

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

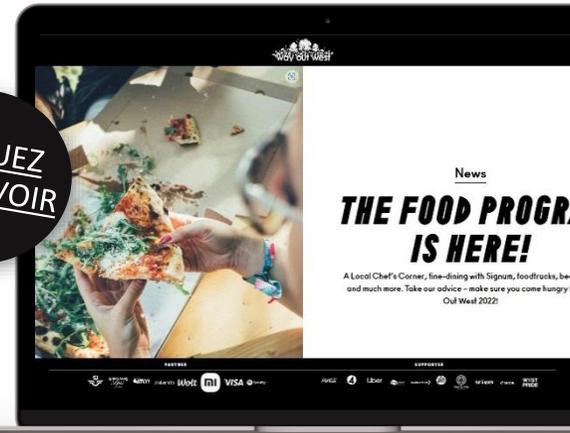
La ville de Göteborg a toujours apprécié la musique live. Il y a une quinzaine d'années, lorsque le gouvernement local a demandé à l'agence de promotion Luger si elle était disposée à contribuer à la création d'un festival de musique en plein centre-ville, l'agence n'a pas hésité. " À l'époque, la scène 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 utilisions 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 utilisions 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.

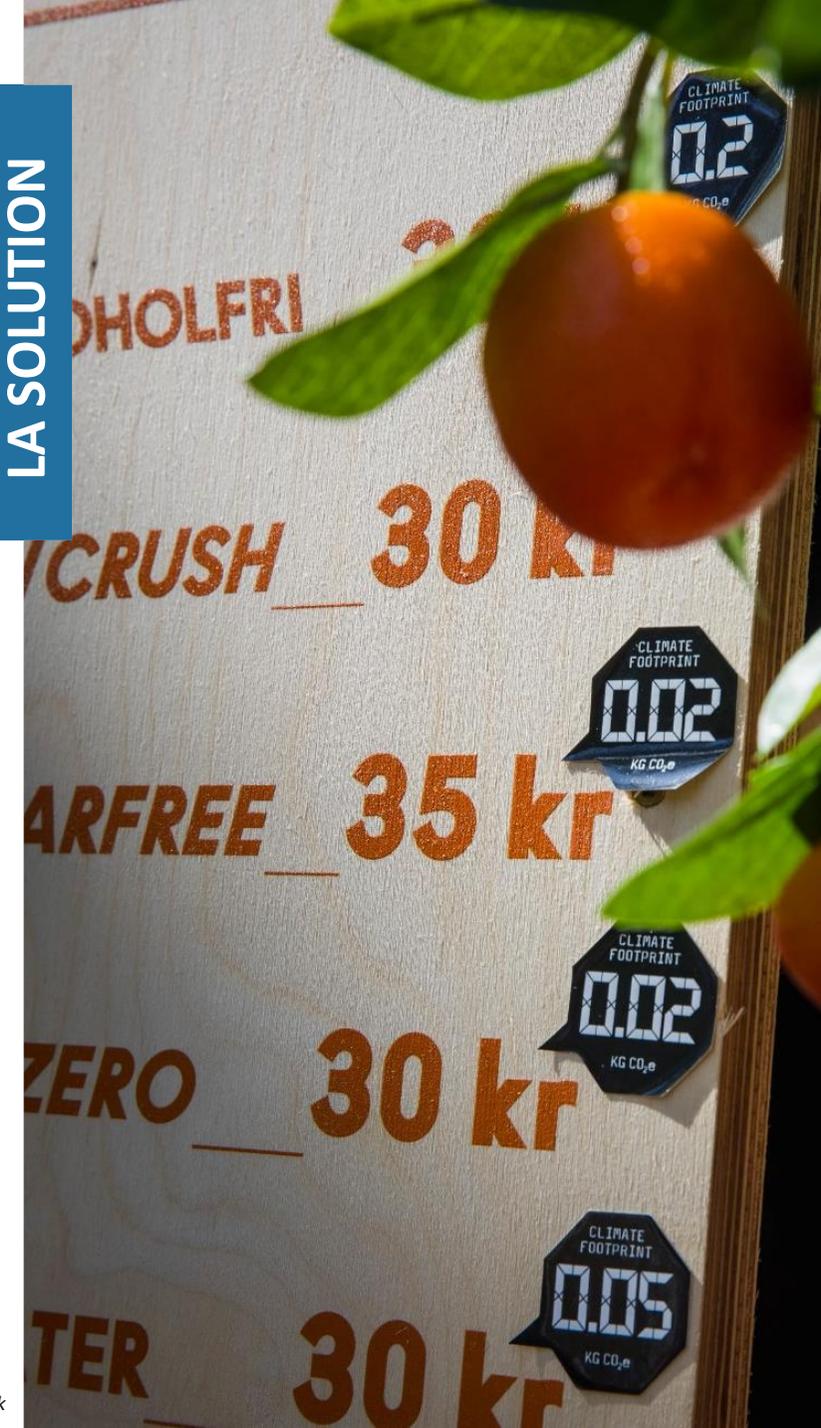
L'analyse des chiffres révèle que les boissons (42 tonnes) sont en fait responsables de plus d'émissions que les aliments (25 tonnes). Ainsi, le WoW continue de développer sa carte de boissons avec sa brasserie partenaire Spendrups. En 2013, ils ont introduit la bière biologique au festival. Deux ans 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 ", expliqua 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

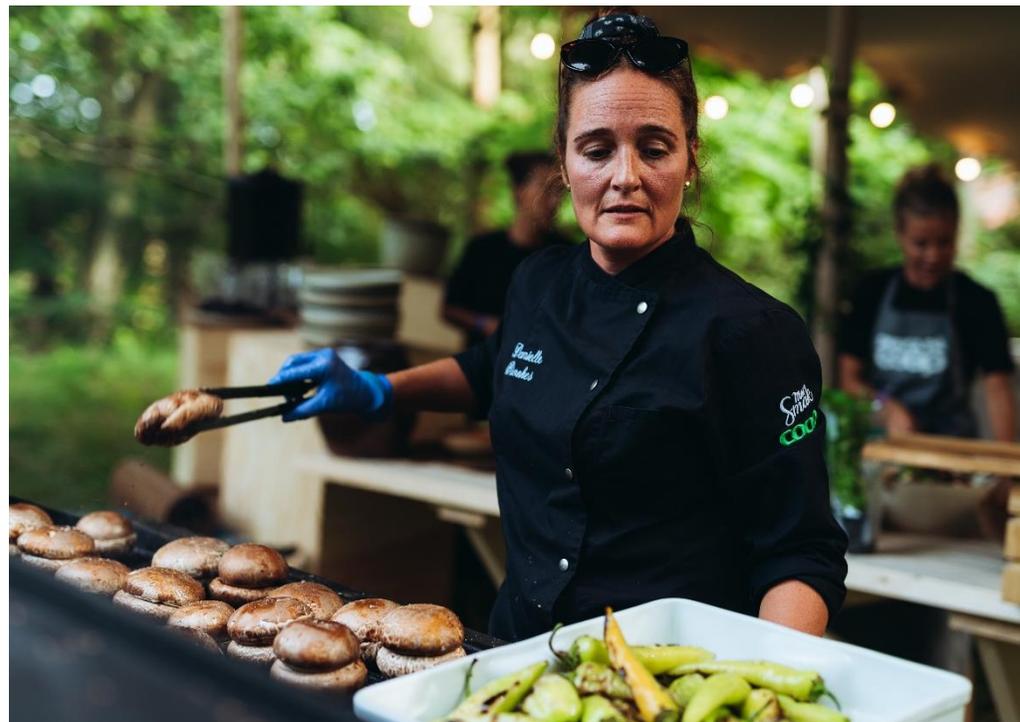
Holmstedt est convaincu que travailler avec des partenaires pour améliorer leur activité régulière, même au-delà du festival, est le meilleur moyen de faire des vagues. Par exemple, après que la chaîne de restauration rapide suédoise MAX Burgers ait vendu ses burgers végétariens pour la première fois 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. "



QUEL 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. "