GLADMAT 20 22 FEIRING

Bli med å skape Norges mest sirkulære matfestival:

Spis opp, sorter og handle lokalt på Gladmatfestivalen!

For oss betyr bærekraft å ta vare på ressursene som gir oss mat på bordet. Derfor vil vi drive festivalen på en måte som gir lavest mulig avtrykk og avfall – sammen med mest mulig glede. Vi starter med sirkularitet, og målet er like hårete som det er motiverende.

Gjort er gjort og spist er spist. Derfor trenger vi en god plan for hva vi skal gjøre og spise i tiden fremover! Flere enn 200 000 besøkende hvert år gir Gladmat en fantastisk mulighet til å skape nye og bedre løsninger sammen med utstillere, partnere og lokale produsenter – med verdifull læring underveis.

Sirkulær festival betyr redusert ressursforbruk, resirkulering av avfall, mer gjenbruk og mer kortreist. For å bidra til positiv endring mot et mer sirkulært samfunn, er vi også opptatt av å bruke stemmen vår. Programmet på Kokepunktet og kommunikasjons-kanalene våre benyttes aktivt for å løfte frem gode, sirkulære løsninger og forslag.

Klar, ferdig – og videre! Bærekraftige festivalløsninger har vært på agendaen i mange år allerede. Det første vaskeriet så dagens lys på Malt & Humle i 2014 og i 2019 kom gjenbrukbart skiltsystem for hele festivalen på plass. 2020 var året da den grønne strategien som la grunnlag for grønne tiltak både i 2021 og 2022 ble påbegynt. Nå gleder vi oss til veien videre!

I 2022 hadde Gladmat fire konseptområder i tillegg til hoved-arenaen i Vågen: Malt & Humle, Gladmat i Pedersgata, Gladmattorget og Kokepunktet på Strandkaien.

Her kan du lese mer om hvilke områder vi konsentrerer oss om, og hvordan vi jobber med disse:

Hovedmål 2022:

- 50 % redusert restavfall
- null engangs*
- 100 % gjenvunnet matavfall
- redusere matsvinn
- øke kortreist mat
- 50 % økning lokalmat-produsenter

*Malt & Humle og Kokepunktet

Tiltak

1. Sirkulære løsninger
- design, kommunikasjon og måling
2. Lokalmat
3. Sirkulære partnerskap
4. Sosial bærekraft
5. Miljøsertifisering
6. Grønne innkjøp

Prosess

7. Gladmats grønne strategi
8. Involvering og medvirkning
9. Erfaringer
10. Veien videre

1. Sirkulære løsninger

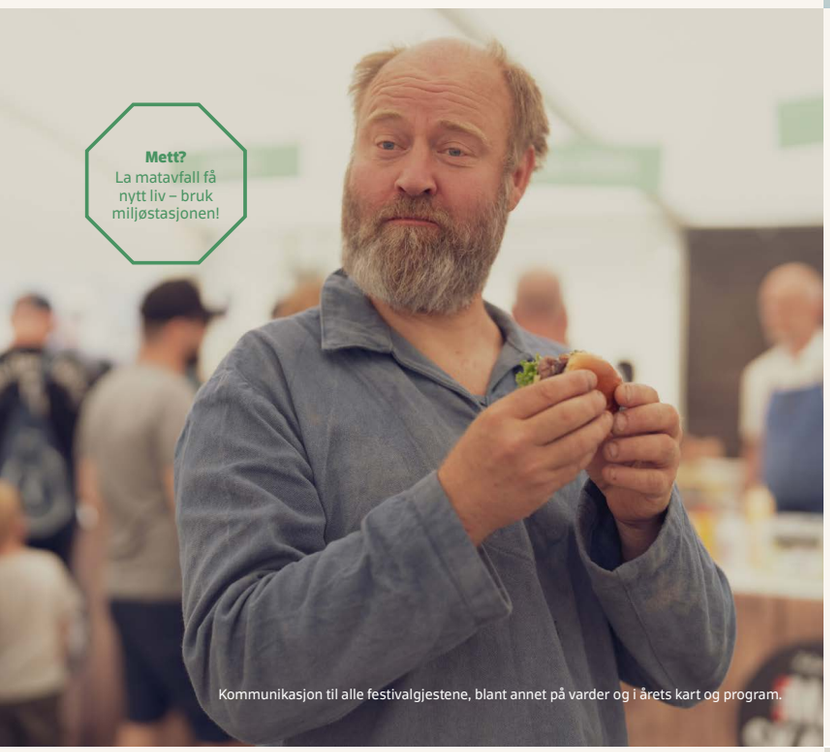
Gladmat skal gi gode festivalopplevelser som skaper mindre avfall og mer glede. Vi skal designe, drive og videreutvikle festivalen på en måte som gir alt fra serviser og stander til skiltsystemer lengre levetid, i tillegg til å finne nye løsninger for stander som gjør mer av avfallet resirkulerbart.

Design og forbruk

I 2022 ga fokus på design og utvikling disse nyvinningene:

- I 2021 designet vi konseptområdet Bakgården som en splitter ny pilot der sirkulære prinsipper og bærekraftige løsninger ble testet ut. Vi utviklet nye, synlige miljøstasjoner som gjorde det enklere å resirkulere avfall. I 2022 bygget vi videre på dette arbeidet og produserte åtte nye miljøstasjoner og utvidet bruken til å gjelde alle festivalområder.
- Den gjenbrukbare skiltløsningen er designet for å vare – og videreutvikles. Skiltløsningen erstatter engangsskilt og bannere, men viste veien like godt i 2022 som i 2021, 2020 og 2019 (og vil fortsatt gjøre det neste år!)

Utvidet fra bruk i testområde i 2021 til hele festivalen i 2022



Kommunikasjon til alle festivalgjestene, blant annet på varder og i årets kart og program.

Kommunikasjon til publikum

Skal vi få til endring og utvikling, må vi få med oss dem det gjelder: Folk! For selv om målet om å bli landets mest sirkulære matfestival handler om mat og håndtering av søppel – handler det også om hvordan vi lever og løser ting sammen. Derfor legger vi stor vekt på tydelig kommunikasjon av nye, gode løsninger til besøkende.

I 2022 henvendte vi oss til publikum flere steder. Noe fungerte godt, noe skal vi bli bedre på:

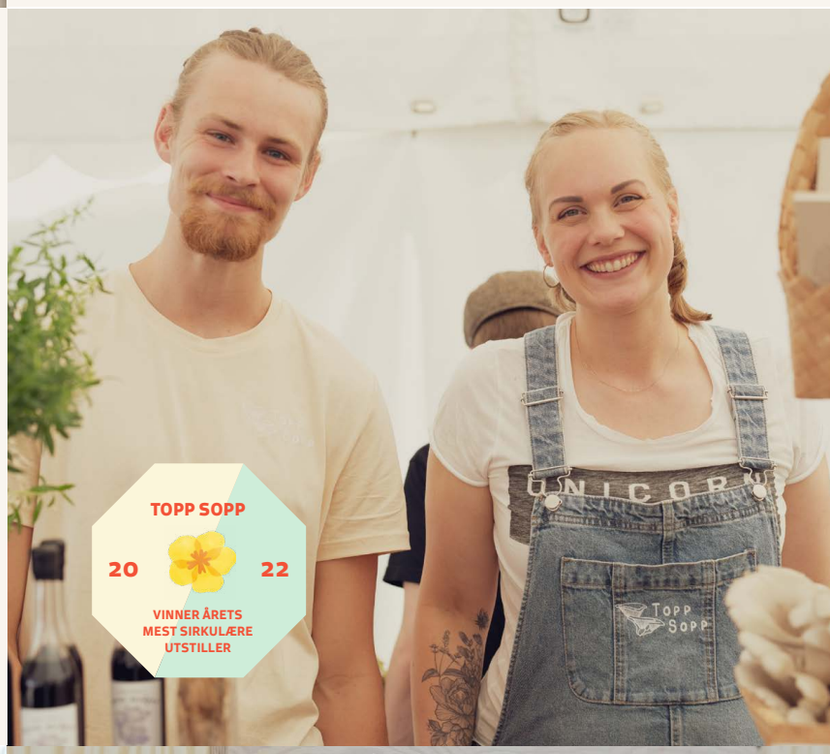
- På vardene ved inngangen til hvert av festivalområdene ble folk møtt med tydelig henvisning til nærmeste miljøstasjon – og på miljøstasjonen ventet tydelig veiledning for hvordan du enkelt kunne sortere riktig.
- I festivalprogrammet fant besøkende informasjon om hvordan de kunne bidra til å skape en grønnere festival gjennom å spise opp maten, sortere avfall, og gå, sykle eller reise kollektivt til og fra festivalen og mellom festivalområdene.
- Kommunikasjon i sosiale medier inkluderte innhold om hvordan du som gjest kunne gjøre mer bærekraftige valg på årets festival.
- *Det ble utviklet og bygget et skiltsystem som skulle inspirere og kommunisere sortering på alle festivalområdene. På grunn av manglende ressurser ble dette ikke gjennomført, men vil bli tatt opp igjen i 2023.*

Kommunikasjon og sirkularitet blant utstillerne

For å bli landets mest sirkulære matfestival, trenger vi også å ha med oss utstillerne på laget! Vi legger stor vekt på kommunikasjon og motivasjon for å inspirere til gode valg før, under og etter festivalen.

I 2022 henvendte vi oss til utstillerne flere steder. Noe fungerte godt, noe skal vi bil bedre på:

- Alle utstillere fikk informasjon om de nye miljøstasjonene, sammen med en oppfordring om å gi publikum samme informasjon.
- Utstillerne ble oppfordret til å stille krav til sine leverandører, og om mulig prioritere de mest bærekraftige leverandørene.
- Utstillerne fikk informasjon om EUs direktiv om plastprodukter.
- Utstillerne ble oppfordret til gjenbruk av stand: Ta med alt, bruk alt du kan om igjen og kast så lite som mulig.
- Ny pris: Gladmatjuryen kåret festivalens mest sirkulære utstiller.
- *Vi hadde mål om at utstillerne skulle få egne beholdere til matavfall. På grunn av manglende ressurser ble dette ikke gjennomført, men vil bli tatt opp igjen i 2023.*
- *Alle utstillere fikk informasjon om sortering og avfallsdepoer ved Fisketorget og Tollboden. Avstanden til disse viste seg imidlertid å være for stor, slik at de ikke ble tatt i bruk. Utstillerne brukte i stedet miljøstasjonene for publikum, noe det ikke var kapasitet til. I forkant av festivalen 2023 skal det gjennomføres work-shop med brukermedvirkning fra utstillerne for å løse dette bedre.*



Visuelt synlig skilting av miljøstasjoner

Påminnelser på gjenbrukbar skiltløsning

Avfallshåndtering, resirkulering og måling

Målet var en festival uten engangsartikler og matavfall, og med 50 prosent mindre restavfall. Og middelet? Det er å se på avfall som en ressurs, i stedet for søppel. I år oppnådde vi veldig gode resultat for sortering – det gir motivasjon til fortsettelsen. Gode løsninger for avfallshåndtering skal gjøre at gjester, utstillere og frivillige enkelt kan sortere avfall som så blir sendt til resirkulering eller gjenbruk.

I 2022 gjorde vi blant annet dette:

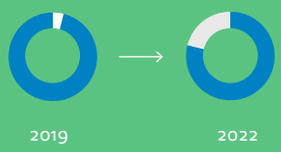
- Avfall fra 14 miljøstasjoner fra alle festivalområdet ble samlet inn og målt.
- Et godt samarbeid med Renovasjon Næring sørget for veiing og måling av avfall; glass og metall, mat, trevirke, frityrolje og restavfall.
- Matavfall ble levert til IVAR IKS sitt komposteringsanlegg. I tillegg ble kaffegrut levert til Topp Sopp og ga en avling på rundt 100 kg sopp.
- Vi samlet inn pant, men den forsvant også i år i nattens mulm og mørke.
- Frivillige festivalmedarbeidere bisto gjestene med riktig håndtering av vaskeri og sortering av avfall.
- Vaskeriløsning i Kokepunktet og Malt & Humle.
- *Å gå fra vaskeriløsning i to lukkede konseptområder i 2021 til fullskala i 2022 ble et for stort skritt. Vi jobber videre med kartlegging av muligheter for fullskala vaskeriløsning.*

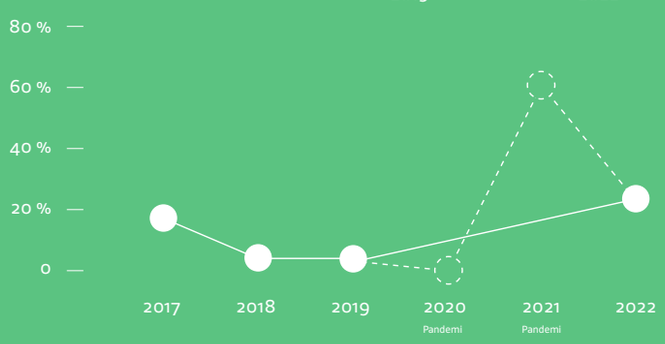
Økt sorteringsgrad*

54 % mindre avfall*

*Etter to år med pandemi er vi tilbake til normal festival. Det betyr at vi kan sammenligne epler og epler, altså sammenligne 2022-tallene med 2019-tallene. Fine tall – takket være et tett og godt samarbeid med Renovasjon Næring.

Økt sorteringsgrad* fra 3,7 – 21 %

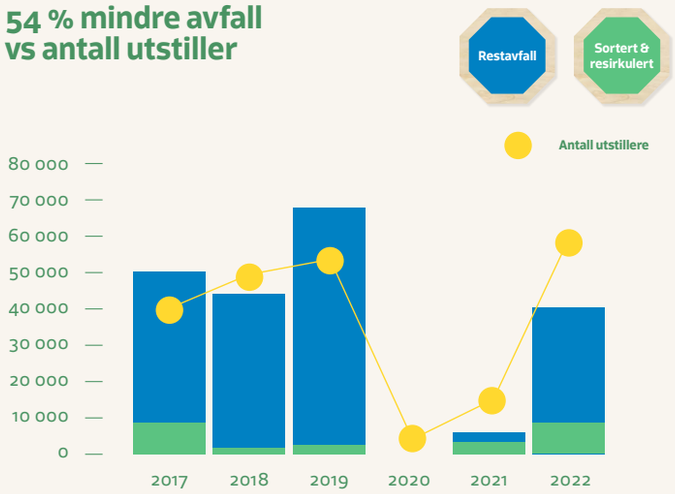




RENOVASJONEN IKS

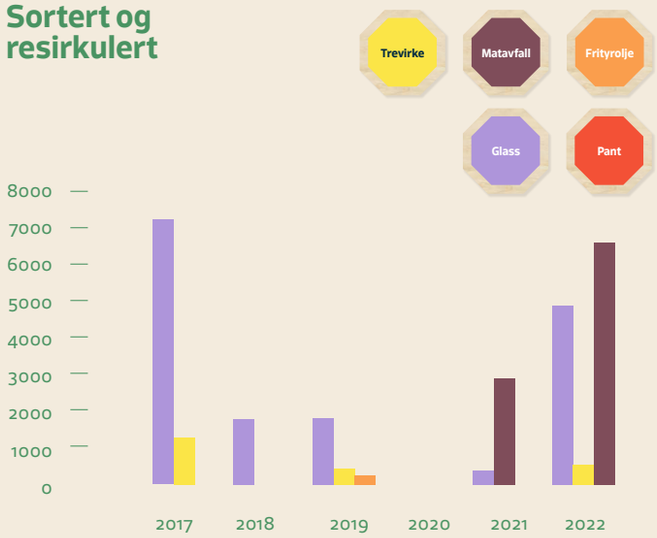
*Etter to år med pandemi er vi tilbake til normal festival. Det betyr at vi kan sammenligne epler og epler, altså sammenligne 2022-tallene med 2019-tallene. Fine tall – takket være et tett og godt samarbeid med Renovasjon Næring.

54 % mindre avfall vs antall utstiller



Nye løsninger, tiltak og kommunikasjon har ført til en markant forbedring av avfall totalt. Praktiske årsaker til redusert avfall er at flere utstillere sto samlet og at Kokepunktet erstattet utstilleområdet bak Skur 6.

Sortert og resirkulert



Tallene fra 2019 vil benyttes som et nullpunkt for veien videre når det kommer til sortering av ulike typer avfall. Panten ble dessverre stjålet, og utgjør derfor ikke en del av denne målingen.

100 % matavfall til biogass – og produksjon av sopp!

Matavfall ble levert til IVAR IKS sitt komposteringsanlegg.
I tillegg ble kaffegrut levert Topp Sopp og ga en avling på rundt 100 kg sopp.

Færre engangs = søppel spart

17 204

13104 solgte bonger av drikke i Malt & Humle, 1650 solgte retter på tallerken og 2450 drikker på Kokepunktet, totalt 17 204 enheter hvor flergangs ble benyttet i stedet for engangs. Unntak: 400 pappkopper til kaffe i Malt & Humle.

2. Lokalmat

Siden 2018 har vi jobbet med å øke andelen lokalmatprodusenter på festivalen. Vi jobber også med å løfte frem lokale, sesongbaserte råvarer, produkter og produsenter hele året, i tillegg til å øke kunnskap om utnyttelse av råvarer og rester. Mål: Mindre avtrykk og økt salg av lokalmat fra fantastiske matprodusenter!

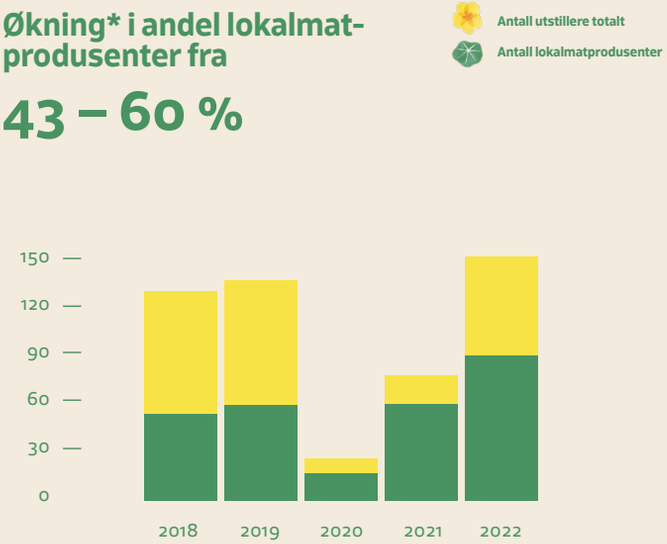
Aktiviteter og tiltak

- Vi har tilpasset pris og organisering av fellesstander for å inkludere flere lokale produsenter på festivalen og økt fra 43 til 60 % lokalmatprodusenter fra 2021 til 22.
- Program på Kokepunktet med stort fokus på lokale, sesongbaserte råvarer og bruk av hele råvaren sammen med Gladmatpartnere og lokale matprodusenter.
- Skreddersydd deltagelse for overbygninger som Helgø Meny, Hjelmeland kommune og Matlauget.
- Utdeling av Stiftelsen Norsk mat sine utmerkelser fra hovedscenen.
- Gladmatjuryen kåret årets lokalmatprodukt.
- Oppfordring i alle flater til publikum om å handle produkter med seg hjem.
- Oversikt over lokalmatprodusenter og gårdsutsalg på gladmat.no.
- Sosiale medier-kampanje med rundreise på gårdsutsalg.
- Kommunikasjon på alle festivalområder om å spise opp maten og sortere matavfall.

Det faglige programmet på Kokepunktet hadde stort fokus på lokale og sesongbaserte råvarer. Takk til Innvasjon Norge som støtter vårt fokus på lokalmat!

Økning* i andel lokalmat-produsenter fra

43 – 60 %



*Etter to år med pandemi er vi tilbake til normal festival. Det betyr at vi kan sammenligne epler og epler, altså sammenligne 2022-tallene med 2019-tallene.

3. Sirkulære partnerskap

Gladmat er et ideelt AS med en liten administrasjon. Aktivitetene våre er derfor avhengige av gode samarbeidspartnere, og det gjelder også arbeidet med den grønne strategien. Gode partnerskap er avgjørende for å komme i gang, og for veien videre. To tiltak vi ikke hadde fått gjort uten gode partnere:

Miljøstasjoner
Vi har satt oss et stort mål om å bli Norges mest sirkulære festival. Et viktig ledd i den strategien er sorteringsmuligheter for avfall. Rundt på festivalen sto det derfor 14 store miljøstasjoner som ble flittig brukt. Disse kom på plass takket være gode ideer, god gjennomføringsevne og god støtte fra samarbeidspartnerne våre.

Færre engangs er søppel spart
Vi har satt oss et langsiktig mål om null engangs på festivalen. Som et skritt på veien innførte vi vaskeri på Malt & Humle og på Kokepunktet. Takket være sirkulært partnerskap med Figgjo, Lervig og PS selskapsutleie kunne vi vaske alt servise og glass på Kokepunktet og Malt og Humle.

Er du Gladmatpartner og har ideer til sirkulære løsninger du vil skape sammen med oss? Ta kontakt!

1650 solgte retter på Figgjo-tallerkener på Kokepunktet = 1650 sparte engangstallerkener

Miljøstasjoner

NorEngros Kjosavik AS + RENOVASJONEN IKS + STAVANGER NATUR- OG IDRETTSSERVICE

Aldente + Stavanger kommune + LÉVA

TDV + gladmat + Sparebanken Vest

Skiltvardene fra 2019 bidrar både til økt gjenbruk samtidig som de hjelper besøkende å orientere seg

4. Sosial bærekraft

Alle skal føle seg velkommen på festivalen – og Gladmat året rundt! Vi jobber strategisk med fysisk og opplevd tilgjengelighet, og med å sikre mangfold hos utstillere, partnere og publikum. I 2019 ble det utarbeidet en «byanalyse» i samarbeid med Léva Urban Design, som ga et godt grunnlag for konkrete tiltak knyttet til bevegelse/flyt, konsept-områder og orientering. Sammen med kommunikasjonsplan utarbeidet av Aldente ga dette grunnlag for noen av tiltakene som er gjennomført så langt:

- Det er etablert en egen "chill-sone" på Torget.
- Det er frigjort soner for bevegelse som forhindrer flaskehalser.
- Det er laget innramminger til konseptområder og portaler.
- Det ble laget store kart som gjorde det enklere å orientere seg på festivalområdet.
- I samarbeid med Stavanger Sentrum er det bygget plantekasser som også kan benyttes som sitteplasser.
- Det er utarbeidet strategi og konsept for skilting - varder og småskilt - som gjør det lettere å orientere seg. De er merkevarebyggende, gjenbrukbare og binder de ulike festivalområdene sammen.
- Vi har gjennomført matkurs for ungdommer med utfordringer i samarbeid med Smedvig North Star. Det håper vi å gjennomføre ti ganger i 2023 også.

5. Miljøsertifisering

Et av de første stegene på veien til å bli Norges mest sirkulære matfestival, har vært å kvalifisere til sentrale og viktige miljøsertifiseringer. I 2020 ble Gladmat Klimapartner og i 2021 sertifisert Miljøfyrtårn. Det er vi skikkelig stolte av!

Sertifiseringene hjelper oss å arbeide systematisk med miljøstyring og gjennomføre årlig klimaregnskap, og er også skikkelig fine møteplasser for samarbeid og inspirasjon på tvers av bransjer.

I arbeidet med miljøsertifisering har vi kartlagt våre leverandører og største samarbeidspartnere. Tolv av disse er enten Miljøfyrtårn, ISO 14001 eller begge.

Utdelingen av Miljøfyrtårn ble gjort av selveste varaordføreren

6. Grønne innkjøp

God kvalitet, lang levetid og gjenbruksmuligheter skal alltid ligge i bunn av våre kjøp og bestillinger.

Før vi i det hele tatt kjøper inn noe, vurderer vi om innkjøpet er nødvendig, om vi har materiell eller varer som kan gjenbrukes til samme formål og om innkjøpet og leverandøren er det mest optimale i forhold til sirkularitet, avtrykk og behov.

Sammen med våre mange utstillere har vi en viktig stemme under festivalen. I informasjonen som alle utstillerne mottok i forkant av festivalen oppfordret vi også dem til å ta i bruk deres innkjøpsmakt og kjøpe mindre, kjøpe bedre og mer langvarige produkter, samt bare kjøpe fra de mest bærekraftige leverandørene.

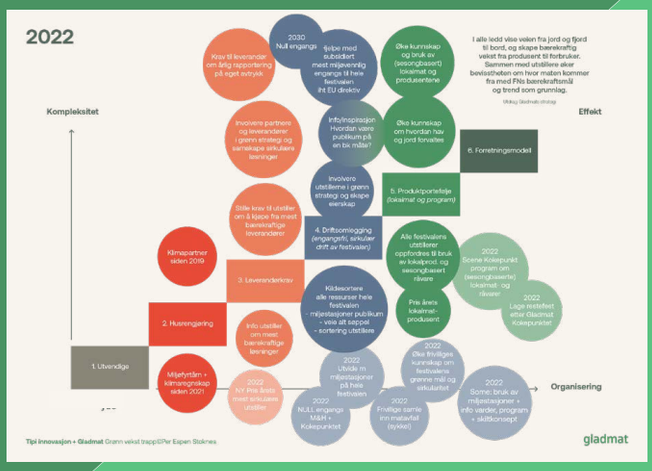
Kommunikasjon til utstillerne

7. Gladmat og grønn strategi

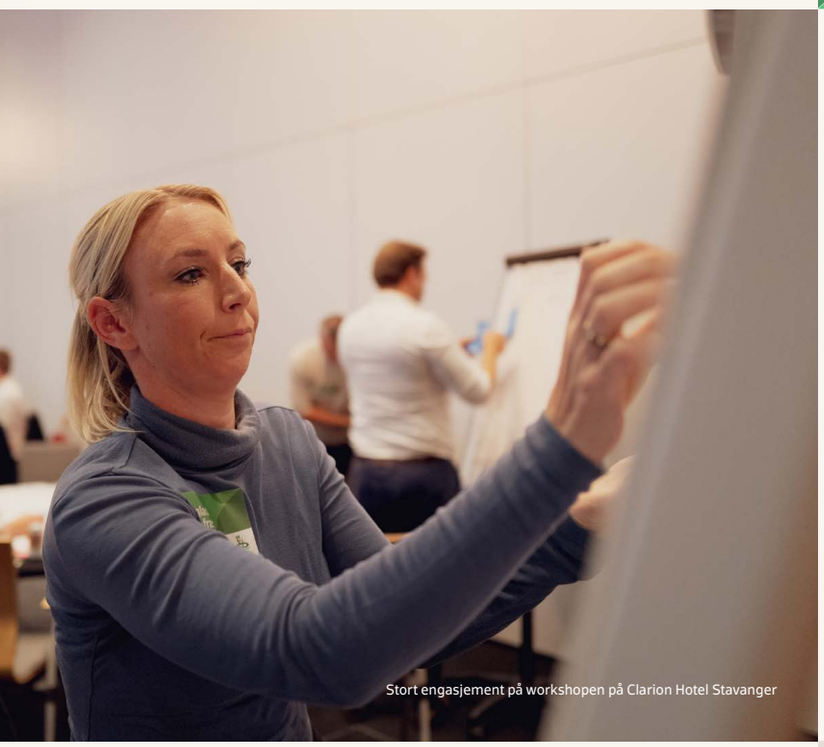
Arbeidet med å utarbeide en grønn strategi- og innovasjonsprosess startet i 2020 og fortsatte våren 2021. Prosessen ble ledet av TIPI Innovasjon. I en verden i radikal endring, vil markedet kreve grønne strategier og grønne løsninger. Med dette som utgangspunkt, har målet vært å utarbeide en tydelig strategi for posisjonering, gjennomføring og samarbeid som fremmer grønn vekst, sammen med partnere, utstillere og publikum. I strategiarbeidet har vi blant annet:

- Kartlagt miljø- og samfunnspåvirkning i de ulike delene av festivalen; planlegging, opprigg, gjennomføring og nedrigg.
- Vi har valgt oss noen av FN sine bærekraftsmål som er mest relevante for festivalen, nr. 3, 8, 11, 12, 14 og 15 samt delmål, med plan for hvordan. Gladmat aktivt skal imøtekomme disse.
- Etablert langsiktig tankegang med fremtidsscenario for 2030.
- Utarbeidet ideer og tiltak.
- Tatt i bruk "Grønn vekst-trappen" for å systematisere og tydeliggjøre de interne og eksterne tiltakene vi jobber med.

Den grønne strategien har gitt oss noen langsiktige mål, og anledning til å vurdere hvilke endringer og forbedringer som vil ha størst effekt i det videre arbeidet.



Modellen "Grønn vekst-trappen" er benyttet for å systematisere og tydeliggjøre de indre og ytre tiltakene vi jobber med



Stort engasjement på workshopen på Clarion Hotel Stavanger

8. Involvering og medvirkning

Gladmat er Norges største matfaglige publikumsfestival og den viktigste møteplassen for mat og matkultur, regionalt og nasjonalt. Gladmatpartnerne våre gjør det mulig å skape Gladmatfestivalen som går over fire dager hver sommer, i tillegg til alle aktivitetene året rundt.

Det er derfor viktig for oss å få innspill på hvor vi er i dag, hvor vi skal og hva vi skal gjøre på veien for å nå målene våre, sammen.

- I november gjennomførte vi en workshop med 35 av våre partnere, fasilitert av Hubify som bidrar med Gladmats partneravtaler. Noen av innspillene som kom opp er arbeid Gladmat allerede er i gang med – andre vil ta form i årene fremover sammen med gode partnere med samme verdier og sirkulære ambisjoner.
- Vi jobber videre med strategi for medvirkning og involvering, for å øke tilgjengeligheten til festivalen ytterligere.
- Vi jobber også med Gladmat som en faglig og sosial møteplass.

Er du Gladmatpartner og har ideer til sirkulære løsninger du vil skape sammen med oss? Ta kontakt!

9. Erfaringer og veien videre

Gladmat har gått fra å være en festival med dårlig avfallshåndtering, til å ha fine resultater og videre hårete mål i sikte. Vi legger mye ressurser ned i å endre oss – jeg er glad for at denne fine rapporten bidrar til å synliggjøre arbeidet så langt.

Arbeidet er både givende og spennende, samtidig som det er krevende. Gladmat er et ideelt AS med en liten administrasjon. Aktivitetene våre er derfor avhengige av gode samarbeidspartnere, og det gjelder også arbeidet med den grønne strategien. Til tross for utfordringer er jeg helt sikker på at prioriteringen er både viktig og riktig for Gladmat – og Stavanger.

Vi skal være Norges mest sirkulære matfestival, og har store ambisjoner for veien videre. Hovedoverskriftene er Spis opp! Sorter! Og – handle lokalt.

Det er ekstra godt å kjenne på at dette arbeidet er godt i gang, og jeg er utrolig takknemlig for alle som bidrar og viser engasjement. Følg med videre!

Beste hilsen Maren

Festivalsjef Maren Skjelde