

Note de cadrage GT SRTE meets GF

GT 1 - Transition de tous les commerces alimentaires et Horeca bruxellois

Contexte de politiques publiques bruxellois

La stratégie Good Food a été adoptée par le gouvernement bruxellois fin 2015, pour une première période de programmation de 2016 à 2020 (mais avec certains objectifs à long terme fixés pour 2035). Elle a fait l'objet depuis lors d'une mise en œuvre concrète et d'une évaluation dont l'objectif fut 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.

2021 est consacré à la co-construction du prochain plan d'actions ancré dans une vision systémique, territoriale, métropolitaine, sociale, résiliente et décrochée. Vu les enjeux, elle privilégiera des actions pragmatiques.

Les ponts entre Good Food 2.0 et la future stratégie régionale de transition économique (SRTE) sont nombreux, car les objectifs de ses deux plans seront alignés et les actions seront complémentaires.

Éléments d'évaluation de la stratégie Good Food 1

Contexte de la distribution alimentaire :

La stratégie Good Food a travaillé à la transition de tous les modèles de commerces, tant la grande distribution que les petits acteurs, 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 a été signée entre la Région et Comeos, UCM, APSIA et UNIZO (2018). Cet accord concerne la valorisation 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 et comprend également des engagements concernant la lutte contre le gaspillage alimentaire (prévention à la source et valorisation des invendus). Cependant, les ambitions de cet accord ne sont pas à la hauteur des objectifs Good Food 2.0 qui se veulent plus élevés que ceux de la première stratégie.

Ces dernières années, Bruxelles a connu un boom de nouvelles entreprises (commerces, transformateurs, distributeurs...) proposant une offre plus locale, privilégiant les produits bio, des alternatives à la viande, s'adaptant aux saisons... On constate cependant que cette offre reste inégalement répartie sur la Région et que tous les Bruxellois n'y ont pas accès. Pour favoriser cette accessibilité à la Good Food, divers modèles de ventes ont été soutenus depuis 2016 que ce soient des épiceries sociales, un supermarché coopératif, de la vente directe en panier (GASAP, etc.)... Via le [bottin des commerces Good Food](#), un coup de projecteur a été mis sur l'offre bruxelloise pour orienter la demande vers les acteurs engagés dans la transition des systèmes alimentaires et stimuler les filières locales et durables. Le succès d'un événement speed-dating Good Food en 2020 démontre une volonté de leurs parts de se mettre en réseau et de renforcer les collaborations.

Contexte de la restauration Good Food

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 cantine. Fin 2020 on comptait donc 77 [restaurants labellisés Good Food](#). L'[évaluation](#) réalisée auprès des établissements labellisés démontre que les restaurateurs labellisés continuent à améliorer leur démarche (privilégier les produits locaux, de saison, bio, être attentif à l'équilibre de l'assiette, au gaspillage...) après obtention du label. 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. Une [étude](#) a permis de recueillir les constats suivants : 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. 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. Cependant plusieurs faiblesses ont été identifiées, notamment : 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 ; le manque de notoriété du label déforce son impact ; les restaurants labellisés ne sont pas représentatifs du secteur et 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.

Éléments de vision et objectifs pour la stratégie Good Food 2.0

Vision :

La Stratégie Good Food 2.0 visera un basculement tangible du système alimentaire. Il s'agit de **requalifier notre système alimentaire**, et toute l'économie y afférente, vers un modèle plus durable et résilient : un modèle alimentaire sain, respectueux de l'humain, relocalisé et saisonnier, régénérateur de biodiversité.

Elle s'ancrera dans une vision systémique, territoriale, métropolitaine, sociale, résiliente et décloisonnées. Vu les enjeux, elle privilégiera des actions pragmatiques.

Une vision systémique : GF2.0 développera une approche mettant en lien chaque maillon du système alimentaire. A l'échelle de la Région, la vision systémique permet de penser en termes de **filières** alimentaires locales.

Une vision territoriale : GF2.0 se déclinera selon les spécificités du territoire de la Région de Bruxelles capitale. Outre plus de partenariats avec les communes, **il s'agit de développer une approche par quartiers** qui tiendra compte des spécificités socio-économiques et culturelles de la zone et des besoins et envies de ses habitants, et ce pour le développement des agricultures urbaines, de l'offre Good Food dans des quartiers ou encore de « pôles alimentaires ».

Une vision métropolitaine : La DPR 2019-2024 met l'accent sur le développement d'une « ceinture alimentaire » bruxelloise. La SGF2.0 poursuivra l'objectif de relocalisation de l'alimentation bruxelloise et cette relocalisation ne pourra pas compter que sur son propre territoire. Elle s'envisagera en **retissant des liens** forts avec les producteurs des Régions wallonnes et flamandes, dans une **relation respectueuse** de réciprocité et d'équivalence (circuits courts, filières courtes).

Une vision résilience urbaine et préservation de l'environnement :

GF2.0 orientera ses politiques pour qu'elles répondent aux enjeux de la **lutte contre le changement climatique** et participent à la construction d'une ville résiliente. Dans cette optique, la Région soutiendra des **pratiques agroécologiques** qui préservent les terres agricoles, renforcent la qualité des sols, diversifient les cultures et favorisent l'autonomie énergétique et technique.

Par résilience, on entend également la résilience sanitaire, sociale, économique... L'alimentation constitue un axe valable du redéploiement de l'industrie urbaine ; l'AU est un outil formidable au service de la santé mentale, de l'éducation des jeunes ; la cuisine est facteur de liens sociaux, vectrice de culture et d'émancipation ; la relocalisation des filières stimule l'économie locale, crée des emplois, développe les savoirs faire et diminue la dépendance aux marchés internationaux etc !

Une vision décloisonnée : GF 2.0 visera à **propager** les enjeux d'un système alimentaire durable

dans les politiques d'aménagement du territoire, du social, de la santé, du logement, de la formation, de l'économie, de la mobilité, et même de la culture. Elle s'insérera à des degrés divers dans plusieurs plans régionaux : Brussels Takes Care, dans la stratégie régionale de transition économique, dans le Plan Industriel, dans les projets de la SLRB et de CityDev, et saisira les opportunités d'intégration qui se présentent à elle afin que la question de l'alimentation redevienne un enjeu dont les collectivités publiques se saisissent, et devienne un impondérable des politiques publiques.

Une vision sociale – santé : GF2.0 tiendra compte du fait que la population bruxelloise est

cosmopolite, aux revenus inégalitaires et compte un ménage sur trois à risque de pauvreté (encore exacerbé par la crise du COVID). GF 2.0 se voudra donc résolument **plus inclusive et sociale**, en développant son empreinte sociale. La stratégie s'attellera à garantir un prix juste aux agriculteurs urbains et visera à autonomiser ce secteur. En termes de santé, la SGF 2 continuera à promouvoir une nourriture de qualité et saine. Elle s'appuiera sur les recommandations des Plans Santé.

Une posture pragmatique : Compte tenu des engagements de la Déclaration de Politique

Générale et d'un contexte budgétaire étriqué, il a déjà été approuvé de concentrer les moyens publics et l'action des partenaires de la stratégie en priorité sur la transition du secteur de l'offre alimentaire et de la production urbaine. En effet, ces volets constituent des leviers efficaces de changement et le succès des projets y afférant se situe dans le champ de contrôle des pouvoirs publics

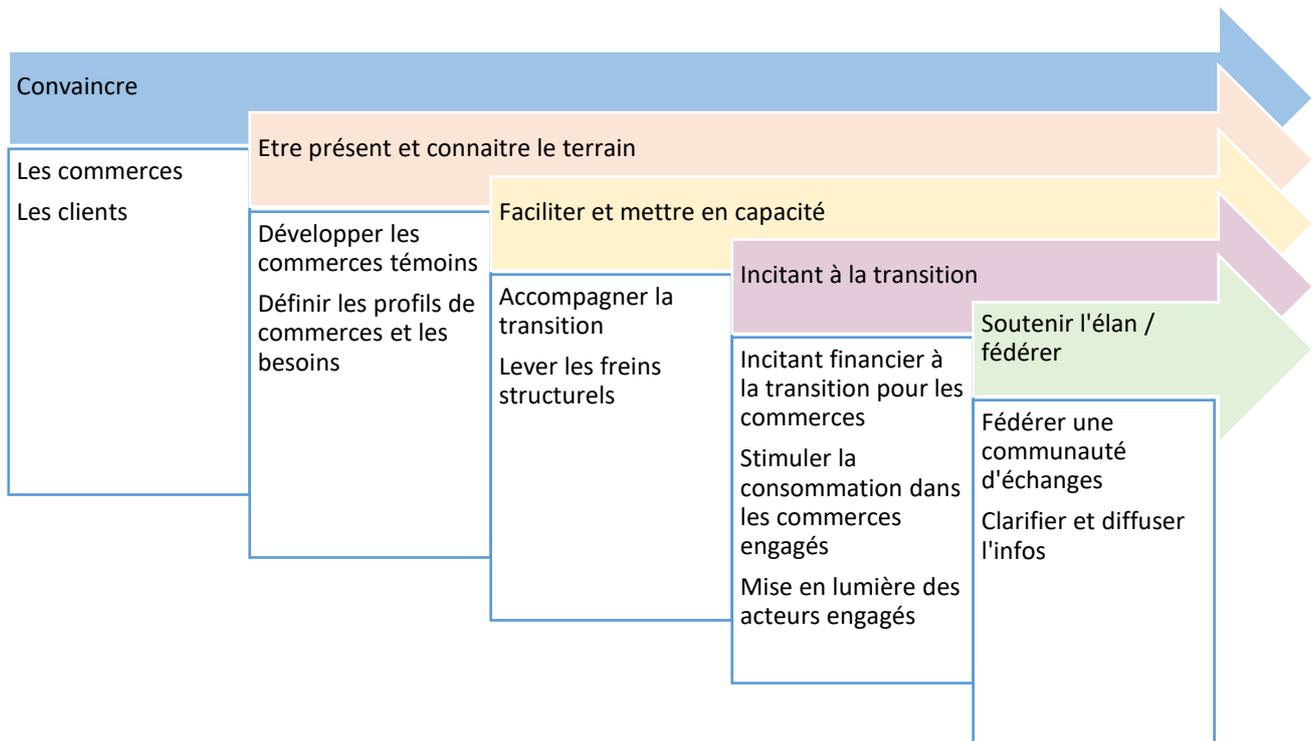
Objectifs :

- Toutes les zones de Bruxelles disposent d'un minimum de commerces Good Food accessibles (d'un point de vue géographique, économique et culturel)
- Il y a une diversité de modèles de points de vente permettant de répondre aux besoins des profils variés de consommateurs
- L'offre Good Food est visible pour les clients
- Ces commerces proposent une majorité de produits belges, bio, d'alternatives aux protéines animales...
- Ces commerces favorisent les modes d'approvisionnement garantissant un prix juste pour le producteur et un impact environnemental minimisé
- Les consommateurs ont accès à une information claire concernant une consommation à moindre impact

A quelle phase de transition des commerces/Horeca, les pouvoirs publics régionaux peuvent-ils agir, afin de faciliter et accélérer la mise en œuvre des pratiques soutenues ?

L'enjeu est aujourd'hui de toucher tous les commerces et pas uniquement les commerces innovants, les 'front runners'.

En tant que Pouvoir public, pour viser la transition de TOUS les commerces, on pourrait schématiser les phases de transition comme ceci :



Etats des lieux des actions mises en œuvre actuellement pour stimuler les commerces alimentaires à durabiliser leur offre :

On distingue ici 3 types de profils de commerces :

- A. Les convaincus / innovateurs
- B. Les commerces sensibilisés qui souhaitent mettre en place des pratiques
- C. Les commerces qui ne sont pas encore impliqués dans une démarche durable

NB : Chaque couleur de l'action correspond à la phase de transition reprise dans le schéma ci-dessus (bleu = convaincre ; rose = être présent et connaître le terrain ; ...)

Titre de l'action	Description - porteur	Cibles
Bottin des adresses Good Food	Référencement des acteurs qui s'engagent à respecter les critères Good Food liés à leur secteur Porteur : BE	A
Speed-dating de producteurs et transformation Good Food et des acheteurs bruxellois	Evènement annuel pour faire se rencontrer l'offre et la demande (restaurants, hôtels, cantines, organisateurs d'événements) professionnels. La première édition a permis 480 rendez-vous professionnels. Prochaine édition : 25/10/21 (organisé par Visit.brussels, hub.brussels et Bruxelles Environnement) Porteur : BE, hub.brussels et visit.brussels	A et B
Incubateur Kokotte	Un incubateur Horeca situé en plein cœur de notre capitale : espace avec loyer modéré + accompagnement Porteur : hub.brussels	B
Facilitateur filières Good Food	Service dont l'objectif est de faire se rencontrer l'offre de produits belges et durables et la demande professionnelles bruxelloises (cantines, commerces, restaurants, ...). Ce service se déclinera en plusieurs actions : accompagnement individuel, accompagnement collectif, helpdesk, workshop, communication.	A et B
Appel à projets Open Soon	Favoriser l'ouverture de nouveaux commerces, originaux, qualitatifs, mettant en place des pratiques durables (dont des pratiques Good Food) Porteur : BEE et hub.brussels	A
Appel à projet Local and Together	Soutien aux projets innovants : pour des quartiers commerçants collaboratifs et circulaires Porteur : BEE	A et B
Dispositif d'essaimage des supermarchés coopératifs	Programme d'accompagnement et soutien financier aux projets porteurs au niveau régional Porteur : BE, BEE, hub.brussels	A
Parcours entrepreneurs Good Food	Programme de formation et accompagnement pour tout type d'activité commerciale Good Food, dont la distribution Porteur : BE	A (et B)
Réseau circlemade.brussels / réseau Rabad	Réseau d'acteurs impliqué dans une durabilité forte (cependant les commerces sont peu représentés)	A
Label resto Good Food	Label Good Food dont les critères sont définis et vérifiés, le label est valable 3 ans et comprend 3 niveaux Porteur : BE	A

Constats à la lecture de ce tableau :

- Aucune action en place actuellement pour convaincre les acteurs non sensibilisés
- Très peu d'actions pour « être présent et connaître le terrain »
- Peu d'actions pour soutenir l'élan
- Les actions concernent essentiellement des profils d'innovateurs
- Les actions destinées aussi aux acteurs en transition n'arrivent pas toujours à atteindre ce public

Questions à discuter avec les participants du GT :

- Y'a-t-il des distinctions de profils à faire (taille, secteur, zone géographique) ? Quelle place pour la grande distribution ?
- Comment toucher tous les types de profils de commerces alimentaires ? Est-ce qu'on peut s'inspirer d'autres politiques de transition économique ?
- Quels leviers d'actions sont les plus pertinents / prioritaires ? Comment les mettre en œuvre ?
- Quels sont les objectifs (quantitatifs et qualitatifs) réalistes à se fixer ?
- Comment capitaliser sur les innovateurs soutenus dans la 1^{ère} Good Food comme des ambassadeurs pour la suite ?

Outputs attendus de la réunion :

- Quels sont les leviers et obstacles économiques à la transition Good Food et que représente la Good Food pour eux ?
- Définition des moyens/mesures à prioriser pour sensibiliser les acteurs traditionnels à la transition Good Food
 - Quels besoins et capacités de soutien par les différentes administrations participantes ?
 - Quels besoins et capacités de soutien par les différents acteurs économiques participants ?