

STRATÉGIE GOOD FOOD

Conseil Participatif
24 Fév. 2022



GoodFood

MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN

.brussels 

ORDRE DU JOUR

➤ Points d'information et implication

- Changement de présidence et présentation de la FBPS - Bruno
- Co-construction de Good Food 2.0
 - ❖ Information sur l'état d'avancement général – Joëlle
 - ❖ Présentation de l'étude « gaspillage » menée par l'ACR – Joëlle
 - ❖ Retour sur le premier GT « emploi et formation » dont le PV et autres éléments sont sur [le portail](#) – Gaétan

➤ Points de discussion et validation

- ❖ **Discussion** : co-construction GF 2.0 – Draft chapitre Gouvernance
 - ❖ Présentation
 - ❖ Q&R compréhension
 - ❖ Discussions
- ✓ PAUSE
- ❖ **Discussion** sur le Draft du chapitre « L'horizon souhaité »
 - ❖ Q&R compréhension
 - ❖ Discussions
- ❖ **Discussion** : Journée de Finalisation – 29 mars 2022
 - ❖ Comment voyez-vous cette journée ?
 - ❖ Proposition
 - ❖ Discussion

➤ Agenda



TIMING : 09h – 12h

- 🕒 09h - 09h05 : accueil
- 🕒 09h05 – 09h20 : 15'
- 🕒 09h20 - 10h00 : 40'
 - 🕒 09h20-09h25 : 5'
 - 🕒 09h25-09h35 : 10'
 - 🕒 09h35-10h : 25'
- 🕒 10h – 11h40 : 100'
 - 🕒 10' : 10h-10h10
 - 🕒 10' : 10h10 – 10h20
 - 🕒 10' : 10h20-10h30
- 🕒 10h30 – 10h40 : 10 min
- 🕒 10h40 – 11h10 : 30'
 - 🕒 10' : 10h40 – 10h50
 - 🕒 20' : 10h50 – 11h10
- 🕒 11h10 – 11h40 : 30'
 - 🕒 10' : 11h10 – 11h20
 - 🕒 10' : 11h20 – 11h30
 - 🕒 10' : 11h30 – 11h40
- 🕒 11h40 – 11h50 : 10'
- 🕒 12h : clôture

BIENVENU·ES EN VRAI



DÉBRANCHER VOS
APPAREILS



BIENVENU·E DANS LE MONDE RÉEL OÙ L'ON
CO-CONSTRUIT AUTOUR D'UN CAFÉ



Changement de présidence

.

Point d'information

La FBPSanté

Fédération Bruxelloise de Promotion de la Santé

- ▶ Jeune Fédération (2016) soutenue par la Cocof
- ▶ 43 membres inscrits dans des domaines et des champs d'actions distincts qui tous mettent en œuvre des missions en Promotion de la Santé
 - ▶ À destination de **publics** différents : professionnels, populations vulnérables,...
 - ▶ en utilisant des **modes d'actions différents** : action communautaire, formation, sensibilisation, recherche,...),
 - ▶ en lien avec des **thématiques particulières** : santé sexuelle et affective, usages de drogues, alimentation, santé mentale, ...
 - ▶ dans des **lieux de vie différents** : quartiers, écoles, collectivités, ...

Missions

- ▶ valoriser la **Promotion de la Santé** au sein des politiques actuelles et futures en Région bruxelloise
- ▶ soutenir une approche **positive, globale et multifactorielle** de la santé. Être en bonne santé c'est se sentir bien dans son corps, dans sa tête et dans les rapports avec les autres.
- ▶ faire **connaître, reconnaître et défendre** l'existence (structurelle et financière) **des membres** dans leurs missions de promotion de la santé.
- ▶ Assurer la **représentation de la promotion de la santé** dans les différents organes de concertation et de décision.
- ▶ Soutenir des **revendications** par un travail de plaidoyer et de **valorisation** de l'action des membres



Objectif

Encourager des **stratégies** pour lutter contre les **inégalités sociales de santé** en favorisant la **participation** de tous les acteurs concernés et en impliquant la population de façon active.

La promotion de la santé

- ▶ Ce n'est pas simplement recommander des modes de vie et des comportements individuels favorisant la bonne santé (c'est indispensable mais pas suffisant).
- ▶ C'est aussi, et avant tout, **intervenir** sur les **facteurs** politiques, économiques, sociaux, culturels, environnementaux et biologiques de la santé.
- ▶ C'est créer des **conditions de vie** qui permettent le développement du bien-être en donnant aux populations un plus grand contrôle pour préserver/améliorer leur santé.

Et on fait ça comment?

Par rapport aux publics

- ▶ Favoriser l'accessibilité aux soins, aux programmes de prévention et de réduction des risques.
- ▶ Renforcer les connaissances et les compétences psychosociales des individus et des communautés en vue d'accroître leurs capacités d'agir sur la santé.
- ▶ Promouvoir des espaces d'action communautaire

Par rapport aux professionnels

- ▶ Les inciter à renforcer les facteurs favorables à la santé et au bien-être
- ▶ Contribuer de manière ciblée à la prévention des maladies transmissibles et non transmissibles et des traumatismes
- ▶ Initier/soutenir des dynamiques sectorielles et intersectorielles en créant des espaces d'échange et de concertation
- ▶ Accompagner les équipes d'intervenants pour la mise en œuvre des projets favorables à la santé globale
- ▶ Valoriser des espaces d'action communautaire
- ▶ Éclairer les politiques sur les démarches de promotion de la santé et sur leur efficacité et soutenir une approche interministérielle de la santé
- ▶ Promouvoir la santé dans toutes les politiques
- ▶ Nourrir une réflexion quant à l'importance de réorienter les services de santé vers les besoins communautaires
- ▶ Renforcer des dynamiques intersectorielles en créant des espaces d'échange et de concertation

Par rapport à la recherche

- ▶ Recueillir et analyser des **données spécifiques**
- ▶ **Soutenir et participer à l'évaluation** des programmes et des actions
- ▶ Croiser des savoirs scientifiques avec des **savoirs expérientiels**
- ▶ Renforcer des dynamiques intersectorielles en créant des **espaces d'échange et de concertation**

Nous sommes bien
plus puissants lorsque
nous nous tournons
les uns vers les autres.

Cynthia McKinney



Co-construction GF 2.0
·
Point d'information

INFORMATIONS SUR L'AVANCEMENT DE GF 2.0 (JOËLLE)

Chapitre opérationnel -> Excel des mesures

- ✓ Evolution // version discutée en décembre
 - ✓ Réactions reçues en séances
 - ✓ Réactions reçues par après
- ✓ Résultats de discussions détaillées & début d'opérationnalisation >< texte de la stratégie
 - ✓ Volonté d'être court
 - ✓ Tous les documents de travail sont la base de l'opérationnalisation future
 - ✓ Détails : en transparence, plateforme "dot simply" (mesures -> tâches)
 - ✓ Format final : word, mesures, objectifs chiffrés, budget par sous axe
 - ✓ NB : // concordance SRTE (et PSSI)

Chapitre stratégique

- ✓ Poser la problématique (enjeux, contexte politique)
- ✓ Horizon souhaité
- ✓ Déclinaison de la vision en axes stratégiques et principes transversaux
- ✓ Gouvernance
- ✓ Annexe : lexique

Planning

- ✓ 7 mars : envoi aux inscrits "journée finalisation" - draft complet
- ✓ 14 mars – 24 mars : bilatérales à la demande
- ✓ 29 mars : journée de finalisation
- ✓ 19 avril : conseil participatif final



Co-construction GF 2.0
·
Point d'information

ETUDE "BENCHMARKING" - MESURES DE RÉDUCTION DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE DES CITOYENS – RETOUR (JOËLLE)



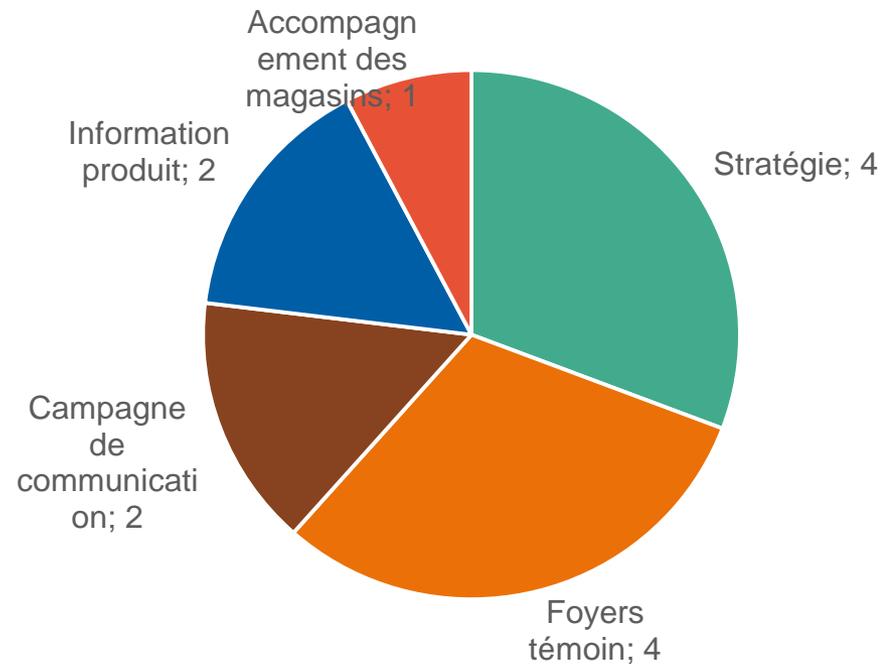
Jean-Benoit Bel

jbb@acrplus.org
www.acrplus.org



ACTIONS IDENTIFIÉES

- 13 actions avec impact quantifié identifiées
- 7 pays couverts (Europe + Etats Unis + Japon)
- Résultats:
 - Souvent des caractérisations (des participants, d'un panel, ou récurrentes)
 - Ou des pesées individuelles
 - Chiffres pas toujours comparables (pas de définition de déchets gaspillés)



CONCLUSIONS DES ACTIONS

- Peu de données quantitatives malgré de nombreuses recherches
- Quelques campagnes efficaces qui s'appuient sur:
 - Une identité visuelle forte et utilisées par les différentes parties prenantes, de façon récurrente
 - Des canaux et relais divers: en ligne, affichage, presse, actions au contact des habitants
 - Des messages ciblés et simples
 - Des réductions de l'ordre de 15 à 30% pour un coût entre 10 et 20 ct€/hab
- Un potentiel important au niveau des producteurs / distributeurs
- Impact fort des actions type « foyers témoins » fondées sur:
 - La prise de conscience de l'ampleur du gaspillage
 - Des diagnostics personnalisés
 - Des suivis précis de l'impact de l'action

QUELQUES POINTS RÉCURRENTS

Enseignements / messages

- Publics prioritaires: jeunes enfants, 18-35 ans. Certains groupes peuvent avoir des comportements très distincts ("people from culturally and linguistically diverse background")
- Décalage général entre perception du GA et réalité: **frein à l'action**
- Gestes de prévention similaires
- Motivations: argent / environnement / responsabilité éthique, morale
- Difficultés et motivations différentes d'un groupe à l'autre
- Certains modes de conso (AMAP) mènent à moins de gaspillage
- Tri des biodéchets vu comme une opportunité en matière de prévention, mais pas de preuves chiffrées
- Impact « positif » du COVID mais gestes progressivement abandonnés
- Confusions des DLC et recommandations de stockage
- Différentes smartapp dispos mais nécessitent des bonnes données, une utilisation simple, et des récompenses
- Compréhension limitée des changements de comportement

Recommandations

- **Communication homogène**, multi-canaux, cohérente, portée par les différentes parties prenantes. Également sur la conso hors foyer
- **Communication récurrente**, éviter le one shot
- Bien cerner les **différents groupes**, adapter et tester les messages
- **Collaboration**: Potentiel de réduction via les producteurs et distributeurs (informations, promotions ne poussant pas à la consommation, aspect des produits, adaptation des doses (vrac)). Les convaincre via des éléments quantitatifs
- **Messages**: positifs, ciblés, simples. Vouloir tout couvrir rend le message confus
- **Mettre des infos et des « prompts »** lors des gestes potentiellement générateurs: lors de l'achat, lors du stockage, lors de la préparation. Système pour faire le point sur le stock avant achat, pour mettre en évidence les produits à consommer, pour rappeler les DLC.
- Mettre en valeur les participants, faire de la lutte contre le GA une **norme sociale**

3 AXES PROPOSÉS

Favoriser la prise de conscience individuelle

Informier, sensibiliser, promouvoir les gestes de prévention

travailler avec les différentes parties prenantes pour améliorer l'information liée à l'achat et au stockage

FAVORISER LA PRISE DE CONSCIENCE INDIVIDUELLE

Contexte:

- Décalage entre perception, volonté d'agir, et quantités gaspillées
- Déjà quelques opérations « pesées » conduites
- Obligation de tri des biodéchets

Instruments:

- Incitants pour pousser à l'auto-évaluation
- Différents messages / feedbacks selon les profils
- Equipement pour évaluer le gaspillage dans les biodéchets?

Actions:

- Développer les systèmes d'auto évaluation
- Capitaliser sur les opérations « foyers témoins » pour faire de la réduction du gaspillage une norme sociale
- Identifier les synergies avec l'obligation de tri

INFORMER, SENSIBILISER, PROMOUVOIR LES GESTES DE PRÉVENTION

Contexte:

- Intérêt des ménages pour la problématique
- Des outils développés pendant Green Cook
- Quelques campagnes, mais ponctuelles

Actions:

- Identité visuelle commune aux différentes initiatives + comité de suivi
- Temps fort annuel / récurrent
- Formation des formateurs
- Communication en lien avec les publics cibles prioritaires
- Donner la bonne information au bon endroit

TRAVAILLER AVEC LES DIFFÉRENTES PARTIES PRENANTES POUR AMÉLIORER L'INFORMATION AUX CONSOMMATEURS

contexte:

- Méconnaissance des dates limites
- Connaissances variables sur la conservation
- Campagne « too good to go »

Actions:

- Rassembler les parties prenantes
- Guides pour réduire le gaspillage des consommateurs
- Actions pilotes / tests
- Coopération inter-regionale

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

Ressources à allouer

- Ressources suffisantes
- Actions récurrentes
- Harmonisation des visuels, des priorités, du suivi

Objectifs et suivi

- Suivre l'évolution des gestes selon une typologie
- Estimer les quantités évitées pour les différentes actions en fonction des gestes
- Poursuivre et approfondir les caractérisations

Gaspillage alimentaire dans les autres axes de la stratégie

Veille et perspectives

Co-construction GF 2.0
·
Point d'information

RETOUR SUR 1^{ER} GT « EMPLOI-FORMATION » - GAÉTAN

STRATÉGIE GOOD FOOD

GT Emploi-Formation

**Actions prioritaires proposées suite au GT
du 25/1/2022**

Auteurs du document :

*Gaetan Dartevelle – Greenloop et Emmanuel d'Ieteren
– Ecores, pour la mission d'assistance de la
coconstruction de la Stratégie GoodFood 2.0*



GoodFood

MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN

.brussels



STRATÉGIE GOOD FOOD

GT Emploi-Formation

Actions prioritaires proposées suite au GT du 25/1/2022

Auteurs du document :

*Gaetan Dartevelle – Greenloop et Emmanuel d'Ieteren
– Ecores, pour la mission d'assistance de la
coconstruction de la Stratégie GoodFood 2.0*



RETOUR SUR 1^{ER} GT « EMPLOI-FORMATION »

RAPPEL DES OBJECTIFS DU GROUPE DE TRAVAIL

Identifier les actions à mettre en œuvre pour soutenir et accélérer la formation aux pratiques Good Food des futur.e.s professionnel.le.s de l'alimentation et de l'horeca en particulier

- Quelles actions ?
- Quelles conditions de réussite ?
- Quels porteurs ?



2



RETOUR SUR 1^{ER} GT « EMPLOI-FORMATION »

PARTICIPANTS

Organisation	Nom
Brupartners (services facilitation et secrétariat)	Alexis Gérard
Brupartners (services facilitation et secrétariat)	Daan Capiou
Bruxelles Environnement	Joséphine Henrion
Bruxelles Environnement	Nicolas Scherrier
Bruxelles Environnement	Joëlle Van Bambeke
Bruxelles Formation Métiers urbains	Amalia Alvarez Tornero
Bruxelles Formation Métiers urbains	Nicolas Radoux
Bruxelles Formation Métiers urbains	Sophie Bavais
Cabinet Clerfayt	Caroline Daux
Cabinet Maron	Stéphanie Gautier
CERIA	Antoine Morthier
Ecores	Emmanuel d'Ieteren
Ecores	Lisa Windels
Ecores	Chloé Bensoussan
Febisp	Jeanne Lodewijck
Febisp	Adèle Essoh
Fédération HoReCa	Ludivine de Magnanville

Organisation	Nom
Fédération HoReCa	Julien Van Beneden
Greenloop	Gaetan Dartevelle
Horeca Forma Bepro	Bernard J. Demarcin
Horeca Forma Bepro	Carine Galant
Horeca Forma Bepro	Nancy Lambele
Horeca Forma Bepro	Florence Mierzwa
hub.brussels	Aurélie Laios
Instance Bassin Enseignement qualifiant - Formation - Emploi	Louise Cartuyvels
Instance Bassin Enseignement qualifiant - Formation - Emploi	Jessica Santini
Instance Bassin Enseignement qualifiant - Formation - Emploi	Valentine Swanet
Institut Emile Gryzon	Caroline Vinckbooms
Institut Saint-Vincent de Paul	Bernard Boudart
Malika Hamza	Malika Hamza
Mission Locale St-Gilles	Samanta DAUVRAIN
Mission Locale St-Gilles	Guillaume Goor
Mission Locale XL	Charlotte Velge
SFMQ	Thierry Vander Vorst
SFPME Service Formation PME du "Service public francophone bruxellois" (Cocof) / EFP	Valérie Ravez

DISCUSSIONS EN SOUS-GROUPES : PRÉSENTATION DES ENJEUX

START

START

Quels sont les besoins exprimés par les élèves ?

Que proposer en plus des formations ?

Comment les stages peuvent-ils contribuer au renforcement des compétences en AD et horeca durable ?

Quels mécanismes créer ou renforcer pour garantir que l'offre de formation réponde aux besoins des entreprises ?

Comment convaincre / motiver la partie "non durable" du secteur HoReCa et les institutions de formation à intégrer les principes dans l'AD dans leur coeur de métier?

Objectivation de la demande en qualifications AD et veille de l'évolution du marché

Les élèves

Comment garantir une offre de formation pouvant répondre aux besoins actuels et futurs d'emplois et de compétences dans le secteur de l'alimentation durable ?

Les formateurs

Quels besoins et freins pour que les formateurs intègrent d'avantage l'AD ?

Comment encourager les formateurs à monter en compétences en terme d'AD et à intégrer du contenu dans leurs cours ?

Les référentiels

Comment les référentiels peuvent-ils devenir un levier d'intégration de l'AD dans les formations et l'enseignement qualifiant?

Les directions des écoles et institutions

Quels besoins / freins pour que les directions intègrent d'avantage l'AD?

Quelles actions à court / moyen / long terme devraient idéalement être menées ?

Quelles latitudes pour prendre des actions ?

7 AXES PRIORITAIRES

- ❖ Les 97 actions proposées lors du GT ont été classées en 7 axes.
- ❖ Dans le dernier slide, nous proposons un phasage de ces axes.
- ❖ Un phasage des actions à l'intérieur des axes n'a pas encore été proposé, ce phasage dépendant des priorités qui seront fixées.

1. OBJECTIVATION DE LA DEMANDE

Objectif de l'axe : *Objectiver la demande est le point de départ indispensable pour répondre aux enjeux de la Stratégie GoodFood en terme d'emploi et de formation. Il est en effet essentiel d'analyser la demande pour s'assurer de l'adéquation entre l'offre de formation et les besoins des entreprises. Par ailleurs, plusieurs propositions convergent vers l'idée d'une coopération autour de la veille sur les besoins, qui prendrait la forme d'un Observatoire des métiers et pratiques GoodFood. L'attente d'une coopération plus forte au sein du secteur de la formation mais aussi entre secteur de la formation et entreprises est d'ailleurs récurrente dans les différents axes.*

Actions	Pilotes pressentis	Contributeurs pressentis
Mener des études et d'enquêtes pour objectiver les besoins du secteur (HoReCa) et analyser le niveau d'adéquation entre l'offre et la demande	Instance Bassin	HFBP, BEE/hub, BE, view.brussels
Mettre en place un Observatoire de la demande de terrain en 'métiers' et 'pratiques' des principes GoodFood		
Renforcer les lieux de concertation entre les acteurs de la formation et les entreprises		

2. SENSIBILISATION

Objectif de l'axe : La sensibilisation rassemble une série d'actions nécessaires tant en amont de la mise en œuvre de la Stratégie GF (objectivation du niveau de sensibilité des acteurs) qu'en aval pour inciter tant les entreprises que les candidats à la formation à s'engager dans la GoodFood.

Actions	Pilotes presentis	Contributeurs presentis
Etudes et enquêtes pour évaluer le niveau de sensibilité à la GoodFood des acteurs économiques (perceptions, freins...)	hub.brussels (lien avec SRTE)	
Etudes et enquêtes pour évaluer le niveau de sensibilité à la GoodFood des candidats à la formation (perceptions, freins...)	Instance Bassin	Actiris, HFBP,...
Actions de communication pour sensibiliser et convaincre les acteurs Horeca à la GoodFood, à ses avantages (chiffres, image, etc.), en ciblant des publics spécifiques (cuisines du monde, chefs...) > campagnes de com', échanges d'expériences	Hub.brussels, BE (lien avec SRTE)	
Actions de communication pour sensibiliser les candidats à la formation et les demandeurs d'emploi	Instance Bassin	Bruxelles Formation (MU)
Incitants financiers pour les entreprises pour la reconversion vers les principes GoodFood	BEE (révision Ordonnance ; cf. SRTE)	
Incitants financiers pour les entreprises pour l'engagement de personnel qualifié	BEE/Actiris	

3. RÉFÉRENTIELS

Objectif de l'axe : La présence du directeur du SFMQ au GT a permis d'envisager la révision progressive des profils de compétences selon les besoins du secteur HoReCA et des opérateurs de formation. Cet axe s'inscrit dans le temps long, et nécessite la participation des opérateurs de formation. Les référentiels laissant une relative marge de manœuvre aux formateurs, cet axe n'occulte en rien les possibilités d'introduire les pratiques GoodFood via les autres axes (formateurs, adaptation des programmes, etc.).

Actions	Pilotes pressentis	Contributeurs pressentis
Etude : Faire l'inventaire des actuelles formations, et voir comment introduire l'aspect "durabilité" dans chaque formation (Suite cartographie et recommandations RAP)	Instance Bassin	Op. de formation
Assurer la mission de veille sur l'évolution des métiers en demandant à la Chambre des métiers du SFMQ de procéder à la possible révision des profils (Les profils SFMQ sont approuvés par la Cocof et à ce titre les Opérateurs d'enseignement-formation-validation doivent les mettre en œuvre).	SFMQ, Cocof	Op. de formation, Instance Bassin

4. ADAPTATION DES FORMATIONS

Objectif de l'axe : Cet axe vise à accompagner et intégrer les principes et pratiques GoodFood dans les formations existantes. Il vise à appuyer et soutenir les directions et les formateurs dans ce travail et vient en complément des axes ('Formation de formateurs' et 'collaborations'). Le manque de temps n'a pas permis d'être exhaustif dans les thématiques à développer.

Actions	Pilotes pressentis	Contributeurs pressentis
Développer les compétences croisées entre les différents métiers de l'HoReCa et l'agriculture durable pour offrir une compréhension globale des enjeux (Exemples: organisation de visites et rencontres avec des maraichers, etc.).	HFBP	Op. de formation, BE
Développer les compétences croisées entre les différents métiers de l'HoReCa et les pratiques anti-gaspillage (audit déchets, valorisation, obligation de tri déchets alimentaires à venir, ...)	HFBP	Op. de formation, BE
Développer et diffuser un module sensibilisation « approche globale de l'AD »	HFBP, BE	Op. de formation
Proposer des intervenants extérieurs aux opérateurs de formation	HFBP, BE	Op. de formation
Développer des formations spécifiques et adaptés aux publics cibles: -Chefs d'entreprises -Adultes, employés, etc.	HFBP, BF	Op. de formation
Organisation de récupération des surplus alimentaires liés aux ateliers pratiques en partenariat des associations type associations type « aides alimentaires » (action mise en cohérence contenu – pratique)	Cocof, HFBP	Op. de formation, BE

5. FORMATION DES FORMATEURS

Objectif de l'axe : La formation des formateurs est un élément indispensable pour rendre effectifs les changements de référentiels et de programmes. Les mesures proposées (évaluation des besoins des formateurs > sensibilisation > incitation > formation) devront être déclinées selon les réseaux/filières de formation et les types de statuts des formateurs (au cadre, contractuels ou sur prestations), afin que les moyens déployés soient adaptés aux différents contextes et donnent une réelle opportunité aux formateurs de se former (temps, moyens, outils).

Actions	Pilotes pressentis	Contributeurs pressentis
Evaluation des besoins en interrogeant les formateurs	Instance Bassin	Op. de formation
Augmenter le niveau de sensibilité, gage de proactivité de l'intégration des principes GoodFood dans les formations (communiquer, organiser un réseau de partage de bonnes pratiques entre professionnels, événements / défis)	Instance Bassin, HFBP	Op. de formation, BE
Former les formateurs avec des modules dédiés formateurs, donnés notamment par des professionnels (chefs, producteurs...) et des outils pédagogiques spécifiques.	Formaform ? (distinguer formateurs au cadre et formateurs sur prestations)	
Inciter les formateurs à se former et leur donner les moyens de se former en continu (temps et gratuité) > repris aussi sous l'axe 6. Ø Mesures d'encouragement (sensibilisation) Ø Mesures contraignantes : évolution des référentiels et des cahiers des charges	Op. de formation, SFMQ/Cocof	

6. MOYENS À DISPOSITION DES DIRECTIONS

Objectif de l'axe : En tant que gestionnaires des lieux et programmes de formation, les directions sont citées comme un maillon essentiel du déploiement de la Stratégie. Les acteurs du secteur ont notamment pointé le besoin d'évaluer les surcoûts liés à l'intégration de modules GoodFood dans les programmes et d'aider les directions à accéder aux ressources nécessaires (équipements, matières premières, formateurs compétents).

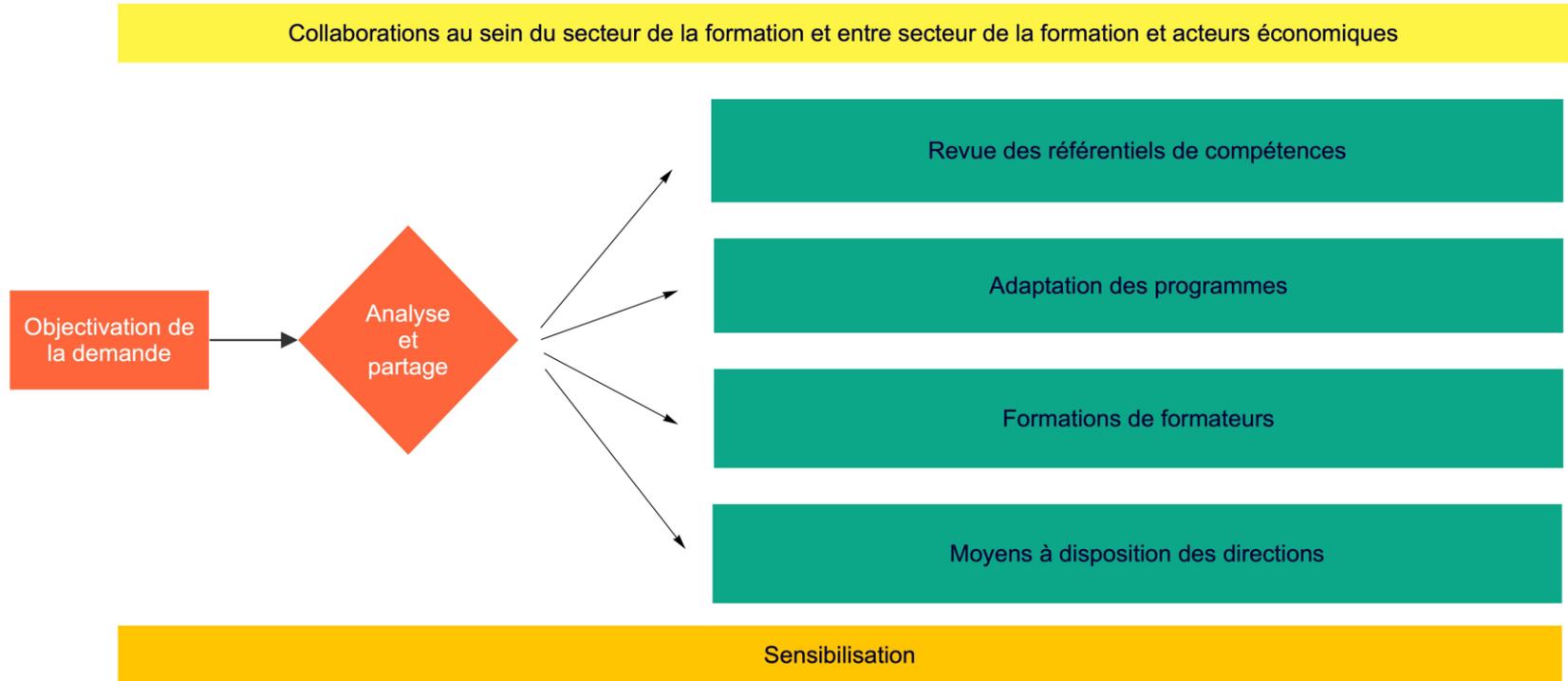
Actions	Pilotes presentis	Contributeurs presentis
Evaluer les besoins et les coûts	Op. de formation	
Mobiliser les financements destinés aux équipements	Op. de formation	Instance Bassin (pour avis sur fonds équipement)
Garantir l'accès aux matières premières	Services achats des op. de formation	Pouvoirs subsidiants
Inciter les formateurs à se former et leur donner les moyens de se former en continu (temps et gratuité)	Directions et pouvoirs subsidiants	

7. COLLABORATIONS

Objectif de l'axe : De nombreuses voix affirmant un besoin de collaboration à différents niveaux, nous pensons important qu'un axe à part entière soit dédié aux collaborations afin d'y associer des actions concrètes et un suivi ad hoc. Ces collaborations doivent permettre à terme de faire monter en compétence l'ensemble du secteur de la formation sur le thème de la GoodFood et connecter les bénéficiaires avec les entreprises GoodFood (stages et mise à l'emploi).

Actions	Pilotes pressentis	Contributeurs pressentis
Collaborations à l'échelle de chaque réseau (Inspecteur)	Cocof ?	
Collaborations entre thématiques sectorielles (production, transformation, distribution, horeca) pour renforcer les compétences croisées	1 acteur à identifier par réseau ?	
Liens avec les acteurs de l'économie sociale pour faciliter la mise à l'emploi	Febisp	
Faciliter les stages et la mise à l'emploi dans les entreprises orientées GoodFood	hub.brussels	BE

PHASAGE DES AXES



RETOUR SUR 1^{ER} GT « EMPLOI-FORMATION »

- ❖ Quelles sont les priorités pour le Cabinet d'A. Maron → Stéphanie Gautier
- ❖ Quelles sont les priorités pour le Cabinet Clerfayt -> Roland Sarton

DRAFT DU CHAPITRE GOUVERNANCE

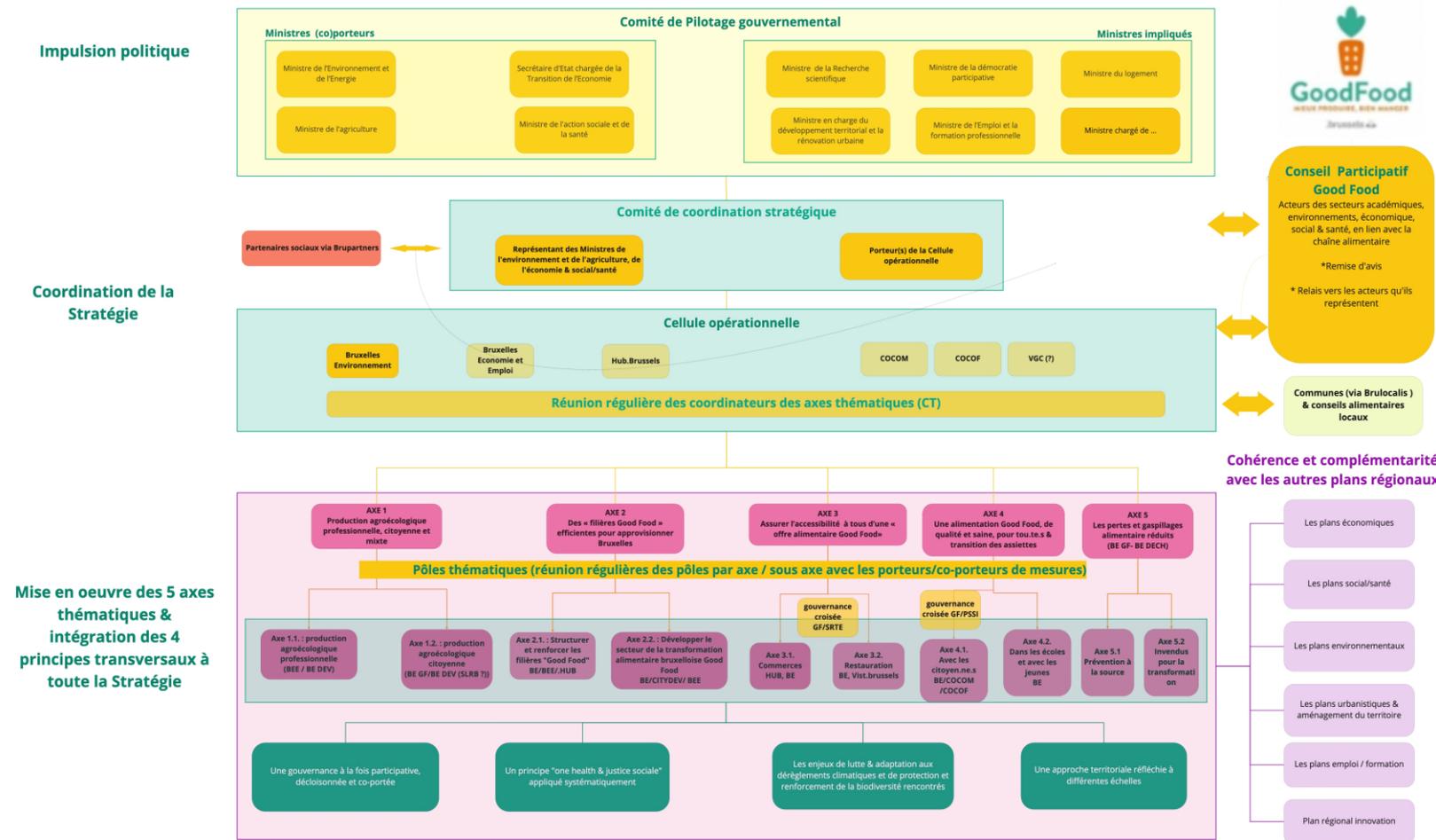
·

Point de discussion
Co-construction G.F 2.0

DRAFT GOUVERNANCE – CARO & JOËLLE

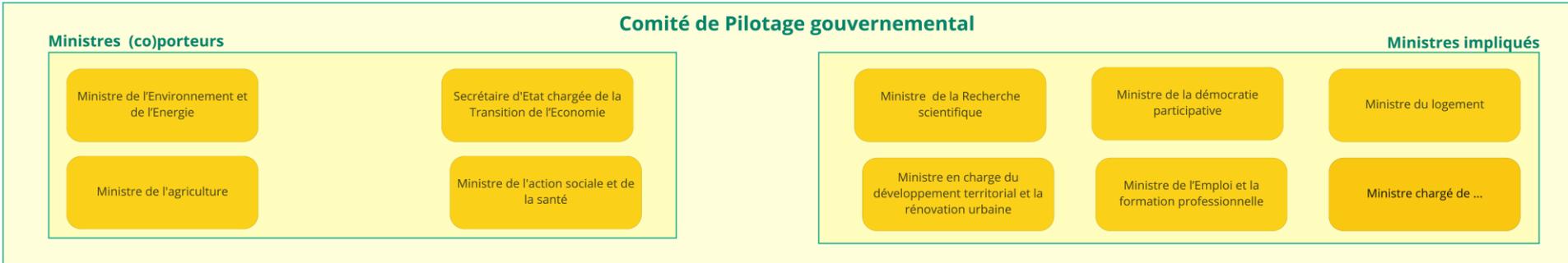
Une gouvernance participative forte, décroisonnée, co-portée

DRAFT VERSION 7 FEV 2022 Schéma des instances de gouvernance de la stratégie Good Food 2.0

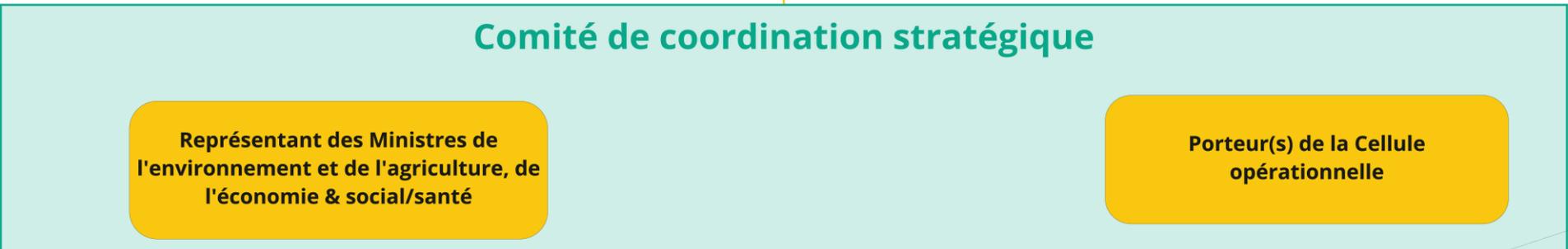


DRAFT GOUVERNANCE

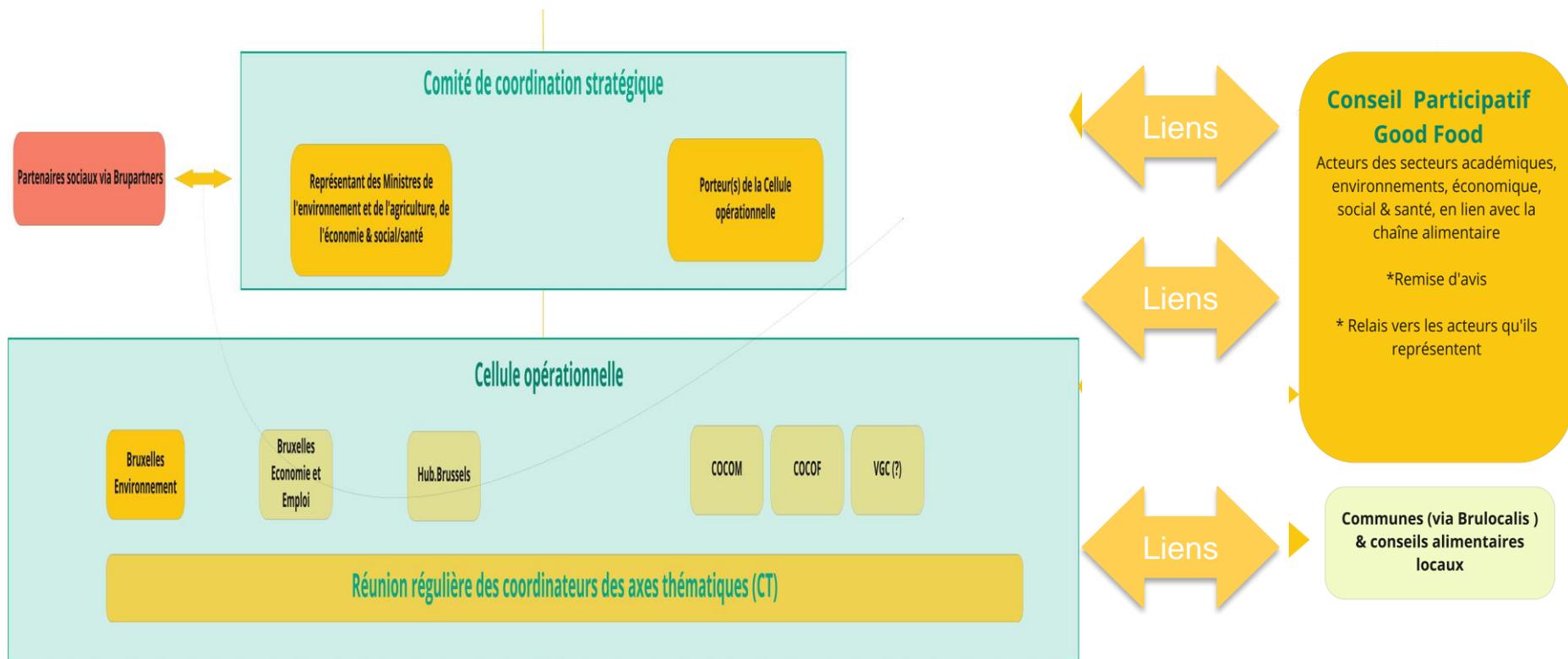
✓ Impulsion politique



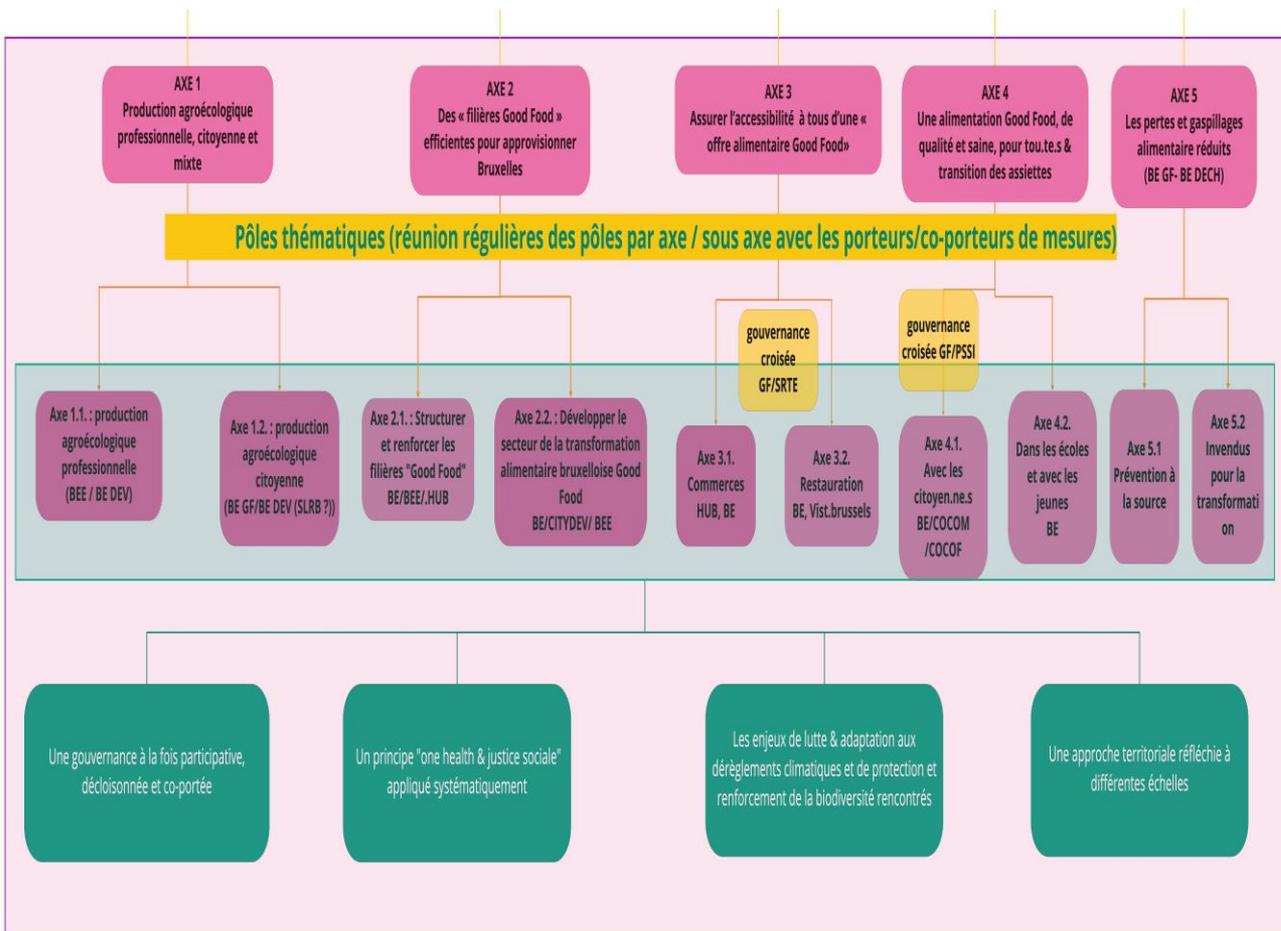
✓ Organise la mise en œuvre de la stratégie



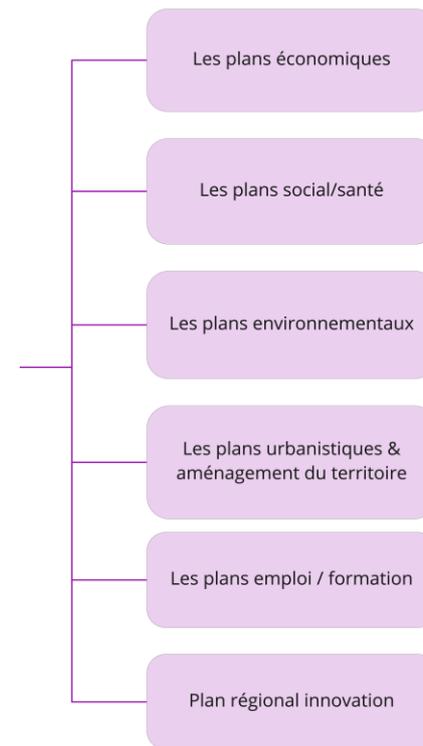
COORDINATION DE LA STRATÉGIE



MISE EN ŒUVRE THÉMATIQUES & INTÉGRATION PRINCIPES TRANSVERSAUX



Cohérence et complémentarité avec les autres plans régionaux



UNE STRATÉGIE QUI SE VEUT ÉVOLUTIVE

✓ **Se donner le temps - 2022 – 2030**

- ✓ mise en œuvre mi 2022/fin 2024
- ✓ évaluation/révision début 2025
- ✓ mise en œuvre 2025/mi 2027
- ✓ évaluation/révision fin 2027
- ✓ mise en œuvre 2028/mi 2030
- ✓ évaluation finale fin 2030

✓ **Se donner l'opportunité d'adapter les instances de gouvernances**

- ✓ Les instances de gouvernance pourront être adaptées en fonction des avancements de la stratégie, des ouvertures & opportunités rencontrées.
- ✓ Qui/ où/ quand : Tout le monde n'est pas dans tout, tout le temps.
 - ✓ Exp : réunion par axe (lien entre les mesures, etc) - avoir les acteurs adéquats par axe et entre les axes.

✓ **Se donner les moyens de suivre, d'évaluer, de s'aligner, etc.**

- ✓ l'évolution avec l'utilisation d'un outil de monitoring transparent, le suivi d'indicateurs et objectifs, permettant l'évaluation et l'actualisation de la stratégie tous les 2,5 ans.
- ✓ faire connaître et impliquer un large public dans la mise en œuvre, des actions de communication en continu sont prévues.
- ✓ Flux d'informations internes entre les instances.

FOCUS CONSEIL

Rôles

✓ Avis

- ✓ La consultation du conseil est contraignante pour : le PT et budget annuel, les questions d'évaluation et d'évolution de la stratégie
 - ✓ Le conseil peut, d'initiative, développer des avis sur les sujets qu'il propose avec les membres qui souhaitent y contribuer
- ✓ **Echange et relais d'information aux acteurs qu'ils représentent (dans les 2 sens : construction d'avis, retour de l'info)**

Changements

- ✓ financement structurel et proportionné des membres (défraiement pour travail en amont des réunions, via subsides ou comptabilisation du temps de préparation; jetons de présence)
- ✓ Poids des avis : idéalement, les avis ne sont pas uniquement constitués de la somme (restreinte) d'avis argumentés : ils sont en tous cas discutés en conseil (responsabilité assumée par le conseil) et devraient déboucher sur un avis reprenant le plus petit dénominateur commun aux membres du conseil

FOCUS CONSEIL – CHANGEMENTS

Ümandats différents en fonction des périodes de programmation :

- ✓ phases de mise en œuvre
- ✓ phases d'évaluation/révision
 - ✓ Pas de présidence, mais le conseil dispose d'une coordination (assurée par BE) et d'un secrétariat, l'animation est externe et neutre
 - ✓ la composition : équilibre proportionné à l'ambition des axes de la stratégie ; équilibre changeant dans le temps en fonction de l'avancement de la stratégie – sur proposition du conseil, validé par le cabinet ; Plus de place au social / santé / économique ; nouveau : place pour les académiques ; possibilité d'appel à des experts en fonction des sujets ; 1 membre permanent par typologie d'acteur sur toute la stratégie

Membres pressentis

- 3 représentants du pôle opérationnel (pour témoigner avancement, répondre aux questions, ...)
- 7 Économiques : académique, RABAD, Fed. AU, FEVIA, COMEOS, UNIZO, UCM
- 7 Social/santé : académique social, académique santé (SIPES), FBPS, FDSS, Fed Maisons médicales, Culture et santé, X
- 7 Environnement : académique (ULB/labo agroéco ; Gembloux, UCLouvain (Philippe Baret ?) ...), AIA, IEB (ou délégué), BRAL (ou délégué), X, X (RDC ? DDH ?)

ET MAINTENANT ...

On a besoin des éléments bloquant pour vous ...

Après il n'y aura plus que des ajustements à la marge.

**PAUSE
10 min**

DRAFT
« HORIZON SOUHAITÉ »

·
Point de discussion
Co-construction G.F 2.0

HORIZON SOUHAITÉ – GF 2.0

✓ Objectifs :

En 2030, la Région bruxelloise a développé un système alimentaire qui répond à différents principes alliant une approche à la fois écologique, sociale et de santé, et économique de notre alimentation.

En 2030, la question de l'alimentation est une affaire publique, politique, un sujet de société. La gouvernance de la stratégie régionale de transition du système alimentaire est décloisonnée, participative, et implique différentes échelles et différentes filières.

✓ Quelques mots-clés :

- Adaptation aux enjeux climatiques, de biodiversité, de santé
- Relocalisation de la production, la transformation, la distribution alimentaires
- Accessibilité pour tou.te.s dans tous les quartiers bruxellois
- Logique de « système alimentaire »

--> **transition alimentaire agro-écologique**

Système alimentaire inclusif et innovant dans lequel l'homme et la nature se renforcent mutuellement de manière équitable.

Renforcement des communautés locales constituées des producteurs, des consommateurs et de tous ceux qui jouent un rôle entre les deux

ET MAINTENANT ...

On a besoin des éléments bloquant pour vous ...

Après il n'y aura plus que des ajustements à la marge.

JOURNÉE DE FINALISATION

.

Point de discussion
Co-construction G.F 2.0

JOURNÉE DE FINALISATION – 29 MARS 2022 À BE

- ✓ **Bloquez votre agenda et relayer déjà : 29 mars – toute la journée – chez BE site Tour&Taxis**
- ✓ Lien d'inscription : <https://framaforms.org/inscription-inscrijving-journee-de-finalisation-strategie-good-food-20-afroondingsdag-good-food-20>
- ✓ **Programme light d'invitation : cadre minima**
 - **Matinée** : En présence du Ministre – Espaces de présentation de la stratégie et Questions/Réponses.
 - **Lunch**
 - **Après-midi** : Échanges et réseautage.
- ✓ **Comment voyez-vous cette journée. |**
 - Etc ...
- ✓ **Quels sont les sujets à devoir questionner ? |**
 - Etc ...

ET MAINTENANT ...

On a besoin des éléments bloquant pour vous ...

Après il n'y aura plus que des ajustements à la marge.

Agenda

AGENDA

❖ Appels à projets de BE

- ❖ Inspirons le quartier : <https://inspironslequartier.brussels/en-pratique/> -
 - ❖ Séances infos entre 07/03 & 17/03.
 - ❖ 03/04 : date remise de notes d'intention.
- ❖ Appel à projets communes & CPAS : Plan d'action climat (lancé le 17/3)

❖ Actualités du conseil participatif

- ❖ Prochain CP 19/04 - AM
- ❖ Les prochains CP : date à prévoir ? Passage vers la nouvelle mouture du CP ?
- ❖ Les prochaines étapes

Rappel : si besoin on peut avoir des bilat sur des éléments transmis en amont du 29/3

- ❖ Idéalement : entre le 14 et 17 mars
- ❖ Au besoin : entre le 14 et 24/03.

AGENDA

- ❖ **Actualité des membres du conseil ?**

❖ **MERCI – MILLE MERCS**

- ✓ **Vous avez toutes et tous déjà donné beaucoup de temps, d'énergie, d'idées, etc et on peut déjà se féliciter de ce qui a été réalisé.**