Gladmat 2021 – sammen!

Norges mest sirkulære matfestival

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 og mer gjenbruk. For at flest mulig produkter skal leve lenger enn festivalen, ønsker vi å redusere forbruk av engangsartikler.

Klar, ferdig – og videre! Bærekraftige festivalløsninger har vært på agendaen i mange år allerede. Det første vaskeriet så dagens lys på Malt og Humle i 2014 og i 2019 kom gjenbrukbart skiltsystem for hele festivalen på plass. 2020 var året da den grønne strategien både ble påbegynt og pandemi-strandet, men startstreken er tegnet opp og passert. Nå gleder vi oss til veien videre.

I 2021 hadde Gladmat tre konseptområder: Malt & Humle i Ledaal-parken, Gladmattorget på Torget og Bakgården på Nytorget.

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

Hovedmål 2021:

- null engangs*
- null matavfall
- 50% redusert restavfall

*Tallerkener, bestikk, glass, bannere, skilt

Tiltak

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

Prosess

6. Gladmats grønne strategi
7. Involveringsprosess
8. Måling og kartlegging
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 2021 ga fokus på design og utvikling disse nyvinningene:

- Vi designet konseptområdet Bakgården som en splitter ny pilot der sirkulære prinsipper og bærekraftige løsninger ble testet ut
- Spesialdesignede vaskeriløsninger bidro til redusert forbruk av engangsartikler, og ga også nyttig kunnskap om hvordan vi kan redusere forbruket enda mer i årene fremover
- Den gjenbrukbare skiltløsningen er designet for å vare – og videreutvikles. Skiltløsningen erstatter engangsskilt og bannere, men viste veien like godt (og vil fortsatt gjøre det neste år!)
- Vi utviklet nye, synlige miljøstasjoner som gjorde det enklere å resirkulere avfall
- Gjenbrukbare handlenett reduserte behovet for plastposer

Miljøstasjon

Vaskeriet

Prototype Bakgården-piloten , Tipi innovasjon

Kommunikasjon

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 og utstillere.

I 2021 gjorde dette seg gjeldende flere steder:

- 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, benytte vaskeriet i Bakgården og gå, sykle eller reise kollektivt til og fra festivalen og mellom festivalområdene. I 2022 vil vi også informere mer fra scenen.
- Kommunikasjon i sosiale medier inkluderte innhold om hvordan du som gjest kunne gjøre mer bærekraftige valg på årets festival.
- Alle utstillere fikk informasjon om vaskeriløsningen i Bakgården og miljø-stasjonene, med spesielt fokus på matavfall og en oppfordring om å handle grønt.
- Utstillerne ble også oppfordret til å stille krav til sine leverandører, og om mulig prioritere de mest bærekraftige leverandørene.

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

Visuelt synlig skilting av miljøstasjoner

Påminnelser på det gjenbrukbare 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 fantastiske resultat med 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 2021 gjorde vi blant annet dette:

- Vaskeriløsningen i piloten Bakgården ble omhyggelig testet ut.
- Avfall fra seks miljøstasjoner fra de tre konseptområdene ble samlet inn og målt.
- Vi etablerte et nullpunktsgrunnlag for videre målinger.
- Et godt samarbeid ned Renovasjon Næring sørget for veiing og måling av avfall; glass og metall, mat, trevirke, frityrolje og restavfall.
- Alt matavfall ble levert til IVAR IKS sitt komposteringsanlegg.
- Vi etablerte et samarbeid med Infinitum om pant (som dessverre ble stjålet).
- Frivillige festivalmedarbeidere bisto gjestene med riktig håndtering av vaskeri og sortering av avfall.
- Vi fikk etablert et godt samarbeid med Stavanger kommune sin Living Lab ifm. bruk av vaskeriløsning og miljøstasjon i Bakgården.

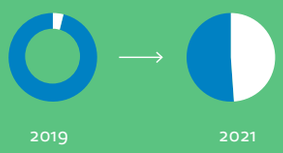
Økt sorteringsgrad

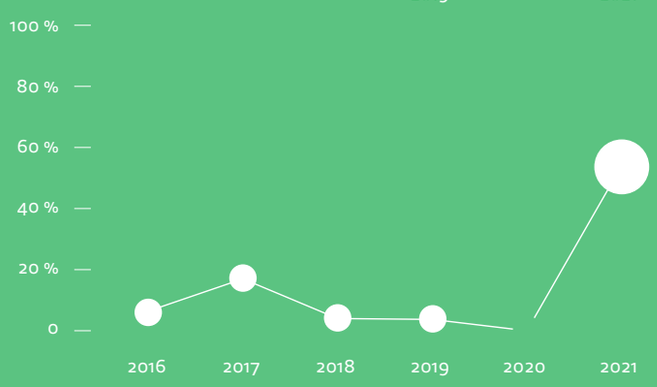
3,7 – 54 %

RENOVASJONEN IKS

Fantastisk fine tall – takket være et tett og godt samarbeid med Renovasjon Næring

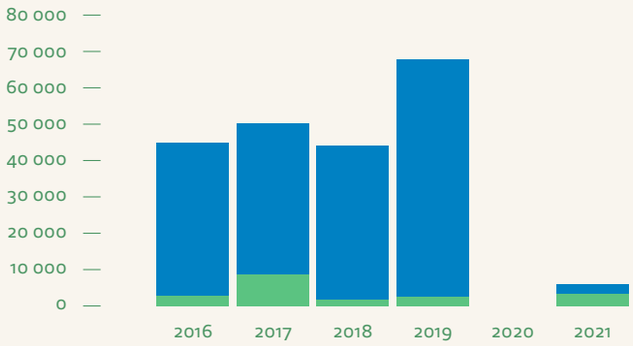
Økt sorteringsgrad fra 3,7 – 54 %





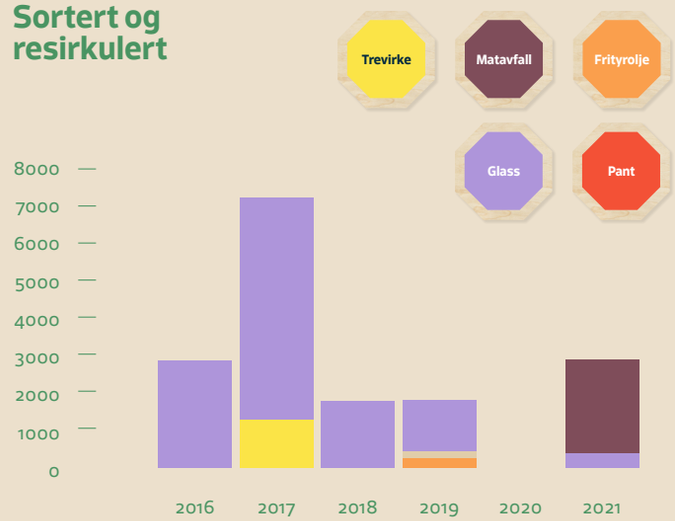
Pandemi og mindre besøkstall i 2021 til tross: Grafen for sorteringsgrad er viktig som nullpunktsmåling for Gladmatfestivalene i årene som kommer.

Mindre avfall, økt sorteringsgrad



Koronarestriksjoner gjorde at årets Gladmatfestival hadde færre utstillere og besøkende enn normalt. Disse tallene viser likevel at nye løsninger, tiltak og kommunikasjon har ført til en markant forbedring – som etter all sannsynlighet vil gi en langt bedre sirkularitet på kommende festivaler med ordinær aktivitet.

Sortert og resirkulert



Tallene fra 2021 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.

2. 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. Gjennom en prosess ledet av TIPI Innovasjon ble relevante aktører involvert, og vi er svært takknemlige for engasjementet.

Kompetanse og leveranse:

- Bellies
- Malerbua Utleie
- Natur og Idrettsservice
- Norengros Kjosavik
- Ostehuset
- PS Selskapsutleie
- Renovasjon Næring
- Stavanger kommune, Smartby
- Stavanger Installasjon
- Stavanger Sentrum
- TIPI Innovasjon

Økonomipartnere:

- Sparebanken Vest
- Stavanger kommune
- Innovasjon Norge
- TD Veen

Vaskeri-pilot

gladmat + Malerbua Utleie AS + Innovasjon Norge

Stavanger kommune + TDV + SparebankenVest

Vaskeripiloten i Bakgården fikk unna 7967 flergangsartikler i sommer!

En løsning det skummer av

Det ene drar ofte med seg det andre – og akkurat det ligger til grunn for å etablere et spesialdesignet, fullverdig festivalvaskeri!

Gladmat hadde allerede et godt system for vasking av glass, men for å kunne realisere målet om null engangsartikler, var vi helt nødt til å få på plass et godt og funksjonelt vaskeri som også tok seg av servise og bestikk.

Vår partner Malerbua fikk støtte fra Innovasjon Norge til å utvikle en prototype, og med oss på laget hadde vi også Stavanger kommune, TD Veen og Sparebanken Vest. NorEngros leverte uknuselig plastservise, og så ble alt omhyggelig testet ut i Bakgården på årets Gladmat.

Resultatet i år ble 7967 vaskede flergangsartikler, nyttig innsikt og verdifulle erfaringer som vi tar med oss videre til neste års festival. Målet videre er at andre festivaler, konferanser og eventer skal kunne å ta i bruk løsningen, slik at bransjens felles klimaavtrykk reduseres. Ringer i vann! Eller ringer i oppvaskvann, da.

Vaskede flergangsartikler

7967

Slik ble tallet i år – hva skjer neste år? Etablering av nullpunkt er spennende!

Null* engangs Bakgården

Null engangs Malt & Humle

* Unntak: 220 miljøsertifiserte pappkopper

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

3. Sosial bærekraft

Alle skal føle seg velkommen på Gladmat! Vi jobber strategisk med fysisk og opplevd tilgjengelighet, og med å sikre mangfold hos utstillere, partnere og deltakere. I 2019 ble det utarbeidet en «byanalyse» i samarbeid med LÉVA, som ga et godt grunnlag for konkrete tiltak knyttet til bevegelse/flyt, konseptområder og orientering. Sammen med kommunikasjonsplan utarbeidet av Aldente gav 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
- I samarbeid med Stavanger Sentrum er det bygget plantekasser som også kan benyttes som sitteplasser.
- Det er utarbeidet strategi og konsept for skilting - varder - som gjør det lettere å orientere seg, er merkevarebyggende, er gjenbrukbart og som binder de ulike festivalområdene sammen.

Fremover vil vi jobbe videre med strategi for medvirkning og involvering, for å øke tilgjengeligheten til festivalen ytterligere. Vi vil også jobbe mer med Gladmat som en faglig og sosial møteplass.

Plantekasse/sitteplasser, skilting av konseptområde og kart på ett brett

I 2020 ble skiltvarder gjort om til bakvegger i Gladmat-studioet. Smart, ikke sant?

4. 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.

KLIMAPARTNERE

Kommunikasjon til utstillerne

5. 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.

6. Gladmat og grønn strategi

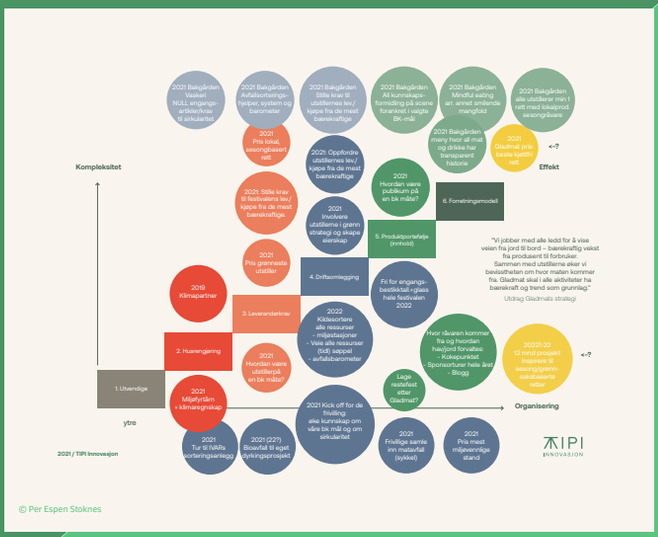
Arbeidet med å utarbeide en grønn strategi- og innovasjonsprosess startet i 2020, og fortsatte våren 2021. Prosessen ble ledet av TIPI Innovasjon.

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.

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

Den grønne strategien har gitt oss 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

Felles arbeidsprosess i vakre Hermetikken i Ledaalparken

7. Involveringsprosess

Som en del av strategiarbeidet ledet TIPI Innovasjon oss gjennom programmet TIPI langtur, sammen med gode samarbeidspartnere, leverandører og utstillere. Konklusjon: Heldigvis finnes det ikke et tak på hvor mange gode tanker som kan oppstå når vi legger hodene sammen!

Arbeidet gikk over tre dager og inkluderte oppgaver knyttet til grønn vekststrategi, partnermapping, kapasitetstrening, scenarioworkshop (Gladmat 2030) og en idéworkshop.

Sammen har vi formet mål for fremtiden og en fyldig rapport proppet av strategiske aktiviteter og muligheter. Noen av dem ble førende for årets festival – andre vil ta form i årene fremover, sammen med gode partnere med samme verdier og sirkulære ambisjoner.

Og hurra! Hele 78 prosent av deltagerne svarte 'enig' eller 'svært enig' på spørsmål om TIPI-workshopene har inspirert dem til å øke fokus på grønn vekst som konkurransekraft i eget selskap/arbeid.

8. Måling og kartlegging

Uten å måle, er det så godt som umulig å vite om vi kommer i mål. Etablering av måling, styring og rapportering har derfor vært viktig å få på plass fra start – for å kunne dokumentere lavere avtrykk gjennom festivalens verdikjede.

I 2021 har vi jobbet for å etablere nullpunktsmålinger innen kildesortering, matavfall og vasking av flergangsartikler. Dette er gjort i tett samarbeid med Renovasjon Næring og IVAR Iks.

Vi har også hatt oppstart på samarbeid med Stavanger Kommunes LivingLab, som . observerte bruken av vaskeri og mijøstasjoner i piloten Bakgården under sommerens festival. LivingLab har gitt sine foreløpige innspill i en rapport, som vil bli viktig for planleggingen av neste års festival. Samarbeidet har en intensjon om å strekke seg over tid og også inkludere sosial bærekraft på festivalen fremover.

9. Erfaringer og veien videre

Vi er i gang! Gladmat har gått fra å være en festival med dårlig avfallshåndtering, til å se fremover med noen særdeles hårete mål i sikte. Vi legger mye ressurser ned i å endre oss, og jeg er glad for at denne fine rapporten bidrar til å synliggjøre resultatene for arbeidet så langt.

Én ting er hva vi har gjort – en annen ting er hvordan vi skal utvide og utvikle nye tiltak. Arbeidet er både givende og spennende, samtidig som det er krevende. Til tross for nye utfordringer er jeg helt sikker på at prioriteringen er både viktig og riktig for Gladmat.

Vi skal være Norges mest sirkulære matfestival, og har store ambisjoner for året som kommer. Da skal vi også gå bort fra årets pandemi-versjon og glede oss over en skikkelig folkefest! Det betyr at helt nye utfordringer legges på bordet – og jeg er spent på hvordan fortsettelsen blir. Da er det ekstra godt å kjenne på at arbeidet er startet, og jeg er utrolig takknemlig for alle som bidrar og viser engasjement. Følg med videre!

Beste hilsen Maren