



# STRATEGIE GOOD FOOD « VERS UN SYSTÈME ALIMENTAIRE DURABLE EN RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE »

## EVALUATION FINALE

SYNTHÈSE DES REALISATIONS ET PERFORMANCE DE LA STRATÉGIE

2016 - 2020



## AVANT-PROPOS

L'accès à une alimentation de qualité pour tous est un défi d'envergure pour la Région de Bruxelles Capitale, puisque 1/3 de sa population vit avec un revenu inférieur au seuil de pauvreté. L'accès à une alimentation saine, locale et de qualité est autant une question de santé publique et de qualité de vie, que de préservation de l'environnement. A Bruxelles, ¼ de l'impact environnemental d'un ménage est lié au système alimentaire.

C'est en prenant conscience de ces enjeux que la Région bruxelloise a élaboré, en 2015, la stratégie Good Food.

La stratégie Good Food a été adoptée par le Gouvernement bruxellois fin 2015 à l'initiative de la Ministre de l'Environnement et de l'Agriculture, pour une première période de programmation de 2016 à 2020 (mais avec certains objectifs à 2035)<sup>1</sup>. Elle fait l'objet depuis lors d'une mise en œuvre concrète.

En 2018, comme prévu dans ses prescriptions, la stratégie a fait l'objet d'une évaluation à mi-parcours, associée à une légère révision de certains objectifs et prescriptions, approuvée par le Gouvernement bruxellois début 2019<sup>2</sup>.

En 2019, suite aux élections, la nouvelle déclaration de politique régionale prévoit notamment « (...) le renforcement, après son évaluation, de la Stratégie Good Food, autour d'une vision commune construite avec tous les acteurs de ce secteur, y compris publics».

Le présent document d'évaluation finale de la stratégie :

- reprend la synthèse des principales réalisations de la stratégie entre 2016 et 2020 et leurs résultats ;
- intègre également les principaux résultats de l'étude de la performance de la stratégie<sup>3</sup> ;
- est accompagné d'une annexe 1 précisant le statut d'accomplissement des nombreuses prescriptions de la stratégie et le niveau d'atteinte des objectifs ;
- est également accompagné d'une annexe 2 rassemblant la liste de tous les projets soutenus.

Il a été enrichi d'apports et avis apportés au niveau du dispositif participatif mis en place, à savoir le conseil participatif Good Food et son groupe de travail « évaluation » fin 2020/début 2021 (validation du conseil participatif le 26/1/2021).

Il faut souligner que ce document n'intègre pas les premières pistes prospectives ni les éléments de baseline pour co-construire la suite de la stratégie : il s'agit spécifiquement d'un document d'évaluation.

---

<sup>1</sup> [https://document.environnement.brussels/opac\\_css/elecfile/Strat\\_GoodFood\\_FR](https://document.environnement.brussels/opac_css/elecfile/Strat_GoodFood_FR)

<sup>2</sup> [https://environnement.brussels/sites/default/files/user\\_files/goodfood\\_synthesebilan2016-2018.pdf](https://environnement.brussels/sites/default/files/user_files/goodfood_synthesebilan2016-2018.pdf)

<sup>3</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020, COMASE, décembre 2020

## Table des matières

1.	INTRODUCTION .....	5
1.1.	Une stratégie ambitieuse .....	5
1.2.	Une mise en œuvre participative .....	6
1.3.	Une évaluation prospective .....	7
1.4.	Un beau taux de réalisation : quelques chiffres.....	8
1.5.	L’impact de la crise COVID-19 : quelques premiers éléments (non exhaustifs) .....	9
2.	AUGMENTER LA PRODUCTION ALIMENTAIRE LOCALE DURABLE .....	13
2.1.	Une nouvelle impulsion pour une agriculture professionnelle durable .....	13
2.1.1.	Accès aux lieux de production.....	13
2.1.2.	Accès aux capitaux.....	15
2.1.3.	Accès aux marchés .....	18
2.1.4.	Accès aux savoirs, savoir-faire et compétences .....	18
2.1.5.	Analyse SWOT de l’action « Production professionnelle » .....	23
2.2.	Une production citoyenne en explosion .....	26
2.2.1.	Accès aux sites de production .....	26
2.2.2.	Accès aux moyens techniques et financiers.....	28
2.2.3.	Accès aux savoir-faire et à l’information.....	28
2.2.4.	Augmentation de la production citoyenne .....	30
2.2.5.	Diversification de la production .....	31
2.2.6.	Analyse SWOT de l’action production non commerciale – autoproduction.....	32
3.	ACCOMPAGNER LA RELOCALISATION ET LA TRANSITION D’UNE OFFRE PLUS DURABLE POUR TOUS.....	34
3.1.	Soutenir la transformation locale.....	34
3.2.	Distribuer la Good Food, partout, pour tous.....	36
3.2.1.	De la Good Food dans tous les commerces .....	36
3.2.2.	La Good Food accessible à tous.....	38
3.2.3.	Approvisionner Bruxelles en Good Food.....	39
3.2.4.	Récupération d’inventus et logistique optimale .....	40
3.2.5.	Prospecter la distribution de demain.....	40
3.3.	Priorité à la restauration .....	40
3.3.1.	Les cantines, un secteur incontournable dans la transition du système alimentaire ..	41
3.3.2.	Programme cantine Good Food « all inclusive ».....	41
3.3.3.	Les cantines publiques : exemplaires ? .....	44
3.3.4.	Analyse SWOT des actions cantine Good Food .....	45
3.3.5.	Un label Good Food, décliné pour les restaurants.....	45

3.3.6.	Un processus d'amélioration continue encourageant .....	46
3.3.7.	La transition Good Food gagne du terrain dans la restauration .....	47
4.	ACCOMPAGNER LA TRANSITION DE LA DEMANDE POUR TOUS.....	48
4.1.	De nouvelles pratiques alimentaires au quotidien .....	48
4.1.1.	Une approche qui s'appuie sur les acteurs relais.....	48
4.1.2.	Les outils pédagogiques pour les relais et le public .....	49
4.1.3.	L'explosion des projets Good Food collectifs citoyens.....	50
4.1.4.	Mieux connaître les comportements pour les faire évoluer .....	51
4.1.5.	Une transition qui doit inclure tous les publics.....	52
4.1.6.	Conclusion .....	54
4.2.	A l'école : la Good Food au menu.....	55
4.2.1.	Une approche pédagogique liée à des projets concrets .....	55
4.2.2.	Un management des écoles pour plus de Good Food à la cantine, à la récré ... ..	57
4.2.3.	Les partenariats institutionnels.....	59
4.2.4.	En conclusion.....	60
5.	REDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE .....	60
5.1.	La priorité : moins de gaspi à la source .....	60
5.2.	Des invendus en appui à l'aide alimentaire et pour la transformation locale .....	62
6.	APPROCHE TRANSVERSALE .....	63
6.1.	Une culture alimentaire « Good Food » durable et désirable .....	63
6.1.1.	Les outils d'information et de communication .....	64
6.1.2.	Analyse SWOT de l'axe culture alimentaire .....	67
6.2.	PENSER ET FAVORISER LES SYSTEMES ALIMENTAIRES DE DEMAIN.....	69
6.2.1.	Des formations pour des nouveaux métiers .....	69
6.2.2.	Richesse et variété des appels à projets .....	71
6.2.3.	Les emplois créés.....	74
7.	Assurer la gouvernance de la mise en œuvre de la stratégie .....	75
7.1.	La communauté Good Food .....	75
7.2.	Pilotage et moyens.....	75
7.3.	Une volonté forte de gouvernance partagée et un processus collaboratif .....	78
7.4.	Des partenaires pour plus de Good Food.....	80
7.5.	Plus de transversalité dans la mise en œuvre de la stratégie .....	81
7.6.	Analyse SWOT de l'axe gouvernance de la stratégie .....	83

Annexes :

- I. Tableau des prescriptions et objectifs
- II. Tableau des projets soutenus



## 1.2. Une mise en œuvre participative

Depuis son lancement en janvier 2016, la stratégie Good Food est pilotée par Bruxelles Environnement (BE) et Bruxelles Economie Emploi (BEE).

Au niveau du SPRB, Bruxelles Economie et Emploi contribue à la mise en œuvre de la Stratégie Good Food sur les questions relatives aux compétences de l'Agriculture professionnelle avec une équipe dédiée à la Stratégie, au sein de la Cellule Agriculture.

Au niveau de Bruxelles Environnement, 2 pôles contribuent à la mise en œuvre du reste de la stratégie :

- la coordination générale de la stratégie Good Food et la mise en œuvre de la majorité des actions (production citoyenne et mixte hors espaces verts, offre, demande, innovation, gouvernance, communication) dans la Division Ville durable;
- le développement des actions liées aux productions alimentaires (coordination, stratégie et prospection de terrain, développement et suivi des projets d'aménagement, gestion des potagers (hors interventions des jardiniers), ...) dans les espaces verts régionaux par la Division Espaces Verts; et la coordination du projet FEDER BoerenBruxselPaysans par la Division Espaces Verts également.

Au-delà du pilotage, il s'agissait de favoriser la participation, la cohésion et l'action coordonnée des acteurs bruxellois impliqués dans le suivi et l'évaluation de la stratégie, afin de poursuivre la dynamique participative de la construction de la stratégie.

La structure prévue à cette fin était d'abord le conseil consultatif, transformé en conseil participatif Good Food dès fin 2019, structure ayant un rôle d'avis. Elle a été complétée par des groupes de travail thématiques, dont un est consacré à l'évaluation de la stratégie et de nombreux autres s'attèlent dès à présent aux réflexions sur la suite à y donner.

Pendant toute la durée de mise en œuvre de la stratégie, nombreux sont ceux qui ont montré un vif intérêt pour la thématique, avec l'envie de développer des actions, de sensibiliser, de s'impliquer. C'est grâce à eux que la Good Food connaît un tel engouement depuis 5 ans. La stratégie « vit » grâce à ces acteurs de terrain, qui déploient des initiatives locales et contribuent à l'évolution des ambitions régionales.

Ce sont eux les porteurs de la mise en œuvre de la stratégie.

### 1.3. Une évaluation prospective

Le processus d'évaluation de la stratégie Good Food 2016-2020 mis en place en 2020 a pour objectif d'identifier, de façon collaborative, les leçons à tirer de l'expérience de cette stratégie et les recommandations pour l'élaboration de la suite de la stratégie.

Compte tenu de la difficulté d'obtenir des données et de la « jeunesse » de la stratégie, il a fallu être pragmatique au niveau de l'évaluation et s'en tenir à des données facilement disponibles de façon récurrente. La stratégie actuelle comprend quelques objectifs trop complexes à mesurer, mesurables uniquement à très grand frais ou pour lesquels les données avant/après ne présentent pas suffisamment de recul (voir annexe : tableau reprenant des commentaires/niveau de réalisation par objectif). Il a été privilégié de miser sur une évaluation réaliste et utile pour la suite, favoriser des constats qualitatifs là où des chiffres manquent. Si des données quantitatives sont demandées, l'objectif de ces données doit être établi au préalable.

La récolte de données ayant eu lieu dans le cadre de cette évaluation fera également office de baseline pour la stratégie 2.0 (et permettra de réfléchir sur les indicateurs et les données disponibles (ou à développer), pertinents et fiables pour la détermination d'objectifs SMART pour la stratégie 2.0), ce qui n'a pas toujours été possible pour la stratégie 2016-2020

La récolte de données ayant eu lieu dans le cadre de cette évaluation reprend :

- Rassemblement de données existantes et analyse
  - Rassembler les évaluations des projets menés depuis 2016, voir ce qui a marché, moins marché
    - Evaluation des subsides et marchés
    - En priorité : évaluer les labels cantines (dont focus jeunes) et restaurants ; point d'attention aux questions de l'accès à une alimentation Good Food pour tous
  - Faire un inventaire et rassembler les données disponibles (secteur de la production bruxelloise, production en périphérie, transformation, distribution, registre des déchets, budget des ménages, banque nationale, études et données de partenaires, études des universités, laboratoires de recherche, ...).
- Mener de nouvelles études
  - Sondage quantitatif régional grand public (baromètre Good Food 2020) : perceptions, connaissances, comportements, sondage « Résilience post-Covid », volet alimentation.
  - Etude de la performance de la stratégie (voir détails ci-dessous).
  - Enquête sur l'évolution du secteur des cantines ( quanti, quali, avec et hors label).

Un GT évaluation du conseil participatif<sup>4</sup> a été mis en place pour suivre les travaux d'évaluation.

Le conseil participatif suit également les travaux.

Etude de la performance de la stratégie.

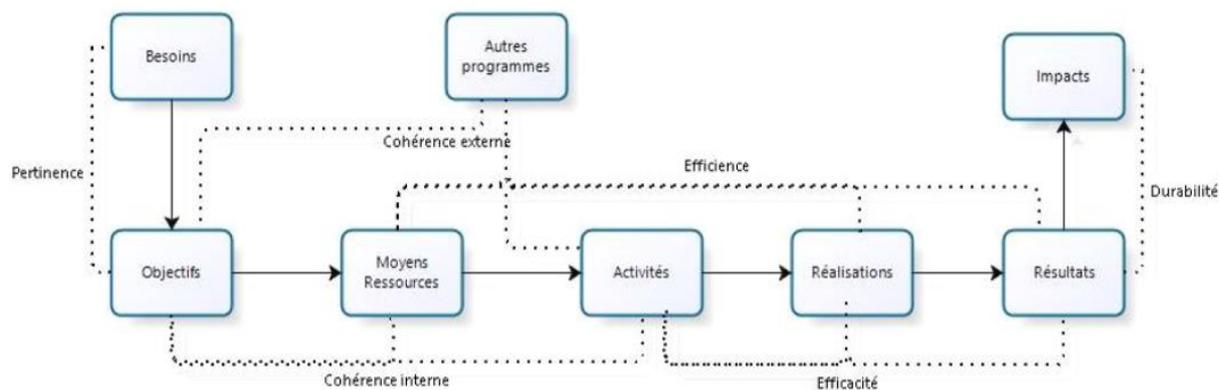
#### **Etude de la performance de la stratégie**

BE et BEE ont commandé une étude externe de la *performance* de la stratégie avec une dimension prospective, pour compléter les évaluations internes et thématiques. Il s'agit, en effet, d'établir une série de recommandations en phase, notamment, avec les ambitions de massification et de basculement du système alimentaire bruxellois.

---

<sup>4</sup> [Avis rendu par le GT évaluation sur la méthodologie](#)

Cette évaluation de la performance a porté plus spécifiquement sur certains axes, à savoir : l'agriculture urbaine professionnelle, la production non-commerciale – auto-production citoyenne, les cantines, la culture alimentaire, la gouvernance. Elle a également réalisé une analyse transversale. Pour chacun de ces chapitres, l'étude a suivi l'approche conceptuelle suivante, schéma-type d'évaluation des politiques publiques : elle a analysé les critères d'évaluation que sont la *pertinence*, la *cohérence*, l'*efficacité*, l'*efficacité* et la *durabilité* (ce dernier critère doit ici être interprété comme la pérennisation des impacts de la stratégie, la capacité à voir ses effets perdurer dans le temps). Ensuite, ces analyses ont été présentées sous forme de SWOT, lesquelles sont reprises dans le présent document<sup>5</sup>.

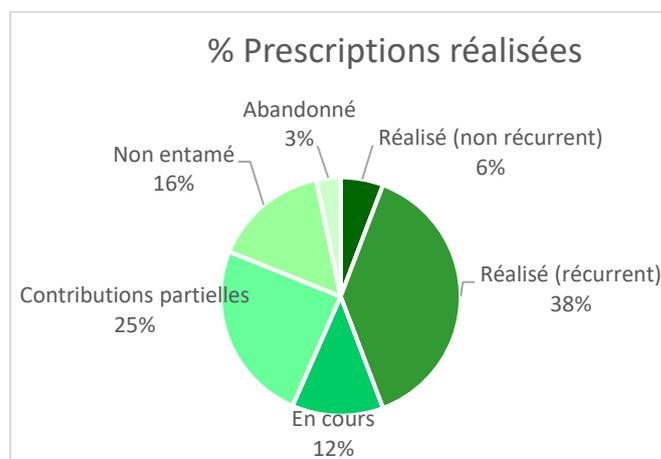


L'étude analyse par ailleurs de façon complète la pertinence de nombreux objectifs, questionne les seuils de progression, ... Ces éléments seront surtout utiles pour développer des objectifs et indicateurs plus pertinents et mesurables pour la suite de la stratégie.

#### 1.4. Un beau taux de réalisation : quelques chiffres

##### Le taux de réalisation des prescriptions de la stratégie

La stratégie comptait 110 prescriptions au départ. 9 ont été rajoutées lors de la révision à mi-parcours, début 2019. Une grande partie de ces dernières n'a pas eu le temps/les moyens d'être démarrée. Pour le reste, les réalisations ont bien avancé : Sur 119 prescriptions, 81% sont, soit réalisées (récurrent, non récurrent), soit entamées (en cours, contributions partielles).<sup>6</sup>



<sup>5</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food, COMASE, décembre 2020

<sup>6</sup> voir annexe I

Le tableau en annexe I reprend le niveau de réalisation prescription par prescription, ainsi que le niveau d'atteinte des objectifs.

Pour rappel, même si la stratégie avait une première période de programmation de 2016 à 2020, certains objectifs concernaient 2035.

#### Quelques chiffres clés (détails & sources : voir axes concernés)

##### Quelques impacts environnementaux

- Le gaspillage alimentaire en baisse : le gaspillage des ménages est passé de 25,4 kg/hab/an à 19 kg/hab/an entre 2016 et 2019 (soit -25%). Le gaspillage alimentaire a diminué en moyenne de 29% dans les cantines labélisées.
- Les produits issus de l'agriculture biologique en hausse : les acteurs du bio ont vu, depuis 2015, une augmentation de 40% du chiffre d'affaire des ventes en Belgique (chiffres bruxellois non disponibles). En Région bruxelloise, le nombre de certifications bio a également augmenté (+36%) passant de 205 acteurs certifiés bio en 2015 à 327 en 2020, tous secteurs confondus.
- La consommation de viande en baisse : entre 2014 et 2018, le budget "viande" des ménages est passé 21,3% à 18% du budget alimentation ; le % d'omnivores est passé de 78% (2016) à 57% (2020), soit une réduction de 21%.

##### Quelques impacts sociaux et de santé

- 10 sur les 11 épiceries sociales bruxelloise proposent des fruits et légumes frais.
- Les bruxellois dépensent 16,74% de leur budget alimentaire total en fruits et légumes en 2012. Ce rapport monte à 19,1% en 2014 et 20,1% en 2016, soit une augmentation de 3,36%.
- En 2020, 61% des Bruxellois citent le critère santé comme très important dans la consommation d'aliments ; 28% citent le critère « bon marché » comme très important. Mais le 1<sup>er</sup> obstacle déclaré à l'achat d'aliments durables est bien le prix.

##### Quelques impacts économiques

- Entre 2015 et 2020, le nombre de projets d'agriculture urbaine a fortement augmenté, passant de 16 à 42.
- La stratégie a permis de créer directement, via les projets soutenus et les formations proposées, un certain nombre d'emplois : plus de 260 emplois créés en 5 ans dans la production, la transformation, l'HORECA, l'animation, ...

### **1.5. L'impact de la crise COVID-19 : quelques premiers éléments<sup>7</sup> (non exhaustifs)**

La stratégie portant sur la période 2016-2020, l'année 2020 et ses enseignements font partie intégrante de l'évaluation de la stratégie.

Il a donc été porté une attention particulière aux premiers impacts de la crise du COVID-19 sur différents aspects de la mise en œuvre de la stratégie, et sur les capacités de réaction de la stratégie.

---

<sup>7</sup> Les éléments qualitatifs de cet état des lieux se basent en grande partie sur les retours apportés par les membres du conseil participatif Good Food en juin 2020, soit après le 1<sup>er</sup> confinement.

AVERTISSEMENT : ce premier tour d'horizon « à chaud » auprès de certains acteurs ne permet pas d'identifier tous les impacts (nombre d'entre eux seront plutôt visibles dans les prochains mois), ni d'identifier la pérennité des impacts, il permet de dégager quelques opportunités et points d'attention pour la suite de la stratégie qui seront à confirmer/compléter par la suite.

### Secteurs professionnels en général

Si le système alimentaire dans son ensemble n'a pas souffert autant que les autres et qu'il n'y a pas eu de rupture de l'approvisionnement, ses sous-secteurs ont vécu des réalités fort différentes.

Les pouvoirs publics ont mis en place des mesures d'urgences pour la crise (primes, etc.) et ont également travaillé à des mesures de relance et ensuite des mesures de redéploiement. Ils ont également informé les entreprises sur les aides disponibles.

BECI a lancé une enquête hebdomadaire auprès de ses membres entre la mi-mars et début juin<sup>8</sup>. Cette enquête était destinée à tous ses membres, tous secteurs confondus. Parmi les réponses du secteur Alimentaire :

- Horeca : 70% des réponses du secteur  
100% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 75% en moyenne)
- Industries Agricoles et alimentaires : 15% des réponses du secteur  
90% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 65% en moyenne)
- Vente au détail alimentaire : 11% des réponses du secteur  
70% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 55% en moyenne)
- Agriculture et pêche : 4% des réponses du secteur  
90% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 50% en moyenne)

Des coachings de résilience ont été offerts aux entreprises (entre autres le secteur alimentaire) afin d'utiliser la crise pour repenser les modèles économiques et y intégrer plus de durabilité.

Pour la Fevia (750 membres dont 30 à Bruxelles), la crise a lourdement touché l'industrie (food services, fermeture de l'HoReCa, arrêt des exportations, baisse du tourisme). Il y a une moyenne de baisse de chiffre d'affaire de 30% (mais cela peut descendre jusqu'à 70% en fonction du secteur ou du canal de distribution).

Pour le Rabad qui a réalisé une enquête auprès de ses membres, les réalités sont très différentes d'un membre à l'autre. Pour les membres qui ont pu continuer à vendre, ça a généré beaucoup de stress (mesures à mettre en place, équipe réduite à cause de malades, ..). Pour les membres qui ont dû s'arrêter, ils se sont concentrés sur de nouveaux projets (nouveaux produits...).

Il est à noter que les secteurs de l'éducation permanente / sensibilisation ont été très fortement touchés également et ont dû se réinventer comme d'autres: difficulté de continuer les actions de formations et éducation sur l'alimentation (notamment les ateliers cuisine) alors que, paradoxalement, il y a eu un regain d'attention sur l'alimentation durable.

### Secteur de la production

En 2020, un sondage a été réalisé auprès des agriculteurs urbains par BEE, concernant l'impact du COVID-19 sur leurs activités. Il en ressort que tous les agriculteurs n'ont pas été impactés de la même manière.

---

<sup>8</sup> Chiffres concernant une période 3 mois de chiffre d'affaire, ne reflète pas la situation sur l'ensemble de la période crise

Certains maraichers s'inscrivant dans des démarches de circuits courts ont vu leur activité prospérer suite à la crise, notamment via la vente de paniers ou la vente en direct à la ferme. D'autres, livrant l'HoReCa ou la grande distribution, ou écoulant leur stock sur les marchés, n'ont pas bénéficié de ces canaux et ont subi des pertes considérables, surtout au début de la crise.

Une prime spécifique de soutien pendant la période COVID en vue d'indemniser les agriculteurs ayant eu des pertes de revenus a été mise en place par BEE. Sur les 30 à 40 acteurs connus par l'administration, 13 ont eu recours à la prime de 3.000€.

Le modèle des « producteurs paysans » adopté notamment par les maraîchers de l'espace test agricole s'est avéré robuste et résistant (rapidité de réaction/ flexibilité). Ses atouts sont la transparence et la qualité des produits. Pendant la crise, il y a eu une augmentation de la demande en produits locaux. Cependant, c'est un secteur qui fait face à une grande précarité et, même si les produits ont été écoulés pendant cette période, le salaire horaire n'a pas augmenté pour le producteur car cette réorganisation a été chronophage. La réorganisation a causé un surplus de travail et demandé beaucoup d'adaptation. Il y a eu une pénurie de main d'œuvre suite au confinement (stagiaires, saisonniers) et certains producteurs ont été mis en quarantaine. Les incertitudes sur l'évolution de la situation (comportement des consommateurs notamment) conduisent à des difficultés d'anticipation.

Les projets comme les GASAP ont été sollicités pour absorber l'offre résiduelle due à la fermeture de l'HoReCa et des marchés.

Le secteur a besoin de soutien pour faire face à une nouvelle crise, absorber l'augmentation de la demande et s'adapter aux nouveaux modes de distribution. Il est ressorti le besoin d'un outil pour faire le lien entre les consommateurs et les producteurs.

### HoReCa

La fermeture de l'HoReCa lors des 2 confinements a un impact gigantesque, dont toute l'ampleur n'est pas encore connue mais qui se soldera en tous cas par de nombreuses faillites.

En lien avec la stratégie Good Food, on peut observer l'impact sur le label resto Good Food. 90 établissements ont reçu les premiers labels depuis 2018, parmi lesquels 12 restaurants ont fermé : plus de la moitié de ces fermetures ont été enregistrées depuis mars 2020 et sont donc liées à la crise sanitaire.

Un autre impact qui se profile à long terme, tant sur les restaurants que sur les cantines, concerne l'augmentation du télétravail de façon structurelle : quel sera l'impact sur les cantines, les systèmes catering ?

Les entreprises vont également modifier leurs comportements. Il est probable que les cantines d'entreprises diminuent en nombre et en taille dû à l'augmentation du télétravail à long terme. On observe déjà des grosses structures, comme la Commission européenne, revoir leurs marchés publics de restauration.

Les Hôtels vont également être fortement impactés par les modifications d'habitudes de travail, même lors de la reprise économique, il y aura certainement moins de conférences, de colloques, de salons que ce qu'on a connu avant la crise. Cela aura un impact important sur leur chiffre d'affaires.

## Comportements des ménages et accès à l'alimentation

Au niveau de l'impact sur les ménages, la crise a eu différents effets.

Tout d'abord, la crise a mis en lumière la fragilité du système d'aide alimentaire.

Les demandes d'aides alimentaires ont énormément augmenté pendant la crise. Un numéro vert a été mis en place. Cette augmentation est observée dans toutes les communes de Bruxelles.

Les grands réseaux actifs dans l'AA (BA, Croix rouge...) estiment que l'augmentation des demandes d'AA **dans le pays** tourne aux alentours des 15 à 20% depuis le début de l'épidémie de COVID-19. Cette augmentation est concentrée dans les grandes villes<sup>9</sup> (octobre 2020).

Des services ont dû mettre en place des dispositifs de distribution de colis alimentaires supplémentaires. L'urgence était de répondre aux besoins primaires des ménages en difficulté ; les critères de durabilité sont secondaires. Des files d'attente de colis ont été observées dans les rues, ce qui est difficile à vivre pour les personnes. Il s'agit de mettre en place des alternatives plus discrètes offrant de meilleurs produits pour éviter de marginaliser cette population. On a vu naître des alternatives moins stigmatisantes (comme des chèques alimentaires). Dans les impacts positifs de la crise, il y a l'assouplissement des critères d'accès à l'aide alimentaire.

Dans les impacts négatifs de la crise, on note plus de ménages en difficulté et dans le besoin. Beaucoup de ménages ont vu leur pouvoir d'achat réduit, ce qui va amener des conséquences sur le long terme, notamment sur la réduction du budget alimentaire et l'éloignement de l'alimentation durable.

La crise semble aussi avoir mené à une plus grande réflexion de la part des consommateurs en général (rythme, volume d'achats, lien avec la santé,...). Les consommateurs sont plus conscients.

Lors du 1<sup>er</sup> confinement, il y a aussi un switch vers les éléments pré-emballés, un intérêt pour l'e-commerce comme les box repas. Par ailleurs, le télétravail est et va visiblement être plus fréquent dorénavant. Cela pose des questions sur la gestion alimentaire à la maison.

Il est intéressant d'également analyser l'impact de la crise sanitaire sur les comportements des ménages. Ainsi, une enquête commandée par le Gouvernement et menée en septembre 2020<sup>10</sup> auprès de la population bruxelloise, enquête *Préparons Bruxelles*, nous apprend que :

- Les Bruxellois ont davantage cuisiné eux-mêmes des plats à la maison (c'est le comportement que le confinement a le plus influencé en matière d'alimentation : 54% de la population en moyenne, et même 60% parmi les jeunes (15-24 ans)).
- Les achats d'aliments bios, comme ceux de produits locaux, ont un peu bénéficié de la crise : les personnes qui disent que le confinement a influencé leurs comportements d'achat à ce sujet et qu'ils ont adapté leur comportement sont de respectivement 26% et 32%.  
39% de la population prévoit de maintenir l'achat bio à l'avenir (qu'ils le faisaient ou non avant la crise) et 45% pour les produits locaux.
- Pour 20%, le confinement les a conduits à augmenter leur autoproduction (qu'ils produisaient ou non avant) et 19% indiquent avoir l'intention de conserver cette habitude à l'avenir. Un des freins au développement de la pratique de l'autoproduction est, en effet, le manque de temps. La crise du COVID ayant forcé les citoyens bruxellois à rester chez eux, cela paraît être une belle opportunité pour pouvoir augmenter significativement la participation à l'autoproduction.

---

<sup>9</sup> Fédération des services sociaux

<sup>10</sup> [Etude sur les opinions et les comportements des Bruxellois pour la résilience de leur ville dans le contexte de la crise sanitaire du Covid-19](#), Dedicated, Septembre 2020.

- En moyenne, seuls 19% de la population n'a changé ni ses habitudes d'achats ni ses habitudes de consommation alimentaire (10% des 15-24 ans et 29% des plus de 65 ans).
- Les motivations à changer de comportement sont diverses. Certains comportements semblent avoir été essentiellement induits par les limitations d'accès à certains réseaux de distribution.

Ceci reste à vérifier sur la durée.

## 2. AUGMENTER LA PRODUCTION ALIMENTAIRE LOCALE DURABLE

### 2.1. Une nouvelle impulsion pour une agriculture professionnelle durable

En 2015, il y avait 16 producteurs urbains en RBC, travaillant sur une surface d'environ 5 ha (dont 0.1 ha en hors sol). En 2020, on en dénombre une quarantaine, travaillant sur une surface de près de 20 ha (dont 0.6 ha en hors sol). En terme d'emploi, on comptabilisait l'équivalent d'environ 65 équivalents temps plein en 2018<sup>11</sup>, chiffre qui s'élève en 2020 à environ 80 ETP. L'intérêt pour les métiers proches de la terre et de la nature est grandissant et le développement de projets innovants est foisonnant : organisation en coopérative de producteurs, mode de production adapté aux contraintes de la ville (production verticale, hors sol, sur toit...), etc. Parmi la quarantaine de producteurs urbains établis à Bruxelles en 2020, on dénombre : 27 maraîchers en pleine terre (incluant les agriculteurs installés sur l'espace test agricole du projet BoerenBruxselPaysan), 2 tisières, 2 élevages ovin, 6 projets avec des cultures à haute valeur ajoutée hors sol (micro-pousse, champignons), 4 maraîchers hors sol, 1 projet de petits fruits en auto-cueillette et 1 houblonnière. Des projets, généralement (mais pas uniquement) multifonctionnels, produisant aussi des services dans les domaines de l'éducation, de la santé, du lien social, de la culture, du patrimoine et de l'environnement.

Pour encourager et soutenir ce développement de l'AU à Bruxelles et pour atteindre ses objectifs, la stratégie Good Food a travaillé à améliorer l'accès des producteurs aux principaux facteurs nécessaires à la pérennité de leur activité, à savoir : l'accès aux lieux de production, l'accès aux capitaux, l'accès aux marchés, l'accès aux savoirs faire et aux connaissances.

#### 2.1.1. Accès aux lieux de production

L'accès à des lieux de production, pleine terre et hors sol, adaptés et sécurisés et la stabilisation de ces lieux constituent les premiers obstacles au développement de projets d'agriculture urbaine. Une étude puis des groupes de travail ont été menés pour définir un **plan d'action juridique et urbanistique en faveur des agricultures urbaines et durables en Région de Bruxelles-Capitale**. Le plan d'action a été finalisé en mai 2020. Il propose des orientations pour la modification de quatre outils influençant la place, la préservation, le développement de l'AU en ville : le Plan d'Affectation Régional du Sol (PRAS), le mécanisme du droit de préemption, le mécanisme des charges d'urbanisme (principalement pour le développement de l'AU citoyenne), et la législation sur le bail à ferme. La modification de ces outils sera prise en charge par les administrations compétentes et suivie par BEE et BE dans le cadre de la suite de la stratégie Good Food. Le plan d'action et son résumé sont disponibles [ici](#).

---

<sup>11</sup> Etude « Evaluation de la production agricole primaire professionnelle en Région de Bruxelles Capitale », 2018, Laboratoire d'agroécologie de l'ULB

Des entretiens<sup>12</sup> avec les administrations en charge de l'aménagement du territoire, notamment Perspective Urban.brussels et CityDev, ont indiqué que **la thématique de l'AU tend à être de plus en plus connue auprès des acteurs publics mais également privés.**

Et ceci notamment grâce aux accompagnements proposés<sup>13</sup> et au travail de sensibilisation effectué par le Facilitateur en agricultures urbaines (FAU, voir partie sur l'accès aux savoirs et compétences plus bas), et grâce à la participation de ces administrations aux groupes de travail qui ont été menés pour définir le plan d'action juridique et urbanistique en faveur des agricultures urbaines et durables. Toutefois, la place effectivement réservée à l'AU professionnelle dans les projets est moins évidente. Pour les acteurs publics interrogés, bien qu'il y ait une réelle réflexion pour intégrer des projets d'AU, un arbitrage doit être fait au cas par cas entre les différents besoins régionaux tels que les logements sociaux, les espaces verts ou encore les espaces récréatifs. La place ne sera donc pas systématiquement attribuée à l'agriculture même si les acteurs publics sont bien conscients des objectifs et de l'ambition de la stratégie Good Food. Concernant les acteurs privés, les problématiques d'entretien de ces espaces sur le long terme sont évoquées.

Un **terrain** de +/-0,5 ha situé dans le Vogelenzang à Anderlecht a été acquis par la Région pour y développer de l'agriculture urbaine. Le devenir de ce site sera décidé dans le cadre d'une réflexion commune intégrant différentes terres agricoles situées aux alentours.

L'asbl Terre-en-vue est subventionnée par la Région et le projet Feder BoerenBruxselPaysan (BBP) dans le cadre de sa mission visant à trouver des terres en Région de Bruxelles-Capitale et en périphérie bruxelloise pour y installer durablement des projets professionnels agroécologiques et en assurer le suivi. Dans ce cadre, une étude<sup>14</sup> a été réalisée en 2016 pour la « mise en place d'un système d'information géographique pour les terres agricoles en Région de Bruxelles-Capitale » avec comme résultat une première [cartographie](#) du potentiel en terres agricoles en Région de Bruxelles Capitale. Suite à une confrontation avec la réalité du terrain en 2017, les chiffres avancés sont : 161 ha mobilisables dans le cadre d'un scénario plus réaliste, 277 ha dans un scénario optimiste (terrains non construits constitués de parcelles contigües de minimum 1/2 ha et pas (encore) utilisés pour l'agriculture). Entre 2017 et 2020, l'identification des terrains potentiellement utilisables pour l'AU les plus intéressants, l'analyse de ces opportunités foncières et de nombreuses prises de contacts avec les propriétaires ont permis de **mobiliser des terres pour l'AU à Bruxelles** :

- 3,9 ha ont été mobilisés pour des producteurs urbains professionnels à Bruxelles en 2020 (Terre-en-vue ayant obtenu un droit sur le bien, soit via une acquisition, soit via un contrat de location) ; 21,6 ha l'ont été en périphérie (Terre-en-vue ayant obtenu un droit sur le bien via un contrat de location) ; La mise à disposition de ces terrains est organisée via des appels à candidatures et une sélection basée sur une série de [critères de soutien](#) établie par TEV, qui passe ensuite des accords avec les agriculteurs sélectionnés qui souhaitent s'inscrire dans une pratique culturelle agroécologique.

---

<sup>12</sup> Etude sur la performance de la stratégie Good Food, COMASE, décembre 2020

<sup>13</sup> Une grande majorité des guidances réalisées par le FAU a été dédiée aux acteurs de l'aménagement du territoire tels que les institutions publiques.

<sup>14</sup> « Mise en place d'un système d'information géographique pour les terres agricoles en RBC » 2016-2018 – Terre en vue asbl

- L'espace test agricole du projet BBP et le Champ du Chaudron se sont développés sur près de 4 ha.

Créé en 2019, le service agriculture urbaine de BE contribue à faciliter l'accès à la terre pour des projets d'AU, principalement par la **mobilisation et la mise à disposition de foncier public à des agriculteurs**. La mission du service est de favoriser l'implantation de projets nourriciers et locaux, tout en cherchant à maximiser les services que l'agriculture apporte à la ville (biodiversité, maintien d'espaces ouverts et perméables, gestion de l'eau et qualité de l'air, rôle social et pédagogique, valorisation de déchets issus du métabolisme urbain...) qui font de l'AU un secteur clef pour la résilience de la Région, au sens large.

En 2020, un certain nombre de projets professionnels sont en cours ou à l'étude sur du foncier régional géré par BE : Zavelenberg, Prairie Rouge Gorge, Meylenmeersch, Vogelzang, Kauwberg, Colombophile. D'autres potentiels sont identifiés sur foncier régional, notamment via la réalisation des Plans d'Aménagement Directeurs (PAD) et contrats de rénovation urbaine (CRU) qui sont portés par le Gouvernement bruxellois.

Un **Espace test agricole** a été mis en place dans le cadre du projet Feder BoerenBruxselPaysans (BBP). Il offre, pour une durée de 3 ans, la mise à disposition du foncier, des moyens de production et un soutien à la viabilité pour les nouveaux agriculteurs (souvent des agriculteurs non issus du milieu agricole) afin de favoriser un démarrage progressif de leur activité économique. L'espace test agricole s'étend sur 3,3 ha, dont 2,95 sont déclarés à la PAC.

Bien que des terres aient été mises à disposition et que les accompagnements mentionnés ci-dessus soient mis en place, il ressort d'une enquête réalisée auprès des agriculteurs bruxellois et d'échanges avec les organismes d'accompagnement (TEV, BBP, FAU)<sup>15</sup> que l'accès à la terre reste un frein majeur en raison de la faible disponibilité des terrains et de la spéculation foncière qui y est liée. En effet, 54% des agriculteurs interrogés indiquent avoir eu des problèmes d'accès à la terre. 71% des répondants précisent que les actions de la stratégie Good Food n'ont pas ou pas encore permis de trouver de solution à cette problématique. Afin de palier à cette situation, des réflexions concernant le développement d'une **politique foncière agricole** propre pour la Région ont démarré et devront répondre à la question du positionnement que celle-ci prendra quant à la place territoriale qu'elle souhaite donner à l'agriculture urbaine, pleine terre et hors sol, sur son territoire, et ainsi que sur les outils (entre autre un observatoire du foncier agricole pleine terre et hors sol) et le cadre réglementaire (révision du bail à ferme par exemple) nécessaires à développer. Un listing des enjeux de l'accès à la terre agricole a été réalisé afin de prioriser les prochaines étapes à entreprendre, et feront l'objet des discussions qui auront lieu dans le cadre de la co-construction de la stratégie Good Food 2.0.

### 2.1.2. Accès aux capitaux

Soutenir financièrement le lancement des projets de production agricole est un autre objectif de la stratégie Good Food. Cinq **appels à projets** à l'intention des professionnels de l'agriculture urbaine bruxelloise ont été organisés depuis le lancement de la stratégie par l'équipe agriculture de Bruxelles Economie et Emploi. Un montant maximal de 25.000 € est alloué par projet par année. Au total, 78 projets ont été subsidiés pour un montant d'environ 1.140.000 €.

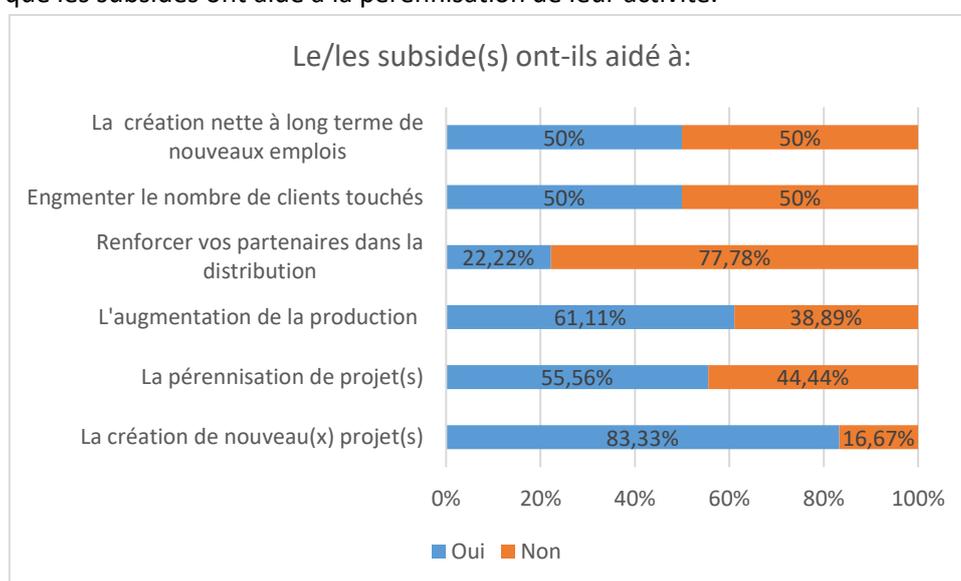
---

<sup>15</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food, COMASE, décembre 2020

A partir de 2018, la priorité a été mise sur les initiatives de circuit court et sur les projets participant à l'augmentation de la résilience de la Région de Bruxelles-Capitale notamment sous la forme de plus d'autonomie alimentaire, de la relocalisation de l'emploi,...

Parmi les porteurs de projets ayant rentré des demandes de subsides entre 2016 et 2020, 38 d'entre eux ne l'ont fait qu'une fois. 16 acteurs ont fait 2 demandes de subsides, 4 acteurs ont rentré 3 fois un dossier, 14 acteurs ont bénéficié 2 fois de subsides et 5 en ont bénéficié 3 fois. La répartition des demandes de subsides permet de constater que, dans la majeure partie des cas, les besoins de soutien financier sont importants dans les débuts du projet et décroissent progressivement.

Une enquête<sup>16</sup> réalisée auprès des agriculteurs urbains bruxellois<sup>17</sup> a montré que 50% des enquêtés estiment que les subsides octroyés via les AAP les ont aidé à créer de nouveaux emplois, qui seront pérennes. Plus de 83% estiment que les subsides les ont aidé à lancer leur projet d'AU et près de 56% déclarent que les subsides ont aidé à la pérennisation de leur activité.



Impact des subsides – Enquête COMASE – Décembre 2020

Toujours selon cette enquête, 77% des agriculteurs interrogés se disent satisfaits des montants financiers mis à disposition dans le cadre de l'appel à projet (25.000€ maximum). 75% d'entre eux indiquent que ce soutien financier sous forme d'AAP rencontre leurs besoins.

Une **aide à la pré-activité**<sup>18</sup>, comme celle existante pour le soutien au développement économique des entreprises, a été mise à disposition des porteurs de projets en AU début 2019.

<sup>16</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food, COMASE, décembre 2020

<sup>17</sup> Le questionnaire à l'attention des agriculteurs a été adressé à 27 porteurs de projets recensés par l'administration et pour lesquels nous avons pu obtenir des coordonnées de contact (sur un total général de 43 projets). 18 d'entre eux ont répondu, ce qui représente un taux de participation tout à fait satisfaisant de 67%. Parmi ceux-ci, nous retrouvons 5 projets hors sol et 13 projets pleine terre.

<sup>18</sup> [Prime pour développer son idée de création d'entreprise ; Prime pour approfondir son projet d'entreprise](#)

Dans ce cadre, des subsides sont maintenant accordés aux entrepreneurs (porteurs de projets) pour leur permettre de bénéficier d'un accompagnement dans la conception et l'installation de leur projet et leur assurer, au plus vite, une rentabilité économique ainsi qu'un équilibre entre leurs aspirations et leurs pratiques.

Les étapes vers un cadre stable et prévisible de soutien économique dépassant celui des subsides facultatifs ont été entamées via un avant-projet **d'ordonnance pour les aides à l'agriculture en RBC**. Ce cadre organique sera disponible en complémentarité avec les appels à projets existants et à venir, et offrira la possibilité d'obtenir une aide de la Région à tout moment de l'année, en suivant une procédure plus rapide et plus légère que celle imposée par le système des appels à projets, sans devoir entrer dans une thématique particulière.

L'avant-projet d'ordonnance doit encore être modifié pour y intégrer des considérations environnementales fortes. Il doit également faire l'objet d'une série d'arrêtés d'exécution, qui définiront les modalités des mesures d'aides spécifiques. Pour l'intégration de ces considérations environnementales et la rédaction des arrêtés, des ateliers seront organisés avec les acteurs en 2021 afin de concrétiser en co-création la forme et le contenu des différentes mesures d'aides (retard pris à cause de la crise COVID).

Afin d'aider les porteurs de projets et agriculteurs urbains professionnels bruxellois à **s'y retrouver dans le panel des soutiens publics** (financement et conseil/accompagnement) disponibles pour eux à Bruxelles, une étude sur « Les aides publiques disponibles pour les porteurs de projets en agriculture urbaine professionnelle à Bruxelles » a été réalisée en 2019. Cette étude porte majoritairement sur les aides régionales et devra être complétée dans le futur par les aides d'autres instances.

Des réflexions sont en cours et une étude a été lancée fin 2020 afin de clarifier la situation bruxelloise actuelle par rapport aux aides européennes de la **PAC**, de définir et préciser les leviers de la PAC utiles pour la mise en œuvre de la politique régionale bruxelloise et d'étudier plusieurs pistes de solution sur base d'analyses coûts-bénéfices afin d'identifier la meilleure stratégie en matière de financement du secteur agricole bruxellois et en matière de transition agroécologique.

Le secteur de l'agriculture urbaine bruxelloise s'est rassemblé afin d'écrire un mémorandum demandant la reconnaissance de la **multifonctionnalité de l'agriculture urbaine** (de la plus-value sociétale de ses activités) ainsi que la construction d'un outil de financement structurel et décloisonné pour la multifonctionnalité de l'agriculture urbaine. En réponse à ceci, le projet de recherche-action participative « Lagum » ainsi qu'un groupe de travail du conseil participatif Good Food se sont approprié cette thématique afin de définir les fonctions de l'agriculture urbaine bruxelloise ; déterminer les besoins des agriculteurs en termes de soutien (financier, accompagnement, administratif,...) pour ces fonctions ; déterminer les manquements et proposer des pistes d'améliorations et/ou des outils à mettre en place.

En 2020, un sondage a été réalisé auprès des agriculteurs urbains concernant l'impact du COVID-19 sur leurs activités. Une aide a été créée en vue d'indemniser les agriculteurs ayant eu des pertes de revenus. **13 primes COVID-19 pour l'agriculture** de 3.000€ ont été octroyées (sur 14 demandes).

### 2.1.3. Accès aux marchés<sup>19</sup>

Good Food soutient financièrement le Réseau des GASAP, qui coordonne environ 70 **GASAP** se fournissant directement auprès de producteurs locaux. Treize producteurs bruxellois font partie du réseau des GASAP, dont 5 sont des producteurs primaires.

Des réflexions sont en cours, notamment dans le cadre d'un des groupes de travail du conseil participatif, sur la mise en place de Hubs logistiques permettant d'améliorer la distribution de la production des agriculteurs urbains de la Région et de sa périphérie sur Bruxelles.

Dans un objectif de **rencontre entre les producteurs et le grand public et de promotion de l'AU bruxelloise**, la stratégie Good Food a notamment été représentée lors de la Foire de Libramont 2018. Cinq producteurs bruxellois (Champignon de Bruxelles, ECLo, Ferme Nos Pilifs, Urban Harvest et BIGH) y étaient présents pour représenter l'AU de notre Région.

Pour atteindre l'objectif d'une production locale de 30% des fruits et légumes frais consommés par les Bruxellois, des liens avec l' « extra muros » sont nécessaires pour convertir en terres nourricières pour la RBC les 1600 ha de surfaces de production qui répondraient à ce besoin. Une série de collaborations, participations à des projets interrégionaux et projets régionaux ayant un impact pour les autres Régions ont eu lieu durant ces quelques dernières années. On peut notamment citer : participation de BEE à deux groupes de travail permanents<sup>20</sup> entre les 3 administrations régionales et les 4 administrations régionales et fédérale ; participation au projet Brussel Lust, initié par « Steunpunt Korte Keten » ; subventionnement des projets « BruFerme » et « Linked Farm ».

### 2.1.4. Accès aux savoirs, savoir-faire et compétences

Le service « **Facilitateur Agriculture(s) urbaine(s)** », opérationnel depuis mars 2018, a comme mission d'apporter une assistance gratuite pour le développement de projets en agriculture urbaine sous ses multiples formes. Ce facilitateur vient en appui à des projets agricoles professionnels mais également à des projets d'autoproduction. En lien avec les structures existantes (entre autres structures de soutien à l'entrepreneuriat, structures de formation, espaces tests...), il vise à faciliter l'émergence du secteur agricole durable à Bruxelles et promouvoir des techniques de production écologiques.

La mission est réalisée principalement via les axes d'intervention suivants :

- Une [plateforme web](#), point d'entrée du Facilitateur et première ligne d'assistance reprend une liste de 37 FAQ (Frequently Asked Questions), recommande des ressources et des acteurs ciblés ...
- Un service d'experts pluridisciplinaires constituant une 2<sup>ème</sup> ligne d'accompagnement personnalisé. 153 demandes de guidances ont été reçues par le FAU depuis son lancement, dont 56 de 1<sup>ère</sup> ligne et 93 de 2<sup>ème</sup> ligne. Les guidances pour les porteurs de projets en AU hors sol sont assurées directement par le FAU, tandis que les demandes émanant des porteurs de projets pleine terre sont redirigées vers BBP. Sur les 153 demandes, une cinquantaine de demandes d'accompagnement ont

---

<sup>19</sup> Voir aussi axe 2

<sup>20</sup> Le Groupe de Travail Permanent de la Concertation Ministérielle Interrégionale (GTP-CMI) et le Groupe de Travail Permanent de la Conférence Interministérielle de Politique Agricole (GTP-CIPA).

été adressées par des particuliers/porteurs de projets en agriculture entrepreneuriale et 7 guidances ont été assurées à destination de 4 agriculteurs installés. Les autres demandes sont venues d'instances publiques (près de 40%), d'acteurs académiques (4%) et d'associations (8%). En termes de budget, les demandes adressées par les instances publiques représentent 69% du budget alloué à cette mission entre janvier 2018 et septembre 2020.

- La promotion de manière proactive de l'agriculture urbaine durable auprès de publics-cibles de manière à inspirer et susciter le développement de projets. Cinq workshops/événements et une formation 'Agricultures urbaines et bâtiment durable', d'une durée de 2 jours, ont été organisés à destination de publics-cibles différents. Quatre newsletters ont été envoyées par an.
- Référentiel durabilité : réalisation d'un outil sur base d'outils de diagnostic de la durabilité de l'agriculture de référence. Le référentiel identifie des critères permettant d'évaluer la durabilité économique, environnementale et sociale, adaptés à la grande diversité (activité, taille, contexte du quartier) des projets d'AU bruxellois et basés sur des données relativement faciles à collecter. L'outil n'est pas finalisé et va encore faire l'objet d'adaptations dans le cadre du projet de recherche-action participative « Lagum ».

Une enquête<sup>21</sup> réalisée auprès des agriculteurs urbains bruxellois<sup>22</sup> fin 2020 a montré que 55% des répondants ne sont pas au courant des services proposés par le FAU. Ce service doit certainement, vu sa jeunesse, gagner en notoriété.

Une grande majorité des guidances réalisées par le FAU a été dédiée aux acteurs de l'aménagement du territoire tels que les institutions publiques (près de 70% du budget alloué aux guidances). Il conviendra dès lors pour la suite de la stratégie de s'interroger sur cette répartition et sur la priorisation des missions du FAU.

Le projet FEDER **BoerenBruxselPaysans** (BBP) a pour mission de faciliter et d'augmenter la production et la transformation alimentaire locale de qualité en RBC, selon des modes de production écologiques, à destination des mangeurs bruxellois. Il vise à favoriser l'accès de ceux-ci à une nourriture de qualité via des circuits courts, à les sensibiliser à l'alimentation durable sous tous ses aspects et à les faire participer aux dynamiques alimentaires locales.

L'objectif de BBP est de créer un projet-pilote, reproductible, intégrant toute la filière de l'alimentation durable, depuis la production jusqu'à la consommation, via des soutiens méthodologiques et techniques aux porteurs de projet, des formations, la mise à disposition d'infrastructures et de terrains, le développement de circuits courts de transformation et de vente, des actions de sensibilisation et de mise en réseau... A ce stade, les avancées sont les suivantes (réparties suivants 4 axes de travail) :

---

<sup>21</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food, COMASE, décembre 2020

<sup>22</sup> Le questionnaire à l'attention des agriculteurs a été adressé à 27 porteurs de projets recensés par l'administration et pour lesquels nous avons pu obtenir des coordonnées de contact (sur un total général de 43 projets). 18 d'entre eux ont répondu, ce qui représente un taux de participation tout à fait satisfaisant de 67%. Parmi ceux-ci, nous retrouvons 5 projets hors sol et 13 projets pleine terre.

- 1) Accompagner les porteurs de projets vers leur installation et les entrepreneurs dans la phase d'installation / transition :
  - a) Accompagnement destiné à tous les projets d'alimentation durable :
    - Un coaching économique est mis en place et concerne des porteurs de projets de plusieurs types : en test d'activité, en cours de définition de projet, en installation...
    - Un cycle d'ateliers thématiques a été programmé en hiver (2019 et 2020).
  - b) Accompagnement dédié aux projets agricoles :
    - Identification des terres potentiellement cultivables :
      - La base de données se développe et est devenue un outil central pour Terre-en-vue.
      - L'espace test agricole (voir ci-dessous) occupe près de 3 Ha.
      - à la mi-2020, ce sont au total 6 producteurs (dont une coopérative en formation) qui ont pu accéder à la terre pour une installation. Ceci représente près de 6 Ha.
      - un appel à candidatures a été organisé pour un terrain à Jette fin 2020, et d'autres sont en cours de négociation.
    - Espace test agricole (ETA) l'ETA propose une mise à disposition du foncier, des moyens de production et un soutien à la viabilité afin d'offrir un test d'activité (pour une durée de 3 ans) pour les nouveaux agriculteurs (souvent des NIMAculteurs, non issus du milieu agricole) et favoriser un démarrage progressif de leur activité économique : foncier (3ha), outillage agricole, serre tunnels, serres pépinières, lieux de stockage, outils, atelier agricole, station de lavage, chambre froide, séchoir professionnel. La sélection des candidat.e.s se fait via des appels à candidature. Entre 2016 et 2020, 5 appels à candidature ont été organisés, quelque 156 personnes ont montré un intérêt pour le lancement d'une activité agricole. 31 d'entre elles ont réellement posé une candidature et 15 personnes ont été sélectionnées pour pouvoir profiter de la structure. Un seizième test d'activité démarre en 2021
    - Faciliter les installations de projets agricoles en Région de Bruxelles Capitale suite à l'identification de terrains et mise en place d'une dynamique de réseau.
  - c) Accompagnement dédié aux projets de transformation : la petite cuisine test installée à la Maison Verte et Bleue est en fonctionnement.
- 2) Augmenter les facteurs de réussite transversaux
  - a) Améliorer (la perception de) la mobilité vers les sites de production et intégrer la qualité paysagère au sens large dans les projets : une étude est en cours au sein de Bruxelles Environnement à ce sujet, cadrant dans la suite de l'étude 'plan directeur inter-régional'.
  - b) Communiquer : le site web bbp.bio est fonctionnel et à jour. BoerenBruxselPaysans est présent sur les réseaux sociaux. Une charte graphique est développée et l'identité de BoerenBruxselPaysans est connue. Des événements sont communiqués et la presse sollicite régulièrement BoerenBruxselPaysans. Les producteurs sont présentés sur le site Web et une carte permettant de les localiser y est disponible.
- 3) Créer des infrastructures à destination des acteurs de l'AD
  - a) Rénover la ferme Taqui : le bâtiment a été rénové et est en utilisation.
  - b) Rénover la ferme du Chaudron : les travaux sont prévu en 2021-2022. Une procédure ouverte afin de désigner un occupant/gestionnaire du site est en cours de finalisation.
  - c) Restauration de la Villa du Kattekasteel : les travaux ont commencé en 2020.

#### 4) Impliquer les citoyens/mangeurs

- a) Sensibiliser le grand public aux enjeux de l'alimentation durable : les activités de sensibilisation se déroulent de manière régulière et sont bien fréquentées (voir tableau ci-dessous).
- b) Installer un projet mixte sur le terrain du Chaudron : le terrain est occupé depuis 2018 par « Le champ du Chaudron ». Le terrain est en culture et des liens nombreux sont faits avec les acteurs sociaux de Bruxelles. Des évènements sont aussi organisés pour le grand public.

#### 5) Pérenniser le projet

Le focus a été mis en 2020 sur les actions visant la pérennisation des actions du projet pilote représentant une réelle avancée pour la stratégie alimentaire de la Région. Ces actions visent principalement à poursuivre les activités permettant au nombre de nouveaux producteurs de croître.

Bruxelles Environnement, Le Début des Haricots ASBL, Terre-en-vue ASBL, Maison verte & bleue ASBL, Credal ASBL et la Commune d' Anderlecht sont chargés de mener ce projet à bien, coordonné par Bruxelles Environnement. Les réalisations chiffrées de BBP sont les suivantes :

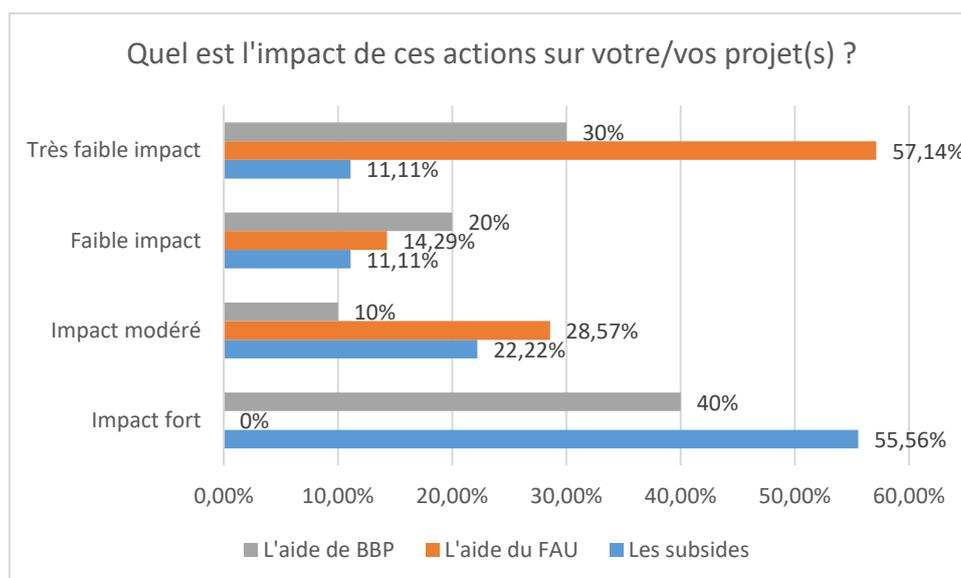
Indicateur (valeurs cumulatives)	2016	2017	2018	2019	2020 (partiel)
1. Nombre d'hectares mobilisés pour l'agriculture	7,00	6,19	6,68	8,88	8,88
2. Nombre de personnes accompagnées pour faciliter leur installation en agriculture	7	21	14	21	22
3. Nombre de personnes accompagnées pour lancer leur activité de transformation	-	5	17	25	25
4. Nombre d'activités de sensibilisation organisées	18	45	60	87	95
5. Nombre de personnes fréquentant les activités de sensibilisation	266	911	1.925	2.842	3.009
6. Surface de bâtiments réaffectés et rénovés (m <sup>2</sup> )	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00

Une enquête<sup>23</sup> réalisée auprès des agriculteurs urbains bruxellois<sup>24</sup>, visant notamment à cerner **l'impact des différentes modalités d'accompagnement sur les projets**, a montré que dans plus de 60% des cas, les agriculteurs indiquent que les mesures d'accompagnement mises en place dans le cadre de la stratégie Good Food (le FAU et BBP) ne rencontrent pas leurs besoins. 25% sont très satisfaits de l'accompagnement, 25% sont très insatisfaits et 50% n'ont pas d'avis. Le graphique ci-dessous montre que l'accompagnement de BBP a eu plus d'impact (50% d'impact fort à modéré) que celui du FAU (30% d'impact modéré) sur les projets des agriculteurs ayant répondu à l'enquête.

<sup>23</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food, COMASE, décembre 2020

<sup>24</sup> Le questionnaire à l'attention des agriculteurs a été adressé à 27 porteurs de projets recensés par l'administration et pour lesquels nous avons pu obtenir des coordonnées de contact (sur un total général de 43 projets). 18 d'entre eux ont répondu, ce qui représente un taux de participation tout à fait satisfaisant de 67%. Parmi ceux-ci, nous retrouvons 5 projets hors sol et 13 projets pleine terre.

Ce résultat doit cependant être contrasté, sachant que la majeure partie des répondants à l'enquête sont des agriculteurs pleine terre (13 répondants sur 18), public cible prioritaire de BBP, alors que l'accompagnement 2<sup>ème</sup> ligne du FAU est, en ce qui concerne les (futurs) agriculteurs, destiné aux porteurs de projets hors sol. La méconnaissance des services du FAU, notamment dû à son lancement récent, auprès des agriculteurs semble également être une des causes principales de ce résultat. Notons que les services d'accompagnement du FAU ont par contre eu plus d'impact sur les acteurs publics de l'aménagement du territoire, dont l'accompagnement a représenté la majeure partie de son budget. L'impact le plus important est assuré par le soutien financier (AAP : 78% d'impact modéré à fort).



Impact des actions de soutien sur les projets – Enquête COMASE – Décembre 2020

Il ressort également de l'enquête que 83% des agriculteurs qui y ont répondu ne distinguent pas clairement la différence entre l'intervention du Facilitateur en Agriculture Urbain (FAU) et de BoerenBruxselPaysans (BBP). Il s'agira donc pour la suite de s'assurer que la visibilité et l'identification des différents services disponibles pour les agriculteurs soient améliorées. Notamment, le projet BBP arrivant à son terme en 2021, une réorganisation de l'accompagnement des projets est nécessaire et en cours. La coordination des différents acteurs de l'accompagnement sera organisée afin de prévoir une communication claire à l'attention des porteurs de projets et de ne pas complexifier leur recherche de soutien.

Plusieurs **projets de recherche action Co-Creat**e financés par Innoviris ont traité de problématiques en lien avec la production agricole professionnelle à Bruxelles. Particulièrement, le projet Ultra-Tree a travaillé sur la viabilité du maraîchage sur petite surface à Bruxelles, le projet SAULE a exploré la cohabitation entre l'agriculture urbaine et le logement, ainsi que les conditions de son développement à Bruxelles, et le projet SpinCoop a travaillé sur les conditions de viabilité, de résilience et de création d'emplois de la méthode du SPIN Farming appliquée au contexte bruxellois. La description, les résultats et principaux livrables de ces projets sont disponibles sur [le site de co-creat](#)e.

Un état des lieux des **formations** en agricultures urbaines en RBC, et des compétences qui y sont enseignées, a été réalisé en 2018 avec la COCOF. Il en est ressorti que l'offre en formation est diversifiée et répond aux besoins de certains publics tels que les jeunes en obligation scolaire et les particuliers, mais est limitée pour les professionnels en activité qui souhaiteraient se former de manière continue. Il manque également des formations à destination des adultes en reconversion professionnelle, qui ne répondent pas aux conditions d'accès aux formations d'insertion socio-professionnelle. Entre temps, certains manquements se combleront. Ainsi, la formation « Urban Farmer » a été créée par Syntra Brussel. Par ailleurs, des discussions sont en cours avec l'EFP (le centre de formation de métiers en alternance à Bruxelles) pour créer une formation francophone en agriculture urbaine de type chef d'entreprise pour septembre 2021.

Les agriculteurs urbains ont exprimé à maintes reprises leur besoin de **représentation/fédération**. La Région va soutenir dès fin 2020/début 2021 le développement d'une fédération des professionnels de l'agriculture urbaine bruxelloise, dont le projet est co-porté par le Début des Haricots asbl et l'Alaube. Cette fédération sera un vecteur de soutien, par et pour les professionnels de l'AU, au développement d'une AU durable et solidaire à Bruxelles et dans sa périphérie.

Un des enjeux principaux pour les prochaines années et pour la suite de la stratégie Good Food sera de continuer à fournir un accompagnement de qualité aux porteurs de projets en AU et aux agriculteurs installés pleine terre (PT) et hors sol (HS) en adaptant les services fournis aux besoins de ces acteurs (en fonction de leurs spécificités et à toutes les étapes du cycle de vie des entreprises : support technique, financier, administratif, juridique,..) et au paysage évolutif de l'agriculture urbaine bruxelloise. Il convient de mener une réflexion globale sur les dispositifs d'accompagnement existants et sur leurs publics cibles, et d'ensuite éventuellement compléter cette palette. Une des pistes identifiées est le développement d'un **Centre d'appui pour l'agroécologie à Bruxelles**. Ce centre serait géré par le service agriculture de BE. La forme de celui-ci n'est pas encore définie

L'enjeu est aussi d'apporter l'appui nécessaire aux acteurs de l'aménagement du territoire et de la planification urbaine, dont instances publiques, pour que des projets d'AU d'ampleur régionale puissent se réaliser en renforçant leurs ambitions environnementale et sociale, comme voulu par la stratégie Good Food. Enfin, il ne s'agit pas de recréer ce qui existe déjà mais de se mettre en lien avec les acteurs existants disposant de l'expertise (académique, pratique, réseautage) sur l'agroécologie. **Les actions considérées comme prioritaires en ce qui concerne l'accompagnement ont été commencées et les réflexions sont en cours.**

#### **2.1.5. Analyse SWOT de l'action « Production professionnelle »**

Une étude<sup>25</sup> d'évaluation de la performance de la stratégie Good Food a été réalisée fin 2020. Les principales forces, faiblesses, menaces et opportunités qui ont été identifiées par l'étude concernant l'action 1 de l'axe 1 de la stratégie sont les suivantes : (NB :Ce tableau ne prétend pas être exhaustif, et ne reprends pas toutes les opportunités à saisir pour la construction de la stratégie Good Food 2.0, dont le travail de co-construction sera mené en collaboration avec les acteurs de terrains tout au long de l'année 2021).

---

<sup>25</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food, Comase, décembre 2020

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Forces</b></li> </ul> <p>Les actions mises en œuvre ont permis d’avoir un impact sur la création de projets agricoles (de 16 à 42), sur la création d’emplois (de 63 ETP en 2018 à 80 ETP en 2020) et la pérennisation de ceux-ci. L’ensemble de ces résultats contribue à l’augmentation de la résilience de la Région Bruxelles-Capitale et de la production locale.</p> <p>Le mécanisme des appels à projets s’est avéré être un outil efficace pour le démarrage de nouveaux projets puisqu’il a permis de soutenir financièrement 23 producteurs dont certains à plusieurs reprises. Selon l’enquête réalisée, les subsides semblent répondre aux besoins des agriculteurs en terme d’aide d’impulsion. Si cet outil est pertinent pour le lancement de la stratégie et la dynamique d’émergence de nouveaux projets, il conviendra de s’interroger sur l’adéquation de ce mécanisme en fonction des objectifs et moyens futurs notamment concernant les possibilités de financement de la multifonctionnalité de l’AU.</p> <p>Les prescriptions fixées dans la stratégie initiale sont cohérentes et ne sont pas contradictoires. La majorité d’entre elles sont réalisées et récurrentes ou en cours de réalisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Faiblesses</b></li> </ul> <p>La déclinaison des objectifs n’est pas suffisamment structurée en critères et indicateurs clairs permettant d’effectuer le pilotage, le suivi et l’évaluation des objectifs. La structure actuelle ne permet pas non plus de dégager suffisamment une priorisation des objectifs.</p> <p>Concernant l’objectif de résilience, la nécessité d’augmenter la production pour faire face à une éventuelle pénurie d’approvisionnement n’est pas clairement établie. La pertinence des seuils fixés pose donc question. Il faudra veiller à réaliser une étude qui resitue la Région dans un périmètre plus large, qui identifie les collaborations possibles et les carences afin de mettre en place des actions cohérentes aussi bien vis-à-vis de la Région bruxelloise que des deux autres Régions.</p> <p>Une analyse plus approfondie des besoins en accompagnement des agriculteurs devrait être réalisée. Il apparaît que les agriculteurs ne sont pas suffisamment au courant des outils mis à leur disposition ni de la différence entre les interventions des différents acteurs.</p> <p>Une approche intégrant les agriculteurs conventionnels, acteurs qui mobilisent la majeure partie des terres agricoles mais qui s’inscrivent très peu dans une démarche nourricière, est encore à mettre en œuvre.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Opportunités</b></li> </ul> <p>Il est nécessaire de définir les concepts qui sont mobilisés dans la stratégie, notamment : la résilience, la durabilité, la notion d’emploi durable, etc. Ceci permettra d’être plus précis et systématique pour établir les indicateurs/objectifs, mais aussi d’identifier des actions claires et mesurables qui pourront être mises en œuvre pour atteindre les objectifs qui seront fixés. Il semble également opportun de fixer de nouveaux seuils à atteindre pour chaque objectif. Il faudra veiller à ce que ces seuils soient réalistes et atteignables et que les objectifs soient déclinés en sous-objectifs clairs. Une analyse précise des moyens nécessaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Menaces</b></li> </ul> <p>Bien que l’espace test agricole soit maintenu pour les trois prochaines années, la fin du projet BBP enlève un acteur clef du dispositif de soutien. Il faudra veiller à la cohérence et la pertinence de la répartition des rôles entre le ou les acteurs qui reprendront ses missions. Le risque étant une perte de savoirs, de capacités d’action et un manque de lisibilité et d’accessibilité pour les porteurs de projets.</p> <p>L’avantage concurrentiel dont bénéficient les agriculteurs conventionnels via les aides de la PAC contrairement aux porteurs de projets AU travaillant sur petites surfaces n’est pas à négliger. Si aucune évolution n’est à venir en la</p>

<p>pour atteindre ces nouveaux objectifs devra également être faite.</p> <p>L'agroécologie, concept mobilisé de façon de plus en plus intense dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie, est une pratique agricole qui devrait notamment participer à soutenir le dialogue avec les agriculteurs conventionnels qui, malgré des pratiques divergentes, sont en lien avec la culture de la terre et pourraient y être sensibilisés par le partage d'informations.</p> <p>Il conviendrait de réinterroger la place de la culture de pleine terre du point de vue de l'objectif de productivité en raison de la faible disponibilité et accessibilité des terrains. Les réponses à cet obstacle sont multiples : développement d'une stratégie et d'outils fonciers efficaces pleine terre et hors sol, transition agroécologique des cultures conventionnelles, collaborations interrégionales...</p> <p>La possibilité d'investir davantage dans le soutien de la production hors sol, qui peut valoriser des espaces non utilisables pour d'autres fonctions, comme des caves et des toitures, pourrait également être envisagée dans le but d'augmenter plus rapidement la masse de production en fruits et légumes.</p> <p>Il conviendrait de rehausser l'objectif de préservation des terres au PRAS afin que cela corresponde aux espaces nécessaires pour rencontrer les nouveaux objectifs de la stratégie.</p> <p>Les actions de sensibilisation auprès des acteurs publics et privés ont bien été menées mais pourraient être intensifiées afin d'avoir un impact sur le nombre de projets en agriculture urbaine.</p> <p>Le référentiel durabilité, lorsque finalisé, sera un excellent outil pour l'auto-évaluation des agriculteurs et pour le suivi et l'évaluation des futurs projets. Il conviendrait de l'utiliser afin de fixer des définitions pour l'ensemble des concepts de la stratégie.</p>	<p>matière, cela risque d'impacter, d'avoir un effet décourageant sur le lancement de nouveaux projets en AU.</p> <p>La crise Covid ayant eu un impact sur une partie des producteurs écoulant leurs produits directement au secteur de l'HoReCa, il semble pertinent d'apporter une attention particulière au soutien en termes d'accompagnement ou de financement qui pourraient être mis en place afin de garantir que ces projets puissent survivre à la crise. Si une bonne capacité de réaction de l'administration pour mettre en place rapidement un soutien financier a été constatée, une réflexion pourrait être menée sur l'opportunité de mettre en place une structure qui permettrait d'assurer une continuité du soutien d'accompagnement et financier.</p> <p>Il faudra veiller à toujours utiliser les mêmes indicateurs pour la mesure des actions afin de pouvoir dégager des résultats objectifs.</p>
---	--

## 2.2. Une production citoyenne en explosion

La stratégie comporte un objectif général d'augmentation de l'autoproduction alimentaire durable via la mise en capacité des citoyens, individuellement (jardin, balcon, toiture, ...) ou collectivement avec un aspect social fort (contrat de Quartier Durable, parcelles collectives, écoles, terrains communaux, ...) pour le développement de projets diversifiés et nourriciers, valorisés dans leurs dimensions sociales, environnementales, pédagogiques. L'autoproduction a toute sa place dans l'espace intra-urbain et contribue clairement à la résilience de la ville et les projets sont en augmentation, témoignant d'un dynamisme important des acteurs de terrain et d'une volonté des bruxellois de (re)mettre les mains dans la terre. Portés par des citoyens, des écoles, des associations, des autorités publiques, voire des entreprises pour leur personnel, tous mobilisés à « faire pousser » des produits nourriciers, mais pas uniquement... Ce sont aussi des liens sociaux, des apprentissages, des partages de savoirs, des lieux de sensibilisation, des espaces ouverts en ville accueillant de la biodiversité, des lieux de détente. Le lien avec la terre est essentiel à l'appropriation de comportements alimentaires respectant l'aliment (anti-gaspi), les saisons, la qualité, la localité....

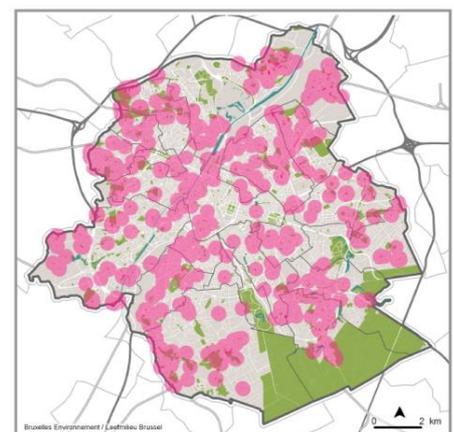
### 2.2.1. Accès aux sites de production

La Région bruxelloise est fort verte, au niveau de ses espaces verts publics comme au niveau de ses jardins privés. Un bon pourcentage de la population a un accès à une autoproduction « à domicile », avec 37% de la population disposant d'un jardin (et 85% d'un jardin ou d'une terrasse)<sup>26</sup>.

Au-delà, le soutien au développement des potagers portés par des collectifs citoyens reste une priorité. Les Communes, CPAS et associations sont également soutenus afin de développer des sites potagers. Le territoire est de plus en plus urbanisé, ce qui crée une tension avec une demande forte des espaces pour cultiver. Certains potagers collectifs sont menacés (principalement pour des projets de construction), plusieurs projets subsidiés doivent faire face à des obstacles urbanistiques (potagers en toiture, limitation d'activité en zone agricole du PRAS).

Un des objectifs de la stratégie était qu'en 2020, les sites potagers collectifs et familiaux couvrent une surface de minimum 82 ha en Région bruxelloise. Globalement, le nombre de potagers collectifs et familiaux recensé en RBC en 2018 (étude non répétée depuis) est de 392 sites (+ 33% en 5 ans) couvrant une superficie de 79ha<sup>27</sup>, celle-ci ayant légèrement diminué suite à la disparition de certains sites, non compensée par la création de nouveaux potagers. L'analyse territoriale révèle une **bonne couverture du territoire régional**. On observe une **augmentation des potagers de petite taille dans les zones plus denses**, contribuant à une augmentation globale de l'accessibilité géographique des sites aux bruxellois et à la biodiversité (maillage potager).

Bruxelles Environnement gère et développe des **sites de potagers familiaux dans les espaces publics**.



Couverture de la Région en potagers collectifs (tampon de 300m autour des potagers)

<sup>26</sup> Sondage les maraîchers urbains, Dedicated, 20211

<sup>27</sup> Evolution des potagers en RBC 2013-2018 – BRAT pour Bruxelles Environnement – Cette étude corrige et précise certaines données de l'étude de 2013 (erreurs de numérisation, erreurs d'encodage de sites)

Ainsi 1,12 ha nets (soit 1,93 ha bruts) de potagers ont été créés entre 2015 et 2017. La superficie totale des sites de potagers dans les espaces verts de BE **s'élève à 3,42 ha net ou à 5,61 ha brut** (brute (surface cultivable + haies, chemins...)), sur 17 sites avec un total de 375 parcelles. Entre 2018 et 2020, aucun nouvel aménagement de potager n'a pu voir le jour, étant donné la pression sur le foncier en Région bruxelloise qui freine voire empêche l'acquisition de terrains. La Division Espaces Verts passe de 5,61 ha de potagers en gestion en 2020 (dont 5,26ha en potagers familiaux et 0,35 ha de jardins collectifs hébergés sur du foncier BE) à 7,55 ha à l'horizon 2022/2023. La surface des **zones potagères** dans les espaces verts régionaux gérés par BE a augmenté de manière significative, mais on n'a pas atteint l'objectif de doubler la surface. Néanmoins, des projets sont en cours et devraient voir le jour dès 2021 (Colombophile, Kauwberg, Zuun). En parallèle, la demande de potagers (déjà importante avant la crise du coronavirus) a explosé entre mars et juillet 2020 (crise COVID). **On a constaté un doublement des listes d'attente et une période d'attente qui a augmenté de 2 ans en 2019 jusqu'à 21 (!) ans en 2020.**

Dans l'appel à projets pour pouvoirs locaux, entre 2015 et 2020, une vingtaine de projets ont été subventionnés, dont plusieurs mettaient à disposition des citoyens des lieux de production. Plus de 2.000 m<sup>2</sup> de surfaces de productions. Les projets de création de potagers à disposition des habitants rencontrent un grand succès et les activités de production se poursuivent après la période subsidiée.

La question de l'accès aux sites via promoteurs publics/privés et acteurs d'aménagement du territoire est également travaillée, avec l'idée de développement de potagers collectifs dans les logements sociaux. En 2020 la « Convention de partenariat régissant les modalités de collaboration entre la SLRB et Bruxelles Environnement en matière d'aménagement et de gestion des abords de logements sociaux (SISP) favorables à la biodiversité et à l'agriculture urbaine. » a été signée et des projets pilote avec SISP COMENSIA (et SISP EVERCITY) intéressés par des projets citoyens AU démarrent.

Plusieurs outils de planification et de rénovation urbaine peuvent être des leviers au développement de l'agriculture urbaine : Plan Régional d'Affectation du Sol (PRAD), les nouveaux Plans d'Aménagement Directeur (PAD), les Plans Particuliers d'Affectation du Sol (PPAS), mais aussi les nouveaux Contrats de Rénovation Urbaine (CRU) et les Contrats de Quartiers Durables (CQD). On peut épingler l'émergence de stratégie de quartier agricole ou de pôle alimentaire (à des stades différents et avec des statuts différents) dans le PAD Casernes (projet Usquare), PASDMaximilien Vergot, PAD GRUP Défense en lien avec le PAD Bordet, PAD Josaphat, ... certains projets bénéficient de financement de CRU et de CQD (ex. projet Atelier Groot Eiland du côté du parc Maximilien ; ou de projets de pépinières, de potagers, d'épicerie du côté de Saint-Gilles et de Forest).

On peut identifier d'autres pôles communaux, parfois conflictuels, parfois en voie de confirmation, comme « le champ des cailles », le projet de PPAS Varda, pôle autour de la ferme Nos Pilifs, sans oublier le projet BoerenBxlPaysans qui essaime sur le quartier Bizet à Anderlecht. Nombre de ces plans et programmes intègrent à tout le moins des potagers collectifs comme levier d'une dynamique de quartier.

Le Facilitateur Agriculture Urbaine a appuyé nombreuses de ces études pour conseiller sur les modèles d'intégration de l'agriculture urbaine adaptés à chaque site. Dans le cadre du projet Usquare (casernes), la SAU avait commandé une étude d'optimisation du potentiel d'agriculture urbaine qui a été l'amorce de ce futur pôle alimentaire.

Cultiver sur l'espace public est également une opportunité. En bacs ou en pleine terre, aromatiques, légumes cultivés ou plantes sauvages comestibles, les projets « **Incroyables Comestibles** » servent également des objectifs de sensibilisation et d'éducation.

Au moins 9 projets d'Incroyables Comestibles portés par des collectifs de citoyens sont soutenus par BE (Inspirons le Quartier/communes). A partir de 2020, BE co-finance un vaste projet de rénovation urbaine, dans lequel Atelier Groot Eiland co-développe des zones de production portées par les communautés dans l'espace (semi)public (zone Canal + Vallée de la Senne).

Les projets individuels peuvent faire appel à un accompagnement participatif via Inspirons le Quartier.

Le **co-jardinage** met en relation des personnes ayant un jardin mais ni le temps ni le savoir-faire pour le cultiver et d'autres personnes cherchant un terrain. Depuis 2016, 15 animateurs bénévoles ont été formés, 126 personnes ont participé aux ateliers et 8 initiatives concrètes de co-jardinage ont été identifiées. En 2018, le projet « co-jardinage » n'a plus bénéficié de soutien spécifique et a été intégré dans les outils mis en place par le réseau des potagers.

### 2.2.2. Accès aux moyens techniques et financiers

Via les **appels à projets et subsides** (Communes, CPAS, associations, collectifs de citoyens), ce sont quelques 190 projets de production qui ont été soutenus depuis fin 2015. **Les écoles** sont également très dynamiques. On compte 168 potagers scolaires soutenus /accompagnés sur les années 2015-16 à 2019-20. Les potagers scolaires restent donc une priorité.

Dans la période 2016-2020, il y a eu 3 éditions de la distribution kit de graines au printemps. Au total 40.000 **kits de graines** ont été distribués pour inciter au démarrage d'une petite production chez soi (10.000 en 2017, 10.000 en 2018 et 20.000 en 2020). Une évaluation du kit menée à l'automne 2019 a montré des résultats encourageants : 42% des citoyens n'avaient aucune expérience potager avant le kit ; 2/3 ont cultivé en bacs ou pots tandis que 1/3 cultive en pleine terre (jardin privé ou collectif). Et si 3/4 ont rencontré des problèmes avec la culture, 95% souhaitent quand même poursuivre leur production de légumes.

La stratégie prévoyait la mise en place de Facilitateurs régionaux pour appuyer les projets<sup>28</sup>. En pratique, plusieurs Facilitateurs sont à la disposition des initiatives de productions commerciales comme non commerciales citoyennes et collectives d'autoproduction. Le Facilitateur Sol, le Facilitateur Eau et le Facilitateur Bâtiment Durable ont développé des outils spécifiques pour les questions liées à l'agriculture urbaine. Le « **Facilitateur Agriculture urbaine** » met son expertise multidisciplinaire (urbanisme, juridique, économique) à disposition des projets, ce service visant à devenir un point de centralisation des informations relatives aux agricultures urbaines.

### 2.2.3. Accès aux savoir-faire et à l'information

La mise à disposition d'une information technique de base via plusieurs canaux (ateliers, kits de graines de démarrage, guides pratiques, ...) reste pertinent pour accompagner un passage à l'action, tant pour démarrer que pour maintenir un potager ou autre production dans la durée, produire sa nourriture restant un geste technique à acquérir au fil des saisons.

Les « **Ateliers Cultiver en ville** », initiations gratuites en agriculture urbaine, ont contribué à former de manière qualitative une quantité importante de personnes, de manière locale et ancrée, accessible à tous. Entre 10 et 15 ateliers de sujets différents ont été proposés aux communes et CPAS (FR et NL) : 18 communes et 10 CPAS ont été touchés au cours des 3 années de ce projet.

---

<sup>28</sup> Prescription 22

65% des participants ont amélioré leurs pratiques et 30% ont commencé à cultiver suite aux formations. Suite au désistement du prestataire de service et au constat des moyens humains et budgétaires limités à BE, le marché de prestations des ateliers n'a pas été renouvelé en 2020.

Année	Ateliers	Participants
2016-2017	90	1061
2017-2018	104	1340
2018-2019	104	1600

Le **réseau des Maîtres Maraîchers (MM)**, initié en 2011 et géré par l'asbl Tournesol sur toute la durée de la stratégie, se base sur des citoyens relais, compétents et bénévoles, capables de promouvoir le maraîchage urbain écologique amateur, motiver, rassurer, conseiller ceux qui voudraient s'y mettre ou poursuivre leur expérience. Ce réseau a comme objectif de permettre aux MM de parfaire leurs connaissances et expériences via des rencontres, échanges, visites, conférences et formation continue. Une année sur 2, une trentaine de MM sont formés en maraîchage urbain (théorie, pratique, promotion).

Depuis 2011, 206 MM ont été diplômés, dont environ 80% sont encore actifs en 2020. Ces dernières années, les MM sensibilisent +/- 5.000 personnes par an. Les canaux de communication sont renforcés : page Facebook (1692 suivent la page mi-2020) et un groupe Facebook « aide au potager » a été créé (1350 membres mi-2020). D'après le sondage Good Food (2020)<sup>29</sup>, 19% des Bruxellois connaissent les Maîtres Maraîchers. 7% des Bruxellois ont déjà été en contact avec un Maître Maraîcher et 28% des autres pourraient être intéressés par ce type d'aide, ce qui démontre que l'outil prend force et représente un potentiel considérable pour l'avenir.

L'asbl « **Le Début des Haricots** » est la référence régionale en termes d'association de soutien aux jardins potagers pour le grand public et les relais (communaux, associatifs...). Elle est soutenue pour orienter et diffuser l'information, sensibiliser et former, accompagner et soutenir des projets et participer aux réseaux. Actuellement on compte 1816 abonnés à la newsletter et environ 200 demandes d'information, d'intervention de la part des particuliers par an. Fin 2020 le soutien est renforcé avec le projet "Essaimer" regroupant deux axes d'activités de l'asbl : guichet d'info pour potagers collectifs et pépinière d'initiatives en agriculture urbaine.

Des **accompagnements techniques** sont proposés via l'appel à projets « Inspirons le Quartier, volet Good Food ». Sur les potagers/projets de production collectifs citoyens soutenus de 2016 à 2020, 90% sont encore actifs.

Des **informations techniques sont disponibles sur le site de BE**, y compris les réglementations, les informations pratiques pour le démarrage, la gestion de l'eau, les possibilités de cultiver sur les bâtiments, des fiches techniques par culture, un guide pratique d'analyse de sols. <https://environnement.brussels/thematiques/alimentation/produire-mes-aliments>.

---

<sup>29</sup> AQRATE, 2020

Depuis 2016, un **événement annuel de démonstration de projets d'autoproduction** est organisé. En 2016, la semaine « Cultivons en ville » a rassemblé environ 2700 visiteurs pour un total de 78 activités dans des potagers individuels et collectifs. Entre 2017 et 2019, les «Rencontres Good Food» ont intégré une majorité d'activités liées à la production (174 activités dont 115 activités liées à la production).

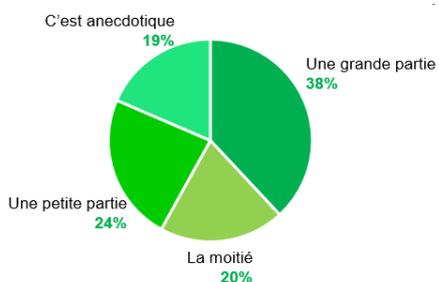
#### 2.2.4. Augmentation de la production citoyenne

L'objectif de la stratégie était l'augmentation de l'autoproduction et qu'en 2020 30% de ménages produisent une partie de leur alimentation.

Via les 190 projets de potagers soutenus, via les actions de soutien à la production individuelle, la production non marchande a bien évolué.

Résultats<sup>30</sup> : en 2020, 40% des ménages cultivent des fruits ou des légumes ; 34% des légumes et 29% des fruits<sup>31</sup>. L'autoproduction s'adresse plutôt à un public plus favorisé. Les cultures de fruits et de légumes sont plus le fait des plus jeunes (16-34 ans), des catégories sociales supérieures et des habitants du Nord-Ouest et du Nord-Est de la capitale. Les principaux espaces disponibles pour cultiver les plantes aromatiques, les fruits ou les légumes, sont le jardin privatif (43%) ou le balcon et la terrasse (38%). 40% des répondants ne cultivent pas par manque d'espace. Parmi ceux qui cultivent, la perception de la proportion de la consommation en autoproduction est importante (mais données d'un sondage d'été, donc biais probable).

Les résultats de la Région bruxelloise semblent plutôt bon comparativement aux autres Régions du pays<sup>32</sup>.



	Belgique	Flandre	Bruxelles	Wallonie
Cultivateurs (ménages)	46,56%	39,64%	42,24%	60,64%
à la maison	43,12%	36,50%	36,20%	57,49%
dans le potager	30,06%	25,34%	15,74%	43,32%
sans potager	13,06%	11,16%	20,46%	14,17%
cultivat AILLEURS	4,39%	3,54%	8,48%	4,62%
Non-cultivateurs (ménages)	53,44%	60,36%	57,76%	39,36%
Total	1706	1003	168	535

<sup>30</sup> La baseline citée dans la stratégie concerne des données de 2011. En pratique, une nouvelle baseline a été produite en 2016 (Alimentation durable - Sonecom, pour Bruxelles Environnement, 2016), selon laquelle : 17,6% es individus déclarent produire, dont 10% plus que des herbes aromatiques. En 2020, il a été choisi de se baser sur l'indicateur de données des ménages plutôt que des individus, pour s'aligner sur des données des autres Régions belges.

<sup>31</sup> Baromètre des comportements en termes d'alimentation durable dans le cadre de la stratégie Good Food, AQRATE, sept 2020

<sup>32</sup> AB-REOC, « A la recherche du Prosommateur alimentaire Belge », Webinar Alimentation durable – 17/11/2020

### **Agriculture urbaine pour tous ?**

L'agriculture urbaine, selon la manière dont elle est mise en œuvre, est source d'externalités positives à plusieurs niveaux, en particulier au niveau social, environnemental et pédagogique.

Ces bienfaits doivent être disponibles pour tous les bruxellois, y compris les publics fragilisés.

Une attention particulière est portée à cette préoccupation, de manière transversale aux actions mises en œuvre afin de faciliter l'accès aux connaissances de base et à un lieu pour commencer à cultiver en ville.

Principalement :

- 20% des potagers sont des « potagers sociaux » (coordination externe via asbl) ;
- les gestionnaires de Contrats de quartiers durables tout comme les sociétés de logements sociaux font partie des publics cibles du Facilitateur Agricultures urbaines et sont invités aux workshops ;
- appels à projets à destination des CPAS pour encourager la création de lieux de production, la mise en place d'activités de sensibilisation,...

En conclusion, on constate que la stratégie Good Food a contribué au succès de **l'autoproduction alimentaire durable** via la mise en capacité des citoyens, **individuellement ainsi que collectivement** avec un aspect social fort pour le développement de projets diversifiés et nourriciers, valorisés dans leurs dimensions sociales, environnementales, pédagogiques.

#### **2.2.5. Diversification de la production**

Depuis 2018, la question de la place des **fruitiers, qui était fort absente de la stratégie**, a aussi pris de l'ampleur dans la Région. Dans les espaces verts régionaux, Bruxelles Environnement gère une vingtaine de vergers et de nombreux arbres fruitiers isolés dans ses parcs, dont certains en gestion par un collectif de citoyens. Bruxelles Environnement travaille actuellement à une meilleure gestion (participative) de ces vergers.

D'autre part, on constate que la production fruitière citoyenne et l'intérêt ont augmenté de manière significative. Avec le soutien de Bruxelles Environnement plusieurs asbl comme VELT ont promu les fruitiers par des activités diverses, entre autres, les achats groupés d'arbres pour des particuliers, entreprises et écoles, la gestion collective des vergers, promotion, formation et sensibilisation. Le Centre Ecologie Urbaine (CEU) s'engage pour une Région fruitière par un cycle de production, plantation et gestion d'arbres/arbustes fruitiers.

Vue l'intérêt accru pour la production fruitière, BE veut construire une **approche régionale** et méthodologie multi-acteur, citoyenne et participative sur la gestion des arbres fruitiers dans la Région.

BE a aussi soutenu **d'autres formes de production** innovantes comme **Aquaponie Bruxelles** pour l'installation et la mise en fonctionnement d'un module d'aquaponie citoyen et dans l'organisation d'ateliers sur l'aquaponie. **'Chicon en ville'** pour la redécouverte de la technique du forçage du chicon, ainsi que l'histoire de la relation du chicon avec Bruxelles.

On constate aussi une diversification dans les projets soutenus par l'appel à projet « Inspirons le Quartier »: poulaillers, vergers, incroyables comestibles, mais aussi cochons ....

Les Quartiers durables citoyens, disposant de budgets potentiellement plus importants, développent des projets à l'échelle du quartier pouvant regrouper plusieurs pôles connectés (potager, compost, verger,...).

Ils permettent également le développement de projets à caractère plus « innovant » (serre sur le toit en auto-construction, ...). Depuis 2008, on peut compter une quarantaine de projets de production au sein des quartiers durables citoyens.

## 2.2.6. Analyse SWOT de l'action production non commerciale – autoproduction<sup>33</sup>

<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<p>Les actions existantes préalablement à la stratégie Good Food et soutenues par Bruxelles Environnement rencontraient déjà un franc succès (helpdesk, formation des Maitres-Maraichers, distribution de kits de démarrage, etc.).</p> <p>Sur la période 2016-2020, on constate une augmentation significative de la participation à l'autoproduction et une participation accrue aux activités de sensibilisation.</p> <p>La stratégie s'inscrit donc dans une forme de continuité de l'action basée sur un retour d'expérience positif</p> <p>Ces actions peuvent être considérées comme durables.</p>	<p>La structuration de la stratégie ne paraît pas toujours pertinente : identification de certains éléments de l'autoproduction se rattachant fortement à des notions de culture alimentaire.</p> <p>L'autoproduction contribue indéniablement à l'accroissement des quantités produites sur le territoire de la Région. Toutefois, il paraît complexe de pouvoir en mesurer l'étendue ; de surcroît quand cette production est réalisée chez les particuliers.</p> <p>Concernant les projets collectifs, bien que nous percevions les bénéfices que ceux-ci procurent, il serait pertinent de faire l'analyse des externalités positives qu'ils génèrent et de mettre celles-ci en regard des besoins territoriaux de la Région, ceci dans le but de pouvoir développer/soutenir de futurs projets dans les lieux qui en ont le plus besoin. Par exemple, déterminer les quartiers qui sont le plus en manque d'espaces de convivialité.</p> <p>Il n'y a pas de raisons objectives qui permettraient de fixer le seuil à atteindre pour l'autoproduction. La mesure de la participation s'est faite sur des indicateurs différents au cours du temps, Il serait adéquat de fixer des indicateurs pour la suite de la stratégie et d'effectuer toutes les mesures sur base de ces mêmes indicateurs afin d'obtenir un suivi précis et objectif</p> <p>Il n'est actuellement pas possible de se positionner sur la durabilité des pratiques individuelles.</p>

<sup>33</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020, COMASE, décembre 2020

### **Opportunités**

L'augmentation de la participation à l'autoproduction et l'enquête de 2011 indiquent qu'une marge de progression existe au sein du public à mobiliser (24% des personnes interrogées qui ne cultivent pas ont déjà pensé à le faire). Ceci nous indique que l'objectif fixé initialement pourrait être revu à la hausse.

Un des freins au développement de la pratique de l'autoproduction est le manque de temps. La crise du COVID ayant forcé les citoyens bruxellois à rester chez eux, cela nous paraît être une belle opportunité pour pouvoir augmenter significativement la participation à l'autoproduction.

Le sondage de 2020 révèle que l'autoproduction implique plutôt un public favorisé, des catégories sociales supérieures et des habitants du Nord-Ouest et du Nord-Est de la Région. Nouvelle opportunité vu que ce public n'était pas ciblé par les prescriptions.

Il conviendrait pour la suite de la stratégie de renforcer certaines actions déjà en place (notamment les potagers sociaux) mais aussi de développer de nouvelles actions qui permettraient de toucher un public plus diversifié sur l'ensemble du territoire de la Région.

### **Menaces**

Afin de s'assurer que la dynamique ne s'essouffle pas, il conviendrait de mener une étude à long terme auprès de participants afin de savoir si la pratique s'ancre dans le temps, si l'expérience est maintenue sur plusieurs années.

Au même titre que le développement de l'agriculture professionnelle, l'autoproduction fait face au manque de place. Les listes d'attentes auprès de Bruxelles Environnement pour l'occupation d'une parcelle potagère en témoignent. Il conviendra donc de s'interroger sur les capacités de développement de cette activité et sur les limites qu'elle pourra rencontrer.

Une légère perte de superficie des surfaces potagères, expliquée par la disparition de certains sites non compensée par la création de nouveaux espaces potagers, est constatée. Sur les 88 ha de surfaces recensées au début de la stratégie, seuls 23 ha de potagers sont inscrits en zone verte. Le risque que les 65 ha restants disparaissent est accru. Il nous apparaît dès lors pertinent de renforcer les actions qui permettraient de maintenir ces espaces.

### 3. ACCOMPAGNER LA RELOCALISATION ET LA TRANSITION D'UNE OFFRE PLUS DURABLE POUR TOUS

#### 3.1. Soutenir la transformation locale

À l'instar des actions concernant le secteur de la distribution, la stratégie Good Food vise la transition de tous les types de transformateurs, que ce soit les grandes entreprises ou les artisans, les acteurs installés depuis plusieurs années ou ceux qui lancent leur activité. Les prescriptions prévues initialement dans la stratégie Good Food sont de l'ordre de :

- L'information aux transformateurs existants.
- La formation des membres de la FEVIA.
- Des accompagnements des nouveaux transformateurs durables.
- Analyse de la qualité des produits alimentaires (Brucefo).

Lors de la rédaction de la stratégie Good Food, la connaissance des enjeux de la transformation de la part des porteurs de la stratégie était lacunaire. Cet axe a donc été, à ce stade, peu développé.

Depuis 2015, le secteur a vu naître un certain nombre de transformateurs rencontrés et côtoyés via plusieurs actions Good Food (parcours entrepreneurs, Rabad, événement, ...). Ces moments d'échanges ont permis de mieux connaître ce secteur et de mesurer davantage ses spécificités. On observe une hétérogénéité d'acteurs avec des besoins spécifiques (taille, type de produits et process très différents). On constate que pour plusieurs activités, la Région a soutenu la phase de lancement (via subsides, accompagnement, ..), et qu'ensuite, les entreprises sortent de Bruxelles faute de place ou d'infrastructures adaptées (Beer Food, Simone à soif, Pa-Lais, ...).

Sans avoir de chiffres précis, on constate aussi que, par exemple, les boulangeries / pâtisseries sont très nombreuses à Bruxelles, mais que ce secteur n'a pas été impliqué dans la stratégie Good Food à ce stade. C'est un exemple de pan de la transformation bruxelloise qui n'a pas été abordé dans cette première période de mise en œuvre de la stratégie et pour lequel la pertinence et l'opportunité de le faire devra être étudiée.

La stratégie a, jusqu'ici, ciblé ses ressources sur le développement d'une offre de produits transformés bruxellois et Good Food dans le but de rendre visible les projets exemplatifs et de susciter un basculement du secteur.

Un accord de coopération avec la FEVIA a été ébauché, identifiant des engagements Good Food de la part du secteur et de la Région. Ce travail a été mis en pause vu le timing d'évaluation de la stratégie. L'accord de coopération sera réexaminé dans le cadre de l'élaboration de la suite de la stratégie.

Très peu d'actions ont été développées uniquement pour les transformateurs mais ces derniers sont visés par un grand nombre de dispositifs de soutien Good Food ciblant les entrepreneurs :

- L'appel à projet Be.circular a pour but de soutenir avec des fonds publics, des projets à impact positif pour la Région et dont le démarrage est considéré comme risqué. Depuis 2016, 22 projets d'entreprises ont été soutenus, pour un montant total de 1 824 000€, presque la moitié des projets concernaient la transformation d'inwendus (Fruitopia, Fruit Collect, EnVie, Les Gastrosophes asbl, TRAVIE, No Waste, Re-work, ...). On estime que 91 200 kg d'inwendus auront été valorisés depuis 2016 via les projets soutenus.

Pour les projets de transformations d'invendus, la rentabilité de l'activité reste un grand challenge. Les projets les plus solides sont ceux concernant de gros volumes d'invendus collectés en un lieu unique et s'intégrant dans une boucle d'approvisionnement de points de vente déjà existante. Sachant que l'accès à des infrastructures adaptées est un frein important pour les nouveaux transformateurs, EnVie a été soutenu en 2019 pour un deuxième projet consistant à mutualiser une ligne de production.

- Le bottin Good Food répertorie 59 transformateurs animés par les valeurs Good Food, dont 34 sont installés à Bruxelles. Il met en avant leur démarche, de sorte à stimuler le secteur.
- La journée de réseautage Speed-dating (voir volet « distribuer ») a réuni sous un même toit plus de 150 producteurs, transformateurs, grossistes, restaurants, cantines, traiteurs, hôtels et organisateurs d'événement dans le but de les faire se rencontrer autour de la Good Food. Les participants ont pu nouer des liens et potentiellement créer de nouvelles collaborations durant plus de 400 rencontres.
- BRUCEFO, centre bruxellois d'expertise alimentaire, offre un soutien et une assistance aux entreprises bruxelloises du secteur alimentaire via des analyses de matières premières, de produits semi-finis et de produits finis. Entre 2500 et 3000 échantillons sont analysés par le laboratoire chaque année. A ce stade l'implication de Brucefo dans la stratégie est minime.
- BRUFOTEC : ASBL qui a pour mission d'aider les entreprises bruxelloises actives dans le secteur alimentaire à la mise en place et au suivi des normes en matière de sécurité et d'hygiène alimentaire. Brufotec s'est notamment impliqué dans la rédaction du guide « La récup d'invendus pour tous » et a animé les ateliers qui y ont été associés.
- Les GASAP permettent également le lien entre producteurs et transformateurs, par l'ouverture de leur offre de produits dans les paniers à des transformateurs bruxellois.
- Crédal a été soutenu en 2016 pour son programme d'accompagnement CoCooking destiné à de nouveaux entrepreneurs de la transformation alimentaire. 25 porteurs de projets ont pu être accompagnés via CoCooking.

Plusieurs parcours de formation et accompagnement ont également été financés par Good Food depuis 2016, portés par Groupe One et Crédal. Ils visaient tous les types d'activités, les projets de transformations et restaurations y étaient majoritaires.

### **La place de la transformation en Région de Bruxelles-Capitale**

Le secteur de la transformation à Bruxelles est très varié (biscuit, viande, boisson, chocolat) et plus de 30% des entreprises de ce secteur sont des boulangeries ou pâtisseries<sup>34</sup>.

Il résulte de différents échanges avec le secteur<sup>35</sup> que la demande pour des produits toujours plus durables est présente, y compris lorsqu'il s'agit de produits transformés. La durabilité est devenue un critère important qui oriente les valeurs des jeunes entrepreneurs. Tandis que certains réalisent leurs choix stratégiques selon des facteurs prioritairement économiques, puis tentent d'optimiser l'aspect durable dans un second temps, d'autres placent l'environnement et les valeurs éthiques au centre de leurs préoccupations.

Les entreprises du secteur déplorent le manque de main d'œuvre qualifiée même si on observe une augmentation de la participation aux formations depuis 2010<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Analyse SWOT de l'industrie alimentaire Bruxelloise, IDEA consult , 2014

<sup>35</sup> Consultation de plusieurs transformateurs, de la Fevia, et d'accompagnateurs d'entreprises comme Brufotec, Credal, BFBC.

<sup>36</sup> Analyse SWOT de l'industrie alimentaire Bruxelloise, IDEA consult , 2014

Parmi les freins à un développement durable de l'industrie, on note l'accès à des matières premières locale, les centres de décisions de grandes entreprises qui sont hors de la Capitale et le manque de masse critique concernant des besoins spécifiques (manque de pôle d'expertise du type WagrALIM ou Flanders' Food)<sup>37</sup>.

Souvent, ceux qui débutent leur activité passent par un atelier partagé et sont satisfaits de cette expérience.

Dans la phase de croissance, le passage d'une échelle micro à des volumes plus importants, reste un challenge pour beaucoup d'entreprises. Cette étape est pourtant indispensable pour rentabiliser des investissements importants. Certaines se voient obligées d'externaliser, à contre cœur, une partie de leur production en dehors de Bruxelles car les espaces adaptés manquent (en terme d'espaces d'infrastructures ou de connexion à des axes routiers).

Ces dernières années on a également vu des entreprises historiques contraintes de quitter Bruxelles (Les Tartes de Françoise, VanParijs, Milcamps, ...) car la capitale ne pouvait pas répondre à leur besoin de croissance.

Cette « délocalisation » est dommageable pour l'emploi bruxellois.

Des projets de mutualisation apportent déjà une certaine aide (Co-oking, BFBC, Beescook, ...), mais donc non suffisante. Des pistes concrètes pour apporter des solutions aux problèmes ont été soulevées lors de différents ateliers, notamment en lien avec les enjeux territoriaux ou encore le conditionnement des aides existantes pour des projets plus durables. Ces pistes pourront se voir concrétisées dans le cadre du processus du Plan de transition économique et devront prendre en compte les enjeux différents de la première et la deuxième transformation<sup>38</sup>.

## 3.2. Distribuer la Good Food, partout, pour tous

### 3.2.1. De la Good Food dans tous les commerces

La stratégie Good Food a travaillé à la transition de tous les modèles de commerces, tant la grande distribution que les petits acteurs travaillant plus en circuits courts, ces deux systèmes étant complémentaires.

Pour inciter les supermarchés à aller plus loin dans leurs démarches, une déclaration d'engagement du secteur du commerce alimentaire signée par Comeos, UCM, APSIA et UNIZO d'une part et d'autre part la Ministre de l'environnement de la Région de Bruxelles Capitale, a été signée le 9 mai 2018. Cet accord rassemble les engagements des 4 signataires en vue de valoriser des produits respectant les principes « Good Food » (locaux/belges, de saison, les alternatives aux protéines animales, les produits labélisés bio, produits équitables, ...) dans les commerces membres des 4 fédérations précitées. Cet accord comprend également des engagements concernant la lutte contre le gaspillage alimentaire (prévention à la source et valorisation des invendus). Dans cet accord, Comeos s'est engagé à réaliser une enquête annuelle auprès de ses membres pour évaluer la part de produits frais belges/locaux vendus dans les magasins de ses membres. Les chiffres de cette étude démontrent qu'à part pour les pommes (dont les ventes de pommes belges ont augmenté de 10%), on ne remarque pas de grande variation dans la part des ventes de produits belges sur l'ensemble des produits achetés entre 2017 et

---

<sup>37</sup> Analyse SWOT de l'industrie alimentaire Bruxelloise, IDEA consult, 2014

<sup>38</sup> Le secteur de la transformation n'est pas homogène, on distingue la première transformation de la seconde. La première consiste à transformer des produits bruts et est directement en lien avec l'agriculture. Elle nécessite beaucoup d'espace, d'énergie, d'eau, et une logistique importante... denrées rare à Bruxelles. La seconde consiste à la préparation d'aliments.

2019<sup>39</sup>. Cependant pour certains produits la part de produits belges vendus en grande surface par rapport à l'ensemble des produits de la gamme est déjà élevée : 85% du lait vendu est belge, entre 85% et 97% de la viande (le pourcentage varie en fonction du type de viande). Viser une grande augmentation de ce pourcentage n'est donc pas crédible.

En marge des grandes surfaces, le consommateur bruxellois s'est vu proposé, de manière croissante depuis quelques années, des solutions d'achats variées tels que des paniers bio, des groupes d'achats, des commerces collaboratifs, des marchés bio, ...

Pour stimuler les nouveaux commerces à rentrer dans la dynamique Good Food, des critères Good Food<sup>40</sup> ont été intégrés en 2020 à l'appel à projets annuel « Open Soon » de Bruxelles Economie Emploi.

Les projets impliqués dans une démarche Good Food pourront dorénavant recevoir une majoration de leur subside s'ils respectent des critères Good Food (déjà d'application en 2020, même s'il reste des discussions à mener sur le niveau d'exigence).

### **La distribution alimentaire, un secteur en pleine évolution**

Hub.brussels constate un succès progressif de l'alimentaire responsable, bio, durable et de circuits courts, comme en démontre le nombre croissant de marchés proposant des produits bio, où les chalandes sont les producteurs eux même qui viennent échanger avec les acheteurs<sup>41</sup>.

Une étude sur l'analyse des circuits courts à Bruxelles a été réalisée en 2018 dans le cadre de l'évaluation à mi-parcours de la stratégie Good Food. On comptait à ce moment-là pas moins de 63 magasins de petite distribution commercialisant en partie des produits en circuit court et on constate qu'entre 2014 et 2016, une augmentation de 76% du chiffre d'affaires en circuit court a été observée<sup>42</sup>.

Toutefois, même si cette tendance est à la hausse, les communes de la Région sont inégalement approvisionnées en produits locaux. En effet les communes d'Evere, Anderlecht, Saint-Josse-ten-Noode ou encore Laeken ont très peu, voire aucun magasin, proposant une gamme diversifiée de produits locaux.

Spécifiquement pour le secteur du bio on observe une nette croissance : les dépenses en produits issus de l'agriculture biologique ne cessent d'augmenter depuis 2008. Rien que sur l'année 2019 (chiffres les plus récents), on observe une augmentation de +3% des dépenses pour les produits frais bio en Belgique<sup>43</sup>. Depuis 2015 (début de la stratégie), les dépenses des ménages belges pour les produits bio ont augmenté de 40%<sup>44</sup>. Malheureusement les chiffres bruxellois ne sont pas disponibles mais on estime qu'ils suivent la même tendance. En Région bruxelloise, le nombre de certifications bio a également augmenté (+36%) passant de 205 acteurs certifiés bio en 2015 à 327 en 2020, tous secteurs confondus.

<sup>39</sup> Chiffres collectés par Comeos auprès de tous ses membres concernant les ventes de 2017, 2018 et 2019. Les chiffres sont agrégés au niveau belge, les chiffres bruxellois ne sont pas disponibles.

<sup>40</sup> <https://goodfood.brussels/fr/content/engagements-good-food>

<sup>41</sup> Atrium, 2017, Pourquoi et Comment mieux penser les marchés à Bruxelles

<sup>42</sup> Les comptes annuels de 2017 ne sont pas encore publiés, les chiffres pourront être actualisés en juillet 2018.

<sup>43</sup> <https://mk0biowalloniejo431r.kinstacdn.com/wp-content/uploads/2020/06/Le-bio-en-chiffre-2019.pdf>

<sup>44</sup> <https://mk0biowalloniejo431r.kinstacdn.com/wp-content/uploads/2020/06/Le-bio-en-chiffre-2019.pdf>

### 3.2.2. La Good Food accessible à tous

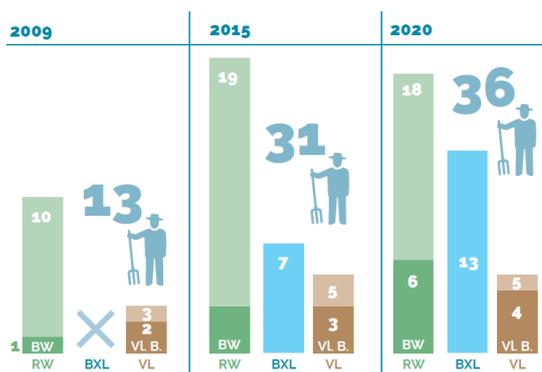
Pour favoriser l'accessibilité économique de l'alimentation durable, la Région a soutenu le développement d'un supermarché coopératif à Schaerbeek en tout début de la stratégie : la Bees Coop. Par la suite, dans le cadre de l'appel à projet Co-create d'Innoviris de 2016, le projet « Falcoop » a travaillé sur la contribution à l'implantation locale du supermarché coopératif Bees Coop et à l'inclusion de publics locaux. Des premières réflexions « approche par quartier » basée sur une offre accessible répondant aux besoins locaux a fait l'objet de premières réflexions (GT, projet « Nourris ton quartier »).

Bruxelles Environnement a également soutenu une étude de faisabilité réalisée par le CPAS de Bruxelles concernant le développement d'une épicerie solidaire. BE a cofinancé, en 2016, un appel à projets de la COCOM destiné aux épiceries sociales. 7 épiceries sociales (Le Filet, les Capucines, l'Aide alimentaire Jettoise, l'Epi de Saint Gilles, Episol, l'épicerie de la Croix Rouge d'Auderghem et Amphora) ont été soutenues financièrement pour intégrer des produits frais, bio, légumineuses, ... dans leur gamme de produits permettant ainsi de donner accès aux bénéficiaires de ces épiceries sociales à des produits plus durables.

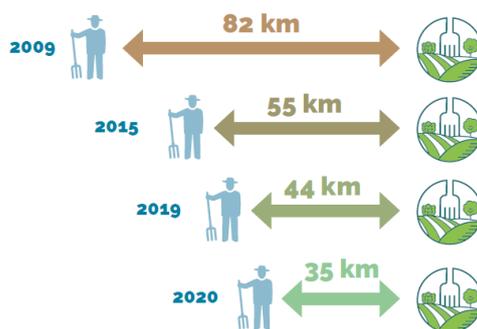
En ce qui concerne les épiceries sociales, l'offre en produits durables se développe progressivement, notamment via l'intégration de produits frais, de saison, des alternatives à la viande, ... dans les étals mais ce progrès passe également et surtout par la sensibilisation des bénéficiaires (voir axe demande).

Le Réseau bruxellois des **GASAP** coordonne et promeut les Groupes d'Achat Solidaires de l'Agriculture Paysanne dont l'objectif est de proposer aux bruxellois un abonnement à des paniers de produits locaux et bio tout en assurant une juste rémunération pour le producteur. La coordination de ce réseau est soutenue par la Région de façon récurrente. On compte aujourd'hui 101 groupes d'achats se fournissant directement auprès des producteurs locaux en fruits et légumes de production biologique, dont 13 sont bruxellois. 70 sont des membres effectifs du réseau des GASAP. Il travaille à raccourcir les distances entre producteurs et consommateurs et il contribue également à l'accessibilité financière et géographique de l'offre (voir axe demande).

Evolution de la répartition géographique des producteurs au sein du Réseau



Evolution de la distance géographique entre les producteurs et les groupes



45

<sup>45</sup> GASAP, 2020

### 3.2.3. Approvisionner Bruxelles en Good Food

Même si la relocalisation des filières et la création d'une ceinture alimentaire n'a pas fait l'objet d'action d'envergure dans la mise en œuvre de la stratégie Good Food à ce stade et que les objectifs liés ne sont pour l'instant pas atteints, plusieurs initiatives ont été mises en place.

Pour améliorer la visibilité des acteurs commerciaux (de la production à l'HoReCa), impliqués dans une démarche Good Food, Bruxelles Environnement a développé un [bottin des commerces Good Food](#) sur le portail [www.goodfood.brussels](http://www.goodfood.brussels). Ce bottin est destiné aux bruxellois cherchant des produits durables et aux professionnels du secteur cherchant des fournisseurs partageant leurs valeurs. Pour apparaître dans ce répertoire, les commerces doivent respecter plusieurs engagements Good Food.

Actuellement on compte 134 commerces enregistrés en plus des restaurants et cantines labélisés (on remarque une belle progression car ils étaient 41 fin 2018).

Pour que ces acteurs se rencontrent et stimulent les filières Good Food, une première édition d'un événement de speed-dating entre producteurs et acheteurs Good Food s'est déroulé à l'automne 2020. Cet événement a été co-organisé par Bruxelles Environnement et Visit.brussels et a rassemblé 60 producteurs et transformateurs Good Food et 115 acheteurs (restaurants, cantines et acteurs de l'événementiel). Il a permis de faire plus de 400 rencontres producteurs-acheteurs.

Via l'appel à projet Be.circular, la Région a également soutenu des projets de logistique pour faciliter l'accès de Bruxelles aux producteurs locaux pour un montant total de 587 500€ (Terroirist, Biologicist BXL et Plateforme Bio (Farm Coop), Rady (Roots), Sociagoo (Manufast), Restaurer (Au Marché Noir), Belgomarkt ).

Un des obstacles importants à l'approvisionnement de Bruxelles en produits locaux est la logistique. D'une part, beaucoup de projets de circuits courts sous-estiment le coût de la logistique ce qui peut être lourd pour la rentabilité de leur activité. D'autre part, d'un point de vue environnemental, demander à tous les producteurs belges de livrer Bruxelles est inefficace (une multitude de trajets non optimisés, des zones de Bruxelles embouteillées, qualité de l'air détériorée, ... l'impact environnemental du transport rapporté aux kg de produits élevé). Pour s'attaquer à ce problème maintes fois exprimé par les acteurs de terrain, une étude de faisabilité a été réalisée pour étudier un modèle de logistique d'approvisionnement des restaurants et commerces Good Food en produits belges. Cette étude a été financée par Hub.brussels et a été suivie de concert par Hub et Bruxelles Environnement. Elle dessine les contours d'un modèle innovant et ambitieux qui permettrait de faciliter l'accès des producteurs locaux au marché bruxellois sans risquer d'empirer les problèmes de mobilité à Bruxelles<sup>46</sup>.

---

<sup>46</sup> <https://goodfood.brussels/fr/contributions/etude-de-faisabilite-sur-la-rentabilite-dune-activite-de-transformation-dinvenus>

### **3.2.4. Récupération d'invendus et logistique optimale**

En parallèle à l'aide alimentaire qui se structure (voir axe gaspillage alimentaire), plusieurs initiatives de lutte contre le gaspillage alimentaire ont vu le jour ces dernières années, initiatives auxquelles les commerces peuvent également avoir recours pour donner ou vendre leurs invendus : Too Good To Go, les frigos solidaires, Happy hours market, ou encore des projets de transformations d'invendus comme Fruitopia, fruitCollect, Gastrosophe, ....

Quand on sait qu'en moyenne 11 % des aliments retirés des rayons de supermarchés belges sont donnés <sup>47</sup>, on peut croire que toutes ces initiatives ne risquent pas de se faire concurrence pour l'instant. Par contre un risque de concurrence existe bel et bien entre acteurs de l'aide alimentaire et initiatives de revente et transformation vu que tout le monde s'oriente vers les gros flux de dons, plus faciles à saisir.

### **3.2.5. Prospecter la distribution de demain**

Via son appel à projets co-create, Innoviris a soutenu plusieurs projets de recherche qui contribuent à la transition de l'offre à Bruxelles, on notera notamment (au-delà du projet Falcoop précité) :

- Choud'Bruxelles : co-crée avec les acteurs de l'alimentation durable de nouvelles solutions logistiques innovantes permettant de répondre aux problèmes de la distribution en circuits courts ; ce projet a abouti début 2019, entre autres, à un prototype de plateforme online facilitant la circulation d'informations entre les commerces et les producteurs, dans le but de favoriser la mutualisation des solutions logistiques. La suite du projet a été reprise par l'unité de recherche de l'ULB ; Qalinca-Labs ; qui explore les différentes possibilités de finaliser la plateforme.
- CosyFood : a créé un outil d'évaluation de durabilité adapté aux circuits de distribution alternatifs.

Face à ces chiffres et les résultats des actions entreprises on peut dire que la stratégie Good Food a renforcé une tendance existante, stimuler la visibilité de l'offre, favoriser la mise en réseau. On constate que le secteur évolue dans la bonne direction, et qu'il conviendra de poursuivre l'accompagnement et l'accélération de cette évolution. L'accessibilité (économique, culturelle et géographique) reste un enjeu important.

## **3.3. Priorité à la restauration**

Sachant que la moitié des repas des bruxellois sont pris à l'extérieur de leur domicile (en tous cas avant la crise covid-19), une des actions clés de la stratégie Good Food a ciblé les cantines et les restaurants. Ces derniers ont été encouragés, formés et accompagnés pour intégrer des produits locaux et de saison de préférence bio dans leurs menus, augmenter leur offre végétarienne et réduire le grammage de viande tout en réduisant le gaspillage alimentaire.

Il s'agit également d'un public cible très important dans le système alimentaire bruxellois car il est quotidiennement en contact avec les consommateurs (lien avec le volet sensibilisation, communication) et avec les fournisseurs (producteurs, transformateurs, ..). Son engagement dans une transition durable a d'autant plus d'impact sur l'ensemble de la chaîne alimentaire.

---

<sup>47</sup> Étude « Prévention et valorisation des invendus alimentaires dans le secteur du commerce belge », Comeos, oct 2019

### 3.3.1. Les cantines, un secteur incontournable dans la transition du système alimentaire bruxellois

Dans sa mise en œuvre, la stratégie Good Food s'est concentrée en priorité sur la transition des cantines pour plusieurs raisons :

- Selon une enquête récente<sup>48</sup>, la Région compte quelques 1657 cantines fournissant quotidiennement de l'ordre de 136.000 repas : il s'agit donc d'un levier important pour la transition du système alimentaire bruxellois.
- Parmi elles, les cantines scolaires, levier par rapport aux jeunes et à leur famille.
- Un des principes directeur de la stratégie est l'exemplarité des pouvoirs publics, les cantines publiques se doivent de montrer la voie de la Good Food.

### 3.3.2. Programme cantine Good Food « all inclusive »

L'ambition de la stratégie Good Food est donc d'accompagner les cantines à appliquer les principes Good Food dans leurs menus. Pour cela, Bruxelles Environnement a mis à disposition des collectivités un programme Good Food cantines. Ce programme est composé de formations théoriques et pratiques sur l'alimentation durable, d'accompagnements veggie et anti gaspi, d'un helpdesk et, spécifiquement pour les cantines publiques : plusieurs modèles de cahiers des charges, des formations et un réseau d'échange entre acheteurs publics.

Un label cantines Good Food a été lancé en 2017, considéré comme l'aboutissement d'un parcours de transition. Ce label comprend 3 niveaux (1, 2 et 3 fourchettes) et un accompagnement à la labellisation est disponible pour les cantines souhaitant remettre une candidature. L'entièreté de ce dispositif est gratuit et ouvert à tout type de cantine (école, administration, crèche, entreprise, ...). En 2020, 56 cantines sont labélisées Good Food ce qui représente 3% des cuisines de collectivité en Région bruxelloise, mais aussi un total 24.101 repas par jours soit 18% des repas servis par jour.

En 2017 et 2018, 2 types d'accompagnements thématiques ont été proposés aux cantines sur deux principes Good Food qui ont un lourd impact sur l'environnement : la réduction de la viande et la lutte contre le gaspillage alimentaire. Au total 20 cantines ont été accompagnées pour instaurer plus de repas végétariens, 6 de ces 20 cantines sont labélisées Good Food. 29 cantines ont été accompagnées pour diminuer le gaspillage alimentaire.

De plus, pour s'adapter davantage aux réalités des écoles, dont la majorité n'ont plus de cantine sur leur site mais se font livrer, un label Good Food destiné aux cuisines centrales a été préparé en 2020 pour lancement en 2021. Une école qui se fait livrer par une cuisine centrale labellisée Good Food, pourra bénéficier d'une procédure simplifiée pour faire labelliser sa propre cantine (elle ne devra justifier que les critères liés à sa propre gestion, comme le gaspillage alimentaire, par exemple). Ce label a été développé avec co-construction des critères avec le secteur. Toutes les cuisines centrales contactées nous ont ouvert leurs portes et se sont montrées très favorables quant à ce nouveau label, aucune ne s'est opposée à ce qu'il soit payant. Cet accueil du secteur démontre la crédibilité du label Good Food en tant qu'outil de reconnaissance d'une démarche d'alimentation durable. Le fait que les acteurs soient prêts à le payer, prouve que ce label commence à avoir un poids sur le marché.

---

<sup>48</sup> Etat des lieux des cantines bruxelloises, Sonecom, 2020

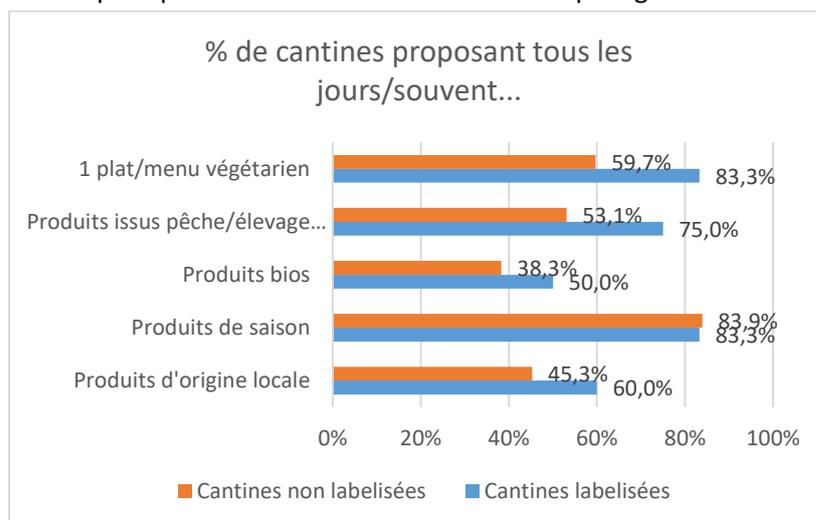
Ce programme cantine Good Food est accessible à toutes les cantines (écoles, administrations, crèches, entreprises, maisons de repos, hôpitaux) et les multiples services proposés visent à répondre aux besoins de chacun tenant compte de leur spécificités. On constate cependant que le contexte des hôpitaux est très particulier qu'il y a très peu d'hôpitaux impliqués dans les actions Good Food menées jusqu'ici. Bruxelles Environnement a soutenu l'Hôpital Erasme, Brugmann et UZ Jette pour des projets de réduction de gaspillage alimentaire. Ces deux expériences n'ont pas atteints les objectifs visés mais ont permis de mieux comprendre le fonctionnement de ces établissements.

Les écoles représentent une cible prioritaire pour les actions cantines. Les initiatives menées par les cuisines sont complémentaires aux actions pédagogiques abordées en classe. Ce sujet fait l'objet d'une partie à part entière du présent bilan : « à l'école ».

En parallèle à ce programme Good Food, la ville de Bruxelles a été soutenue, dans le cadre de l'appel à projet communes et CPAS 2019, pour étudier la faisabilité technique et financière de produire une partie des matières premières des cuisines bruxelloises.

Avec plus de 15.000 repas livrés chaque jour, ils peuvent avoir un vrai impact. Les cuisines Bruxelloises ont aussi reçu un accompagnement en 2017 pour améliorer leur repas végétarien, ainsi que la société de catering Agape en 2019. Résultats :

- Au lancement de la stratégie Good Food, l'objectif était d'atteindre 40 cantines publiques labellisées Good Food. Lors de l'évaluation à mi-parcours en 2018, cet objectif a été relevé à 150 cantines reconnues Good Food (tout profil confondu) pour marquer l'ambition élevée de la stratégie Good Food sur ce public cible. En octobre 2020, 56 cantines sont labellisées dont 15 sont des cantines publiques.
- Depuis 2015, 309 organismes ont été touchés via les formations, les accompagnements et helpdesk, soit 19% des organismes avec une cantine à Bruxelles. 139 cantines ont eu un accompagnement ce qui correspond à 57.347 repas par jours, soit 42% des repas à Bruxelles.
- Selon une étude réalisée en 2020<sup>49</sup>, le label semble être un bon levier vers une amélioration des menus pour plus de durabilité et un meilleur aspect gustatif.



<sup>49</sup> Etat des lieux des cantines bruxelloises, Sonecom, 2020

Concernant la notoriété du label cantine Good Food, l'enquête réalisée auprès des cantines<sup>50</sup> démontre que seulement la moitié des répondants connaissent le label Good Food.

Une évaluation de l'impact de la labellisation sur l'évolution des pratiques a été réalisée en 2020 sur toutes les cantines labélisées Good Food depuis 2017<sup>51</sup>.

Cette évaluation démontre une amélioration des pratiques pour toutes les dimensions de la Good Food. On constate en moyenne que :

- l'offre de légumes de saison a augmenté de 10%,
- le grammage de viande a diminué de 8%,
- l'offre de plats végétariens a augmenté de 25% et leur consommation a augmenté de plus de 80%,
- la proportion de produits bio a augmenté de 112%,
- le gaspillage alimentaire a diminué de 29%.



Le label cantine Good Food semble également avoir un écho auprès de la clientèle car plus de 20% des cantines Good Food rapportent que le nombre de clients a augmenté grâce à leur labellisation Good Food<sup>52</sup>.

Avec un budget annuel tournant autour des 110.000 euros pour ce programme de labellisation, il convient de poser la question de l'efficacité en regard des résultats obtenus<sup>53</sup>.

En effet, les résultats sont relativement limités sur le plan quantitatif (3.3% des cantines labellisées, et 18% des repas servis à Bruxelles). Un objectif ambitieux de développement du nombre de cantines labellisées ne pourrait être défini que sur base d'une structure de coût reconfigurée.

Concernant les accompagnements thématiques (lutte contre le gaspillage et offre végétarienne) réalisés entre 2017 et 2019, on constate des résultats plus positifs pour l'accompagnement veggie que celui sur le gaspillage alimentaire. En effet, à la suite de l'accompagnement concernant l'offre veggie, on observe une augmentation en moyenne de 52.3% des plats végétariens par semaine, avec une augmentation de la consommation de 141.5% (l'offre a augmenté mais en plus les clients choisissent plus qu'avant ce type de repas).

L'accompagnement à la lutte contre le gaspillage alimentaire, n'a pas permis, à ce stade, d'objectiver un impact de réduction du gaspillage. Cependant ces accompagnements nous ont permis d'estimer qu'entre 27% et 15% du repas est gaspillé. En terme d'impact de l'accompagnement, la difficulté réside dans le fait que le gaspillage concerne une multitude de parties prenantes (cuisinier.ère.s, personnes de services, etc.) et qu'il est difficile de tous les motiver à mettre en œuvre des actions interdépendantes mais qui, isolées, n'ont pas beaucoup d'impact. De plus, les pesées sont considérées comme très contraignantes.

---

<sup>50</sup> Etat des lieux des cantines bruxelloises, Sonocom, 2020

<sup>51</sup> Évaluation réalisée par Biowallonie en 2020 dans le cadre de leur mission d'accompagnement au label Good Food

<sup>52</sup> Évaluation réalisée par Biowallonie en 2020 dans le cadre de leur mission d'accompagnement au label Good Food

<sup>53</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020, Comase, Déc 2020

Un état des lieux de l'offre dans les cantines réalisé en 2020<sup>54</sup> permet de situer la durabilité de l'offre dans l'ensemble des cantines bruxelloises (scolaires, crèches, hôpitaux, maisons de repos, ..) labellisées et non labellisées Good Food. On constate que :

- 61% propose une alternative végétarienne,
- 67% utilisent des produits de saisons,
- 36% exigent des produits d'origine locale,
- 52% exigent des mesures contre le gaspillage alimentaire,
- 43% exigent une réduction du grammage de viande par plat,
- 83% des cantines proposent (parfois, souvent ou toujours) des produits bio.

On constate quelques spécificités dans les cantines scolaires :

90% d'entre elles proposent des menus végétariens ce qui est bien supérieur à la moyenne des cantines bruxelloises (qui est 61%). Cependant pour les produits de saisons, les cantines scolaires se situent bien en dessous de la moyenne (qui est de 67%) avec un pourcentage de 55% des cantines qui l'exigent. Le recours aux produits bio est également inférieur à la moyenne des cantines bruxelloises car elles ne sont que 47% à proposer des produits bios (contre 83% pour l'ensemble des cantines).

### **3.3.3. Les cantines publiques : exemplaires ?**

Chaque année une formation « Good Food et marchés publics » est proposée aux acheteurs publics. En interrogeant les participants des formations entre 2016 et 2020, on constate une augmentation des intentions d'intégration de critères Good Food dans les cahiers des charges. On passe, en effet, d'une moyenne de 30% d'intégration des critères avant la formation, à une moyenne de 70% d'intention d'intégration après la formation. Les questions liées à l'alimentation adressées au helpdesk « achats publics durables » représentent 60% de l'ensemble des questions en 2019/2020 (ce chiffre est en augmentation : en 2016, il représentait 42% de l'ensemble des sollicitations).

Une enquête menée en 2020<sup>55</sup> montre que 76% des cantines publiques proposent au moins un repas végétarien par semaine dans leurs cantines, 62% disent intégrer de plus en plus des produits bio dans leur menu depuis les 5 dernières années, 29% pensent utiliser au moins 30% d'ingrédients bio dans l'ensemble des repas, 62% appliquent des critères Good Food dans leurs cahiers des charges et 38% utilisent le cahier des charges de Bruxelles Environnement comme référence dans la rédaction de leur cahier des charges.

---

<sup>54</sup> Etat des lieux des cantines bruxelloises, Sonecom, 2020

<sup>55</sup> Enquête de Bruxelles Environnement auprès des administrations publiques en RBC, 21 répondants, 2020

### 3.3.4. Analyse SWOT des actions cantine Good Food <sup>56</sup>

<p><b><u>Forces</u></b></p> <p>Différentiel important entre la performance des cantines labellisées et celles qui ne le sont pas.</p> <p>Trajectoire positive pour les cantines labellisées.</p> <p>Inscription dans la labellisation garantit bien un effet structurant pour une trajectoire vers des cantines plus durables.</p> <p>Besoins exprimés par les cantines peuvent être rencontrés par le programme actuel (formations, outils, cahier des charges types, ..).</p>	<p><b><u>Faiblesses</u></b></p> <p>Labellisation: ni les objectifs initiaux ni les objectifs actualisés n'ont été atteints. Question de l'opportunité de « diluer » la poursuite de l'objectif relatif aux cantines publiques dans une approche tout type de cantines.</p> <p>Question de l'efficience du Label.</p> <p>Manque de visibilité et de notoriété du programme Good Food dont le label.</p>
<p><b><u>Opportunités</u></b></p> <p>Identification des différences entre types de cantines quant à leur performance = opportunité d'une approche plus différenciée selon le type de cantine.</p> <p>Importance du monitoring des pratiques (observatoire des cantines) pour identifier tant les phénomènes de progression/stabilisations/régression, que les marges de progression sur lesquelles travailler en priorité =&gt; baseline pour des objectifs SMART (spécifiques/ambitieux/réalistes).</p> <p>75% des Cantines indiquent agir/souhaiter agir pour proposer une alimentation (plus) durable = opportunité à saisir, accompagner la concrétisation de cette volonté, en lien direct ou non avec une démarche de labellisation.</p>	<p><b><u>Menaces</u></b></p> <p>Sans pour autant revoir les exigences, maîtriser le risque d'un différentiel très/trop important entre un petit noyau de cantines à la pointe et l'ensemble des cantines bruxelloises.</p> <p>Garantir un dialogue structurel entre les cantines labellisées, considérées comme ambassadeurs, et non-labellisées. Objectif est bien la transition massive et non la labellisation pour la labellisation.</p> <p>Durée de 3 ans de la labellisation: année 2021 = année charnière pour une série de cantines labellisées.</p> <p>Réussir cette phase critique quant au renouvellement, ce même (et surtout) si transition vers la stratégie 2.0.</p>

### 3.3.5. Un label Good Food, décliné pour les restaurants

A l'instar des cantines, et après avoir consulté le secteur HoReCa, un label Good Food a été lancé en 2018 pour les restaurants. La démarche est similaire au label cantines : les restaurants peuvent bénéficier d'un accompagnement pour identifier leurs points forts à valoriser et les points à améliorer, un helpdesk est à leur disposition et des rencontres sont organisées pour favoriser l'échange entre pairs.

<sup>56</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020, Comase, Déc 2020

## Résultats :

- 90 établissements ont reçu les premiers labels depuis 2018, parmi lesquels 12 restaurants ont fermé (plus de la moitié de ces fermetures ont été enregistrées depuis mars 2020 et sont donc liées à la crise sanitaire) et seulement un établissement a perdu son label.
- Fin 2020 on compte donc 77 restaurants labellisés Good Food ce qui représente 4871 repas servis par jour. Une quarantaine de restaurants sont en cours d'accompagnement ou ont déjà manifesté leur intérêt à remettre un dossier de candidature pour figurer dans les prochains labellisés.
- La stratégie prévoyait initialement d'atteindre 50 établissements impliqués dans une démarche Good Food d'ici 2020, cet objectif a été relevé à 10% du secteur lors de l'évaluation à mi-parcours. Ce nouvel objectif ambitieux n'est pas encore atteint mais la tendance à la hausse est encourageante.

### **3.3.6. Un processus d'amélioration continue encourageant**

Même si parmi les premiers restaurants labellisés une majorité était déjà impliquée dans une démarche durable, on observe que les restaurateurs labellisés continuent à améliorer leur démarche après obtention du label<sup>57</sup>. La soumission d'une candidature n'est donc pas le seul levier de changement, mais l'adhésion à une communauté d'acteurs engagés incite les restaurateurs à continuer à mettre en place des nouvelles pratiques Good Food de manière continue.

Cette évaluation annuelle réalisée auprès des restaurants labellisés démontre que la tendance d'amélioration est croissante depuis qu'ils ont intégré la communauté Good Food (55% ont augmenté le nombre de fournisseurs en circuits courts, 50% ont augmenté la part de produits locaux et de saison, 20% ont réduit le grammage de viande, 42% ont augmenté le nombre de repas végétariens, 42% ont augmenté leurs achats en produits bio).

L'accompagnement à la labélisation Good Food a permis de constater que quasi aucun restaurateur ne connaissait la réglementation en vigueur concernant la communication sur le bio.

Le dispositif mis en place semble répondre aux besoins des restaurateurs et les résultats quant à l'amélioration des pratiques nous montrent l'efficacité des solutions proposées.

Quand on interroge les restaurants non labellisés Good Food on constate que malgré le fait que la procédure d'obtention du label est clairement identifiée comme un frein potentiel<sup>58</sup>. 100% des personnes interrogées se disent intéressées de recevoir le label, ce qui est très encourageant<sup>59</sup>. Une étude prospective concernant la transition du secteur de la restauration a également été réalisée<sup>60</sup>, notamment pour recueillir les opinions des acteurs clés du secteur quant au label et formuler des recommandations pour la prochaine stratégie. Il en ressort que le label est perçu comme sérieux, objectif et indépendant. Le label Good Food est, pour l'instant, le seul outil objectif pour mesurer les pratiques écologiques du secteur, ce qui apparaît comme précieux dans un domaine où le greenwashing n'est pas rare. De plus, la communauté des restaurants labellisés Good Food constitue un réseau unique à Bruxelles ce qui est précieux en termes d'échange de bonnes pratiques.

---

<sup>57</sup> Données issues du sondage réalisé par Poseco auprès des restaurants labellisés Good Food, en juin 2020

<sup>59</sup> Données issues du sondage réalisé par Poseco auprès des restaurants non-labellisés Good Food, en juin 2020

<sup>60</sup> Evaluation de la stratégie Good Food pour le secteur Horeca en Région de Bruxelles Capitale, Innovative Cuisine, novembre 2020.

Cependant plusieurs faiblesses ont été identifiées et devront être prises en compte dans le déploiement du label à plus grande échelle : il est pour l'instant uniquement porté par Bruxelles Environnement, qui n'est pas identifié par les restaurateurs comme un interlocuteur du secteur HoReCa ; la qualité et le goût ne se reflètent pas dans les critères du label alors que c'est sur ces éléments que les restaurateurs veulent se démarquer, les filières viande et produits de la mer durables sont également trop peu présents; enfin, le manque notoriété du label déforce son impact. En effet, le label resto Good Food reste trop peu connu du grand public, les ressources limitées n'ont pas permis de dégager des moyens de communication à la hauteur des objectifs visés. Pourtant on sait qu'il y a une demande des bruxellois pour une restauration Good Food<sup>61</sup>. Tous ces éléments réduisent la plus-value que pourrait avoir le label Good Food pour les restaurants.

On constate également que les restaurants labellisés ne sont pas représentatifs du secteur et que les actions Good Food touchent peu les enseignes de restauration rapide qui sont pourtant très nombreuses à Bruxelles.

Tout comme pour le programme cantine, l'efficacité du label resto Good Food au regard des résultats obtenus peut être questionné. Il conviendra d'adapter le dispositif existant pour toucher davantage d'acteurs sans augmenter le budget de manière proportionnelle.

Pour envisager une transition globale du secteur, il semble évident qu'il faille enseigner les principes de l'alimentation durable aux futurs professionnels de l'HoReCa lors de leur cursus. Un état des lieux des pratiques dans l'enseignement a été dressé et les freins et les leviers d'actions ont été identifiés. (voir section 6, « approche transversale »)

### **3.3.7. La transition Good Food gagne du terrain dans la restauration**

Au vu de ces résultats, on peut constater que le dispositif destiné aux cantines s'est structuré ces 5 dernières années pour toucher plus d'établissements et donc plus de consommateurs, s'adapter aux différents contextes d'activités et gagner en notoriété, même si le rapport coût efficacité du label doit être questionné.

Le label resto, plus récent, continue son développement et les premiers résultats démontrent la pertinence d'avoir décliné le label cantines pour les restaurants.

Seuls 2 cantines et 1 restaurant<sup>62</sup> ont perdu leur label, montrant par-là que les labels Good Food permettent aux acteurs d'atteindre un pallier de durabilité en dessous duquel ils ne veulent plus descendre. L'obtention d'un label objectivise leur démarche sur une échelle Good Food. Plusieurs acteurs se sont même pris au jeu en se lançant le défi de gagner une toque ou une fourchette prochainement.

---

<sup>61</sup> AQRATE 2020 : 47% des consommateurs ont une préférence pour les restaurants proposant des produits sains, locaux ou bio

<sup>62</sup> Liste complète des restaurants et cantines labellisés est disponible sur le [bottin Good Food](#)

## 4. ACCOMPAGNER LA TRANSITION DE LA DEMANDE POUR TOUS

### 4.1. De nouvelles pratiques alimentaires au quotidien

Pour accompagner les citoyens dans la transition de leurs comportements alimentaires vers plus de durabilité, la Stratégie s'est appuyée, d'un côté sur des actions de communication et, d'un autre côté, sur les relais de terrain préexistants. La logique poursuivie dans la stratégie consistait à former, outiller, accompagner et soutenir des relais afin qu'ils puissent toucher leurs propres publics. Ces acteurs de terrain sont notamment des relais locaux (Communes et CPAS) et associatifs, travaillant chacun avec leur public cible spécifique, au niveau local.

Par ailleurs, des projets collectifs citoyens ont été largement soutenus.

#### 4.1.1. Une approche qui s'appuie sur les acteurs relais

Grâce au soutien d'acteurs associatifs<sup>63</sup> déjà actifs à Bruxelles et travaillant depuis longtemps en matière de sensibilisation des ménages au niveau régional (Rencontre des Continents, EVA, ...), la stratégie a permis de déployer une masse accrue d'activités et donc de personnes touchées.

« Rencontre des Continents » est l'association à vocation régionale clé pour l'information, la sensibilisation, la formation du grand public à l'alimentation durable, dans une approche d'éducation permanente. Elle est soutenue depuis avant la stratégie pour des missions de base, mais ce soutien a été renforcé avec la stratégie. La newsletter touche quasi 5.000 citoyens, professionnels, relais, les activités organisées ont rassemblés environ 12.500 personnes sur 5 ans. RdC a aussi été soutenue pour former un réseau de bénévoles « les maîtres cuisiniers » : 15 maîtres cuisiniers ont été formés et ont presté 5 cycles d'animations (75 participants).

Le recours à plusieurs appels à projets a également permis de soutenir quelques 35 projets en lien avec la demande en alimentation durable depuis fin 2015<sup>64</sup>. Nombre d'entre eux permettent de travailler avec des publics issus de la diversité sociale et culturelle, dont les bénéficiaires d'épicerie sociale ou les usagers de CPAS par exemple. Par contre, force est de constater que les animations organisées pour sensibiliser les participants durant la période subsidiée représentent un coût élevé et ne sont le plus souvent pas poursuivies au-delà.

Durant ces 5 années, la Stratégie a cherché à spécifier son approche en menant plusieurs projets pilotes à l'intention des acteurs relais et ce, pour répondre à l'objectif général d'accompagner la transition de la demande en alimentation durable pour tous les bruxellois.es en ce compris, les publics plus précaires socio économiquement :

- 2016-2017 : projet pilote d'animation d'ateliers cuisine pour les groupes cibles défavorisés. Ce projet a permis de confirmer que les acteurs relais étaient en demande de contenu pour travailler la question de l'alimentation durable avec leurs publics et qu'il y a un intérêt pour aborder la thématique au sein des associations.
- 2017 : formation Good Food pour les acteurs sociaux et culturels professionnels, avec pour objectif d'accompagner les acteurs relais dans le développement d'animations sur l'alimentation durable avec leurs publics spécifiquement (notamment précarisés).

---

<sup>63</sup> Voir annexe II

<sup>64</sup> Voir liste en annexe II

- L'expérience a permis de dégager plusieurs conclusions : les personnes relais exprimaient le besoin d'une formation sur plusieurs séances, centrée sur la découverte d'outils existants et leur permettant d'avoir les ressorts clés pour organiser des animations sur la thématique de l'alimentation durable. L'accompagnement personnalisé des personnes relais dans la mise en place d'une animation concernant leur public a été fortement plébiscitée. 50 % des animations mises en place portaient sur des ateliers cuisines.
- 2018 : service d'accompagnement et de soutien individuel en 2018 intitulé « Facilitateur relais Good Food », avec pour missions de former et d'accompagner les acteurs relais en manifestant le besoin. Ce projet a mis en évidence que les besoins et les attentes du secteur associatif sont très différents. En effet, les associations bruxelloises ont des réalités différentes, des publics différents, des fonctionnements et des préoccupations qui varient et un niveau de connaissance par rapport à la thématique non homogène. L'approche envers les associations doit être plus spécifique et personnalisée. Ce service, à titre de projet pilote, a démarré fin mars 2018 et s'est clôturé en juin 2019.

#### 4.1.2. Les outils pédagogiques pour les relais et le public

Au-delà de la formation et des accompagnements, un répertoire des outils pédagogiques traitant de l'alimentation durable a été réalisé (par RdC et GoodPlanet) pour aider les personnes relais dans l'identification des outils appropriés à leur public. La rédaction de cet inventaire a permis de dégager plusieurs constats :

- il existe déjà beaucoup d'outils pédagogiques et plus généralement d'outils autour de la nourriture (durable) mais il n'existe pas encore un outil de vue d'ensemble pratique ;
- il existe relativement beaucoup d'outils sur la nutrition favorable à la santé, mais souvent les différents aspects de la nutrition favorable à la durabilité ne sont pas ou pas suffisamment abordés ou seulement un aspect est abordé ;
- de nombreux outils nécessitent un certain niveau de néerlandais ou de français, ce qui ne convient pas aux groupes cibles ne sachant pas lire, ne comprenant pas la langue, ... Ceci est principalement un problème avec les outils existants concernant l'agriculture et l'agriculture urbaine, pour lesquels le contenu est souvent complexe et technique ;
- de nombreux outils sont informatifs, mais contiennent peu d'actions concrètes encourageant le changement de comportement ;
- enfin, il y a peu d'outils et de ressources autour de la nourriture locale et des initiatives de circuits courts, des outils liés au budget alimentaire et le coût de l'alimentation durable.

Du coup, peu d'outils complémentaires ont été développés, également par manque de moyens. Néanmoins, des outils concrets sur la saisonnalité et les recettes de saison ont été développés, actualisés, et largement diffusés.

- Les outils de promotion des recettes de saison sont fort sollicités : l'application « recette4saisons » lancée en 2011 a été téléchargée par 10.000 utilisateurs entre 2011 et 2018. Suite à des problèmes techniques, une nouvelle version (« responsive web app, consultable sur mobile) a été lancée début 2020 (<https://recettes4saisons.brussels/> à ce stade : 14 905 utilisateurs depuis le lancement le 2 mars 2020 (jusqu'au 15/10), avec 84 411 pages vues.
- L'information sur le calendrier des fruits et légumes est vraiment très recherchée puisqu'en parallèle, en 2016/2017, plus de 20.000 versions papier ont été diffusées.
- Des publications comme la brochure « Manger sain et durable sans grignoter son budget » ont été diffusées.



#### 4.1.4. Mieux connaître les comportements pour les faire évoluer

Comme le souligne l'étude sur la performance de la stratégie<sup>67</sup>, et à cheval entre l'axe demande et l'axe culture alimentaire de la stratégie, un matériau très important a été établi via les différentes enquêtes menées depuis le lancement de la Stratégie Good Food<sup>68</sup>. Il s'agit à présent de s'appuyer sur une série de constats quant à la culture alimentaire actuelle pour décliner les ambitions d'inscription dans une démarche Good Food des Bruxellois.es sur différents plans. Il s'agit notamment de constats sur : les lieux d'achats alimentaires par profils, les habitudes de consommation par profils (sur les questions de localité, saisonnalité,...), les intentions, les freins,... Le frein lié au prix - à la perception du prix - reste dominant, et ce pour tous les profils. Par exemple, le temps et la disponibilité, ainsi que la visibilité/l'identification de l'offre également. Autre exemple, les jeunes 16-34 ans semblent plus ouverts à modifier leurs comportements alimentaires mais manquent plus d'information.

En lien avec ces enquêtes, il est possible de structurer la réflexion sur les dimensions (qualité, bios, saine, locale) à intégrer dans la démarche, ce tout en étant attentifs à la distinction entre un concept de démarche considéré comme une transition/trajectoire, et une démarche vue comme une performance dans les pratiques.

Les enquêtes précitées ont également permis de faire ressortir certaines spécificités sociologiques (genre, moments de vie, lieu de résidence, degré de vulnérabilité, ...). Ces constats doivent permettre un meilleur ciblage des réalités vécues/perçues, et donc de conserver à l'esprit que la *communication inclusive* et l'ambition de *donner du sens* ne peuvent être atteints que sur base d'un équilibre entre un enrôlement et une dynamique globales et une approche différenciée de certains publics.

Au niveau des résultats<sup>69</sup>, en 2020, 33% de la population déclare déjà consommer beaucoup d'aliments durables, dont ¼ depuis 1 an ou moins.

#### Réduction de la consommation de protéines animales

Peu d'actions spécifiques en matière de réduction de consommation des protéines animales ont été menées. En 2020, Bruxelles Environnement a soutenu l'asbl EVA dans le cadre du 1<sup>er</sup> « Veggie Challenge » en Région bruxelloise auquel 1148 bruxellois.es. ont participé. Sinon ce thème est intégré dans les actions générales de communication, les ateliers cuisine, ...

Selon Sonecom, 43% de la population bruxelloise déclare avoir un peu ou fortement diminué sa consommation de viande en 2018 par rapport à l'année précédente. En 2020 (sondage AQRATE) : 51% déclarent consommer moins de viande. Toujours selon ce sondage, Bruxelles compterait 3% de végétariens, 36% de flexitariens (3j sans viande), 8% de « 1j sans viande », tandis que 52% mangent de la viande presque tous les jours.<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> COMASE, décembre 2020

<sup>68</sup> Les 3 sondages Good Food auprès de la population (2016, 2018, 2020) sont disponibles [via](#)

<sup>69</sup> Pour les résultats par objectif de la stratégie, voir tableau en annexe I

<sup>70</sup> Les 3 sondages Good Food auprès de la population (2016, 2018, 2020) sont disponibles [via](#)

## Le gaspillage alimentaire des ménages

Selon les chiffres communiqués annuellement par l'Agence Bruxelles-Propreté, la tendance du gaspillage alimentaire tend à diminuer au sein des ménages, mais pas à la vitesse escomptée. Pourtant, 69% des bruxellois.es affirment faire particulièrement attention à réduire leur gaspillage alimentaire (AQRATE, 2020). Il semble y avoir une grande différence entre la perception du gaspillage et les comportements réels (voir axe gaspillage alimentaire).

### **4.1.5. Une transition qui doit inclure tous les publics**

Pour  $\frac{3}{4}$  des Bruxellois.es., l'obstacle à une alimentation durable est le prix. Pour 42% d'entre eux il s'agit même d'un obstacle très important<sup>71</sup>.

En 2018 comme en 2020<sup>72</sup>, seuls 36 % de la population pense que manger durable n'est pas plus cher (contre 32% en 2016). Et effectivement, pour beaucoup, simplement se nourrir est un enjeu, encore plus depuis la crise covid-19.

Dans le cadre de la politique de subsides, plusieurs associations bruxelloises ont été subventionnées pour des projets et actions relevant du travail de sensibilisation et d'accessibilité à l'alimentation durable avec des publics plus fragiles socio économiquement<sup>73</sup>.

Parmi celles-ci, on retrouve, par exemple, les épiceries sociales qui ont été soutenues pour intégrer des produits frais, bio, légumineuses, etc. dans leur gamme de produits permettant ainsi de donner accès, momentanément, aux bénéficiaires de ces épiceries sociales à des produits plus durables.

Le soutien financier en faveur des épiceries sociales a, par contre, permis de considérablement amplifier les activités de certaines épiceries liées à une alimentation équilibrée dont certaines sont pérennisées sur le long terme.

Au travers des appels à projets destinés aux associations, mais aussi via l'appel Communes et CPAS, la Stratégie a également soutenu des projets ayant permis de travailler avec des publics issus de la diversité sociale et culturelle. Nous y retrouvons notamment des processus d'éducation permanente, le développement d'une méthode d'appui aux changements de comportements spécifiquement orientée vers les usagers d'une épicerie sociale (Epi Saint-Gilles), des ateliers de sensibilisation aux thématiques relatives à la Good Food, la multifonctionnalité de l'agriculture urbaine, des projets novateurs travaillant à une meilleure accessibilité et des projets d'alimentation durable en lien avec la santé.

Le réseau des GASAP, soutenu par la stratégie, permet de soutenir des points de vente dans des quartiers défavorisés également : au niveau de la répartition géographique de l'offre, les GASAP ont une présence non négligeable dans des quartiers à faible offre de ce type (Anderlecht, Forest, Ganshoren, Molenbeek, Koekelberg, Saint-Josse), comme on peut le voir sur la carte d'implantation des GASAP.

---

<sup>71</sup> Sondage Good Food, AQRATE, 2020

<sup>72</sup> Les 3 sondages Good Food auprès de la population (2016, 2018, 2020) sont disponibles [via](#)

<sup>73</sup> Voir annexe II



Par ailleurs, toujours via les appels à projets, la Stratégie a soutenu la valorisation des invendus dans une perspective de lutte contre le gaspillage alimentaire et d'augmentation de l'offre mise à disposition des personnes en précarité alimentaire. Les projets liés à la récupération d'invendus bénéficient d'une interconnexion importante sur la Région. Ces liens sont notamment établis grâce au projet LOCO (logistique collaborative) ayant pour objectif la mise en place d'une plateforme de concertation entre les acteurs de l'aide alimentaire pour mutualiser les ressources logistiques et humaines et développer des centres de récupération décentralisés optimisés. Ce projet fédère des antennes locales : au CPAS d'Ixelles, au CPAS d'Uccle, à la commune de Schaerbeek, une antenne pilotée par la coordination jettoise, DREAM (piloté par le CPAS de Bruxelles), la Croix-Rouge de Belgique et tout récemment l'asbl L'ilôt. Toutes les antennes sont soutenues dans le cadre de la stratégie.

Par le biais du soutien aux collectifs de citoyens, 20% des projets (4/20 en 2 ans) concernent des personnes fragilisées et/ou issues de la diversité culturelle.

A l'issue du bilan à mi-parcours de la stratégie en 2018, la stratégie a été modifiée pour prendre en compte les enseignements des projets FALCOOP et SOLENPRIM et définir les contours d'une réflexion au développement d'une approche par quartier.

- Pour assurer l'accessibilité de l'alimentation durable, Good Food devra soutenir le développement de **points de vente dans des quartiers très peu approvisionnés en Good Food**. L'étude réalisée sur les circuits courts a permis de faire un inventaire des commerces bruxellois et de mettre en lumière le fait que les communes de Laeken, Evere et Saint-Josse sont très peu (voir par du tout) approvisionnées en produits issus des circuits courts. Il convient également de **stimuler la diversification des structures de vente avec des politiques d'achat adaptées pour répondre aux différents profils** et donner un cadre de choix à chaque type de consommateur. Une approche par quartier pourrait être envisagée avec, en parallèle d'un soutien octroyé pour le développement d'une nouvelle offre, un accompagnement des citoyens du quartier pour rassembler l'offre et la demande.
- Les études sur le changement de comportement de consommation et les expériences des acteurs de terrain mettent en avant que le contexte de choix (type de commerce, nombre de référence, messages marketing, ...) a une grande importance sur la consommation, et ce encore plus pour les publics plus vulnérables.

Pour cette raison, Good Food devra encore plus soutenir le développement de structures de ventes variées et une couverture complète de la Région (pour l'instant certaines communes, comme Ixelles disposent d'une sur-offre en phase avec les objectifs de la stratégie Good Food alors qu'elle est quasi-absente dans d'autres comme Laeken, Evere et Saint-Josse. Une approche par quartier devra être envisagée avec, en parallèle d'un soutien octroyé pour le développement d'une nouvelle offre, un accompagnement des citoyens du quartier pour rassembler l'offre et la demande.

L'équipe de FALCOOP a poursuivi son travail via la mise en place d'un projet intitulé CUISINES DE QUARTIER for Brussels (CQfB) et qui entend expérimenter et analyser la mise en place, les modes de fonctionnement, les impacts et les conditions de viabilité de cuisines de quartier, collectives et solidaires. Le projet se structure désormais sous la forme d'une asbl intitulée «Cuisines de Quartier » qui accompagnent des groupes diversifiés qui mutualisent la préparation de repas du quotidien, ensuite emmenés à domicile pour une consommation ultérieure au sein de leur ménage. De par les quantités cuisinées, ce projet impacte tant les habitudes et consommations alimentaires des participants et de leur entourage que les filières d'approvisionnement locales. Depuis fin 2019, la stratégie soutient financièrement le développement du mouvement « Cuisines de Quartier » sur la Région (coordination du mouvement et soutien au développement des outils de communication et de lancement des groupes de cuisine).

La Stratégie soutient également un projet de l'Université Populaire d'Anderlecht qui ambitionne de réfléchir à l'accessibilité de l'alimentation durable en milieu populaire (mise en place d'une cuisine collective, développement d'une offre alimentaire durable au sein de leur cafétéria sociale, réflexion des liens avec le quartier etc.) et établir des ponts entre alimentation et promotion de la santé (collaboration avec la maison médicale hébergée dans le même bâtiment).

#### **4.1.6. Conclusion**

La mise en œuvre de la stratégie a été, entre 2015 et 2018, fort basée sur la promotion des changements de comportements individuels. Les actions menées impliquaient de compter fort sur la responsabilité individuelle. Mais cette politique a des limites, notamment si le « contexte d'achat » (accessibilité de l'offre, géographiquement comme culturellement) n'évolue pas (ou pas assez/pas partout), surtout par rapport aux publics plus vulnérables qui habitent aussi plutôt dans des quartiers moins nantis en magasins proposant une offre adaptée.

Lors de la révision de la stratégie approuvée début 2019, une approche plus systémique offre/demande par quartier avait été inscrite, mais sans occasion depuis lors de la mettre en œuvre ou même de la tester.

Dans tous les cas, une forme de sensibilisation à réinventer reste nécessaire, car au-delà de rendre accessible une offre adaptée au niveau local, il reste également à modifier les régimes alimentaires, dont le rééquilibrage de la place des protéines animales et la lutte contre le gaspillage.

Fin 2020, une collaboration s'installe avec le secteur social/santé dans le cadre de la construction d'un plan social santé intégré, baptisé Brussels Takes Care, lequel développera un axe d'actions Alimentation.

## 4.2. A l'école : la Good Food au menu

La Région bruxelloise compte 701 établissements scolaires de l'enseignement obligatoire qui accueillent 257.516 élèves chaque jour. Entre collations, dîner tartines et repas chauds, les repas pris à l'école sont nombreux. Les écoles représentent naturellement un public cible prioritaire. Le potentiel de changement est important et les leviers d'actions sont nombreux.

Afin d'accompagner les écoles dans la transition alimentaire la stratégie prévoit que la Région agisse sur 3 axes stratégiques principaux :

- Le développement d'un dispositif pédagogique afin de sensibiliser les acteurs de l'école (principalement enseignants) à la Good Food et amener progressivement un changement dans les pratiques.
- Le développement d'un dispositif pour améliorer la gestion dans les établissements scolaires permettant d'améliorer la qualité de l'alimentation et diminuer l'impact environnemental dû à celle-ci.
- Le développement de partenariat avec des institutions touchant les écoles afin de renforcer les pouvoirs d'actions grâce à la complémentarité des compétences.

### 4.2.1. Une approche pédagogique liée à des projets concrets

Le dispositif pédagogique est construit de manière à proposer aux écoles des aides adaptées aux réalités et aux contraintes de chacun. Le fil conducteur est de sensibiliser les élèves, le personnel de l'école, les parents pour les inciter aux changements de comportement individuels et collectifs et passer à l'acte en mettant en place des actions concrètes. Le dispositif comprend des activités pédagogiques récurrentes comme des animations et des appels à projets, le soutien de fermes pédagogiques, le soutien de projets ponctuels via des projets pilotes et des outils pédagogiques.

#### Les animation et projets

Les écoles des 19 communes reçoivent des animations et accompagnements de projets. Le nombre de projets demandés est proportionnel au nombre d'habitants dans la commune. En 5 ans ce sont 10% des élèves de la Région bruxelloise qui ont été touchés par un projet alimentation et/ou potager. La demande d'animation et d'accompagnement ne faiblit pas depuis l'année scolaire 2015/2016.

S'il est difficile de quantifier l'impact des actions mises en place on peut constater que des changements concrets s'opèrent dans les écoles : instauration de collations saines et moins de déchets, mise en place de magasins durables, suppression de distributeurs, interdictions de certains type de collations, mise en place de potagers, ateliers de cuisine, actions anti gaspillage et veggie, etc.

Les projets soutenus à titre ponctuel permettent de toucher un public plus difficile à toucher via les campagnes et les animations, comme les parents ou les ados. A titre d'exemple : **ateliers de cuisines veggie et anti gaspi** pour le secondaire ; projet « **Ado corner** » (TCO), fr création d'un espace design "alimentation durable" dans une école, pour rivaliser avec l'offre extérieure et lancer un processus de réflexion au sein de l'établissement ; « **Chefs en herbe** » (POSECO), un challenge culinaire autour de l'alimentation durable pour un public jeune. Le développement d'un business plan pour l'« **Utilisation de la cantine par des cuistots pour la garderie** » (CODUCO), la création de **GASAP** dans les écoles.

## Les écoles et la Good Food en chiffres entre l'année scolaires 2015-2016 et 2019-2020

Nombre d'animations demandées	489	80% des demandes sont francophones et 20% néerlandophones
Nombre d'établissements scolaires ayant fait un projet	241	Cela représente 34% des écoles de la RBC tous réseaux confondus
Estimation du nombre d'élèves touchés	24.100	Cela représente 10% de la totalité des élèves de la Région.
Nombre d'animations de classes	204	
Nombre de projets interclasses/d'école accompagnés	97	
Nombre d'élèves touchés par les animations données dans le cadre de subsides fermes pédagogiques	99.250	+/-19.850 élèves par an - chiffre à revoir à la baisse en 2020 à cause du covid 19.

### Les outils pédagogiques

Les outils pédagogiques permettent à chaque enseignant qui le désire de débiter seul dans sa classe une action de sensibilisation à l'alimentation. Exemple d'outils : le dossier pédagogique « L'alimentation en classe, l'environnement au menu », actualisé en 2016, le jeu « Game of Food » produit en 2016 et distribué en 250 exemplaires, les affiches de fruits et légumes de saison, la ronde des saisons, livrets recettes.

Un outil de sensibilisation à la Good Food pour les parents, les élèves et leur professeur est également en cours de création. Il a pour objectif de faire le lien entre la maison et l'école et de motiver des changements réels et pérennes dans les « repas » amenés à l'école : la boîte à tartine et les collations. L'outil, Jim Carotte, a été testé à titre pilote en 2019, adapté en 2020, et sera à nouveau disponible dans une version définitive dès la rentrée scolaire 2021.

L'ASBL « Réseau Idée » est également soutenue pour mettre en place et maintenir une base de données et des mallettes pédagogiques sur l'alimentation durable. Au total ce sont 1119 outils sur les thèmes alimentation, jardin et/ou agriculture qui sont disponibles ou qui apparaissent avec ces mots-clés sur un total de 4566 outils d'outils encodés. Cela représente ¼ des outils.

### L'explosion des potagers scolaires

La stratégie Good Food visait l'accompagnement de 10 nouveaux potagers scolaires par an tout en poursuivant le suivi des potagers soutenus les années précédentes. Cet objectif et largement dépassé grâce au dispositif qui comprend des accompagnements de projets pour la mise en place du potager, des visites techniques sur place, des formations, une newsletter.

Résultats :

- 168 écoles ont été soutenues pour la mise en place et/ou le maintien de leur potager. 59 de ces écoles ont reçu un accompagnement qui comprenait des coachings d'équipe, des animations avec les élèves et une aide sur le terrain. 109 écoles ont fait appel uniquement au « service potager », un service permettant aux écoles de recevoir une visite technique du potager.
- 781 personnes ont été formées en « initiation au potager » ou « perfectionnement technique » depuis 2016. La newsletter qui reprend des conseils 'potager' par mois, suivant le calendrier scolaire, est envoyée à 448 contacts.

Les potagers scolaires ont, avant tout, une vocation pédagogique et s'accompagnent d'une réelle intégration du projet dans les activités quotidiennes de l'école. Ils concernent davantage les écoles fondamentales (85%) que les écoles secondaires (15%).

Le dispositif développé pour maintenir les potagers en place semble bien fonctionner. En effet, suite au sondage envoyé fin août 2020 dans les écoles ayant reçu une aide de Bruxelles Environnement, 75% d'entre elles disent que leur potager est toujours actif.

Les écoles cultivent principalement des légumes, des aromatiques et des petits arbres fruitiers.

#### 4.2.2. Un management des écoles pour plus de Good Food à la cantine, à la récré ...

##### Les cantines scolaires

La fréquentation des repas chauds concerne 25% des élèves du fondamental et 15% du secondaire soit environ 54.414 repas par jours (soit presque 40% des **repas quotidiens consommés par les élèves en Région bruxelloises**). La stratégie Good Food et son dispositif cantine Good Food sont construits de manière à inciter les écoles au changement. Les écoles peuvent participer aux formations Good Food, recevoir un accompagnement en vue de la labélisation, recevoir un accompagnement pour la lutte contre le gaspillage alimentaire ou la réduction de la viande.

<b>Objectifs cantines</b> : en 2020, 100% des cantines scolaires qui servent un repas chaud proposent au moins un menu végétarien par semaine.
--

Entre 2015 et 2020, 12 écoles ont obtenu le label cantine Good Food ce qui représente 2910 repas (soit 5% des repas quotidiens des écoles en RBC) par jour, 6 écoles ont reçu l'accompagnement pour réduire le gaspillage alimentaire et 3 un accompagnement pour diminuer la consommation de viande et instaurer plus de veggio. Les organismes suivants ont également reçu un accompagnement pour réduire le gaspillage : les cuisines bruxelloises, Aagape, Erasmus Hogeschool et COOVI.

L'étude réalisée en 2020 auprès des cantines<sup>74</sup>, notamment scolaires, a montré que l'**alternative végétarienne (65% des écoles)** et l'utilisation de **produits de saison (55% des écoles)** sont des exigences souvent rencontrées par les écoles via leurs fournisseurs.

Parmi les composants de l'alimentation durable, le **menu végétarien** est proposé dans 1/3 des cantines scolaires. Le **bio, le local et de saison** est proposé dans **2 cantines sur 5**.

Un levier pour augmenter l'adhésion des écoles est de responsabiliser les parties prenantes. Les écoles livrées par une société extérieure (85% des cas) s'en remettent au gestionnaire du contrat avec le fournisseur pour changer les clauses. Seules 15% des écoles confectionnent encore le repas intégralement sur place. Dans ce cas, la responsabilité du changement incombe alors aux cuisinier.e.s et au responsable des achats. Les parents, quant à eux, restent assez distants par rapport à ces questions<sup>75</sup>. Dans le contexte communal, l'impulsion et la motivation du Collège communal, officiant comme pouvoir organisateur des écoles de la commune, est un levier déterminant dans la mise en place d'une offre de repas plus durable à la cantine. Puisqu'il est le gestionnaire des contrats avec les fournisseurs, lui seul à la main mise sur les exigences en matière de durabilité dans le contenu des menus.

Les liens entre les actions pédagogiques et de gestion ne sont pas systématiques. Les acteurs en charge de ces 2 aspects sont différents et disposent de trop peu de temps pour mener des projets alliant ces 2 aspects.

<sup>74</sup> Etat des lieux des cantines bruxelloises, SONECOM, 2020

<sup>75</sup> « Etude quantitative et qualitative de l'offre alimentaire dans les écoles bruxelloises » - SONECOM pour Bruxelles Environnement – Juin 2018

La transition alimentaire dans les écoles passe également par une éducation à la diversité des aliments et au développement du goût : les enfants ont l'occasion de goûter des fruits et légumes qu'ils ne connaissent peut-être pas. Plus l'alimentation sera au cœur d'un projet global soutenu par les différents intervenants scolaires et plus cette thématique sera développée dans toutes ses dimensions et abordée de manière globale.<sup>76</sup>

Le gaspillage alimentaire, quant à lui, intervient surtout lors du repas chaud. Les principales causes de gaspillage au repas chaud sont : la nourriture déplaît aux élèves (1/2), le local est peu confortable (15%), les quantités prévues excessives (15%). Les observations de terrain tendent à affirmer que le peu de temps dont disposent les élèves pour manger le repas chaud est également un facteur important.<sup>77</sup> Nous disposons de peu de chiffres sur le gaspillage alimentaire dans les écoles. Deux écoles ayant obtenu le label cantine Good Food ont concrètement diminué le gaspillage de 35% et 23% respectivement (avec comme actions : mise à disposition des plats pour la table et les enfants se servent, d'autres font le service à la manière d'un buffet avec une barquette par enfant, ...).

### Le label Ecoschool

Ce label permet aux écoles de recevoir une valorisation de leurs efforts en matière d'environnement tant au niveau pédagogique que de la gestion de l'établissement. Depuis 2016, 34 écoles ont reçu la labélisation Ecoschool et ont travaillé sur l'alimentation car celle-ci est un axe obligatoire du label. Les projets menés par ces écoles autour de l'alimentation sont la mise en place de potagers/vergers, diners chauds bio, instauration de collations saines, de soupe à 10h, introduction de l'alimentation durable dans les cours de cuisine (section cuisine), actions de lutte contre le gaspillage alimentaire, mise en place d'une petite épicerie vendant des collations saines. La reconnaissance via un label semble un bon levier pour développer des projets intégrant un changement dans sa globalité, sensibilisation et actions concrètes.

### Programme fruit et légumes à l'école

Ce programme européen permet aux écoles fondamentales ainsi qu'aux écoles d'enseignement spécialisé (maternelles, primaires et secondaires) de recevoir jusqu'à 9 €/enfant/année scolaire pour offrir des portions de fruits et légumes aux enfants. Pour participer au programme les écoles doivent distribuer gratuitement des produits d'une liste établie en fonction des caractéristiques suivantes : sain, local (interdiction hors Europe, recommandation pour le local) et de saison (calendrier de saisons pour les fruits et légumes). Le programme incite à consommer des fruits biologiques et interdit les conditionnements individuels. En outre, les écoles recevant la subvention doivent mettre en place des mesures éducatives d'accompagnement par classe participant au programme.

Au cours des dernières années, de nombreuses écoles bruxelloises ont participé au programme. La diminution observée les 2 dernières années s'explique principalement par la lourdeur administrative imposée aux écoles. En 2020, l'administration a donc fait évoluer ce point du programme. Les adaptations seront soumises à l'accord du Gouvernement en janvier 2021.

---

<sup>76</sup> « *Etats de lieux des cantines bruxelloises en matière d'alimentation durable et l'impact de la stratégie Good Food* » - SONECOM pour Bruxelles Environnement – Octobre 2020

<sup>77</sup> « *Etude quantitative et qualitative de l'offre alimentaire dans les écoles bruxelloises* » - SONECOM pour Bruxelles Environnement – Juin 2018

	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
<b>Nombre écoles</b>	94	167	167	104	100
<b>Nombre élèves</b>	9.532	34.628	48910	29213	28391

#### 4.2.3. Les partenariats institutionnels

Afin de renforcer son spectre d'actions et améliorer le dispositif à destination des écoles, Bruxelles Environnement développe des partenariats avec la FWB et la VGC.

Afin de construire au mieux la stratégie environnementale auprès des écoles, des échanges et collaborations sont en place depuis plusieurs années avec la Fédération Wallonie Bruxelles et la VGC. Au niveau francophone il existe un accord de coopération officiel entre la FWB, la RW et la RBC dont le nouveau programme de travail a été approuvé en novembre 2017 par les 3 gouvernements respectifs. Cet accord offre un cadre de collaboration au niveau pédagogique et de gestion.

Dans le cadre de cet accord un groupe de travail alimentation a été mis en place en 2018 dont l'objectif est d'intégrer la Good Food dans les appels à projets et les outils d'aide à l'intégration de la Good Food tels que le cahier spécial des charges de confection de repas pour les écoles fondamentales. L'objectif de ce partenariat est également de pouvoir rationaliser les moyens financiers et les forces de chaque institution. A titre d'exemple, en 2019 les écoles accompagnées par Bruxelles Environnement pour la mise en place d'un projet alimentation, pouvaient automatiquement bénéficier du budget de l'appel à projets « alimentation saine » de la FWB. Au total ce sont 15 écoles qui ont reçu un budget.

En 2020 les Régions bruxelloise et wallonne collaborent avec la Fédération Wallonie Bruxelles dans le cadre de l'appel à projets « repas gratuits ». Cet appel permettra aux écoles maternelles à discrimination positives d'offrir un repas chaud gratuit à tous les élèves. Une majoration de 0,50 euros/repas sera octroyée si l'école s'engage dans une démarche Good Food. Les Régions bruxelloise et wallonne vont co-rédiger une charte afin que les critères Good Food soient intégrés comme critères conditionnels à l'obtention du budget majoré si l'école s'engage dans une démarche Good Food.

Une collaboration devait être mise en place dans le cadre de la mise à jour du cahier spécial des charges de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour la confection des repas pour les enfants de 3 à 18 ans. Malgré les rappels de la Région bruxelloise aucune collaboration concrète n'a vu le jour.

Ces trois exemples illustrent le potentiel de collaboration entre les 3 institutions et le bénéfice de ces collaborations. Malgré cela, les collaborations restent encore trop faibles et nécessiteraient d'être renforcées afin de développer une stratégie commune et que chacun déploie ses compétences au moment opportun.

Un groupe de travail « institutionnel » pour les acteurs néerlandophones (enseignement néerlandophone à Bruxelles) a également été créé et s'est rassemblé pour la première fois début 2018. Des représentants de gouvernement flamand et acteurs de la santé et environnement à l'école étaient présents. Depuis cette rencontre plus aucune rencontre n'a été organisée du côté néerlandophone car aucun acteur n'a donné suite.

#### 4.2.4. En conclusion

Le programme pédagogique en matière d'alimentation dans les écoles a montré de bons résultats. Les objectifs de la stratégie pour les écoles ont été rencontrés :

- En 2020, 10% des élèves bruxellois bénéficient d'une activité pédagogique en lien avec l'alimentation durable.
- Chaque année, au moins 10 nouveaux potagers scolaires bénéficient d'un accompagnement.

En matière de gestion, un travail a été entamé au niveau des cantines comme des repas tartines. Il reste à lui donner de l'ampleur.

## 5. REDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

La Stratégie comprenait également un axe spécifique « gaspillage alimentaire ». Cependant, les actions se sont concrètement traduites par des réalisations réparties dans les axes offre et demande. En effet, les mesures mises en place en matière de lutte contre le gaspillage sont peu centrées sur le gaspillage alimentaire seul mais plutôt disséminées de manière transversale. Ainsi, les mesures développées sont fortement liées aux réalisations mises en place en terme d'offre (transformation des invendus ou anti gaspillage dans les cantines et resto) ; et demande (éducation, sensibilisation, vulgarisation).

Plusieurs projets émanant des appels à projets Good Food ciblent spécifiquement le thème de la réduction à la source du gaspillage et la récupération d'invendus alimentaires. En 2018, dans le cadre de l'année thématique « Zéro Déchet », l'appel à projet Good Food associatif fut consacré spécifiquement à la lutte contre le gaspillage alimentaire.

### 5.1. La priorité : moins de gaspi à la source

La stratégie visait à lutter contre le gaspillage alimentaire (en sensibilisant, informant, accompagnant, formant et encourageant) et ce au niveau de tous les maillons de la chaîne alimentaire en proposant un dispositif sur mesure adapté à chacun.

Pour les ménages, l'objectif était d'informer et de mener des projets spécifiques à leur intention.

En 2017, huit Maitres Frigo bénévoles ont été formés à la lutte contre le gaspillage alimentaire et ont organisé une vingtaine d'activités à destination du grand public. Ce projet était mené à titre pilote. Les enseignements des Maitres-Frigo ont cependant été valorisés au travers d'un outil de suivi qui a pour objectif d'accompagner les citoyen.nes souhaitant limiter leur gaspillage alimentaire (outil développé par l'asbl Refresh s'intitulant FoodWasteWatchers). Au sein des projets subsidiés à destination des bruxellois.es., nous retrouvons des projets de sensibilisation au gaspillage alimentaire tels que les ateliers STOP au gaspillage alimentaire (asbl Tournesol), des projets de vulgarisation des réglementations tels que « BE Cool, le guide des frigos solidaires bruxellois » (POSECO), ou encore le guide pour faciliter la récupération d'invendus « La récup d'invendus pour tous » (Refresh).

Un projet de l'asbl FoodWIN est encore en cours de développement et dont l'objectif est la mise en place d'une campagne de sensibilisation au gaspillage alimentaire courant 2021 à l'intention de tous les ménages bruxellois.

La lutte contre le gaspillage alimentaire est une thématique croisée entre les actions Good Food et les actions Zéro Déchet. L'année 2018 a été déclarée « Année Zéro Déchet » en Région bruxelloise.

Les actions menées dans le cadre de cette année thématique et en lien avec le Plan régional de gestion des ressources et des déchets, présentait donc une opportunité de renforcer les actions Good Food et de leur donner une visibilité sous un angle complémentaire (ex : Salon Zéro Déchet 2018 et 2019, Challenge Zéro Déchet pour les ménages en 2019 et 2020).

En ce qui concerne les cantines, le programme annuel de formation cantines propose chaque année au moins une formation spécifique sur la prévention du gaspillage alimentaire. Depuis 2016, 7 formations ont été organisées, rassemblant au total 110 participants. 29 cantines labellisées ont bénéficié d'un accompagnement thématique axé sur le gaspillage alimentaire en 2017 et 2018.

En ce qui concerne les restaurants, une campagne « Rest-o-Pack » a été menée en 2017 et 2018 afin de démocratiser la pratique du doggy bag au sein de 151 restaurants bruxellois (les outils restent disponibles).

Etant donné que la prise de conscience des volumes de gaspillage générés est un des leviers d'actions les plus efficaces pour cette thématique, les deux labels Good Food (cantines et restaurants) intègrent désormais des critères obligatoires en lien avec le gaspillage alimentaire.

La lutte contre le gaspillage alimentaire a été également incluse à l'Appel à Projets Zéro Déchet commerce HoReCa (PRGD). 3 projets à vocation de lutte contre le gaspillage ont été financés. En novembre 2019, la Commission Européenne a intégré dans la législation européenne une obligation de la part de ses états-membres de reporting du gaspillage alimentaire tous les deux ans, accompagné d'une définition et méthodologie européenne comprenant toutes les étapes de la chaîne alimentaire (de la production primaire à la consommation des ménages). Le premier rapportage est prévu pour mi-2022. La Région bruxelloise participe au groupe de travail coordonnant le rapportage des chiffres belges.

En termes de résultats quantitatifs, la stratégie prévoyait une réduction du gaspillage alimentaire de 30% sur l'ensemble de la Région et de 40% pour les ménages et cantines collectives publiques. A l'heure actuelle, les données disponibles permettent d'avancer qu'au sein des ménages une réduction de 25% du gaspillage alimentaire est rapportée par l'ABP<sup>78</sup> entre 2016 et 2019. La tendance du gaspillage alimentaire tend donc à diminuer au sein des ménages, mais pas à la vitesse escomptée. Pourtant, 69% des Bruxellois.es affirment faire particulièrement attention à réduire leur gaspillage alimentaire (AQRATE, 2020). Il semble y avoir une grande différence entre la perception du gaspillage et les comportements réels.

Le gaspillage alimentaire a diminué en moyenne de 29% dans les cantines labélisées ayant bénéficié d'un accompagnement.

Pour ce qui est des autres maillons de la chaîne alimentaire, les derniers chiffres bio-déchets disponibles établissent une estimation de 131.469 tonnes<sup>79</sup> pour l'ensemble des bio-déchets alimentaires produits en Région de Bruxelles Capitale. A titre de comparaison avec les chiffres disponibles et avancés en début de stratégie en 2016 (134.000 tonnes<sup>80</sup>), la situation ne semble pas s'être clairement modifiée.

---

<sup>78</sup> Agence Bruxelles Propreté – Analyse Composition Déchets Ménagers, rapportage annuel

<sup>79</sup> LoUisE– Potentiel des biodéchets collectables en Région de Bruxelles-Capitale – 2018 – Etude commanditée par Bruxelles Environnement

<sup>80</sup> In Stratégie Good Food « Vers un système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale » - 2016, p.78, Chiffres obtenus en additionnant les déchets organiques des ménages (analyses poubelles ABP), les collectes sélective de biométhanisation (collecté par l'ABP), et les résultats de l'étude évaluation des quantités de déchets alimentaires en RBC » RDC-Environnement pour l'Horeca, les cantines, les grossistes, les petits commerces, et des marchés datant de 2006.

Cependant, les données chiffrées sont difficiles à obtenir, les méthodologies varient et les études ne sont pas comparables. Une étude complète sur le sujet aurait un coût important sans garantie de succès et devrait être répétée pour situer une évolution.

En novembre 2019, la Commission Européenne a intégré dans la législation européenne une obligation de la part de ses états-membres de reporting du gaspillage alimentaire tous les deux ans, accompagné d'une définition et méthodologie européenne comprenant toutes les étapes de la chaîne alimentaire (de la production primaire à la consommation des ménages). Les États membres commenceront à collecter des données sur les déchets alimentaires à partir de 2020 et feront rapport sur les niveaux nationaux de déchets alimentaires d'ici la mi-2022. Une vision précise des flux gaspillés sur le territoire de la Région est irréaliste mais des extrapolations à partir d'échantillons seront effectuées en concertation avec la Région flamande et la Région wallonne.

## 5.2. Des invendus en appui à l'aide alimentaire et pour la transformation locale

En termes de redistribution des invendus pour l'aide alimentaire, la logique de mise en œuvre de la stratégie Good Food a été la suivante : d'une part, mettre en capacité les acteurs de l'aide alimentaire pour qu'ils organisent leurs processus de récupération et d'autre part, de favoriser la mutualisation des ressources logistiques et humaines entre ces mêmes acteurs pour créer des antennes locales (plateformes de redistribution au niveau local) pour structurer la récupération des invendus à l'échelle de la Région. Les projets liés à la récupération d'invendus bénéficient d'une interconnexion importante sur la Région. Ces liens sont notamment établis grâce au projet LOCO (logistique collaborative) qui a pour objectif la mise en place d'une plateforme de concertation entre les acteurs de l'aide alimentaire pour mutualiser les ressources logistiques et humaines et développer des centres de récupération décentralisés optimisés. Ce projet fédère des antennes locales : au CPAS d'Ixelles, au CPAS d'Uccle, à la commune de Schaerbeek, une antenne pilotée par la coordination jettoise et la Croix-Rouge de Belgique (espace de stockage à Koekelberg) qui bénéficient de l'appui de DREAM (piloté par le CPAS de Bruxelles). Tous ces acteurs ont été soutenus dans le cadre de la stratégie, et la récupération d'invendus pour le secteur de l'aide alimentaire est tributaire de subvention. Restera à identifier pour la suite les futures modalités de ce type de soutien (rôle du social et de l'environnemental, comment, ...).

Dans le cadre de la déclaration d'engagement du secteur du commerce, Comeos, UCM/Aplsia et UNIZO se sont engagés à promouvoir les outils existants et à informer leurs membres quant aux différentes possibilités de donner leurs invendus au secteur de l'aide alimentaire (plateforme de dons, ...).

En moyenne 11 % des aliments retirés des rayons de supermarchés belges sont donnés. Ce pourcentage a presque triplé depuis 2015, mais il reste encore une marge de progression que ce soit sur la quantité d'invendus donnée par les supermarchés et récupérées par les acteurs ou que ce soit sur le travail de gestion des stocks dans une perspective de lutte contre le gaspillage à la source.

En ce qui concerne le volet de récupération d'invendus alimentaire, les résultats sont conséquents. En 5 ans, la Stratégie a permis de soutenir des projets de récupération d'invendus totalisant collectivement 2.500 T d'invendus alimentaires récupérés et redistribués sur l'ensemble de la période. Cela représente 5,5 million de repas. Ce qui revient à nourrir 5060 personnes trois fois par jour pendant un an.

Mais cette forme de dépendance croissante du secteur de l'aide alimentaire vis-à-vis des invendus alimentaires n'est pas un idéal. La FdSS souhaite s'émanciper de ce fonctionnement pour s'ouvrir à d'autres formes d'approvisionnement plus juste et éthique.

- Sur un court terme : s'orienter vers des sources d'approvisionnement plus importantes : criée, marché matinaux, ... permettant de récolter des quantités plus importantes et de meilleure qualité que les invendus des magasins.
- Sur un moyen, long terme : mettre en place des systèmes d'approvisionnement en lien avec les productions locales (Wallonie / Flandre), qui seront plus assimilées à de l'achat que de la récolte d'invendus. Sur Bruxelles les productions locales (péri urbain) ne sont pas accessibles aux acteurs de l'aide alimentaire, du moins ça n'a pas été le cas jusqu'à aujourd'hui.

Par ailleurs, la récupération et la transformation d'invendus alimentaires est également intégrée au sein de plusieurs projets issus de l'Appel à Projets Be.Circular (crf. Axe 2 offre- distribution).

Au niveau des autres projets associatifs subsidiés en lien avec la récupération d'invendus, on retrouve des projets de récupération d'invendus pour une transformation et redistribution ultérieure (ex : Energie Soupe Solidaire, NoJavel, etc.), et des projets de redistribution à des associations de l'aide alimentaire ou à des personnes dans le besoin (Culturgehem, AlimentAB, Safe, les épiceries sociales,...). Depuis janvier 2016, l'obligation de don alimentaire<sup>81</sup> a été introduite dans 27 permis d'environnement délivrés par Bruxelles Environnement. Cela concerne les grandes surfaces alimentaires classées à la rubrique 90 de la liste des installations classées (magasin d'une superficie totale égale ou supérieure à 1000 m<sup>2</sup>).

## 6. APPROCHE TRANSVERSALE

### 6.1. Une culture alimentaire « Good Food » durable et désirable

La communication « Good Food » vise à rendre visible, faire connaître, rendre explicites les critères liés, faire adhérer au concept Good Food, le tout dans une dynamique positive et fédératrice.

Lors de l'élaboration de la stratégie, le concept « Good Food », décliné en un logo et sa baseline « mieux produire, bien manger », avait été développé dans une logique de simplification du message « alimentation durable ». Afin de permettre une reconnaissance visuelle du concept « Good Food », une charte graphique spécifique a été créée et déclinée pour tous les supports de communication (campagnes, événements de terrain, etc...).

L'optique générale de la communication prévue dans la stratégie peut se traduire par « campagne globale par le local ». C'est à partir des acteurs locaux et de leur identification à la stratégie Good Food que le concept existe. C'est aussi sur base de ce principe que les campagnes basées sur des « portes ouvertes » au niveau local ont été développées, en association avec le soutien/la participation à des événements locaux.

Les outils présentés ci-dessous sont les outils transversaux à la stratégie. Ils sont accompagnés d'outils/de campagnes thématiques vers les citoyens comme vers les professionnels (promotion du label resto, du kit de graines, recettes 4 saisons, ...).

---

<sup>81</sup> [l'Ordonnance permis d'environnement](#), art. 56, 11° Pour les grandes surfaces de distribution alimentaire, des conditions relatives à la gestion des invendus alimentaires dont la date limite de consommation n'est pas atteinte mais que l'exploitant ne souhaite plus commercialiser, et répondant aux normes légales de sécurité alimentaire

Identifier la Good Food, c'est aussi des critères techniques concrets. De tels critères ont été établis pour les labels (cantines, restaurants), mais aussi pour les commerces. En 2020, un référentiel de durabilité a également été développé par rapport à la production.

#### 6.1.1. Les outils d'information et de communication

##### Le portail Good Food

Plate-forme web incontournable des amateurs de Good Food, citoyens ou professionnels, le portail [goodfood.brussels](http://goodfood.brussels) (lancé dès 2016) rassemble des actualités, des publications, des formations, des vidéos... . La plate-forme se veut aussi participative, puisque chaque acteur Good Food peut y intégrer ses propres informations et contribuer ainsi à l'alimenter.

Début 2019, une fonctionnalité supplémentaire du portail a été développée sur smartphone : la géolocalisation, permettant d'afficher sur la carte la position de l'utilisateur et les commerces et restaurants situés à proximité de celui-ci. Toutes ces fonctionnalités visent à positionner Good Food comme un critère dans les choix de consommation des Bruxellois.

Résultats :

- Entre 2016 et 2020, le portail compte quasi 400.000 utilisateurs (dont 65% de Bruxellois) pour près de 812.000 pages vues.
- Le site comprend un « bottin », qui recense (mi-2020) 226 acteurs commerciaux, cartographiés : restaurants, cantines, commerces, transformateurs et producteurs.
- On compte, à ce stade, près de 80 fiches de « projets inspirants », destinées à disséminer les bonnes pratiques.
- 14% des Bruxellois connaissent et visitent ne fût-ce que rarement le site Web Good Food. 9% le connaissent mais ne l'ont jamais visité et 78% ne le connaissent pas (NB : aucune données sur la notoriété pour les professionnels).

Cependant, pour le moment il y a trop peu de visiteurs récurrents (5% seulement), le temps de visite est assez court et le nombre de pages visitées par session est assez faible.

Le portail est complémentaire aux pages « alimentation » du site Internet de Bruxelles Environnement. Ces pages comptent, depuis le début de la stratégie, plus de 220.000 pages vues, réparties sur toute l'année.

Par ailleurs, si le portail reprend des fiches ressources et projets inspirants, le travail de mieux visibiliser les actions réalisées par les acteurs de terrain reste un défi.

##### Les ambassadeurs Good Food ([www.goodfood.brussels/fr/ambassadeurs](http://www.goodfood.brussels/fr/ambassadeurs))

Un réseau d'ambassadeurs a été initié en 2018. Les ambassadeurs sont des acteurs de la Good Food, citoyens et professionnels, témoignant de leur quotidien, de la passion qui les anime, de leur expérience. Il y a 23 ambassadeurs en 2020. Leur expérience est relayée via un film, sur Facebook et chacun auprès de son réseau (grâce à un kit de promotion).

### L'événement annuel « Les Rencontres Good Food »

Entre 2016 et 2019, les rencontres Good Food ont été organisées chaque automne et proposaient aux Bruxellois de découvrir gratuitement ou à prix démocratique les projets se développant près de chez eux, de participer à des ateliers culinaires, déguster, cultiver, apprendre à moins gaspiller... une foule d'activités étaient proposées partout à Bruxelles durant 2/3 jours.

Année	Nbr d'activités	Nbr de participants
2016	52	3600
2017	75	1500
2018	120	3500
2019	59 (1 et central)	3700 (+ 1500)

Le nombre de participants n'a donc jamais été à la hauteur des moyens investis. Il paraît important que si les Rencontres Good Food perdurent, elles s'intègrent dans une stratégie de communication plus globale, visant à amener à des changements dans les habitudes et modes de vie alimentaires du plus grand nombre.

En effet, si les Rencontres sont efficaces pour contribuer à renforcer le réseau des acteurs de terrain (ils sont incontestablement plus nombreux et actifs qu'il y a 5 ans), et si, indirectement, elles amènent un certain degré de sensibilisation du plus grand public via les campagnes médias, réseaux sociaux et les retours presse, elles ne contribuent pas à amener un changement massif des habitudes alimentaires du plus grand nombre. En résumé, elles permettent d'activer et augmenter le réseau de base, mais pas ou peu à toucher le public moins sensibilisé.

### Les campagnes de communication

C'est surtout en 2016 que la communication a été intensive.

En 2016, une vaste campagne de promotion (« Devenez acteur #GoodFood ») a accompagné les 1ères rencontres Good Food. La campagne a eu une bonne portée : 1 Bruxellois sur trois a vu la campagne (reconnait au moins un élément de la campagne). 45% des personnes ayant identifié la campagne ont entrepris une forme d'action (depuis la recherche d'informations à la diffusion du message et au changement de comportement pour 28% d'entre eux – soit 4% des bruxellois ayant adapté leur comportement).

En 2016, il y a eu également l'action « Cultivons la Ville » (portes ouvertes potagers), l'action « Taste of Brussels », de nombreux stands, une campagne de promotion du rest-o-pack...

Par la suite, peu de campagnes sont été réalisées, les moyens budgétaires étant prioritairement orientés vers des actions concrètes et le soutien aux acteurs. En 2018 et 2020 il y a eu de petites actions de promotion du label Good Food resto.

### Les autres outils

Une [page Facebook "GoodFoodbrussels"](#) a été créée en septembre 2018. Mi-2020, elle comptait 5790 abonnés (80% de Bruxellois, 70% de francophones, 15% d'anglophones et 7% de néerlandophones). L'audience de cette page est constituée de 71% de femmes, majoritairement entre 25 et 44 ans.

Une « Newsletter Good Food » paraît 4 à 6 fois par an. Elle comptait 1.500 abonnés en novembre 2016, 1.950 abonnés en décembre 2017, 5007 abonnés en juin 2018 et quasi 15.000 en octobre 2020 (14.000 FR, 1000 NL). Son taux moyen d'ouverture (2020) est de 47,5%, son taux moyen de clics (ouverture de liens) de 32,5%.

### Les outils d'identification de la Good Food

Pour permettre aux citoyens et autres acteurs de terrain de reconnaître les acteurs de la Good Food (cantines, restaurants, commerces, producteurs), plusieurs actions ont été mises en place, chacune liée à des critères objectifs mesurables :

- Le lancement en 2016 du label « Good Food Cantines ».
- Le lancement en 2018 du label « Good Food Resto ».
- Le lancement en 2020 du label « Good Food Cuisines centrales ».
- Le lancement, en 2020, du référentiel de durabilité des projets de production alimentaire.
- La mise en place du bottin des acteurs commerciaux Good Food

### La notoriété de Good Food<sup>82</sup>

En 2020, les Bruxellois sont très peu nombreux (11,6%) à pouvoir citer spontanément le nom d'une initiative ou d'un plan d'action en lien avec l'alimentation durable. L'action obtenant le plus de réponses est l'action Good Food mais elle n'est citée que par 2% des répondants.

La notoriété assistée de la stratégie Good Food n'a pas augmenté entre 2018 et 2020 : elle reste aux alentours de 15%.

### Le passage à l'acte<sup>83</sup>

Les objectifs de cet axe de la stratégie sont de développer une communication inclusive, simple et fédératrice et de donner du sens et l'envie de changer les comportements alimentaires.

Objectifs chiffrés : En 2020, 10% des Bruxellois (pour chaque public cible : ménages, cantines, restaurants, écoles...) sont engagés dans une démarche « Good Food ».

Ces objectifs sont difficilement mesurables tel qu'exprimés.

Résultats :

- En ce qui concerne les ménages : 33% de la population déclare consommer déjà beaucoup d'aliments « durables » (locaux, de saison, moins de viande, bio... globalement), dont 11% presque 100% durables.
- En ce qui concerne les écoles : 241 établissements scolaires ont menés un projet/ reçu une animation sur l'alimentation et/ou le potager en 5 ans. Cela représente 34% des écoles de la RBC. Le nombre d'élèves touchés est estimé à 24.100 pour toute la Région de Bruxelles Capitale, soit presque 10% de la totalité des élèves de la Région.

---

<sup>82</sup> Baromètre des comportements en termes d'alimentation durable dans le cadre de la stratégie Good Food, AQRATE, sept 2020

<sup>83</sup> Baromètre des comportements en termes d'alimentation durable dans le cadre de la stratégie Good Food, AQRATE, sept 2020

### **Good Food : stratégie et communication inclusive ?**

La stratégie Good Food est plutôt connue par les 16-34 ans, des actifs, des Bruxellois appartenant aux groupes sociaux élevés (1-2) (sondage 2018, 2020).

En 2018, un indice de vulnérabilité a été construit (diplôme, statut, type de logement, difficulté à joindre les 2 bouts, lieux de courses). Selon cet indice, 33% de la population a été considéré comme « vulnérable », 27% comme non vulnérable (et 40% entre les 2). Cet indice a été croisé avec différentes questions pour identifier l'implication ou non du public vulnérable dans les actions Good Food/alimentation durable.

Il en ressort que si 1/3 des Bruxellois ont adopté un nouveau comportement, il s'agit proportionnellement plus du public disposant de ressources (près de 40% des Bruxellois) plutôt que des publics plus fragilisés (27% des Bruxellois). Les profils « vulnérables » se sentent également moins informés, ils ont moins entendu parler de la Good Food et sont plus nombreux à considérer l'alimentation durable comme plus chère. De même, ils sont moins nombreux à autoproduire (7% du public vulnérable par rapport à 26% des public « non vulnérable »).

Ce sondage ne nous donnait par contre aucune donnée en lien avec la multi-culturalité du public bruxellois.

#### **6.1.2. Analyse SWOT de l'axe culture alimentaire**

<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<p>Le fait d'intégrer la dimension de culture alimentaire, cette approche basée sur les comportements, détient une valeur ajoutée certaine afin de garantir une véritable et massive transition.</p> <p>On notera également que ceux qui indiquent avoir changé leur comportement pour adopter une alimentation plus durable sont plus nombreux dans la population indiquant également avoir déjà entendu parler de la Stratégie Good Food. Ces chiffres semblent démontrer une certaine corrélation, un impact entre la connaissance de la Stratégie et l'enrôlement dans une démarche vers une alimentation plus durable</p> <p>Tout en soulignant les limites d'une approche exclusivement basée sur du déclaratif, le baromètre 2020 fait apparaître des chiffres relativement encourageants en termes de consommation avec 63% des Bruxellois déclarant qu'au moins la moitié de leurs achats alimentaires sont des produits durables. 34% qu'au moins ¾ de leurs achats sont de ce type et enfin 11% que tous les aliments ou presque qu'ils achètent appartiennent à cette catégorie.</p>	<p>Tout en soulignant l'intérêt d'essayer de définir un objectif chiffré, la description initiale des <i>Besoins</i>, de la situation initiale quant aux pratiques Good Food/Alimentation durable des Bruxellois, n'était pas suffisamment étayée pour assurer la pertinence de l'objectif de 10% de Bruxellois s'inscrivant dans une démarche Good Food à l'horizon 2020.</p> <p>L'analyse des pratiques est basée de façon relativement importante sur des enquêtes et donc sur du déclaratif. Il conviendrait d'analyser dans quelle mesure il ne serait pas également possible de croiser ces données avec des données propres aux pratiques effectives.</p> <p>Nous pensons notamment aux enquêtes santé menées et qui traitent de façon spécifique les habitudes nutritionnelles. Pour la consommation de fruits et légumes, l'étude de 2018 identifiait notamment une meilleure performance globale des résidents en Région de Bruxelles-Capitale. Certaines parties prenantes à la stratégie pourraient également de façon plus systématique alimenter la réflexion par une série de chiffres qu'ils établissent au niveau de leur secteur.</p>

<p>Avec ce pourcentage de 11%, si l'inscription dans une démarche d'alimentation durable correspondait stricto sensu à l'achat exclusif de produits alimentaires durables, nous pourrions indiquer, sur base de ce déclaratif, que l'objectif de 10% est atteint.</p>	
<p><b><u>Opportunités</u></b></p> <p>Si les jeunes de 16-34 ans semblent moins informés sur la stratégie que la moyenne de la population et qu'ils sont un peu moins à indiquer consommer déjà durable, on observe également que 62% d'entre eux indiquent envisager de modifier leur comportement futur, alors que la moyenne globale n'est que de 49% au niveau de l'ensemble de la population.</p> <p>Toujours en termes d'opportunité liée aux publics cibles, il importe d'intégrer une série de spécificités sociologiques, notamment pour identifier les cibles les plus rétives à l'inscription dans une démarche Good Food.</p> <p>On note ainsi que parmi les 17% indiquant ne pas être intéressés par une alimentation durable, on retrouve plus spécifiquement les 55 ans et plus, les moins diplômés, les inactifs et les groupes sociaux moins élevés.</p> <p>Le concept d'ambassadeurs apparaît comme un concept intéressant à décliner. Au-delà des actions concrètes autour des ambassadeurs officiels, la possibilité de généraliser le concept nous semble devoir être étudiée.</p> <p>Au niveau des actions de communication, si on peut comprendre la volonté d'investissement importante au moment du lancement de la stratégie, il s'agirait de réfléchir à présent à une communication permettant de valoriser des réalisations/résultats, et d'ainsi favoriser une dynamique, une émulation. Sur ce plan, il importe de conserver à l'esprit l'approche comportementale, le fait que les leviers de motivation pour s'inscrire dans une démarche d'alimentation durable peuvent différer fortement d'un public à l'autre.</p>	<p><b><u>Menaces</u></b></p> <p>Si cette dimension a toujours été présente dans différentes actions mises en œuvre, l'approche inclusive de la population bruxelloise dans sa diversité est à présent encore mieux documentée sur certains plans. Il est ainsi notamment possible de ne pas se limiter à d'éventuelles idées préconçues sur telle ou telle catégorie socio-économique, sur telle ou telle zone du territoire régional.</p> <p>Ceci posé, il convient de préserver l'équilibre entre les trois piliers de l'alimentation durable, et donc, tout en poursuivant la dimension sociale et inclusive, de ne pas réduire les ambitions sur le plan de la réduction de l'impact environnemental et la promotion de l'économie locale.</p>

<p>Enfin, il existe des convergences très fortes entre l’Axe 3 : Accompagner la transition pour tous et l’Axe 4 de Culture alimentaire.</p> <p>Si nous comprenons que ce dernier détient une portée plus transversale, il apparaît opportun de travailler à une intégration de ces deux axes, notamment en lien avec les objectifs/indicateurs à (re)définir au niveau de la Culture alimentaire.</p>	
---	--

## 6.2. PENSER ET FAVORISER LES SYSTEMES ALIMENTAIRES DE DEMAIN

### 6.2.1. Des formations pour des nouveaux métiers

Avec l’évolution de notre système alimentaire, de nouveaux métiers ont vu le jour. Les acteurs de la Good Food produisent, transforment, distribuent ou sensibilisent le public à une alimentation plus respectueuse de l’environnement.

La stratégie prévoit une série de formations transversales ou par maillon de la chaîne alimentaire.

#### La production

Un état des lieux des formations en agricultures urbaines en RBC, et des compétences qui y sont enseignées, a été réalisé en 2018 avec la COCOF<sup>84</sup>. Il en est ressorti que l’offre en formation est diversifiée et répond aux besoins de certains publics, tels que les jeunes en obligation scolaire, les particuliers et les articles 60 (par exemple via les missions locales). Cependant, l’offre est limitée pour les professionnels en activité qui souhaiteraient se former de manière continue. Il manque également des formations à destination des adultes en reconversion professionnelle, ne répondant pas aux conditions d’accès aux formations d’insertion socio-professionnelle ainsi qu’à destination des étudiants post-secondaire.

L’étude de 2018 conclut de d’abord renforcer la présence de l’AU dans les modules de formations existants (tel que la promotion sociale) avant de créer de nouvelles formations. De renforcer les liens entre les centres de formation existants, intra régional et avec les autres Régions (Crabbe, Gembloux, Landwijzer, etc). Il faut effectivement être attentif à ne pas stimuler de manière excessive ce secteur si les autres leviers ne suivent pas. Entre temps, certains manquements se combleront. Ainsi, la formation « Urban Farmer » a été créée par Syntra Brussel. Cette formation d’un an en cours du soir intègre, entre autres, des cours de techniques agricoles et de gestion/marketing. Elle s’adresse à toute personne intéressée par la thématique. Par ailleurs, des discussions sont en cours avec l’EFP (le centre de formation de métiers en alternance à Bruxelles) pour créer une formation francophone en agriculture urbaine de type chef d’entreprise.

<sup>84</sup> <https://goodfood.brussels/fr/contributions/etude-sur-les-filieres-de-formations-et-demploi-en-agriculture-urbaine>

## L'offre

Plusieurs parcours d'accompagnement ont été financés dans le cadre de la stratégie Good Food pour soutenir des projets entrepreneuriaux dans leur phase de démarrage (parcours porté par Groupe One et par Crédal). Des formations théoriques et pratiques ont été développées, complétées par un coaching individualisé. 160 personnes ont été accompagnées.

La stratégie a voulu initier des actions en matière de formation des futurs chefs à l'alimentation durable. Le CIRIHA, Centre d'Information et de Recherche sur les Intolérances et l'Hygiène Alimentaires, a été soutenu, au départ dans le cadre de l'alliance emploi environnement (en 2014) puis dans le cadre de la stratégie Good Food, pour développer le projet intitulé « Module de base en alimentation durable (AD) - Mise en place de formations à l'attention du personnel enseignant et des formateurs ». Plusieurs formations se sont déroulées en 2016.

En 2017 une étude des programmes de formations des métiers de bouches et des métiers sociaux pour identifier les pistes d'actions concrètes à mettre en œuvre pour intégrer, former les travailleurs de demain aux principes de l'alimentation durable a été menée.

Cette étude a abouti à un état des lieux du paysage de l'enseignement techniques et professionnel mettant en évidence les contraintes et les opportunités<sup>85</sup>. Il s'agit d'une première étape de débroussaillage qui devra être poursuivi. La poursuite est prévue, à partir de fin 2020, dans le cadre du projet CLEF.

Fin 2020, le projet CLEF (Coordination des Liens et des Échanges entre acteurs de Formations de l'Alimentation Durable), vise à clarifier et faire évoluer l'offre de formations dans le secteur alimentaire en Région Bruxelles-Capitale :

- créer des ponts avec le secteur des formations classiques, pour que l'alimentation durable y trouve une place dans les apprentissages de base ;
- clarifier l'offre de formations et d'accompagnements dans le secteur de l'AD en Région bruxelloise
- Le projet veillera à créer des ponts, à articuler et à faire évoluer 2 univers :
  - La formation dans les filières classiques (certifiantes).
  - La formation dans les filières dites «alternatives (déjà liées à l'Alimentation durable).

Il se concentrera en priorité sur les catégories déjà ciblées par les formations existantes : les personnes déjà employées dans le secteur (cuisiniers, ouvriers, employés) et les demandeurs d'emploi.

## La demande

La stratégie prévoyait de former, outiller et soutenir des acteurs relais des publics citoyens dans leur diversité sociale et culturelle (actuels ou futurs relais).

Les futurs relais sont ceux actuellement en cours d'étude amenant à des métiers où ils sont en contact avec la population, dans le domaine de la consommation et de la santé (travailleurs sociaux, infirmières, enseignants, ...). Rien n'a été entrepris à ce sujet.

Pour les acteurs relais en place (travaillant déjà avec leur public spécifique et en particulier les groupes multiculturels et vulnérables), plusieurs formations pilotes de formats différents ont été menées.

En 2016 : ateliers cuisine pour groupe cible précarisé, 12 organisations accompagnées.

---

<sup>85</sup> <https://goodfood.brussels/fr/contributions/etude-de-faisabilite-integration-des-principes-de-l'alimentation-durable-dans-les>

En 2017 : formation Good Food pour les acteurs sociaux et culturels professionnels : « Comment développer des animations sur l'alimentation durable avec ses publics ? » : 36 personnes ont été formées. L'évaluation post-formation montre que :

- 70% des participants se sont sentis compétents et équipés pour mettre en place des animations autour de l'alimentation durable pour leur public cible ;
- pour 86% des participants, le programme a également entraîné des changements de comportement personnels, à la maison ou au travail.

Après cette phase, le programme est proposé en 2018/2019 sous la forme de différents modules parmi lesquels des modules choisis à la carte. Ces formations furent incluses dans le service du facilitateur relais Good Food, à titre pilote également (voir « au quotidien »). Une centaine de participants ont été formés à un ou plusieurs modules.

Le principal constat relève que les services du Facilitateur (l'accompagnement, l'offre de formation, ...) doivent être modulables et adaptables au cas par cas, les besoins et attentes du secteur associatif sont très différents. Le projet a été suspendu depuis mi-2019.

Au total, près de 150 acteurs relais formés.

### Formation transversale

Penser et favoriser les systèmes alimentaires de demain, c'est aussi susciter des nouvelles vocations pour travailler dans ces systèmes alimentaires de demain et accompagner ceux qui veulent se lancer.

Ainsi, la stratégie prévoyait de poursuivre la **formation aux métiers de base en alimentation** (depuis la formation a été réintitulée "Découverte du secteur professionnel de l'Alimentation Durable" préalable de base aux différents parcours d'accompagnement à l'AD" lancée par RdC dans le cadre de l'alliance emploi-environnement de 2014. De nouvelles formations ont donc été soutenues. 8 cycles de formations dispensés entre 2015 et 2020. Plus de 130 personnes ont été formées, avec un taux de remise à l'emploi de 85%. Par ailleurs, il y a eu également 90 bénévoles et stages dans plus de 60 structures.

Par ailleurs, dans le cadre du projet CLEF (Coordination, Liens et Échanges entre les Formations liées à l'Alimentation Durable en Région bruxelloise) de 2018/2019, un listing des acteurs de la formation et accompagnement en Alimentation Durable à Bruxelles a été établi par l'asbl RdC.

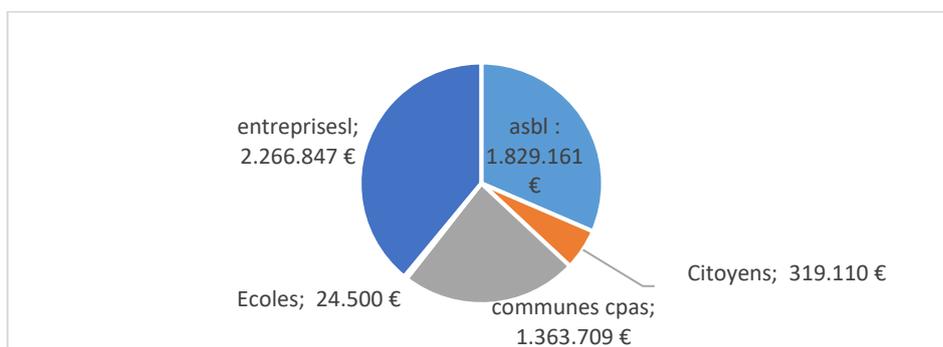
### **6.2.2. Richesse et variété des appels à projets**

La stratégie prévoit au niveau de plusieurs axes<sup>86</sup> d'utiliser l'outil « Appel à Projets » pour plusieurs objectifs : stimuler l'innovation (sociale et technique), inscrire dans les projets existants un soutien à la réplication de projets ayant montré leur efficacité et pertinence, coopération entre compétences, inciter et accompagner les projets collectifs citoyens, faciliter les projets de production professionnels et le soutien à des projets spécifiques de mise en œuvre de la stratégie (1 seul cité : les marchés).

---

<sup>86</sup> Surtout prescriptions 95, 98 (axe 6), mais aussi 2& 21 (axe 1), 41 (axe 2), 60 (axe 3), 107 (axe 7)

Les AAP représentent un budget de 5,8M sur 5 ans, soit 70% des subsides totaux. Ceci représente en gros sur 300 projets : 50 entreprises, 50 communes & CPAS, 100 associations, 100 collectifs citoyens soutenus, pour les montants suivants :



Les résultats des appels<sup>87</sup> sont variés : ceux pour les collectifs de citoyens sont présentés au point 4.1.3. ; les résultats des appels Be-Circular dans les parties distribution et transformation ; les résultats de l'appel agriculture professionnels dans la partie production. Ceux relatifs aux AAP communes & CPAS et associations sont repris ci-dessous car très transversaux.

En terme d'évaluation de l'outil « Appel à Projets » et de la façon dont il répond aux objectifs précités de la stratégie il y a des forces et des faiblesses<sup>88</sup>. Parmi les forces, le fait d'avoir pu faire émerger, en période de démarrage de stratégie, des projets dits innovants, puis d'en avoir soutenu la réplication/la dissémination quand c'était pertinent, d'avoir permis de toucher des publics plus difficiles à toucher habituellement. Parmi les faiblesses, la précarité que cet outil engendre (notamment au niveau associatif), les limites de la répliquabilité (adaptation nécessaire), le manque de valorisation, la dispersion des moyens, ... La façon d'utiliser cet outil, maintenant la phase de lancement passée, est à bien réfléchir pour la suite, notamment en lien avec les besoins des acteurs (financier ? accompagnement ? récurrence d'un soutien ?...). On peut aussi souligner un décalage entre besoins et réalités budgétaires : par exemple, l'appel associations de 2016 a rassemblé une centaine de demandes de financement, pour une enveloppe budgétaire permettant de soutenir une trentaine de projets.

#### AAP communes et CPAS

L'appel à projets à destination des pouvoirs locaux bruxellois propose des objectifs liés à l'alimentation durable depuis 2013 (Alliance Emploi-Environnement).

Dès 2015, ces objectifs ont été directement liés aux axes de la stratégie régionale Good Food. Les communes bruxelloises ont rapidement marqué leur intérêt pour la mise en place de projets en alimentation durable.

En 2020, l'appel à projet en question est rebaptisé « AAP Actions Climat » et est relié aux Plans Actions Climats communaux.

Ces projets ont tout d'abord porté sur des actions de sensibilisation et de formation des habitants (cours de cuisine, ateliers maraîchage, mais malheureusement trop souvent one shot), puis de création d'espaces de production, projets plus structurels (potagers).

<sup>87</sup> Voir liste des projets par appels en annexe II

<sup>88</sup> Voir [PV du GT évaluation](#) du 18/09/2020

Les CPAS ont suivi, moins nombreux, car leur objectif prioritaire reste l'aide d'urgence et ils ne disposent souvent que de peu de ressources pour lancer des projets de fond.

Toutefois, des actions en faveur des usagers ont été développées, touchant principalement à l'aide alimentaire, via la création d'épiceries sociales offrant des produits répondant aux critères Good Food (plus de produits frais, locaux, de saison, offre de produits en vrac, sensibilisation à une alimentation plus saine, ...), la redistribution des invendus de la distribution classique vers les plus nécessiteux. Ces projets incluent souvent un volet d'insertion socioprofessionnelle, via des emplois dans les épiceries ou les potagers par exemple.

Plus récemment, on a pu voir des projets d'aménagements des jardins productifs dans les maisons de repos, ouverts sur le quartier et proposant ainsi des activités de sensibilisation et d'intégration intergénérationnelles avec les riverains et les écoles du quartier.

Résultat :

- En 5 ans, 17 des 19 communes et 9 des 19 CPAS sont actifs en alimentation durable, développement des projets, ...
- En 5 ans, les communes et CPAS ont mené 47 projets en matière d'alimentation<sup>89</sup>

#### AAP Associations

Trois appels à projets ont été organisés spécifiquement à destination des associations bruxelloises. Dès le premier appel en 2017, les associations ont répondu massivement (98 dossiers reçus, 33 projets soutenus). Les projets associatifs sont très différents les uns des autres, de par leur forme, mais aussi par leur fond (public, portée, impacts, moyens,...). Les projets soutenus portent de manière générale sur des actions de sensibilisation et de formation des citoyens (cours de cuisine, ateliers maraîchage, ateliers de sensibilisation et de découverte à l'alimentation durable), de création d'espaces de production (potagers, aquaponie, sensibilisation) et d'initiatives en lien avec la récupération d'invendus alimentaires.

En 2018, l'appel s'est spécifiquement concentré sur la lutte contre le gaspillage alimentaire (48 dossiers reçus, 8 projets soutenus) et en 2019 l'appel ambitionnait de répondre à un objectif d'innovation et de répliquabilité (8 projets soutenus). Les appels à projets ont évolué au fur et à mesure avec l'objectif de rationaliser le nombre de projets soutenus et de choisir les projets ayant soit le plus grand impact, présentant une perspective de répliquabilité ou étant innovants tout en répondant à un objectif concret de la stratégie. On retrouve ainsi, dans le cadre du dernier appel, un projet pilote tel que la mise en place d'une cantine collective étudiante, le développement du réseau de cuisines de quartier et des projets plus transversaux.

Au total via les appels, en 5 ans, la stratégie aura soutenu 49 projets d'associations sur la Région<sup>90</sup>. Au-delà des appels, plusieurs associations ont bénéficié d'un subside sur base d'une demande de subvention ponctuelle ou pour réaliser des missions de base (associations d'appui à la stratégie Good Food).

---

<sup>89</sup> Les projets soutenus sont présentés en annexe II

<sup>90</sup> Les projets soutenus sont présentés en annexe II

### 6.2.3. Les emplois créés

La stratégie a permis de créer directement, via les projets soutenus et les formations proposées, un certain nombre d'emplois : **plus de 260 emplois créés en 5 ans.**

Ils se répartissent comme suit :

- Dans le secteur de l'agriculture urbaine professionnelle, on comptabilisait l'équivalent d'environ 65 équivalents temps plein en 2018, chiffre qui s'élève en 2020 à environ 80 ETP<sup>91</sup>. Ces chiffres doivent être mis en contraste avec la trentaine d'agriculteurs conventionnels qui mobilisent, eux, près de 230 hectares à Bruxelles. Ce constat met l'accent sur le potentiel d'emploi que représente l'agriculture urbaine professionnelle, en apportant un point d'attention toutefois à creuser la qualité et la durabilité de cet emploi. Il ressort d'une étude<sup>92</sup> menée en 2018, qui a approché la perception des porteurs de projets quant à la qualité et la durabilité de leur emploi via la qualification de 9 critères, que les critères dépendant de paramètres extérieurs au projet – comme les revenus et bénéfices sociaux, sécurité du travail et les compétences et formations disponibles – retiennent les scores les moins bons.

Le référentiel de durabilité établi par le FAU et qui est en phase de finalisation par LAGUM a pour objectif de pouvoir permettre aux agriculteurs de faire le point sur les différents aspects de durabilité de leur activité ; durabilité économique, sociale et environnementale. L'utilisation de ce référentiel permettra notamment d'avoir une meilleure vision de l'état de durabilité des emplois créés dans l'agriculture professionnelle bruxelloise.

Certains subsides octroyés via les appels à projets (AAP) Good Food à destination des agriculteurs urbains professionnels sont (en partie) destinés à des frais de personnel (approximativement 1/3 des demandes de subside incluaient des frais de personnels en 2018 et 2019). Cependant, l'AAP constitue une aide de lancement aux nouveaux projets, et une des conditions d'octroi de ces subsides est que le porteur de projet présente un plan financier qui prévoit une autonomisation financière à terme. La rémunération des travailleurs fait partie de ce plan financier et vise ainsi une durabilité économique via la pérennisation financière de ces emplois indépendamment des subsides disponibles.

- Le parcours entrepreneurs aurait permis la création de 96 emplois via 44 projets.
- La formation aux métiers de base a permis la mise à l'emploi dans le secteur alimentaire de 54,4 ETP (dans l'HORECA, l'éducation, la distribution, la transformation, la logistique), et ceci sur base d'une enquête réalisée, pour les premières formations, 4 ans plus tard.

---

<sup>91</sup> Il est à noter que les projets d'agriculture urbaine professionnels mixtes dont les objectifs principaux ne sont pas la production mais plutôt la formation, la sensibilisation, le service aux entreprises, etc... (ex : Skyfarm, Aquaponie Bruxelles, YA+CA, Vestaculture) ainsi que les projets d'apiculture ne sont pas repris dans ce chiffre. Il faut noter également que la part des 80 emplois en AU professionnelle qui a été directement créée grâce à la stratégie Good Food est difficilement évaluable.

<sup>92</sup> « Evaluation de la production agricole primaire professionnelle en Région de Bruxelles Capitale », Laboratoire d'agroécologie, Université Libre de Bruxelles, 2018.

- Quelques 33 emplois sont également créés suite au soutien aux projets à vocation commerciale de l'appel à projet annuel « Be Circular »

Année de l'appel Be.circular	Nombre de projet soutenus	ETP créés ds la 1 <sup>ère</sup> année	ETP en 2020
2016	6	7.5	16
2017	6	7.3	9.8
2018	2	5.5	7.5
2019	4	En cours	En cours
Total	18	20.3	33.3

Il est trop tôt pour avoir une image de la durabilité de ces emplois dans le temps, et ce n'est pas non plus facile à obtenir, mais il ne s'agit à priori pas d'emplois subsidiés

## 7. Assurer la gouvernance de la mise en œuvre de la stratégie

### 7.1. La communauté Good Food

La stratégie prévoit que le pilotage de la mise en œuvre soit assuré par Bruxelles Environnement (BE) et la cellule de l'agriculture au sein de BEE- SPRB. Diverses instances sont prévues à cet effet. Différents moyens (humains, financiers) également.

Elle prévoit également la mise en œuvre concrète de prescriptions par d'autres acteurs, sans précisions à ce sujet, mais en spécifiant qu'il fallait mettre en place une répartition claire des rôles entre la Région, pouvoirs locaux et associations (sans spécifier d'autres acteurs).

Au-delà du pilotage, il s'agissait de favoriser la participation dans le suivi et l'évaluation de la stratégie, afin de poursuivre la dynamique participative de la construction de la stratégie. Une structure prévue à cette fin est le conseil consultatif, devenu conseil participatif suite au bilan mi-parcours, structure ayant un rôle d'échange, de co-construction et d'avis.

Parmi les activités inhérentes à la coordination de la stratégie, il y a l'évaluation. Le bilan à mi-parcours a été l'occasion d'accélérer la mise en place d'un dispositif d'évaluation.

### 7.2. Pilotage et moyens

La mise en œuvre de la stratégie est donc réalisée par BE et BEE, qui assurent pour cette première période de mise en œuvre un portage fortement centré sur les administrations.

Un comité de pilotage permet la transversalité entre les porteurs de la stratégie.

Le budget prévisionnel indicatif sur 5 ans de la stratégie prévoyait un budget annuel variant entre 2,4M et 2,9M, ce qui a été respecté (Nb : dans le tableau ci-dessous, les subsides suite à un agrément 2016/2020 ont été intégrés dans le budget 2016). Les planifications par axes par contre n'ont pas été suivies telles quelles (notamment compte tenu de la budgétisation annuelle d'AAP transversaux).

Les engagements ont démarré fin 2015 en ce qui concerne de nombreux subsides mis en œuvre en 2016.

Le tableau suivant reprend les budgets des missions directement issues de la stratégie, chez BE (DIV Ville Durable et DIV EV) et chez BEE.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
Subsides BE	1.133.000	2.132.000	1.283.000	750.000	970.000	1.051.000	7.319.000
Subides BEE	99.000	184.000	193.000	234.000	292.000	400.000	1.402.000
Marchés BE	/	1.320.000	1.235.000	1.445.000	1.154.000	994.000	6.148.000
Marchés BEE	/	/	81.000	124.000	176.000	198.000	579.000
<b>TOTAL</b>	1.232.000	3.636.000	2.792.000	2.553.000	2.592.000	2.643.000	<b>15.448.000€</b>

D'autres budgets ont indirectement contribué à la stratégie (une partie du budget d'Innoviris, des fonds européens) :

Source financement	Missions	Total 2016-2020
FEDER	Boeren Bruxsel Paysan	5,86M€ (->2021)
EU/BEE schoolscheme	programme Fruits et légumes à l'école	1,9M€
Innoviris	co-create : 11 projets en matière d'alimentation <sup>93</sup> :	7,8M€
<b>TOTAL</b>		<b>15,5M</b>

Les ressources humaines affectées à la stratégie ont varié au cours du temps. BEE n'a bénéficié d'aucun personnel spécifique sur la stratégie avant 2017 par exemple.

Les moyens humains 2020 sont les suivants :

Entité	Missions Good Food	Equivalent temps plein
BE Dpt consommation durable, Division ville durable	La coordination générale de la stratégie Good Food et la mise en œuvre de la majorité des actions en ce compris les aspects de gestion administrative et de communication	4,6 ETP
BE Service agriculture urbaine, Division Espaces Verts	Agriculture urbaine pro et citoyenne dans les espaces verts et coordination du projet FEDER Boeren Bruxsel Paysan.	4,3 ETP +0,8 ETP sur BBP
SPRB, BEE, Cellule Agriculture	met en œuvre toutes les mesures de l'action 1 de l'axe 1 (14) ainsi que quelques mesures axe 2, 4 et 7.	3,8 ETP + 4 ETP schoolscheme
<b>TOTAL</b>		<b>12,7 ETP</b> (hors financement projets externes)

Les 12,7ETP représentent des moyens limités au regard des ambitions de la stratégie, mais aussi au regard des modèles d'intervention déployés (portage très fort centré sur les administrations). Une suite de la stratégie devra donc, considérant l'hypothèse de moyens humains constants, d'un côté responsabiliser d'autres acteurs sur des actions (permettre à d'autres acteurs de porter des actions, notamment dans leur champ de compétence et de budget), et d'un autre côté sérieusement prioriser les actions ce qui n'a pas été fait initialement.

<sup>93</sup> Les 11 projets sont : cosy-food, SOLEMPRIM, Centre d'appui, FALCOOP, CHOUD'BRUXELLES, SPIN, ULTRA TREE, SAULE, Valuebugs, ARBRES, CEDESOL

### **Efficiencia transversal de la estrategia<sup>94</sup>**

L'efficiencia debe permitir la puesta en relación de las realizaciones y resultados con los recursos movilizados.

Al comparar el cuadro presupuestario inicial y los consumos efectivos, se constata que los recursos inicialmente previstos se han comprometido bien, e incluso un poco más allá ya que el total efectivo es finalmente superior en 1,2 millones de euros, con un efecto claro de arranque de la estrategia en los años 2015/2016. Se puede positivamente resaltar esta realidad, ya que llega regularmente que los recursos previstos a nivel de una estrategia pública no se pongan en marcha de manera efectiva. Esta realidad resalta también el encuentro de necesidades de los actores del terreno, especialmente en el marco de las respuestas a las convocatorias de proyectos donde el conjunto de recursos se han podido asignar.

Más del 87%<sup>95</sup> de las prescripciones se han realizado o están en curso de realización. Si los recursos presupuestarios se han comprometido bien, esto ha efectivamente conducido a la puesta en marcha de las prescripciones.

NB : no existe un cuadro de bord presupuestario propio de la estrategia (existen cuadros presupuestarios por unidad administrativa). Esta situación es especialmente a tener en relación con la gestión compartida por varias administraciones que tienen modalidades de gestión presupuestaria propias.

Cuando se considera el desafío presupuestario, podemos establecer un ratio teórico medio de un ETP para gestionar 1,2 millones de euros en 5 años. Si este ratio podría parecerse débil en otros tipos de proyectos (seguimiento de trabajos públicos especialmente), se debe resaltar aquí la intensidad de pilotaje que la puesta en marcha de las prescripciones de la estrategia requiere. Más allá de la gestión de las subvenciones otorgadas y de la atribución de los mercados, es importante, en efecto, disponer de los recursos necesarios para la supervisión de las modalidades efectivas de puesta en marcha de las acciones y recursos. Esto requiere disponer a la vez de agentes administrativos para la gestión de las subvenciones/mercados públicos, de agentes que puedan ir al terreno para evaluar la coherencia de las acciones puestas en marcha y de agentes con capacidad de tomar el receso necesario para explotar el conjunto de los datos producidos, de producir conocimiento para mejorar la estrategia y su puesta en marcha.

Que se trate de la gestión de las convocatorias de proyectos ; de las externalizaciones ; del pilotaje global de la puesta en marcha, de la gobernanza y de la evaluación, la eficiencia es en parte garantida por la capacidad de los pilotos de disponer del tiempo necesario para realizar este trabajo. El hecho de que los agentes no dispongan de mucho/poco tiempo para ir al terreno en contacto con los actores parece ser problemático.

En lo que respecta al pilotaje, el estudio de la performance de la estrategia<sup>96</sup> resalta que, globalmente, las realizaciones en relación con los recursos movilizados pueden ser objeto de una evaluación positiva. En lo que respecta a los recursos, los actores del terreno resaltan un hecho de falta de tiempo en general de la parte de BE/BEE

<sup>94</sup> Estudio de la performance de la estrategia Good Food 2016-2020, COMASE, diciembre 2020

<sup>95</sup> Este número no tiene en cuenta las 9 prescripciones añadidas al inicio de 2019 a raíz de la evaluación a mitad de camino y que no se han podido poner en marcha para la mayoría.

<sup>96</sup> Estudio de la performance de la estrategia Good Food 2016-2020, COMASE, diciembre 2020

En ce qui concerne l'évaluation, cette étude souligne les difficultés causées par le manque de formalisation initiale des indicateurs, qu'il s'agisse des indicateurs de réalisation, de résultats ou d'impacts (des études baseline ont en effet été réalisées en cours de mise en œuvre de la stratégie). Mais elle salue la présence d'objectifs chiffrés (par exemple par rapport à la stratégie de Gand, qui ne propose que des objectifs qualitatifs). Au-delà du problème de cadrage initial, l'étude évalue de façon très positive le travail réalisé sur le plan de l'évaluation comparativement à d'autres évaluations de politiques publiques (ce qui a permis une évaluation poussée à mi-parcours). Par ailleurs, elle souligne aussi le manque d'un outil pour disposer d'une vue d'ensemble du suivi de la stratégie.

Le suivi de la stratégie concerne la capacité à tenir compte des évaluations pour faire évoluer la stratégie. La proposition de révision (minimaliste) à mi-parcours (prescription, objectifs) répond à ceci, même si après le temps de mise en œuvre des nouvelles prescriptions et objectifs a été trop courte. Pour la suite de la stratégie, la question du portage le plus efficient pour atteindre les objectifs ambitieux devra être posée.

### **7.3. Une volonté forte de gouvernance partagée et un processus collaboratif**

Le chapitre « Gouvernance » de la stratégie Good Food prévoit de favoriser la participation dans le suivi et l'évaluation de la stratégie, afin de poursuivre la dynamique participative de la construction de la stratégie. Initialement, la structure prévue à cette fin était le conseil consultatif, structure ayant un rôle d'avis. Suite à l'évaluation à mi-parcours, et suite à un processus de co-construction, ce conseil a évolué en un conseil participatif, associé à des groupes de travail ouverts à tous, inauguré fin 2019 seulement.

L'évolution entre les 2 conseils concerne l'ampleur du groupe (conseil plus réduit), sa représentativité (uniquement des fédérations ou réseaux), et son rôle (avis officiel que le Ministre doit justifier s'il ne suit pas).

Ce conseil a pour mission :

- Rendre des avis pour le/les ministres & le Gouvernement, afin de soutenir des idées/propositions, pour souligner des manquements/problèmes, sur l'évaluation et la révision de la stratégie, ... .
- Rendre opérationnelle la mise en œuvre de la stratégie, y compris dans le portage et le partenariat.
- Permettre l'échange d'information entre les administrations et les acteurs, et entre les acteurs entre eux.
- Le conseil et des commissions/GT se sont fortement impliqués dans la co-construction de l'évaluation & révision à mi-parcours, ainsi que, en 2020, dans l'évaluation finale de la stratégie.

Le conseil est « représentatif » mais restreint à maximum 18 organismes membres. Il y a un équilibre entre des acteurs dit « traditionnels de la chaîne alimentaire (comme FEVIA ou COMEOS) et des acteurs dits « émergents » (comme AIA). Ce conseil est également élargit aux acteurs de la santé et du social. Vu ce groupe restreint, ce sont les GT qui permettent d'élargir la participation, notamment au monde de la recherche.

Quelques GT ouverts ont été lancés, mais moins qu'envisagé au départ compte tenu du contexte covid. En 2020, les travaux se sont portés essentiellement sur l'évaluation de la stratégie (GT évaluation) ainsi que sur un démarrage de réflexions pour la suite (GT circuits courts, GT comportement).

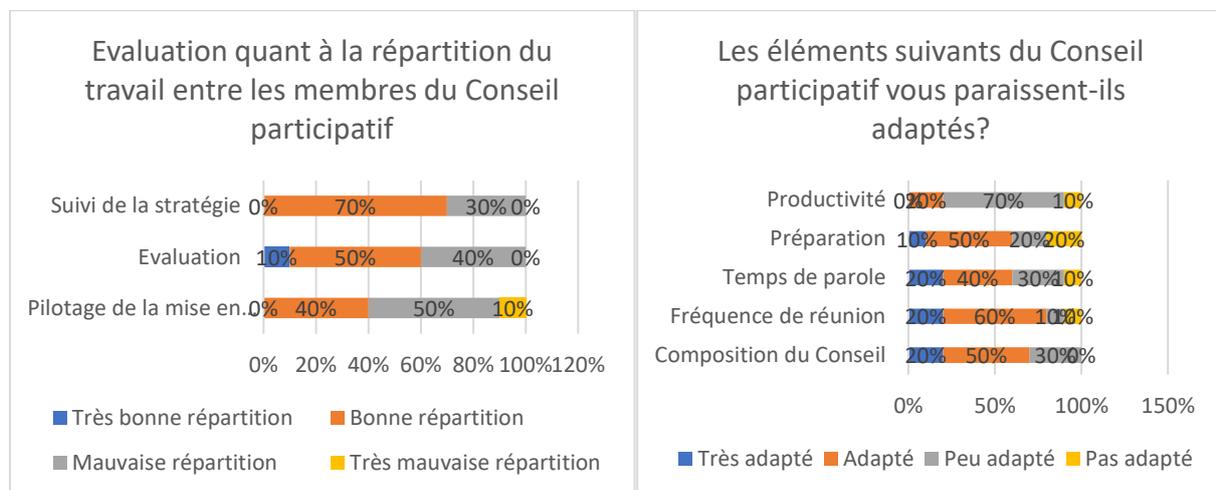
L'information relative aux travaux du conseil et des GT est présente, en toute transparence, sur le portail Web<sup>97</sup> Good Food. En termes d'évaluation des commissions/groupes de travail par les membres du Conseil, on notera que tout de même 44% des répondants estiment que leur apport est faible<sup>98</sup>.

Ce processus de planification publique intégrant avec un haut niveau d'ambition la consultation, la concertation, la coordination, la discussion avec de nombreux partenaires est très intensif en moyens et a donc des faiblesses :

- Le coût/efficacité, tant au niveau administrations qu'au niveau des participants est relativement important.
- Une faiblesse persistante est le bilinguisme de processus participatif.
- Une autre est le temps/les moyens à disposition des membres du conseil, notamment les membres associatifs.

En particulier par rapport au processus d'évaluation, plusieurs membres du GT et du conseil ont souligné le temps et l'investissement important que nécessiterait une analyse en profondeur des données pour l'évaluation, et donc des moyens non disponibles.

Une enquête a été effectuée auprès des membres du conseil et montre également les limites actuelles du fonctionnement et la marge d'amélioration<sup>99</sup>, et notamment la question de la répartition dans le pilotage de la stratégie. Si l'approche développée au niveau du conseil participatif Good Food est relativement cohérente, il convient à l'avenir de pouvoir répondre à certaines frustrations quant à une appropriation plus forte de la stratégie et de sa gouvernance par d'autres parties prenantes que par les seules administrations en charge de son pilotage. Il convient également d'améliorer la productivité des travaux.



<sup>97</sup> <https://goodfood.brussels/fr/content/conseil-participatif-good-food>

<sup>98</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020, COMASE, décembre 2020

<sup>99</sup> Satisfaction répartition du travail au sein du Conseil participatif – Enquête auprès des membres du Conseil participatif – Décembre 2020, in Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020, COMASE, décembre 2020

La même enquête montre que toutes les dimensions de la durabilité ne sont pas intégrées de façon équivalente au conseil :

- 80% estiment que l'impact environnemental est (très) intégré au travail du Conseil
- 70% estiment que le thème du développement économique est (très) intégré au travail du Conseil
- 56% estiment que la mixité sociale est peu/pas intégrée au travail du Conseil
- 60% indiquent que le thème de la promotion de la santé est (très) intégré au travail du Conseil
- 50% estiment que la thématique des inégalités sociales est peu/pas intégrée
- 89% estiment que la question de la diversité culturelle est peu/pas intégrée au travail du Conseil

#### 7.4. Des partenaires pour plus de Good Food

Au-delà d'avoir une répartition claire des rôles des différents acteurs, il s'agissait de mettre en place le principe de subsidiarité : la recherche du niveau pertinent auquel doit être conçue une action publique. Qui est le mieux placé pour faire quoi, comment ? Les accords sectoriels et soutien aux acteurs de terrain y répondent. Les réseaux d'acteurs permettent quant à eux l'échange et la collaboration pour plus d'efficacité.

##### Accords sectoriels

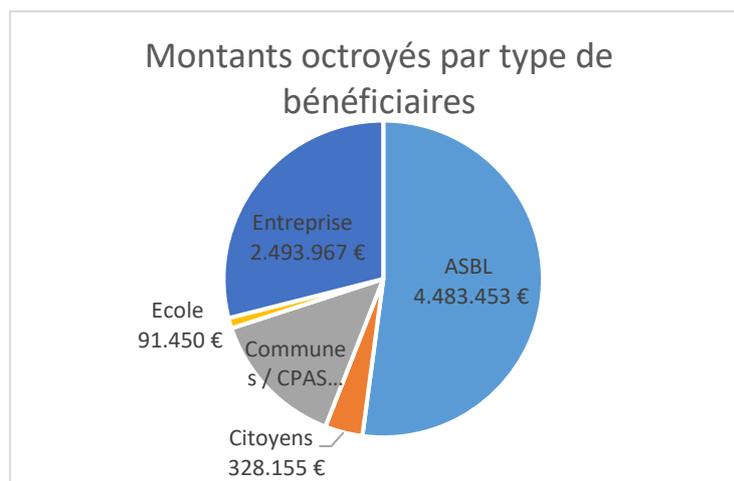
Pour soutenir la transition vers une offre alimentaire plus durable et inciter les supermarchés à aller plus loin dans leurs démarches et obtenir des chiffres, une déclaration d'engagement du secteur du commerce alimentaire signée par COMEOS, UCM, APSIA et UNIZO d'une part et d'autre part la Ministre de l'environnement de la Région de Bruxelles Capitale a été signée le 9 mai 2018.

Bien qu'un autre accord avec la FEVIA ait été discuté, il n'a pas vu le jour à ce stade.

##### Soutien aux acteurs de terrain

La stratégie se base sur les acteurs de terrain, qui sont soutenus, formés, outillés.

En matière de soutien, budget global des subsides GF 2016/2020 à BE et BEE est de 8.6M €, pour près de 400 subsides.



## Réseaux

La collaboration entre acteurs de la chaîne étant essentielle, la stratégie soutien chaque année le **Rabad**<sup>100</sup>, Réseau des Acteurs Bruxellois pour l'Alimentation Durable, qui a pour but de promouvoir l'alimentation durable auprès des professionnels du secteur en Région bruxelloise (associations, ONG, commerces, ...). Son objectif est de diffuser au sein du réseau l'information relative aux différents aspects de l'alimentation durable et d'aider ses membres à intégrer ces aspects dans leur travail. Le réseau compte aujourd'hui 80 membres.

En 2020, la stratégie soutien également le mouvement **AIA** (Agoecology in action) et met en place l'idée d'une fédération des producteurs professionnels.

D'autres réseaux plus spécifiques à des publics cibles existent :

BE et **Brulocalis** animent le réseau des pouvoirs locaux durables, avec des rencontres d'échanges d'expériences, des visites de découverte de projets et des groupes de travail thématiques. Les informations et bonnes pratiques sont régulièrement partagées entre les agents des différentes communes (cahiers de charges, contacts de prestataires, trucs et astuces). Brulocalis représente les pouvoirs locaux bruxellois lors des réunions du Conseil participatif Good food. Un mini compte-rendu des débats est publié dans la revue Trait d'Union depuis 2020.

La communauté bilingue **BUBBLE**<sup>101</sup>, une communauté d'enseignants éco-inspirants, offre aux écoles bruxelloises une opportunité de s'inspirer les uns les autres et de valoriser leur propre démarche. En septembre 2020, Bubble comptait 1203 membres (1048 francophones et 155 néerlandophones confondus).

Le réseau des projets citoyens Good Food<sup>102</sup> soutien et met en lien les porteurs de projets collectifs (potager, vergers, four à pain, ...). Le réseau des Maîtres-Maraîchers<sup>103</sup> fait de même pour les Maîtres-Maraîchers.

### **7.5. Plus de transversalité dans la mise en œuvre de la stratégie**

La compétence « alimentation » est une compétence transversale et dispersée entre différentes administrations et niveaux de pouvoirs. La stratégie Good Food a émergé à partir du constat qu' ¼ de l'impact environnemental d'un ménage bruxellois est lié au système alimentaire. Mais le constat est là: si la mise en œuvre de la stratégie a permis de lancer une dynamique positive, elle est restée centrée sur les compétences environnement et agriculture de façon trop cloisonnée sur quasiment les 5 années de sa mise en œuvre. Au sein de Bruxelles Environnement, tous les aspects environnementaux n'ont pas non plus été explicitement intégrés dans la stratégie. La question de la qualité des sols n'était pas abordée au départ et ne l'a été que très peu entre 2016 et 2020. C'est pourtant aussi un enjeu majeur. La question de l'eau également : son accès, pour le secteur des producteurs, est un enjeu de plus en plus criant aux regards des enjeux climatiques et d'indépendance alimentaire.

---

<sup>100</sup> <https://www.rabad.be/>

<sup>101</sup> <https://www.bubble.brussels/projets-decoles/>

<sup>102</sup> <https://goodfood.brussels/fr/acteurs/reseau-des-projets-citoyens-good-food-en-region-de-bruxelles-capitale>

<sup>103</sup> <https://goodfood.brussels/fr/acteurs/reseau-des-maitres-maraichers>

Au **niveau régional**, la stratégie prévoyait dès le départ une collaboration avec Innoviris (projets Co-create, gouvernance). Lors de la révision de la stratégie en 2018, la question du bien-être animal a été intégrée.

Suite à l'étude sur les freins urbanistiques et juridiques à la production, il y a eu implication des administrations compétentes à ce sujet (Citydev, Perspective). Good Food est aussi progressivement incluse dans les outils régionaux comme pour la révision du PRAS, les PPAS, les PAD.

Au niveau des **communautés**, en ce qui concerne l'éducation, au niveau francophone il existe un accord de coopération officiel entre la FWB, la RW et la RBC dont le nouveau programme de travail a été approuvé en novembre 2017 par les 3 gouvernements respectifs. Cet accord offre un cadre de collaboration au niveau pédagogique et de gestion. Dans le cadre de cet accord, un groupe de travail alimentation a été mis en place en 2018 avec pour objectif d'intégrer la Good Food dans les appels à projets et les outils d'aide, dans les cahiers spéciaux des charges de repas pour les écoles fondamentales... Un groupe de travail «institutionnel» pour les acteurs néerlandophones (enseignement néerlandophone à Bruxelles) a également été créé et s'est rassemblé pour la première fois début 2018, mais n'est pas très actif. Par ailleurs, des discussions sont en cours avec l'EFP (le centre de formation de métiers en alternance) pour créer une formation francophone en agriculture urbaine de type chef d'entreprise pour septembre 2021.

Le plan stratégique de promotion de la santé 2018/2022 du Gouvernement francophone bruxellois<sup>104</sup> prévoit au point 3 / priorité 1 / objectif thématique 1 de « collaborer à la stratégie « Good Food » afin d'y apporter une dimension « promotion de la santé » et de développer des synergies entre la dimension environnement et santé. Mais rien de concret n'a pour l'instant vu le jour au niveau collaboration. Au niveau bicommunautaire, plusieurs co-financements ont pu trouver place entre Bruxelles Environnement et la COCOM (notamment appel à projet pour les épiceries sociales). On peut aussi souligner que la FBPS a rejoint le conseil participatif en 2019.

Ce n'est qu'en 2020, suite à la mise en place du nouveau Gouvernement, qu'un décloisonnement plus ambitieux a pu démarrer avec l'intégration de Good Food dans la préparation du plan social santé intégré (Brussels Takes Care) et du plan économique Be in Transition (devenu SRTE, stratégie régionale de la transition économique). En effet, d'un côté la stratégie n'a clairement pas assez pris en compte la question de l'accès à l'alimentation pour un public précarisé. Et d'autre part elle a évolué loin des outils économiques. Ces 2 aspects sont clairement à renforcer pour la suite.

Au **niveau interrégional**, c'est surtout en matière de production et d'acheminement des productions locales vers le marché bruxellois que les collaborations sont essentielles. Une série de collaborations, participations à des projets interrégionaux, et projets régionaux ayant un impact pour les autres régions ont eu lieu durant ces quelques dernières années. On peut notamment citer : participation de BEE à deux groupes de travail permanents<sup>105</sup> entre les 3 administrations régionales et les 4 administrations régionales et fédérale ; participation au projet Brussel Lust, initié par « Steunpunt Korte Keten » ; subventionnement des projets « BruFerme » et « Linked Farm ».

---

<sup>104</sup> [https://feditobxl.be/site/wp-content/uploads/2018/09/Plan-strat%C3%A9gique-de-promotion-de-la-sant%C3%A9-2018-2022\\_0.pdf](https://feditobxl.be/site/wp-content/uploads/2018/09/Plan-strat%C3%A9gique-de-promotion-de-la-sant%C3%A9-2018-2022_0.pdf)

<sup>105</sup> Le Groupe de Travail Permanent de la Concertation Ministérielle Interrégionale (GTP-CMI), et le Groupe de Travail Permanent de la Conférence Interministérielle de Politique Agricole (GTP-CIPA).

BEE négocie avec les autres Régions et le pouvoir Fédéral les accords interrégionaux et interfédéraux concernant l'agriculture et la pêche afin de coordonner les différentes politiques.

BEE participe aux concertations interrégionales dans le cadre de la Conférence Interministérielle de la Politique agricole au niveau belge et aux différents groupes de travaux Ad Hoc. Deux groupes de travail permanents rassemblant respectivement les 3 administrations régionales et les 4 administrations régionales et fédérales se réunissent de manière régulière: le Groupe de Travail Permanent de la Concertation Ministérielle Interrégionale (GTP-CMI), et le Groupe de Travail Permanent de la Conférence Interministérielle de Politique Agricole (GTP-CIPA).

Au **niveau européen**, BE a participé à un projet européen sur le gaspillage alimentaire (Trifocal) et a été candidat (sans succès) dans 2 autres projets non retenus (Horizon 2020 sur l'agriculture urbaine et FeedtheCity sur l'approche par quartier). Par ailleurs, tant BE que BEE sont réactifs par rapport à la position Belge dans la stratégie européenne Farm to Fork en préparation.

BEE est responsable du suivi des réglementations et de la transposition des directives Européennes concernant la Politique Agricole Commune. Il s'agit d'un processus législatif continu pour faire approuver ces réglementations au Gouvernement.

### 7.6. Analyse SWOT de l'axe gouvernance de la stratégie<sup>106</sup>

<p><b>• Forces</b></p> <p>Effort très important afin de garantir l'approche participative et de réaliser les différentes prescriptions prévues.</p> <p>Tant par sa place dans la Stratégie que par une mise en œuvre effective importante : dimension d'évaluation est une force, ce même s'il a manqué de structuration sur certains plans en amont.</p> <p>Une évaluation in itinere a depuis lors permis de disposer d'énormément de données à exploiter à l'avenir.</p>	<p><b>▪ Faiblesses</b></p> <p>L'axe Gouvernance est un axe transversal de la stratégie. Dans la stratégie il est considéré comme un axe parmi d'autres alors qu'il doit permettre le pilotage et la supervision de la mise en œuvre de l'ensemble des axes.</p> <p>Absence d'outils cohérents et stables quant au pilotage opérationnel =&gt; difficulté, notamment pour les administrations en charge du pilotage, d'avoir dû travailler sans un tableau de bord alimenté de façon systématique sur toute la période.</p>
<p><b>▪ Opportunités</b></p> <p>Le travail réalisé a permis la mise en place d'un réseau d'acteurs qu'il convient de pérenniser et d'approfondir.</p> <p>Renforcer les équipes en charge du pilotage pour répondre à un sous-dimensionnement n'ayant pas permis des conditions sereines pour le pilotage de la stratégie; et renforcer la capacité des équipes à piloter les externalisations et à mieux articuler les différentes enquêtes/études (importance de garantir la stabilité dans le temps du monitoring des mêmes données en lien avec les mêmes indicateurs).</p>	<p><b>▪ Menaces</b></p> <p>Normal/opportun que des organes de gouvernance tels que le Conseil, définissent clairement leur mode de fonctionnement, mais une fois le débat clôturé (adoption d'un ROI notamment), de ne pas le rouvrir en permanence.</p> <p>Composition du Conseil : quid structuration du tissu de nouveaux acteurs, ou d'acteurs alternatifs, qui ne s'inscrivent pas dans des associations/fédérations existantes.</p> <p>Quid sur le manque de financement des acteurs associatifs pour y contribuer?</p>

<sup>106</sup> Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020, COMASE, décembre 2020

<p>Transition entre « approche consultative » et « approche véritablement participative » : modalités permettant une co-responsabilisation plus forte des parties prenantes autres que les administrations. (réflexion menée à Gand autour de la capacité pour le Conseil de détenir une véritable autorité budgétaire)</p> <p>Cohérence externe avec l'ensemble des plans et programmes en cours d'élaboration au niveau bruxellois : enjeu critique.</p>	<p>Veiller, au démarrage, à une répartition claire des rôles et responsabilités entre administrations (et autres parties prenantes) devant assurer le pilotage de la mise en œuvre, ce tant au niveau global, que prescription par prescription. =&gt; notion de pilote</p>
--	---