

TREBALL FI DE GRAU

# CAP A UN OCI MÉS VERD

**Sistematització de guies i  
anàlisi d'esdeveniments per  
l'organització sostenible de  
festivals de música**



Carla Navarro Lara

Tutora: Andrea Oliveira Dos Santos  
Grau en Publicitat i Relacions Públiques  
Universitat de Girona



*A la meva família, per la seva infinita paciència.*

*A l'Aniol, pels somriures quan més els necessitava.*

*A l'Andrea, per guiar-me durant l'últim any de la  
meva carrera i ajudar-me a produir el millor  
treball que hagués imaginat.*

La sostenibilitat es posiciona com una tendència a l'alça en la forma en què les empreses aporten valor als seus clients, els quals volen consumir de formes més ètiques, però sense renunciar al nivell de gaudiment de sempre. L'estudi que es presenta a continuació fa una exploració d'aquesta tendència en el sector dels esdeveniments, concretament dels festivals de música pel seu elevat impacte mediambiental, amb l'objectiu de conèixer com els principals festivals sostenibles apliquen accions de sostenibilitat en el seu procés d'organització per tal de reduir el seu impacte mediambiental. A través d'una anàlisi de contingut, es reuneix en un mateix document una primera aproximació d'una guia integral d'accions de sostenibilitat, creada a partir de guies prèviament confeccionades per altres autors. La segona part de la metodologia utilitza aquest document com a base per analitzar l'actuació de 9 casos d'estudi en matèria de sostenibilitat. Els resultats identifiquen algunes accions més comunes que d'altres en la pràctica, essent les principals aquelles relacionades amb la recerca del sector i tendències, la gestió eficient de recursos i la comunicació tant de l'esdeveniment com dels seus esforços per reduir el seu impacte mediambiental. També es detecten altres mesures no contemplades a la guia integral, les quals podrien ser considerades com a potencials millores. En general, la guia integral demostra ser vàlida en cas de voler difondre-la i oferir-la a empreses com a ajuda. Així doncs, l'estudi presenta, en primer pla, una contribució en la investigació del tema, la qual encara té molt de camí per recórrer i, en segon pla, un avenç cap a una cohesió en un sol document de consulta de les mesures més efectives tant en l'àmbit corporatiu com mediambiental i social, de forma que més festivals de música i altres tipus d'esdeveniments puguin implementar la sostenibilitat en la seva experiència.

**Paraules clau:** organització d'esdeveniments, sostenibilitat, festivals de música, guia, RSC.

---

Sustainability is positioning itself as a rising trend in the way in which companies provide value to their customers, who want to consume in more ethical ways, but without giving up the level of enjoyment from before. The following study explores this trend in the events sector, specifically in music festivals due to their high environmental impact, with the goal of finding out how the main sustainable festivals apply sustainability actions in their organisation process in order to reduce their environmental impact. Through a content analysis, a first approach to a comprehensive guide to sustainability actions, created from guides previously created by other authors, is brought together in a single document. The second part of the methodology uses this document as a basis for analysing the actions of 9 case studies. The results identify some actions that are more common than others in practice, the main ones being those related to sector and trend research, efficient resource management and communication of both the event and its efforts to reduce its environmental impact. Other measures not contemplated in the comprehensive guide are also detected, which could be considered as potential improvements. In general, the comprehensive guide proves to be valid in case of wishing to disseminate it and offer it to companies as an aid. Thus, the study presents, firstly, a contribution to research on the subject, which still has a long way to go and, secondly, a step towards a cohesion in a single reference document of the most effective measures at both corporate and environmental and social levels, so that more music festivals and other types of events can implement sustainability in their experience.

**Keywords:** event planning, sustainability, music festivals, guide, CSR.

## ÍNDIX

<b>1. INTRODUCCIÓ</b> .....	5
<b>2. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA</b> .....	5
<b>3. MARC TEÒRIC</b> .....	6
<b>3.1. Festivals com a esdeveniment</b> .....	6
<b>3.2. L'impacte dels esdeveniments</b> .....	6
<b>3.3. Els esdeveniments com a eina comunicativa</b> .....	8
<b>3.4. Organització d'esdeveniments</b> .....	9
<b>3.5. Organització d'esdeveniments sostenibles</b> .....	9
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	13
<b>4.1. Part 1: Sistematització de guies</b> .....	13
<i>4.1.1. Identificació de les guies</i> .....	13
<i>4.1.2. Sistematització de les guies</i> .....	14
<b>4.2. Part 2: Estudi de casos</b> .....	17
<i>4.2.1. Selecció de casos d'estudi</i> .....	17
<i>4.2.2. Comparativa entre guia i festivals</i> .....	18
<b>5. RESULTATS</b> .....	18
<b>5.1. Compliment de les accions de sostenibilitat per part dels festivals de música</b> .....	18
<b>5.2. Principals accions de sostenibilitat comunicades pels festivals de música</b> .....	19
<b>6. CONCLUSIONS</b> .....	22
<b>7. BIBLIOGRAFIA</b> .....	25

## **1. INTRODUCCIÓ**

En els darrers anys, la societat ha començat a prendre consciència de la necessitat d'actuar contra el canvi climàtic. És així com conceptes com la sostenibilitat, ecologisme, reciclatge... estan més presents que mai. La seva introducció en l'agenda política actual ha provocat un canvi en el món comercial com a resposta al nou paradigma social que es presenta. Per les marques, és cada cop més indispensable estar compromeses amb la societat i els seus problemes per tal de continuar atraient els consumidors i satisfent les seves necessitats. Cada dia augmenten els exemples de productes o serveis que adopten mesures per reduir el seu impacte social i mediambiental (en els seus processos, materials, col·laboradors...). Entre ells, un sector en què la sostenibilitat és cada cop més i més important a causa de l'impacte que té: els esdeveniments.

D'aquesta forma, se situa com a focus d'aquest treball els esdeveniments sostenibles, concretament els festivals de música. Si bé l'autora va descobrir fa poc més d'un any que la seva passió era l'organització d'esdeveniments, la seva estada d'Erasmus a la NHL Stenden University of Applied Sciences (Països Baixos) va ajudar-la a aprofundir el seu coneixement en matèries de sostenibilitat i a solidificar el seu interès per aquestes. Qüestionant el seu futur laboral, és allà on va plantejar-se la possibilitat d'unir els dos àmbits que l'atreïen i buscar informació sobre aquest món. Aquesta recerca a poc a poc va delimitar-se en festivals de música, un tipus d'esdeveniments que, arran de les elevades concentracions de gent, tenen molt d'impacte en el seu entorn. Però, per la seva sorpresa, va descobrir que encara queda molt per investigar.

Així doncs, aquest estudi exploratori busca concloure en una primera aproximació d'una guia per l'organització sostenible de festivals de música amb la finalitat pública de contribuir a la investigació específica del sector i de crear un document de consulta que reuneixi la informació d'altres antecedents en un mateix lloc. Alhora, també hi ha una finalitat personal de l'autora: aprendre més i conèixer millor les eines d'un àmbit laboral en el qual li agradaria endinsar-se en un futur.

La memòria que es presenta a continuació repassa la teoria existent sobre la matèria, definint els conceptes essencials alhora que s'explica l'impacte dels festivals de música, el seu potencial comunicatiu i la importància (social, mediambiental i comunicativa) d'una organització sostenible d'esdeveniments. Tot seguit, s'endinsa al lector en el procés metodològic que permetrà crear una guia integral d'accions de sostenibilitat i analitzar-la en relació amb alguns dels principals festivals de música sostenibles del panorama actual.

## **2. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA**

L'organització sostenible d'esdeveniments s'està consolidant com una tendència positiva tant per al planeta i societat com per les empreses, a causa del valor afegit que pot aportar (Werner, Griese, & Faatz, 2020). Així doncs, l'essència d'aquest treball és conèixer l'organització sostenible de festivals de música a través de l'anàlisi exploratòria de guies existents que recullin accions de sostenibilitat dirigides a reduir l'impacte mediambiental de l'esdeveniment. Aquestes se sistematitzaran per crear una primera aproximació a una guia integral que, posteriorment, pugui servir de base per conèixer si els principals festivals de música en matèria de sostenibilitat apliquen les accions de sostenibilitat contemplades en la seva organització de l'esdeveniment.

Així doncs, es defineix l'objecte d'estudi:

**Objecte d'estudi** 1: les accions de sostenibilitat aplicades en l'organització d'esdeveniments musicals per reduir el seu impacte mediambiental.

Arran d'aquest objecte d'estudi s'ha definit el següent objectiu:

**Objectiu principal** 1: Conèixer, a partir de la guia integral, com els principals festivals de música sostenibles apliquen en la seva organització d'esdeveniments accions de sostenibilitat per reduir el seu impacte mediambiental.

Amb l'objectiu que guiarà la metodologia definit, es procedeix a presentar els antecedents d'estudis realitzats en el camp escollit.

### **3. MARC TEÒRIC**

Per la base teòrica, s'ha elaborat una anàlisi d'estudis previs útils per entendre diversos aspectes relacionats amb l'objecte d'estudi plantejat. En les següents pàgines, doncs, es presenta la conceptualització dels termes més importants del treball alhora que s'analitza l'impacte que aquest tipus d'esdeveniments poden tenir en el seu entorn, el seu pes comunicatiu i la informació existent relativa a l'organització sostenible de festivals de música.

#### **3.1. Festivals com a esdeveniment**

Els esdeveniments són entesos com a "*any gathering of people for a specific purpose*" (Carter, 2007: 3). En l'àmbit corporatiu, són una eina de relacions públiques amb capacitat d'assolir molts objectius empresarials, des de millorar la notorietat fins a involucrar-se i lligar la marca amb lluites socials. Un altre objectiu gairebé sempre present és el benefici econòmic. (Carter, 2007; Moise, Serbanica, Mihaela i Filip, 2008)

Dins d'aquest món, es poden dividir diferents tipus d'esdeveniments, com convencions, diades pels treballadors, presentacions de productes, actes benèfics... (Allen, 2009). A la categoria d'esdeveniments especials, s'hi troben els festivals de música, centre d'aquest estudi (Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson, 2008; Zifkos, 2015). Aquests són definits per Getz (2007: 31, citat per O'Rourke, Irwin i Straker, 2011: 343) com "*themed, public celebrations*".

En ser un tipus concret d'esdeveniment, els seus objectius són més específics (sense per això abandonar els objectius comuns de qualsevol acte general). Un dels més defensats per marques i autors és la finalitat de satisfer necessitats d'oci i autorealització relacionades amb la identitat, creativitat, sentiment de pertinença i cohesió comunitària. (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010; O'Rourke, Irwin i Straker, 2011; Zifkos, 2015)

Partint d'aquesta base, Werner, Griese i Faatz (2020) suggereixen que la diferència entre concerts regulars i festivals de música és que, mentre els primers ofereixen únicament un espectacle musical, els festivals no només poden tenir una durada més llarga, sinó que també inclouen activitats per unir als assistents, educar i millorar l'experiència.

#### **3.2. L'impacte dels esdeveniments**

Segons Dávid (2009), el ràpid creixement de la indústria dels esdeveniments està fent d'aquesta una de les més importants, provocant alhora un augment de la presència i efectes de l'impacte provocat, el qual pot ser tant positiu com negatiu.

Concretament, els festivals de música estan sent molt analitzats i criticats per l'impacte que suposa reunir grans quantitats de gent i moure tants recursos (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010). A diferència d'altres tipus d'esdeveniments, els festivals compten amb actuacions, serveis addicionals com restauració o allotjament, grans estructures i espais... que fan que aquests tinguin més impacte negatiu (Dávid, 2009).

Una forma d'estructurar aquest impacte és segons la *Triple Bottom Line* d'Elkington (1998, citat per Stettler, 2011: 8; Henderson, 2011: 3). Aquest model es defineix com el "*economic, environmental, and social value of investment that may accrue outside a firm's financial bottom line*" (Hammer i Pivo, 2016: 25). Així doncs, la *Triple Bottom Line* serveix per mesurar i donar la mateixa importància a l'impacte mediambiental, social i econòmic d'una empresa en el desenvolupament de la seva activitat.

L'impacte social es defineix com l'efecte que té una acció, succés o activitat en les persones de la comunitat que l'envolta en els seus diversos espectres: estat mental, estil de vida, cultura... (Wolf, 1982). En el cas dels festivals de música, faria referència al poder que tenen aquests de crear sentiment d'unitat, validació i felicitat dins d'una comunitat, promovent una posició més favorable respecte a la recepció de nous missatges que puguin influenciar els valors, actituds i comportaments dels assistents. Aquesta hipòtesi va poder ser confirmada per O'Rourke, Irwin i Straker (2011) amb el seu estudi basat en entrevistes a assistents de festivals. Segons els autors:

While festivals may only last a short time when measured in hours or days, the social [...] impacts associated with events can extend well beyond the event itself as they have the potential to transform behaviours and attitudes of those attending and those in the local community. (O'Rourke, Irwin i Straker, 2011: 342).

Així doncs, el fet de lligar certs valors a un festival de música provoca una reproducció d'aquests en la mentalitat i accions dels assistents, ja que aquell esdeveniment amb totes les seves característiques representa la seva identitat. Segons Stettler (2011), el poder que tenen els festivals de música per comunicar missatges d'activisme podria ser essencial a l'hora de guiar la societat cap a un comportament més sostenible.

Respecte de l'impacte mediambiental, Garmendia, Salvador, Crespo i Garmendia (2005: 17) el defineixen com "*la alteración de la calidad del medio ambiente producida por una actividad humana*". Segons Dávid (2009), aquest tipus d'esdeveniments tenen un lligam tant directe com indirecte amb el medi ambient, i la incorrecta gestió d'algunes decisions està fent que aquest impacte sigui tan greu.

Aquest mateix autor, Dávid (2009: 67-69), citant a Puczkó i Rátz (2002, 2005) i Michalkó (2007), va resumir les principals zones d'impacte d'un festival de música en cinc: (1) qualitat de l'aire, (2) condició geològica, (3) ús excessiu i contaminació de l'aigua, (4) esgotament de recursos naturals i (5) afectament de la flora i la fauna.

Un altre estudi més enfocat en com l'organització pot influenciar en aquests impactes va dividir les següents àrees: (1) trànsit i transport, (2) ús d'energia, (3) consum d'aliments, (4) gestió de residus, (5) ús d'aigua, (6) contaminació de l'aigua, (7) contaminació de l'aire, (8) soroll i (9) impactes ecològics. (Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson, 2008)

Com a exemple d'aquest impacte, destaca un dels resultats de l'estudi dut a terme per Collins i Cooper (2017) analitzant els efectes mediambientals d'un festival de música, en què s'afirma que la petjada ecològica dels assistents va ser 1,8 cops més gran que si s'haguessin quedat a casa.

Finalment, l'impacte econòmic va ser definit per Elkington (1997, citat per Arowoshegbe i Emmanuel, 2016: 104) com l'efecte i valor que les pràctiques corporatives d'una empresa tenen en el sistema econòmic. Aquest tipus d'impacte pot ser molt important en el cas de festivals de música. Per exemple, donen suport al desenvolupament econòmic de la comunitat on es porten a terme (Stettler, 2011), protegeixen i estimulen el capital social (Arcodia i Whitford, 2006, citats per Stettler, 2011: 5) i donen més visibilitat al món musical, afavorint el seu creixement cultural i econòmic (Holt, 2010; Sen, 2010, citats per Stettler, 2011: 5).

### 3.3. Els esdeveniments com a eina comunicativa

Les eines de relacions públiques tendeixen a ser més barates, creïbles i efectives que les eines publicitàries, i concretament els esdeveniments han demostrat la seva eficàcia a l'hora de construir i millorar la imatge de marca, augmentar la seva notorietat, donar a conèixer nous negocis i productes, estimular el creixement empresarial i alimentar la lleialtat del consumidor (Moise, Serbanica, Mihaela i Filip, 2008; Carter, 2007; Allen, 2009). Segons Galmés (2010: 16), citant a Torrents (2005), aquests punts forts han sigut la raó de què, cada cop més, les empreses espanyoles prefereixin els esdeveniments per sobre de la publicitat.

Però aquests beneficis només s'aconseguiran en la mesura en què l'esdeveniment s'adapti a les necessitats i exigències canviants dels consumidors per tal d'augmentar l'atractiu i *engagement*, ja que és gràcies a la seva participació i implicació en l'experiència, que l'esdeveniment adquireix més valor. És el que Werner, Griesse i Faatz (2020) van anomenar la cocreació de valor en el seu estudi.

Incloure el factor de sostenibilitat en els esdeveniments és una forma de dotar de valor l'acte, respondre a les demandes d'uns consumidors cada cop més informats i oferir-los un espai on poder gaudir d'una experiència de forma ètica, sentir-se identificats i comunicar la seva personalitat i valors (De Brito i Terzieva, 2016). Segons aquestes mateixes autores (2016: 51), "*They want to consume ethically, and they expect organisations to take their social and environmental responsibility seriously*". Així mateix, Richardson (2018) va afirmar al seu estudi (basat en entrevistes a assistents) que els festivals més exitosos serien aquells que adrecessin aquestes preocupacions i interessos del públic abans que la majoria d'esdeveniments.

Estudis duts a terme per Hede (2008), Reid (2007) i Jones (2014), citats per Werner, Griesse i Faatz (2020: 130), van demostrar que aquesta implementació de mesures sostenibles (i la implicació activa dels assistents en aquestes) donava més credibilitat a l'esdeveniment i una percepció de més valor entre els consumidors. A una conclusió similar van arribar Brooks, Magnin i O'Halloran (2010), però relacionant aquests resultats amb la creació d'avantatge competitiu.

Henderson (2011: 12), citant a Porter (1985), va analitzar les diferents estratègies per crear avantatge competitiu, sent aquestes de cost, de diferenciació i de concentració. El seu estudi va permetre demostrar que, des del punt de vista tant del consumidor com de l'organitzador, la via més efectiva quant a sostenibilitat era la diferenciació. És a dir, comunicar aquest factor com un element que permeti posicionar a l'empresa en un major grau de conscienciació i preocupació per la societat i medi ambient. D'aquesta forma, es crearia un lligam més emocional i estret amb el consumidor.

Havent presentat la informació més rellevant per aquest projecte en relació amb els festivals en caràcter d'esdeveniments, es procedeix a endinsar-se en el pas previ: l'organització d'aquests.



### 3.4. Organització d'esdeveniments

Per tal de crear un acte que assoleixi exitosament els objectius específics d'aquest i els generals de la marca, cal dur a terme un procés de planificació detallat. Segons Carter (2007):

Event planning is a process that must be undertaken to ensure that the event, which has been decided on, is adequately conceptualized and planned for, and takes you through all the areas and activities that have to be planned, managed and executed to ensure that this is achieved. (p. 5)

Així doncs, es tracta d'un seguit de passos que comprenen des de la mateixa creació del concepte, objectius i temàtica fins a l'avaluació posterior a la celebració de l'esdeveniment, en cerca d'errors i potencials millores de cara a un futur. Aquest procés inclou també la presa de decisions en moltes àrees que afectaran l'esdeveniment directament o indirecta, com el càtering, decoració, transport dels convidats, allotjament... (Allen, 2009; Carter, 2007)

### 3.5. Organització d'esdeveniments sostenibles

No existeix una definició única i universal de què és la sostenibilitat, fet pel qual el terme està obert a interpretació subjectiva o pot provocar ambigüitat (Zifkos, 2015). Però Brooks, Magnin i O'Halloran (2010) defensen que cal fer un esforç col·lectiu per entendre què és i, d'aquesta forma, poder actuar en una mateixa direcció.

La definició més acceptada de sostenibilitat és la proposada per la World Commission on Environment and Development (1987: 43, citada per O'Rourke, Irwin i Straker, 2011: 343; Stettler, 2011: 8; Zifkos, 2015: 4): "*development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*".

Una altra definició, sostinguda per la IUCN, la UNEP i la WWF (O'Rourke, Irwin i Straker, 2011), és la suggerida per Brooks, Magnin i O'Halloran (2010: ix), que situa la sostenibilitat com "*A state in which society does not systematically undermine natural or social systems within the biosphere*". És a dir, la sostenibilitat hauria de fer possible continuar millorant la qualitat de vida de les persones però tenint en compte la capacitat dels ecosistemes involucrats.

Pel que fa a l'adopció d'un comportament sostenible, existeix el concepte *greening*, adaptat de Mair i Jago (2010) a l'estudi dut a terme per Mair i Laing (2012), per referir-se al procés d'aplicar mesures cada cop més enfocades en la sostenibilitat.

Traslladant aquest terme als esdeveniments, sorgeixen conceptes com la gestió o organització sostenible d'esdeveniments, també anomenada *event greening* (Stettler, 2011). Segons l'autora, aquesta pràctica ha guanyat molta popularitat en els darrers anys, i cada cop són més els organitzadors que prenen consciència dels beneficis que té tant pel planeta com per l'empresa. Destaca la definició de Katzel (2007, citat per Stettler, 2011: 8): "*Sustainable event management is the convergence of sustainability with the project planning process of event management*".

Els esdeveniments sostenibles resultants d'aquest tipus d'organització es defineixen com "*evento diseñado, organizado y desarrollado de manera que se minimicen los potenciales impactos negativos ambientales, y que se deje un legado beneficioso para la comunidad anfitriona y todos los involucrados*" (Programa de Naciones Unidas per al Medi Ambient, 2009, citat per Fundación Oxígeno, 2014). També són coneguts com a esdeveniments responsables, conscients o verds (Stettler, 2011).

Arran de la presa de consciència sobre la necessitat d'organitzar esdeveniments amb menor impacte mediambiental i major impacte social, han sorgit diverses associacions, com A Greener Festival o la Sustainable Event Alliance. Aquestes tenen com a finalitat incentivar l'adopció de pràctiques sostenibles a esdeveniments i la promoció d'estàndards internacionals, com l'ISO 20121, l'ISO 14001 o el BS8901. (Collins i Cooper, 2017; Moreira, 2018; Henderson, 2011)

Altres models estandarditzats per la gestió i mesura de l'impacte mediambiental són el PSR (Pressió-Estat-Resposta) (Hammond, 1995, citat per Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson, 2008: 13), la Petjada Ecològica (Collins i Flynn, 2015, citats per Collins i Cooper, 2017), l'Avaluació d'Impacte Ambiental (EIA) o l'Anàlisi de Cicle de Vida (LCA).

Halmay et al. (2006, citats per Dávid, 2009: 67-69), van dividir els sectors en què aquests models es podien aplicar per controlar i reduir l'impacte. Concretament, van diferenciar el transport, l'allotjament, els àpats, l'energia i el consum d'aigua.

Ja són diversos els festivals que apliquen mesures molt variades a aquests sectors per tal de ser més sostenibles. Per exemple, el Hay Festival (Collins i Cooper, 2017) va contractar un director de sostenibilitat per crear el programa "*Greenprint*", on reunien tres pilars essencials per la seva actuació: introducció efectiva de mesures, participació del públic i educació. Gràcies a això, han aconseguit reduir fins avui dia l'ús de recursos en un 35%, reciclar el 75% de l'aigua utilitzada i instal·lar 100% d'energies renovables, entre altres resultats positius (Hay Festival Wales, 2013, citat per Collins i Cooper, 2017: 152).

El festival DGTL, guanyador del premi *A Greener Festival Award 2018* per les seves polítiques i membre d'aquesta mateixa associació, va instaurar una política 100% circular i va eliminar productes carnis de les paradetes de menjar, entre altres mesures. Una altra direcció és la que va prendre el festival Rototom Sunsplash, més centrada a reduir el consum energètic a través de la instal·lació de llums LED i panells fotovoltaics.

Altres mesures comunes en diversos festivals són les campanyes per animar als assistents a arribar al recinte amb transport públic o vehicles compartits, sistemes de reciclatge i processament de residus, instaurar un dipòsit retornable als envasos, materials i aliments locals i orgànics, tallers i xerrades per educar al públic en la temàtica, etc. (Collins i Cooper, 2017; De Brito i Terzieva, 2016; Moreira, 2018)

Per tal de posar un ordre a tota aquesta varietat i posar l'atenció en les pràctiques més efectives, han sigut diversos els autors que han creat o ampliat guies de consulta per futurs organitzadors de festivals sostenibles (Griffin, 2009; Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson, 2008; REBIUN, 2013; Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010). D'entre aquestes, cal destacar la guia anomenada *6 cordes de la sostenibilitat*, creada per Brooks, Magnin i O'Halloran (2010), per la seva profunditat, detall i adequació al sector dels festivals. Van fer un estudi de cas i entrevistes a experts del sector amb l'objectiu d'establir quines mesures de sostenibilitat havien demostrat ser més efectives per a anteriors festivals.

**Figura 1. The 12 tones – Strategic goals and their related actions.**

*Table 3.8. The 12 tones – Strategic goals and their related actions*

The 6 strings		The 12 tones
Produce no waste	A	Phase out all disposable food and beverage containers
Use 100% renewable energy	B <sup>b</sup>	Implement an internal energy efficiency policy
	B	Develop strategic partnerships to access renewable energy
Use resource efficient transportation	C	Sell a new ticket that includes transportation
	C <sup>#</sup>	Choose or change the location
Work with sustainable stakeholders	D	Bring a sustainability coordinator on board
	D <sup>#</sup>	Introduce a procurement policy for suppliers
Create an atmosphere of inclusion and respect	E	Create areas for under-represented people
	F	Go and speak with kids
Drive societal change toward sustainability	F <sup>#</sup>	Ask artists to DO ONE THING
	G	Include stalls and spaces that convey sustainability ideas
	G <sup>#</sup>	Generate ideas using your festival website

*Nota:* La guia *6 cordes de la sostenibilitat* va estar dissenyada per tenir 6 categories generals acompanyades de 12 accions (tons) més específiques. Adaptat de *“Rock On!: Bringing strategic sustainable development to music festivals”* (p. 49), per S. Brooks, A. Magnin i D. O’Halloran, 2010, *Progress in Industrial Ecology, an International Journal*, 6 (3).

Així mateix, De Brito i Terzieva (2016), van crear el *Model 3D* mitjançant l’anàlisi i comparació de tres festivals de música i entrevistes a organitzadors. En aquest model definien sis punts clau per l’efectivitat de les mesures sostenibles: (1) lideratge visionari, (2) orientació al consumidor, (3) innovació, (4) autenticitat, (5) accions que demostrin les paraules i (6) col·laboracions estratègiques.

Aquestes guies, però, tot i suposar un avenç en la introducció de la sostenibilitat en els festivals de música i altres esdeveniments, compten amb algunes mancances. Algunes ofereixen un enfocament molt específic, deixant de banda altres aspectes a considerar en l’organització sostenible d’actes, com ara el *Model 3D* (De Brito i Terzieva, 2016), que s’enfoca només en elements comunicatius, o la guia REBIUN (REBIUN, 2013), que tracta exclusivament les parts pròpies de la planificació (localització, càtering, cartelleria, etc.). Per contra, la guia de Griffin (2009) és molt general i les seves mesures es poden interpretar obertament. Finalment, si bé la guia dissenyada per Brooks, Magnin i O’Halloran (2010) és la més completa (inclou aspectes corporatius, de sostenibilitat i socials) i dona indicacions detallades, va ser feta més d’una dècada enrere, fet pel qual ha quedat desactualitzada.

Aquest fet deixa veure que l’organització sostenible d’esdeveniments és un sector encara molt desconegut i amb molta manca de recerca, afirmació amb la qual estan d’acord molts altres autors, com Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson (2008), Collins i Cooper (2017), Stettler (2011), De Brito i Terzieva (2016), O’Rourke, Irwin i Straker (2011), Griffin (2009) i Werner, Griese i Faatz (2020).

D'altra banda, l'estudi realitzat per Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson (2008), va posar en evidència el poc interès que mostraven els organitzadors en utilitzar guies d'aquest tipus, admetent la seva preocupació per l'efecte que podria tenir en el benefici econòmic. Altres barreres identificades per Stettler (2011) i Mair i Laing (2012) inclouen la falta de finançament, falta de coneixement sobre la temàtica, poca disponibilitat de proveïdors i col·laboradors sostenibles, la manca de control del comportament dels assistents respecte de les accions i activitats proposades.

Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson (2008) i Brooks, Magnin i O'Halloran (2010) van concloure que cal educar en sostenibilitat perquè els organitzadors puguin realment prendre consciència del valor que aquesta guia podria aportar al seu esdeveniment i comptin amb les eines i coneixements per aplicar-ho al seu esdeveniment. Aquest valor, interpretat com a motivacions que podrien animar als organitzadors a fer el pas, inclouen la millora de la imatge de marca, la definició d'un avantatge competitiu i la satisfacció de la demanda del consumidor (Mair i Laing, 2012).

Però aquest esforç no serà exitós si els festivals no posen la sostenibilitat al centre dels seus objectius. Segons Stettler (2011: 54), *"When envisioned, designed and managed for sustainability, music festivals have much to contribute to the transition of sustainability"*.

L'efecte contrari a no dirigir les mesures cap a fites reals de sostenibilitat, seria el fenomen conegut com a *greenwashing*. La consultoria UL (2021) ho defineix com *"the act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service"*.

Zifkos (2015) va fer una anàlisi de la situació del *greenwashing* en els festivals de música sostenibles. Com a conclusió, va extreure que el concepte de sostenibilitat és tan genèric, obert i canviant que ha donat via lliure al seu ús en excés per part de les empreses, molts cops sense ni tan sols indagar i explicar al públic les raons que recolzen el seu ús o què vol dir ser sostenibles en aquest cas. El fet que sigui un concepte "paraigües" provoca que un festival que només demana als assistents que reciclin tingui el mateix dret a utilitzar-lo que un altre festival que aplica moltes altres mesures proactives i continua treballant per reduir el seu impacte dia rere dia.

Zifkos (2015) finalitzava el seu estudi aconsellant un ús mesurat de la paraula, només en els casos en què realment es busqués una reducció real de l'impacte negatiu a través de la introducció de la sostenibilitat en els objectius i sempre que fos possible raonar i demostrar aquestes accions.

En conclusió, l'extensa recerca duta a terme permet comprovar dos punts essencials: (1) encara queda molt per investigar en el sector de l'organització d'esdeveniments sostenibles i (2), tal com també van afirmar Werner, Griese i Faatz (2020), tot i ser una pràctica relativament nova, està demostrant ser una gran eina de la qual, si es fa bé, es poden beneficiar tant l'empresa com la societat de moltes formes diferents.

## **4. METODOLOGIA**

L'objecte d'estudi d'aquest treball són les accions de sostenibilitat realitzades i comunicades<sup>1</sup> pels mateixos festivals de música. Per tal d'estudiar-les, la metodologia es va dividir en dues parts; la primera va consistir en l'anàlisi exploratòria, sistematització i unificació de guies d'accions de sostenibilitat creades prèviament per altres autors, amb l'objectiu de crear un document base. Aquesta primera part es va dur a terme durant la segona meitat de març de 2022.

La segona part de la metodologia va partir de la guia elaborada, i va consistir a la comparació entre aquesta nova guia i les accions de sostenibilitat comunicades per alguns dels festivals de música més reconeguts, sobretot pel seu impacte en aquesta tendència. Aquesta darrera part, duta a terme durant la primera quinzena d'abril de 2022, va ser la que va permetre assolir la finalitat del treball i donar resposta a les preguntes d'investigació.

El mètode utilitzat per aconseguir ambdós propòsits, per tant, va ser una anàlisi de contingut, definida per Abela (2002: 2) com una "*técnica de interpretación de textos*". Encara que aquests textos es puguin entendre com tota mena d'escrits, materials audiovisuals, etc., tots tenen en comú el valor que la seva informació pot aportar a un estudi. (Abela, 2002)

Amb aquesta metodologia es volia donar resposta a les següents preguntes d'investigació:

**PI<sub>1</sub>:** En quina mesura els festivals sostenibles apliquen accions per reduir el seu impacte mediambiental?

**PI<sub>2</sub>:** Quines són les principals accions de sostenibilitat que s'apliquen en l'organització sostenible d'esdeveniments de música sostenibles?

A continuació s'explica el procediment que es va seguir per cada part de la metodologia que va formar aquest estudi exploratori.

### **4.1. Part 1: Sistematització de guies**

Per la primera part de la metodologia, va caldre fer una identificació de les guies que posteriorment serien sistematitzades.

#### *4.1.1. Identificació de les guies*

La base per la identificació de les guies va ser la recerca documental duta a terme pel marc teòric. Per tal de trobar guies existents es van utilitzar les plataformes Google Scholar, la biblioteca i el repositori digital DUGi de la Universitat de Girona, i el repositori de la NHL Stenden University of Applied Sciences. Es van emprar paraules clau com "organització esdeveniments sostenibles", "esdeveniments sostenibles", "esdeveniments verds", "festivals de música sostenibles", "festivals de música verds", "guia esdeveniments sostenibles", "guia festivals música", "guia festivals música sostenibles", entre altres variacions, i totes en tres idiomes: català, castellà i anglès. A més, no es van aplicar limitacions geogràfiques.

---

<sup>1</sup> Cal destacar la diferència entre les accions preses pels festivals i les accions comunicades, ja que en no tenir accés als organitzadors o als documents privats dels esdeveniments, l'estudi s'ha hagut de fer segons el que els festivals comunicaven que feien a les seves pàgines web. Per aquesta raó, l'estudi fa referència a les "accions comunicades".

Aquesta recerca va permetre identificar un total de sis guies relacionades amb mesures (no necessàriament sostenibles) a prendre a l'hora d'organitzar festivals de música. A aquestes es van aplicar diversos filtres, en el següent ordre: (1) accessibilitat al document, (2) caràcter sostenible i (3) adequació de l'enfocament. Aquest últim filtre feia referència a la contenció real d'accions de sostenibilitat, ja que per exemple la guia de Macgregor, Jones, Pilgrim i Thompson (2008) identificava les àrees on l'organització d'un esdeveniment podia treballar per reduir l'impacte mediambiental, però no oferia propostes específiques de com fer-ho.

D'aquest procés de mostratge van resultar tres guies, les quals són les següents:

- **6 cordes de la sostenibilitat** (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010): guia creada arran d'entrevistes a organitzadors i anàlisi de les mesures aplicades per festivals sostenibles. De totes les identificades, es va considerar la més detallada i delimitada al sector, ja que cobria diferents enfocaments (corporatiu, sostenible, social) i el seu estudi era el que comptava amb un nombre més gran d'entrevistes i anàlisi de casos. Es correspon amb la figura 1.
- **Llistat de mesures imprescindibles** segons Griffin (2009): l'autor aporta un enfocament més general sobre les pràctiques mínimes necessàries que els festivals haurien de tenir en compte per assegurar un menor impacte mediambiental.
- **Model 3D** (De Brito i Terzieva, 2016): aquesta guia ofereix una aproximació de caràcter comunicatiu. El seu llenguatge corporatiu i ajustat a la identitat de les empreses la fa més entenedora per a aquestes.

Cada guia d'aquestes contemplava un enfocament diferent. Per exemple, el *Model 3D* de De Brito i Terzieva (2016) presentava un caràcter més corporatiu i comunicatiu, deixant de banda accions més relacionades estrictament amb les parts d'un esdeveniment (càterring, localització, decoració, etc.). Les mesures imprescindibles proposades per Griffin (2009) plantejaven un contingut més genèric, aplicable a molts tipus d'esdeveniment, mentre que les *6 cordes de la sostenibilitat* de Brooks, Magnin i O'Halloran (2010) era més detallada i se centrava en accions específiques de sostenibilitat. Però aquesta darrera, no obstant això, va ser creada l'any 2010, i des de llavors la indústria ha evolucionat i canviat molt.

És per això que es va considerar adequat fer una primera aproximació a una guia integral que combinés aquests diversos elements corporatius, operatius, comunicatius i de sostenibilitat de forma més actualitzada gràcies a la posterior anàlisi de festivals de música sostenibles.

Adicionalment, la **guia REBIUN** (REBIUN, 2013) estava enfocada en esdeveniments universitaris sostenibles, però per la seva adequació en les parts comunes que tenen tots els esdeveniments i potencial de complementar les altres guies en aquest aspecte, també es va seleccionar.

El contingut de la guia de Griffin (2009), el *Model 3D* (De Brito i Terzieva, 2016) i la guia REBIUN (REBIUN, 2013) es pot consultar a l'annex 1.

#### 4.1.2. Sistematització de les guies

Un cop es van tenir identificades les fonts d'informació d'on s'agafarien les accions de sostenibilitat a sistematitzar, calia dissenyar el sistema. Segons Espín (2002), es pot partir d'una categorització "a priori" (és a dir, categories prèviament creades) o "a posteriori" (sistematitzar sense categories establertes i definir-les un cop s'ha analitzat el contingut i s'han trobat coincidències). Aquest estudi es va identificar com "a priori" pel fet de partir de referències

bibliogràfiques ja existents, que contenien categories i presentaven un marc sobre el qual basar-se.

D'altra banda, el sistema d'anàlisi de contingut i codificació, basat en la teoria d'Abela (2002) i Espín (2002), va requerir tres fases. Una primera per unir les accions, una segona per identificar les categories, i una tercera per sistematitzar i polir el contingut. A continuació, es mostra detalladament el procés, el qual també es pot consultar de forma més visual i detallada a l'annex 2.

#### 4.1.2.1. Fase 1: Unió d'accions

Per aquesta primera fase, es van dividir en diferents llistats les accions de sostenibilitat contemplades a cada guia. La divisió es va fer segons temàtica, que segons Espín (2002), és un tipus d'anàlisi que consisteix a extreure el component psicològic del contingut, la seva significació. Així doncs, quan es detectava que dues o més accions tractaven el mateix tema (per exemple, àpats), es posaven al mateix llistat.

Cal destacar que es van sistematitzar aquelles accions que apareixien en més d'una guia, ja que d'aquesta forma tenien el suport d'altres autors. Les accions de sostenibilitat que no tenien cap símil es van mantenir en un llistat separat, anomenat "Altres".

#### 4.1.2.2. Fase 2: Identificació de categories

Amb les accions dividides, es van crear les categories a partir de les temàtiques que representava cada llistat. Van sorgir les següents categories:

- **Recerca:** accions fent referència a la necessitat de fer estudis per determinar l'impacte mediambiental i social de l'esdeveniment (abans i després) i trobar formes de millorarlo. (Griffin, 2009; De Brito i Terzieva, 2016; REBIUN, 2013)
- **Eficiència de recursos:** accions més generals fent referència a no malgastar recursos (Griffin, 2009; REBIUN, 2013). Aquesta categoria va ser dividida en cinc subcategories, cada una corresponent a un recurs diferent i present a les guies:
  - o Energia (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010; REBIUN, 2013)
  - o Aigua (REBIUN, 2013)
  - o Menjar (REBIUN, 2013)
  - o Transport (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010; REBIUN, 2013)
  - o Residus (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010; Griffin, 2009; REBIUN, 2013)
- **Comunitat:** accions més centrades a promoure un impacte social positiu en els assistents i la comunitat local, a través de la implicació proactiva en temes que afecten aquests actors (educació, desigualtat, etc.). (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010; REBIUN, 2013)
- **Col·laboració:** accions enfocades a canviar com l'empresa es relaciona amb els proveïdors i actors locals, per tal de continuar promovent un impacte mediambiental reduït. (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010; Griffin, 2009; De Brito i Terzieva, 2016; REBIUN, 2013)
- **Comunicació:** accions relacionades amb la comunicació de l'activitat duta a terme en l'organització sostenible d'esdeveniments, considerant el seu valor afegit i el seu impacte. (Griffin, 2009; De Brito i Terzieva, 2016; REBIUN, 2013)

#### 4.1.2.3. Fase 3: Sistematització i codificació del contingut

En detectar que hi havia moltes accions idèntiques en significat, es van codificar per posteriorment poder-les convertir en una acció única. D'aquesta forma, es podria obtenir una guia més neta, concisa i clara.

Els codis es van crear utilitzant les inicials de la categoria (Recerca = R, Comunitat = CO, Col·laboració = CL, Comunicació = CM). En el cas d'Eficiència de recursos, que comptava amb subcategories, es van incloure les inicials d'aquestes (Eficiència de recursos (Energia) = EE, Eficiència de recursos (Aigua) = EA, Eficiència de recursos (Menjar) = EM, Eficiència de recursos (Transport) = ET, Eficiència de recursos (Residus) = ER). Així mateix, per classificar i agrupar les accions semblants, es van aplicar lletres de l'abecedari (A, B, C i més, si s'esqueia). Un exemple de codi seria "ER.B".<sup>2</sup>

Un cop fet aquest pas, es van eliminar els duplicats i es van crear noves accions de sostenibilitat que comunicuessin el significat d'aquelles repetides. Les accions resultants de la guia integral es van identificar utilitzant mateixes inicials identificadores de les categories utilitzades prèviament, aquest cop seguit d'un número segons el seu ordre (1, 2, 3...).

La guia resultant és la següent:

**Figura 2. Guia RECC per l'organització sostenible de festivals de música.**

Recerca	Eficiència de recursos					Comunitat	Col·laboració	Comunicació
	Energia	Aigua	Menjar	Transport	Residus			
R1. Identificació prèvia de l'impacte mediambiental de l'esdeveniment.	EE1. Ús d'energies renovables.	EA1. Ús eficient de l'aigua.	EM1. Anàlisi del volum necessari de menjar per evitar restes.	ET1. Animar els assistents a fer ús de vies de transport de menys impacte (pròpies de l'esdeveniment o externes).	ER1. Incorporació i increment de sistemes de gestió i eliminació de residus.	CO1. Fer de l'esdeveniment un espai segur i inclusiu per col·lectius discriminats.	CL1. Comptar amb assessors en sostenibilitat.	CM1. Comunicar l'esdeveniment (objectius, accions, resultats).
R2. Disseny i innovació d'accions per reduir l'impacte.	EE2. Creació i implementació d'un sistema per l'ús eficient d'energia.		EM2. Ús de productes locals, de temporada i/o ecològics.	ET2. Venda d'entrades amb transport inclòs.	ER2. Ús de materials reutilitzables.	CO2. Activitats dirigides a conscienciar els assistents sobre sostenibilitat.	CL2. Comptar amb proveïdors i col·laboradors que promoguin polítiques de sostenibilitat.	CM2. Fer de la sostenibilitat una part de la identitat de l'esdeveniment.
R3. Avaluació posterior de l'impacte mediambiental.						CO3. Procurar per la comunitat local (comerços, associacions, refugis...).	CL3. Buscar el benefici mutu amb les autoritats locals.	CM3. Allunyar-se del <i>greenwashing</i> i demostrar les paraules amb accions.  CM4. Informar els <i>stakeholders</i> de les accions de sostenibilitat i resultats.

*Nota:* Elaboració pròpia a partir de Brooks, Magnin i O'Halloran (2010), De Brito i Terzieva (2016), Griffin (2009) i REBIUN (2013).

<sup>2</sup> El lector pot trobar de forma més visual aquest procés a l'annex 2.



## 4.2. Part 2: Estudi de casos

Feta la primera part de la metodologia, l'estudi passava a la seva segona part: l'estudi de casos. En concret, l'estudi de les accions de sostenibilitat que comuniquen alguns dels festivals de música més coneguts, amb l'objectiu de conèixer com els principals esdeveniments d'aquest sector treballen en el seu procés organitzatiu per reduir el seu impacte mediambiental. La base de l'anàlisi va ser la guia elaborada prèviament, fet que permetria detectar possibles mancances o suggeriments.

### 4.2.1. Selecció de casos d'estudi

La recerca documental va permetre identificar un seguit d'associacions que treballen per promoure un oci més verd, i a les quals els festivals es poden unir com a membres.

D'entre aquestes associacions, A Greener Festival és la que ofereix un llistat dels seus membres i una major transparència pel que fa als codis de conducta i requisits que han de complir els esdeveniments (A Greener Festival, s. d.). Posant aquesta primera condició com a filtre, es podia assegurar la tria de festivals de música amb un mínim d'actuació sostenible.

D'un total de 45 membres, es van retirar 11 que no eren festivals de música, sent aquest pas el segon filtre. Posteriorment, es va reduir la llista a aquells festivals que comptaven amb una secció a la pàgina web dedicada a explicar la seva actuació en matèries de RSC, sostenibilitat, impacte social... Aquest tercer filtre va permetre passar de 34 casos a 20.

Finalment, el darrer filtre va consistir a analitzar la localització geogràfica dels festivals restants. Cal destacar que va haver-hi un festival en concret, Fire in the Mountain, que va ser eliminat en el procés d'aquesta anàlisi, ja que segons la seva web només donen l'adreça als compradors d'entrades (Fire in the Mountain, s. d.).

La creació d'un mapa (vegeu figura 8, annex 3) va permetre veure que tots els festivals es trobaven repartits per Europa de forma molt desigual, fet que feia impossible crear clústers per seleccionar segons la seva zona geogràfica. D'aquesta forma, es va fer un sorteig a través de la plataforma *Sortea2* entre els 19 festivals resultants del procés de filtratge. A causa de la limitació temporal, es va decidir que el resultat fossin 9 casos d'estudi, que correspondria a quasi la meitat. Els resultats van ser els següents:

- Øya Festival
- Boomtown Fair
- Boom Festival
- Own Spirit Festival
- Greenbelt Festival
- Roskilde Festival
- Terraforma Festival
- Hadra Trance Festival
- DGTL

Aquest procés de filtratge es pot contemplar de forma detallada i sencera a l'annex 3.

#### 4.2.2. Comparativa entre guia i festivals

Per tal d'estudiar les accions de sostenibilitat que aplicaven els casos d'estudi en relació amb la guia elaborada prèviament, es va crear una plantilla d'anàlisi (figura 9, annex 4) partint de les categories i accions de sostenibilitat contemplades a la guia.

L'estructura de la plantilla permetria observar si els festivals aplicaven (i comunicaven) les accions de sostenibilitat o no. Es va incloure un espai per anotar observacions sobre altres elements interessants relacionats amb aquelles accions de sostenibilitat que es trobessin, ja que aquesta informació podria ser de valor per fases posteriors de la investigació. A més, la secció final (titulada "Altres accions no contemplades a la guia") va servir per anotar aquelles accions de sostenibilitat que els festivals duïen a terme, però que no es veïen reflectides a la guia.

Els resultats quantitatius obtinguts a través de l'aplicació d'aquesta plantilla van ser posteriorment utilitzats per donar resposta a les preguntes d'investigació.

### 5. RESULTATS

Les plantilles d'anàlisi completades (consultables a l'annex 5) es van fer servir per comparar dades i traslladar-les a taules i gràfics. A continuació, es dona resposta a cada pregunta d'investigació mitjançant la presentació dels resultats aconseguits amb l'estudi.

#### 5.1. Compliment de les accions de sostenibilitat per part dels festivals de música

**Figura 3. Compliment de les accions de sostenibilitat per cada festival de música.**

	Sí		No	
	Nº	%	Nº	%
DGTL	21	95,45%	1	4,55%
Boomtown Fair	19	86,36%	3	13,64%
Roskilde Festival	19	86,36%	3	13,64%
Own Spirit Festival	18	81,82%	4	18,18%
Boom Festival	17	77,27%	5	22,73%
Øya Festival	16	72,73%	6	27,27%
Terraforma Festival	16	72,73%	6	27,27%
Hadra Trance Festival	16	72,73%	6	27,27%
Greenbelt Festival	12	54,55%	10	45,45%
MITJANA	17	77,78%	5	22,22%

*Nota:* La taula mostra el nombre d'accions de sostenibilitat que comunica cada festival i quantes no, ordenant els festivals de més a menys accions.

Elaboració pròpia.

Respecte a en quina mesura els festivals apliquen accions de sostenibilitat (PI<sub>1</sub>), s'observa que tots els casos d'estudi estan per sobre de les 11 accions (la meitat de les 22 accions que conformen la guia integral elaborada durant el procés metodològic). La mitjana d'accions de sostenibilitat comunicades s'eleva fins al 77,78%, corresponent a 17 accions, i el 22,22% no aplicades (o no comunicades), essent el nombre en unitats 5.

La llista l'encapçala el festival holandès DGTL, nomenat l'any 2017 el festival més innovador i sostenible d'Amsterdam (DGTL, 2022), amb 21 accions comunicades a la seva web (el 95,45%).

Tot seguit, es troben en igualtat de posicions el Boomtown Fair i el Roskilde Festival, que apliquen -o comuniquen- 19 de les accions contemplades a la guia (el 86,36%). L'Own Spirit

Festival i el Boom Festival els segueixen de ben a prop, amb 18 (81,82%) i 17 (77,27%) accions de sostenibilitat respectivament.

El Øya Festival, el Terraforma Festival i l'Hadra Trance Festival formen el següent gran bloc, mostrant l'aplicació del 72,73% (corresponent a 16 de les 22) de les accions a les seves pàgines webs.

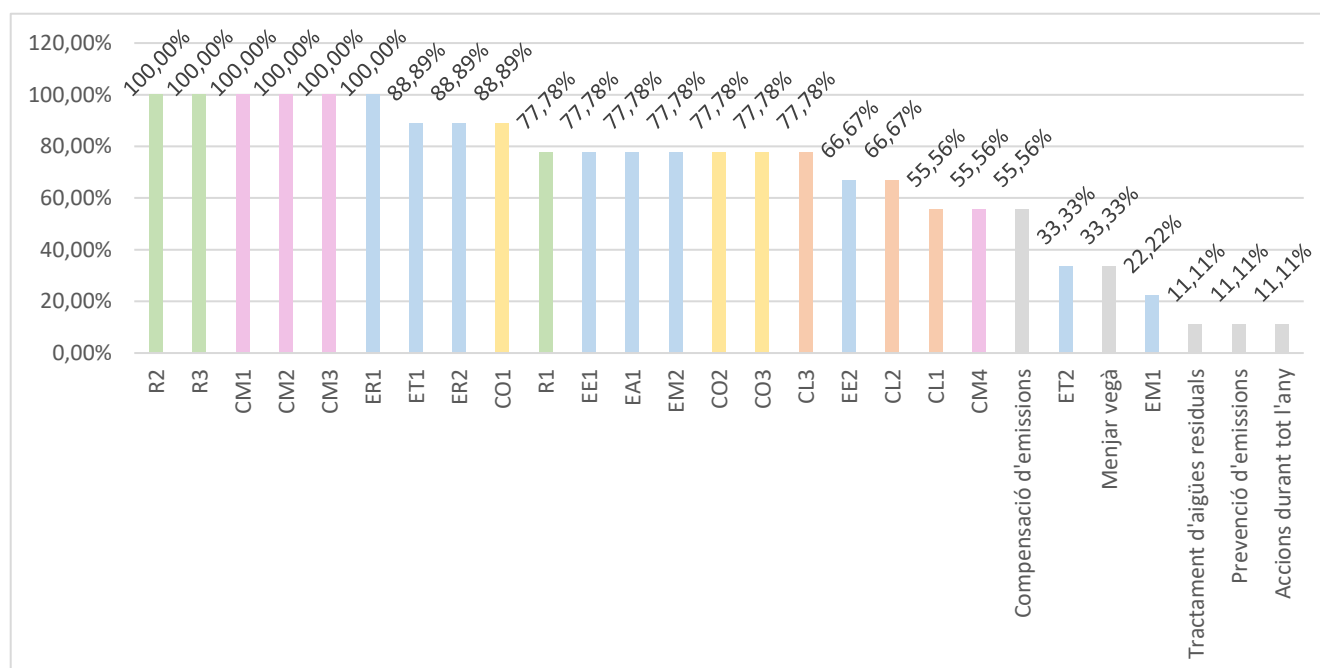
Finalment, amb una gran diferència respecte dels festivals anteriors, hi ha el Greenbelt Festival, amb 12 accions de sostenibilitat aplicades (el 54,55%). Aquest és el que més s'acosta a la meitat de les accions contemplades a la guia RECCC.

## 5.2. Principals accions de sostenibilitat comunicades pels festivals de música

Per tal de respondre a la PI<sub>2</sub>, es van comptar les vegades que cada acció de sostenibilitat era aplicada entre tots els casos d'estudi (que eren 9). Aquest pas va permetre crear la figura 4, que mostra visualment quines accions són més populars entre els festivals analitzats i a quina categoria pertanyen gràcies a un codi de colors.

D'altra banda, també cal destacar que durant l'anàlisi dels casos d'estudi es van trobar accions de sostenibilitat dutes a terme pels festivals de música, que no constaven a la guia integral prèviament elaborada, però que anaven dirigides a reduir l'impacte mediambiental de l'esdeveniment. Aquestes també es van afegir a la taula, marcades en color gris, per veure la seva importància respecte de les accions de sostenibilitat de la guia.

**Figura 4. Accions de sostenibilitat més comunicades pels festivals.**



*Nota:* El gràfic mostra el grau d'implementació (i comunicació) de cada acció de sostenibilitat contemplada a la guia, juntament amb aquelles no contemplades i trobades durant l'anàlisi dels casos d'estudi. S'ha utilitzat un codi de colors per fer la identificació més fàcil: Recerca = verd, Eficiència de recursos = blau, Comunitat = groc, Col·laboració = taronja, Comunicació = rosa i Altres = gris.

Es pot observar que dues de les tres accions que conformen la categoria de "Recerca" ocupen les posicions més elevades de la llista, amb el 100% d'aparició als casos d'estudi. L'anàlisi va

permetre observar que tots els festivals de música feien referència a la seva feina per innovar en accions de sostenibilitat i millorar any rere any (R2), i presentaven els resultats obtinguts d'anys anteriors, sinònim que els estudiaven (R3). Tot i això, només 7 festivals comunicaven explícitament fer investigació prèvia per conèixer les àrees de més impacte, formes de reduir-lo, les necessitats de l'audiència... Una tasca pròpia de l'acció R1.

Respecte de la següent categoria a la guia, "Eficiència de recursos", i concretament la subcategoria d'"Energia", no suposa un gran pes entre els festivals de música. L'acció EE1 ("Ús d'energies renovables") es troba a 7 festivals (el 77,78%), essent la forma més comuna (o comunicada) l'energia solar (Boom Festival, 2022; Own Spirit Festival, 2022; Terraforma Festival, 2022). En una posició similar es troba l'acció EE2 respecte de la implementació de sistemes per la reducció i eficiència de l'ús energètic, aplicada per 6 casos (el 66,67%).

D'altra banda, la subcategoria d'"Aigua", formada per l'acció EA1 ("Ús eficient de l'aigua"), també es trobava present en el 77,78% dels casos. La forma més estesa d'aplicar aquesta acció és a través de les dutxes, sigui limitant la seva durada (Boom Festival, 2022) o venent-les per separat de les entrades (Boomtown Fair, 2020). Una altra mesura en la qual coincideixen diversos festivals és en l'ús de lavabos secs (Own Spirit Festival, 2022; Association Hadra, 2022; DGTL, 2022).

Pel que fa al "Menjar", l'acció que apareix amb més freqüència d'aquesta subcategoria és l'acció EM2 ("Ús de productes locals, de temporada i/o ecològics"), amb el 77,78% entre els festivals de música analitzats. Contràriament, l'altra acció que conforma el grup, l'EM1 ("Anàlisi del volum necessari de menjar per evitar restes") és la menys aplicada (o comunicada) de totes les accions de sostenibilitat presents a la guia, amb només 2 festivals (22,22%).

Ahora, 8 dels festivals (el 88,89%) identifiquen el transport com l'àrea més contaminant, fet pel qual molts esforços de comunicació van dirigits a animar els assistents a utilitzar vies de transport menys contaminants (ET1). Destaca el Boom Festival (2022) per ser l'únic cas d'estudi en comptar amb una flota d'autobusos propis. Tot i això, només 3 (el 33,33%) contemplaven l'opció d'incloure el bitllet de transport a l'entrada del festival (ET2).

L'última subcategoria dins de l'eficiència de recursos és la de "Residus", la qual avança a moltes altres accions de la guia. No estranya que l'aplicació de sistemes de gestió i eliminació de residus (ER1) sigui present al 100% dels casos, ja que, com Brooks, Magnin i O'Halloran afirmaven (2010), els festivals de música són dels esdeveniments més contaminants pel fet de reunir tanta gent i usar tants recursos. Així doncs, reciclar i reutilitzar ha esdevingut una de les accions més bàsiques a implementar quan es tracta d'avançar cap a la sostenibilitat. Una forma bastant emprada són els gots reutilitzables amb dipòsit (DGTL, 2022; Øyafestivalen, 2022; Greenbelt Festival, 2022; Terraforma Festival, 2022), entre altres exemples, posicionant l'acció ER2 (sobre l'ús de materials reutilitzables) al 88,89% dels casos.

D'altra banda, en relació amb les categories de "Comunitat" i "Col·laboració", totes les seves accions es troben a més de la meitat dels festivals de música, però cap suposa un pes important en aquests. La més aplicada (al 88,89%) és l'acció CO1 ("Fer de l'esdeveniment un espai segur i inclúsiu per col·lectius discriminats"), ja que molts esdeveniments es mostren compromesos amb el canvi social, el respecte comú i la inclusió. Per exemple, l'Own Spirit Festival (2022), fa molt d'èmfasi en la llibertat de mobilitat de persones amb discapacitats i nens, i el DGTL (2022) compta amb grups especialitzats a la zona del festival per informar i actuar en cas de conflictes.

Les accions CO2 (“Activitats dirigides a conscienciar els assistents sobre sostenibilitat”) i CO3 (“Procurar per la comunitat local”) la segueixen de ben a prop, essent aplicades pel 77,78% dels festivals. En la qual s’ha trobat més diversitat, però, és en la CO3; els festivals l’aplicaven a través de la contractació d’artistes i treballadors locals (Boom Festival, 2022; DGTL, 2022), donació de menjar i material restant (Øya Festival, 2022; Association Hadra, 2022), inversions en negocis locals (Boomtown Fair, 2020; Boom Festival, 2022; Own Spirit Festival, 2022), reunions amb la comunitat per conèixer-los i saber com els poden ajudar (Boomtown Fair, 2020)...

Respecte de la categoria de “Col·laboració”, les accions CL3 (“Buscar el benefici mutu amb les autoritats locals”) i CL2 (“Comptar amb proveïdors i col·laboradors que promoguin polítiques de sostenibilitat”), tampoc representen una elevada posició en la figura 4, sent aplicades respectivament pel 66,67% i el 55,56% dels festivals de música estudiats.

Cal destacar que l’acció restant, la CL1 (“Comptar amb assessors en sostenibilitat”), només es va detectar en 5 festivals (el 55,56%), però els 4 restants també podrien incloure aquesta acció a la seva organització, ja que es va descobrir a través de Boomtown Fair (2022) i Terraforma Festival (2022) que l’associació A Greener Festival compta amb assessors al servei dels seus membres.

Quant a la darrera categoria de la guia, “Comunicació”, l’acció CM1 (integrada per la comunicació dels objectius del festival, les accions de sostenibilitat, els resultats...) i la CM2 (“Fer de la sostenibilitat una part de la identitat de l’esdeveniment”) apareixen a tots els casos d’estudi (9 en total), ja que es van escollir esdeveniments sostenibles de gran dimensió, amb presència mediàtica i membres de A Greener Festival. Aquest fet també implicava directament el compliment de l’acció CM3 (“Allunyar-se del *greenwashing* i demostrar les paraules amb accions”), perquè estan demostrant la seva implicació sent membres d’una associació que lluita per un sector més sostenible i mostrant com les seves accions tenen un impacte positiu en el medi ambient i societat.

No obstant això, hi havia alguns festivals de música que presentaven més implicació que d’altres, en el sentit que alguns tenien més punts concrets dins de l’acció CM3 (col·laboracions, projectes, certificacions, premis, etc.). Per exemple, el Øya Festival compta amb diversos premis i certificacions de sostenibilitat, i va publicar el llibre “*Environmental Handbook for festivals and outdoor events*” juntament amb GRIP (Øyafestivalen, 2022). Un altre exemple és el Boomtown Fair (2022), associat a moviments com Green Deal Circular Festivals o Festival Vision 2025 (essent el Greenbelt Festival també membre d’aquest últim [Greenbelt Festival, 2022]).

Finalment, les “Altres” accions, incloses a la taula en color gris, es van identificar com a “Compensació d’emissions”, “Prevenió d’emissions”, “Menjar vegà”, “Tractament d’aigües residuals” i “Continuïtat de l’activisme durant tot l’any”.

Pel que fa a les emissions, la compensació, detectada a 5 casos (55,56%) es porta a terme majoritàriament a través de la plantació d’arbres (Boomtown Fair, 2022; Boom Festival, 2022; Own Spirit Festival, 2022), però també amb donacions de plaques solars a escoles (Boomtown Fair, 2022) o a associacions contra la desforestació (Association Hadra, 2022).

El menjar vegà era la segona acció d’“Altres” més aplicada (pel 33,33% dels casos). Encara que en diversos percentatges, el Øya Festival (Øyafestivalen, 2022), el Boom Festival (Boom Festival, 2022) i DGTL (DGTL, 2022) ofereixen menjar lliure de carn, essent aquest últim l’únic en tenir una oferta 100% vegana.

Les altres tres accions identificades només es van trobar en un festival cada una. Si bé la compensació fa referència a actuar quan aquestes ja s'han emès, la prevenció d'emissions busca actuar abans per no provocar-les. En aquest cas, només el DGTL (2022) l'aplica. Concretament, ho fan a través d'accions com allotjar els artistes a hotels circulars o amb la creació d'una web creada juntament amb SkyNRG i CHOOOSE perquè els assistents puguin calcular les seves emissions de CO2 amb el transport i allotjament que utilitzaran.

Les accions de "Tractament d'aigües residuals" i "Continuïtat de l'activisme durant tot l'any" es van detectar només en l'Hadra Trance Festival (Association Hadra, 2022). El tractament d'aigües residuals (Association Hadra, 2022) té l'objectiu de recuperar nutrients de l'aigua i reduir la seva contaminació i, per últim, la continuïtat de l'activisme durant tot l'any (Association Hadra, 2022) fa referència a continuar fent accions de sostenibilitat fora dels dies de l'esdeveniment. En concret, organitzen conferències i tallers per posar en contacte nous artistes amb discogràfiques, per ajudar a altres festivals a implementar accions de sostenibilitat i millorar la seva experiència, etc.

## **6. CONCLUSIONS**

L'objectiu d'aquest estudi era conèixer, a partir d'una guia integral que unís en un mateix document les accions de sostenibilitat més comunes (d'acord amb Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010; De Brito i Terzieva, 2016; Griffin, 2009 i REBIUN, 2013), com els principals festivals de música sostenibles aplicaven en el seu procés d'organització d'esdeveniments aquestes accions, per tal de reduir el seu impacte mediambiental.

La primera aproximació de la guia integral va permetre observar que els autors coincidien en diverses àrees a tractar, essent les principals la necessitat d'investigar l'impacte en qüestió, l'eficiència de recursos i la col·laboració amb entitats sostenibles i/o locals per promoure un benefici comú (afirmació que va ser confirmada posteriorment pels resultats de la PI<sub>2</sub>).

La unió d'aquestes accions de sostenibilitat va desembocar en la creació de cinc categories, identificades com la guia RECCC, la qual aconsegueix integrar les diferents fortaleses de cada guia analitzada en un sol document: el caràcter més complet de les *6 cordes de la sostenibilitat* (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010), les observacions imprescindibles de Griffin (2009), l'enfocament empresarial i comunicatiu del Model 3D (De Brito i Terzieva, 2016) i el detall de la guia REBIUN (REBIUN, 2013).

Per conèixer l'actuació en matèria de sostenibilitat dels festivals de música, es va utilitzar la guia com a document base per comparar de forma exploratòria amb les accions dels casos d'estudi. La resposta a la PI<sub>1</sub> va permetre observar que la sostenibilitat i el canvi social han esdevingut un factor clau en la identitat dels esdeveniments (acció CM2), en alguns casos, fins i tot, portant-ho més enllà del recinte. Destaca la filosofia del festival DGTL, la qual es basa a veure l'esdeveniment com una oportunitat per experimentar amb accions que, en cas de ser eficients, podrien ser traslladades a escala municipal o nacional (DGTL, 2022). És aquest afany el que els porta a col·laborar amb un gran nombre d'associacions de les quals rep suport o material sostenible que ells no poden fabricar, com per exemple Greener (bateries sostenibles), Beyond Meat (menjar vegà) o SkyNRG (combustible sostenible per alimentar als avions en què venen els artistes convidats) (DGTL, 2022).

En una situació similar es troben el Roskilde Festival (descriu com "*one of Europe's largest gatherings for young people*" [Roskilde Festival, 2022]) i l'Hadra Trance Festival. Són dos

esdeveniments que, en el seu procés d'organització, també fan donatius o col·laboren amb moltes associacions per assolir objectius de conscienciació social, reducció de l'impacte mediambiental, donar veu a petits artistes, recerca... (Roskilde Festival, 2022; Association Hadra, 2022) El fet que algunes d'aquestes associacions siguin internacionals, però, provoca que quedin fora de la guia, la qual només fa referència a implicació (CO3) i col·laboració (CL3) amb l'entorn local.

Durant l'anàlisi, també es va detectar que els festivals, de forma majoritària, entenen la sostenibilitat des de la circularitat, posicionant-la al centre de les seves decisions a causa de l'elevada quantitat de residus que provoca reunir tanta gent en un entorn festiu. El festival DGTL és el que més incís fa en aquesta filosofia, assegurant a la seva web que cada any treballen per fer que el pròxim festival sigui encara més circular i que, aquest any, *"DGTL is becoming the world's first circular festival"* (DGTL, 2022).

En resum, l'anàlisi dels resultats referents a la PI<sub>1</sub> va permetre concloure que tots els festivals seleccionats com a cas d'estudi fan un esforç per reduir l'impacte mediambiental i promoure una experiència positiva i ètica als seus assistents. Tot i això, la resposta a la PI<sub>2</sub> va posar en evidència la desigualtat entre accions de sostenibilitat de la mateixa categoria, el que podria significar que algunes són més eficaces o interessants per les empreses (per temes de logística, econòmics, comoditat del client o quelcom) quan es traslladen a la pràctica.

El cas més pronunciat es troba a la categoria de "Transport", entre l'acció ET1 (referent a animar els assistents a utilitzar formes de transport més sostenibles), present a un 88,89% dels casos, i l'acció ET2 ("Venda d'entrades amb transport inclòs"), que representa un 33,33% a la figura 4. És possible que derivar esforços econòmics a comunicar un consell, sense implicar-se més enllà ni responsabilitzar-se de la decisió final de l'usuari, sigui més rendible que encarregar-se de gestionar el transport (més feina per l'equip, trobar una empresa amb la qual col·laborar, apujar els preus per cobrir aquest nou cost...).

Un altre cas és la diferència entre l'acció EM1 (la qual fa referència a calcular el volum necessari de menjar per evitar restes), aplicada pel 22,22% dels casos, i l'acció EM2 (respecte de l'adquisició de productes locals, ecològics i/o de temporada), present al 77,78% dels casos. La raó podria ser que la gran majoria de festivals opten per donar el menjar que no s'ha consumit (sent part de l'acció CO3) i, per això, que no sobri menjar no és tan prioritari. Dit d'una altra manera, apliquen una solució, en comptes d'una prevenció.

D'altra banda, la segona pregunta d'investigació també va revelar la presència d'altres accions dirigides a reduir l'impacte mediambiental no contemplades a la guia. La seva rellevància respecte d'altres accions de sostenibilitat i la corroboració per part d'altres autors o festivals podria ser un indicador que cal afegir-la a la guia RECCC.

Per exemple, l'acció "Compensació d'emissions" es relaciona amb la ja contemplada a la guia REBIUN (REBIUN, 2013), la qual va ser descartada al llistat "Altres" durant la creació de la guia per no comptar amb suport de cap altre autor. Això provocaria la necessitat de crear una nova categoria referent a emissions (en la qual es podria incloure "Prevenció d'emissions" en cas de comptar amb suport d'un altre festival o autor, però no és el cas).

Així mateix, la categoria de "Menjar" es podria ampliar amb una acció referent a l'obtenció d'aliments vegans, com a alternativa o reforç de les ja contemplades. El mateix passaria amb "Eficiència de recursos: Aigua", si el tractament d'aigües residuals el fessin més festivals o fos mencionat per algun autor.

Aquests resultats no només van permetre assolir l'objectiu de la investigació, sinó també crear una primera aproximació a una guia integral que serveixi de referència per les empreses i professionals del sector. La comparació amb els casos d'estudi va fer possible testejar la seva validesa i, alhora, poder detectar suggeriments, com els comentats prèviament. Aquests suggeriments, però, són possiblement causats pel fet que, en ser un estudi exploratori format per quatre guies, era molt difícil que continguessin la realitat absoluta sobre l'organització sostenible d'esdeveniments.

Una altra limitació a la qual es va enfrontar aquest estudi va ser al fet d'haver d'analitzar les accions comunicades perquè no es tenia accés als documents privats de l'organització. En haver estudiat el que els festivals *comunicaven* que feien, alguns dels resultats podrien no ser del tot ajustats, ja que aquelles caselles a les plantilles d'anàlisi que es van marcar com a "No", ho podrien ser pel fet que no les feien o que no les comunicaven. Per exemple, es va detectar que l'acció CM4 ("Informar els *stakeholders* de les accions de sostenibilitat i resultats") només es trobava en cinc festivals. Això es podria deure al fet que, en ser una comunicació de caràcter més intern, no es comunicui externament. Aquest, però, no és el cas del festival Boomtown Fair, organització que anuncia explícitament que "*Sustainability targets will be written into specifications, contracts and letters of agreement and employment*" (Boomtown Fair, 2020: 10).

En conclusió, i donant resposta a l'objectiu d'aquest treball, es va poder observar (exploratoriament) que els festivals apliquen accions de sostenibilitat molt diverses, encara que totes elles amb un objectiu comú: investigar el sector i les tendències, millorar l'ús i reduir la despesa de recursos, deixar un llegat positiu a la comunitat, col·laborar amb l'entorn per assolir un benefici mutu o comunicar l'esdeveniment i la seva persecució d'una millora.

D'altra banda, totes les accions contemplades a la guia han aparegut a mínim un cas d'estudi, i aquelles identificades fora de la guia podrien ser utilitzades per reforçar-la. Algunes d'aquestes accions de mateixes categories han resultat ser més comunes que d'altres, fet pel qual una futura investigació podria aprofundir en la raó darrera d'aquesta diferència i, així, poder desenvolupar el contingut de la guia per fer-la més adaptada al panorama real de les empreses.

Tal com expressaven Moise, Serbanica, Mihaela i Filip (2008), Carter (2007) i Allen (2009), els esdeveniments són una eina comunicativa molt efectiva per transmetre missatges i educar en valors, gràcies al sentiment de comunitat i pertinència que generen en els seus assistents. Alhora, el sector busca respondre a les necessitats de consum actuals, i avança cada cop més cap a tendències sostenibles, buscant millorar el seu posicionament i l'experiència dels assistents a través d'un impacte social i mediambiental positiu (o, si menys no, no negatiu).

La guia RECCC es presenta com una eina per afavorir i acompanyar la introducció d'accions de sostenibilitat en el procés d'organització dels festivals de música, de forma que aquests puguin oferir als seus consumidors el que demanen, tenir més credibilitat gràcies a implicar-los en el procés (Hede, 2008; Reid, 2007; Jones, 2014, citats per Werner, Griese i Faatz, 2020: 130) i assolir un major avantatge competitiu (Brooks, Magnin i O'Halloran, 2010).

Encara que algunes categories i accions han resultat ser més populars que d'altres, la guia demostra ser vàlida. S'espera que aquesta iniciativa serveixi com a contribució per augmentar la investigació del tema i presenti un primer pas cap a la cohesió de les diverses accions de sostenibilitat dutes a terme pels festivals de música, de forma que la tendència pugui seguir en creixement i tant el planeta com la societat es beneficiïn d'un bé necessari.



## **7. BIBLIOGRAFIA**

- A Greener Festival. (s. d.). *Code of Conduct*. Extret de: <https://www.agreenerfestival.com/code-of-conduct/>
- A Greener Festival. (s. d.). *Home*. Extret de: <https://www.agreenerfestival.com/>
- A Greener Festival. (s. d.). *Who We Work With: Festivals, Events and Services*. Extret de: <https://www.agreenerfestival.com/who-we-work-with/>
- Abela, J. A. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Extret de: <https://www.centrodeestudiosandaluces.es/publicaciones/tecnicas-de-analisis-de-contenido-una-revision-actualizada>
- Allen, J. (2009). *Event Planning*. Mississauga: John Wiley & Sons Canada, Ltd.
- Arowoshegbe, A. O., & Emmanuel, U. (2016). Sustainability and triple bottom line: An overview of two interrelated concepts. *Igbinedion University Journal of Accounting*, 2(16), 88-126. Extret de: <https://iuokada.edu.ng/journals/9F2F7F6B56B433D.pdf>
- Association Hadra. (2022). *Hadra Trance Festival*. Extret de: <https://hadratrancefestival.net/en/>
- Association Hadra. (2022). *Our Values & Commitments*. Extret de: <https://hadratrancefestival.net/en/our-values-commitments/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Building With Purpose*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/building-with-purpose/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Compost Toilets*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/compost-toilets/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Eco Action*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/eco-action/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Energy*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/energy/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Food*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/food/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Gardens*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/gardens-and-regeneration/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Mission Overview*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/mission-overview/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Reforestation*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/reforestation/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Socio-Economic*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/socio-economic/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Transport*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/public-transport/>

- Boom Festival. (2022). *Environment: Waste & Compost*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/waste/>
- Boom Festival. (2022). *Environment: Water*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/environment/water/>
- Boom Festival. (2022). *Home – Boom 2022*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/>
- Boom Festival. (2022). *Vision: Our Principles*. Extret de: <https://boomfestival.org/boom2022/vision/our-principles/>
- Boomtown Fair (2020). *Our Sustainability Policy: Boomtown Fair 2020*. Extret de: <https://www.datocms-assets.com/398/1582720242-boomtown-sustainability-policy-2020.pdf>
- Boomtown Fair. (2022). *Boomtown. Chapter one: The gathering*. Extret de: <https://www.boomtownfair.co.uk/>
- Boomtown Fair. (2022). *Chapter One: The Gathering*. Extret de: <https://www.boomtownfair.co.uk/who-we-are/chapter-one/>
- Boomtown Fair. (2022). *Charity*. Extret de: <https://www.boomtownfair.co.uk/who-we-are/charity/>
- Boomtown Fair. (2022). *Ethos*. Extret de: <https://www.boomtownfair.co.uk/who-we-are/ethos/>
- Boomtown Fair. (2022). *Green Mission*. Extret de: <https://www.boomtownfair.co.uk/who-we-are/green-mission/>
- Boomtown Fair. (2022). *Local Community*. Extret de: <https://www.boomtownfair.co.uk/who-we-are/local-community/>
- Boomtown Fair. (2022). *Respect*. Extret de: <https://www.boomtownfair.co.uk/who-we-are/respect/>
- Brooks, S., Magnin, A., & O'Halloran, D. (2010, Gener 20). Rock On!: bringing strategic sustainable development to music festivals. *Progress in Industrial Ecology, an International Journal*, 6(3), 285-306. Extret de [http://sustainable.events.free.fr/20070604\\_MusicFestivalsThesis.pdf](http://sustainable.events.free.fr/20070604_MusicFestivalsThesis.pdf)
- Brooks, S., Magnin, A., & O'Halloran, D. (2010, Gener 20). *The 12 tones – Strategic goals and their related actions*. [Figura]. Extret de [http://sustainable.events.free.fr/20070604\\_MusicFestivalsThesis.pdf](http://sustainable.events.free.fr/20070604_MusicFestivalsThesis.pdf)
- Carter, L. (2007). *Event Planning*. Bloomington: AuthorHouse. Extret de [https://books.google.nl/books?hl=es&lr=&id=vl\\_2PVFxFOfQC&oi=fnd&pg=PP2&dq=what%20is%20event%20planning&ots=H9vS2LGP0d&sig=ec-LbgP6\\_WzWw5ee1URf9tjP5Rc&redir\\_esc=y#v=onepage&q=what%20is%20event%20planning&f=false](https://books.google.nl/books?hl=es&lr=&id=vl_2PVFxFOfQC&oi=fnd&pg=PP2&dq=what%20is%20event%20planning&ots=H9vS2LGP0d&sig=ec-LbgP6_WzWw5ee1URf9tjP5Rc&redir_esc=y#v=onepage&q=what%20is%20event%20planning&f=false)
- Collins, A., & Cooper, C. (2017). Measuring and managing the environmental impact of festivals: the contribution of the Ecological Footprint. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 148-162. DOI: 10.1080/09669582.2016.1189922

- Dávid, L. (2009). Environmental Impacts of Events. A R. Raj, & J. Musgrave, *Event Management and Sustainability* (p. 66-73). Londres: CAB International. Extret de <https://books.google.nl/books?hl=es&lr=&id=OOqMzHdPK28C&oi=fnd&pg=PA66&dq=environmental+impact+events&ots=6BaRJ4Xwrs&sig=-fVvBsdOq2JBAEGw3Z4oClgtRU#v=onepage&q=environmental%20impact%20events&f=false>
- De Brito, M. P., & Terzieva, L. (2016). Key elements for designing a strategy to generate social and environmental value: A comparative study of festivals. *Research in Hospitality Management*, 6(1), 51-59. DOI: 10.2989/RHM.2016.6.1.7.1295
- DGTL. (2022). *DGTL Amsterdam 2022*. Extret de: <https://dgtl.nl/>
- DGTL. (2022). *DGTL X SKYNRG X CHOOOSE*. Extret de: <https://dgtl.nl/lower-your-footprint>
- DGTL. (2022). *Festival Ethics*. Extret de: <https://dgtl.nl/festival-ethics>
- DGTL. (2022). *The Road To Circularity*. Extret de: <https://dgtl.nl/sustainability>
- Espín, J. V. (2002). El análisis de contenido: una técnica para explorar y sistematizar información. *XXI, Revista de Educación*, 4, 95-105. Extret de: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1913/b15141895.pdf?sequence=1>
- Fire in the Mountain. (s. d.). *Event Info*. Extret de: <http://www.fireinthemountain.co.uk/event-info#faq>
- Fundación Oxígeno. (2014). *¿Qué es un Evento Sostenible?* Extret de: <http://www.eventossostenibles.org/?portfolio=84>
- Galmés, M. A. (2010, Diciembre 3). La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial. *Universidad de Málaga*. Málaga, Espanya: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga. Extret de: <https://libros.metabiblioteca.org/handle/001/356>
- Garmendia, A., Salvador, A., Crespo, C., & Garmendia, L. (2005). *Evaluación del impacto ambiental*. Madrid: Pearson-Prentice Hall. Extret de: <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/07/Evaluacion-impacto-ambiental-Garmendia-PDF-1.pdf>
- Greenbelt Festival. (2022). *A Greener Festival*. Extret de: <https://www.greenbelt.org.uk/info/a-greener-festival/>
- Greenbelt Festival. (2022). *About Greenbelt*. Extret de: <https://www.greenbelt.org.uk/greenbelt-festival/about-greenbelt/#what-is-greenbelt>
- Greenbelt Festival. (2022). *Greenbelt Festival – Greenbelt*. Extret de: <https://www.greenbelt.org.uk/>
- Griffin, K. A. (2009). Indicators and Tools for Sustainable Event Management. A R. Raj, & J. Musgrave, *Event Management and Sustainability* (p. 43-45). Londres: CAB International. Extret de [https://books.google.nl/books?hl=es&lr=&id=PT\\_wnQXNV-8C&oi=fnd&pg=PA43&dq=sustainable+event+management&ots=kRtaOajBfs&sig=2me](https://books.google.nl/books?hl=es&lr=&id=PT_wnQXNV-8C&oi=fnd&pg=PA43&dq=sustainable+event+management&ots=kRtaOajBfs&sig=2me)

[d7o8zaP\\_x6l2XMtx7OaYww5g#v=onepage&q=sustainable%20event%20management&f=false](https://www.researchgate.net/publication/301497085_Events_and_Their_Importance_in_Strategic_Marketing_Communication)

- Hammer, J., & Pivo, G. (2016). The Triple Bottom Line and Sustainable Economic Development Theory and Practice. *Economic Development Quarterly*, 31(1), 25-36. DOI: 10.1177/0891242416674808
- Henderson, S. (2011, Juny). The development of competitive advantage through sustainable event management. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(3), 245-257. DOI: 10.1108/175542111111142202
- Macgregor, C., Jones, R., Pilgrim, A., & Thompson, G. (2008, Gener). *Assessing the Environmental Impacts of Special Events: Examination of Nine Special Events in Western Australia*. Australia: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd. DOI: 10.13140/RG.2.1.3343.0004
- Mair, J., & Laing, J. (2012, Juny). The greening of music festivals: Motivations, barriers and outcomes. Applying the Mair and Jago model. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 683-700. DOI: 10.1080/09669582.2011.636819
- Moise, D., Serbanica, D., Mihaela, C., & Filip, A. (2008, Desembre). Events and Their Importance in Strategic Marketing Communication. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 17, 977-981. Extret de: [https://www.researchgate.net/publication/301497085\\_Events\\_and\\_Their\\_Importance\\_in\\_Strategic\\_Marketing\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/301497085_Events_and_Their_Importance_in_Strategic_Marketing_Communication)
- Moreira, M. (2018, Juliol 6). Así son los festivales más ecológicos del mundo. *El Independiente*. Extret de: <https://www.elindependiente.com/desarrollo-sostenible/2018/05/26/asi-son-los-festivales-mas-ecologicos-del-mundo/>
- Navarro, C. (2022, Abril). *Accions de sostenibilitat més comunicades pels festivals*. [Figura]. Extret de: elaboració pròpia.
- Navarro, C. (2022, Abril). *Compliment de les accions de sostenibilitat per cada festival de música*. [Figura]. Extret de: elaboració pròpia.
- Navarro, C. (2022, Març). *Guia RECCC per l'organització sostenible de festivals de música*. [Figura]. Extret de: elaboració pròpia.
- O'Rourke, S., Irwin, D., & Straker, J. (2011, Desembre). Dancing to sustainable tunes: An exploration of music festivals and sustainable practices in Aotearoa. *Annals of Leisure Research*, 14(4), 341-354. DOI: 10.1080/11745398.2011.639383
- Own Spirit Festival (2022). *Sostenibilidad*. Extret de: <https://www.ownspiritfestival.org/sostenibilidad/>
- Own Spirit Festival. (2022). *Festival Psytrance 14-18 Julio 2022 – Own Spirit Festival*. Extret de: <https://www.ownspiritfestival.org/>
- Øyafestivalen (2022). *Environment*. Extret de: <https://oyafestivalen.no/en/environment/environment/>
- Øyafestivalen. (2022). *Øyafestivalen 2022*. Extret de: <https://oyafestivalen.no/>
- REBIUN. (2013). *Guía REBIUN de eventos sostenibles*. Madrid. Extret de: <http://hdl.handle.net/20.500.11967/29>

- Richardson, N. (2018). Corporate social responsibility or sustainability in music festivals. *International Journal of Organizational Analysis*, 2-24. DOI: 10.1108/IJOA-03-2018-1368
- Roskilde Festival. (2022). *Roskilde Festival*. Extret de: <https://www.roskilde-festival.dk/en/>
- Roskilde Festival. (2022). *Sustainability: Artistic Sustainability*. Extret de: <https://www.roskilde-festival.dk/en/sustainability/artistic-sustainability/>
- Roskilde Festival. (2022). *Sustainability: Economic Sustainability*. Extret de: <https://www.roskilde-festival.dk/en/sustainability/economic-sustainability/>
- Roskilde Festival. (2022). *Sustainability: Environmental Sustainability*. Extret de: <https://www.roskilde-festival.dk/en/sustainability/environmental-sustainability/>
- Roskilde Festival. (2022). *Sustainability: Introduction*. Extret de: <https://www.roskilde-festival.dk/en/sustainability/introduction/>
- Roskilde Festival. (2022). *Sustainability: Social Sustainability*. Extret de: <https://www.roskilde-festival.dk/en/sustainability/social-sustainability/>
- Sortea2. (2022). *Sortee en Sortea2*. Extret de: <https://www.sortea2.com/sorteos>
- Stettler, S. L. (2011). *Sustainable Event Management of Music Festivals: An Event Organizer Perspective*. Educational Leadership and Policy. Portland: Portland State University. DOI: 10.15760/etd.257
- Terraforma Festival. (2022). *Sustainability & Architecture*. Extret de: <https://www.terraformafestival.com/sustainability-architecture/>
- Terraforma Festival. (2022). *Terraforma*. Extret de: <https://www.terraformafestival.com/>
- UL. (2021). *Sins of Greenwashing*. Extret de: <https://www.ul.com/insights/sins-greenwashing>
- Werner, K., Griese, K.-M., & Faatz, A. (2020). Value co-creation processes at sustainable music festivals: a grounded theory approach. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(1), 127-144. DOI: 10.1108/IJEFM-06-2019-0031
- Wolf, C. P. (1982). Social Impact Assessment. *Impact Assessment*, 1(1), 9-19. DOI: 10.1080/07349165.1982.9725924
- Zifkos, G. (2015). Sustainability Everywhere: Problematising the “Sustainable Festival” Phenomenon. *Sustainable Destination Development: Issues and Challenges*, 12(1), 6-19. DOI: 10.1080/21568316.2014.960600