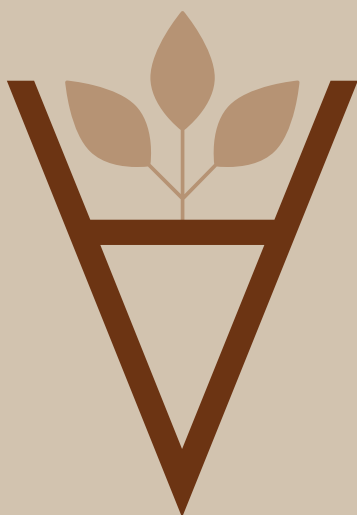


Irauten duena zaintzen dugu Cultivamos lo que perdura

BIOTERRA 2026

EUSKADIKO EKO AZOKA
LA FERIA ECO DE EUSKADI

ekainak 5 · 6 · 7 junio
FICOBA



ELIKADURA EKOLOGIKOA | COSMÉTICA CERTIFICADA

BIOERAIKUNTZA | TALLERES Y EXPERIENCIAS | MODA

YOGA | SALUD HOLÍSTICA | HITZALDIK | SHOWCOOKING

DOAKO SARRERA | ENTRADA GRATUITA

bioterra.org

ANTOLATZAILEA
ORGANIZA

BABESLEAK
PATROCINAN



Bioterrara,
zatoz topoz!
A Bioterra,
íven en tren!

Geltokia Parada
Ficoba-Irun
euskotren

TABLA DE CONTENIDOS

INFORMACIÓN GENERAL	3
ENTIDADES EXPOSITORAS	4
PROGRAMA Y ACTIVIDADES	12
ORGANIZACIÓN	36
EL PÚBLICO	42
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	45



INFORMACIÓN GENERAL

BIOTERRA 2026

Edición: 23

Fecha: 5-6-7 junio 2026

Nº visitas: 9.000

Nº empresas expositoras: 122

Superficie expositiva: 1.359 m2

Horario:

viernes y sábado: 10:00 - 20:00

domingo: 10:00 - 19:00

Bioterra reafirma su papel como la feria referente de alimentación ecológica y del estilo de vida saludable y sostenible, habiendo recibido 9.000 visitas. La 23ª edición de la feria eco de Euskadi, ha cerrado sus puertas confirmando la excelente acogida de la evolución emprendida por la feria hacia un modelo que integra sostenibilidad, salud, bienestar y conciencia medioambiental:

- El 85% de las personas visitantes se ha mostrado satisfecha o muy satisfecha con la oferta de la feria y el 90% asegura que volverá
- La incorporación de nuevos contenidos relacionados con la salud, el bienestar y la longevidad ha recibido una excelente acogida
- El Yoga Day, el espacio Amalurra y las catas gastronómicas se han convertido en algunos de los grandes protagonistas de la edición

Parte de la transformación de Bioterra se ha reflejado en la distribución física de la feria, donde destacamos el paso del pabellón dedicado a la alimentación ecológica certificada al pabellón 2, el corazón de la feria. Además, los espacios de charlas y actividades también se han renovado: Amalurra en el pabellón 1, Sukaldean y Katak en el pabellón 2 y Eskuz Faktoria en el pabellón 3. Estos cambios miran al futuro, siempre bajo la premisa que recoge el lema de Bioterra este año "Cultivamos lo que perdura".



ENTIDADES EXPOSITORAS

La edición 23 de Bioterra ha contado con 122 entidades expositoras distribuidas en los 3 pabellones de Ficoba y la zona exterior, en función de su sector y área de actividad.

Destacamos que el 47,5% de las empresas expositoras han venido de fuera de Euskadi y Navarra, destacando las siguientes comunidades por su representación en la feria: Madrid (8,25%), Cataluña (8,25%) y Andalucía (7,50%).

Del 52,5% de las empresas participantes en la feria tiene su origen en Euskadi o Navarra, distribuidas de la siguiente manera respecto al total de expositores: el 26,45% de las empresas han venido de Gipuzkoa, el 9% de Bizkaia, y casi el 14% de todas las entidades participantes de Navarra.

Cerca del 50% de las empresas participantes ha sido de fuera de Euskadi o Navarra, como en ocasiones anteriores. Este hecho nos permite poner en valor que Bioterra aporta valor al territorio no solo a través de su propuesta como el evento ECO de referencia de Euskadi, sino también a través del negocio que genera en las empresas de servicios del entorno.

60%
de las
empresas
expositoras
satisfechas

El 60% de las empresas expositoras declaran estar satisfechas o muy satisfechas con la feria.

Destacamos que el 78% de las empresas participantes afirman su interés en volver a exponer en la feria en 2027.



PLANO DE LA FERIA



El plano de Bioterra este año ha incorporado algunas novedades respecto a años anteriores.

Las charlas de todas las temáticas relacionadas con la feria se han celebrado en AMALURRA, en el pabellón 1. El set de cocina donde se llevan a cabo los showcookings, SUKALDEAN, se ha trasladado al pabellón 2, junto con el espacio KATAK, que este año ha sido escenario de catas de AOVE, pero también de queso y de algunos otros productos como mostaza, vino y mermeladas. En el pabellón 3 hemos creado un nuevo espacio dedicado a los talleres prácticos, ESKUZ FAKTORIA, donde no ha parado la actividad durante los 3 días de feria.

La Bioterraza, además de acoger a las 3 foodtrucks que han cocinado rico y ecológico, ha sido el lugar donde hemos practicado yoga y meditación, y donde los y las más pequeñas han dado sus primeros pasos en la huerta, aprendiendo a plantar con Mattin.

Estos cambios miran al futuro, siempre bajo la premisa que recoge el lema de Bioterra este año "Cultivamos lo que perdura".

LOGOS DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS



CONSEJOS REGULADORES

Los Consejos Reguladores de Agricultura Ecológica de Euskadi y Navarra han estado presentes en Bioterra.

ENEEK-EKOLURRA estuvo presente en Bioterra con su espacio informativo, para comunicar sobre la labor del Consejo así como de la importancia de consumir en ecológico y local. Además de su presencia con stand, ENEEK-Ekolorra estuvo presente en SUKALDEAN, con un showcooking dirigido por la chef Miriam Ortiz.

El stand del Consejo estuvo acompañado por la presencia de 7 productores y elaboradores de Euskadi: Onein Kontserbak, Mucha Kombucha, Productos BioK y Ekotalo.

Además, este año se ha puesto en marcha una nueva iniciativa: stand rotatorio para productores con estancia de 1 día. Por este stand han pasado: Bodegas Berarte (Araba), Daonaz Barakatz Bel-tza (Bizkaia) y Uliako Labea (Gipuzkoa).

Destacamos que los productores y elaboradores de Gipuzkoa han contado con el apoyo del Departamento de Equilibrio Territorial Verde de la Diputación Foral de Gipuzkoa.



El **CPAEN-NNPEK** ha estado representado por 8 empresas productoras y elaboradoras de alimentación ecológica de Navarra: Pasta Martinelli, Erlan, Erlandere, Tribal Trading, Miel de las Bardenas, Ecoatarrabia, Aceite Ecológico Jesús Aranda y Aceite Fuente de Garos.

Además, también han tenido su espacio en SUKALDEAN, con un showcooking de la mano de Tina Asensio el domingo al mediodía.



EMPRESAS EXPOSITORAS DURANTE 10 AÑOS

Durante el acto de inauguración del viernes 5 de junio, se ha hecho entrega del trofeo que premia la fidelidad de las empresas expositoras.

Este año, las empresas que han recibido el premio a los 10 años de participación han sido: Quinoa Cocina Vegana, Txingudiko Zerbitzuak, Baskegur, Doctor Agua eta COAVNGi.

Las empresas expositoras que apuestan por lo eco y por la salud, tanto la de las personas como la del planeta, encuentran su lugar en Bioterra y pasan a formar parte de su historia. Desde la organización, premiamos la fidelidad y el acompañamiento de estas entidades que año tras año continúan participando en Bioterra.



En la **Bioterraza**, la zona gastronómica exterior de Ficoba, ha habido propuestas de alimentación ecológica: cocina vegana peruana (Foodtruck Quinoa), hamburguesas (La Tahona Foodtruck) y propuestas de street food veganas y ecológicas (Veggie Pita Point).





PROGRAMA Y ACTIVIDADES

En Bioterra se han ofrecido 61 actividades, charlas y talleres, donde han participado 1.601 personas. Las actividades han tenido lugar en los distintos espacios dedicados a ellas, repartidos en los 3 pabellones y en la Bioterraza:

AMALURRA

Ubicado en el pabellón 1, este espacio ha acogido, entre otros, los 3 últimos episodios de la serie documental HOPE!, la charla de Elena Berzal o las actividades de Adin Berri.

SUKALDEAN

Junto con la alimentación ecológica certificada, el espacio SUKALDEAN, se ha trasladado también al pabellón 2.

KATAK

El espacio de catas guiadas, en el pabellón 2, ha tenido como protagonistas al AOVE y al queso, acompañados también de otros productos como mostaza, vino y mermeladas.

ESKUZ FAKTORIA

Los talleres más experienciales han tenido lugar en este espacio, en el pabellón 3, donde las personas participantes han experimentado con plantas silvestres y hongos, han creado con líquenes de colores, y han trabajado con biomateriales creando bioplásticos.





Tina Asensio durante su showcooking en SUKALDEAN, patrocinado por el CPAEN-NNPEK



Jessica dos Santos, de La Yesca Silvestre, durante su taller de cosmética con plantas silvestres, en ESKUZ FAKTORIA



Nerea Zorokiain dirigió un taller de fermentación colectiva multitudinario en Sukaldean





KATAK

En 2025 Bioterra hizo un espacio en su programa para acoger catas de aceite comentadas, una iniciativa motivada por el gran interés que despierta entre el público el aceite de oliva virgen extra.

En la edición de este año, las catas de AOVE, dirigidas por Javier Adot Andión, se han mantenido en el programa, y con el objetivo de ampliar el valor añadido de las actividades ofrecidas al público se han incorporado catas de queso, llevadas a cabo por Jordi Vidal, así como catas de productos de empresas expositoras: Bodegas y Viñedos Berarte, Bodegas Bagordi, Onein Kontserbak y Mostazas Dame un Muerdo.

En total, **195 personas** han podido disfrutar de las catas, una actividad muy apreciada, de alto valor añadido, y que, además de aportar conocimiento, tiene como función dinamizar la actividad comercial de las empresas expositoras que venden los productos alimenticios protagonistas de las catas.



En las catas de AOVE, han participado todos los aceites presentes en la feria, que han sido 12: Aceite de Sierra Morena, Aceite Casa Pareja, Oleogaia, CR Olivareros, Biolivar, La Calandina, Vilà Molí d'Oli, Aceite Fuente de Garos, Aceite Jesús Aranda, Trujal de Mágina, Aceite Pintarré Bio y Haza La Centenosa.





OTRAS ACTIVIDADES DESTACADAS

HOPE! La docuserie

Bioterra y Recicla Birziklatu han puesto en marcha una iniciativa novedosa este año, llevar los 6 capítulos del documental HOPE! a distintos lugares, para generar debate y divulgar sobre el cambio climático desde una perspectiva de esperanza. Se han organizado las siguientes proyecciones y mesas redondas:

- 28 de marzo: # Capítulo 1 en Ekoetxea Txingudi, Irun
- 28 de abril: # Capítulo 2 en Jauregibarria (sede de ENEEK Ekolurra), Amorebieta-Etxano
- 28 de mayo: # Capítulo 3 en Cristina Enea, Donostia

Los capítulos #4, #5 y #6 se han proyectado en Bioterra, seguidos también de mesas redondas de contenido de alto impacto.

Queremos agradecer la colaboración de Oikocredit y Casa Cacao Monteverde como patrocinadores de los capítulos #5 y #6 respectivamente.

En total, 170 personas han participado en el ciclo de proyecciones y debates HOPE! Desde la organización se ha valorado de forma muy positiva esta iniciativa, ya que ha permitido sacar a la calle contenido relacionado con Bioterra, llegar a nuevos públicos y divulgar más allá de la propia feria.



ADINBERRI / Encuentro del bienestar

El espacio Adinberri ha estado dedicado al encuentro y diálogo en torno al bienestar de las personas mayores, donde se han compartido experiencias, y se han escuchado distintas voces para construir colectivamente una sociedad más cohesionada, con mayor calidad de vida para todas las personas.

Este espacio ha acogido una programación dinámica y participativa combinando conocimiento, práctica y diálogo:

10:30 – 11:00 · Ejercicios físicos con Iñigo Vicens

11:00 – 11:20 · Nahia Zeziaga junto a Iñigo Vicens conversarán sobre nutrición

11:20 – 11:35 · Ejercicios de estimulación cognitiva con Naia Ros

11:05 – 11:20 · Raquel Rodríguez guiará una sesión de mindfulness

11:35 – 11:45 · Preguntas y diálogo con el público

Una propuesta pensada para activar cuerpo y mente, generar conversación y seguir cultivando bienestar de forma compartida.



EXPOSICIONES

Bioterra ha acogido 3 exposiciones de diferentes temáticas:

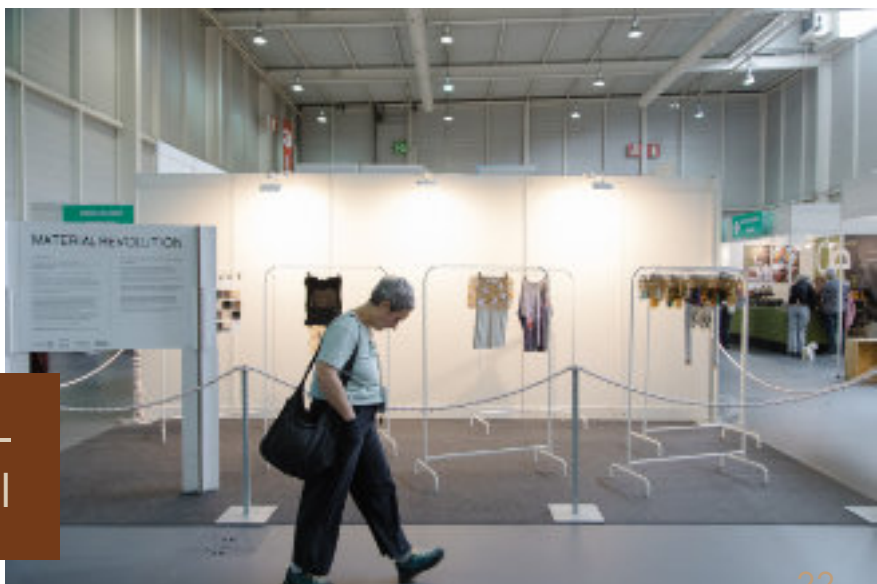
Exposición Los Secretos del Río de Aztertu, en el pabellón 1, y las exposiciones Somos Naturaleza de Artean y Biomateriales de Fashion Revolution, en el pabellón 2.



LOS SECRETOS
DEL RÍO - AZTERTU



SOMOS NATURALEZA -
ARTEAN



BIOMATERIALES-
FASHION REVOLUTION EUSKADI

YOGA DAY - DÉCIMO ANIVERSARIO

Este año el Yoga Day ha estado de celebración: se han cumplido 10 años desde la primera edición. Por ese motivo, tras la sesión de yoga multitudinaria con María Eskitxabel, en la que han participado 110 personas, se ha obsequiado a las y los participantes de un desayuno nutritivo, saludable y ecológico preparado por Miriam Ortiz: yogur vegetal con granola y galleta de avena y aceite de oliva.





MEDITACIÓN CON CENTRO DE YOGA INTEGRAL MAHASHAKTI

De la mano de Thaarna, instructora de meditación integral, hemos disfrutado de una sesión de meditación, dirigida a dar los primeros pasos en esta práctica. .

Se ha compartido un espacio para interiorizar y cultivar la atención, con una sesión de meditación adecuada a todo el mundo.



MURAL COLABORATIVO

En el pabellón 3 se ha destinado un espacio para la creatividad de los niños y niñas que han visitado Bioterra, con un mural colaborativo y otras alternativas de ocio creativo. Este espacio ha sido gestionado por Artean y 85 niños y niñas han pasado por aquí.



TALLERES EKO-OIZ: DESARROLLO SOSTENIBLE, MEDIOAMBIENTE Y ENERGÍAS RENOVABLES

En el pabellón 1 se han llevado a cabo talleres sobre desarrollo sostenible, medioambiente y energías renovables, dirigidos a público a partir de 6 años, llevados a cabo por la asociación Eko Oiz.

Estos talleres tratan contenido relacionado con la Agenda 2030 y el ODS 17, que trata sobre "Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la asociación mundial para el desarrollo sostenible".



MERCADO DE BICICLETAS DE SEGUNDA MANO

Por tercer año consecutivo, el mercado de bicicletas de segunda mano Merca2dasoa se ha celebrado en Ficoba.

La iniciativa es fruto de la colaboración con Servicios de Txingudi y el Departamento de Sostenibilidad de la Diputación Foral de Gipuzkoa con el objetivo de fomentar la Economía Circular y la Movilidad Sostenible. Es la segunda ocasión en la que esta actividad tiene lugar durante Bioterra. Este año se ha ofrecido el servicio de recogida de bicicletas en Ficoba antes de la celebración de la feria.



ACTIVIDADES CON MATER

Mater ha vuelto a Bioterra con Zabor eta Bio, los gigantes marinos con los que los más pequeños disfrutaron y aprendieron.



CRISTINA ENEA - ¿Qué nos jugamos con el cambio climático?

Taller didáctico para público familiar donde se analiza el efecto que el Cambio Climático va a tener, y está teniendo, en personas que viven en diferentes partes del planeta. También aborda desde una perspectiva lúdica qué acciones puede tomar la ciudadanía, el efecto que tienen en la lucha contra el Cambio Climático, y el esfuerzo personal que podría suponer.



TALLERES CON MATTIN - HORTICULTURA

Como en años anteriores, los y las más pequeños de la casa han podido experimentar con la tierra, aprendiendo a plantar y a cultivar, a respetar y cuidar aquello que la tierra hace por nosotros. Los y las participantes se han podido llevar a casa aquello que han plantado.



GAZTEAK ON - ENTREGA DE PREMIOS

Gazteak On: El Reto Alimentario es un concurso dirigido a jóvenes de 11 a 16 años de la comarca de Bidasoa-Txingudi para impulsar la reflexión y sensibilización en torno a la alimentación sostenible.

Los participantes han presentado sus ideas a través de vídeos cortos, aportando a la soberanía alimentaria de los centros educativos. Este certamen se sirve de la creatividad, el audiovisual y el compromiso comunitario para escuchar la voz de los jóvenes. El viernes 5 de junio se han entregado los siguientes premios: Premio del jurado y Premio ciudadano.



TALLERES EN ESKUZ FAKTORIA

El espacio Eskuz Faktoria ha sido un punto de interés a destacar en esta edición de Bioterra, el público ha demostrado tener ganas de aprender a hacer, practicar y desarrollar nuevas habilidades que poder llevarse a casa. Por aquí han pasado como instructoras: Rut y Laida, con sus talleres de cosmética y productos de limpieza DIY, Jessica Dos Santos de la Yesca Silvestre, Clara Virgili y Hondarribiko saregileak (entre otras) con los talleres de Fashion Revolution Euskadi, Paula Franco para los talleres de biomateriales, Juncal Alfonso para los talleres de sketching y Nora Lloidi para los talleres con líquenes de colores. 252 personas han disfrutado de estas actividades, sin duda uno de los puntos destacados de este año.



El taller de Rut y Laida de elaboración de jabón de glicerina



El taller de La Yesca Silvestre con hongos y plantas silvestres para combatir el estrés



Taller de creación de marcos decorativos con líquenes de colores, con Nora Lloidi



El taller de Fashion Revolution Euskadi con las rederas de Hondarribia fue un éxito

SORTEOS

Los días de la feria se han hecho dos sorteos diarios:

- 3 cestas de productos alimenticios de EKOLURRA
- 1 vale de compra de 100€ para gastar en la feria

Además, se sortearon 10 camisetas en un sorteo de Instagram y 10 camisetas entre las personas participantes en la encuesta de satisfacción posterior a la feria.





ORGANIZACIÓN

COMITÉ ORGANIZADOR Y APOYO INSTITUCIONAL

Bioterra 2026 se ha llevado a cabo por parte del equipo profesional de FICOBA y de la mano de un Comité Organizador, conforme a lo dispuesto en el Artículo 2 del Reglamento del Certamen.

Miembros del Comité Organizador:

EKOLURRA / ENEEK - Consejo de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi

BLE - Biharko Lurraren Elkartea

Diputación Foral de Gipuzkoa - Departamento de Sostenibilidad

Estudio de Arquitectura **Arkmonia**

COAVNGi - Colegio de Arquitectos Vasco Navarro - Comisión de Sostenibilidad

Bilibin Circular



Bioterra 2026 ha sido posible gracias al apoyo de:



Destacamos la presencia del Departamento de Industria, Transición Energética y Sostenibilidad del Gobierno Vasco en la feria, a través del stand del EVE-EEE, así como del Departamento de Sostenibilidad de la Diputación Foral de Gipuzkoa y de la autoridad de transportes de la Diputación Foral, en representación del Departamento de Movilidad, Turismo y Ordenación del Territorio.

El Ente Vasco de la Energía ha estado presente con un stand en la feria. En esta edición, el EVE ha mostrado una nueva herramienta interactiva con la que se puede navegar por el ecosistema de las fuentes renovables y el MAPA EVE de grandes instalaciones eólicas y fotovoltaicas.

El director general del Ente Vasco de la Energía, Mikel Amundarain Leibar, ha participado en la inauguración del evento donde ha reiterado la necesidad de ahorrar energía y el compromiso del Gobierno Vasco por el desarrollo de las energías renovables en Euskadi como vías para impulsar “la descarbonización inteligente de la economía vasca”.

Con el fin de dar a conocer a la ciudadanía la participación que las energías limpias tienen actualmente en nuestra vida diaria, el EVE ha mostrado en Bioterra esta nueva herramienta interactiva para empoderar a la ciudadanía y profundizar en el conocimiento y conciencia de las renovables.

Esta herramienta incluye, por una parte, el MAPA EVE de grandes instalaciones eólicas y fotovoltaicas en Euskadi. Una planificación que, partiendo de la base de unos sólidos criterios ambientales, va más allá para detectar los lugares más adecuados para ubicar estos proyectos imprescindibles para la descarbonización de Euskadi.

Por otra parte, el autoconsumo y otras energías renovables térmicas como la aerotermia y la geotermia se muestra en un entorno urbano similar al que habita la mayoría de la población, la ubicación y funcionamiento de estos sistemas sostenibles que aportan la energía necesaria para el día a día.



ESCAPE BOX: TERMINUS| IHOBE - EKOETXEA TXINGUDI

De la mano de la Red Ekoetxea llega a BIOTERRA "TerminUs: el escape-box del cambio". Un juego de escape donde las personas participantes serán las protagonistas de una historia y deberán superar pruebas que les permitan descubrir qué es TerminUS: la fecha límite para poder cambiar el rumbo del planeta, y hacer frente a la emergencia climática a través de la modificación de algunos de nuestros hábitos y acciones.

El objetivo general de la Escape box TerminUs es que la persona que juega conozca y descubra, a través de la cooperación y la diversión, aquellos hábitos que favorecen la sostenibilidad y que ayudan a combatir el cambio climático a través de pequeñas acciones individuales que, sumadas a las de otras personas, pueden contribuir a proteger y conservar la Tierra, porque de ello depende nuestra supervivencia. ¿Seréis capaces de superar el reto?



La Diputación Foral de Gipuzkoa ha estado representada en Bioterra con stands informativos sobre dos ejes principales de la sostenibilidad: las energías renovables y la movilidad, impulsando el uso del transporte público de Gipuzkoa con el stand de Mugi.



El stand informativo del Departamento de Sostenibilidad de la DFG-GFA.



El stand de MUGI del Departamento de movilidad, turismo y ordenación del territorio.

Bioterra se ha celebrado en los pabellones de Ficoba, sin hacer uso de moqueta de un solo uso, siguiendo el ejemplo de años anteriores, y reutilizando los elementos decorativos que han sido posibles.

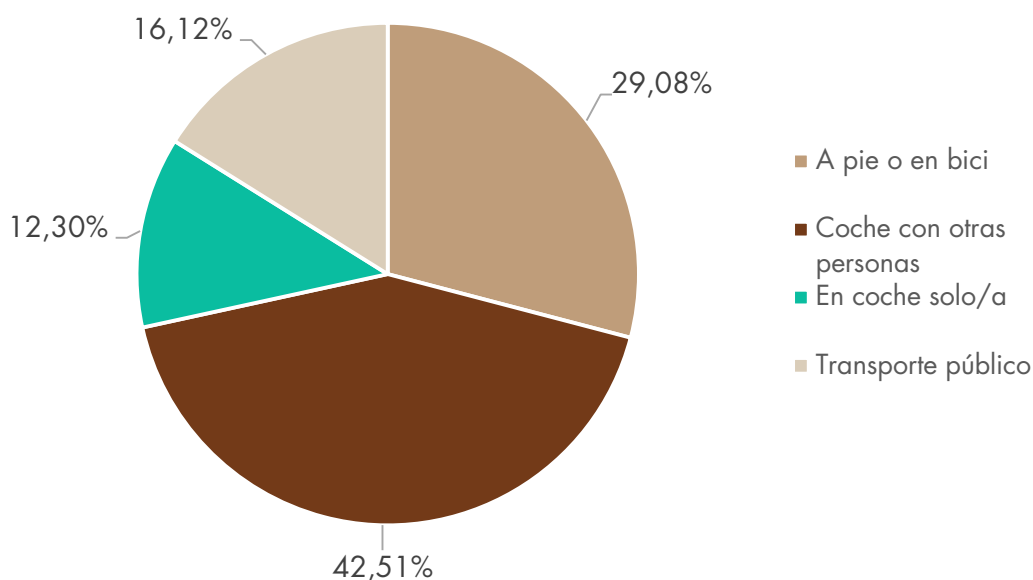
La no utilización de la mencionada moqueta, junto al uso de moqueta reutilizable en espacios comunes, **ha evitado la emisión de 74,6 toneladas de CO₂ a la atmósfera.**

En la edición de 2026, Bioterra aspira a obtener el sello **ERRONKA GARBIA**, y sus retos de sostenibilidad se han centrado en los residuos y la movilidad.

En caso de obtención del sello, sería **la novena edición del evento que obtiene esta credencial**, siendo esta la confirmación de que además de promover un estilo de vida y consumo sostenibles, **la propia feria se gestiona siguiendo criterios de sostenibilidad medioambiental.**



La movilidad del público que acude a Bioterra es también una de las claves en la medición del impacto medioambiental del evento. En esta edición, el 29% acudió a la feria andando o en bici, el 16% en transporte público y el 54% en coche.



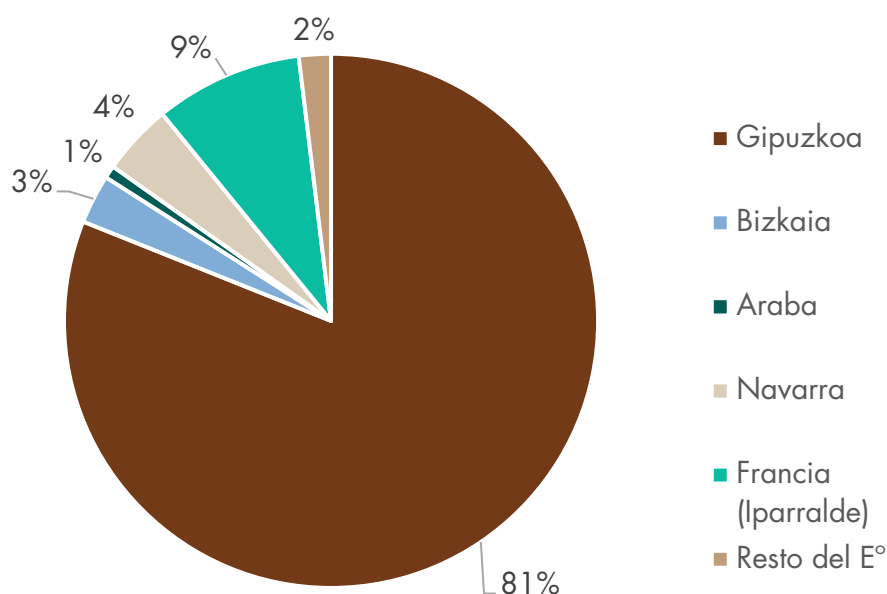


EL PÚBLICO

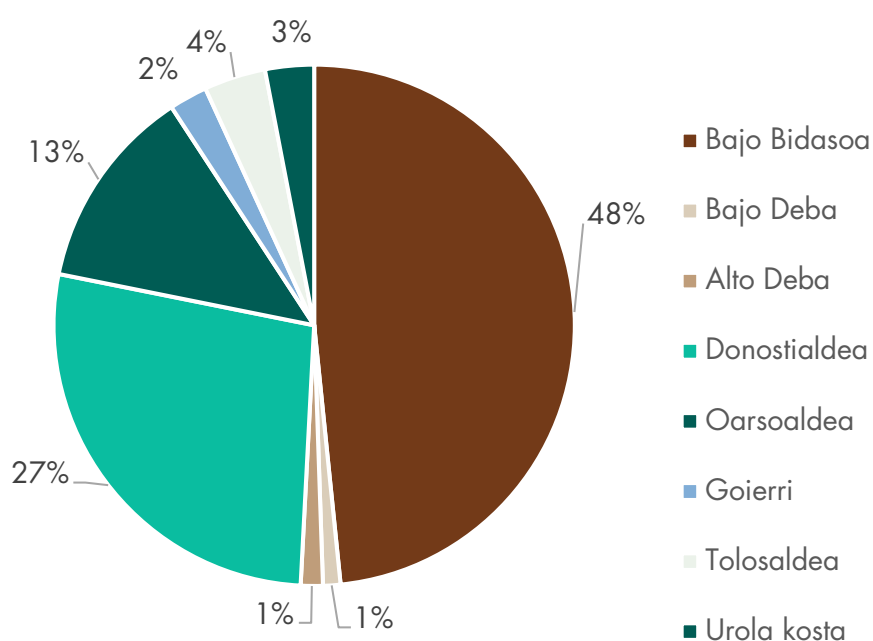
ORIGEN DEL PÚBLICO

El público asistente ha sido en su mayoría de Gipuzkoa (cerca del 81%), seguido por el público de Iparralde (cerca del 9%). Las personas procedentes de Bizkaia, Araba, Navarra y otras provincias del estado han representado el 10% restante del público asistente.

ORIGEN GENERAL



PÚBLICO DE GIPUZKOA | REPARTO POR COMARCAS



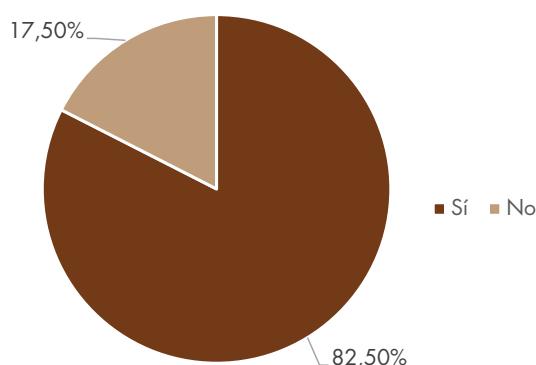
ENCUESTA

Durante los 3 días de la feria, además de una vez finalizada la feria con una encuesta enviada vía email, se ha encuestado al público asistente a Bioterra, y estas son las estimaciones obtenidas:

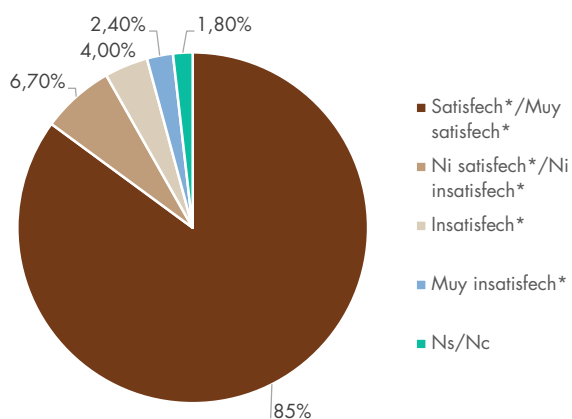
Cabe destacar que el 82,5% de las personas encuestadas ya había visitado Bioterra en otras ocasiones, lo que confirma la fidelidad del público.

Ponemos en valor que el 85% del público que ha visitado la feria ha quedado satisfecho o muy satisfecho con el contenido de Bioterra, y el 90% de las personas encuestadas han afirmado que volverán a visitar la feria eco de Euskadi en 2027.

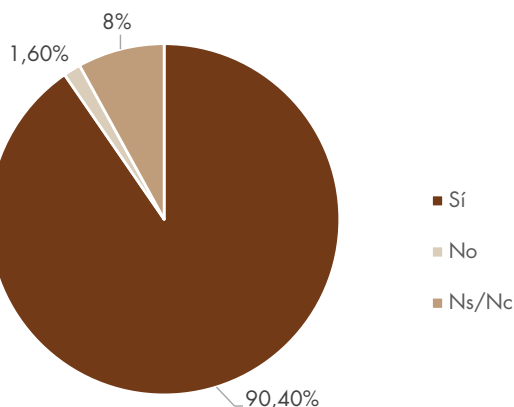
¿Han estado en la feria antes?



Nivel de satisfacción con la feria



¿Volverán a Bioterra 2027?



PUBLICIDAD OFFLINE - CALLE

Para la promoción de Bioterra, se ha llevado a cabo una campaña de publicidad que ha combinado soportes físicos de distintos formatos y elementos digitales, como RRSS o publicidad programática.

En la campaña offline, destacamos estas acciones:

-Colocación de posters publicitarios:

750 unidades en las calles de Donostia, Irun, Errenteria, Hernani, Astigarraga, Hendaia...

300 en Bilbao

300 en Pamplona

-Euskotren: publicidad en las pantallas de venta de tickets de tren (topo), vídeo promocional en la estación Casco Viejo/Zazpikale en Bilbao y 4 MUPIs en paradas de la línea de topo de Deba, Amara, Errenteria y Hendaia.

-32 MUPIs en marquesinas de Irun

-1 lona colgante en Ficoba

-Imagen en aeropuertos: Hondarribia y Bilbao





Imagen en el aeropuerto de Bilbao y MUPI en una calle en Irun

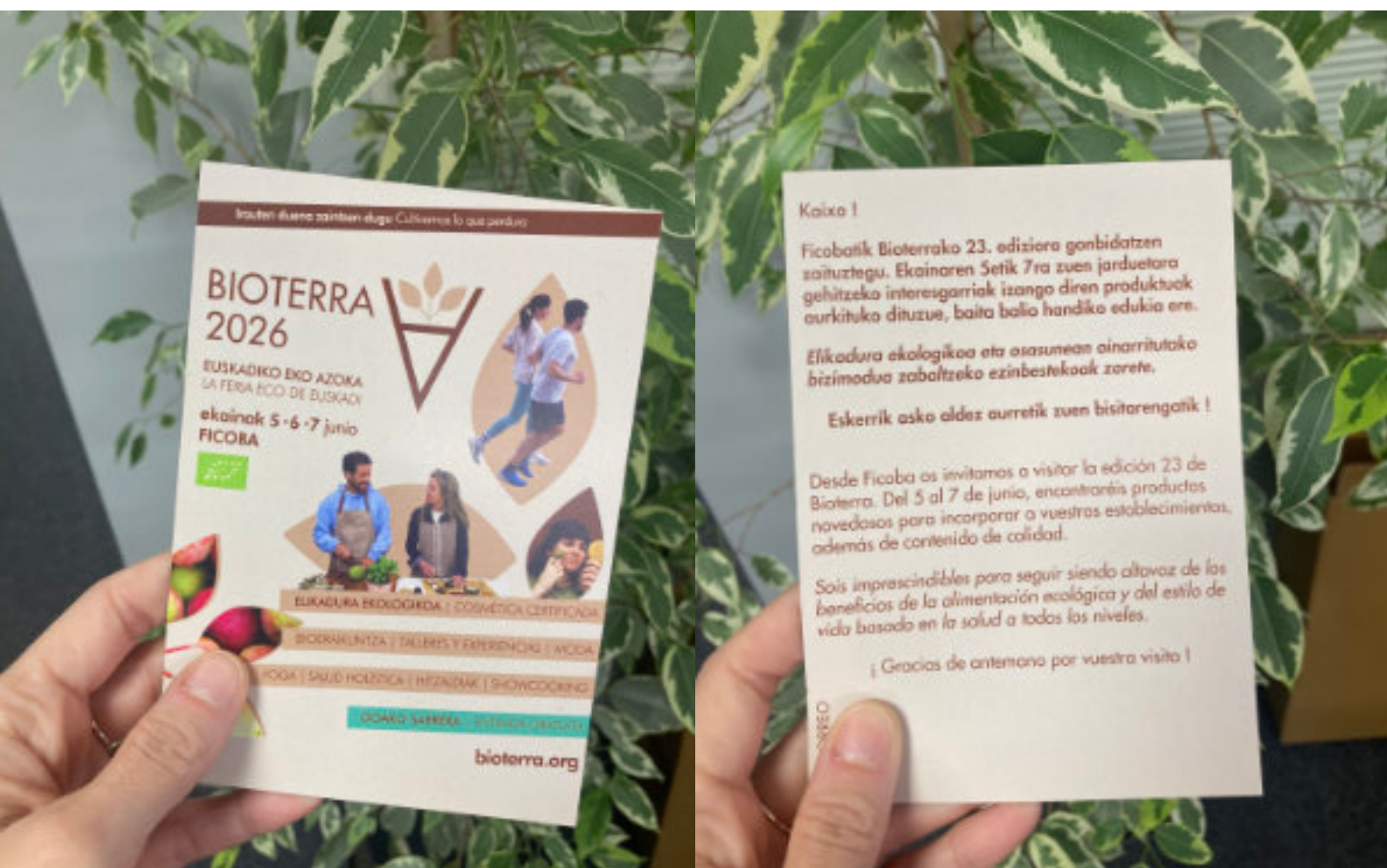


Posters en Hernani y Tolosa

ENVÍOS POSTALES Y MAILING

Envíos postales / en esta edición de Bioterra se ha hecho una doble acción con envío postal, envío de poster e invitación a la feria a las herboristerías y otros establecimientos relacionados de mayor cercanía y envío de postal informativa.

El poster promocional de Bioterra se ha enviado a 142 establecimientos de Gipuzkoa e Iparralde. La postal informativa se ha enviado a 176 establecimientos de diferentes localidades de Gipuzkoa, Bizkaia, Araba y Navarra.



Postal enviada a los establecimientos seleccionados.

Campañas de mailing / en la campaña de atracción de público, las campañas de mailing han demostrado ser una herramienta imprescindible en los últimos años. Empezando el 6 de mayo, se han hecho los siguientes envíos:

- **Envíos a público general:** 5 envíos (semanalmente durante 5 semanas) a una BBDD de más de 17.000 contactos. Estos envíos están segmentados por idioma: EUS-ES (Euskadi y Navarra), ES (resto del Estado), EUS-FR (Iparralde) y FR (resto de Francia.)
- **Envíos a público profesional:** 3 envíos desde el 6 de mayo, segmentados por sector y generales.

_____CULTIVAMOS LO QUE PERDURA_____



¡Bioterra ya está aquí!

La feria ECO de Euskadi te espera en Ficoba, desde mañana y hasta el domingo:

viernes 5 y sábado 6: 10.00-20.00

domingo 7: 10.00-19.00

Si todavía no tienes tu entrada, consíguela ya para entrar sin esperas:

¡ QUIERO MI ENTRADA !

Encontrarás 3 pabellones y una zona exterior llenas de actividad, empresas expositoras, expertas y profesionales que estarán en Bioterra para atenderte, resolver tus dudas y ayudarte en el camino de la vida eco y saludable.



EMPRESAS EXPOSITORAS

PRENSA (IMPRESA)

ESPECIALIZADA

-COFENAT: 1 inserción

PRENSA/PORTALES ONLINE (GENERAL Y ESPECIALIZADA)

- EL CORREO
- EL DIARIO VASCO
- BERRIA.COM
- NAIZ
- NOTICIAS DE GIPUZKOA
- TOKIKOM
- ECOHABITAR
- TXIKIS DEL BIDASOA
- DE PLANES POR LA COMARCA
- ARGIA
- HITZA

RADIO

- SER EUSKADI
- EUSKADI IRRATIA
- GAZTEA
- ANTXEA IRRATIA

TV

- EITB

The collage features several distinct elements:

- Top Left:** A close-up of various fruits (apples, pears) hanging from a branch.
- Top Center:** A banner for "BIOTERRA 2026" with the text "Irakurten duzue zaintzen dugu" and "ekainak 5 · 6 · 7 FICOB".
- Top Right:** A photo of a man and a woman in aprons preparing food in a kitchen.
- Middle Left:** A circular inset showing a woman holding a small green vegetable.
- Middle Center:** A screenshot of the "HITZA" website interface, showing a search bar, navigation menu, and a featured article titled "Paleolitoa eta Aizpitarte, liburu batera".
- Middle Right:** A book cover for "NIK GONTZALI" with the subtitle "AURPEGIA EMATEN DUT INDARKERIA MATXISTA DIGITALAREN AURKA".
- Bottom Right:** A circular inset showing a person in a white shirt performing a yoga pose.

En su 23 edición Bioterra ha tenido 54 impactos en medios:

²⁴ Bidasoa

Una apuesta firme por lo sostenible

Azahara Domínguez, diputada de Turismo y Movilidad, Cristina Laborda, alcaldesa de Irun, José Ignacio Asensio, diputado de Sostenibilidad, Maialen Gaztañaga, directora de Bioterra

Olioztatuta doa azoka

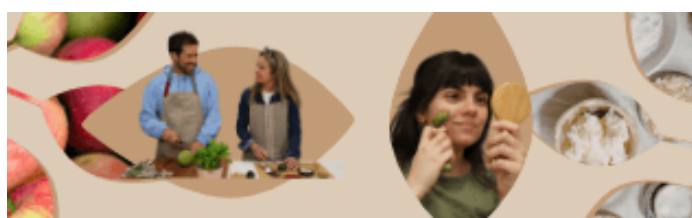
Lleidako Garriges esk
Cogul herritik (Katalun
rri du oliba olioa Bloterr
sendiak. «Laugarren bel
koak gara arreba eta blo
du Jordi Vilak, Hirugar
duite Irungo azokan. Oh
dute kline aldaketak g

CAMPAÑA ONLINE

Se ha llevado a cabo una campaña de publicidad online con tres ejes principales: compra programática, redes sociales, Google Search (SEM) y prensa local. La campaña se ha desarrollado en 3 idiomas (euskera, castellano y francés, y estos son algunos de los parámetros generales de desempeño de esta campaña:

IMPRESIONES	6.752.437
COBERTURA	2.329.881
CLICKS	73.083
CTR (%) MEDIO	1,08%

Estos son algunos de los banners utilizados:



CAMPAÑA TV

Con motivo de la colaboración con Adinberri, que ha formado parte del programa de Bioterra, se ha hecho una campaña en EITB.



BIOTERRA
2026

Ekainak 5-6-7 | FICOBA

DOAKO SARRERA

The graphic features a large, stylized leaf shape in the background. On the left, a man and a woman are jogging. On the right, a group of people is participating in a yoga or fitness class on mats. A green button with the text 'DOAKO SARRERA' is positioned in the lower-left area.



EUSKADIKO EKO AZOKA ekainak 5 · 6 · 7 | FICOBA

CULTIVAMOS LO QUE PERDURA

Este año Bioterra ha estrenado lema: **"Cultivamos lo que perdura"**.

Esta frase conecta con la esencia de la feria y trasciende el concepto de producto ecológico para hablar de impacto, relaciones y futuro.

Bioterra lleva más de dos décadas siendo el punto de encuentro de las personas, empresas y organizaciones que apuestan por un modelo de vida y consumo más consciente. En este contexto, "Cultivamos lo que perdura" expresa la voluntad de sembrar hoy aquello que genera valor a largo plazo: hábitos de consumo responsables, proyectos empresariales sostenibles, conocimiento, relaciones de confianza y compromiso con el entorno. La trayectoria de Bioterra, con más de 20 años de historia y una comunidad fiel de público y empresas participantes, demuestra la capacidad de construir algo que permanece en el tiempo.

Este lema remite a crecimiento, cuidado, dedicación y proceso...una evolución en el tiempo. Refuerza la idea de que la sostenibilidad en sentido amplio no es una moda, sino una inversión en el futuro.

Este lema nos permite hablar tanto de agricultura ecológica como de salud y bienestar, energías renovables, bioconstrucción, economía circular o consumo responsable.

Esta frase ha estado presente en la feria a través de elementos decorativos y también se ha utilizado para la personalización de camisetas que se han sorteado entre el público.



REDES SOCIALES

Las red social principal de Bioterra es Instagram.

La información recogida a continuación ofrece una visión general sobre la actividad generada durante los días de la feria.

Los objetivos de la comunicación en redes han sido: generar contenido de calidad para los y las seguidoras de Bioterra, ofreciendo la posibilidad de seguir la feria, aumentar las interacciones con los y las seguidoras, así como generar visualizaciones más allá de la comunidad.

INSTAGRAM



El perfil de Instagram de Bioterra ha alcanzado un total de 4.906 seguidores al finalizar la feria.

Instagram ha facilitado una comunicación visual, dinámica y emocional.

El formato que mejores resultados ha generado han sido los reels, alcanzando 47,93K visualizaciones y 1.643 interacciones. Además, han obtenido 1.444 me gusta, 50 comentarios y 115 compartidos.

El formato stories se ha utilizado para ofrecer el seguimiento de la feria a los y las seguidoras, subiéndose 97 stories que han conseguido 31,71K visualizaciones.





¡ MUCHAS GRACIAS !



BIOTERRA
2026