

**BarCamp 2021**

Årets ”unconference” om samarbete för hållbarhet i svensk besöksnäring, 18-19 oktober, 2021

**Hållbara evenemang**

Här fanns en lång lista frågeställningar och vi hade behövt mer tid för att komma igenom alla.

De frågor som vi behandlade blev bra för gruppen och många inspel gillades av de andra.

Vi började med att diskutera VISITA och pressmeddelande och medverkande i morgonstudion: <https://newsroom.notified.com/visitapress/posts/pressreleases/visita-i-nytt-samarbete-for-nationell-evenema>

Men också greppet kring hållbarhetsfrågor och den nationella besöksstrategin från 18/10.

Älvsjömässan bidrog med inspelet om Net Zero Carbon events, som är ett initiativ mot klimatförändringar: <https://netzerocarbonevents.org/>

Scope 3 som är de indirekta växthusgasutsläppen, utöver inköpt energi, som sker utanför verksamhetens gränser. Kan vi avgränsa mål kring Scope 3?

**Underleverantörer**

Här blev det lite högt och lågt, allt från deltagarbadgar till hela mässhallar med utställarmattor, montrar mm. Vad har vi/ beställaren för påverkansgrad i andra led var frågan?

MeetX undersöker underleverantören och får ett ”certifikat” om hållbar tillverkning.

De har inte resurser att åka till ex.vis Kina och kontrollera. Till slut handlar det om vad kunden vill betala. Återvunnet är dyrare, men de har plockat bort plastfickorna och har återvunnet papper som badge. Sedan försöker man så gott det går att samla in banden.

Vi diskuterade att detta kanske inte är den viktigaste frågan. Identifiera vad är viktigt? Vad kan vi göra? Tips från gruppen – kolla på de 5 största fakturorna, energi, avfall mm. Påverkan sker där i första hand, och ”lågt hängande frukter”. Nästa år de 10 som ligger under i faktureringssumma och gör samma hållbarhetsresa med dem. Det finns branschunderleverantörer som vill hoppa på tåget ex.vis LLB <https://llb.se/>, som vill ta krafttag kring hållbarhet.

**Beställare**

Offentlig upphandling kan ibland krocka med beställarens önskemål/krav. Vad är hållbar upphandling? Ett område för utveckling. Börkrav/Skallkarv. Men, vi ser nu att kommuner, förbund börjar ställa krav och göra det ordentligt. Ex.vis SM-veckorna som ska certifieras.

Offentliga arbetsgivare har ett stort ansvar och påverkansgrad i detta arbete.

**Sponsorer**

Vissa sponsorer av stora evenemang är fast i flerårsavtal. Ta en dialog med dess tidigt i planeringen, att tänka hållbart och tipsa om att skippa plastprodukter som ett exempel.

**Give-aways -**”Sista utposten”

Nu har vi inte kunnat genomföra fysiska mässor på ett tag, men här finns mycket att göra när det gäller montermaterial. Vad tar man egentligen med sig till mässan? Tekniska har tagit bort samtliga och ger ett tillfälle till experiment eller nu skänker vi så här mycket till välgörenhet. Allt är en fråga om hur man kommunicerar. Vi diskuterade att de give-aways som tidigare var i plast, kan de göras i hållbart material, ex trä. I förstår att det finns ett behov, men ett exempel som gav är att man på vissa mässor kan lämna tillbaka give-aways vid utgången. Ett annat är – för varje visitkort vi får skänker vi så här mycket till organisation….

**Avslutningsvis,**

föreningen har 32 medlemmar – kan vi få mer tyngd och styrka med fler medlemmar?

Kanske inte jätteroligt med mässor, men vi ser ändå behovet av att ses och ha en relation på dessa.

Mycket kompetens har under pandemin försvunnit, men ”nu kör vi”! Många ser framemot hållbara sport- och musikevenemang nu med struktur.