



Opleiding Good Food Ondernemer

Module 1 : Brusselse Context



GoodFood

MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN

.brussels 

OVERZICHT VAN DE PRESENTATIE

- 1) Historiek Good Food in Brussel**
- 2) Strategie Good Food**
- 3) Situatie op het terrein**
- 4) Mogelijkheden**
- 5) Uw project binnen deze context**

WAT IS GOOD FOOD IN BRUSSEL?

Strategie geleid door Leefmilieu Brussel

Het achterliggende idee van de filosofie Good Food?

Acties voor een milieuvriendelijke lokale productie ontwikkelen en ondersteunen, lokale en seizoensgebonden producten valoriseren, verspilling vermijden en vleesverbruik indijken.

Samenwerking met alle andere actoren uit de keten: bedrijven, middenveldsorganisaties, universiteiten, andere administraties ...

Doelstelling : de milieu-impact van voeding in Brussel verminderen.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

De pioniers

In het begin was duurzame voeding het domein van een handvol pioniers ...



LE RÉSEAU
DES GASAP
GROUPES D'ACHAT SOLIDAIRES
DE L'AGRICULTURE PAYSANNE



HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

De pioniers (voor 2000)

Veel import van biologische producten uit Duitsland met weinig verse producten (enkel via biomanden).

Weinig aandacht voor thema's zoals vegetarisme, lokaal consumeren, biologische teelt... → extreme nichemarkt.

Oxfam Wereldwinkels verkopen fairtradeproducten in een « lelijke » verpakking.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Enkele keerpunten (2000-2010)

CRIOC

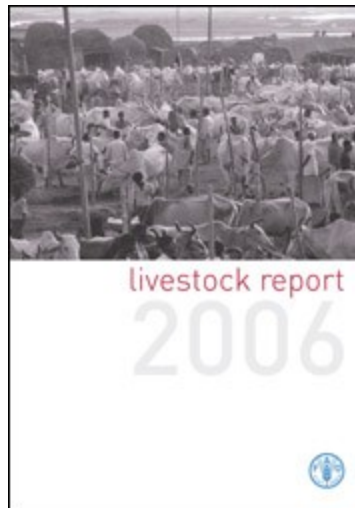
Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Brussels netwerk
voor duurzame voeding



Réseau Bruxellois
pour l'alimentation durable



bruxelles
environnement
leefmilieu
brussel
.brussels



HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Eerste stappen

Meer aandacht voor het thema via ngo's, onderzoek Leefmilieu Brussel ...
Iedereen werkt op zijn subdomein : bio, lokaal, minder vlees, fair trade ...

Minder radicale voorstellen: « donderdag veggiedag » in plaats van
« vegetariër worden ».

Eerste bedrijven: biomarkt Tanneurs (en zijn mislukte voorloper).

Oprichting vzw Rabad, brengt kleine initiatieven samen.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Inhoudelijke versnelling (2010-2015)



HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Inhoudelijke versnelling (2010-2015)

Budget voor proefprojecten in een startup-fase. Opkomst (en verdwijnen) van start-ups (vzw's en bedrijven) actief rond duurzame voeding.

Bewustwording van voedselverspilling en eerste projecten rond het thema.

Meer en meer biologische en fairtradeproducten in de supermarkt.

Aanzet tot eerste Brusselse strategie inzake duurzame voeding.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Meer communicatie, meer klanten
(2016-2021)



HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Meer Communicatie, meer klanten (2016-2021)

De start-ups worden volwassen en trekken, naast ecologische consumenten, ook klassieke shoppers aan.

Biomanden verdwijnen, duurzame verse producten zijn overal. Bio doet zijn intrede bij Aldi. Oxfam kiest voor een trendy verpakking.

Nog meer start-ups verschijnen, producten op basis van verspild voedsel doen hun intrede.

Goedkeuring en uitvoering van de Good Food-strategie.

GOOD FOOD-STRATEGIE

Visie

Een duurzaam voedingssysteem voor Brussel ontwikkelen betekent:

- De stad opnieuw in verbinding brengen met de voedende functie van de natuur en haar respectvol doen omspringen met de natuurlijke rijkdommen.
- Gezonde, lokale voeding van goede kwaliteit beschikbaar maken.
- Alle Brusselaars toegang tot duurzame voeding garanderen en daar meer zichtbaarheid aan verlenen.
- Voorzien in de lokale behoeften met een systeem dat vanuit economisch en milieuoogpunt goed presteert.
- Duurzame werkgelegenheid, nieuwe beroepsactiviteiten en nieuwe businessmodellen stimuleren.
- Innovatieve, gemeenschappelijke oplossingen stimuleren waarbij alle spelers van de voedselketen betrokken zijn, evenals de relevante autoriteiten.

Een lokaal productie- en verwerkingsproces bevorderen

- De toegang tot grond voor lokale productie in en aan de rand van de stad behouden.
- Professionele productie en niet-commerciële productie door stadsbewoners stimuleren.
- Zorgen voor vruchtbare samenwerkingsverbanden tussen Brussel en de randgemeenten, de toegang tot de Brusselse markt voor lokale producenten in de stad en de voorsteden vereenvoudigen.
- Een rendabele productie ontwikkelen die jobs creëert.

bron : https://document.environnement.brussels/opac_css/elecfile/Bro_GoodFoodStrategie_NL

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Visie

Bijdragen aan de levenskwaliteit van de Brusselaars

- Voorrang geven aan productietechnieken met respect voor het milieu en de gezondheid.
- Deelname aan maatschappelijke en vrijetijdsacties stimuleren.
- De ontwikkeling en het behoud van groene ruimten en de biodiversiteit in de stad bevorderen.
- Smakelijke, lokale voeding van hoge kwaliteit ontwikkelen, om van te genieten tijdens gezellige momenten.
- Een divers aanbod van aankoop- en consumptielocaties voorstellen voor duurzame voedingsproducten.

De natuurlijke rijkdommen vrijwaren en voedselverspilling tegengaan

- Niet-verkochte producten en organisch afval valoriseren via een kringlooeconomieproces.
- Voedselverspilling aan de bron voorkomen.

Voortdurend verder ontwikkelen en de jongere generaties bewustmaken

- Brusselaars van alle generaties, culturen en sociale klassen vertrouwd maken met het thema duurzame voeding.
- Multiculturele duurzame voeding ontwikkelen: gerechten uit de wereldkeuken bereiden, ontdekken en er kennis over delen.
- Kinderen en jongeren sensibiliseren rond "goed eten": een voeding waarvan je kan genieten en die gezond is.
- Continue evolutie van de acties en de ontwikkeling van nieuwe projecten via onderzoek, experimenten en opleidingen.

GOOD FOOD STRATEGIE

Actieplan

Actielijn 1: Duurzame lokale voedselproductie verhogen.

Actieplan 1 : Duurzame professionele landbouwproductie ontwikkelen.

Actieplan 2 : Promotie van duurzame eigen productie.

Actielijn 2 : Begeleiding van herlocalisatie en overgang naar een duurzamer aanbod voor iedereen.

Actieplan 1 : Op een transversale wijze voor de overgang van het voedselaanbod zorgen.

Actieplan 2 : De overgang van kantines versterken om een groter aantal consumenten te bereiken. Het aanbod aan duurzamere menu's in de restaurants uitbreiden om duurzame voeding zichtbaar te maken en in verband te brengen met tafelgenoege.

Actieplan 3 : Gevarieerde, duurzame distributiesystemen promoten om de toegankelijkheid van duurzame voeding te verbeteren en duurzame voeding meer zichtbaarheid te bieden op de Brusselse markt (om de vraag te beïnvloeden).

Actieplan 4 : Een duurzame en geherlokaliseerde voedselverwerking (in Brussel) tot stand brengen om te voldoen aan de vraag naar duurzamere verwerkte voedingsmiddelen en om niet-verkochte voeding te valoriseren.

Actielijn 3 : Begeleiding van de overgang van de vraag

Actieplan 1 : Begeleiding van burgers en gezinnen om over te stappen naar een andere voeding.

Actieplan 2 : Bewustmaking van de jongere generatie.

bron : <https://www.circlemade.brussels/nl/de-strategie-good-good-naar-een-duurzaam-voedingssysteem-in-het-brussels-hoofdstedelijk-gewest/>

GOOD FOOD STRATEGIE

Actieplan

Actielijn 4: ontwikkeling van een duurzame, aantrekkelijke Good Food-voedingscultuur

Actieplan 1: Ontwikkeling van het concept “good food.brussels”.

Actieplan 2: Zorgen voor de kapitalisatie en de verspreiding.

Actielijn 5: beperking van voedselverspilling

Actieplan 1: Beperking van voedselverspilling bij de bron, dat wil zeggen verspilling vermijden in elke schakel van de keten.

Actieplan 2: Valoriseren van onverkochte voedingsmiddelen.

Actielijn 6: nadenken over en ruimte maken voor de voedingssystemen van morgen

Actieplan 1: Ontwikkelen, opvolgen en valoriseren van onderzoeks- en innovatieprojecten.

Actielijn 7: governance inzake de toepassing van de strategie

Actieplan 1: De sturing, opvolging en evaluatie van de strategie verzorgen.

Actieplan 2: Zorgen voor synergieën en samenwerking bij de toepassing van de strategie.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Toekomst

Ontwikkeling van de Good Food-strategie 2.0 (voorzien begin 2022).

Verderzetten en uitbreiden van het Good Food-label voor kantines en restaurants.

Herlancering post-covid in een veranderd landschap met bepaalde spelers die verdwenen zijn: gemeenschappelijke productieruimtes, horeca ...

SITUATIE OP HET TERREIN

Vandaag, positief

Bijna heel Brussel heeft een aanbod van duurzame voedingswinkels en diverse projecten rond stadslandbouw zijn opgestart.

Er zijn een groot aantal nieuwe start-ups met innovatieve producten.

Er is financiële en andere ondersteuning (opleiding, begeleiding ...) via diverse overheden (HUB, leefmilieu Brussel ...).

SITUATIE OP HET TERREIN

Vandaag, negatief

Moeilijk om de activiteiten rendabel te maken na afloop van de periode van subsidiëring (vooral landbouwprojecten).

Weinig aandacht voor transformatie. Het logistieke probleem blijft bestaan.

Diverse bedrijven in moeilijkheden door niet-realiseerbare ideeën, grotere concurrentie en de covid-crisis.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Covid

Studie Rabad: grote verschillen tussen de sectoren.

- **Restaurants:** grote financiële moeilijkheden.
- **Distributiesector:** sterke groei van de e-sector, meer inzicht gekregen in de ketenwerking.
- **Dienstverleners:** moeilijke situatie voor bedrijven zoals Co-oking en Skyfarms.
- **Productie:** diversifiëring van klanten is belangrijk. Erg afhankelijk van restaurants en distributiesector.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Toekomst

Ontwikkeling van de strategie Good Food 2.0 (februari 2022).

Verderzetten activiteiten zoals label Good Food.

Heropening HORECA in een sterk veranderd landschap :
faillissementen, nieuwe markten/mogelijkheden...

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Sterkten

Diverse doelgroepen, van kapitaalkrachtige consumenten tot kansengroepen, op een zeer kleine oppervlakte.

Ondersteuning vanuit diverse hoeken.

Vraag naar meer duurzame producten.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Zwakten

Beperkte ruimte binnen het Brussels Gewest.

Nog geen grote hubs voor grootschalige verwerking met gemeenschappelijke machines.

Moeilijke distributie.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Gevaren

Werken vanuit een ideologie in plaats van een leefbaar project.

Project verderzetten na opstart zonder begeleiding en subsidiëring.

Opkomende concurrentie.

Gebrek aan technische kennis.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Kansen

Verkoop duurzame voeding in bepaalde delen van de stad.

Horeca, door de vele faillissementen.

Transformatie: veel mogelijkheden tot samenwerking, bijvoorbeeld via sociale economie.

Voedselverspilling.

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Sleutelementen

Goede technische kennis en marktkennis.

Een goed onderbouwd financieel plan.

Voldoende aandacht voor marketing en communicatie.

→ **Basis van deze opleiding**

→ **Webinars inzake technische kennis gratis ter beschikking op de website van Leefmilieu Brussel**

→ **Hulp bij opmaak financieel plan via diverse markspelers**

HISTORIEK GOOD FOOD IN BRUSSEL

Uw beurt: SWOT-analyse van uw activiteit/project.

Over 3 weken, tijdens module 3, overlopen en bespreken we de analyses.

3 min