



STRATEGIE GOOD FOOD « VERS UN SYSTÈME ALIMENTAIRE DURABLE EN RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE » EVALUATION FINALE 2016/2020 RESUME

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)¹. Elle fait l'objet depuis lors d'une mise en œuvre concrète, d'une évaluation à mi-parcours et révision légère approuvée par le Gouvernement bruxellois début 2019² et enfin d'une évaluation finale, participative, en 2020, réalisée en co-construction avec le conseil participatif Good Food et son groupe de travail « évaluation ».

La stratégie Good Food 2016-2020 s'est inscrite dans une vision qui se décline en 7 axes stratégiques :

1. augmenter la **production** alimentaire locale et durable,
2. accompagner la relocalisation et la transition d'une **offre** durable pour tous,
3. accompagner la transition de la **demande** pour tous,
4. développer une **culture** alimentaire « Good Food » durable et désirable,
5. réduire le **gaspillage** alimentaire,
6. penser et favoriser les systèmes alimentaires de **demain**,
7. assurer la **gouvernance** de la mise en œuvre de la stratégie.

Sur les 119 prescriptions de la stratégie après révision, 81% sont, soit réalisées (récurrent, non récurrent), soit entamées (en cours, contributions partielles) (NB : 87% des prescriptions initiales réalisées ou entamées).

Le présent document résume la synthèse des réalisations et la performance de la stratégie 2016-2020, dans une vision prospective, en vue de contribuer à l'élaboration de la suite de la stratégie. Les réalisations montrent que la stratégie a permis d'impulser une transition du système alimentaire vers plus de durabilité, avec un démarrage conséquent et concret, certains objectifs atteints, d'autres clairement à atteindre encore (certains investissements des dernières années donneront des résultats à plus long terme). Le terrain est donc fertile pour une montée en puissance.

Merci à tous les acteurs de terrain - citoyens, écoles, collectifs, associations, communes & CPAS, entrepreneurs, fédérations, mouvements, réseaux, etc. qui se sont impliqués dans la mise en œuvre de la stratégie et qui ont véritablement contribué à son succès

Plus d'informations :

[Stratégie 2016-2020](#)

[Documents complet d'évaluation](#)

¹ https://document.environnement.brussels/opac_css/elecfile/Strat_GoodFood_FR

² https://environnement.brussels/sites/default/files/user_files/goodfood_synthesebilan2016-2018.pdf

L'impact de la crise COVID-19 : quelques premiers éléments

Si il est trop tôt pour identifier tous les impacts (nombre d'entre eux seront plutôt visibles dans les prochains mois), ni d'identifier la pérennité des impacts, l'évaluation de la stratégie se devait d'examiner la situation afin de dégager quelques opportunités et points d'attention pour la suite de la stratégie qui seront à confirmer/compléter par la suite. Ainsi, 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. Il y a clairement une baisse de chiffre d'affaire (HoReCa bien sûr, et dans une moindre mesure industrie alimentaire, vente au détail, agriculture et pêche...), mais aussi des acteurs qui ont dû/su se réinventer. Et dans un même sous-secteur, tous les acteurs n'ont pas été impactés de la même façon, selon notamment leurs secteurs de débouchés. 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).

Le secteur HoReCa étant central dans la stratégie (cantines, restaurants), il faudra être attentif à soutenir une relance durable, mais aussi à l'avenir des cantines d'entreprises par exemple, au vu de l'évolution du télétravail.

Par ailleurs, la crise a mis en lumière la fragilité du système d'aide alimentaire. Les demandes d'aides alimentaires ont énormément augmenté pendant la crise. Là aussi la stratégie doit évoluer, plus en phase avec les questions sociales et de santé. Si le pouvoir d'achat a été réduit pour de trop nombreux ménages, ce qui va amener des conséquences notamment sur la réduction du budget alimentaire et l'éloignement de l'alimentation durable, certains avantages sont aussi à souligner. Ainsi, une enquête commandée par le Gouvernement et menée en septembre 2020³ auprès de la population bruxelloise, enquête *Préparons Bruxelles*, nous apprend que les Bruxellois ont davantage cuisiné eux-mêmes des plats à la maison, ont davantage acheté des produits locaux, ont augmenté leur autoproduction... la pérennité de ceci est évidemment à valider.

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. En 2020, on en dénombre une quarantaine, travaillant sur une surface de près de 20 ha. Des producteurs généralement (mais pas uniquement) multifonctionnels, produisant aussi des services dans les domaines de l'éducation, de la santé, du lien social, de l'environnement.

Pour encourager et soutenir ce développement de l'agriculture urbaine (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 et à la durabilité de leur activité, dont : l'accès aux lieux de production : près de 9 ha ont été mobilisés pour l'AU dans le cadre de la stratégie Good Food; un plan d'action juridique et urbanistique en faveur des agricultures urbaines durables en RBC a été développé ; l'élaboration d'une politique foncière agricole est en cours ; l'accès aux capitaux : 78 projets d'AU ont été subsidiés via 5 appels à projets annuels ; l'accès aux marchés : le réseau des GASAPs, qui se fournit auprès de producteurs locaux, est financé par la Région ; des réflexions autour de la mise en place de hubs logistiques sont en cours ; l'accès aux savoirs faire et aux connaissances : un Facilitateur AU a été mis en place, et a assuré plus de 150 guidances⁴ ; 15 agriculteurs ont pu tester leur activité sur l'espace test du projet BoerenBruxselPaysans ; la mise en place d'une fédération a été subventionnée.

Ce développement de l'AU a contribué à augmenter la production bruxelloise, notamment en fruits et légumes, qui est aujourd'hui de l'ordre de quelques dixième de pourcents de la consommation bruxelloise.

³ [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.

⁴ Une guidance est une assistance gratuite et personnalisée pour le montage de société, l'exploration de questions techniques ...

Pour atteindre l'objectif à l'horizon 2030 d'une production durable et locale (RBC + périphérie) de 30% des fruits et légumes non transformés consommés par les Bruxellois, et mobiliser les 1600 ha nécessaires à cette production nourricière pour Bruxelles, il s'agira notamment, en complément à la continuation de la mise en œuvre et le renforcement des actions en cours, d'assurer un accompagnement à destination des agriculteurs conventionnels, qui cultivent près de 230 ha de terres en RBC, vers une transition agroécologique de leurs pratiques culturales, et de développer d'avantage les collaborations interrégionales afin de faciliter les échanges entre producteurs et mangeurs bruxellois dans un objectif de circuit court.

Une production citoyenne qui rencontre un franc succès

Depuis 2016, la stratégie Good Food a contribué à l'augmentation de l'autoproduction alimentaire durable via la mise en capacité des citoyens, individuellement ainsi que collectivement pour le développement de projets diversifiés et nourriciers, avec impacts environnementaux, sociaux et de santé.

Sur la période 2016-2020, l'autoproduction a pris de l'ampleur dans la Région. En 2020, 40% des ménages cultivent des fruits ou des légumes ; 34% des légumes et 29% des fruits⁵. L'objectif fixé de 30% des ménages bruxellois produisant une partie de leur alimentation est atteint. Mais si l'autoproduction contribue indéniablement à l'accroissement des quantités produites sur le territoire de la Région, il est complexe de pouvoir en mesurer l'étendue. Reste aussi à toucher un public plus diversifié, et dans les zones qui en ont le plus besoin

Tout le monde n'a pas de jardin (seuls 37% de la population en a en fait) et le manque d'espace est le 1^{er} frein à l'autoproduction, et donc l'accès aux sites de production reste un défi. Dans la Région, on constate une tension importante entre l'urbanisation et la demande forte des espaces pour cultiver. La surface des sites potagers collectifs et familiaux (82ha en 2013) a très légèrement diminué : 79 ha en 2018 suite à la disparition de certains sites (mais de nombreux projets sont dans les cartons). La superficie des potagers dans les espaces régionaux s'élève à 5,61 ha bruts : 1,93 ha bruts de potagers ont été créés entre 2015 et 2018 (augmentation de 50%). Là aussi, des projets sont en cours pour arriver à 7,55 ha à l'horizon 2022/2023. La question de l'accès aux sites via promoteurs publics/privés et acteurs d'aménagement du territoire et leurs outils de planification urbaine a également été travaillée et doit se poursuivre.

En ce qui concerne l'accès aux moyens techniques et financiers, la stratégie a soutenu 190 projets de production (communes, CPAS, associations, collectifs de citoyens) et 168 potagers scolaires depuis fin 2015.

Différentes formes de production (innovantes) ont été soutenues, comme l'aquaponie, la production de chicons et de champignons, des poulaillers. La question de la place des fruitiers, absente des prescriptions de la stratégie (même si quelques actions ont été menées notamment dans les projets collectifs citoyens), a aussi pris de l'ampleur depuis 2018.

En matière d'accès aux savoir-faire et à l'information, les Bruxellois désirant se lancer dans la production citoyenne, de manière individuelle ou collective, sont aidés par des info-fiches pratiques, des kits de graines (40.000 kits distribués lors de 3 éditions), le réseau des Maîtres-Maraîchers (206 formés dont 80% actifs), les ateliers « Cultiver en Ville » (298 ateliers, 4000 participants). Pour les initiatives collectives, 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 ce qui est montre d'un fonctionnement stable et d'une installation solide et ancrée dans le tissu urbain.

Une volonté de relocalisation des filières et circuits courts

En terme de **transformation locale** de nombreuses actions Good Food ont permis le soutien aux transformateurs engagés pour plus de Good Food (subsidés Be.circular ; formation de nouveaux entrepreneurs, ...). Les échanges avec la FEVIA notamment via sa participation au conseil participatif et les enseignements tirés de plusieurs projets de

⁵ Baromètre des comportements en termes d'alimentation durable dans le cadre de la stratégie Good Food, AQRATE, sept 2020

terrain, ont permis de gagner en expertise et d'apporter une meilleure connaissance du secteur pour la future construction de la stratégie Good Food 2.0. On constate en tous cas 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, ...). Ces questions seront à adresser dans la suite de la stratégie, et en lien avec les politiques économiques.

Même si la relocalisation des filières et la création d'une sorte de « 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, comme le soutien à plusieurs projets concernant des plateformes logistiques pour faciliter l'accès des produits locaux au marché bruxellois (Farm coop, Etude, Terroirist, ..). La logistique reste cependant un frein majeur à l'approvisionnement des professionnels bruxellois et pour la suite de la stratégie, un travail sur les filières en circuits courts est prioritaire.

Vers 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, 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). Ces dernières années, Bruxelles a connu un boum 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.

Un label Good Food, décliné pour les cantines et les restaurants

Sachant que (avant la crise covid-19) la moitié des repas des bruxellois sont pris à l'extérieur de leur domicile, une des actions clés de la stratégie Good Food a ciblé les cantines et les restaurants.

Un programme Good Food cantine a été mis à disposition de toutes les collectivités (école, administration, crèche, entreprise, ...) et a concerné 309 cantines : formations théoriques et pratiques sur l'alimentation durable, accompagnements veggie et anti gaspi, helpdesk, et outils spécifiques pour les cantines publiques (modèles de cahier des charges, formations, réseau d'échange). Un label cantine Good Food a été lancé en 2017 pour mettre en lumière les organismes impliqués dans une démarche Good Food. 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.

En octobre 2020, 53 cantines sont labellisées Good Food dont 13 sont des cantines publiques. Selon une étude réalisée en 2020⁶, le label semble être un bon levier vers une amélioration des menus pour plus de durabilité et un meilleur aspect gustatif, mais manque de notoriété et 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. Par ailleurs, l'objectif est bien la transition massive et non la labellisation pour la labellisation.

⁶ Etat des lieux des cantines bruxelloises, Sonecom, 2020

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 permis⁷ 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.

Des nouvelles pratiques alimentaires au quotidien pour les citoyens

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 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 ce biais, plusieurs projets ont permis de soutenir directement les acteurs selon les publics ciblés via de la formation et de l'accompagnement et de développer une expertise interne en lien avec le secteur associatif. Le soutien financier s'est traduit au travers des appels à projets destinés aux associations, aux communes et aux CPAS. La Stratégie a ainsi soutenu des projets traitant des différentes thématiques de l'alimentation durable en lien avec la demande et ce, notamment, avec des publics issus de la diversité sociale et culturelle. Au-delà de la formation et des accompagnements, un répertoire des outils pédagogiques traitant de l'alimentation durable a été réalisé et diffusé. Parallèlement, un dispositif de soutien (accompagnement et financement) aux nombreux projets portés directement par des collectifs de citoyens a été proposé via l'appel à projet « Inspirons le Quartier » et des Quartiers durables citoyens (102 projets en 5 ans).

Au niveau des résultats⁸, en 2020, 33% de la population déclare déjà consommer beaucoup d'aliments durables, dont ¼ depuis 1 an ou moins.

Une transition qui doit inclure tous les publics

Si 1/3 des Bruxellois.es 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). Pour ¾ 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 important⁹.

La mise en œuvre de la stratégie a été 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,

⁷ Evaluation de la stratégie Good Food pour le secteur Horeca en Région de Bruxelles Capitale, Innovative Cuisine, novembre 2020.

⁸ Pour les résultats par objectif de la stratégie, voir tableau en annexe I

⁹ Sondage Good Food, AQRATE, 2020

notamment si le « contexte d'achat » (accessibilité financière, géographique et culturelle de l'offre) n'évolue pas (ou pas assez/pas partout), surtout par rapport aux publics plus vulnérables qui habitent généralement dans des quartiers où l'offre Good Food est rare et peu adaptée à leurs besoins. Lors de la révision de la stratégie approuvée début 2019, une approche plus systémique offre/demande par quartier avait été inscrite, et certains contours définis depuis : il s'agit de soutenir le développement de points de vente dans des quartiers très peu approvisionnés en Good Food et de stimuler la diversification des structures de vente avec des politiques d'achat adaptées pour répondre aux différents profils.

De la Good Food au menu dans les écoles

Accueillant plus de 250.000 élèves par jour, les écoles sont une cible prioritaire pour la transition alimentaire à Bruxelles. Les actions déployées visent à sensibiliser les élèves et leurs parents à bien manger et changer leurs habitudes, les professeurs à mettre en place des actions concrètes et les acteurs décisionnaires à intégrer la Good Food dans les pratiques. En 5 ans, les actions ont permis de dépasser les objectifs de la stratégie, à savoir sensibiliser 10 % des élèves bruxellois à la Good Food et de mettre en place plus de 10 potagers scolaires par an. En 5 ans ce sont même 168 potagers qui ont vu le jour. Les actions ont également permis de renforcer le soutien aux acteurs associatifs et d'intégrer de plus en plus de Good Food dans les cantines et l'alimentation à l'école via les labels Good Food et Ecoschools ou encore le programme « fruits et légumes à l'école ». 45 écoles sont labélisées Good Food ou Ecoschools. Le programme fruit et légumes a, quant à lui, touché 126 écoles et plus de 30.000 élèves en moyenne par an. Des partenariats institutionnels, bien que nécessitant d'être consolidés, ont vu le jour permettant de mutualiser les compétences, de construire une vision commune de la Good Food et de rationaliser les moyens financiers.

Au-delà de la pédagogie, la stratégie a donc travaillé sur l'offre alimentaire des écoles et donc sur les cantines scolaires. La fréquentation des repas chauds concerne 25% des élèves du fondamental et 15% du secondaire. 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). L'étude réalisée en 2020 auprès des cantines¹⁰, 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. Comme pour le label cantine en général, il reste ici à donner au projet une autre ampleur.

Moins de gaspillage alimentaire à la source

Au sein de la Stratégie, la lutte contre le gaspillage alimentaire à la source s'est intégrée de manière transversale durant ces 5 années, mais aussi de manière plus ciblée auprès des cantines et les restaurants. Le gaspillage alimentaire a diminué en moyenne de 29% dans les cantines labélisées. 13% des cantines publiques déclarent que la diminution du gaspillage est supérieure à 40%. Le potentiel de réduction du gaspillage alimentaire au sein des ménages est important, mais la prise de conscience est un réel enjeu. D'après le dernier sondage Good Food mené, réduire son gaspillage alimentaire est à nouveau cité comme étant le comportement le plus envisagé par la population pour limiter son impact environnemental (61%). Cependant un frein important réside dans la différence entre la perception du gaspillage et les comportements réels des ménages. 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'ABP¹¹ entre 2016 et 2019. La tendance du gaspillage alimentaire tend donc à diminuer au sein des ménages, mais pas à la vitesse escomptée. Pour ce qui est des autres maillons de la chaîne alimentaire, les derniers chiffres bio-déchets disponibles établissent une estimation de 131.469 tonnes¹² pour l'ensemble des bio-déchets alimentaires produits en Région de Bruxelles-Capitale. A titre de comparaison avec les chiffres disponibles et avancés

¹⁰ Etat des lieux des cantines bruxelloises, SONECOM, 2020

¹¹ Agence Bruxelles Propreté – Analyse Composition Déchets Ménagers, rapportage annuel

¹² LoUISÉ– Potentiel des biodéchets collectables en Région de Bruxelles-Capitale – 2018 – Etude commanditée par Bruxelles Environnement

en début de stratégie en 2016 (134.000 tonnes¹³), la situation ne s'est pas améliorée, mais elle ne s'est pas non plus aggravée.

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

Au niveau des projets associatifs subsidiés en lien avec la récupération d'invendus (Appel à Projets Be.Circular), on retrouve des projets de récupération d'invendus pour une transformation et redistribution ultérieure

L'accent a surtout, à ce stade, été mis sur la valorisation des invendus alimentaires en soutenant la mise en capacité du secteur de la récupération et en favorisant la mutualisation des ressources logistiques pour structurer la récupération des invendus à l'échelle de la Région. En 5 ans, la Stratégie a soutenu des projets de récupération d'invendus qui totalisent collectivement 2.500 T d'invendus alimentaires récupérés et redistribués sur l'ensemble de la période. Depuis 2016, l'obligation de don alimentaire a également été introduite dans 27 permis d'environnement délivrés par Bruxelles Environnement, ce qui oblige les exploitants à recourir au don alimentaire dans le respect des normes légales de sécurité alimentaire pour les produits qu'ils ne souhaitent plus commercialiser mais qui sont encore consommables. 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. Si cette forme de dépendance croissante du secteur de l'aide alimentaire vis-à-vis des invendus alimentaires n'est pas un idéal, il reste néanmoins à identifier à court et moyen terme les futures modalités de ce type de soutien (rôle du social et de l'environnemental, comment, ...).

Des emplois à la clé de toutes ces mesures

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.**

Ces emplois ont été créés dans le secteur de la production agricole urbaine (80), suite à une formation de découverte du secteur professionnel de l'alimentation (54), suite à un parcours entrepreneurs (96) ou suite au soutien aux projets à vocation commerciale de l'Appel à projets annuel « Be Circular » (33).

Des outils au service de la stratégie

La communication

Différents outils et actions de communication ont été mis en place : portail web, y inclus bottin des acteurs Good Food cartographié, page Facebook, newsletter, outils sur la saisonnalité, ambassadeurs, films et les rencontres annuelles « Good Food ». C'est montré dans les sondages, 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). Les profils « vulnérables » se sentent moins informés, ils ont moins entendu parler de la Good Food.

La communication doit donc se repenser pour être plus ciblée et inclusive.

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.

Les appels à projet

La stratégie prévoit, au niveau de plusieurs axes¹⁴, d'utiliser l'outil « Appel à Projets » pour stimuler l'innovation (sociale et technique), inscrire dans les projets existants un soutien à la réplication de projets ayant montré leur

¹³ 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.

¹⁴ Surtout prescriptions 95, 98 (axe 6), mais aussi 2& 21 (axe 1), 41 (axe 2), 60 (axe 3), 107 (axe 7)

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.

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

Le pilotage et les moyens

Depuis son lancement en janvier 2016, la stratégie Good Food est pilotée par Bruxelles Environnement (BE) et Bruxelles Economie Emploi (BEE) qui ont assuré pour cette première période de mise en œuvre un portage fortement centré sur les administrations. Le budget prévisionnel indicatif sur 5 ans de la stratégie prévoyait un budget annuel variant entre 2,4 M et 2,9 M, ce qui a été respecté, avec un budget total de 15,4 € sur 5 ans pour les 2 administrations, lequel budget a effectivement été mobilisé pour la mise en œuvre des prescriptions (87% des prescriptions initiales abordées ou finalisées).

Les ETP alloués ont représenté des moyens limités au regard des ambitions de la stratégie, mais aussi au regard des modèles d'intervention déployés. 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, prioriser les actions ce qui n'a pas été fait initialement.

Une gouvernance participative

La stratégie 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. Un conseil consultatif, devenu en 2019 conseil participatif a été mis en place, structure ayant un rôle d'échange, de co-construction et d'avis.

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, comme le rapport coût/efficacité et les moyens alloués au processus, tant au niveau de la coordination que des acteurs qui y contribuent. Il s'agit de faire évoluer encore le dispositif.

Vers de plus en plus de transversalité : social, santé, économie

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, même si elle s'est ouverte récemment.

Et donc, 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. Dès 2020, des liens ont d'ailleurs été établis avec la préparation du plan social santé intégré (Brussels Takes Care) et de la stratégie régionale de la transition économique. Evidemment, le renforcement de la transversalité concerne aussi d'autres compétences, locales, régionales, communautaires, ainsi qu'un travail accru au niveau interrégional.