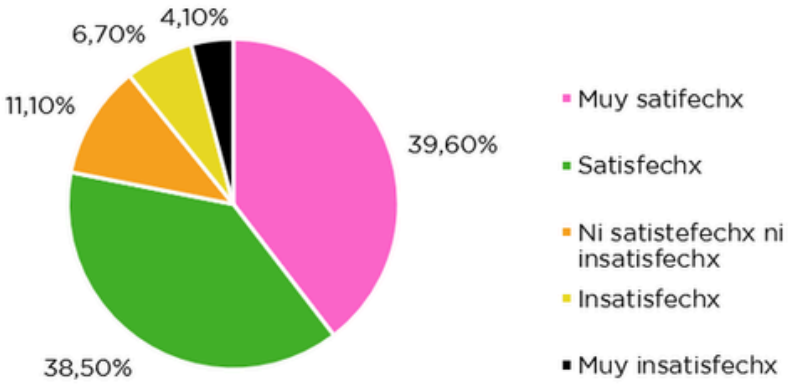
ENCUESTA AL PÚBLICO

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:

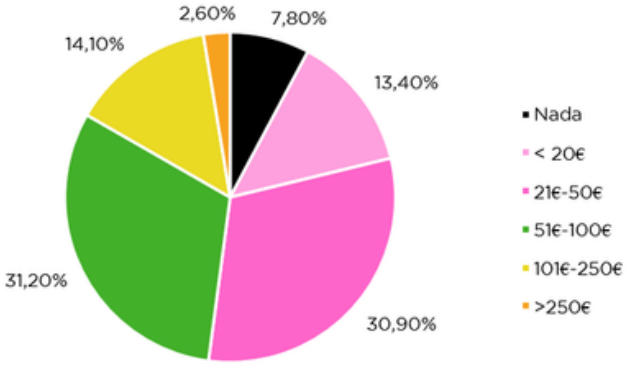
¿Eres veganx?



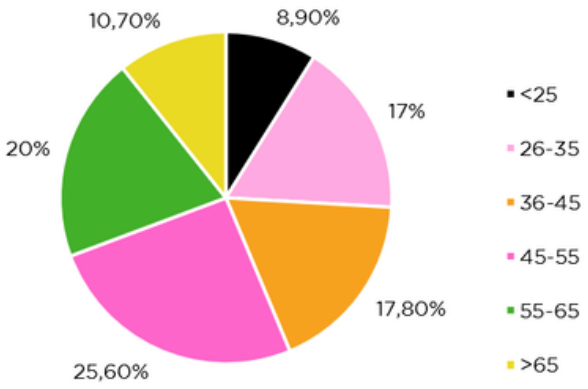
Nivel de satisfacción



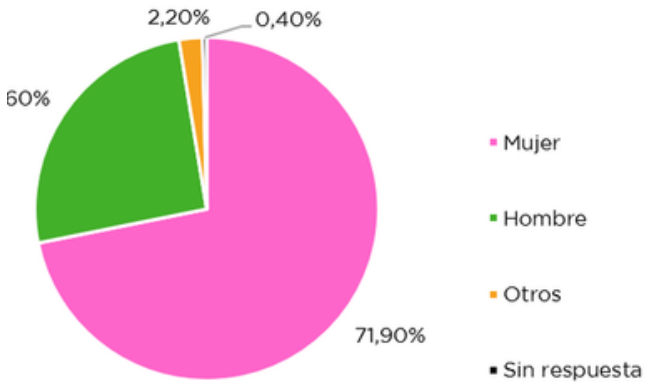
¿Cuánto has gastado?



Edad



Género



El 34% del público se declara vegano, y el 37% se identifica con otras dietas como la vegetariana o flexitariana. El 44% del público tiene menos de 45 años y destacamos que más del 92% del público ha comprado algo en la feria, habiendo un 48% del público visitante que ha gastado más de 50 euros en Be Veggie.
El 78% del público asistente ha quedado satisfecho o muy satisfecho con el contenido del festival. En cuanto al género del público, en esta edición ha sido mayoritariamente femenino, con una presencia de más del 72%.

ACCESO CON PERROS

Este año han venido 149 perros a Be Veggie.
Se ha facilitado el acceso a la zona exterior para que pudieran hacer sus necesidades sin necesidad de desplazarse. Un año más, este dato refleja el interés de compartir tiempo de ocio con los amigos y amigas de 4 patas que forman parte de nuestras vidas.



7 PUBLICIDAD E IMPACTOS

Estas son algunas de las acciones principales de la campaña de publicidad:

PUBLICIDAD EN CALLE

-Colocación de 1.850 carteles en estos municipios: Donostia, Irun, Hondarribia, Rentería, Pasaia, Tolosa, Hernani y Zarautz en Gipuzkoa, Hendaya y Baiona en Iparralde, Bilbao y Leihoa en Bizkaia y Pamplona y alrededores en Navarra.

-Euskotren: publicidad en las pantallas de venta de tickets en las estaciones y vídeo en la pantalla de la estación del Casco Viejo de Bilbao.

-32 MUPIs en marquesinas de Irun.

-Imagen en pantallas de promoción turística en los aeropuertos de Hondarribia y Bilbao.





ENVIOS POSTALES, MAILING Y LLAMADAS

-Envío postal incluyendo poster publicitario a 116 comercios especializados, tiendas y restaurantes veganos/vegetarianos...de Euskadi.

-Campañas de emailing (mailchimp): 8 campañas segmentadas por idioma (EUS-ES, ES y EU-FR) dirigida al público general, y 7 campañas segmentadas por sector para público profesional durante el mes de octubre a una base de datos total de más de 29.000 contactos.

-Llamadas a tiendas especializadas, gourmet y restaurantes para animarle a visitar.



Hoy también te traemos algunos destacados del programa.
Y te recordamos que, si todavía no tienes tu entrada gratuita, ¡ ya la puedes conseguir !

CONSIGUE TU ENTRADA



¿Te mola el picante 🌶 🌶 🌶 🌶 ?
De la mano de Pikantista, llega **ARDOR FEST edición Be Veggie / Campeonato de Gipuzkoa de Picante /**
🔥 Sólo para valientes 😈 En BERRIKETAN:
*** Sábado 31 a las 18.00**
*** Domingo 1 a las 13.30**
🌶 🌶 🌶 🌶 **Habrá premios para las personas con más aguante** 🌶 🌶 🌶 🌶
(con inscripción previa)

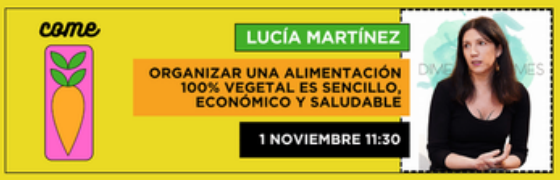
QUIERO PARTICIPAR EN ARDOR FEST

El **sábado 31** a las **11:00** ven y participa en la clase de Barre que impartirá **Aiora Blanco.** Practica el deporte de moda antes de adentrarte en Be Veggie para el resto del fin de semana.



QUIERO IR A LA CLASE DE BARRE

Lucía Martínez vuelve a Be Veggie para desmontar los mitos sobre la alimentación vegetal que, a pesar de todo, todavía persisten a día de hoy. No te pierdas su charla el domingo **1 de noviembre a las 11:30 en BERRIKETAN**.



En tu visita a **Be Veggie** te podrás llevar un retrato de recuerdo. La ilustradora **Juncal Alfonso** estará en el **Marrazkimaton**, para capturar vuestra esencia en trazos rápidos. ¡ No os lo perdáis !



PROGRAMA

Además del programa que te vamos contando, en Be Veggie encontrarás **más de 55 empresas expositoras** que estarán encantadas de atenderte, descubre cuáles son:

LISTADO DE ENTIDADES EXPOSITORAS

Te esperamos en Ficoba los días 31 de octubre y 1 de noviembre.

PRENSA ESPECIALIZADA

EDICIONES Y PORTALES ONLINE

Bioeco Actual: inserción publicitaria en la edición online de Bioeco Actual con un banner en la web y un banner en newsletter en el mes de octubre.

RADIO

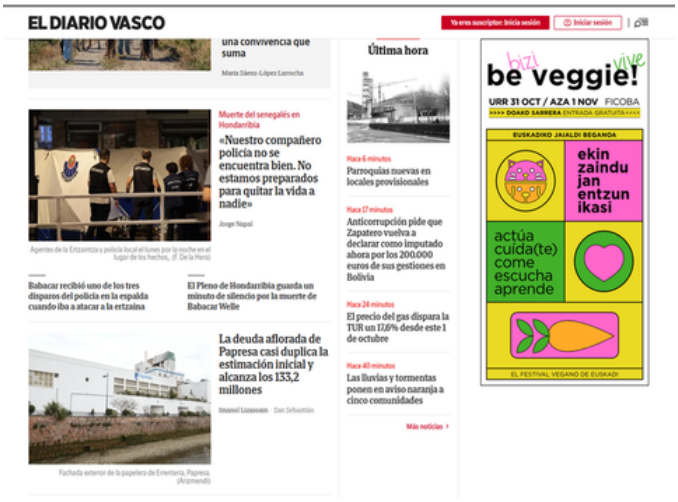
86 inserciones publicitarias:

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

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DIGITAL

Se ha invertido en una campaña de publicidad digital que ha incluido: Campaña SEM y PMAX en Google, publicidad programática y campaña en Meta (Instagram y Facebook), Tiktok, y Youtube. Estos son algunos de los datos promedio de la campaña:

IMPRESIONES	5.330.631
COBERTURA	1.648.802
CLICKS	57.606
CTR	1,08%





IMPACTOS EN MEDIOS

Be Veggie ha generado 41 impactos en medios, entre los que hay artículos, entrevistas, menciones en prensa y entrevistas en radio:

RADIO	6
PRENSA (PAPEL/ONLINE)	24
OTROS	11



Bidasoa

IRUN

Be Veggie vuelve este fin de semana para remover conciencias

El evento vegano contará este sábado y domingo en Ficoba con propuestas culinarias, talleres, charlas, música o showcookings

E. PRIETO

Irun

El festival vegano Be Veggie adelanta su habitual cita del puente de diciembre para celebrar este fin de semana su octava edición. Con una oferta que incluye más de 30 actividades y 60 empresas expositoras, el evento volverá a ofrecer propuestas gastronómicas 100% vegetales, charlas, showcookings, talleres y música dedicados al público en general. Porque para visitar Ficoba este sábado y domingo «no hace falta ser vegano», tal y como recordó la directora del encuentro, Maialen Guztafaga. «Está abierto a todas y todos porque hay muchas razones por las que asistir. Se puede venir por la comida, por la música, por una charla, o simplemente por curiosidad».

La cita, con entrada gratuita, se desarrollará el primer día de 10.00 a 20.00 horas y el segundo, coincidiendo con el Día Mundial del Veganismo, de 10.00 a 18.00 horas. Todo el programa y la inscripción para aquellas actividades que cuentan con aforo limitado están disponibles en www.beveggie.eus. En el amplio programa estarán presentes un total de diez asociaciones y ONGs que desde la organización desean tengan «su protagonismo. Porque detrás del veganismo no hay solamente recetas, hay un compromiso con los animales y hay personas y organizaciones que trabajan cada día para protegerlos. No queremos hablar de sostenibilidad pensando únicamente en nuestra especie».

El objetivo de Be Veggie será, una edición más, «disfrutar», pero también «hacerse preguntas incómodas sobre lo que comemos, compramos y cómo nos relacionamos con los demás animales», explicó Guztafaga. El propósito «no es decirle a la gente lo que debe hacer, sino ofrecer diferentes posibilidades para que cada uno pueda adaptarlas en su vida diaria».

Oferta variada

Moda y cosmética vegana, food trucks, alternativas de consumo responsable, o mesas redondas sobre deporte y alimentación conforman un programa que contará, entre otros, con la presencia de la nutricionista Lucía Martínez o la periodista de EITB Andrea Arrizabala. El espacio 'Sukaldean' contará con showcookings dirigidos por Christopher Wilson, más conocido como 'El brasas', o Maitane Cabezas, que compartirán sus propuestas.

El sábado por la mañana habrá una clase gratuita de barre, «una disciplina que combina ballet, pilates y entrenamiento de fuerza», y habrá música en directo durante todo el fin de semana gracias al DJ residente OM Lila o el grupo Aria. Como novedad, destacó Maialen Guztafaga, este año «hemos creado el pasaporte vegano en el que proponemos cinco retos. Queremos que la gente se lleve algo más que una bolsa de compras, que puedan llevarse un aprendizaje, una idea o un compromiso».

Ficoba, «referente»

La directora de Transición Ecológica de la Diputación Foral de Gipuzkoa, Mónica Pedreira, quiso poner en valor que Irun y Ficoba «se han convertido en un referente de grandes ferias internacionales», mencionando eventos como Ubinak, Bioterra, Mugi y Ve Veggie, «que nos increpa a cada uno de nosotros sobre cómo queremos actuar y cómo queremos que sea nuestra relación con la alimentación, la moda y el consumo».

Por su parte, la diputada de Movilidad, Turismo y Ordenación del Territorio de la Diputación, Azahara Domínguez, explicó que «hay encuentros que nos invitan a conocer productos, otros nuevas iniciativas y también aquellos que nos invita a reflexionar sobre nuestros hábitos diarios: Be Veggie suma esas tres cosas». La responsable foral animó a la ciudadanía a acercarse a Ficoba de «manera sostenible», uno de los pilares de la feria, ya sea «en tren, autobús, caminando o en bicicleta».

Para la alcaldesa de Irun, Cristina Laborda, «Ficoba se ha convertido en «un activo y motor económico de nuestra ciudad y también de Gipuzkoa, capaz de tener muchísimas actividades durante el año». Para la primera edil, el recinto ferial «siempre ha tenido en su ADN «dar un paso más, intentar avanzar y situarse en los cambios que están por llegar». Be Veggie «compagina ocio y divulgación y explica a la ciudadanía que existen otras posibilidades de hábitos de consumo».

Porto, Pedreira, Laborda, Domínguez y Guztafaga, frente al cartel anunciador de Ve Veggie en Ficoba. PHOTO PAZ

Martes 27.10.26
EL DIARIO VASCO



Be Veggie 2026 cierra con 4.000 visitantes y una alta participación

03/11/2026

Be Veggie ha cerrado una nueva edición en Ficoba confirmando que es mucho más que un festival vegano. Es también el punto de encuentro de una comunidad fiel, activa y participativa que, año tras año, acude a la cita para compartir experiencias, descubrir nuevas propuestas y disfrutar de un fin de semana en torno al veganismo y a un estilo de vida más consciente y sostenible.

©Be Veggie



IRUN

«Lejos de ser limitante, entendí que

Be Veggie. La feria vegana abrió ayer sus puertas en Ficoba con una amplia oferta abierta tanto a quienes ya practican esta forma de vida como a quienes sienten curiosidad por descubrirla

E. PRIETO



Más de la mitad de los asistentes a Be Veggie participó en las actividades

La octava edición de la feria vegana, celebrada en Ficoba, reunió a 4.000 visitantes, de los cuales el 60% era de fuera de la comarca







2

Azoka Beganoen Jalaldia Irunen

Be Veggie azoka. Larunbanan eta igandean, Irungo Ficoba erakusteki

Jalaldi eta azoka beganoa da Be Veggie, bizimodu begetala eta jasangarria sustatzen duena, animalien esplotaziorik gabekoa. Irungo Ficoban egingo dute, nortzigarrenez, Begantzionaren Munduko Egunaren bai

—azaroaren lean izaten da urtero—, 60 erakusteki baino gehiago egongo dira.



Ficoba se convierte en el epicentro del veganismo / N.G.

REDES SOCIALES | INSTAGRAM

Para el análisis de las redes sociales, nos detenemos en el período 1/10 - 2/11, lo que cubre el mes anterior a la celebración del evento, durante el cuál está en marcha la campaña de publicidad, así como la celebración del festival.

En IG se han alcanzado los 5.279 seguidores, mostrando un aumento de 400 cuentas seguidoras. Sumando los seguidores de FB y TikTok, Be Veggie supera los 6.000 seguidores.

En total, se han alcanzado 3,24M de impresiones.

Los posts más exitosos son siempre aquellos publicados en IG. Entre todos ellos, destaca el carrusel del showcooking de Muthana Abusaada @nutrymuth, con 38.920 impresiones y 954 interacciones.



BE VEGGIE 2026 EN IMÁGENES


















I'M ALLERGIC
TO STUPIDITY






QUES'ESO
LA CARLETA
QUES'ESO
Curaçao
LA CARLETA
QUES'ESO
LA CARLETA

bizi

vive

be veggie!

¡ MUCHAS GRACIAS !