

A large crowd of people is gathered under a colorful canopy made of translucent fabric in shades of red, orange, and yellow. The people are mostly young adults, many are shirtless or in tank tops, and many have their arms raised. In the background, a body of water and trees are visible under a clear sky.

GREEN FESTIVAL STORIES

– UN RECUEIL D'EXEMPLES INSPIRANTS

A TRAVERS L'EUROPE

**FUTURE
FESTIVAL
TOOLS**

GREEN COMPETENCY
FOR EVENT PROFESSIONALS



Découvrez **21**
exemples de
festivals aux projets
de **développement**
durable inspirants
et apprenez à
rendre votre
propre événement
plus **écologique**

www.futurefestivaltools.eu



1

INTRODUCTION – Ce que vous pouvez attendre de ce guide

- 1.1 En quoi consiste le projet “Future Festival Tools” ?
- 1.2 Pourquoi nous avons choisi ces domaines d’intervention clés ?
- 1.3 Analyser ses émissions de CO₂
- 1.4 Appel à l’action – A vous de jouer !

2

21 HISTOIRES DE FESTIVAL À TRAVERS 6 DOMAINES CLÉS

2.1 ENERGY

- Shambala Festival
- Øyafestivalen
- Futur 2 Festival
- Lowlands

2.2 MATERIALS & WASTE

- DGTL
- Body & Soul
- Roskilde Festival
- Climax Festival

2.3 FOOD & DRINK

- Way Out West
- Tollwood
- NorthSide

2.4 WATER

- Boom Festival
- Paradise City

2.5 TRAVEL & TRANSPORT

- SNNTG Festival
- OpenAir St. Gallen
- Fire in the Mountain

2.6 STRATEGY

- We Love Green
- MetalDays
- Timber Festival
- Pohoda Festival
- Terraforma

21 HISTOIRES A TRAVERS 6 DOMAINES



1

INTRODUCTION

Ce que vous pouvez attendre de ce guide



Photo by Cagdas Akgoz

En quoi consiste le projet "Future Festival Tools" ?

Par Holger Jan Schmidt

Fin 2020, une dream team d'initiatives vertes européennes du secteur de l'événementiel et des festivals a uni ses forces. L'objectif était de créer des outils de connaissance pour transformer le secteur européen de l'événementiel pour permettre à toute une génération d'organiseurs et d'étudiants d'acquérir des compétences vertes pour bâtir l'avenir. Nous avons appelé ce projet (qui est généreusement financé par le programme Erasmus+ de l'Union européenne) "Future Festival Tools". Notre vision est celle d'un secteur européen des festivals et événements à l'épreuve du futur : résilient, compétent et pionnier en matière de pratiques écologiques. Les "Future Festival Tools" permettront aux personnes travaillant dans le secteur de l'événementiel en Europe d'être prêtes à relever les défis de l'avenir grâce à des compétences, des outils écologiques et une certification personnelle.

A cette fin, nous avons créé un ensemble d'outils :

- Outil d'auto-évaluation des événements
- Guide de bonnes pratiques
- Formations en ligne certifiées
- Manuel du formateur pour les entreprises de l'événementiel

QUI EST HOLGER ?

Holger Jan Schmidt est l'un des principaux acteurs des réseaux européens dans le secteur des festivals de musique et peut se prévaloir d'environ 30 ans d'expérience dans la réalisation de festivals. Parmi les sujets qu'il aborde, il s'intéresse particulièrement à la durabilité et à la responsabilité sociale des festivals et des événements.

Holger est secrétaire général de YOUROPE, l'association européenne des festivals, et cofondateur du groupe de réflexion GO (Green Operations Europe), qui se concentre sur les questions liées à la durabilité et à l'environnement dans les événements.

Ce que vous tenez entre vos mains ou que vous êtes sur le point de consulter est le "guide des bonnes pratiques" mentionné plus haut. Notre tâche était d'identifier, de classer et de partager des projets remarquables et inspirants réalisés par des festivals et autres événements de plein air de toute l'Europe et de les compiler dans une publication numérique. Tous les projets ont pour objectif commun de réduire l'impact environnemental des événements et de créer un modèle économique plus durable. L'équipe de Future Festival Tools souhaitait également créer un format qui ne se contente pas de dresser une liste de mesures, mais décrit également les défis et les solutions de manière attrayante et accessible. Un format qui permette aux festivals eux-mêmes de faire entendre leur voix et qui reflète la diversité de la scène festivalière européenne.

Nous avons largement dépassé nos objectifs et avons trouvé plus de 20 exemples couvrant tous les domaines clés de notre projet. Nous avons également veillé à inclure une grande variété de types de festivals : des petits événements locaux aux grands festivals, des événements de styles différents et provenant de tous les coins du continent. Le résultat est une chose singulière, qui va au-delà d'un simple recueil de bonnes pratiques.

Nous l'appelons "Green Festival Stories – Un recueil d'exemples inspirants à travers l'Europe".

Les festivals figurant dans ce guide ont été sélectionnés par des experts d'organisations de premier plan dans le domaine de la durabilité des festivals et investis dans le projet, tels que Julie's Bicycle, Green Events International et GO Group. Des suggestions ont également été faites par des experts et des initiatives associés. Le réseau YOUROPE, dont les membres avaient déjà choisi la durabilité comme priorité de leurs actions au début du millénaire, a également été très utile.

En appliquant une série de critères différents, l'équipe des Future Festival Tools a établi le recueil final à partir d'une liste de plus de 50 festivals potentiels. Les exemples choisis ont été élaborés en communication directe avec les équipes des festivals sur la base d'entretiens, de documents internes et de documentation accessible au public. Nous souhaitons que ces histoires vous apportent autant de joie et d'inspiration que nous en avons eu en les créant. Nous espérons que les "Green Festival Stories" apporteront la précieuse contribution à la réalisation des objectifs de notre projet et à l'amélioration de l'industrie des festivals que nous avons envisagée lors du lancement du Future Festival Tools.





Pourquoi avons-nous choisi ces domaines d'intervention clés ?

Photo by Bart Heemskerck

Par Fine Stammnitz & Katharina Weber, auteurs des histoires du festival

Les festivaliers et les parties prenantes attendent toujours des festivals qu'ils fassent un effort supplémentaire et créent une expérience mémorable pour toutes les personnes concernées. Le développement durable ne fait pas exception à la règle : le public d'aujourd'hui attend des festivals qu'ils proposent des solutions innovantes et qu'ils permettent de faire la fête sans se sentir coupable. Ce qui peut sembler difficile, voire intimidant, est en fait une bonne chose ! Parce que les festivals peuvent être un laboratoire de solutions innovantes et qu'ils ont le pouvoir d'influencer les gens à un niveau émotionnel, ils sont une occasion unique de créer quelque chose de significatif pour l'ensemble de la société de manière ludique et engageante. Ce que cela signifie deviendra évident à la

lecture des histoires inspirantes de ce guide.

Pour donner une structure à ce guide, nous avons choisi de le diviser en six domaines d'intervention. Cinq d'entre eux sont basés sur les aspects qui causent le plus d'émissions et d'autres impacts environnementaux nuisibles lors des festivals : énergie ; matériaux et déchets ; nourriture et boissons ; eau ; voyages et transports. La transformation étant un processus dont il faut prendre soin en permanence, il devient de plus en plus important d'avoir une stratégie globale de durabilité qui englobe tous ces domaines, ce qui nous amène à notre sixième et dernier domaine d'intervention : la stratégie.

Nous nous sommes adressés à 21 festivals sur le continent européen et leur avons demandé de nous faire part de leurs efforts en matière de durabilité.

Et nous avons entendu tellement de choses formidables : des festivals qui planifient leur programme en fonction de la quantité d'énergie solaire qu'ils peuvent eux-mêmes générer, des festivals qui sont devenus complètement végétariens voire vegans, et des festivals qui ont construit leur propre parking solaire et leur propre station d'épuration, pour ne citer que quelques exemples. Nous nous sentons vraiment inspirés et nous voulons maintenant vous encourager à jeter un coup d'œil, à lire ces histoires et à voir comment elles pourraient contribuer à rendre votre festival plus durable.

Vous verrez que le fait de changer ne serait-ce qu'un seul aspect de votre production peut déjà avoir un impact énorme. Rappelez-vous toujours : vous ne devez pas tout changer d'un coup, vous ne devez pas tout faire tout seul, et vous ne devez pas le faire parfaitement dès le départ. La seule chose qui compte, c'est de commencer. Nous pouvons tous apprendre tellement les uns des autres - voyons combien d'autres histoires inspirantes vont naître de cela.

A propos de Fine & Katharina

Fine Stammnitz est la fondatrice et la directrice du Green Touring Network, au sein duquel elle s'efforce d'activer le potentiel de l'industrie musicale à contribuer efficacement à la lutte pour la justice climatique. Elle est également la cofondatrice de Music Declares Emergency en Allemagne et fait partie de l'Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit pour l'écologie opérationnelle.

Katharina Weber a découvert sa passion pour la sensibilisation à l'environnement lors d'un projet estival sur les festivals durables en 2013. Après un diplôme en études anglaises, un Master en linguistique appliquée, un stage journalistique et plusieurs années dans le secteur des médias, elle est revenue travailler sur la durabilité des événements en 2021, avec l'association de festivals YOUROPE.

Photo by Maxime Chermat



Analyser ses émissions de CO₂

1.3

Par Jocelyn Gan (*A Greener Festival*)

Le **changement climatique** est l'augmentation progressive de la température mondiale due à la modification de la composition de l'atmosphère terrestre. Lorsque les **gaz à effet de serre (GES)** s'accumulent dans l'atmosphère, ils agissent comme une couverture autour de la terre, de sorte que moins de chaleur s'échappe, créant ainsi un effet de serre. L'humanité contribue au changement climatique par la combustion de combustibles fossiles, la déforestation, l'augmentation des activités agricoles et l'utilisation accrue des ressources.

L'**empreinte carbone** d'une activité est une mesure de toutes les émissions de gaz à effet de serre émises pendant la durée de cette activité. En estimant son empreinte carbone, un festival peut mesurer et comprendre la contribution de son événement au changement climatique. Grâce à cette connaissance, les festivals peuvent ensuite prendre des mesures réfléchies et essentielles pour gérer et réduire les émissions.

Les principaux GES sont le **dioxyde de carbone**, le méthane, l'oxyde nitreux et les gaz fluorés. Ce sont les gaz anthropiques (causés par l'homme) les plus courants. L'empreinte carbone tient compte de tous les gaz pertinents pour une activité et mesure son impact sous la forme d'une masse équivalente de dioxyde de carbone (**t CO₂e**, tonnes **d'équivalent dioxyde de carbone**). Cette mesure tient compte des différents potentiels de réchauffement planétaire (PRP) de chaque gaz.

A propos de Jocelyn

Jocelyn Gan est responsable et analyste principale pour *A Greener Festival* d'Amérique du Nord. Basée à New York, elle a plus de neuf ans d'expérience dans le développement de stratégies de durabilité. Elle apporte son expérience de l'engagement et son expertise en la matière pour permettre aux festivals et aux événements

musicaux en direct d'intégrer des pratiques et des politiques qui créent une empreinte sociale et environnementale positive. Elle est titulaire d'un Master de Science en gestion de la durabilité de l'Université de Columbia.





Le cadre de la Greenhouse Gas Protocol's en matière d'empreinte carbone

Une empreinte carbone montre les émissions provenant de diverses activités, comme le chauffage et la climatisation, l'alimentation des étages, les déplacements sur le site, la gestion des déchets, etc. Ces émissions sont classées en trois groupes ou "périmètres", conformément au [Greenhouse Gas Protocol](#), (norme de comptabilisation du carbone reconnue et utilisée dans le monde entier). Le protocole sur les gaz à effet de serre établit également des lignes directrices sur les méthodologies de calcul et les hypothèses qui sont universellement utilisées.

VOICI LE DÉTAIL DE CHAQUE CHAMP D'ACTION

1

Émissions directes provenant de sources fixes et mobiles possédées, louées ou directement contrôlées par l'organisation. Les sources fixes comprennent tous les combustibles brûlés sur le site, comme le gaz naturel, le propane, le charbon, le mazout pour le chauffage et le carburant diesel pour les générateurs de secours. Les sources mobiles comprennent le carburant utilisé pour le transport par les véhicules appartenant à l'organisation ou loués par elle, comme les voitures, les camions, les chariots élévateurs à fourche au propane, les autocars pour le transport de personnes, les fourgonnettes, etc. Ce champ d'application comprend également les ressources fugitives que sont les réfrigérants libérés par les appareils de climatisation et de réfrigération.

2

Émissions indirectes résultant de la consommation d'électricité, de chaleur ou de vapeur achetée. Les tarifs verts des services publics peuvent être également appliqués ici, le cas échéant.

3

Les émissions indirectes qui résultent des activités de l'organisation mais qui proviennent d'activités détenues, louées ou contrôlées par une autre organisation. De nombreuses activités peuvent relever de ce champ d'application et sont représentées différemment en fonction des opérations de chaque événement. Les activités peuvent inclure : les déplacements et l'hébergement des artistes, du public et du personnel, les déplacements des entrepreneurs, l'approvisionnement en nourriture et en boissons, l'approvisionnement en matériel de production, l'utilisation de l'eau, les eaux usées, l'élimination des déchets et le recyclage.

Photo by John Such



Un bilan carbone (ou inventaire des gaz à effet de serre) peut fournir un aperçu détaillé des opérations de votre événement et comporte un processus hautement collaboratif entre toutes les équipes. Un défi majeur à sa réalisation est l'acquisition de données et d'informations avant et après l'événement. Des processus doivent être mis en place en amont pour s'assurer que chaque équipe comprend les données demandées, telles que le kilométrage total de chaque type de véhicule des collaboratrices, le poids total de chaque ingrédient dans les repas servis et le carburant total utilisé dans les générateurs. Ces informations serviront de point de repère pour évaluer la performance d'un événement en matière de durabilité, ainsi que d'outil pour fixer des objectifs de réduction significatifs.

Appel à l'action – A vous de jouer !

Par Jacob Sylvester Bilabel

Pas à pas, de la connaissance à l'action.

Nous nous doutons tous que la crise climatique devient lentement sérieuse. Et notre conscience du problème s'accroît à chaque conversation au cours de laquelle nous réalisons que quelqu'un devrait vraiment faire quelque chose à ce sujet. Mais qui ? Comment ? Et comment ? Et si nous osions imaginer que la transformation vers une société respectueuse du climat ne serait pas si impossible ? Et si ce processus pouvait même être amusant, heureux et beau ?

A propos de Jacob

Depuis 2016, Jacob Bilabel est le directeur général de l'organisation à but non lucratif de gestion de projets Delta1 à Berlin. Il a fondé le think tank paneuropéen Green Music Initiative et dirige l'Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit pour l'écologie opérationnelle. Jacob est membre du

comité pour les industries créatives de la Chambre de commerce et d'industrie de Berlin, expert désigné auprès du Centre de compétence fédéral pour les industries culturelles et créatives, et a occupé plusieurs postes d'enseignement.

LA RÉPONSE :

Une chose est sûre : c'est compliqué. Et nous n'avons pas le temps. Ma sage grand-mère m'a dit un jour : si on est pressé, il vaut mieux aller lentement. Alors maintenant, pas à pas : rendons les choses simples, concrètes et praticables. De quoi avons-nous besoin pour passer de la connaissance à l'action ?

RETENEZ
1, 3, 5 & 7.



1 DÉCISION



3 ÉTAPES



5 MESURES



ET 7%



1 DÉCISION

La transformation a lieu. Même sans nous. Nous pouvons décider : est-ce la conception ou la catastrophe qui nous guide ? Voulons-nous agir ou réagir ? Ces deux attitudes sont légitimes. Mais pas en même temps.



3 ÉTAPES

1 FIXER DES OBJECTIFS.

Quel est votre objectif personnel en matière de climat ? Et quand souhaitez-vous l'avoir atteint ?

2 DÉFINISSEZ VOTRE STATUT.

Honnêtement : où en êtes-vous aujourd'hui ? Quelle est l'empreinte carbone de votre institution, de votre projet, de votre famille ou de vous-même ? Vous ne serez pas en mesure d'atteindre votre objectif si vous ne déterminez pas honnêtement où vous en êtes aujourd'hui.

3 PLANIFIEZ, METTEZ EN OEUVRE ET ÉVALUEZ LES ACTIONS.

"Une vision sans action s'appelle du bavardage" - alors commencez. Et regardez bien les résultats. Vous pouvez reconnaître un bon plan au fait qu'il est constamment modifié. La transformation, c'est comme danser la rumba : un pas en avant, un pas sur le côté et un pas en arrière. Néanmoins, restez détendu au niveau des hanches.



5 MESURES

1 FOURNISSEZ DES RESSOURCES

La transformation sera coûteuse, longue et ennuyeuse. Mais elle sera encore plus coûteuse, plus longue et plus ennuyeuse si nous attendons plus longtemps. Prévoyez donc dès maintenant des ressources suffisantes pour le processus. Vous avez besoin d'argent, de temps et d'attention. Faites également attention à vos propres ressources. Il y a déjà beaucoup trop de militants épuisés.

2 RENFORCEZ COMPÉTENCES ET CAPACITÉS

Les nouveaux processus nécessitent de nouvelles compétences. Nous ne pouvons pas résoudre les défis de demain avec les outils d'hier. Faisons en sorte de renforcer dès maintenant la capacité à construire un avenir meilleur pour nous tous. Alors la transformation deviendra aussi une grande opportunité pour tous.

3 LANCEZ DES PROJETS PILOTES ET DES EXPÉRIENCES

La connaissance par l'action passe par l'action. Posez-vous la question : qu'est-ce que je veux essayer ? Osez d'abord voir la chose comme une expérience. Et soyez ensuite surpris lorsque cela fonctionne mieux que vous ne l'aviez imaginé. Trouvez une expérience, un projet pilote ou une mesure qui convienne à votre institution, à votre projet ou à vous-même. Décidez dès le départ ce qui est le plus important pour vous.

4 COLLECTEZ ET COMPRENEZ LES DONNÉES

"Ce que vous mesurez, vous le gérerez" - apprenez le langage des chiffres. Cela vous aidera à évaluer si vos mesures ont le succès que vous souhaitez. Et soyez assez honnête pour dire parfois : "Ce n'est pas possible." C'est mieux que si nous continuons tous à hocher la tête chaque fois que nous entendons l'objectif apparemment inatteignable de la neutralité climatique pour la société dans son ensemble. Les bilans climatiques doivent donc être simples, compréhensibles et utilisables par tous. La réduction du CO2 n'est pas tout, mais c'est un bon début. Ah oui : ne croyez surtout pas que l'achat de certificats de compensation rende quoi que ce soit vraiment neutre sur le plan climatique...

5 TRAVAILLEZ EN RÉSEAU

Le développement durable est un sport d'équipe. Les opportunités, les défis ou les évidences sont presque les mêmes pour tout le monde. Échangez donc vos idées avec les autres dès le début. Osez poser des questions qui n'ont peut-être pas encore de réponse. Célébrez vos succès comme vos échecs. Il en va de même pour chacun d'entre nous. L'une des compétences essentielles de l'avenir sera la tolérance à l'ambiguïté. Et cela est beaucoup plus facile à produire collectivement.



7%
D'ÉCONOMIES
CHAQUE ANNÉE

Divisons le grand objectif de la neutralité climatique en étapes intermédiaires réalisables. Concrètement, cela signifie : 7 % d'économies dans nos émissions de CO2 chaque année. Cela ressemble à une stratégie Net Zero réalisable, n'est-ce pas ?

2

DOMAINES CLÉS



Photo by Ingmar Wein

2.1

ENERGIE





PAYS

ROYAUME-UNI

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

25,000

SITE

Un domaine rural secret dans le Northamptonshire

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

4

CRÉÉ EN

1999

GENRE

Pop, rock, folk, musique du monde ; ateliers, théâtre, poésie, cirque, arts Woodland, conférences

DÉFI & SOLUTION

Éviter les combustibles fossiles en créant un plan énergétique efficace

Photo de Louise Roberts

L'esprit de Shambala est bien résumé par son slogan "Aventures en Utopie". Chris Johnson, cofondateur, directeur et responsable de la durabilité du festival, décrit Shambala comme "un endroit spécial où l'on joue, où l'on se revitalise, où l'on se fait beaucoup de nouveaux amis et où l'on retourne dans le monde en s'imprégnant de la beauté de la vie." Le programme du festival ne se limite pas à plus de 200 spectacles musicaux ; il comprend des cabarets, des ateliers, des comédies, des conférences, du cirque et des acrobaties, du théâtre interactif et de la poésie, le tout dans des lieux magnifiquement décorés.

L'équipe de Shambala a mis en œuvre un large éventail de mesures durables, allant de l'énergie à l'alimentation, en passant par les déchets et le transport. "En plus d'être

connue comme une "fête légendaire", elle est aussi un havre de théâtre et de performances d'avant-garde, un laboratoire d'idées et un événement vert primé," précise M. Johnson. "Nous avons été le tout premier festival à recevoir la note de durabilité cinq étoiles du programme Creative Industry Green."

Shambala est toujours géré par le même groupe d'amis qui l'a lancé il y a des années et reste fièrement 100% indépendant et sans parrainage. En 2022, le festival fête sa 20^{ème} édition. Son emplacement exact, un domaine de campagne avec des lacs et des forêts quelque part dans le Northamptonshire, n'est révélé aux visiteurs qu'après l'achat d'un billet.



CLIQUEZ
POUR VOIR

**UN MÉLANGE INTIME DE
CRÉATIVITÉ, D'INNOVATION ET DE
PARTICIPATION**





LE DÉFI

RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DUE À LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Un moyen efficace de réduire les émissions de CO₂ causées par les événements est de retirer les générateurs fonctionnant au diesel et de les remplacer par des carburants durables ou de se connecter au réseau local pour recevoir de l'énergie renouvelable. C'est un défi que Shambala a déjà maîtrisé, et elle veut maintenant aller encore plus loin en évitant d'utiliser un quelconque carburant. "Nous avons profité de toutes les "victoires faciles". Souvent, les dernières options pour progresser sont plus difficiles ou plus coûteuses", explique M. Johnson.

Afin de rédiger un plan énergétique et de calculer la demande d'énergie pour les années

à venir, les festivals doivent savoir ce qu'ils vont réellement alimenter et quelle sera leur consommation. La collecte de ces informations peut être un défi, notamment parce qu'elle nécessite l'aide de tous les fournisseurs impliqués dans le festival. Selon M. Johnson, les commerçants ignorent souvent la quantité exacte d'énergie dont leurs équipements ont besoin. Au lieu de cela, ils indiquent au festival la taille de la connexion électrique de leur stand, mais celle-ci ne détermine que la quantité maximale d'énergie qu'ils peuvent utiliser, et non la quantité réellement consommée.

“ Nous avons profité de toutes les "victoires faciles". Souvent, les dernières options pour progresser sont plus difficiles ou plus coûteuses.

ÉCONOMISER L'ÉNERGIE ET CRÉER UN BOUQUET ÉNERGÉTIQUE PLUS DURABLE

Shambala est passé à un mix énergétique plus durable et a fait des efforts pour réduire la quantité d'énergie utilisée. Selon M. Johnson, le festival a cessé d'utiliser du diesel en 2009 et, depuis 2010, il est entièrement alimenté par des sources renouvelables : Shambala est connecté au réseau électrique, utilise l'énergie solaire, les biocarburants, les batteries et le gaz de pétrole liquéfié (GPL) en bouteille. Les biocarburants utilisés sont appelés huiles végétales hydrotraitées (HVO), qui proviennent de sources renouvelables (ils sont fabriqués à partir de déchets au sein de l'UE). En somme, l'utilisation de HVO ne coûte pas plus cher que celle du diesel, surtout si elle est associée à des mesures d'efficacité énergétique.

Pour réduire la consommation d'énergie, le festival a appliqué plusieurs mesures, la plus importante étant l'installation d'un raccordement au réseau électrique sur place. En souscrivant à un tarif vert, le festival a accès à une électricité provenant de sources renouvelables.

L'équipe du festival a également élaboré une stratégie sur 3 ans avec son fournisseur d'énergie, qui comprend des objectifs de réduction du carburant. Des compteurs d'énergie sont installés sur tous les stands de restauration. Les traiteurs paient donc pour le nombre exact de kilowattheures qu'ils consomment, ce qui devrait les inciter à utiliser moins d'énergie. Shambala travaille également avec des entreprises d'éclairage afin d'apporter plus d'éclairage à faible consommation d'énergie au festival. Les bouilloires sont interdites, et les fusibles sont retirés de tous les appareils de chauffage dans les bureaux pour empêcher leur utilisation.

Le festival encourage une culture de l'arrêt, communique sa mission de réduction de la consommation d'énergie et fait savoir à chacun comment il peut aider.

Pour créer un plan énergétique efficace, Shambala utilise un système en ligne pour collecter à l'avance les informations de chaque utilisateur d'énergie, explique Johnson. Le site est ensuite divisé en zones de puissance, en fonction desquelles le système énergétique est conçu. Sur place, leur fournisseur d'énergie utilise un système en direct pour surveiller les générateurs et fournir un rapport après l'événement. Plus de 80 moniteurs d'énergie sont installés sur tout, des stands de nourriture aux scènes, pour fournir des informations détaillées sur les kilowattheures utilisés, ce qui aide le festival à comprendre comment l'énergie est utilisée. "Avant que le logiciel ne soit disponible, nous envoyions des volontaires pour vérifier les générateurs et enregistrer les informations."

Le succès est clairement mesurable : entre 2010 et 2019, Shambala a réduit de 90 % la quantité d'émissions de CO₂e sur le site. Selon [Ecometrica](#), l'«équivalent dioxyde de carbone» ou "CO₂e" est un terme permettant de décrire différents gaz à effet de serre dans une unité commune. Pour toute quantité et tout type de gaz à effet de serre, CO₂e signifie la quantité de CO₂ qui aurait un impact équivalent sur le réchauffement climatique. En 2019, cela représentait 15 tonnes de CO₂e pour un festival d'une capacité de 20 000 personnes. En outre, le nombre de générateurs pourrait être réduit de 26 à 15 en 3 ans, malgré une audience croissante. En fait, selon M. Johnson, Shambala est maintenant plusieurs fois positif en termes de carbone net en investissant dans des projets d'énergie éolienne en Inde.

LA SOLUTION



CONTINUER MÊME SI LES PARTENAIRES NE SONT PAS D'ACCORD

L'approche de Shambala en matière de durabilité est collaborative et inclut tout le monde, du public aux fournisseurs, en passant par les traiteurs et le personnel du festival. Le plan triennal qu'ils ont établi avec leur fournisseur d'énergie, qui contient des objectifs clairs en matière de réduction de consommation, est essentiel, selon M. Johnson. L'équipe travaille également avec des chercheurs et des experts sur des sujets ou des défis spécifiques. " En général, avec la durabilité, nous avons appris à essayer d'emmener tout le monde

avec nous, mais à continuer s'ils ne viennent pas."

D'un point de vue financier, être durable n'est pas nécessairement synonyme de coûts plus élevés : "Globalement, nous ne dépensons pas plus d'argent pour être durables. Certaines choses coûtent plus cher au début, et d'autres rapportent plus" nous dit Johnson. Dans le domaine de l'énergie en particulier, le développement durable est payant : après tout, "économiser du carburant, c'est économiser de l'argent !"

“
**Économiser
 du carburant,
 c'est économiser
 de l'argent !**



QUELLE EST LA SUITE ?

Shambala prévoit d'installer des unités de batteries et des panneaux solaires plus nombreux et plus grands. L'alimentation est un autre sujet important, en particulier la recherche d'une solution pour la vaisselle réutilisable.



Photo de Bjørnar Elvestad

VILLE, PAYS
Oslo, Norvège

CAPACITÉ JOURNALIÈRE
20,000

SITE
Tøyenparken ; clubs et salles de spectacle à Oslo

CAMPING
Non

NOMBRE DE JOURS
4 + 1 jour de club

CRÉÉ EN
1999

GENRE
Tout genre

DÉFI & SOLUTION
Suppression progressive des générateurs diesel grâce au raccordement au réseau.



L'UN DES FESTIVALS LES PLUS DURABLES AU MONDE

Vous vous demandez peut-être pourquoi un festival qui se déroule au milieu d'Oslo s'appelle Øyafestivalen ("Festival des îles"). En effet, les deux premières années, l'Øyafestivalen s'est déroulé sur l'île de Kalvøya, près de Sandvika, à proximité d'Oslo. En 2001, il a déménagé au Middelalderparken (parc médiéval) dans le centre-ville d'Oslo, avant de s'installer en 2014 sur son site actuel, le Tøyenparken, qui se trouve également au cœur de la ville.

L'Øyafestivalen est devenu le festival norvégien le plus populaire. Il vend 60 000 billets uniques et accueille 100 000 visiteurs au total sur cinq jours. Près de 3000 personnes, dont 2700 bénévoles, y contribuent. L'Øyafestivalen démarre dans les clubs et les salles de la ville le mardi. Du mercredi au samedi, le festival se déroule à Tøyenparken, et une fois le site du festival fermé, il se termine par l'afterparty "Øya night" dans les clubs d'Oslo. "Nous créons

des expériences uniques pour le public, avec une sélection des meilleurs plats d'Oslo et une musique de grande qualité artistique", explique Tonje Kaada, PDG d'Øyafestivalen. Le festival combine de grandes têtes d'affiche avec de nouveaux venus et une bonne partie des artistes norvégiens, tout en partageant l'affiche à 50/50 entre les artistes masculins et féminins.

Øya est régulièrement reconnu comme l'un des événements les plus écologiques au monde. Par exemple, le festival remporte depuis plus de 10 ans le "Outstanding Award", la catégorie la plus élevée des A Greener Festival Awards. En 2020, il a remporté le "Prix international du festival le plus vert", ce qui signifie que Øya a obtenu le meilleur score parmi tous les festivals évalués au niveau mondial par l'ONG A Greener Festival.



Photos de Bjørnar Elvestad



SE CONNECTER AU RÉSEAU ÉLECTRIQUE

"Depuis 2002, l'objectif de l'Øyafestivalen est d'être l'un des événements les plus écologiques au monde. Pour nous, cela signifie trouver des solutions durables pour les déchets, la nourriture, les transports, l'énergie et les objets que nous achetons - du papier toilette aux réseaux électriques", explique le PDG de Kaada. Par exemple, le site fonctionne sans combustibles fossiles : 98 % de l'énergie utilisée provient de sources renouvelables, toutes les machines de construction fonctionnent à l'électricité du réseau ou, lorsque ce n'est pas possible, au biocarburant, explique Kaada. "Une approche progressive est également appliquée dans tous les domaines, du recyclage (75 % de tous les déchets sont recyclés, après avoir été triés à la main) aux déplacements (98 % des participants arrivent à vélo, à pied ou par les transports publics)", ajoute-t-elle.

Une fois le travail de durabilité entamé, il est rapidement devenu prioritaire de trouver des solutions pour éliminer progressivement les générateurs diesel nocifs qui étaient encore utilisés dans les éditions précédentes. "Je pense que si votre festival fonctionne avec de l'énergie provenant de générateurs diesel, il y a de fortes chances que ce soit l'élément qui aura le plus d'effet si vous parvenez à changer l'approvisionnement", déclare Kaada. La meilleure solution est de se connecter au réseau électrique local. Le défi consistait donc à investir dans la construction de l'infrastructure appropriée et à obtenir l'adhésion de la municipalité et du fournisseur d'énergie. Comme Øya a changé de site en 2014, ils ont dû s'y prendre à deux fois - d'abord pour le site de Middelalderparken en 2009, puis pour celui de Tøyenparken.

“

Depuis 2002,
l'objectif de
l'Øyafestivalen
est d'être l'un
des événements
les plus
écologiques au
monde.

CONVAINCRE LA MUNICIPALITÉ ET LE FOURNISSEUR D'ÉNERGIE DE PARTAGER LES COÛTS

Il n'a pas été nécessaire de convaincre le gouvernement local et le fournisseur d'énergie, rapporte Kaada, et le coût du raccordement du festival au réseau a été partagé entre ces trois parties. En 2009, le festival a commencé à éliminer progressivement les générateurs diesel et fonctionne depuis 2011 avec de l'énergie renouvelable provenant du réseau.

"Il est toujours important d'avoir l'ensemble de l'organisation à bord - de la haute direction aux personnes travaillant sur le terrain. Nous devons tous savoir pourquoi nous le faisons et ce que cela signifie, afin de pouvoir convaincre notre public et nos partenaires que c'est la voie à suivre - et peut-être même inciter d'autres personnes à choisir la même voie pour avoir un impact plus important", explique le PDG. Par exemple, au début, les bookers d'Øya ont eu du mal à convaincre certains agents qu'il était sûr de faire fonctionner les scènes sur le secteur, alors que le risque de coupure de courant est beaucoup plus élevé lorsque l'on utilise des générateurs.

L'investissement dans l'infrastructure a été rapidement rentabilisé et le festival réalise désormais des économies d'énergie. "La plupart de nos coûts liés à la durabilité ont été amortis en l'espace d'un an ou trois ; il est moins coûteux de fonctionner de manière économe en énergie et de livrer des déchets triés en fractions pour être recyclés", explique M. Kaada. "En passant des

générateurs au réseau, le festival est devenu 80 % plus économe en énergie et, sur la période 2009-2018, il a permis d'économiser environ 200 000 litres de diesel - soit près de 400 000 km de conduite au diesel."

Parce que le festival a l'impression d'être une petite ville qui se construit de A à Z chaque année, il se considère comme l'arène parfaite pour présenter et tester des innovations durables. L'impact environnemental est mesuré, étudié et rapporté afin de s'assurer qu'ils trouvent les meilleures solutions. Une leçon importante que l'équipe a apprise est de continuer à essayer de nouvelles méthodes, même si certaines d'entre elles ne fonctionnent pas. "Je pense qu'il est important d'encourager l'expérimentation et de permettre l'échec dans notre entreprise, et il est tout aussi important d'être transparent - afin que nous puissions apprendre des essais et des erreurs de chacun."

Bien qu'Øya ait acquis une reconnaissance nationale en tant que festival expert et qu'il partage volontiers ses connaissances avec d'autres festivals, il accueille favorablement la concurrence : "Ce dont le monde a besoin, c'est qu'un maximum d'entre eux se battent autant que possible pour devenir l'un des événements les plus verts au monde."

LA SOLUTION



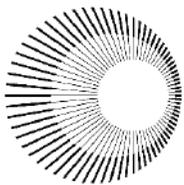
RÉDUIRE LES DÉCHETS ALIMENTAIRES

Malgré tous les efforts déployés pour réduire l'empreinte alimentaire et prévenir le gaspillage alimentaire, la nourriture est toujours responsable de près de la moitié des émissions de gaz à effet de serre d'Øya, qui représente désormais le plus grand domaine d'émissions du festival. "Cette année, nous avons approfondi ce qu'est l'alimentation et la production durables. Nous nous engageons à choisir des matières premières biologiques issues d'une agriculture qui réduit au minimum le ruissellement et la pollution, l'épuisement des sols et la menace pour la biodiversité", explique M. Kaada.

Les considérations de l'Øyafestivalen tournent autour de tout, du rôle de l'alimentation dans la crise climatique, des émissions de matières premières et de la relation de l'agriculture avec la diversité biologique aux systèmes alimentaires, aux distributeurs et aux consommateurs.



Cette année, nous avons approfondi la notion d'alimentation et de production durables. Nous nous engageons à choisir des matières premières biologiques issues d'une agriculture qui minimise le ruissellement et la pollution, l'épuisement des sols et la menace pour la biodiversité.



FUTUR 2 FESTIVAL



Photo de Robin Hinsch



VILLE, PAYS

Hambourg, Allemagne

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

5000

SITE

Elbepark Entenwerder

CAMPING

Non

NOMBRE DE JOURS

1

CRÉÉ EN

2018

GENRE

Electro, Néoclassique

DÉFI & SOLUTION

Mesurer la demande exacte d'énergie et fournir uniquement de l'énergie produite localement et renouvelable



UN FESTIVAL ENTIÈREMENT CRÉÉ AUTOUR DE SA DEMANDE ÉNERGÉTIQUE

Photos de Robin Hinsch

Futur 2 est un "umsonst und draußen-Festival" - un festival gratuit, en plein air. La particularité de Futur 2 est que l'équipe n'a pas créé un festival et un programme avant de déterminer la quantité d'énergie nécessaire à son fonctionnement. Au lieu de cela, ils l'ont abordé dans l'autre sens. "Nous avons étudié la quantité d'énergie que nous pourrions produire dans cette région grâce à l'énergie solaire. Et nous en avons déduit le type de divertissement que nous pouvions offrir à nos invités, ce qui est l'inverse de la planification habituelle d'un festival" explique Björn Hansen, fondateur et directeur général de Morgenwelt GmbH, la société à l'origine de Futur 2.

Tous les groupes jouant au festival, situé dans un parc sur les rives de l'Elbe, peuvent faire fonctionner leur backline avec très peu d'énergie.

La durabilité sous toutes ses facettes anime Hansen et l'équipe. Le festival a été créé en collaboration avec Jochen Bader, directeur général de hejmo GmbH, pour faire passer les festivals au niveau supérieur et créer un événement axé sur l'idée d'efficacité énergétique et d'utilisation consciente de l'énergie. Hansen et Bader travaillent également avec l'expert en mécanique Ole Hering, dont les connaissances techniques actualisent leurs idées, comme le dit Hansen, "stratégiquement naïves".

CLIQUEZ
POUR VOIR





PRODUIRE EXACTEMENT LA QUANTITÉ D'ÉNERGIE NÉCESSAIRE

Le festival ne crée que la quantité d'énergie dont on prévoit que les participants auront besoin. Par conséquent, le risque de pannes de courant est accru lorsque la consommation d'énergie est soudainement supérieure à celle prévue. Par exemple, lorsqu'un commerçant branche secrètement une machine à café privée ou utilise un équipement obsolète. Comme Hansen le sait, les appareils sont souvent très peu économes en énergie dans le secteur de la restauration. En d'autres termes, le défi consiste à déterminer la demande énergétique exacte de chaque commerçant qu'ils embarquent. Quels appareils utilisent-ils ? Combien d'énergie consomment-ils ?

Les négociants donnent généralement la puissance maximale que leurs conteneurs peuvent traiter. Par exemple, le conteneur du bar du festival peut utiliser un maximum de 20 000 watts. Toutefois, en mesurant la consommation d'énergie réelle, on a constaté que le conteneur n'avait besoin que de 900 watts. L'application de cet exemple au nombre total de modules d'un festival souligne que la disparité entre la demande énergétique potentielle et la consommation énergétique réelle d'un événement est souvent assez importante.

“
Financièrement, nous devons faire de gros efforts pour y parvenir. Mais nous voyons ce festival comme un laboratoire à ciel ouvert pour tester les limites du possible.

Photo de
Robin Hinsch

COMBINER UNE INSTALLATION SOLAIRE AVEC UNE BATTERIE

Futur 2 utilise une centrale solaire d'une puissance maximale de 22 000 watts. "Si le soleil l'éclaire depuis un ciel sans nuage et que le système est idéalement aligné, il produit cette quantité d'énergie", explique M. Hansen. La centrale est reliée à un système de stockage par batterie qui est alimenté par les panneaux solaires et qui fournit l'énergie pour le festival. Cela signifie qu'il y a toujours un tampon entre l'énergie qui est générée et l'énergie qui est consommée. L'équipe a acheté l'usine elle-même afin de pouvoir la construire selon ses besoins spécifiques.

L'installation solaire produit trois phases, chacune de 5000 watts. Les 15 000 watts au total alimentent l'ensemble du festival, y compris la restauration et la scène Sunplugged. La Scène à pédales est principalement alimentée par la force physique, les visiteurs pouvant pédaler sur des vélos stationnaires, créant ainsi de l'énergie. C'est un moyen idéal d'illustrer la quantité d'énergie nécessaire pour alimenter une étape, car la résistance au pédalage augmente avec la demande d'énergie. Par exemple, lorsque la basse se fait entendre ou lorsque les lumières s'allument, il devient plus difficile de pédaler. Si l'énergie venait à manquer, Futur 2 dispose de générateurs de secours alimentés à l'éthanol, plus durable que le diesel.

Essentiellement, tout ce que fait Futur 2 est extensible à d'autres festivals. Par exemple, le système solaire peut être mis en place plus tôt et le stockage tampon peut être plus important afin qu'il dure plus longtemps après le coucher du soleil.

L'entrée au festival est gratuite car l'équipe veut garantir un accès facile aux personnes qui n'ont jamais eu affaire à la durabilité auparavant et les inspirer en présentant des innovations sur place. Cela est rendu possible par le fait que le festival Futur 2 reçoit un financement du département de l'environnement de Hambourg.

M. Hansen souligne que les solutions durables coûtent plus cher, mais uniquement parce que les comportements non durables sont subventionnés par le grand public. Sur le plan financier, ils ne sont pas vraiment comparables, constate-t-il. "Si l'empreinte de CO₂ d'un service ou d'un produit individuel était la base de la taxation, ce qui me semble être la bonne solution, alors ce que nous faisons serait incroyablement bon marché. Financièrement, nous devons faire de gros efforts pour y parvenir. Mais nous voyons ce festival comme un laboratoire à ciel ouvert pour tester les limites du possible. Nous développons l'expertise et cela, bien sûr, porte aussi ses fruits."



Photo de Robin Hinsch

EXPLIQUER L'ÉNERGIE AU PUBLIC

L'une des conditions du financement public par la ville de Hambourg est que le festival doit introduire de nouvelles innovations chaque année. Hansen indique qu'au cours des prochaines années, ils souhaitent intensifier la communication afin de mieux expliquer aux visiteurs les processus énergétiques complexes. Le festival prévoit également de rendre son menu de nourriture et de boissons plus biologique, saisonnier et local.



“ Si l'empreinte CO₂ d'un service ou d'un produit individuel était la base de la taxation [...], alors ce que nous faisons serait imbattablement bon marché.



LOWLANDS FESTIVAL



Photo de Bart Heemskerck



VILLE, PAYS

Biddinghuizen, Pays-Bas

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

60,000

SITE

Evenemententerrein Walibi, Pays-Bas

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

1993

GENRE

Groupes, DJs et musique électronique alternative ; théâtre, art, littérature, film, débat

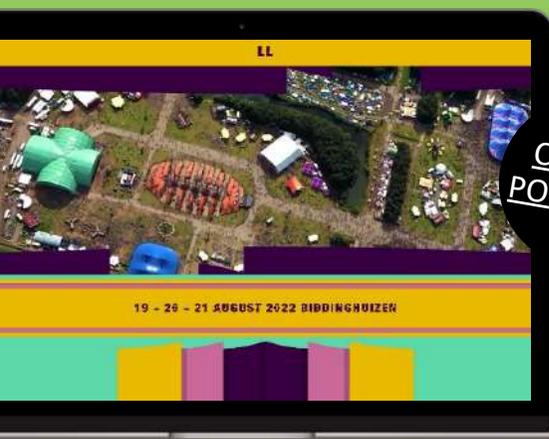
DÉFI & SOLUTION

Passer du diesel à l'énergie renouvelable en construisant un parc solaire géant à l'abri des voitures

Pendant trois jours en août, une ville de 60 000 habitants surgit au milieu des Pays-Bas : Lowlands Festival, également appelé A Campingflight to Lowlands Paradise. Il accueille douze scènes réparties sur trois espaces (dont un cinéma et un théâtre), environ 250 spectacles, des dizaines de restaurants venus des quatre coins du monde, un grand marché avec des magasins de vêtements, de CD et un salon de coiffure, des installations sportives, un espace sauna/bain chaud, sa propre monnaie, une station de radio locale, un journal quotidien et sept campings de luxe. Le festival affiche régulièrement complet en moins d'une journée.

Le Lowlands Festival fait de sérieux efforts pour créer un événement plus durable depuis 2006. À l'époque, ils ont

rédigé un rapport, en collaboration avec une agence de conseil, qui portait sur cinq domaines clés : la gestion des déchets, la mobilité et les transports, l'énergie, les systèmes d'approvisionnement en eau et d'évacuation des eaux usées, ainsi que l'alimentation et les boissons. "Nous avons travaillé sur tous les sujets, année après année, et amélioré nos opérations petit à petit", déclare le directeur du festival, Eric van Eerdenburg. "Nous travaillons conformément aux lois néerlandaises sur l'environnement et obtenons souvent des résultats encore meilleurs que ce qu'elles exigent. Lorsqu'aucune loi n'est en vigueur, nous faisons preuve de bon sens et agissons dans le respect de la nature et de l'environnement."



L'ÉVÉNEMENT CULTUREL EN PLEIN AIR LE PLUS AVENTUREUX DE HOLLANDE

RETIRER TOUS LES GÉNÉRATEURS DIESEL

Le Lowlands Festival souhaitait gérer ses activités de manière plus durable et a identifié l'électricité comme le principal pollueur. "Depuis 2007, nous étudions les moyens d'améliorer notre situation en matière d'énergie électrique", explique M. van Eerdenburg. Le festival dépendait auparavant de 103 générateurs électriques qui nécessitaient 180 000 litres de diesel à chaque édition.

Une meilleure solution consistait à se connecter au réseau électrique local et à recevoir de l'énergie renouvelable grâce à un tarif vert. "Nous essayons d'être reliés au réseau électrique depuis 2007. C'était impossible parce que l'infrastructure est insuffisante pour nos besoins en électricité et que personne ne voulait partager la capacité de l'infrastructure disponible" critique M. van Eerdenburg. L'équipe a donc essayé de s'impliquer dans les parcs solaires et éoliens de la région, toujours sans succès. "Personne ne voulait nous laisser participer. Les lois néerlandaises ne sont pas non plus coopératives dans ce sens. Après cinq tentatives sérieuses pour passer du diesel au réseau, nous pensions que c'était impossible ou trop cher."

La situation a changé en 2015, lorsque le promoteur de parcs solaires [Solarfields](#) a demandé à l'équipe si elle voulait un parc solaire sur son site. Heureusement, le festival est propriétaire du terrain qui abrite ses emplacements de camping et ses places de parking.

“

Après cinq tentatives sérieuses pour passer du diesel au réseau, nous pensions que c'était impossible ou trop cher.



CONSTRUIRE 90 000 PANNEAUX SOLAIRES COMME ABRIS DE VOITURE

Les Lowlands ne voulant pas renoncer à leur parking de 35 hectares, qui peut accueillir 15 000 voitures, le festival a suggéré de construire un parc solaire au dessus du parking couvert. Après 2 ans d'enquête et de négociations, ils sont parvenus à un accord sur le financement et le déroulement des opérations avec Solarfields (SF). "SF avait les connaissances et l'influence nécessaires pour coopérer avec toutes les parties et tous les enjeux concernés : le gouvernement, les propriétaires du réseau électrique privé, les batteries Giga Storage, le réseau national principal et le financement", explique M. van Eerdenburg.

La construction s'est achevée en 2021 ; le parc solaire est en service depuis 2022. Les Lowlands sont maintenant copropriétaires d'un parc de carports solaires qui comprend 90 000 panneaux solaires et produit 35 millions de kilowattheures par an, soit l'équivalent de 100 week-ends de festival ou d'environ 10 000 foyers. " C'est le plus grand parking solaire du monde. "

L'électricité produite est acheminée vers un réseau intelligent privé auquel sont connectés plusieurs parcs éoliens et solaires de la région et qui alimente une batterie Giga Storage. Ces batteries sont produites par la société du même nom, qui est connue pour ses systèmes de stockage par batterie puissants, solides et à grande échelle.

La batterie Giga Storage est utilisée pour stocker et équilibrer l'énergie avant qu'elle ne soit acheminée vers le réseau national principal, explique M. van Eerdenburg.

Avec cela, la phase 1, comme l'appelle le directeur du festival, est terminée. La phase 2 commence en septembre 2022 avec la construction d'un réseau privé sur le site du festival Lowlands - la batterie pourra alors y être connectée. "Nous prendrons environ 1% de la production annuelle totale du parc solaire, dont nous sommes copropriétaires. Les 99% restants sont vendus à une société privée d'énergie."

Au total, la construction a coûté environ 40 millions d'euros. Pourtant, M. van Eerdenburg déclare : "Nous pensons que ce sera un succès à la fois environnemental et financier pour toutes les parties concernées. Nous considérons qu'il est de notre devoir moral de faire ce que nous pouvons pour rendre les opérations du festival aussi durables que possible. De plus, le public et les sponsors exigent aujourd'hui un fonctionnement durable du festival, et le carport solaire, plus notre investissement futur dans le nouveau réseau électrique, rend les Lowlands à l'épreuve du futur et ouvre le festival à de nouveaux sponsors."

PHASE 2 - CONNEXION AU RÉSEAU

M. Van Eerdenburg est fier de cette réalisation, mais critique la longueur inutile du processus. " Les lois relatives à la production et à la consommation d'électricité sur le réseau sont très démodées et ne reconnaissent pas que le passage à un avenir durable devrait être beaucoup plus rapide. Nous sommes idiots d'avoir travaillé sur ce sujet pendant 16 ans. La plupart des entreprises ne le font pas. Ils commencent à réagir lorsque les lois les obligent à le faire. " Selon lui, la loi néerlandaise rend presque impossible pour les festivals de 3 jours de créer

des solutions comme Lowlands l'a fait, car les festivals devraient payer pour les pics d'énergie pendant toute l'année, même s'ils n'ont besoin d'énergie que pendant 3 jours, et même s'ils la transportent par leurs propres réseaux intelligents privés.

Néanmoins, M. van Eerdenburg affirme qu'en théorie, un projet de ce type pourrait être créé lors de n'importe quel festival et que Lowlands est disposé à conseiller d'autres événements sur ce processus.

Le public et les sponsors exigent aujourd'hui un fonctionnement durable du festival, et le carport solaire [...] permet aux Lowlands de faire face à l'avenir.



QUELLE EST LA SUITE ?

En 2023, l'équipe des Lowlands souhaite terminer la phase 2 et se connecter au réseau. Une autre question importante sur laquelle ils se concentreront est la prévention et la gestion des déchets.

2.2

MATERIAUX ET DÉCHETS



Photo by Rob Lipsius



DGTL



VILLE, PAYS

Amsterdam, Pays-Bas

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

20,000

SITE

NDSM Docklands, une zone urbaine au nord d'Amsterdam

CAMPING

Non

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2013

GENRE

House, Techno ; arts, innovation

DÉFI & SOLUTION

Repenser les déchets en les séparant et en les traitant comme des ressources



UN LABORATOIRE VIVANT POUR LA CIRCULARITÉ ET LA RÉGÉNÉRATION

DGTL a un objectif ambitieux : devenir le premier grand événement circulaire et climatiquement neutre. Le festival est constamment à la recherche d'innovations durables et a créé la Fondation Revolution pour partager ses connaissances. "Avec la fondation, nous rendons de nombreux événements plus durables, non seulement aux Pays-Bas, mais aussi en Europe. Nous participons à l'initiative Green Deal Circular festivals afin de créer une norme pour l'ensemble du secteur de l'événementiel", explique Mitchell van Dooijeweerd, responsable de la durabilité à la Fondation Révolution.

La DGTL se concentre sur cinq domaines : les ressources, l'énergie, la mobilité, l'assainissement et l'alimentation. "Nous voulons que tout soit spécifique, compréhensible et mesurable - et applicable aux villes également pour aider à créer des villes d'innovation circulaire", explique M. van Dooijeweerd. Après avoir établi des éditions à Bengaluru, Santiago, São Paulo, Barcelone, Tel Aviv et Madrid, DGTL s'efforce également de devenir la première organisation d'événements régénérateurs à l'échelle mondiale. Outre la musique, le festival propose un programme expérimental, culturel et artistique.

CLIQUEZ
POUR VOIR





PLUS DE DÉCHETS RÉSIDUELS

DGTL ne veut aucun zéro déchet résiduel. Pour recycler les matériaux qui sont jetés, il faut les séparer les uns des autres pour créer ce que van Dooijeweerd appelle un "mono-flux", une collection d'un seul matériau. "Nous devons trouver des moyens de changer le comportement linéaire des visiteurs - qui consiste à prendre, fabriquer et gaspiller - en un comportement circulaire, où ils retournent les ressources", explique le responsable du développement durable.

Lors des festivals, les visiteurs ont tendance à laisser tomber de petits déchets, comme des emballages de nourriture, simplement là où ils se trouvent. L'absence de débris sur le terrain est un autre aspect de la prévention des déchets résiduels sur lequel travaille DGTL.

“

Nous devons trouver des moyens de transformer le comportement linéaire des visiteurs - qui consiste à prendre, fabriquer et gaspiller - en un comportement circulaire.

*Photo de
Rob
Lipsius*

EN RENDANT TOUT RÉUTILISABLE, RECYCLABLE OU COMPOSTABLE

DGTL a adopté de nombreuses mesures en accord avec les 7 R de la gestion des déchets : Rethinking, Refuse, Reduce, Repurpose, Reuse, Recycle and Rot. (Repenser, Refuser, Réduire, Réemployer, Réutiliser, Recycler et Rotation). "Nous voulons savoir exactement ce qui entre dans notre événement, ce qui en sort et comment il en sort. Sur cette base, nous pouvons trouver des processus pour créer des mono-flux et refuser les choses que nous ne voulons pas avoir. Ainsi, nous n'avons aucun déchet résiduel pendant l'événement, juste un minimum pendant le montage et un peu pendant le démontage" En 2022, la DGTL s'est retrouvée avec environ 20 grammes de déchets résiduels par visiteur et par jour - en 2019, ce chiffre était de 93 grammes.

En outre, DGTL renonce complètement aux poubelles pour les déchets résiduels. Au lieu de cela, il existe un nombre limité de points de recyclage dans lesquels des bénévoles trient les déchets. "Nous n'avons que quatre ou cinq endroits où les visiteurs peuvent nous rapporter leurs ressources. Nous les mettrons dans le bon bac, ce qui nous permet de garantir que nous avons un mono-flux propre et non contaminé." DGTL a trois types d'équipes qui s'occupent des déchets : les équipes qui collectent les déchets, les équipes qui transportent les déchets collectés vers les points de recyclage, et les équipes qui trient les déchets à ces points de recyclage.

Pour éviter que les déchets ne finissent sur le sol, la DGTL a mis en place une politique stricte qui l'a obligée à changer sa façon de traiter certaines choses. Par exemple, les emballages de crème glacée. Ils ne

sont plus donnés aux visiteurs avec les glaces, mais collectés derrière le comptoir. Ils ne peuvent pas être recyclés dans le flux de plastique ordinaire, mais le festival a trouvé une entreprise qui a créé un moyen de les faire fondre et de les transformer en poubelles, planches et assiettes, par exemple.

Dans l'aire de restauration circulaire à base de plantes, une machine à compostage de la société néerlandaise Ecocreation permet d'éviter les déchets résiduels. Les restes de nourriture, les assiettes, les couverts et les serviettes sont tous biodégradables. "Nous collectons tout dans les bons bacs, puis nous en faisons du compost sur le site de l'événement dans les 24 heures. C'est quelque chose que les visiteurs peuvent aussi regarder."

Un système circulaire de gobelets durs rend les gobelets à usage unique inutiles. Les décorations des scènes sont modulables. La signalétique est remplacée par des écrans LED réutilisables. "Et nous avons un programme d'assainissement circulaire, dans le cadre duquel nous transformons tous les déchets humains en engrais et en compost, avec lesquels nous pouvons ensuite cultiver des aliments", ajoute le responsable de la durabilité.

DGTL explique à ses visiteurs ce qu'il advient des matériaux pendant et après le festival et leur montre comment et pourquoi cela se produit - pour sensibiliser les visiteurs aux questions environnementales, mais aussi pour les inciter à en finir avec les sacs poubelles.

LA SOLUTION



LES DÉCHETS NE SONT PAS SANS VALEUR - CE SONT DES RESSOURCES

Considérer les déchets comme des matières plutôt que comme des ordures est un moyen important de repenser la gestion des ressources, affirme M. van Dooijeweerd. "Ce que j'ai appris, c'est qu'il faut le traiter de manière à ce que les gens puissent voir qu'il ne s'agit pas d'un matériau gaspillé mais d'une ressource précieuse." Une astuce simple permet de faire passer ce message : "Les gens voient vraiment la valeur des matériaux si vous les séparez et les mettez dans des caisses plutôt que dans des sacs, car tout a alors l'air beau, propre et bien rangé", rapporte le responsable du développement durable.

Il est également utile de permettre aux visiteurs de faire l'expérience directe des processus. "Lorsque nous montrons notre compost à quelqu'un et que nous lui permettons de le sentir et de le ressentir, alors il voit la valeur du produit."

Si l'on parle de l'aspect économique du traitement des déchets, toutes les mains nécessaires pour séparer les déchets et le temps passé à communiquer aux visiteurs une toute nouvelle façon d'organiser des événements, "coûtent certainement

beaucoup d'argent", dit M. van Dooijeweerd. Mais elle est nécessaire car le festival a constaté que le fait de laisser les visiteurs trier eux-mêmes leurs déchets ne fonctionne pas. "Nous avons également bénéficié de l'attention des médias, parce que nous faisons ce qu'il faut et que cela est reconnu. Au final, nous créons une position plus forte sur le marché."

Et certaines mesures durables rapportent même de l'argent au festival : »Par exemple, si vous devez laisser vos déchets résiduels être traités, cela coûte environ 200 € par tonne, mais si vous vendez des canettes ou du PET mono-flux propre à des transformateurs qui en font de nouveaux produits, cela vous rapportera de l'argent."

L'équipe du festival a tiré une leçon malheureuse : les réglementations légales ne favorisent pas toujours le recyclage. Selon le responsable du développement durable, les entreprises de traitement des déchets peuvent gagner plus d'argent avec les déchets résiduels qu'avec les déchets séparés. "Ce n'est donc pas une bonne incitation à les laisser tout recycler", dit-il.



QUELLE EST LA SUITE ?

DGTL veut intensifier son travail sur la composante sociale de la durabilité. "Nous avons donc mis en place un programme de diversité et d'inclusion avec une formation pour l'équipe et nous continuons à nous concentrer sur la création d'un espace sûr pour tout le monde", explique M. van Dooijeweerd.

Le festival souhaite également avoir un impact local plus fort, ce qui signifie créer des emplois pour les personnes vivant dans le quartier, des stages et des revenus pour les restaurants et les hôtels locaux. Naturellement, la recherche d'innovations durables et l'amélioration du système circulaire se poursuivront également.

& BODY & SOUL FESTIVAL



VILLE, PAYS

Comté de Westmeath, Irlande

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

5500

SITE

Château de Ballinlough

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2010

GENRE

De l'électronique légère aux musiques du monde et traditionnelles

DÉFI & SOLUTION

Améliorer les taux de séparation, de réutilisation et de recyclage des matériaux en s'engageant auprès des gestionnaires de déchets locaux.

Le festival Body & Soul, qui a lieu chaque année en juin sur un magnifique domaine situé dans les Midlands en Irlande, est passé de 1 500 invités en 2010 à 15 000 en 2017. Ce qui est particulier, c'est que le festival se réduit à nouveau : en 2022, ils ont proposé un nombre limité de billets ; seulement 5500. Megan Best, responsable des opérations du festival, explique que pendant la pause pandémique, l'équipe s'est rendu compte qu'en grandissant au fil des ans, le festival s'était transformé "en la bête qu'il était en 2017" et avait perdu un peu

de "cette étincelle et de cette spécificité".

Pour le rendre à nouveau plus intime, l'équipe a décidé de réduire la taille en 2019, puis en 2022. Nous nous sommes dit : "Revenons à un endroit plus proche des pensées, des sentiments et de l'éthique d'origine et à quelque chose que nous voulons tous mettre en place."

Body & Soul se distingue par son art et son esthétique ; la durabilité est également un thème récurrent. "Il s'articule autour d'idées holistiques et du bien-être", ajoute Best.



**RÉDUIRE LA TAILLE POUR
RETOURNER
À L'ESPRIT D'ORIGINE**

L'IRLANDE MANQUE DE FOURNISSEURS ÉVÉNEMENTIELS DURABLES

L'un des grands défis pour Body & Soul est de concevoir et de comprendre le type d'infrastructure dont il a besoin pour rendre le festival plus durable. Selon Best, les conditions d'exploitation en Irlande ne favorisent pas les événements durables. La raison en est qu'il existe en Irlande très peu d'infrastructures et d'expertise en matière de durabilité dans les festivals. "Nous n'avons qu'un seul fournisseur qui peut faire de l'énergie renouvelable. Nous n'avons pas de fournisseurs qui peuvent faire des toilettes naturelles ou à compostage. Nous n'avons qu'un seul fournisseur qui peut fabriquer des gobelets réutilisables et il n'a ouvert ses portes que l'année dernière."

Pour essayer d'encourager la durabilité lors des événements, le festival Body & Soul a "poussé l'enveloppe dans cet espace" : Mme Best et l'un de ses partenaires commerciaux ont cofondé Native Events en 2017 pour fournir du matériel durable aux événements et aux festivals, et s'est associée à Body & Soul sur la durabilité chaque année depuis. "Native Events est né de la frustration de ne pas disposer d'infrastructures durables en Irlande", souligne Best. "Il y a donc un appétit et une conscience de Body & Soul d'être un festival durable. Mais nous ne sommes qu'à mi-chemin, car il y a aussi des conditions plus larges en jeu."

Cette volonté a également conduit à vouloir mieux comprendre la manière dont les matériaux et les déchets sont traités au festival.

“

Il y a un appétit et une conscience de Body & Soul d'être un festival durable. Mais nous ne sommes qu'à mi-chemin, car il y a aussi des conditions plus larges en jeu"

LE DÉFI



COOPÉRER AVEC LES ENTREPRISES EXISTANTES POUR LES RENDRE PLUS DURABLES

Afin d'améliorer les taux de recyclage et de s'améliorer dans le tri à la source, l'équipe a revu les contrats du manutentionnaire de déchets et des ramasseurs de déchets en 2014. À l'époque, l'équipe du festival s'était entretenue avec le responsable de la gestion des déchets et les ramasseurs de débris pour voir s'il était possible de mieux trier les déchets. N'ayant pas accepté les conditions du festival, Body & Soul a lancé un appel d'offres pour la gestion des déchets et a séparé les contrats de traitement des déchets et de ramassage des débris (ces contrats sont généralement réunis, selon Best). Heureusement, ils ont trouvé un transporteur de déchets qui met l'accent sur le recyclage. Après une première année "incroyablement difficile", les premiers ramasseurs de déchets sont revenus chez Body & Soul, acceptant de trier les déchets qu'ils collectent.

Entre 2015 et 2019, le festival a poursuivi le développement du projet avec toutes les personnes concernées, y compris les propriétaires fonciers et la communauté locale. "Nous y avons accordé beaucoup d'attention et d'importance", déclare Best. En conséquence, Body & Soul a pu améliorer le taux de recyclage à 60 % sur place, plus un

taux de récupération supplémentaire par la suite. Au cours des années 2020 et 2021, pendant la pandémie, Native Events a continué à travailler avec les transporteurs de déchets en visitant leurs installations de récupération des matériaux et de compostage afin de mieux comprendre la destination finale des matériaux produits par les festivals.

L'une des choses que Body & Soul a mises en place est un système de trois poubelles à l'entrée de la maison ; en particulier dans les zones des commerçants, ils ont informé les ramasseurs de déchets et les ont contrôlés lorsqu'ils vidaient les poubelles dans les bennes. Ils ont également engagé des volontaires (appelés les gardiens de la Terre) pour surveiller ces stations de collecte et dialoguer avec les participants afin que les flux de déchets soient séparés. Le principal défi ici est la programmation et la communication, a déclaré Best.



LES AFFICHES GÉANTES SONT UN SUCCÈS RAPIDE

Body & Soul s'efforce également de s'attaquer aux déchets de son camping depuis 2015 ; l'équipe a créé un nouveau camping, appelé "Us and You", qui ne coûtait pas plus cher que le camping ordinaire, mais proposait "quelques incitations intéressantes". Le festival a demandé à tous ceux qui y séjournent de signer un engagement à ne laisser aucune trace, à utiliser correctement les poubelles et à être respectueux les uns des autres. "C'était un énorme succès. Rien n'a été laissé derrière lors de la première et de la deuxième année." En fait, les gens y ont tellement adhéré et ont passé de si bons moments que ceux qui étaient restés à l'extérieur ont commencé à vouloir y être, rapporte Best. Pendant six ans, le camp "Us and You" a occupé la moitié de la surface totale du festival.

Pour gagner rapidement du temps, Body & Soul a imprimé des posters A0 de campings mal rangés et les a

placés dans les zones de camping qu'ils savaient être des lieux de prédilection pour les personnes malpropres. À côté, ils placent d'autres affiches avec un message simple comme "Veuillez ramener vos tentes chez vous". Et cela a fonctionné : dans un diamètre de 20 mètres autour de ces affiches, le sol était impeccable, rapporte Best. Au-delà de ça, ça deviendrait encore plus désordonné, cependant.

La plus grande leçon que les organisateurs de festivals peuvent tirer de Body & Soul est qu'il est important de faire participer tout le monde et de passer du temps à travailler et à consulter les entrepreneurs, déclare Best. Tout le monde, des éboueurs aux électriciens, en passant par les plombiers et même la communauté locale, doit être considéré comme faisant partie de l'équipe.



QUELLE EST LA SUITE ?

Body & Soul fait partie de l'initiative Green Deal Circular Festivals de la société néerlandaise Green Events International et du gouvernement néerlandais. Cela signifie que Body & Soul fait partie d'une feuille de route de cinq ans vers la circularité. En 2022, le festival introduira ainsi des gobelets réutilisables. Body & Soul pilotera une aire de restauration circulaire avec un biodigesteur sur place et fera venir des toilettes naturelles du Royaume-Uni - une première pour le festival et, en fait, pour tout autre festival du pays.



VILLE, PAYS

Roskilde, Danemark

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

130 000

SITE

Campagne au sud de la ville

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

8 (4 camping, 4 musique)

CRÉÉ EN

1971

GENRE

Rock, pop, indie, électronique ;
artistes à venir, arts et militantisme

DÉFI & SOLUTION

Éviter/nettoyer d'énormes quantités
de déchets en faisant participer le
public



BÉNÉVOLAT, PHILANTHROPIE ET CÉLÉBRATION DE LA VIE

Environ 30 000 bénévoles participent à la création de Roskilde chaque année. Si l'on ajoute à cela 80 000 billets complets et des milliers de billets pour une seule journée, Roskilde devient une ville temporaire de 130 000 personnes chaque année. Sanne Stephansen, responsable du développement durable au festival Roskilde, décrit le festival comme une célébration de la vie, de la communauté et de tout ce qui est unique. Il est organisé par l'association à but non lucratif Roskilde Festival Charity Society, qui reverse les recettes du festival pour soutenir des actions humanitaires et culturelles.

Le festival est connu pour découvrir de nouveaux artistes et offrir des expériences musicales surprenantes. Les visiteurs apprécient également le festival pour les quatre jours de camping, de musique et d'arts avant l'ouverture du site du festival. "Il existe plus de 90 programmes différents sur le site du camp, mais une grande partie du contenu est également créée par les participants eux-

mêmes. Je suppose que c'est pour cela qu'il y a des rumeurs selon lesquelles certaines personnes restent sur place dans les campings et ne regardent pas les concerts", explique M. Stephansen.

Les festivals peuvent être une fenêtre sur l'avenir : Ils sont un peu différents à chaque édition et montrent que le changement est possible et nécessaire. Les structures et les systèmes dans lesquels les festivals puisent sont dictés par leur environnement, ce qui signifie que les festivals ont les mêmes problèmes systémiques que la société dans son ensemble. Il est intéressant de voir quelles différences de comportement les festivals peuvent créer et quel type de comportement certains systèmes favorisent ou non. Cette idée est étudiée chaque année au festival Roskilde.

CLIQUEZ
POUR VOIR





SITES DE FESTIVALS ET MATÉRIEL DE CAMPING

Stephansen sait que "le Danemark est le plus gros producteur de déchets municipaux par habitant de l'Union européenne". Selon [Statista](#), chaque habitant a généré en moyenne 844 kilogrammes de déchets en 2019. L'un des plus grands défis de Roskilde est la quantité de déchets que le festival crée et la quantité de déchets et d'équipements que les participants laissent derrière eux dans les campings. Roskilde veut résoudre ses problèmes de manière innovante ; c'est pourquoi elle s'inspire des processus municipaux de gestion et de prévention des déchets, tout en leur donnant une touche nouvelle et créative.

"Il s'agit des mêmes défis que ceux auxquels nous sommes confrontés dans la société, en tant que pays, en tant que monde en général", déclare Stephansen. Les déchets en sont un exemple : une grande partie des déchets de Roskilde sont créés par les festivaliers qui abandonnent leurs tentes et leur matériel de camping. De nombreux facteurs échappent au contrôle du festival, par exemple les tentes bon marché et de mauvaise qualité vendues par les discounters. Les festivals doivent donc proposer de meilleures solutions à leurs visiteurs.

“

Le Danemark est le plus grand producteur de déchets municipaux par habitant de l'Union Européenne.

CRÉER DES COMMUNAUTÉS DE CAMPEURS

Les champs pleins de tentes laissées derrière indiquent qu'elles ne sont pas nécessaires pendant le reste de l'année. Pour lutter contre ce phénomène, Roskilde est sur le point de mettre en place la location de tentes, de matelas et de gazebos aux festivaliers, à partir de 2022 avec 4000 unités - celles-ci seront installées avec soin afin de démontrer le comportement que Roskilde souhaite voir de la part de son public, tout en créant de nouvelles opportunités commerciales pour le festival.

Une autre solution réside dans le projet de zones de camping communautaires où le festival communique le type de comportement qu'il attend de ses participants, par exemple, "Leave No Trace Camp", "Clean Out Loud Camp" et, à partir de 2022, "Common Ground". Pour ce projet, ils se sont associés à différents types d'organisations et de communautés qui souhaitent soutenir certaines zones du camping. Le projet a débuté en 2011 avec 1200 participants. En 2019, ce chiffre est passé à 28 000 ! "Il s'agit de soutenir un comportement durable, de créer un dialogue avec les participants et d'établir un contrat

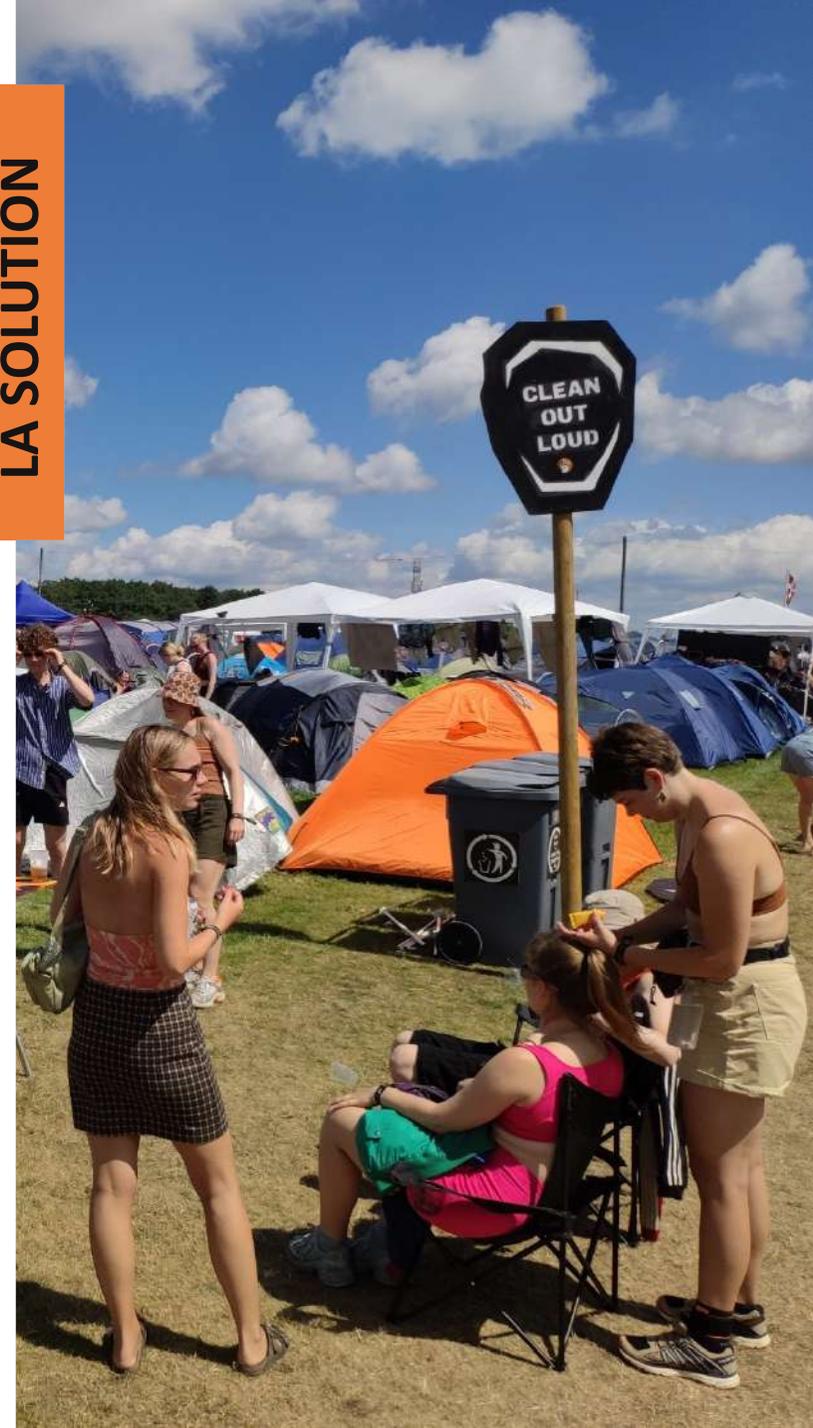
social afin que chacun sur le site sache ce que nous attendons d'eux et ce qu'ils doivent attendre de nous", explique Stephansen.

L'approche de Roskilde consiste à faciliter les bons gestes pour le public en mettant en place des conseils utiles, comme la signalisation des systèmes de gestion des déchets, qui peuvent être facilement décodés et suivis.

Le festival a intensifié son travail en 2019, lorsqu'il a créé un plan détaillé pour un festival circulaire qui se concentrerait sur la gestion des déchets et des ressources. En 2022, pour la première fois, il y aura des cautions sur les zones du camping, de sorte que les participants ne récupéreront leur argent qu'après avoir fait le ménage.

Pour pouvoir exploiter de nouvelles idées, Roskilde s'associe à de jeunes start-ups (principalement dans le cadre du projet "Circular Lab") pour leur donner l'occasion de tester leurs solutions durables dans l'environnement temporaire du festival. L'espoir est que, à long terme, la société au sens large puisse utiliser certaines de ces solutions.

LA SOLUTION



VOYAGES ET TRANSPORTS SANS FOSSILE

Roskilde veut en faire plus avec les voyages et les transports et étudie comment introduire des voyages et des transports sans fossile. Cela pourrait les obliger à réduire les coûts dans d'autres domaines, mais M. Stephansen est certain que cela sera payant, car ils utilisent moins de ressources naturelles, ce qui, selon eux, est la véritable monnaie.

"La façon dont nous parlons de la durabilité comme de quelque chose qui n'a pas de point final peut être épuisante ; quand avez-vous terminé ? quand est-ce suffisant ? Je suppose qu'il faut arriver à la conclusion que ce n'est jamais le cas et qu'il y aura toujours une meilleure solution en cours d'élaboration, donc, je suppose que nous devons accepter le fait que c'est un processus continu et que nous y travaillerons toujours."



Je suppose qu'il faut arriver à la conclusion que [...] il y aura toujours une meilleure solution, donc, je suppose que nous devons accepter le fait que c'est un processus continu et que nous y travaillerons toujours."



VILLE, PAYS

Bordeaux, France

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

5000

SITE

L'écosystème Darwin, une friche réhabilitée d'anciennes casernes militaires

CAMPING

Non

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2015

GENRE

De la musique électronique au hip-hop en passant par la musique du monde ; conférences, théâtre, danse, poésie, expositions, art de rue, sports urbains...

DÉFI & SOLUTION

Réduire les déchets résiduels en séparant strictement les flux de matériaux.



Pour comprendre le festival Climax, il faut comprendre où il se déroule. L'écosystème Darwin est un exemple de transformation urbaine réussie. L'ancienne friche de la caserne militaire abandonnée de Niel est désormais devenue un centre pour les entrepreneurs axés sur les questions sociales et environnementales et pour la culture.

Lorsque les militaires ont déménagé en 2005, les casernes étaient destinées à être démolies et les graffeurs ont été attirés par le site. Quelques années plus tard, le fondateur de Climax Festival, Philippe Barre, a acheté une partie du terrain pour créer l'écosystème Darwin. Entre-temps, Darwin s'est transformé en une pépinière d'entreprises éco-responsables ainsi qu'en un centre culturel comprenant un espace de travail partagé, un skate park, un espace pour l'art de rue, l'agriculture urbaine, des boutiques, un vignoble et un restaurant proposant des aliments 100 % biologiques et 70 % locaux.

"Tout l'objectif est de démontrer que nous pouvons mettre en œuvre de nouveaux modèles qui apportent à la fois une valeur économique, mais aussi une valeur pour les personnes et pour la planète", explique Barre. "Darwin démontre que la transition écologique et sociétale d'une ville est réalisable et souhaitable."

Darwin accueille de nombreux événements culturels qui tentent de sensibiliser les gens aux questions environnementales et sociales et de leur donner une idée de la manière dont ils peuvent agir eux-mêmes. L'un des principaux événements est le festival Climax. Chaque édition se concentre sur une question spécifique, comme la pollution des océans ou la perte de biodiversité, qui constitue le fil conducteur du programme. Le programme musical et artistique varié est étayé par des panels avec des activistes et des scientifiques. " Nous sommes convaincus que l'art est un moyen efficace de relier les individus aux problèmes mondiaux ", déclare Barre.



CLIQUEZ
POUR VOIR

OÙ LA CULTURE, LA DURABILITÉ ET LES ENTREPRISES SOCIALES SE RENCONTRENT





LA RÉDUCTION DES DÉCHETS RÉSIDUELS ET LE RECYCLAGE DES MÉGOTS DE CIGARETTES

"Faire plus et mieux avec moins" est la philosophie de l'écosystème Darwin. "Le Climax Festival est différent des autres festivals dans le sens où il ne s'agit pas d'un événement ponctuel, mais de la dynamique d'un écosystème d'acteurs engagés tout au long de l'année dans des pratiques durables. Ainsi, la réduction de l'impact environnemental du festival a été prise en compte dès le premier jour. Toute l'équipe travaillant sur le festival est impliquée dans la recherche de solutions à nos défis en matière de durabilité, de la coordination à la production", explique Nathalie Bois, coordinatrice générale du festival.

Naturellement, cela vaut aussi pour les déchets. Le festival a déjà mis en place une série de mesures pour le réduire, mais des améliorations sont encore possibles, selon Bois. "Les mégots de cigarettes restent notre ennemi numéro un", déclare-t-elle, car ils sont à la fois difficiles à collecter et à recycler. D'autres aspects échappent au contrôle direct du festival, par exemple l'emballage des produits et matériaux requis. Motiver les fournisseurs à optimiser leurs emballages est un défi de taille lorsqu'il s'agit de matériaux et de déchets.

“

Toute l'équipe travaillant sur le festival est impliquée dans la recherche de solutions à nos défis de durabilité, de la coordination à la production.

Photo de Benjamin Pavone

TRI STRICT DES DÉCHETS ET COOPÉRATION AVEC DES ENTREPRISES SPÉCIALISÉES

Le Climax Festival a créé plus de 10 catégories pour le tri des déchets pendant le festival, par exemple, plastique, organique, papier, verre, électronique, produits chimiques et huiles de cuisson. Ils travaillent en partenariat avec plusieurs entreprises de gestion des déchets pour assurer le traitement adéquat des différents flux de matériaux.

Le festival a l'avantage de se dérouler dans un lieu qui fonctionne toute l'année. "Nous avons un partenariat à long terme avec un recycleur de déchets, et toutes les poubelles que nous utilisons sur le festival, nous les utilisons tous les jours à Darwin. Ainsi, le processus de gestion des déchets est déjà organisé et l'équipe sait ce qu'il faut faire", explique Bois. Ainsi, 87% des déchets créés lors de l'édition précédente ont pu être recyclés.

En outre, 1,5 kilogramme de mégots de cigarettes ont été collectés. L'objectif pour 2022 était de trouver une entreprise qui puisse les recycler. À l'heure où nous écrivons ces lignes, le festival est en train de négocier avec une entreprise située à proximité de Bordeaux qui peut transformer les mégots recyclés en planches de plastique.

La deuxième étape, selon Bois, consiste à modifier le comportement des festivaliers, afin qu'ils ne jettent pas négligemment leurs mégots sur le sol. Pour trouver la meilleure façon d'y parvenir, l'équipe de Climax a testé différentes solutions, comme les

chandriers portables, lors d'autres événements de Darwin précédant le festival. "Il est difficile de trouver le bon équilibre entre le fait d'être trop insistant et de créer une bonne ambiance, tout en essayant de faire en sorte que les gens se comportent de manière respectueuse même lorsqu'ils font la fête", explique le coordinateur général.

De plus, la scénographie de Climax est réalisée avec du bois recyclé provenant de chantiers de construction et avec l'aide des start-ups de Darwin. Toute la vaisselle est 100% biodégradable. Les gobelets sont réutilisables, mais Bois reconnaît que, faute d'une meilleure alternative, ils sont toujours en plastique. Le festival propose un "bar à eau" gratuit, ce qui évite d'acheter des bouteilles d'eau. Ils ont une politique d'interdiction des flyers et des billets en papier, encourageant les festivaliers à utiliser le format numérique.

À Darwin, des toilettes sèches et des urinoirs sont utilisés lors des grands événements comme Climax. Les déchets solides et liquides sont séparés et transformés respectivement en compost et en engrais. "Pour l'événement de cette année, notre partenaire estime que nous économiserons 100 000 litres d'eau, que nous créerons 3600 kilogrammes de compost et que nous collecterons 2400 litres d'urine qui seront transformés en bio-engrais", explique Bois.

LA SOLUTION



CHANGER LE COMPORTEMENT DES GENS

Travailler avec les fournisseurs pour optimiser l'emballage de leurs produits continuera à être important pour Climax. "Notre principal défi consiste à accompagner le changement de comportement, de nos fournisseurs et des festivaliers aux artistes et à leurs équipes", explique Bois.



“ Notre principal défi consiste à accompagner le changement de comportement, de nos fournisseurs et des festivaliers aux artistes et à leurs équipes.

2.3

NOURRITURE & BOISSON



Photo by Bernd Wackerbauer

Photo de Faramarz Gosheh



VILLE, PAYS

Göteborg, Suède

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

35,000

SITE

Slotsskogen, un parc au cœur de la ville

CAMPING

Non

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2007

GENRE

Rock indé, hip-hop et électronique

DÉFI & SOLUTION

Réduire leur empreinte CO₂ en devenant 100 % végétarien.



LE LIEU OÙ IL FAUT ÊTRE PENDANT L'ÉTÉ SUÉDOIS

Photo (ci-dessous) de Hilda Arneback

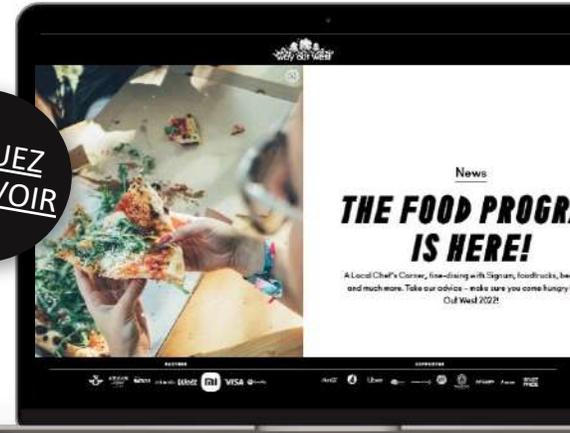
La ville de Göteborg a toujours apprécié la musique live. Il y a une quinzaine d'années, lorsque le gouvernement local a demandé à l'agence de promotion Luger si elle était disposée à contribuer à la création d'un festival de musique en plein centre-ville, l'agence n'a pas hésité. "À l'époque, la scène des festivals en Suède était arrivée à un point où elle devait évoluer", explique Fredrik "Matazz" Holmstedt, directeur de production de Way Out West, qui travaille pour Luger et Live Nation depuis 2005. Ainsi, en réaction aux festivals de camping de la vieille école, Luger a créé un festival urbain et branché, "hipster, mais d'une manière moderne", selon Holmstedt. Pas de camping, pas besoin de voiture.

Le site, Slottsskogen, est le cœur verdoyant et luxuriant de Göteborg. Depuis le parc, une grande partie de la ville

est accessible à pied. Cela s'avère utile lorsque, après la fermeture du site du festival à minuit, la fête se poursuit dans les salles de la ville dans le cadre du concept de club Stay out West. Depuis 2011, Way Out West Film, le troisième plus grand festival de cinéma de Suède, est un autre élément essentiel de Way Out West (WoW).

Outre la musique live, Göteborg met l'accent sur la durabilité. La création d'un festival éco-certifié a donc été l'une des premières demandes des autorités à Luger. En 2013, Way out West est devenu le premier festival de musique au monde à être certifié ISO 20121. Cela indique une durabilité à trois niveaux différents : environnemental, économique et social.

CLIQUEZ POUR VOIR



RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE CO₂ DUES AUX ALIMENTS ET AUX BOISSONS

Après sa création en 2007, Way out West a rapidement gagné en popularité sur de nombreuses plateformes. "Le festival était à la mode et il était très important pour les gens d'y être", dit Holmstedt. L'équipe a rapidement réalisé que, grâce à leur réputation, ils avaient la possibilité de contribuer à former l'opinion des gens et à promouvoir des valeurs telles que la durabilité et l'égalité. "Et, vous savez, nous sommes des anarchistes, de vieux punk rockers, nous remettons toujours la société en question. Tout à coup, les gens nous écoutaient et comprenaient vraiment ce que nous essayions de dire."

L'équipe a constaté que la nourriture est un facteur important pour rendre un festival plus durable et pour rapprocher les gens du sujet de manière occasionnelle. En 2010, le WoW a coopéré avec l'école de commerce de l'université de Göteborg pour étudier l'effet du festival sur le tourisme et l'image de la ville. Une partie de cette enquête consistait en une analyse du CO₂. Résultat : 62 % des émissions de CO₂ du festival ont été causées par son menu. "Quand nous avons vu quelle part des ressources que nous utilisons était consacrée à la nourriture, nous avons pris la décision audacieuse de devenir entièrement végétariens en 2012", se souvient Holmstedt.

En 2012, les scientifiques ont répété l'étude et constaté que le menu n'était plus responsable que de 30 % des émissions du festival. En outre, bien que le festival ait ajouté une journée supplémentaire en 2012, l'empreinte CO₂ globale était remarquablement inférieure de 40 % à ce qu'elle était en 2010. Les résultats ont été publiés dans l'article "[When a Music Festival Goes Veggie](#)".

“

**Quand nous avons vu
quelle part des
ressources que nous
utilisons était consacrée
à la nourriture, nous
avons pris la décision
audacieuse de devenir
entièrement végétariens
en 2012**

LE DÉFI



DEVENIR VÉGÉTARIEN ET ÉTIQUETER LES ÉMISSIONS DE CO₂ DE TOUS LES PLATS

Way out West a annoncé sa décision de se passer de viande et de poisson seulement un jour avant le festival en 2012. À une époque où le végétarisme était plutôt inconnu en Suède, ils ont dû faire face à des réactions négatives. "Tout le monde pensait que c'était juste un truc de relations publiques pour attirer l'attention. Certains médias ont essayé de nous désigner comme les méchants", explique Holmstedt. Le premier jour de l'événement de 2012, un journal local a même distribué des hot-dogs gratuits devant les grilles du parc, "pour que les gens ne meurent pas de faim."

"Mais l'opinion générale a très vite fait passer le journal pour le méchant après que les gens ont compris que nous ne leur disions pas quoi manger." Selon Holmstedt, le steakhouse le plus proche n'est qu'à 15 minutes de marche. "Nous avons simplement montré l'exemple en corrigeant quelque chose qui, nous l'avons compris, était erroné dans notre utilisation des ressources. Il ne s'agit pas de ce que vous mangez ; il s'agit pour nous de produire un festival." Par ailleurs, 70 % d'un plat doit être à base de plantes, mais le festival hésite à opter pour un plat 100 % végétal, car peu de cultures sont possibles en Scandinavie, ce qui rend difficile l'approvisionnement local en denrées alimentaires.

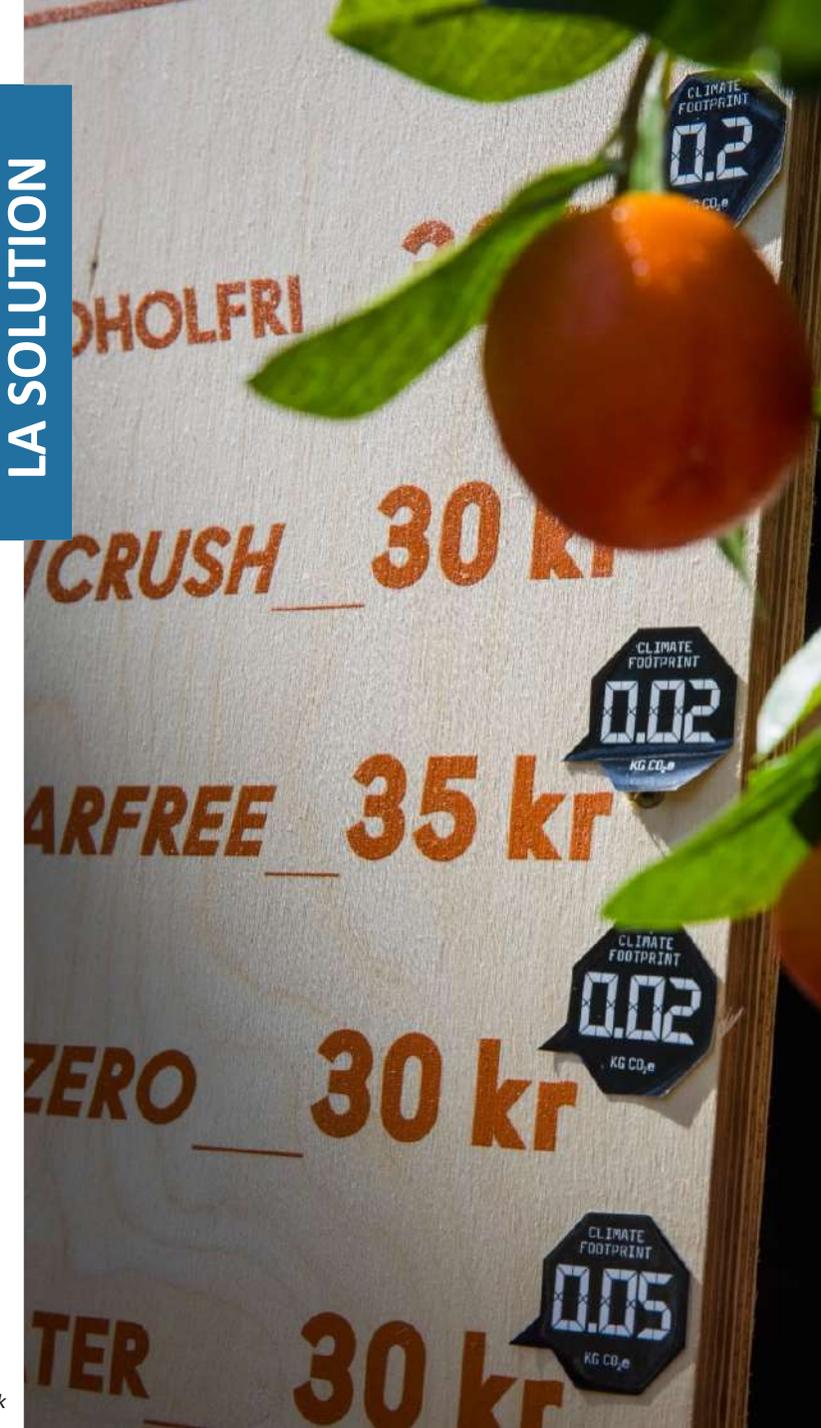
L'analyse des chiffres révèle que les boissons (42 tonnes) sont en fait responsables de plus d'émissions que les aliments (25 tonnes). Ainsi, le WoW continue de développer sa carte de boissons avec sa brasserie partenaire Spendrups. En 2013, ils ont introduit la bière biologique au festival. Deux ans plus tard, ils ont commencé à proposer un bar sans alcool avec le même stock que les bars ordinaires.

"Cela a montré très clairement que leur objectif principal n'était pas seulement de vendre de la bière. Ils veulent offrir une bonne expérience et être associés à quelque chose de positif. Et c'est un argument très fort dans tous nos partenariats. Nous leur demandons de voir la situation dans son ensemble au lieu de la petite bulle dans laquelle se trouvent la plupart des gens."

L'édition 2019 était la première à être totalement "transparente pour le climat", comme le dit le festival. Cela signifie que l'empreinte climatique de la nourriture, des boissons, du transport, de l'hébergement et de toute l'énergie, jusqu'à l'utilisation des portiques et des stations de recharge mobiles, est indiquée. Deux entreprises ont participé à la collecte des données, l'une d'entre elles se concentrant uniquement sur les aliments et les boissons. Chaque plat a été analysé et a reçu sa propre étiquette d'empreinte CO₂. "Au lieu que ce soit le prix qui influence le choix des gens, il y avait aussi un aspect durable", explique Holmstedt. Ce label a été inspiré par l'entreprise alimentaire suédoise Oatly, qui milite pour l'apposition d'étiquettes de CO₂ sur tous les produits alimentaires et qui est un autre partenaire de WoW.

Le festival suit le concept suédois du WWF "One Planet Plate". Celle-ci recommande que, pour rester dans la limite d'un réchauffement climatique maximal de 1,5°C, un repas ne devrait pas générer plus d'un demi-kilogramme de CO₂e. En 2019, l'empreinte carbone d'un repas moyen au WoW était de 0,38 kg CO₂e, et la majorité des stands de nourriture ont reçu un autocollant "One Planet Plate" pour être restés en dessous de 0,5 kg. Dans l'application WoW, les visiteurs peuvent filtrer les plats en fonction de catégories telles que "végétarien" et "végétalien", ce qui leur permet de faire facilement des choix durables.

LA SOLUTION



TRAVAILLER AVEC DES PARTENAIRES POUR CRÉER DES EFFETS DURABLES

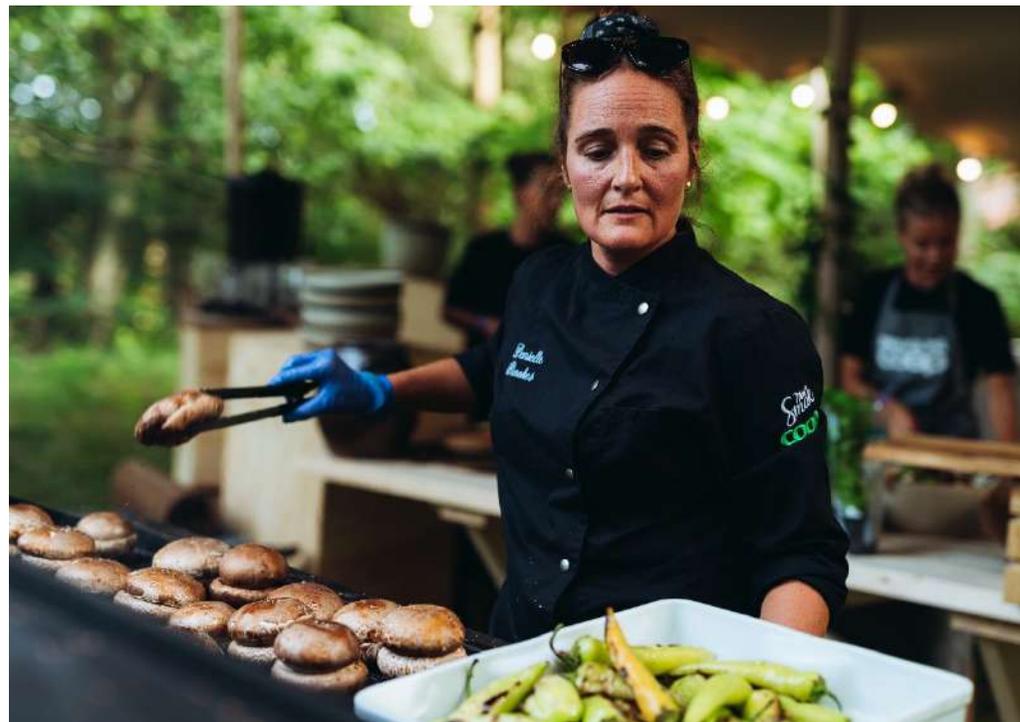
Holmstedt est convaincu que travailler avec des partenaires pour améliorer leur activité régulière, même au-delà du festival, est le meilleur moyen de faire des vagues. Par exemple, après que la chaîne de restauration rapide suédoise MAX Burgers ait vendu ses burgers végétariens pour la première fois à la WoW, les ventes de leurs options végétariennes dans leurs restaurants habituels ont grimpé en flèche pour atteindre environ 50 %, nous dit Holmstedt.

"Nous voulons que les gens appliquent dans leur vie quotidienne ce qu'ils ont appris lors de notre événement. Il est donc très important de coder correctement votre message. Ne soyez pas vague et ne laissez pas de place à l'interprétation." Cela semble fonctionner pour WoW : 15 % des visiteurs du festival déclarent manger davantage de produits végétariens après avoir participé à Way Out West. Le directeur de production est convaincu que "tant que le public exigera de meilleures alternatives, il y aura de meilleures alternatives". C'est aux participants de faire pression sur les événements et de dire : "Je préfère

payer plus cher pour un meilleur produit si c'est une question de durabilité."

Peu de nourriture est gaspillée chez WoW : seulement 3% des 83 tonnes de déchets totaux sont compostés. En effet, le festival préfère que les vendeurs n'aient plus de nourriture le dernier soir et explique aux visiteurs que c'est "pour la bonne cause". Les vendeurs doivent également s'assurer qu'ils peuvent rapporter leurs restes de nourriture dans les magasins où ils les ont achetés.

Les données constituent la meilleure base pour améliorer la durabilité : "Avec un point de départ, on ne peut que l'améliorer, mais il faut savoir où l'on en est", dit Holmstedt. Cependant, les festivals ne doivent pas se précipiter. "Nous devons prévoir du temps pour collecter les données. Cela ne peut pas se faire du jour au lendemain. On ne peut pas s'améliorer en une nuit. Nous faisons un long chemin."



QUELLE EST LA SUITE ?

Le plus grand défi pour Way out West reste de changer la mentalité et les attentes des gens ; pas par la force, mais par la communication. "Il suffit de regarder le monde, où il se trouve actuellement, pour constater qu'il va droit en enfer", déclare Holmstedt. "Donc, tout ce que nous pouvons faire pour les générations futures pour réparer les choses qui ont mal tourné, c'est ce que nous devons faire. Et nous devons le faire ensemble."



Photo de Ingmar Wein

VILLE, PAYS

Munich, Allemagne

SITE

Parc olympique (été)/ Theresienwiese (hiver)

NOMBRE DE JOURS

2 x 4 semaines

GENRE

Tout, du jazz au rock, en passant par la pop et la musique du monde.

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

1,5 million de visiteurs en 60 jours de festival = environ 25 000/jour

CAMPING

Non

CRÉÉ EN

1988

DÉFI & SOLUTION

Créer une chaîne d'approvisionnement biologique en travaillant en étroite collaboration avec les restaurateurs



UNE CÉLÉBRATION DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX ET DES PRODUITS BIOLOGIQUES ET ÉQUITABLES

Photos d'Ingmar Wein (ci-dessus) et de Bernd Wackerbauer

Des productions théâtrales, des spectacles, de la musique, le "Marché des idées" avec de l'artisanat international et de la nourriture 100% biologique provenant du monde entier, ainsi qu'un engagement fort en faveur de la justice mondiale et de la protection de l'environnement, voilà ce qu'est le Tollwood Festival.

L'accès à l'enceinte du festival est gratuit, tout comme plus de 80 % des événements culturels qui s'y déroulent. Tollwood finance ce projet grâce aux droits d'entrée perçus pour les stands du "Marché des idées", ce qui a également permis au festival de rester largement indépendant.

Le Tollwood Festival met en œuvre une stratégie de durabilité qui aborde de nombreux domaines, explique Johanna Kämper, chef de projet "Personnes et environnement" : Le festival fonctionne avec de l'électricité 100% verte. Les aliments vendus lors du festival sont entièrement issus de l'agriculture biologique et, s'ils proviennent de pays du Sud, ils sont certifiés commerce équitable. Les plats sont servis sur de la vaisselle réutilisable, et le

plastique est banni afin de minimiser les déchets résiduels. Le festival dispose d'un concept de recyclage et de sa propre cour de recyclage : un tri sélectif strict des déchets est pratiqué tant dans l'espace visiteurs que dans les coulisses.

Le festival encourage ses visiteurs à choisir un mode de déplacement écologique. Il propose des navettes, un atelier de réparation de vélos et des billets d'entrée qui incluent un ticket gratuit pour les transports publics locaux. "Nous sommes heureux qu'environ trois quarts de nos invités se rendent au festival de manière écologique", déclare M. Kämper. De plus, les gaz à effet de serre inévitables, causés par exemple par l'arrivée des artistes ou le transport, sont compensés.

Au "Marché des idées" de Tollwood, où jusqu'à 200 exposants proposent des objets d'artisanat, des textiles et des bijoux du monde entier, les produits sont soumis à des exigences élevées en matière de bien-être animal, de protection de l'environnement et de commerce équitable.

CLIQUEZ
POUR VOIR





CONSTRUIRE DES CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS BIO AVANT QUE LA CERTIFICATION N'EXISTE

En matière de nourriture, Tollwood est connu pour ses spécialités internationales provenant de plus de 20 pays. Depuis le début, les organisateurs ont veillé à ce que toutes les denrées alimentaires de base proviennent de l'agriculture biologique. "Après tout, l'agriculture contribue de manière significative aux grandes crises écologiques de notre époque, notamment la crise du climat et de la biodiversité, et elle en subit également les conséquences", explique M. Kämper. Lorsque le festival a débuté, il n'existait pas de certification biologique pour les grands événements, et il était plus compliqué qu'aujourd'hui de se procurer des aliments biologiques. La mise en place de chaînes d'approvisionnement en produits bio, l'adhésion des entreprises alimentaires à leur vision, la facturation de prix

plus élevés pour les aliments bio et le manque de bière biologique ont constitué des défis majeurs pour Tollwood.

D'après l'expérience de Kämper, le plus grand problème est autre : "Le plus grand défi, quelle que soit la question de durabilité à laquelle vous vous attaquez, n'est pas le défi lui-même, mais un état d'esprit négatif : "Ça ne peut pas marcher, ça ne marchera pas, c'est impossible !" Nous avons eu cette réaction lorsque nous nous sommes attaqués à notre système de restauration, mais il ne faut pas se laisser déstabiliser. La durabilité est une question de valeurs et d'attitude - tout le reste est de l'ordre de l'artisanat."



La durabilité est une question de valeurs et d'attitude - tout le reste est de l'ordre de l'artisanat.

TRAVAILLER ENSEMBLE POUR CRÉER UN CHANGEMENT DURABLE

Les changements ne sont durables que s'ils sont réalisés de la meilleure façon possible pour tout le monde, qu'il s'agisse des commerçants de denrées alimentaires, des invités ou des organisateurs, explique M. Kämper. "La chaîne d'approvisionnement ne fonctionne-t-elle pas encore ? Alors construisons-en une ensemble. Les prix deviennent-ils trop élevés ? Alors, nous travaillons ensemble sur le calcul des coûts. Il n'y a pas de brasserie munichoise qui propose de la bière bio ? Eh bien, on continue à discuter jusqu'à ce qu'une bière biologique soit brassée pour Tollwood." L'équipe s'est assise avec les restaurateurs, a établi des relations avec les fournisseurs, a travaillé ensemble sur les recettes, a réduit le nombre de plats à base de viande et a promu les plats végétariens et végétaliens.

Cette approche signifie que l'équipe de Tollwood s'est donné pour mission de jeter un pont entre les commerçants et grossistes alimentaires et les producteurs. "Nous avons communiqué un objectif clair et rassemblé les besoins de chacun : 'Tollwood devient biologique et le restera'. Cela signifie que les producteurs avaient une incitation claire et fiable à se convertir au bio ou à élargir leur gamme de produits", développe le responsable du projet. Tollwood aide à négocier avec les fournisseurs et a également aidé les commerçants à adapter leurs propres plats et ingrédients, ce qui signifie des produits régionaux et de saison, moins de viande et le moins de déchets possible.

Le festival compte dans son équipe son propre gastro-expert. "Il connaît le marché, il sait comment établir un budget, ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas", explique Kämper. Dans d'autres domaines, par exemple sur le "Marché aux idées", le festival engage des experts externes pour vérifier que ses critères de durabilité sont respectés.

Depuis 2003, toute la restauration du festival est certifiée biologique conformément aux directives du règlement de l'UE sur la production biologique, tout en restant à un prix comparable à celui des grands événements conventionnels à Munich, résume Kämper.

Selon une étude de l'agence de conseil "ErnährungsÖkologie", l'approche alimentaire de Tollwood permet d'économiser 20% ou 116 tonnes d'émissions de CO₂ chaque année. "Il est essentiel de stimuler et d'encourager, de fixer des objectifs clairs, de poursuivre et de réexaminer en permanence les critères de durabilité et de faire preuve de persévérance", souligne M. Kämper.

LA SOLUTION



LE "MARCHÉ DES IDÉES" OCCUPE TOLLWOOD

Le "Marché des idées", avec ses innombrables produits, présentera suffisamment de défis pour les années à venir, M. Kämper en est sûr. Pour de nombreux produits et matières premières non alimentaires, il n'existe pas encore de certification de durabilité, c'est pourquoi un travail de pionnier est nécessaire.

La deuxième préoccupation majeure du festival est de contribuer à rendre le monde meilleur, même en dehors de l'enceinte du festival. Par exemple, le projet "Bio pour les enfants", qui met l'accent sur une alimentation saine dans les établissements de garde d'enfants et qui était auparavant limité à Munich, est désormais étendu à l'ensemble du pays.



Il est essentiel de stimuler et d'encourager, de fixer des objectifs clairs, de poursuivre et de réexaminer en permanence les critères de durabilité et d'en assurer la pérennité.



Photo de Georgia Nocoloi Hildebrand

VILLE, PAYS

Aarhus, Danemark

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

35,000

SITE

Parc urbain/espace événementiel quasi-naturel Eskelunden (depuis 2022)

CAMPING

Non

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2010

GENRE

Indie

DÉFI & SOLUTION

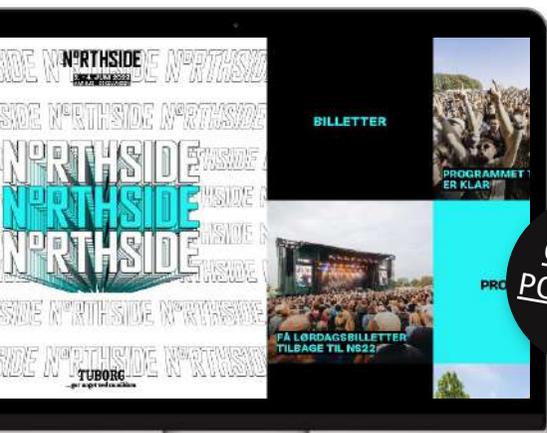
Réduire l'empreinte carbone de l'alimentation en proposant uniquement des repas à base de plantes.

"Ouvrir la voie" est la devise de NorthSide depuis sa conception. Il y a dix ans déjà, alors que le développement durable n'était pas encore dans toutes les têtes, ses créateurs voulaient en faire l'un des événements culturels les plus écologiques qui soient.

Cette année (2022), NorthSide a déménagé d'Adalen à Eskelunden. La municipalité n'a que récemment modernisé l'infrastructure de l'espace événementiel dans le grand parc quasi naturel afin de garantir l'approvisionnement en eau, la gestion des eaux usées et une alimentation électrique basée sur les énergies renouvelables, explique Martin Thim. Thim est partenaire et responsable du développement durable au sein du groupe DTD, l'un des plus grands organisateurs de festivals au Danemark, qui est également responsable du NorthSide.

Il ajoute : "Pour atteindre nos objectifs, nous avons besoin des bons partenaires, et c'est la raison pour laquelle je gère à la fois le développement durable et les partenariats. Nous ne pouvons tout simplement pas faire ça seuls."

C'est pourquoi, par exemple, NorthSide a collaboré avec le gouvernement municipal pour améliorer l'espace événementiel d'Eskelunden. "En tant que personnalités et animateurs culturels, nous avons l'obligation d'intervenir et de faire de notre mieux pour aider la société à aller dans la bonne direction. Nous croyons que nous pouvons réellement faire la différence. Il n'est jamais facile de mener à bien ces projets, mais c'est très gratifiant lorsque l'on réalise que l'on s'est débarrassé des générateurs diesel ou que l'on participe désormais à la transformation de l'ensemble de l'industrie alimentaire", déclare M. Thim sur la motivation du festival. "J'aimerais pouvoir un jour assister à un festival et me sentir en sécurité en sachant que l'empreinte environnementale est faible. Pouvoir profiter de la musique sans avoir à faire face à la mauvaise conscience."



UN FESTIVAL URBAIN AU CŒUR DE LA DURABILITÉ



Photos de Marcus Glavind



LE DÉFI

RÉDUIRE LA QUANTITÉ DE VIANDE SERVIE LORS DU FESTIVAL

NorthSide expérimente depuis des années avec son menu de nourriture et de boissons. Lorsqu'il est passé à Tuborg comme fournisseur officiel de boissons, NorthSide (parmi d'autres festivals) a exigé que l'entreprise crée une bière biologique - ce qu'elle a fait en 2015 avec l'introduction de Tuborg Raw. La promotion de ce partenariat de longue date porte également ses fruits de manière indirecte : grâce aux investissements que Carlsberg, la société mère de Tuborg, a récemment réalisés dans les brasseries danoises, la production de la bière NorthSide entraînera désormais une réduction de 50 % des émissions de CO₂, nous a expliqué Tim.

En 2017, NorthSide est devenu presque entièrement biologique dans tous ses aliments et boissons. Pour en savoir plus sur son empreinte écologique, le festival a demandé à l'organisation A Greener Festival, basée à Londres, d'analyser sa production de CO₂. Cette analyse a révélé que la viande était responsable d'environ 60 % des émissions de carbone liées à l'alimentation du festival. L'objectif naturel était donc de faire en sorte que la nourriture du public, des artistes et de l'équipe soit 100 % végétale.

“

Afin d'atteindre nos objectifs, nous avons besoin des bons partenaires [...]. Nous ne pouvons tout simplement pas y arriver seuls.



Photo de Regine Vilhelmsborg

INTRODUCTION D'UN MENU VÉGÉTAL

Pour atteindre cet objectif en 2022, le festival a collaboré avec le Centre danois de connaissances sur les plantes. Elle définit un repas à base de plantes comme "un repas à base de plantes qui peut être complété par une petite quantité de produits animaux". Pour NorthSide, cela signifie : pas de viande, pas de poisson et un maximum de 15% de fromage, d'œuf et de mayonnaise par portion.

"La nourriture est un élément avec lequel tous nos invités sont en contact plusieurs fois par jour. C'est une façon très agréable de communiquer avec les gens sans vraiment communiquer. C'est aussi quelque chose que nous pouvons influencer directement. Nous pouvons fixer des exigences pour les restaurants et les cuisines", explique Thim.

Lorsqu'ils ont décidé de servir davantage de nourriture biologique au festival, peu de traiteurs étaient prêts. Pour les convaincre, le festival a utilisé l'approche de la "carotte et du bâton" : les traiteurs doivent payer une redevance pour leurs stands de nourriture du festival, et plus leur pourcentage de nourriture biologique est élevé, plus la redevance est faible. "Cela a très bien fonctionné", dit Thim. Grâce à ses exigences, le festival a modifié la scène alimentaire d'Aarhus au fil des ans, tout en créant de nouvelles opportunités commerciales pour les traiteurs. "Nous avons vu certaines de ces entreprises se développer réellement parce qu'elles ont travaillé avec nous, et

maintenant elles produisent des produits biologiques dans tout le pays." Thim admet toutefois qu'il peut être difficile pour les restaurants de se procurer suffisamment de matières premières biologiques.

Lorsque NorthSide a annoncé son intention de passer au végétal en 2021, ils n'avaient "jamais reçu autant d'attention médiatique dans l'histoire du festival", se souvient Thim. "Tous les journalistes de ce pays seront présents à notre festival cette année, juste pour signaler que nous avons fait une énorme erreur avec cette initiative. Mais nous allons leur prouver qu'ils ont tort, évidemment. "Beaucoup de gens étaient en colère contre ce changement, dit-il, mais l'analyse a montré que les critiques appartenaient pour la plupart à la tranche d'âge des 60 ans et plus, qui est loin du groupe cible démographique du festival, à savoir les 20-45 ans. "Nous ne sommes pas trop inquiets à ce sujet. Nous pensons que notre public a la capacité de faire changer les choses."

Pour les festivals qui ont du mal à modifier leur menu, Mme Thim suggère de commencer par un ratio de 80-20 de produits d'origine végétale et animale et de faire une analyse de CO₂. "Lorsque vous disposez des données, il est plus facile de voir où vous pouvez avoir le plus grand impact", recommande-t-il.

UN FESTIVAL SANS PLASTIQUE

NorthSide ne manque pas d'idées pour de nouveaux projets durables : en 2022, un nouvel espace appelé NorthSide Forum proposera un contenu basé sur les connaissances en matière de durabilité ; le festival a commencé à construire ses propres bars et les stockera dans un grand entrepôt loué pour les réutiliser l'année prochaine ; il prévoit de mettre en place une coopération avec les points de collecte des déchets municipaux locaux afin d'utiliser leurs matériaux, qui iraient sinon dans des usines d'incinération des déchets, pour des projets de construction sur le site du festival ; et Thim envisage un festival sans plastique à terme.



“ En tant que personnalités et animateurs culturels, nous avons l'obligation d'intervenir et de faire de notre mieux pour aider la société à aller dans la bonne direction.

2.4 WATER

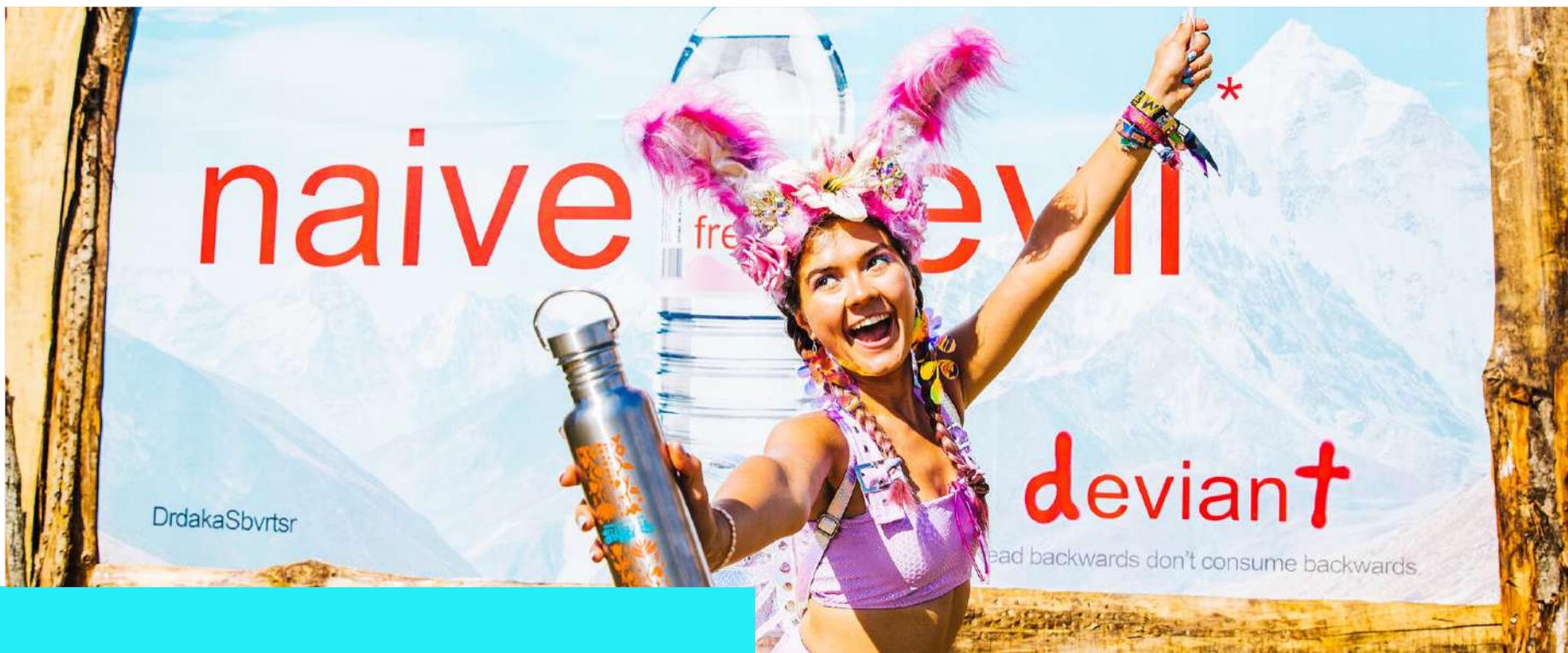


Photo by George Harrison



Photo de Cagdas Alagoz

VILLE, PAYS

Idanha-a-Nova, Portugal

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

40,000

SITE

Zone rurale à proximité du lac Idanha-A-Nova

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

8

CRÉÉ EN

1997

GENRE

21 scènes allant de la musique électronique et du monde au yoga, en passant par des conférences et des ateliers.

DÉFI & SOLUTION

Réduire la consommation d'eau en traitant l'eau sur place



UN RASSEMBLEMENT MONDIAL PSYCHÉDÉLIQUE DE MUSIQUE, D'ARTS, DE CULTURE ET DE DURABILITÉ PRATIQUE.

Boom est l'exemple parfait d'un festival qui poursuit une approche holistique de la durabilité et qui ne cesse de rendre service à la communauté locale. Le festival a acheté le terrain sur lequel il se déroule, une propriété de 180 hectares appelée Boomland. Tout au long de l'année, le festival s'engage dans la préservation et la régénération naturelle du terrain. Boom est un festival indépendant, non sponsorisé et véritablement international : les visiteurs viennent de 177 pays lors de l'édition 2022 ; les billets sont vendus en ligne et via un réseau mondial de 63 ambassadeurs dans 60 pays.

Artur Mendes est l'un des quatre co-gérants de Boom. "Le développement durable est un effort permanent de toute une vie", dit-il. Leurs efforts de durabilité ne se limitent pas au festival et aux autres événements qui se déroulent à Boomland, mais comprennent l'utilisation des résultats du festival (par

exemple, les ressources financières, l'eau et le compost) pour préserver et régénérer la terre. "Nous envisageons une durabilité influencée par la permaculture, le design régénérateur et son interaction avec la terre, tout en appliquant des solutions centrées sur l'humain," explique Mendes.

Cela signifie que le festival a développé un paradigme de durabilité avec 12 variables (par exemple, l'eau, le sol, les déchets en tant que ressource, et l'énergie) qui est la base de chaque projet Boomland. "Toutes les variables sont interdépendantes et interagissent simultanément. Le résultat final est un nombre incalculable de projets qui se déroulent sur le terrain, lors de chaque édition du festival et des autres événements que nous organisons à Boomland."

Photo de Pierre Ekman





LA SÈCHERESSE EST DEVENUE NORMALE AU PORTUGAL

Un grand nombre de ces "innombrables projets" se concentre sur les efforts de Boom en matière d'eau. Si le manque d'eau n'est pas (encore) un problème en Europe du Nord, le changement climatique affecte déjà le Portugal : au moment de la rédaction de cet article, et même dès avril 2022, la totalité de la masse continentale du pays était dans un état de sécheresse, selon le [Portuguese Institute for Sea and Atmosphere](#). Les preuves scientifiques prédisent moins de pluie et des vagues de chaleur plus intenses pour le pays, dit Mendes. "Il est impératif de changer le paradigme de la gestion de l'eau.

Notre approche a consisté à maximiser l'eau disponible et à la réintroduire autant que possible dans le système hydrologique en place", explique-t-il.

Un autre défi pour le festival et les autorités locales est que les installations de traitement des eaux dans la région d'Idanha-A-Nova sont calculées pour une population d'environ 10 000 personnes, rapporte Mendes - quatre fois plus de personnes visitent Boom à chaque édition.



Il est impératif de changer le paradigme de la gestion de l'eau.

RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'EAU

Pour soutenir la région, Boom a construit non pas une, mais deux stations de traitement biologique des eaux. La première, qui a été mise en service en 2010, est toujours utilisée quotidiennement à Boomland pour des occupations humaines plus modestes.

Selon Mendes, "en 2020, nous en avons lancé une toute nouvelle qui peut traiter jusqu'à 7 millions de litres d'eau et réintroduire tout cela pour l'irrigation. Le traitement de l'eau et sa réintroduction pour l'irrigation après traitement : c'est une approche circulaire de l'eau et une mesure zéro déchet."

Toute l'eau utilisée à Boom provient du réseau public. Pour éviter que les eaux grises ne polluent le lac, le festival a construit un réseau de 40 kilomètres de canalisations souterraines qui mène à ses stations de traitement des eaux. Après traitement, l'eau peut être utilisée pour arroser les plantes de Boomland. "Il est important de noter que les eaux grises de Boom proviennent exclusivement des douches et des restaurants. Les toilettes n'ont pas d'eau - elles sont sèches", souligne Mendes.

Selon le cogérant, la nouvelle usine a coûté 250 000 euros. En comparaison, chaque édition de Boom coûte entre 500 000 et 750 000 euros. "Certains festivals préfèrent investir dans des line-up, ce qui est compréhensible. Notre concept porte sur la transformation humaine et la régénération des terres ; la durabilité est donc une priorité." En tant que festival indépendant, les coûts du programme de développement durable de Boom sont couverts par les recettes de la vente des billets, explique M. Mendes. C'est pourquoi les billets des invités (contrairement aux

billets des spectateurs ordinaires) sont assortis d'un droit d'impact qui est directement affecté au programme de reforestation de Boom.

Pour réduire la consommation d'eau, Boom Festival a mis en place plusieurs mesures : dans les douches et les points d'eau, la pression de l'eau a été réduite et les douches sont fermées à certains moments de la journée et de la nuit. Toutes les espèces végétales plantées dans les jardins sont résistantes à la sécheresse et pour la plupart indigènes. Les toilettes à composte ont été introduites en 2006 comme mesure pionnière pour des festivals de cette envergure. Le compost produit par ces toilettes est utilisé pour fertiliser Boomland, principalement ses forêts. "L'université de la ville de Castelo Branco a analysé notre compost et lui a attribué la qualité A++ - qui peut être utilisée à des fins de bio-agriculture," explique Mendes.

En outre, le service des achats a des instructions claires sur l'achat de biens (par exemple, des tissus) qui utilisent moins d'eau dans la production. De même, les fournisseurs de nourriture à la cantine du personnel et dans les restaurants ont pour consigne d'utiliser des produits ayant une plus faible empreinte sur l'eau. La nourriture sur l'ensemble du festival est à 85% à base de plantes. Si elle est utilisée, la viande ne peut provenir que de sources locales et doit être accompagnée d'une certification du bien-être animal. "Nous n'avons pas une approche prohibitionniste en matière d'alimentation. Notre objectif est de fournir des informations afin que le public puisse prendre des décisions en connaissance de cause," explique Mendes.

LA SOLUTION



CHAQUE GOUTTE COMPTE

Nombre des mesures recommandées par Mendes ne s'appliquent pas seulement aux autres festivals, mais aussi à la société dans son ensemble, par exemple choisir des aliments et des tissus en fonction de leur empreinte hydrique, planter des plantes résistantes à la sécheresse dans les espaces publics et réduire la pression de l'eau dans les douches.

Compte tenu de la situation de sécheresse au Portugal, il semble presque naturel que la devise du festival soit : "chaque goutte compte". "Travailler avec l'eau est une expérience pleine d'humilité, mais en même temps, il s'agit de travailler avec le cœur de la vie : aucune espèce sur Terre ne peut

vivre sans eau, nous devons donc faire très attention en travaillant avec elle", explique Mendes. Pourtant, note-t-il, " la plupart des gens n'accordent pas de valeur à l'eau, car ils la considèrent comme acquise. Il est important de s'en souvenir tout le temps. "

Son conseil ? "Regardez le cycle de l'eau et appliquez-le sur votre festival ou sur votre terrain autant que possible. L'eau change tout le temps d'état et s'adapte. En tant que promoteurs, nous devrions tous la considérer telle qu'elle est, et non la renvoyer ou la débusquer. Il est important pour nous tous de comprendre que l'eau est une ressource limitée et coûteuse."



QUELLE EST LA SUITE ?

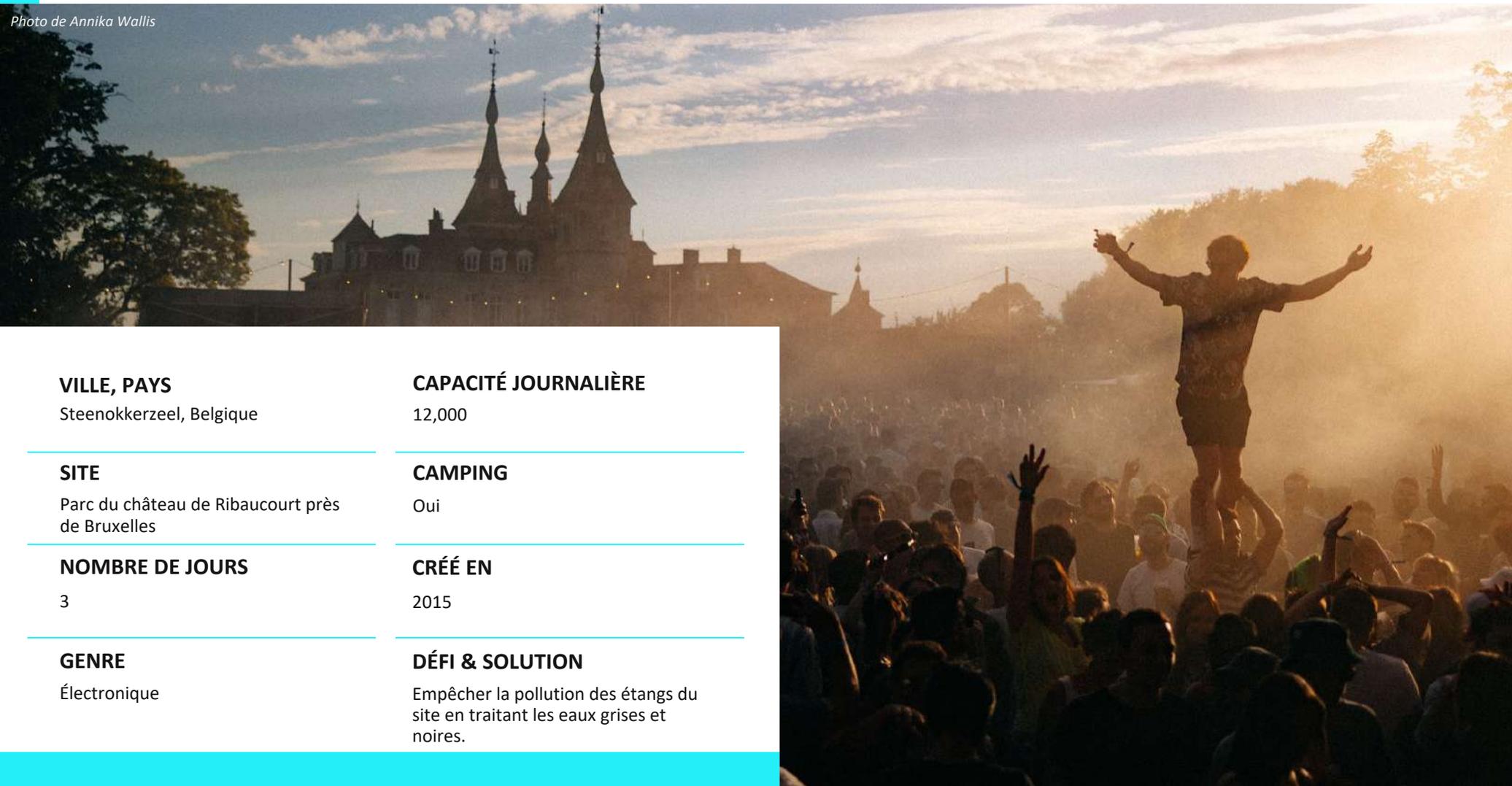
Boom prévoit de développer encore davantage son programme de durabilité indépendant et à long terme. "Au Portugal, le changement climatique est déjà un fait, les sécheresses sont courantes. Nous devons recadrer toutes les approches, à commencer par les politiciens et les politiques publiques qui ne sont toujours pas réveillés face aux défis dans ce domaine", souligne Mendes.



PARADISE CITY FESTIVAL



Photo de Annika Wallis



VILLE, PAYS

Steenokkerzeel, Belgique

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

12,000

SITE

Parc du château de Ribaucourt près de Bruxelles

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2015

GENRE

Électronique

DÉFI & SOLUTION

Empêcher la pollution des étangs du site en traitant les eaux grises et noires.

Lorsque les visiteurs de la Cité du Paradis ont mis le pied sur le site du festival, ils ont foulé des endroits où les gens ne sont normalement pas autorisés à aller. Le parc de 90 hectares, rempli de prairies, de forêts et d'étangs, appartient au château privé de Ribaucourt. À ce titre, la réserve naturelle et ornithologique est généralement fermée au public. Le château remonte au 12^{ème} siècle, lorsqu'il n'était qu'une simple tour de bois fortifiée. Aujourd'hui, le bâtiment de plus de 200 pièces est considéré comme l'un des plus beaux châteaux de la région.

Le domaine du château est situé à la frontière nord de la grande région de Bruxelles, à proximité de l'aéroport de la ville. Alors que le site du festival est plafonné à 12 000 visiteurs, le nombre de visiteurs uniques du festival de trois jours

est plus proche de 22 000, et Paradise City ne cesse de s'agrandir. En 2022, la capacité du camping est passée de 2500 à 3750 personnes.

A Greener Festival (AGF) - une ONG internationale axée sur la durabilité des événements - a audité la ville de Paradise concernant ses efforts environnementaux au cours des dernières années. Le festival a reçu la note quatre étoiles de l'AGF (la plus haute note possible) deux années de suite, ce qui en fait le festival le plus durable de Belgique et l'un des festivals les plus verts au monde. "Paradise City a fait d'énormes progrès et fait preuve d'une volonté exceptionnelle de rendre le festival plus écologique. L'équipe a fait preuve d'une détermination sans faille pour continuer à innover, même en cas de pandémie," peut-on lire dans l'évaluation de l'AGF.



CÉLÉBRER LA MUSIQUE ÉLECTRONIQUE DANS UNE RÉSERVE NATURELLE AVEC UN CHÂTEAU MÉDIÉVAL





LE DÉFI

GARDER LES ÉTANGS PROPRES

D'après l'enquête menée chaque année par le festival, la durabilité et l'emplacement figurent parmi les principales raisons pour lesquelles les visiteurs choisissent Paradise City, nous dit Esther Koshari, responsable de la durabilité. L'AGF évalue les festivals dans 12 catégories, et Koshari est heureux d'annoncer que Paradise City est active dans toutes ces catégories. "La durabilité est dans notre ADN, donc dans chaque étape que nous franchissons, nous recherchons toujours la manière la plus durable et la plus abordable de faire quelque chose," dit-elle.

L'eau est l'une des catégories évaluées et un élément important du site du festival. Les étangs servent d'habitat à la flore et à la faune locales ; certains forment une douve autour du château, créant une petite île appelée "Food Island", ce qui en fait également un élément structurel important. On peut accéder à cette île par des ponts. Selon Koshari, il est de la responsabilité du festival de veiller à ce que les masses d'eau du site ne soient pas polluées.

"Les festivals génèrent beaucoup d'eaux usées provenant des douches et des toilettes. Il y a donc beaucoup d'eau qui doit être collectée et purifiée," ajoute-t-elle. Cependant, les stations d'épuration locales ne peuvent pas gérer l'afflux soudain d'eaux usées que produisent 22 000 visiteurs en trois jours, et le festival doit donc trouver d'autres solutions.

“

Les festivals génèrent beaucoup d'eaux usées provenant des douches et des toilettes. Il y a donc beaucoup d'eau qui doit être collectée et purifiée.

TRAITEMENT DES EAUX GRISES SUR LE SITE ET DES EAUX NOIRES HORS DU SITE

Une solution possible serait de collecter les eaux usées dans des conteneurs et de les laisser reposer sur le site du festival, explique Koshari. Chaque jour, une petite quantité d'eau s'écoulait dans le réseau d'égouts et finissait à la station d'épuration locale. L'inconvénient de cette méthode est qu'elle prend des mois, ce qui la rend également coûteuse. Paradise City a donc trouvé une autre solution. Le festival collecte les eaux noires (eaux usées des toilettes) dans des conteneurs et les transporte vers une entreprise belge appelée Aquafin, spécialisée dans le traitement des eaux en vue de leur réutilisation. Selon [l'entreprise](#), l'eau n'a pas la qualité de l'eau potable après le traitement, mais elle est suffisamment propre pour être rejetée dans la nature.

Pour les eaux grises (eaux usées des douches), moins polluées, Paradise City s'associe à [Hello Water](#). L'entreprise belge propose des stations mobiles de traitement des eaux qui nettoient les eaux grises à l'aide de plantes. L'unité mobile est placée sur le terrain de camping, filtre l'eau et la rejette dans les étangs. Là encore, l'eau n'a pas la qualité de l'eau potable, mais elle est suffisamment propre pour l'environnement.

Les déchets sont un autre facteur de pollution des masses d'eau : les gobelets et autres objets que les visiteurs jettent dans les étangs ou qui s'y retrouvent par accident. Cela est devenu

particulièrement important lorsque Paradise City a commencé à organiser des événements sur l'eau pendant la pandémie, appelés "Paradise Down by the Lake". "C'était comme Paradise City mais sur des bateaux. Vous pouviez être sur un bateau avec votre petite bulle de huit personnes, donc c'était à l'abri du Covid", explique Koshari. Depuis lors, le festival s'est associé à l'ONG internationale [River Cleanup](#), qui l'a aidé à débarrasser les étangs des déchets. Pendant les festivals, les visiteurs peuvent faire don de la consigne de leurs gobelets réutilisables à l'ONG en jetant les gobelets dans de grandes boîtes de collecte sur le site du festival.

Paradise City a profité de l'interruption forcée de la pandémie en 2020 pour investir dans la préservation du petit lac autour du château, nous dit Koshari. La rive s'était lentement enfoncée dans l'étang, le rendant moins profond chaque année. Ils ont donc réinstallé et renforcé la rive de l'étang et l'ont protégée par des plantes. La boue extraite de l'étang a été réutilisée comme engrais pour le sol du parc et dans les champs.

En 2021, le festival a investi dans des améliorations pour ses ponts flottants. Depuis, les ponts ne déplacent plus autant la boue sur le fond de l'étang, ce qui donne une eau plus claire.

LA SOLUTION



RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'EAU GRÂCE À UNE ZONE DE TOILETTES PARTAGÉES

Outre le traitement de l'eau, le festival s'efforce de réduire la consommation d'eau. En 2022, il y avait encore quelques toilettes à eau dans la zone de confort du camping, mais toutes les toilettes sur le site du festival étaient des toilettes à aspiration, qui ne nécessitent qu'une fraction de l'eau pour la chasse d'eau. "Nous avons beaucoup plus de toilettes à vide cette année car nous avons une zone de toilettes partagées, qui était utilisée par le camping mais aussi par le festival. Quand le festival était ouvert, il était fermé pour le camping, et quand le festival était fermé, il était ouvert pour le camping," explique Koshari.

Les toilettes sèches seraient la prochaine étape naturelle. "Ils sont assez propres et très agréables à utiliser" mais ils sont aussi encore assez rares et chers

en Belgique.

En 2022, de l'eau du robinet filtrée a été proposée gratuitement pendant toute la durée du festival, ce qui a rendu les bouteilles en plastique superflues.

Les horloges à eau permettent à l'équipe du festival de savoir exactement combien d'eau a été utilisée pendant l'événement. Malheureusement, au moment de la rédaction de cet article, les chiffres pour 2022 n'étaient pas encore connus. "Je pense que c'est super important de mesurer tout ce que l'on fait. Ce n'est pas sorcier, mais cela demande beaucoup de temps et d'efforts pour tout collecter. Mais lorsque vous avez toutes les données en un seul endroit, vous pouvez voir où vous pouvez vous améliorer " explique Koshari.



QUEL EST LA SUITE ?

Paradise City essaiera d'introduire des toilettes sèches lors de la prochaine édition, dans une zone de toilettes plus petite avec seulement une poignée de personnes pour les tester sur le public. Ils sont également en pourparlers avec une entreprise qui peut traiter sur place les eaux noires des toilettes à aspiration pour les réutiliser dans les toilettes, ce qui réduirait encore la consommation d'eau et éliminerait la nécessité de transporter les eaux noires collectées vers une entreprise de traitement. À terme, le festival aimerait trouver des moyens de traiter l'eau pour qu'elle redevienne potable.

Outre l'eau, le festival a mis en place un plan de mobilité verte qui comprend des trains de nuit pour réduire les émissions liées aux déplacements. Le menu, déjà exempt de viande, sera réexaminé afin de déterminer s'il est possible de supprimer le poisson ou d'introduire davantage d'options végétaliennes.

2.5

TRAVEL & TRANSPORT



Photo by Johannes Krueger



SNNTG FESTIVAL



VILLE, PAYS

Région de Hanovre, Allemagne

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

3000

SITE

Musée historique du tramway à Wehmingen, Sehnde

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2017

GENRE

Techno, House, Pop/Rock Indé, Soul, Hip Hop, Reggae, Alternative

DÉFI & SOLUTION

Réduire les émissions liées aux déplacements en proposant des navettes et des vélos gratuits.

Photo de Doppelgaenger-Medien

SNNTG est une association culturelle à but non lucratif fondée en 2017 dans le but de promouvoir l'art et la culture dans la région de Hanovre. "SNNTG vise à être une plateforme pour l'art, la musique et d'autres projets culturels qui aide à connecter diverses disciplines et pratiques culturelles et des personnes de différents domaines", explique le cofondateur Philip Hellberg. L'association veut initier la participation aux interactions et activités sociales ainsi que la participation socio-politique mais reste politiquement indépendante.

L'une des façons pour le SNNTG d'y parvenir est de proposer un programme culturel à bas seuil. L'accent est mis sur le travail collaboratif et interdisciplinaire. Actuellement, l'association SNNTG compte près de 80 membres bénévoles, parmi lesquels des étudiants, des stagiaires, des

indépendants et des professionnels, dont beaucoup sont également impliqués dans d'autres collectifs et associations (à but non lucratif).

L'association est basée à Hanovre, et le festival SNNTG a lieu dans la ville voisine de Sehnde. Le quartier de Wehmingen abrite un musée historique du tramway, qui devient temporairement le site du festival. "La combinaison d'un festival et d'un musée du tramway est certainement unique," déclare M. Hellberg. Pendant le festival, les invités peuvent visiter et monter dans des trams historiques et ainsi découvrir de près une partie du musée. Le nom du festival vient du mot allemand pour le dimanche ("Sonntag").



CLIQUEZ
POUR VOIR

UN MUSÉE HISTORIQUE DU TRAMWAY SOUS LE SIGNE DU DIMANCHE



LE DÉFI

RÉDUIRE LES DÉPLACEMENTS EN VOITURE

Le festival n'a pas les moyens financiers de payer une analyse de CO₂, nous dit Hellberg. Or, selon une analyse de CO₂ de l'OpenAir St. Gallen, avec lequel le SNNTG est en contact, l'arrivée et le départ des invités en voiture représentent une part importante des émissions totales d'un festival. Par conséquent, l'objectif du festival SNNTG est d'éviter que les membres du public, l'équipe et les artistes ne se déplacent en voiture.

De nombreux visiteurs du SNNTG viennent de la région de Hanovre, ce qui permet de se déplacer avec les transports publics, explique M. Hellberg. Pourtant, la question du transport de leurs bagages doit être résolue. Dans le cadre de sa mission visant à supprimer tous les trajets en voiture, le festival s'intéresse également aux transports de la production, aux déplacements des équipes et des artistes.

“ En ce qui concerne les transports publics, les projets échouent souvent en raison des prix élevés.

OFFRIR DES NAVETTES GRATUITES ET DES VÉLOS À LOUER

Le SNNTG a plusieurs approches pour rendre les différents domaines des voyages et du transport plus durables.

Pour leur public, ils fournissent des informations sur les moyens de se rendre au festival en bus, en train et à vélo et encouragent ces modes de déplacement. "Il faut environ une heure pour aller en vélo de la gare centrale de Hanovre au festival. Il y a une station de tram plus proche à Kronsberg, qui se trouve à 15 minutes en vélo," décrit Hellberg. Pour les clients arrivant à vélo, le SNNTG met à disposition des itinéraires cyclables, propose une navette pour les bagages et une arrivée conjointe des vélos en tant qu'événement séparé. Une navette gratuite relie la gare de Kronsberg au site du festival pour ceux qui n'ont pas de vélo. Le festival propose toujours un parking pour les voitures, mais les prix ont été augmentés pour décourager les visiteurs de venir en voiture.

L'équipe s'efforce toujours de créer des incitations à la pratique du vélo. Pour 2022, ils font du voyage à vélo un événement à part entière, avec des arrêts pour boire et manger, et éventuellement de la musique en chemin. Sur place, le festival proposait des vélos à louer aux visiteurs grâce à une coopération avec la société de location de vélos Swapfiets.

Ils peuvent également être utilisés pour explorer la région. Hellberg regrette que le partenariat n'ait pu être renouvelé pour l'édition 2022, la pandémie de COVID ayant tout simplement rendu impossible toute planification à long terme pour l'équipage bénévole.

Pour réduire les émissions dues aux déplacements liés à la production, l'équipe veille à ce que les déplacements en voiture soient aussi limités que possible et utilise des vélos à la place. Pendant les périodes de montage, d'exécution et de démontage, l'équipe emprunte et utilise des vélos cargo.

Le SNNTG a une politique d'interdiction de vol pour les artistes et les encourage à venir en train. Pour faciliter les choses, ils proposent un service de navette qui amène les artistes de la gare au site du festival. Pour ce faire, l'équipe utilise le plus souvent possible des voitures électriques. Jusqu'à la dernière édition, l'entreprise partenaire MOIA assurait ce service avec des navettes électroniques, mais comme pour Swapfiets, cette coopération a été victime de la pandémie. Pour 2023, Hellberg et son équipe souhaitent trouver de nouveaux partenaires pour renouveler leurs services de location de vélos et de navettes.

Photo de Doppelgaenger-Medien



OFFRIR DE MEILLEURS SERVICES GRÂCE À DES PARTENARIATS

La coopération avec MOIA et Swapfiets n'a entraîné aucun coût financier pour le festival et lui a permis d'offrir des services plus durables à ses visiteurs. Le service de navette pour les festivaliers coûte au festival une somme élevée à quatre chiffres, mais Mme Hellberg affirme que "cela en vaut absolument la peine !"

Toutes ces idées ont été développées par les organisateurs, qui ont ensuite contacté les partenaires appropriés pour les concrétiser. Pour devenir plus créatifs et trouver de nouvelles idées, ils ont également pris contact avec d'autres festivals.

Pour mener à bien les mesures relatives aux voyages et aux

transports, il est essentiel de collaborer avec des partenaires adéquats et engagés, affirme Hellberg. Cependant, certains projets ne sont pas (encore) viables pour le festival car il ne dispose pas des fonds nécessaires - par exemple pour intégrer des billets de train (régionaux) gratuits dans le billet du festival. "En matière de transports publics, les projets échouent souvent à cause des prix élevés", sait Hellberg.

Une autre leçon apprise : "Il est important de rendre les voyages durables aussi pratiques que possible, mais si c'est nécessaire, soyez courageux et faites passer la durabilité avant la commodité."



QUELLE EST LA SUITE ?

D'ici quelques années, le SNNTG veut parvenir à zéro visiteur venant en voiture. En outre, l'équipe souhaite déterminer les émissions d'équivalents CO₂ du festival et rédiger ou faire rédiger un concept global de durabilité. Pour ce faire, le SNNTG souhaiterait obtenir des conseils externes, car la durabilité peut être un domaine très complexe dans lequel il faut naviguer, comme le sait Hellberg.



OPENAIR ST. GALLEN



Photo de Michael Dornbierer

VILLE, PAYS

St. Gallen, Suisse

SITE

Réserve naturelle de Sittertobel

NOMBRE DE JOURS

4

GENRE

Rock, Pop, Indé, Hip Hop

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

27,500

CAMPING

Oui

CRÉÉ EN

1977

DÉFI & SOLUTION

Encourager les déplacements écologiques en subventionnant les billets de train





DES ARTISTES INTERNATIONAUX RENCONTRE LA NATURE SUISSE

OpenAir St. Gallen est l'un des plus anciens et des plus grands festivals de musique en plein air de Suisse. La première édition a eu lieu sur l'Aetschberg à Abtwil en 1977. Quatre ans plus tard, il a déménagé à son emplacement actuel, la réserve naturelle Sittertobel. Il est situé à seulement 15 minutes de la gare locale et porte le nom de la rivière Sitter, qui constitue une frontière naturelle du site du festival.

"Ce qui est unique à OpenAir St. Gallen, c'est que le camping est intégré au site du festival. Lorsque vous entrez sur le site du festival, vous vous installez pour 4 jours et

4 nuits entières, ce qui crée une ambiance extraordinaire", explique Désirée Messmer, responsable du personnel et des bénévoles. Messmer est également responsable de la durabilité, du comité d'organisation et des demandes de renseignements du public à OpenAir St.

CLIQUEZ
POUR VOIR



Photos de Julius Hatt (ci-dessus) et Daniel Gassner



LE DÉFI

MOTIVER LES VISITEURS À VOYAGER DE MANIÈRE ÉCOLOGIQUE

"Agir de manière durable a toujours été une préoccupation majeure ici à OpenAir St. Gallen, notamment parce que le festival se déroule dans une réserve naturelle", explique Messmer. Les premiers projets de durabilité ont été mis en œuvre en 1994 et de nouveaux projets ont été ajoutés chaque année. Il s'agit notamment des défis liés aux déplacements du public : Les émissions de CO₂ dues aux

déplacements des visiteurs constituent l'une des principales sources de gaz à effet de serre pour chaque festival.

C'est pourquoi l'OpenAir St. Gallen encourage les visiteurs à utiliser des moyens de transport écologiques au lieu des voitures et des avions.

“ Agir de manière durable a toujours été une préoccupation majeure à l'OpenAir St. Gallen, notamment parce que le festival se déroule dans une réserve naturelle.

TRANSPORTS PUBLICS ET PARTENAIRES RÉGIONAUX

OpenAir St. Gallen a reconnu que l'une des raisons pour lesquelles les festivaliers préfèrent arriver en voiture plutôt qu'en transports publics est que ces derniers sont souvent plus chers. C'est pourquoi le festival subventionne les déplacements en transports publics afin de les rendre plus abordables pour son public.

Les bus de la ville ainsi que les navettes entre le parking/la gare centrale et le site du festival sont inclus dans le billet du festival depuis le tout début. Jusqu'en 2013, le festival offrait une réduction de 20 % sur les billets de train achetés en même temps que le billet du festival. Lorsque les billets du festival et du train étaient achetés en même temps, les visiteurs bénéficiaient d'une réduction supplémentaire de 5 % sur le billet du festival.

En 2014, la réduction sur les billets du festival a été supprimée, mais depuis, les festivaliers bénéficient d'une réduction de 50 % sur les billets de train pour le festival. Pour rendre cela possible, OpenAir St. Gallen travaille avec la compagnie ferroviaire nationale, les Chemins de fer fédéraux suisses (SFR). Messmer explique que les festivaliers paient 50% de leur billet de train, le festival 30% et SFR 20%. Les tentatives de négociation d'un

rabais de 100% n'ont pas abouti jusqu'à présent, car le festival ne pouvait pas se permettre les quelques centaines de milliers de francs que SFR demanderait pour cette opération.

En plus de soutenir les transports publics, le festival tente de rendre les déplacements en voiture moins attrayants. Il n'y a qu'un nombre limité de places de parking (3000), qui sont chères, coûtant 60 francs suisses (environ 58 euros) chacune pour quatre jours. Au fil des ans, le festival a augmenté le nombre de visiteurs qui arrivent avec les transports publics, à vélo ou à pied, pour atteindre 83 % en 2019 (en 2010, ce chiffre était encore de 47 %).

Afin de réduire au maximum les distances de transport, OpenAir St. Gallen travaille autant que possible avec des partenaires régionaux, explique M. Messmer. Les voitures de location sont fournies par une entreprise de St. Gallen, les services audio et lumière sont proposés par des entreprises de la ville même et de Herisau (à environ 13 kilomètres), et la vaisselle réutilisable provient d'une entreprise de Niederwil (à environ 18 kilomètres).

LA SOLUTION



DEVENIR NEUTRE SUR LE PLAN CLIMATIQUE GRÂCE À LA COMPENSATION

Dans d'autres domaines, le festival n'a pas encore introduit de solutions pour diminuer les émissions de dioxyde de carbone. Par exemple, les artistes qui se rendent en Suisse par avion pour le festival. "En 2019, nous avons eu beaucoup d'actes provenant de pays voisins, et de fait, les émissions de CO₂ dans les déplacements ont rapidement chuté", se souvient Messmer. "Si nous voulions réduire de manière significative les émissions de CO₂ dues aux déplacements, nous devrions, par principe, nous appuyer sur les artistes régionaux. Cependant, nous

voulons toujours offrir à notre public une programmation actuelle et attrayante, c'est pourquoi nous faisons parfois venir par avion des têtes d'affiche de l'étranger."

Au lieu de renoncer à ces artistes, OpenAir St. Gallen compense depuis 2019 ses émissions de carbone résiduelles en investissant dans des projets de protection du climat. Selon ses propres dires, l'OpenAir St. Gallen est ainsi le premier grand festival en plein air de Suisse à devenir neutre sur le plan climatique.



QUELLE EST LA SUITE ?

Pour l'édition 2022, OpenAir St. Gallen a installé de nouvelles installations sanitaires, qui, selon Messmer, utilisent jusqu'à 80% d'eau en moins en moyenne. Pour la première fois, le festival collectera également les restes de nourriture sur les stands de restauration, dans les coulisses et à certains endroits de l'espace public. "Notre partenaire, Jakob Bösch AG, utilisera ces restes de nourriture pour produire du biogaz après le festival", nous a expliqué Messmer.



FIRE IN THE MOUNTAIN



VILLE, PAYS

Aberystwyth (Ouest du Pays de Galles), Royaume-Uni

SITE

Une ferme à l'extérieur d'Aberystwyth

NOMBRE DE JOURS

3

GENRE

Folk, musique traditionnelle

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

2000

CAMPING

Oui

CRÉÉ EN

2011

DÉFI & SOLUTION

Réduire les émissions de CO₂ liées aux déplacements grâce au programme Coach Ambassador



UN PETIT FESTIVAL FAMILIAL DANS LES MONTAGNES GALLOISES

Fire in the Mountain est accompagné d'un rappel amical sur son site web :

"Il ne s'agit pas d'un festival de tentes jetables et de canettes de Tuborg."

Le festival se déroule dans une ancienne ferme de 40 acres située au milieu du Pays de Galles, dans les magnifiques contreforts des monts Cambriens. Une tente de bonne qualité, un sac de couchage chaud et des bottes solides et imperméables sont recommandés aux visiteurs pour pouvoir affronter la campagne galloise. Pourtant, le festival est familial et attire des personnes de tous âges, explique Joe Buirski, directeur général

et programmeur musical de Fire in the Mountain. "Comme notre événement est petit et décontracté, nous attirons aussi beaucoup de personnes de 50-70 ans."

Fire in the Mountain propose quelques billets à la journée pour le dimanche, mais la plupart des visiteurs restent dans l'un des deux campings du festival pour tout le week-end.

Les points forts du festival sont, selon M. Buirski, "la petite taille, la beauté de la nature, la musique intéressante, la structure non corporative gérée par des bénévoles et le caractère durable."

CLIQUEZ
POUR VOIR





RÉDUIRE LES TRAJETS EN VOITURE MALGRÉ UN SITE DE FESTIVAL ÉLOIGNÉ

Le voyage aller-retour vers un festival est la plus grande source d'émissions de dioxyde de carbone pour les événements. Selon [Julie's Bicycle](#), "les déplacements du public sont à l'origine de deux tiers des émissions du secteur des festivals et d'un quart de toutes les émissions liées aux déplacements du public de la musique". Si les festivals en milieu urbain sont plus facilement accessibles grâce à tous les types de transports publics, le problème est particulièrement important dans les festivals en milieu naturel.

Fire in the Mountain est un festival entièrement nouveau, situé relativement loin dans les contreforts du Pays de Galles. L'équipe du festival est bien consciente de ce problème. "Il y

a une urgence climatique et nous devons tous agir. Nous savons que le transport par véhicule personnel est l'une des principales causes d'émissions pour les événements musicaux. C'est la plus grande partie des émissions que nous ne pouvons pas contrôler, et nous voulions essayer de les réduire", explique M. Buirski. Autre facteur de motivation : les dépenses élevées liées à la création d'un espace destiné à servir de parking et à le faciliter : "Cela nous coûte plus de 7000 £ pour faciliter l'accès des voitures et des camionnettes ; des stewards et des agents de stationnement, une sécurité supplémentaire, la location d'un terrain, et tous ces revêtements temporaires coûteux, lourds et horribles à manipuler. De plus, nous manquons de places de parking !"

“

[Le transport par véhicule personnel] est la principale source d'émissions que nous ne pouvons pas contrôler, et nous voulions essayer de la réduire.

LE COVOITURAGE AVEC LE PROGRAMME COACH AMBASSADEUR

Pour lutter contre les émissions dues aux déplacements, Fire in the Mountain a lancé un plan quinquennal, l'initiative en faveur des déplacements durables, afin de réduire l'utilisation des voitures et des fourgonnettes aux seuls véhicules les plus essentiels et de supprimer à terme leurs émissions de carbone. Le plan prévoit d'augmenter les frais de stationnement pour les équipages et les participants à 20 £ par véhicule. "Nous verrons comment se déroule cette année pilote, mais nous sommes susceptibles d'augmenter le prix de stationnement d'année en année pour aider tout le monde à passer au vert. Conduire une voiture devrait être un luxe, pas une nécessité," constate le directeur général.

Le plan prévoit également le stationnement et la recharge gratuits des véhicules électriques, la mise à disposition de minibus gratuits pour l'équipe, la promotion du covoiturage, du vélo et des voyages en autocar, des navettes au départ de la gare d'Aberystwyth pour la moitié du prix (1,50 £), une option de compensation carbone pour les conducteurs via la page des billets du festival, et le programme Coach Ambassador.

L'idée de ce programme est d'inciter les visiteurs à organiser le covoiturage. " Nous proposons d'envoyer un véhicule polyvalent subventionné à

n'importe quel endroit du pays si la demande est avérée, qu'il s'agisse d'un véhicule de 16 à 52 places", explique M. Buirski. "Il est délicat, pour un événement de taille moyenne, de deviner où mettre des autocars. Nous avons donc envoyé un courrier électronique au public de notre festival, afin d'encourager les gens à devenir un organisateur de coachs dans leur région. Nous vérifions les codes postaux des personnes qui ont acheté des billets et nous leur envoyons un e-mail pour leur demander de se regrouper avec d'autres personnes vivant à proximité pour partager un car que nous organisons. Nous voulions ensuite inviter une personne de la région à coordonner le car et à être en contact avec les autres passagers, en échange d'un voyage gratuit."

La subvention provient des frais de stationnement : tout l'argent qui reste après avoir payé les frais connexes servirait à réduire les frais de navette de la gare ou à financer le programme Coach Ambassador. "Une entreprise locale est en mesure de fournir des véhicules de taille différente en fonction de la demande", poursuit M. Buirski. "Ces autocars ne seront pas gratuits mais seront à un prix inférieur au prix de revient". Pour être économiquement viable, un monospace doit être partagé par plus de dix personnes.

LA SOLUTION



RÉDUIRE LE TRANSPORT PAR VÉHICULE EN 2023

Comme c'est le cas pour de nombreux autres festivals en 2022, l'objectif de Fire in the Mountain est d'avoir lieu en premier lieu après la longue pause pandémique. "C'est un défi d'organiser un événement après deux ans, et malheureusement, nous n'avons pas la capacité d'accorder toute notre attention au Coach Ambassador Scheme cette année. En 2023, lorsque nous devrions revenir à la normale, nous nous concentrerons vraiment sur la réduction du transport par véhicule", déclare M. Buirski.

Le festival poursuivra son plan "Washing Up", qui interdit tout objet à usage unique sur l'ensemble du site. "Nous avons investi dans des milliers d'assiettes, de bols et de couverts en métal et acheté un lave-vaisselle industriel. Nous demandons à tous les commerçants d'utiliser nos ustensiles de service, et nous avons une équipe qui s'occupe de la vaisselle. Cela réduit considérablement la quantité de déchets mis en décharge", explique le directeur général.



“

Comme notre événement est petit et décontracté, nous attirons également beaucoup de personnes de 50-70 ans.



VILLE, PAYS

Paris, France

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

40,000

SITE

Le Bois de Vincennes, le deuxième plus grand parc de la ville

CAMPING

Non

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2011

GENRE

Musique, art, gastronomie, débats, programme pour les start-up et les ONG.

DÉFI & SOLUTION

Pionnier des techniques de production respectueuses de l'environnement en incluant toute l'équipe de production.

Photo de Romain Bassenne



LABORATOIRE FRANÇAIS POUR LES SOLUTIONS D'ÉVÉNEMENT DURABLE

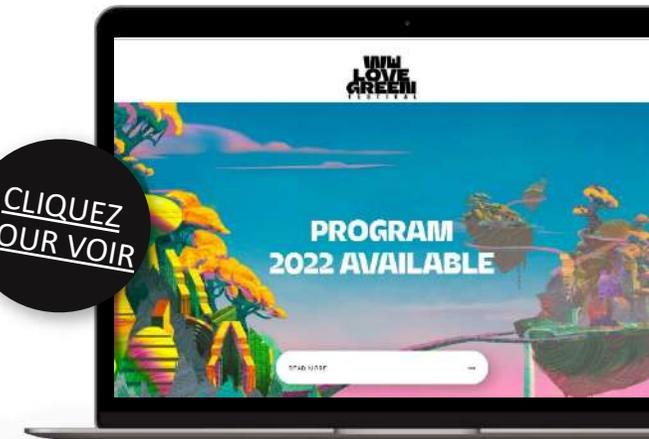
WE LOVE GREEN est un laboratoire autoproclamé pour l'innovation durable dans le secteur des événements en direct. Son objectif est de tester des solutions vertes et de prouver qu'il est possible de combiner notre mode de vie actuel avec un développement durable. "Nos techniques de production écologiques pionnières sont un élément essentiel du festival, et elles adhèrent à une charte de durabilité en huit points qui se concentre sur : l'énergie, les services alimentaires, l'eau, la gestion des déchets, le transport, la sensibilisation, la compensation carbone et l'économie circulaire", explique Marie Sabot, cofondatrice de WE LOVE GREEN.

Le programme du festival comprend de la musique, de l'art, de la nourriture, des conférences ainsi qu'un espace pour les start-up et les ONG. "Nous réunissons 5 scènes musicales, 60 artistes et DJs live, 60

conférenciers, 51 restaurants, des productions artistiques et créatives éco-conçues, 30 start-ups et ONG, un kids club ainsi que des projections de films et d'extraits de documentaires sur toutes les scènes entre les spectacles", précise Sabot.

Le festival reste indépendant à ce jour et la motivation de Mme Sabot à s'engager dans le développement durable est très personnelle, elle nous dit : "Je viens du Sud de la France, où les gens travaillaient dans l'agriculture et le vin. Enfant, j'ai vu le passage du maraîchage et des vergers aux très grandes exploitations, l'intensification des traitements sur les vignes et l'arrivée des machines à vendanger." Elle décrit cette situation comme une "évolution alarmante", le début de "la déconnexion entre l'homme et la nature et la perte d'une grande culture du vin et des territoires".

CLIQUEZ
POUR VOIR



Photos de Romaine Bassenne (en haut) et Adu Parc (en bas)



LE DÉFI

DES TECHNIQUES DE PRODUCTION ÉCOLOGIQUES D'AVANT-GARDE

Il faut un certain temps pour faire défiler toutes les réalisations écologiques de WE LOVE GREEN. En 2022, le festival introduit un mix énergétique composé de panneaux solaires, de quelques générateurs d'hydrogène vert et de piles à combustible, et de divers générateurs de biocarburants. 95 % des sources lumineuses sont des LED. Le festival a créé un outil en ligne qui permet aux festivaliers et aux artistes de calculer leur empreinte carbone liée à leur déplacement et de compenser ces émissions. En 2019, ils ont planté 80 000 arbres avec le moteur de recherche Ecosia.

WE LOVE GREEN sépare les déchets en 11 catégories (par exemple, bio, recyclables, huiles de cuisson), qui sont toutes traitées dans une chaîne dédiée pour atteindre une circularité totale. En 2019, 81 % des déchets ont été recyclés. Ils ont créé un centre d'échange de matériel pour recycler les décors utilisés. Lors de la dernière édition, 15 000 mégots de cigarettes ont été collectés et recyclés. Une entreprise française spécialisée peut nettoyer les filtres en acétate de cellulose, hautement toxiques, et les transformer en articles tels que cendriers, pots à crayons et même meubles.

Les aliments proposés à WE LOVE GREEN sont d'origine locale, de saison et biologiques. 100% des commerçants proposent un plat végétarien ou végétan, 50% d'entre eux sont entièrement végétariens ou végétans. Les assiettes et les serviettes sont compostables et transformées en engrais pour l'agriculture locale ; les couverts sont recyclés. En 2022, le personnel du festival et la restauration des artistes utilisent de la vaisselle

réutilisable et disposent d'un système de lavage de la vaisselle, géré par un centre de services qui accompagne les personnes handicapées vers l'emploi.

En 2019, 2600 repas invendus ont été distribués à des associations caritatives, évitant ainsi la destruction de 3,1 tonnes de nourriture. Grâce à un système de consigne des éco-cups et à l'utilisation de bouteilles réutilisables, ils ont économisé plus de 280 000 bouteilles en plastique en 2019. Il y a 100 robinets d'eau gratuits pour remplir les bocaux réutilisables. Le festival a une politique de zéro plastique à usage unique, valable également pour l'équipage et les artistes. L'utilisation exclusive de toilettes sèches a permis d'économiser 2,1 millions de litres d'eau et les déchets des toilettes ont créé 22 000 litres de compost. L'urine était même transformée en engrais agricole, puis distribuée aux agriculteurs locaux.

En outre, WE LOVE GREEN analyse la production de CO₂ de chaque édition, notamment en demandant des informations détaillées aux partenaires. "Le calcul des émissions de carbone reste le meilleur moyen d'améliorer nos pratiques", déclare Mme Sabot. L'objectif est, d'une part, de réduire la production de carbone et, d'autre part, de compenser ces émissions. En outre, une étude d'impact sur la biodiversité locale sera menée en 2022 afin de mieux comprendre comment le festival affecte la biodiversité et comment l'améliorer.

CRÉER DES CHARTES POUR TOUTES LES PERSONNES IMPLIQUÉES DANS LE FESTIVAL

WE LOVE GREEN a élaboré sa stratégie en matière de durabilité en rencontrant d'autres organisations culturelles et en échangeant des idées avec un large éventail de personnes issues d'autres domaines, explique Mme Sabot. "Le festival avait des objectifs clairs, mais n'a pas pu tout réaliser comme prévu, par manque de temps ou de moyens. Nous avons donc dû établir une stratégie pour surmonter ces lacunes", ajoute la cofondatrice. Le choix des mesures à inclure pour réduire l'impact du festival dépend de différents critères : le caractère durable des solutions, leur faisabilité économique et leur avancée technologique ou méthodologique.

Pour que ces mesures fonctionnent dans la pratique, WE LOVE GREEN s'efforce de faire en sorte que tous les participants au festival s'impliquent également dans le développement durable. Le festival a créé une charte pour chacun des cinq groupes de participants : production de l'événement, artistes, restauration et boissons, bénévoles, partenaires et prestataires de services (toilettes, bars et techniciens).

Ces chartes servent de lignes de conduite pour un comportement écologiquement responsable. Par exemple : les commerçants s'engagent à respecter les 15 critères de la restauration (traçabilité, certifié, emballage, etc.) ; les équipes des partenaires, les prestataires de services et les 1000 bénévoles s'engagent à respecter les consignes de recyclage et d'économie d'eau et d'énergie. Avant chaque édition de WE LOVE GREEN, le personnel

est sensibilisé à la démarche de durabilité, à sa mise en œuvre dans la production, et des chartes sont partagées dans chaque département. "Nos artistes doivent signer une charte de politique verte dans leur contrat, où nous expliquons toutes les mesures prises sur le festival", explique Mme Sabot. "Cela inclut la compensation carbone de leur trajet et l'absence de plastique à usage unique dans les coulisses."

Il n'y a pas de charte pour le public. "Nous savons que notre public vient, car l'essence du festival est éco-responsable depuis le début. Je pense que, même si tous nos festivaliers ne sont pas engagés, ils savent tous qu'ils viennent à un festival engagé," explique Mme Sabot.

"Pour communiquer avec succès sur la durabilité, WE LOVE GREEN adopte l'approche la plus éducative possible, sans traiter notre public comme des enfants", poursuit-elle. Le festival publie les progrès de leurs développements durables, en les reliant à des données prouvées ou prouvables. La communication conserve un ton ludique mais responsabilisant, sans être culpabilisante.

LA SOLUTION



LA DURABILITÉ PEUT CRÉER DES REVENUS

Le directeur du festival estime que la création d'un festival écologiquement responsable coûte en moyenne environ 30 % de plus. Cependant, le fait d'être un expert en matière de durabilité ouvre également de nouvelles sources de revenus.

L'équipe donne des conférences sur ses expériences et conseille les institutions publiques ; par exemple, le comité d'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de 2024 à Paris (COJO) a contacté le festival, car il souhaitait en savoir plus sur la production de grands événements respectueux de l'environnement. En outre, le festival a été

consultant pour le ministère de l'écologie afin de produire une COP 21 plus durable à Paris.

WE LOVE GREEN bénéficie également d'un financement public par le biais d'un projet européen de Creative Europe géré par le festival : Green Europe Experience (GEX) se concentre sur les deux thèmes majeurs que sont la nourriture et la scénographie. "Nous voulons améliorer le modèle de création et de production des festivals en nous appuyant sur le modèle de l'économie circulaire et ses 7 R. L'objectif est de réduire toujours plus leur impact écologique tout en augmentant leur impact social positif," explique Mme Sabot.



Photo de Romain Bassenne

QUELLE EST LA SUITE ?

WE LOVE GREEN veut devenir 100% circulaire d'ici 2025. Le festival est l'un des quelque 20 festivals internationaux, tels que Roskilde, DGTL et Shambala, qui font partie de l'initiative Green Deal Circular Festivals. Ces festivals ont signé un accord, créé par la société néerlandaise Green Events International et le gouvernement néerlandais, pour adopter une économie durable et circulaire. L'objectif est de concevoir un schéma directeur pour des festivals résilients et circulaires partout d'ici 2025.

Les deux prochains grands défis de WE LOVE GREEN sont, selon Sabot, les matériaux et l'énergie : le tri des déchets, notamment alimentaires, que les prestataires de services de tri négligent parfois, aller plus loin dans le compostage et tester de nouvelles sources et de nouveaux procédés énergétiques.



Photo by
Katja Borns

VILLE, PAYS

Tolmin, Slovénie

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

12 000

SITE

Sotočje, où deux rivières
rencontrent la forêt

CAMPING

OUI

NOMBRE DE JOURS

5

CRÉÉ EN

2013

GENRE

Métal

DÉFI & SOLUTION

S'engager auprès d'un public
diversifié par une communication
subtile





DE GRANDS ARTISTES DU MÉTAL AU MILIEU DE LA PURETÉ DE LA NATURE SLOVÈNE

L'innovation et l'hospitalité sont au cœur de MetalDays depuis sa création en 2013 et depuis plus longtemps encore pour ses créateurs, Nika Brunet et son mari Boban Milunović. Des visiteurs viennent régulièrement de plus de 70 pays sur le site du festival, Sotočje (jonction en slovène), qui se trouve dans une forêt. Sur le site, deux ruisseaux de montagne, Soča et Tolminka, se rejoignent au milieu d'une nature slovène intacte, près de la ville de Tolmin, qui ne compte que 3500 habitants.

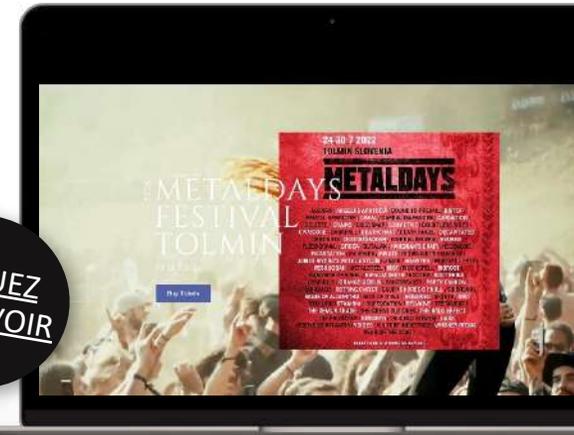
Malgré son éloignement, MetalDays est le plus grand festival de Slovénie et l'un des principaux festivals de métal en Europe, attirant chaque année des groupes de renommée mondiale. Mme Brunet qualifie les MetalDays de "véritable pionnier parmi les festivals". Ils ont en effet inventé le concept consistant à combiner les événements musicaux et les vacances. Parallèlement, ils ont défini des normes en matière d'écologie et de durabilité qui sont désormais suivies par de nombreux autres festivals.

L'une de ces normes est la caution ordures, une taxe que les visiteurs paient avec leur billet et qu'ils peuvent récupérer après avoir nettoyé leur emplacement de camping et rendu leurs sacs poubelles remplis une fois le festival terminé. C'est une mesure que Brunet

recommande à chaque festival de mettre en place. "Cela incite notre public à participer au maintien de la propreté de la zone du festival", explique le responsable de l'événement.

En outre, les visiteurs reçoivent des sardines de tente biodégradables, qui peuvent être laissés dans le sol. Les couverts et la vaisselle sont biodégradables, le papier toilette et les serviettes de table sont fabriqués à partir de matériaux recyclés et organiques, et 50 % de la viande et des produits laitiers ont été remplacés par des aliments végétaliens. Le festival a également construit des canalisations d'eau potable sur l'ensemble du site (éliminant le besoin d'eau en bouteille) ainsi qu'un nouveau système d'égouts et de drainage qui réduit le nombre de toilettes chimiques en plastique utilisées. Ce ne sont là que quelques-unes des mesures mises en œuvre à MetalDays.

CLIQUEZ
POUR VOIR





COMMUNIQUER LA DURABILITÉ À UN PUBLIC DIVERSIFIÉ

Selon Brunet, parmi les nombreux défis que les MetalDays ont dû relever au fil des ans, deux se distinguent : le financement et la communication. Le festival étant indépendant, sans sponsor ni autre soutien financier, Brunet et Milunović paient de leur poche les initiatives de durabilité. "Mon mari et moi aimons plaisanter en disant que nous avons investi suffisamment pour acheter deux belles maisons familiales à Ljubljana, en Slovénie", explique Mme Brunet. Cela en valait-il la peine ? "C'est discutable. J'aime à penser que l'une des raisons pour lesquelles les visiteurs aiment tant notre festival et aiment revenir chaque année est aussi le travail que nous faisons pour créer un festival plus durable avec un impact environnemental plus faible. Pour nous personnellement, il n'y avait tout simplement pas d'autre option.

Si la question porte davantage sur l'aspect financier, la réponse est sans aucun doute : non, cela n'a pas été payant."

L'idée de créer un festival durable reflète les convictions personnelles de Milunović et de Brunet ; tous deux, par exemple, vivent entièrement végétaliens. "Mon mari et moi essayons de vivre une vie durable 365 jours par an, alors nous avons pensé que notre festival ne devait pas être différent." Convaincre 12 000 visiteurs du monde entier, âgés de 20 à 50 ans, d'accepter ces croyances est un véritable défi, mais "avec la bonne approche et l'éducation de nos visiteurs, nous sommes allés très loin", ajoute Brunet.

“

L'une des raisons pour lesquelles les visiteurs aiment tant notre festival [...] est aussi le travail que nous faisons pour créer un festival plus durable.

PARFOIS, DIRE MOINS VEUT DIRE PLUS

Le couple a appris que, parfois, trop d'explications peuvent se retourner contre eux.

Lorsqu'ils ont commencé à introduire des aliments d'origine végétale, de nombreux visiteurs, selon Mme Brunet, savaient qu'elle et son mari étaient vegans. "Ainsi, lorsque nous avons tenu notre premier stand vegan au festival, nous avons reçu des commentaires tels que : "Vous nous imposez vos croyances personnelles et votre mode de vie, vous ne réussirez pas, et cela ne

fera que se dégrader". Au lieu de changer d'avis sur la décision d'introduire des aliments à base de plantes, ils ont simplement cessé de faire explicitement la publicité des options végétaliennes. "Maintenant, notre communication est plus du genre : "Regardez, voici un délicieux hamburger, il y a beaucoup d'options de nourriture saine au festival, alors venez et profitez-en."



"Maintenant, notre communication est plus du genre : "Regardez, voici un délicieux hamburger, il y a beaucoup d'options de nourriture saine au festival, alors venez et profitez-en."

Photo de Katja Borns



RETOUR AU PLAN QUINQUENNAL

Avant la pandémie, le festival avait élaboré un plan quinquennal visant à rendre le festival encore plus vert et plus propre, appelé "Green MetalDays".

Ces mesures comprenaient :

- Remplacer les générateurs diesel par des connecteurs électriques et introduction de tentes en carton prémontées ("Electric Funeral Project", 2019).
- Interdire les tentes à usage unique et proposer des tentes biodégradables à la place ("BIG Tent Revival Project", 2020).
- Introduire le stationnement gratuit pour les personnes pratiquant le covoiturage ("Green House Effect Project", 2020).
- Créer un supermarché sur place et suppression des emballages ("Toxic Garbage Island Project", 2021).
- Remplacer la plupart des toilettes chimiques par des solutions écologiques et permanentes ("Drainpipe Project", 2022)

- Passer à une alimentation 100 % végétale avec des produits biologiques locaux ("Reclamation Project", 2023).

Malheureusement, les Green MetalDays se sont arrêtés à cause de la pandémie. Le festival étant indépendant, il faudra probablement quelques années pour le remettre sur les rails, selon Brunet.

Le festival est confronté à d'autres défis qui nécessitent des solutions, comme la construction de la rocade de Tolmin. La construction imminente de l'autoroute aura un impact sur le site car elle divisera la zone du festival en deux. "Avec l'augmentation des coûts de production et des bandes, nous devons attendre et voir comment les choses évolueront", a conclu Brunet.



Avec l'augmentation des coûts de production et des groupes, nous devons attendre et voir comment les choses vont évoluer.



Photo de Wild Rumpus

VILLE, PAYS

Feanedock, frontière
Leicestershire/Derbyshire, Royaume-Uni

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

4000

SITE

La National Forest, un ancien paysage
industriel transformé en forêt

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2018

GENRE

Musique, arts, cinéma, conférences,
ateliers, activités

DÉFI & SOLUTION

Construire des structures durables à
partir de zéro en impliquant et en
motivant toutes les parties prenantes.

Situé dans la National Forest, un projet de régénération visionnaire dans les Midlands, le Timber Festival explore les avantages économiques, sociaux, environnementaux et culturels des arbres à travers un programme d'arts, de musique, de conférences, d'ateliers, de films et d'activités. Le site du festival, Feanedock, était autrefois un paysage industriel de mines de charbon. Aujourd'hui, il est devenu un site boisé au cœur de la forêt nationale qui a été récupéré, reboisé et le paysage transformé.

Les organisateurs du festival, Wild Rumpus, sont une société d'intérêt communautaire qui travaille à l'intersection des arts et de la nature, expliquent Aileen Ging (directrice de production et responsable du développement durable) et Sarah Bird (directrice du festival). "Nous sommes passionnés par l'idée d'emmener le public dans des aventures créatives en plein air qui

encouragent un lien avec la nature et aident à imaginer des futurs plus durables", déclare Ging. La stratégie globale de Timber consiste à offrir au public des possibilités inspirantes et créatives d'entrer en contact avec la nature, de susciter une passion pour la conservation et de susciter la curiosité quant à l'impact transformateur des arbres et des forêts sur la vie de chacun.

Le Timber Festival se passionne pour la collaboration avec un large éventail de groupes communautaires, d'écoles, de partenaires de commande, de chercheurs, de spécialistes de la conservation et d'ONG ainsi que d'artistes.

"Nous sommes poussés par les attentes de notre public, de nos partenaires de programmation et de nos partenaires financiers à leur offrir des moyens durables de s'engager dans le festival", explique Bird.



UN JEUNE FESTIVAL QUI EXPLORE L'IMPACT DES ARBRES SUR LA VIE DE CHACUN.



Photos de Wild Rumpus

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE DE DURABILITÉ À PARTIR DE ZÉRO

Bien qu'il s'agisse d'un jeune festival, Timber travaille à l'élaboration d'une stratégie globale de durabilité, et chaque domaine du festival présente ses propres défis.

La capacité et le financement sont les plus grands défis pour le Timber Festival. "Nous sommes une petite équipe, et investir du temps dans la recherche de toutes les options, ainsi que dans la compréhension et la communication de tous les impacts de nos décisions, demande beaucoup de temps au personnel", explique Ging, responsable de la durabilité. Il est nécessaire de s'assurer que tous les membres de l'équipe sont impliqués et jouent leur rôle en contribuant à la collecte des données, afin qu'une seule personne ne doive pas tout mesurer, suivre et analyser. Ils doivent également communiquer comment et pourquoi ils font les choses à toutes les différentes parties prenantes sur le site, car leur adhésion est essentielle pour mettre en œuvre efficacement les initiatives.

En outre, la passation de marchés peut également constituer un défi. Selon Ging, il y a un manque d'infrastructures durables telles que les poussettes électriques, les générateurs et les toilettes à compostage qui peuvent être louées localement dans les Midlands ; ces infrastructures sont également souvent plus chères. Les possibilités de transport public pour les déplacements du public ne sont pas non plus idéales pour le festival sur le terrain.

Le Timber Festival doit relever plusieurs autres défis, notamment convaincre l'équipe d'adopter de nouvelles solutions, s'assurer que les vendeurs de nourriture respectent les processus et les politiques en place, et encourager les changements de comportement, sans les imposer au public. "Il est difficile de conserver l'énergie et la volonté de changer tout en essayant de convaincre les autres de faire de même", résume Bird.

Il est difficile de conserver l'énergie et la volonté de changer tout en essayant de convaincre les autres de faire de même.

INTÉGRER LA DURABILITÉ À L'ENSEMBLE DE L'ORGANISATION

Pour relever ces défis, le Timber Festival s'efforce de faire en sorte que le développement durable soit intégré dans l'ensemble de l'organisation, y compris au sein de son conseil consultatif, plutôt que d'en confier la responsabilité à une seule personne. "Nous croyons qu'il faut trouver des solutions aux défis de manière collective. Nous comptons sur tous nos partenaires, entrepreneurs, publics, bénévoles et parties prenantes pour jouer leur rôle", déclare Bird.

En ce qui concerne les aspects financiers, M. Bird pense qu'une grande partie du public n'achèterait pas de billets si le festival ne tenait pas ses promesses en matière de durabilité, ce qui fait qu'il serait "faussement économique de ne pas investir".

"Les réponses créatives aux défis ont souvent reçu les meilleures réactions de la part du public et du personnel", ajoute Ging. En 2021, ils ont lancé le "Thread Exchange", où les gens pouvaient faire don d'un vêtement accompagné d'une note sur l'histoire qui le sous-tend et l'échanger contre un autre vêtement. "La participation a été énorme, et les histoires que les gens ont racontées étaient vraiment réconfortantes." La même

année, Timber a mis en place une équipe verte bénévole chargée de veiller à la mise en œuvre de processus durables et de communiquer ces initiatives au public.

En termes de transport, Timber a travaillé avec les fournisseurs de transport locaux pour mettre en place une navette gratuite reliant les gares locales à leur site. Ils ont également encouragé les déplacements à vélo et à pied vers le site. Ils ont travaillé avec leur équipe chargée de l'énergie pour construire et piloter leurs propres éoliennes, panneaux solaires et options de stockage par batterie, même si, à long terme, ils aimeraient avoir une connexion au réseau principal avec un tarif 100 % renouvelable.

Comme le Timber Festival a un public très consciencieux, il n'y a jamais eu de problèmes avec les tentes ou les déchets laissés derrière, nous a dit Ging. "Le public adopte et adhère à de nouvelles initiatives comme les gobelets réutilisables, l'accent est donc mis sur la création des conditions et la mise en place des infrastructures qui permettent aux gens de faire le bon choix facilement."

LA SOLUTION



OBTENIR LE SOUTIEN DES PARTENAIRES

Timber travaille avec de nombreux partenaires qui l'aident à mettre en œuvre sa stratégie de durabilité. Le festival reçoit des subventions de la National Forest, du Arts Council England et de l'autorité locale.

De plus, les traiteurs de l'équipage, CBJ, ont introduit des repas végétariens et végétaliens pour l'équipe.

Midlands Classics et Red Fox Cycling ont contribué aux déplacements durables, tandis que des réseaux et organisations tels que Without Walls, Ecolibrium et Julie's Bicycle ont apporté leur soutien, leurs connaissances et leurs ressources.

Le festival a appris que la transparence, l'ouverture et l'honnêteté sont les éléments les plus importants en matière de stratégie et de communication. "Je pense que nous sous-estimons parfois l'appétit de notre public pour le changement. Nous craignons qu'ils ne se plaignent de certaines choses, mais si nous communiquons correctement sur les raisons qui nous poussent à agir, ils nous soutiennent presque toujours plus que nous ne le pensons." Les changements progressifs sont également acceptables, reconnaît Bird, car "nous ne pouvons pas tout aborder en même temps".



QUELLE EST LA SUITE ?

Le Timber Festival est en train de revoir son système d'évaluation de son impact sur l'environnement : il teste un format d'évaluation des risques que tous les départements devront remplir pour leur domaine spécifique. L'équipe apporte des améliorations progressives à la conception du système de traitement des déchets sur site, et la production est en train de passer à des véhicules de chantier électriques. Le festival continue d'essayer de réduire l'utilisation de carburant sur le site, en augmentant chaque année la quantité de batteries de stockage. Ils s'attaquent également aux déplacements du public en introduisant un service abordable de pré-camping pour encourager le public à venir en transports publics.



POHODA FESTIVAL



VILLE, PAYS

Trenčín, Slovaquie

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

30,000

SITE

Ancien aérodrome militaire de l'aéroport de Trenčín

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

1997

GENRE

Alternative, Indie, Electronica, World music, Punk, Classique ; film, littérature, danse, art visuel, théâtre

DÉFI & SOLUTION

Faire face au manque de fournisseurs durables dans la région par des expériences audacieuses

Photo de Martina Mlcuchova



**POHODA - ADJ. ET N. (SLAVE) =
PLAISIR,
FACILITÉ, PAIX, PAS DE PROBLÈME,
DÉTENTE, PLAISIR, CONFORT.**

Le nom du festival Pohoda est aussi son thème ; la détente et le confort sont au cœur du spectacle. Pohoda est passé d'un petit événement local avec huit groupes à la plus grande manifestation musicale annuelle de Slovaquie ; un festival multinational qui est limité à 30 000 visiteurs afin de conserver un sentiment de famille.

Le programme est composé de spectacles issus de divers domaines créatifs. "Il y a beaucoup de choses folles qui se passent, mais elles ont toutes un certain niveau de qualité artistique en commun - tout est basé sur l'amour de la liberté et de la libre expression", dit Michal Sládek. Sládek est un architecte de métier et fait partie de l'équipe de production de Pohoda. Il coordonne également le programme de durabilité.

Le fondateur Michal Kaščák décrit leur approche comme "la même que lorsque vous invitez quelqu'un chez vous. Vous voulez qu'ils se sentent bien dans votre maison, vous voulez qu'ils aient une bonne expérience et un endroit confortable pour s'asseoir et dormir. Vous leur préparez à manger et à boire et faites tout pour qu'ils se sentent bien." Sládek ajoute : "Le festival est fortement axé sur les valeurs, et l'une des valeurs clés est le soin. Avec la notion de prendre soin de votre festival comme s'il s'agissait de votre maison, il est tout à fait naturel de se soucier également de son environnement."





Photo de Martina Mlcuchova

LA DURABILITÉ SANS UN GRAND SYSTÈME DE FOURNISSEURS

Sládek explique que rendre le festival plus respectueux de l'environnement est un défi encore plus grand pour Pohoda, car la Slovaquie compte beaucoup moins d'entreprises spécialisées que l'Europe occidentale. "Nous nous développons en comprenant ce qui est possible ici, notamment en termes de fournisseurs et de solutions tierces. J'aimerais opter pour des toilettes compostables, mais personne en Slovaquie ne veut ou ne peut le faire. Il existe des entreprises au Royaume-Uni, mais on ne les appellerait pas pour transporter des déchets sur plus de 2000 kilomètres", dit-il. Parfois, il faut faire preuve de patience. "Quand en 2014, une entreprise nous a approchés qui pouvait faire des gobelets remboursables, nous avons immédiatement dit : faisons-le. Il n'y avait personne d'autre avant qui pouvait le faire. C'est un processus à long terme. "

Malgré les circonstances, Pohoda a intégré de nombreuses caractéristiques durables ; pour connecter les scènes et les stands au réseau électrique principal, ils se sont associés à un fournisseur d'énergie local et ont créé une centrale solaire mobile. En 2018, le pourcentage d'électricité créée à partir de générateurs diesel a été abaissé à 60% - 40% de l'électricité provenait du réseau. Pour réduire les émissions dues aux déplacements, ils se sont associés à la compagnie ferroviaire nationale pour exploiter des trains spéciaux pour le festival à travers le pays, ils ont fait la promotion des bus du festival, développé le covoiturage et fourni des vélos sur le site pour le personnel et les artistes. Pour réduire les déchets, ils ont introduit le tri des déchets en 2006, le tri des déchets organiques en 2015, des emballages alimentaires compostables et ont mis en place un système de gobelets de bière consignés.

“

Nous nous développons en tenant compte de ce qui est possible ici (en Slovaquie)

N'AYEZ PAS PEUR D'ÉCHOUER

Lorsque Pohoda a reçu le prix des opérations vertes lors des European Festival Awards 2017, Teresa Moore (A Greener Festival) a déclaré : "Nous reconnaissons non seulement ce travail, aussi impressionnant soit-il, mais le fait de créer tout cela et plus encore malgré une infrastructure et un système de soutien limités dans leur pays, en particulier à leurs débuts. Ce festival s'est fait le champion de ces initiatives et ouvre la voie à d'autres festivals dans le pays et, plus largement, dans sa région, en montrant ce qui peut être fait avec de la conviction et de la détermination."

Sládek convient que Pohoda est devenu une référence dans la région. "Nous sommes ouverts à faire du conseil pour d'autres événements, ou ils peuvent simplement venir et apprendre." Heureusement, comme les clients exigent de plus en plus de durabilité, les entreprises deviennent plus aptes à offrir des solutions durables et les sponsors sont plus disposés à les financer, nous a dit Sládek.

"Les nouveaux produits ne sont pas toujours couronnés de succès", ajoute-t-il, comme la bande barrière qu'ils ont essayée en 2021. "Nous avons trouvé une entreprise qui le fabriquait à partir d'un matériau biodégradable, mais ça ne marchait pas du tout. Après une nuit, le ruban adhésif s'est collé à lui-même, formant une corde, rendant impossible la lecture de tout ce qui est imprimé dessus. Il a donc disparu assez rapidement", dit Sládek en riant. "La leçon apprise est que nous devons continuer à essayer."

La décision du fondateur Michal Kaščák de garder les scènes sans décoration était plutôt philosophique. "Michal n'aime pas être distrait du spectacle, il ne veut donc rien d'autre que du matériel technique sur la scène", explique Sládek. En fin de compte, cette décision est également favorable à l'environnement ; moins de décorations à usage unique signifie également moins de déchets.



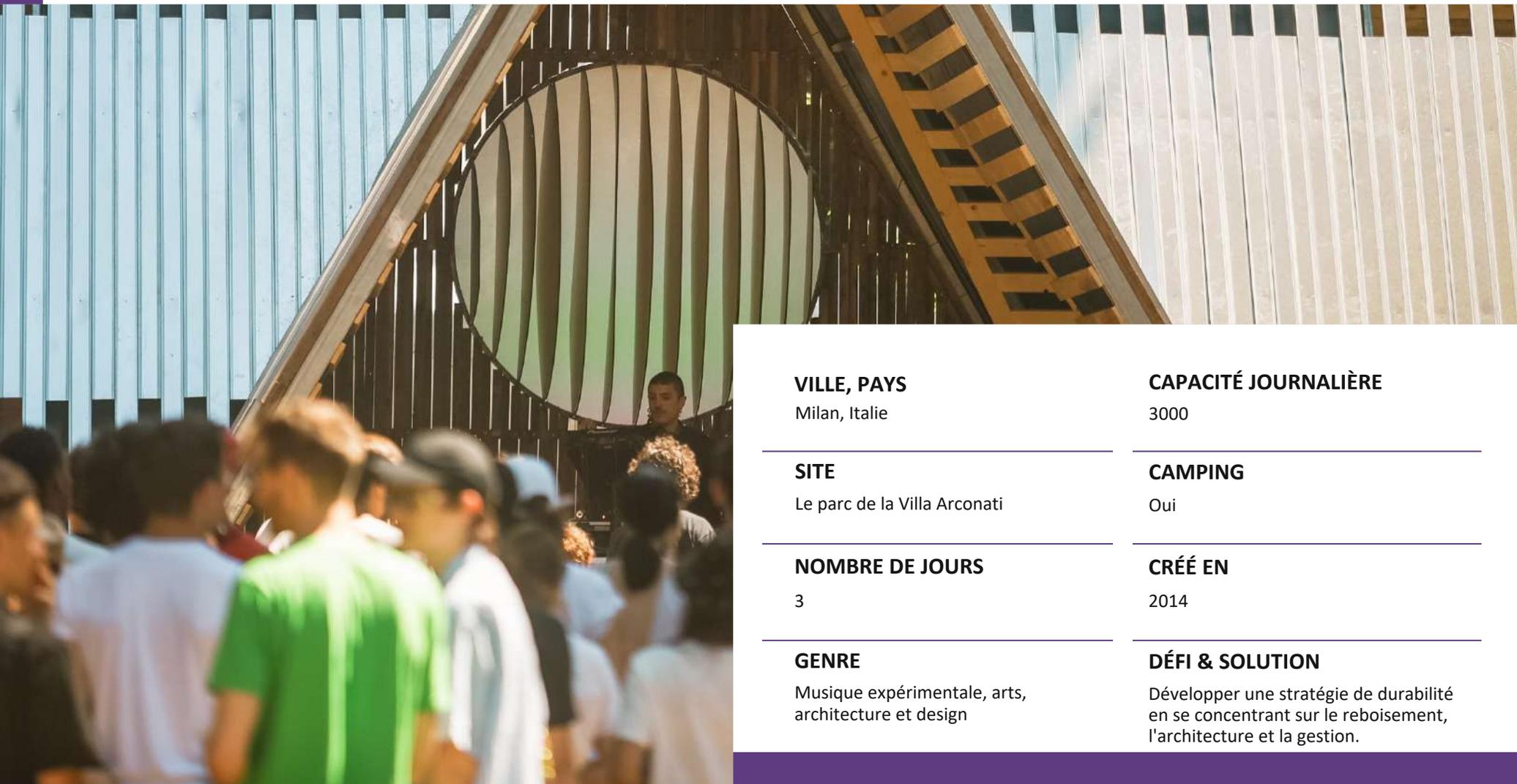
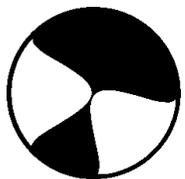
TROUVER DES SOLUTIONS BASÉES SUR DES DONNÉES

M. Sládek sait que l'un des plus grands défis pour tous les festivals est de trouver des solutions basées sur des données qui répondent à la question suivante : quelle approche est vraiment la plus durable ?

C'est pourquoi Pohoda fait partie du projet Green Europe Experience (GEX). Selon le site web du projet, "GEX est un laboratoire vivant basé sur la co-création, le mentorat et le renforcement des compétences entre quatre grands festivals de musique et d'art, deux ONG et leurs équipes". Le projet financé par l'UE se concentre sur la scénographie et l'alimentation. Des innovations visant à rendre la production des festivals circulaire et plus durable seront également testées par les partenaires dans le cadre de plusieurs ateliers.



GEX est un laboratoire vivant basé sur la co-création, le mentorat et le renforcement des compétences entre 4 grands festivals de musique et d'art, 2 ONG et leurs équipes.



VILLE, PAYS

Milan, Italie

CAPACITÉ JOURNALIÈRE

3000

SITE

Le parc de la Villa Arconati

CAMPING

Oui

NOMBRE DE JOURS

3

CRÉÉ EN

2014

GENRE

Musique expérimentale, arts, architecture et design

DÉFI & SOLUTION

Développer une stratégie de durabilité en se concentrant sur le reboisement, l'architecture et la gestion.



FESTIVAL EXPERIMENTAL SUR UN DOMAINE SÉCULAIRE

Comme l'explique le site web du festival, le nom de Terraforma vient du mot "terraform", "le processus théorique par lequel la vie sur une planète devient possible grâce à la création d'une atmosphère." Le festival applique ce processus à la musique, en l'utilisant comme catalyseur des processus créatifs. "Nous avons imaginé Terraforma comme un organisme vivant, se transformant constamment et s'adaptant à son environnement comme le fait un écosystème dans le monde naturel", explique Ruggero Pietromarchi, fondateur et directeur artistique de Terraforma et de son agence de production Threes.

Comme le festival démontre visiblement la relation entre l'événement et l'impact, la durabilité a été un élément naturel de Terraforma depuis le tout début.

Le festival combine la musique avec des installations artistiques et des ateliers qui incluent la méditation et les aspects environnementaux pour "créer une atmosphère qui peut stimuler les sens de l'auditeur pour penser au présent et au futur d'une nouvelle manière." Il se déroule à Villa Arconati, juste à l'extérieur de Milan, au début du mois de juillet. Avant que le domaine séculaire ne soit abandonné, il était si beau qu'on l'appelait le "petit Versailles de Milan ».

CLIQUEZ
POUR VOIR

PROGRAMMA | DATA | TICKETS | PRACTICAL INFO | JOURNAL | IL FINANZIARIA | #TERRA
22 Villa Arconati – FAR (Castellazzo di Bollate) **TERRAFORMA 1-2**
NEW DIMENSIONS CAN NOW BE TERRAFORMED. **TERRAFORMA IS T**
TERRAFORMA
1, 2, 3 July 2022
Villa Arconati



DÉVELOPPEMENT D'UNE STRATÉGIE DE DURABILITÉ À LONG TERME

Pour Terraforma, le travail sur la durabilité ne s'arrête jamais. "Selon nous, la durabilité environnementale et la durabilité en général sont un état d'esprit d'amélioration continue de tous nos processus", déclare Pietromarchi. Cela comprend la conception et la planification du festival ainsi que l'expérimentation de nouvelles solutions spécifiques dans chaque activité et domaine d'impact.

En même temps, l'équipe prend au sérieux le rôle que joue un festival dans la sensibilisation aux questions sociales et environnementales au sein de sa communauté.

Par conséquent, selon le directeur artistique, le plus grand défi a été de se mettre dans le bon état d'esprit. "Ce mode de fonctionnement oblige votre organisation à se remettre constamment en question sur la manière de mieux faire les choses, non seulement sur le plan artistique et financier, mais aussi en termes d'impact sur l'environnement et la communauté. Cela peut devenir stressant car vous vous retrouvez souvent insatisfait de vos résultats."

“

**La durabilité
environnementale
et la durabilité en
général sont un
état d'esprit
d'amélioration
continue dans
tous nos
processus.**

*Photo de
Edoardo
Comba*

REFORESTATION ET ARCHITECTURE...

"En matière de durabilité, la leçon la plus importante que nous avons apprise est d'avoir une stratégie holistique et à long terme. Cela nous oblige à considérer chaque action comme faisant partie d'un ensemble plus vaste. Cela demande du temps et des ressources, mais c'est définitivement rentable à long terme, et pas seulement sur le plan financier", déclare Pietromarchi. Bien que leur modèle de festival leur ait apporté des "augmentations de coûts significatives", de nombreux investissements ont déjà été amortis et de nombreux projets ont été conçus pour durer au fil des ans. Terraforma concentre ses efforts en matière de durabilité sur trois domaines clés : la restauration du paysage, l'architecture et l'approche de gestion.

"Tout d'abord, nous mettons en œuvre des stratégies pour restaurer notre paysage et notre environnement", explique M. Pietromarchi. L'un des principaux objectifs est de restaurer le jardin historique de la Villa Arconati. En 2018, après trois ans de travail et avec pour seule référence d'anciens dessins, ils ont fini de replanter de toutes pièces un labyrinthe de haies historique qui aurait été présent sur le terrain de la Villa au 18^{ème}

siècle. Le labyrinthe compte désormais 500 charmes qui poussent dans plusieurs haies et forment le labyrinthe circulaire.

"Nous avons également entrepris un vaste programme de reforestation dans toute la zone de notre camping, ce qui a permis de planter une centaine d'arbres", ajoute Pietromarchi. Ce projet s'inspire du travail de l'architecte Cesare Leonardi, auteur de "L'architecture des arbres", dans lequel il étudie leur configuration en fonction de leur ombre. L'équipe de jardinage de Terraforma protège également le territoire par la récupération des terres, la collecte des eaux grises et des procédures de nettoyage approfondi.

L'architecture est le deuxième grand centre d'intérêt de Terraforma. "Nous collaborons activement avec des architectes professionnels pour développer nos installations distinctives, qui sont pour la plupart faites de matériaux durables tels que le bois et le fer", explique Pietromarchi. Les matériaux excédentaires sont réutilisés pour créer des installations secondaires telles que des tables, des éviers et des douches.

LA SOLUTION



Photo de Mirko Cecchi

... ET DE FAIBLES IMPACTS

"Enfin, nous souhaitons dépasser l'approche traditionnelle de la gestion d'événements en développant un modèle organisationnel capable de mesurer, de rendre compte et de réduire notre impact en termes de déchets, de mobilité, de consommation d'énergie et d'eau", explique Pietromarchi.

En 2019, Terraforma a réduit de 35 % la quantité de déchets sauvages par personne et a atteint un taux de recyclabilité de 85 % grâce à des mesures telles que : des stations de recyclage, des intendants verts, des gobelets durables, de la vaisselle et des gobelets 100 % biodégradables, une politique de fournitures sans plastique pour tous les produits de boisson et une politique sans pailles.

Pour réduire les émissions liées aux déplacements, Terraforma utilise des véhicules électriques pour le personnel et les artistes. En 2018 et 2019, la flotte électrique a parcouru environ 5200 km (3231 miles) au total, ce qui a permis d'économiser environ 650 kg de CO₂. Le festival organise des campagnes de

sensibilisation aux voyages durables et évalue leur efficacité au moyen d'enquêtes. Il propose des navettes gratuites depuis les gares locales aux visiteurs qui arrivent en train et encourage les possibilités de covoiturage. "En 2019, nous avons estimé qu'environ 28 % de nos visiteurs nous rejoignaient en train et que chaque voiture était occupée par une moyenne de 3 personnes voyageant ensemble", indique Pietromarchi.

En outre, Terraforma a construit un système d'éclairage à faible impact pour son camping, fabriqué à partir de matériaux recyclés et entièrement alimenté par l'énergie solaire. Les lampes sur l'ensemble du site du festival sont soit des LED, soit des ampoules à basse tension. En 2018, le festival a adopté un système de contrôle de l'eau avec des vannes à fermeture automatique pour les douches et les éviers, qui pourrait réduire la quantité d'eau consommée jusqu'à 56 litres par personne.



QUELLE EST LA SUITE ?

Terraforma prévoit de poursuivre son travail en matière de durabilité afin de conserver sa position de leader dans ce domaine et de continuer à inspirer son public. Les prochaines étapes consisteront à restaurer et à régénérer le petit lac qui fait partie du parc de la Villa Arconati.

www.futurefestivaltools.eu



Photo by Pierre Ekman



momentum
[educate + innovate]



green events



Julie's Bicycle
CREATIVE • CLIMATE • ACTION

Associated Partners:

