



Good Food : Conseil participatif PV de la réunion du 11.06.20

Présents : Sami Hemdame (Comeos); Cristina Amboldi (cabinet Clerfayt); Alice Gillerot (Boeren Brussel Paysans); Bruno Vankelegom (FBPSanté); Camille Callens (BECI); Eléonore Barrelet (Agroecolgy In Action); Grégoire Clerfayt (Cabinet Trachte); Geert Rochtus (Bruxelles Economie et Emploi); Guy Gallet (Fevia); Joséphine Henrion (Bruxelles Environnement); Deborah Myaux (FDSS); Katrien Vanhoutte (Steunpunt Korte Keten); Philippe Mertens (Brulocalis); Stéphanie Gautier (Cabinet Maron); Isabelle de Visscher (cabinet Clerfayt); Sabine Solvyns (Bruxelles Economie et Emploi); Jan Velghe (BV OECO - AB REOC); Rob Renaerts (Réseau des Acteurs Bruxellois pour l'Alimentation Durable); Aude Grillot (Hub); Sébastien Kennes (Rencontre des Continents); Joelle Van Bambeke (Bruxelles Environnement)
Excusés : Fédération Horeca

14h : accueil - fonctionnement – limites

Cf slide 2.

14h05 : présentation tournante d'un membre : AIA

Cf slides 3 à 13.

Questions/remarques :

- AIA a-t-il la volonté / objectif à moyen terme de se développer dans la partie néerlandophone du pays ? Pour l'instant nous maintenons des liens avec les initiatives similaires en Flandre, mais nous assumons un centre de gravité francophone mais ouvert aux néerlandophones. En interne, une série de personnes et d'acteurs font les liens avec la Flandre
- Précision sur le "mapping". Il est encore "work in progress" et n'a pas pour objectif d'être exhaustif. Il ne faut pas en faire aussi une lecture "hiérarchique" ou d'importance. Les liens d'adhésion / collaborations (officielles ou non) entre les ensembles mentionnés sur ce mapping sont multiples. AIA serait intéressé d'avoir un mapping similaire pour les acteurs "conventionnels". Steunpunt Korte Keten peut aider pour réaliser un mapping des acteurs situés en Flandre.

14h15 : plan "social-santé intégré" volet "santé et inégalités environnementales"

Présentation de Stéphanie Gautier du cabinet Alain Maron

Cf slide 14.

Alain Maron est également ministre de la santé et du social au niveau communautaire. Le but du plan social-santé intégré (PSSI) est d'intégrer des plans déjà existants (lutte contre la pauvreté, promotion de la santé,...), de faire un plan commun à toutes les entités compétentes sur le territoire bruxellois, traduisant une approche territoriale de l'action sociale et de la santé. Le PSSI devra être conclu d'ici au début de l'année 2021. Deux consultations parallèles seront organisées : un panel citoyen et une consultation avec les acteurs de terrain. Dans la consultation avec les acteurs de terrain, plusieurs groupes de travail (GT) seront organisés dont un sur la santé et les inégalités environnementales. Le focus de ce GT sera l'alimentation car il a été jugé qu'il y a moins d'outils de politiques publiques disponibles sur cette thématique comparé à d'autres.

Ce GT sera piloté par l'Observatoire de la Santé et du Social de Bruxelles-Capitale et sera basé sur le rapport pauvreté et durabilité du Service de Lutte contre la pauvreté¹, qui a un chapitre sur l'alimentation et la consommation durable. Le timing du GT correspond au timing de l'évaluation de la stratégie Good Food. Le but est que Good Food et le PSSI s'alimentent l'un/l'autre. Le GT inclura des académiques, des acteurs de terrains (associations etc) et les administrations. Seront abordés les bonnes pratiques qui existent aujourd'hui ; comment les reproduire à Bruxelles ; quels sont les obstacles ; quels soutiens sont nécessaires ; quels acteurs clefs doivent être impliqués dans les projets existants et à développer.

- Qu'est-il entendu par « acteurs de terrain » dans le GT? Est-ce qu'il y aura un système de représentation ou est-ce que les acteurs de terrain qui travaillent dans la Stratégie Good Food seront amenés à participer eux-mêmes à ce GT ? Le GT n'est pas permanent (5 réunions entre l'automne et l'hiver). Des noms ont été proposés par BE (Rencontre des continents, maisons médicales,..) mais la liste n'est pas définitive. Ouvert aux propositions. C'est l'observatoire de la santé qui tranchera la composition des membres.

14h20 : impact covid-19

Tour de table pour partager ses constats par rapport à la crise (en annexe : les contributions écrites reçues):

- **Hub.brussels** : a évalué l'impact de la crise, accompagner/ informer les entreprises sur les aides disponibles. Ils ont observé une certaine réactivité des acteurs de l'économie circulaire qui ont rapidement pu adapter leur offre et la façon de la diffuser.
- **Boeren Brussel Paysans** : le modèle des producteurs s'est avéré robuste et résistant (rapidité de réaction/ flexibilité). Ses atouts sont la transparence et la qualité des produits. Pendant la crise, il y a eu une augmentation de la demande en produits locaux. Il faut voir si c'est un boum temporaire et comment faire pour que cette demande devienne structurelle. Les projets comme les GASAP ont été sollicités pour absorber l'offre résiduelle dû à la fermeture de l'horeca et des marchés. Cependant, c'est un secteur qui fait face à une grande précarité et, même si les produits ont été écoulés pendant cette période, le salaire horaire n'a pas augmenté pour le producteur car cette réorganisation a été chronophage. Il faudrait créer un espace de réflexion pour que ce genre de crise soit porté communément (au sien du conseil GF ?).
- **Cabinet Clerfayt** : impact plutôt visible dans les prochains mois suite aux licenciements auxquels il faut s'attendre.
- **Fédération bruxelloise de la santé** : des services ont dû mettre en place des dispositifs de distribution de colis alimentaires supplémentaires. L'urgence était de répondre aux besoins primaires des ménages en difficulté ; les critères de durabilité sont secondaires. Des ateliers ont

¹ <https://www.luttepauvrete.be/publication/du-service/rapport-bisannuel/>

pu être organisés en visio mais se pose la question de la fracture numérique. Des files d'attente de colis ont été observées dans les rues, ce qui est difficile à vivre pour les personnes. N'est-il pas possible de trouver des alternatives plus discrètes offrant des meilleurs produits pour éviter de marginaliser cette population ?

- **BECI** : a lancé une enquête hebdomadaire auprès de ses membres entre la mi-mars et début juin. Cette enquête était destinée à tous ses membres, tous secteurs confondus. Les réponses reçues du secteur alimentaire (Horeca, Agriculture & Pêche, Industries Agricoles et alimentaires, vente au détail alimentaire) comptaient en moyenne pour 10% des réponses. Parmi les réponses du secteur Alimentaire :
 - Horeca : 70% des réponses du secteur
 - 100% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 75% en moyenne)
 - Industries Agricoles et alimentaires : 15% des réponses du secteur
 - 90% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 65% en moyenne)
 - Vente au détail alimentaire : 11% des réponses du secteur
 - 70% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 55% en moyenne)
 - Agriculture et pêche : 4% des réponses du secteur
 - 90% connaît une baisse du chiffre d'affaire (de 50% en moyenne)

Au niveau des actions faites par BECI, la campagne « sprout to be brussels » a été relancée, des masques sont distribués gratuitement à l'horeca, des coachings de résilience vont être offerts aux entreprises (entre autres le secteur alimentaire) afin d'utiliser la crise pour repenser les modèles économiques et y intégrer plus de durabilité.

- **Fédération des Services Sociaux** : les demandes d'aides alimentaires ont énormément augmenté pendant la crise. Un numéro vert a été mis en place. Cette augmentation est observée dans toutes les communes de Bruxelles. Dans les impacts positifs de la crise, il y a l'assouplissement des critères d'accès à l'aide alimentaire. La crise a aussi mis en lumière la fragilité du système d'aide alimentaire. Par ailleurs, on a vu naître des alternatives moins stigmatisantes (comme des chèques alimentaires). Dans les impacts négatifs de la crise, on note plus de ménages en difficulté et dans le besoin. Beaucoup de ménages ont vu leur pouvoir d'achat réduit, ce qui va amener des conséquences sur le long terme, notamment sur la réduction du budget alimentaire et l'éloignement de l'alimentation durable. Point d'attention : sortir du système caritatif pour faire plus de social (prévention de la pauvreté)
- **Agroecology in Action**: des constats similaires ont été menés. Il est ressorti le besoin d'un outil pour faire le lien entre les consommateurs et les producteurs. Cette crise a montré la résilience du système des producteurs paysans. Cependant, cela a causé un surplus de travail et demandé beaucoup d'adaptation. Le secteur a besoin de soutien pour faire face à une nouvelle crise, absorber l'augmentation de la demande et s'adapter aux nouveaux modes de distribution.
- **Cabinet Trachte** : il y a eu des mesures d'urgences pour la crise (primes etc). Il est prévu des mesures de relance et ensuite des mesures de redéploiement. Le système alimentaire n'a pas souffert autant que les autres. La crise a permis de pointer certains éléments qui devront être pris en compte dans le plan de redéploiement: le besoin de résilience, la relocalisation,...
- **Bruxelles Economie et Emploi** : pour l'instant, il s'agit principalement de la gestion de la crise (primes,...). La relance sera lancée par la suite. Plusieurs primes ont été créés : primes de 4000€ (90 millions d'euros ont été attribués), primes de 2000€, primes spécifiques pour l'agriculture de 3.000€ (200.000€ de budget). Pour les producteurs, ceux vendant à l'HoReCa ou aux marchés ont été impactés par la crise. Le constat d'augmentation de la demande en produits locaux a aussi été relevé.
- **Fevia** (750 membres dont 30 à bxl) : la crise a lourdement touché notre industrie (food services, fermeture de l'horeca, arrêt des exportations, baisse du tourisme). Il y a une moyenne de baisse de chiffre d'affaire de 30% (mais cela peut descendre jusqu'à 70% en fonction du secteur ou du canal de distribution). Plus de détails dans [ce communiqué de presse](#) et [cette présentation](#). La crise a montré que le système alimentaire actuel peut continuer à alimenter la population. La

transition vers la durabilité est toujours dans les perspectives de la FEVIA (rapport à ce sujet sortira en 2021).

- **OEKO** : la crise a mené à une plus grande réflexion de la part des consommateurs (rythme, volume d'achats, lien avec la santé,...). Les consommateurs sont plus conscients. Cette tendance va perdurer car l'insécurité va persister. La réduction du pouvoir d'achat de certains ménages va augmenter la prédominance du critère prix sur les autres critères (dont la durabilité). Il y a également un impact possible sur le gaspillage alimentaire, vu l'augmentation des stocks. Par ailleurs, le télétravail va être plus fréquent dorénavant. Cela pose des questions sur la gestion alimentaire à la maison.
- **Steunpunt Korte Keten** : a donné des infos sur les primes et reçu beaucoup de questions sur des sujets variés : la vente à la ferme, l'e-commerce, la vente en vrac, la réalisation d'affiches,... Ils ont fait une enquête sur la perte de revenu des agriculteurs suite à la crise. Une centaine d'agriculteurs y ont participé. Les résultats sont cependant confidentiels. Ils ont organisé des webinars ; ils ont réalisé un petit film de promotion sur la consommation locale ainsi que des brochures listant les producteurs locaux par commune ; ils ont organisé le korte keten award ; ... Pour le projet Brussel Lust, un film est également prévu.
- **Burulocalis** : rien de spécifique sur l'alimentation, si ce n'est la reprise des marchés.
- **Rabad** : a consulté ses membres. Plusieurs choses en sont ressorties. Pour les membres qui ont pu continuer à vendre, ça a généré beaucoup de stress (mesures à mettre en place, équipe réduite à cause de malades, ..). Pour les membres qui ont dû s'arrêter, ils se sont concentrés sur de nouveaux projets (nouveaux produits...). On observe un retour à l'emballage dû aux raisons sanitaires. Les réalités des membres sont très différentes d'un membre à l'autre.
- **Rencontre des continents** : difficulté de continuer les actions de formations et éducation sur l'alimentation alors que, paradoxalement, il y a eu un regain d'attention sur l'alimentation durable. S'interroge sur les impacts de la crise sur la transition des systèmes alimentaires. Il faudra traduire ces nouveaux éléments en contenu politique et pédagogique. S'interroge sur le futur des ateliers cuisines (quelles pratiques sanitaires mettre en place ?). Le secteur de l'éducation permanente a dû se réinventer en étant coupé de son public.
- **Comeos** : le comportement des consommateurs a changé : switch vers les éléments préemballés (Comeos essaie de miser sur des alternatives plus durables) ; augmentation de l'intérêt des consommateurs pour le bio et les produits locaux; intérêt pour l'e-commerce comme les box repas (voir si peut faire des box repas produits locaux ?). Il faut voir dans quelle mesure ces comportements vont perdurer et dans quelle mesure de nouveaux comportements vont apparaître. Par exemple, il y aura beaucoup plus de télétravail, quel sera l'impact sur les cantines, les systèmes catering ?
- **Cabinet Maron** : pendant la crise, le cabinet a récolté les différents inputs des acteurs présents. Ces éléments ont été pris en compte dans la gestion de la crise.
- **Bruxelles Environnement** : tous ces inputs sont notés afin de voir comment le conseil pourra rebondir par rapport à cela. Le but est de voir comment appuyer les comportements qui vont dans la bonne direction et freiner ceux qui vont dans la mauvaise direction. BE va aussi faire un sondage dans le cadre de l'évaluation de la stratégie. Les questions/ points notés dans cette réunion y seront intégrés.

Proposition d'AIA de créer un nouveau GT sur la crise Covid 19 :

- aller plus loin que des simples constats : tirer des enseignements des informations récoltées, proposer des actions à mener ainsi que des recommandations,...
- faire des points d'attention collectifs qu'aurait dû ou pu faire le Conseil et quel serait l'apport du Conseil en cas de nouvelle crise. Le conseil est un bon lieu de concertation et d'expertise pour faire émerger des recommandations prenant en compte des points de vue des différents acteurs (rare d'avoir cette diversité d'acteurs au sein du même organe).

- Le GT ne serait pas permanent mais ça peut être discuté en fonction des intérêts des uns et des autres. L'idée serait d'utiliser ce qui ressort du GT dans nos réseaux respectifs et au service de la stratégie GF.
 - Comeos, BBP, FDSS, RDC, FBPSanté appuient la proposition. Fevia va consulter en interne.
 - Cabinet Maron : au niveau politique, le cabinet est déjà super alimenté par des cartes blanches de tous les acteurs de la transition. Cet exercice n'aurait de sens que s'il est porté par des acteurs différents et représentant la diversité du Conseil, la diversité des parties prenantes des systèmes alimentaires bruxellois.
 - FDSS : Ce qui me semble important surtout c'est de reconnaître cet espace et de s'appuyer dessus au cas où une nouvelle crise surviendrait. Peut-être que cela peut être acté simplement. Cela doit-il passer par un GT ?
 - AIA : Peut-être que les deux processus doivent aller de pair : créer un espace sur lequel s'appuyer en cas de crise (et identifier des processus de fonctionnement qui y sont liés) et que cet espace serve de caisse de résonance à ce qui s'est déjà passé pour définir collectivement le rôle que peut jouer le Conseil Participatif ?
 - Cabinet Maron : J'aime l'idée de créer cet "espace", à activer si besoin. C'est très intéressant, dans la cadre de l'évaluation (partie Gouvernance) et de la construction de la nouvelle stratégie, d'initier des réflexions sur le rôle du Conseil en cas de crise. Pendant la crise, le cabinet et les administrations ont appelé certains acteurs (relations bilatérales) pour avoir des retours de terrains. C'eut été très facile/utile pour nous d'avoir un tel "espace" dans lequel venir puiser de l'information. Je parle ici pour tout le volet Alimentation/Good Food.
- BE reviendra vers le conseil avec une position -> à priori en lien avec le GT gouvernance à relancer

15h35: plan be in transition (BinT)

Présentation de Grégoire Clerfayt du cabinet Trachte :

Cf slides 16 à 23 .

Le plan BinT était prévu avant la crise et devra donc être adapté. On ne connaît pas encore exactement l'impact des mesures d'urgences prises par le gouvernement et les conséquences de la crise qui sont encore devant nous (les secteurs hôtelier, de la restauration, des commerces non alimentaires, de l'industrie culturelle et du tourisme ont été très fortement touchés). Des mesures de relance se préparent (un plan est prévu et devra aborder la question de « comment relancer l'économie de manière plus résiliente ? »).

BinT est issu de la Déclaration de politique régionale, qui contient un axe fort sur la transition économique avec des objectifs ambitieux à 2030. En 2030, on ne soutiendra que les entreprises inscrites dans une démarche verte, BinT doit définir le chemin pour y arriver. L'idée est de mobiliser les instruments économiques et leviers d'actions que la Région détient pour atteindre des objectifs de transition. On vise surtout les entreprises (leur fonctionnement et leur activité) et les consommateurs.

Pour cela, il faudra agir sur les 1ères lignes de force à savoir : répondre aux besoins de la ville et de ses usagers ; créer les chaînons locaux manquants ; évoluer vers la Démocratie et la Solidarité au sein de l'entreprise (travailler sur les modèles d'entreprises : travailler le partage des responsabilités et des prises de décisions) ; s'intéresser à l'économie des communes.

La première étape a eu lieu avec les partenaires sociaux. Le Conseil économique et social et le gouvernement ont travaillé en concertation pour créer la stratégie Go4Brussels 2030. C'est une

stratégie macro qui situe les premiers grands objectifs régionaux économiques, environnementaux et sociaux. Viennent ensuite les plans contenant les objectifs opérationnels.

Be in transition est un plan qui a pour but de créer les conditions de la transition économique pour contribuer aux objectifs climatiques régionaux. Il y a différents instruments économiques mobilisables (cf slide 19). Par ailleurs, le but est d'articuler les différents plans existants à Bruxelles dont Good Food. Nous avons besoin de cohérence, d'articulation et de gouvernance forte et partagée.

BinT implique plusieurs axes (cf slide 21):

- transformation des instruments économiques : comment encourager les entreprises à aller vers la transition ?
- Programme d'impulsion prioritaire climat -ressources: comment impulser Good Food dans ce qui existe ?
- Approche de la Transition des plans économiques (Industrie, Commerce,...)
- Réflexion sur les modèles pour une économie solidaire et démocratique.
- Réflexions sur l'économie des communs

Chantiers et GT spécifiques prioritaires (cf slides 22 et 23).

Le but est d'organiser au mieux l'interconnexion entre be in transition et Good Food et amener l'économie dans Good Food. BinT est au service de Good Food.

Présentation de Joelle van Bambeke et Joséphine Henrion de Bruxelles Environnement :

Cf slides 24 à 29.

Remarques/questions/réponses :

- Une note BeinT GF approuvée par le conseil doit être finalisée avant l'été (10 juillet)
- Il y a de forte chance que le plan industriel soit intégré dans BinT.
- Ce serait intéressant de demander à Hub de présenter le 25/06 les instruments économiques existants.
- Il n'est pas impossible de prévoir la création de nouveaux instrument dans BinT mais il faut avant tout s'assurer qu'on ne peut pas utiliser les outils existants.
- Qu'est-ce qu'on entend par mixité dans la transition des commerces ? Répondre à la diversité des profils (zones de Bruxelles, culture, et pouvoir d'achat).
- Est-il possible d'inviter Kaya ? L'idée est d'avoir la position du Conseil participatif et pas d'anticiper les discussions des GT de l'automne dans lesquels Kaya pourra participer. La réunion du 25/6 est réservée aux membres du Conseil (max 2 fois 10 personnes), à l'automne on passera par des débats ouverts.
- L'enjeu est également de clarifier la gouvernance et l'articulation entre les 2 processus. Est-ce que BinT est un GT du CP GF ?

⇒ On demande aux membres du Conseil de réagir et identifier deux thématiques à discuter en présentiel à BE le 25/06

- AIA : va envoyer la sollicitation à ses membres et revenir rapidement à ce sujet. NB : les délais sont extrêmement courts !
- RABAD : intéressé de participer sur la thématique offre/demande
- BBP : intéressé pour la production primaire et la question de filières territoriales
- Fevia : intéressé pour la transformation
- FBPSanté : pas disponible ce jour-là
- RDC : pas disponible ce jour-là

BE envoie un mail pour les inscriptions pour la réunion du 25/6 et concernant le planning de la suite.

16h : divers & agenda des membres

- **Présidence tournante :**

- Rencontre des continents : l'idéal serait de passer d'un équilibre à un autre, donc de passer maintenant à un acteur de la filière émergente. On se demandait si ce ne serait pas un rôle pour la FDSS ou FBPSanté?
- FDBPSanté : il faut qu'on y réfléchisse
- FDSS : je ne peux pas engager la FDSS puisque je suis ici en tant que suppléante. Je peux en parler à Brigitte mais on est chargés ces temps-ci. La FDSS vous tiendra au courant.
- Il est demandé de préciser davantage ce qui est attendu par la présidence du Conseil. Cela permettrait à tout le monde d'y réfléchir la tête reposée. Un mail spécifique sera envoyé par BE à ce sujet.

- **Point sur les GT & évaluation**

Cf slide 32

- **Agenda**

Cf slide 33

- Rencontre des Continents : Conseil régional de la transition intersectoriel et transversal <https://www.crt-gtr.be/>
- webinar Rabad le 25/6 à 10h sur les outils de sensibilisation autour l'alimentation durable: <https://www.eventbrite.ca/e/billets-webinar-rabad-outils-de-sensibilisation-en-alimentation-durable-108689461104>

Annexes : contributions des membres sur le covid-19

1. Fevia

La crise du coronavirus a lourdement affecté l'industrie alimentaire belge : la mise à l'arrêt de l'horeca, du foodservice et des exportations a entraîné une baisse moyenne du chiffre d'affaires de 30 %.

L'impact est très différent en fonction du sous-secteur/canal de distribution (par ex. vente principalement à la grande distribution versus vente principalement à l'horeca/collectivités ou encore magasin de chocolat situé dans des quartiers typiquement touristiques).

Les enquêtes menées auprès des membres de Fevia montrent qu'aujourd'hui, une entreprise agroalimentaire sur trois est confrontée à des problèmes de liquidité et qu'au moins les 3/4 des investissements ont été reportés. Les coûts ont augmenté, en partie en raison des nombreux investissements dans les mesures de précautions et le matériel de protection, mais les entreprises alimentaires elles-mêmes n'ont pas répercuté ces coûts. Fin avril, 70 % des entreprises ont introduit une demande de chômage temporaire en raison du coronavirus, concernant 30 % des travailleurs.

Plus de détails dans le communiqué (<https://www.fevia.be/fr/presse/reversethecurve-lindustrie-alimentaire-montre-de-lambition-pour-une-veritable-reprise-economique>) et la présentation (https://www.fevia.be/sites/fevia/files/media/fevia_reverse_the_curve_fr_0.pdf).

La crise du coronavirus a montré que le système alimentaire actuel peut continuer à assurer suffisamment de nourriture.

Mais nous sommes déjà depuis plusieurs années dans une évolution pour rendre notre système alimentaire plus durable.

Nous pensons aux conventions en matière de diminution de la quantité de sel et d'énergie dans nos aliments, en matière de communication vers les enfants qui se renforce encore, aux engagements afin de rendre les emballages plus circulaires, aux accords volontaires pour diminuer nos consommations d'énergie et donc notre impact CO2, ...

La crise COVID-19 permettra sans doute d'accélérer cette évolution.

Toute notre stratégie en matière de développement durable a été rendue tangible et concrète dans les différents rapports de développement durable que nous avons publiés, le troisième et dernier datant de 2017 (<https://www.fevia-duurzaamheid.be/fr>). Juste avant le déclenchement de la crise du coronavirus, nous avons débuté un travail de réflexion en profondeur visant à renouveler en concertation avec nos membres et avec l'input des parties prenantes, notre stratégie de croissance durable. La crise du coronavirus a temporairement suspendu les travaux. Mais nous les reprendrons dès que possible riches de l'expérience et des leçons de la crise du coronavirus. La publication de notre 4^{ème} rapport de développement durable est prévue pour 2021.

Plus d'infos dans ces articles :

<https://www.fevia.be/fr/actualites/5-conditions-pour-un-systeme-alimentaire-durable-farm-fork>

<https://www.fevia.be/fr/actualites/un-systeme-alimentaire-durable-ne-sarrete-pas-la-frontiere>



Corona_enquete_1
505_NL_kernboodsc

2. Steunpunt Korte Keten

- Enorm veel adviesvragen zijn binnen gekomen. In de eerste plaats of hoeverkoop en andere activiteiten kunnen doorgaan, nadien veel vragen rond hoe te organiseren, maar ook vele vragen rond opstart in de korte keten verkoop (ongeveer 340 vragen momenteel)
- Aanbod van praktisch uitgelegde wetgeving, specifiek toegepast op de korte keten. Aanmaak poster en ander materiaal direct op de site terug te vinden. Bv tijdelijk personeel, leveringen aan huis, e-commerce, ...
<http://steunpuntkorteketen.be/Nieuws/articleType/ArticleView/articleId/3089/Onze-hoevewinkels-blijven-open-hang-deze-affiche-aan-je-verkooppunt-en-help-mee-de-verspreiding-van-het-virus-tegen-te-gaan>
- Belangenverdediging rond verkoop op markten (noodzakelijke voedingskramen), actie rond verkoop van sierteeltproducten in hoevewinkels en extra reclame voor deze winkels in samenwerking met AVBS, boerenbond en Vlam, belangenverdediging rond heropstart van educatie op landbouwbedrijven, informeren rond hinderpremie en andere financiële hulpmiddelen.
 - o Cijfers verzamelen rond korte keten en corona en inkomstenverlies: 97 ingevulde enquêtes, met onderverdelingen in sierteeltverkoop, verkoop via horeca, bedrijfsbezoeken, hoeveterras, hoevetoerisme, ambulante verkoop, boerderijevents zoals feestjes en kinderkampen.
 - o Verkoop in de hoevewinkels steeg tenzij in grensgemeenten (geen verkoop over de landsgrenzen heen) en in de sierteelt.

- Webinar rond hoe klanten te behouden:
<http://steunpuntkorteketen.be/Nieuws/articleType/ArticleView/articleId/3128/Webinar-Hoe-behoud-ik-mijn-nieuwe-klanten>
Herbekijken kan op youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=AwZOPetOZn8&t>
- Geen week van de korte keten, maar gezien korte keten hot is, een filmpje gemaakt tav consumenten op facebook. Zie link:
<http://steunpuntkorteketen.be/Nieuws/articleType/ArticleView/articleId/3134/Al-geproefd-van-jouw-lokale-boer/> / alternatief is zomer van de korte keten zie voor meer info op <https://weekvandekorteketen.be/>
- Uitbrengen website en brochure (H)eerlijk Lokaal: <https://www.heerlijklokaal.be/> met producenten uit Asse, Affligem, Aalst en Opwijk.
- Brussel Lust is het netwerkevent afgezegd en zijn we bezig een filmpje op te nemen dat binnenkort klaar is zodat het gedeeld kan worden. Iedereen mag dit dan ook verspreiden. Bedankt aan Joke dat ze ons te woord wou staan voor een interview over Good Food
- Hup Hub Brussel start op 1 juli, we zullen proberen 2 acties te doen in Brussel stad als statement nl met paard en kar en met de boot. We zullen verder inzetten op logistieke distributieplaatsen in en rond Brussel.
- Award rond reststromen: <https://www.innovatiesteunpunt.be/nl/inspiratie/creatief-met-reststromen-binnen-de-korte-keten-doe-mee-aan-de-korte-keten-award>

3. Agroecology in Action



Impacts
COVID-19_AiA (versi

4. FDSS

Voici l'impact COVID 19 sur le réseau de l'aide alimentaire :

- Fermeture de plus de la moitié des associations de colis alimentaire : notamment les institutions les plus anciennes qui comprend pour la plupart des bénévoles âgés : saint Vincent de Paul, entraide, paroisse...
 - L'autre moitié a vu une augmentation sans précédente de la demande d'aide alimentaire - +20% ces dernières semaines et encore une augmentation attendue pour septembre avec la précarisation des personnes.
- + Les pouvoirs publics ont mis a disposition des moyens financiers, qui permette de répondre a l'urgence aujourd'hui, mais demain qu'en est-il ?

Concernant l'approvisionnement :

- Difficultés pour les épiceries de s'approvisionner auprès des magasins classiques
- Rupture de stock dans les lieux de distributions

+ Beaucoup de don ont permis de combler ce manque : notamment les milliers de tonnes de pommes de terre venant de Flandre et de Wallonie.

+ Secteur de l'Horeca et les grossistes ont proposé régulièrement des lots d'inventus, par palette.

Réflexion future :

Cette crise aura eu le mérite de faire réfléchir les acteurs. Certaines épiceries sociales aimeraient se connecter à la ceinture alimentaire bruxelloise pour assurer un approvisionnement régulier en produit

local. Cet approvisionnement pourrait faire l'objet d'une étude d'un prix « juste » pour le producteur et pour l'épicerie sociale.

La FdSS est prête à porter la réflexion auprès du RABAD, si des acteurs s'intéressent à l'articulation alimentation durable / accessibilité pour les personnes précarisées.



DossierPresseNoVer
t080035243_FdSS.PC

5. Rencontre des Continents



Feedback RDC
Situation Covid.RdC

6. Resilia Solutions

De mon côté, d'un point de vue analytique, cela a pris la forme de participation à divers événements (par ex celui-ci) pour justement suivre l'évolution de la situation, rédiger des articles etc. Il y a un grand intérêt d'un point de vue analytique, politique, programmatique. Avec en effet, des effets tant positifs que négatifs à tous les niveaux... je suis pas mal ce qui se passe sur les questions de solidarité alimentaire pour le moment.

7. Simone à soif

Voici les impacts pour nous :

Négatifs

- Arrêt total des ventes dans l'horeca, l'événementiel et les traiteurs
- Plus aucune possibilité de dégustation et d'activation sur le terrain
- Arrêts de négociations long terme avec des prospects intéressants

Positifs:

- diversification de nos activités
- Accent mis sur la R&D

8. AquaponieBxl

Points positifs :

- Plus de personnes nous envoient des emails spontanément pour nous demander quand sont nos prochaines formations car ils veulent se lancer dans l'aquaponie, la crise les ayant fait réfléchir sur leur mode de consommation alimentaire
- Mise en place de "Initiation à l'aquaponie online"
- Légèrement plus d'achats de matériels aquaponiques online
- Plus de temps pour construire mes modules d'intérieur (moins de deadline), mais en même temps moins car je dois m'occuper de mes enfants donc je suis moins "efficace"

- Peut-être que la prise de conscience sera bénéfique pour la clientèle "entreprise" que je cherche à viser, j'ai envoyé un email à plusieurs afin de leur proposer un team-building autour de l'aquaponie
- Bon pour la planète, la nature, les écosystèmes, la pureté de l'air, moins de pollution, etc . ! :-)

Points négatifs :

- Vu les restrictions on n'a pas été en mesure de répondre à la demande de "formation"
- Vu les restrictions, j'ai dû annuler toutes mes visites, les animations avec les scolaires, les ateliers
- Vu les annulations d'évènements, je n'ai pas pu participer aux Journées de l'eau, à la Fête de l'Iris, à la Fête de l'environnement, à l'inauguration de notre nouveau lieu...donc beaucoup de visibilité perdue, et de potentielles ventes perdues
- Les entreprises trouvent mon offre intéressante mais ce n'est pas leur priorité (j'attends encore des réponses...tout est plus lent car elles n'ont peut-être pas reprise leurs activités)
- Pas pu réaliser l'installation de potagers aquaponiques d'intérieur dans des écoles et les animations prévues pour mon projet "Made in Marolles", reporté à Septembre ou Octobre mais ce ne sera peut-être pas avec les mêmes classes
- Saison retardée car pas possibilité d'aller chercher des plants avant fin avril.
- Très peu de participants à mes initiations en ligne, moins que les visites "normales"
- J'ai participé à des formations (surtout pour la compta) en ligne, moins efficace qu'en présentiel sûrement.

9. Ferme Nos pilifs

Impacts :

- baisse de chiffre d'affaires et fréquentation épicerie+boulangerie / arrêt activité Estaminet
- retour aux emballages, produits jetables
- coût des mesures d'hygiène : produits, équipements de protection
- travail supplémentaire pour surveiller les mesures de sécurité -> coût de personnel
- stress important et tensions dans les équipes et avec clients

10.Farmstore

Pour les magasins Färm (sans promettre être exhaustive)

Points négatifs / difficultés :

- très forte affluence le vendredi 13 mars, rendant difficile de faire son travail : les collègues ont passé des heures en caisse, sans avoir le temps de mettre en rayon ou passer des commandes (les collègues des bureaux sont allés aider en magasin pour leur permettre de faire leur commande et mettre en rayon justement)
- durant les premières semaines surtout : beaucoup de stress déversé par les client-e-s sur les collaborateurs en magasin : reproches, énervement, insultes parfois ou autre geste "déplacés" (ex : souffler à la figure d'une personne en caisse). Reproche dans les deux sens : accepter la monnaie c'est ne pas prendre de précaution, la refuser c'est discriminant. Emballer le pain à l'avance ça va pas, le laisser à l'air libre ça va pas etc.
- Nécessité d'avoir un vigile à l'entrée du magasin pour réguler les entrées - sorties : gros cout supplémentaire (~ 2500€/semaine)
- Retard d'approvisionnement pour les denrées venues de l'étranger (produits frais d'Italie ou d'Espagne, fruits et légumes surtout), problème d'approvisionnement auprès de certains fournisseurs locaux, eux-mêmes devant faire face à un surplus de travail et des absent-e-s

- parfois beaucoup d'absence dans les équipes : la moindre personne un peu malade a été écartée 2 semaines minimum. Des personnes à santé fragile écartée aussi et ce du jour au lendemain alors que c'était une période qui demandait plus de travail, dur !
- Besoin de mettre des règles de type "pas plus que 3 produits les mêmes" pour éviter des ruptures de stocks -> clients pas contents.
- rupture de stocks de certains produits : oeufs, farines, levures... même si on commandait, on recevait qu'une partie de ce qu'on commandait (ou pas du tout)
- Certains magasins ont vu leur chiffre d'affaire réduire du à l'absence de touristes, travailleurs, expat' ou étudiants (en fonction des quartiers)
- retour en arrière par rapport aux mesures pour réduire les déchets : nous n'avons plus accepté les contenants des client·e·s au rayon traiteur -> on est repasser a du jetable majoritairement, alors que nous avons beaucoup réduit ces emballages-là.
- retard pris dans les autres projets menés par les personnes des bureaux, étant donné qu'elles étaient accaparées à résoudre les urgences opérationnelles du moment : communication (newsletter, affiches, répondeur téléphonique, réponse aux mails ou message fb etc.), trouver des solutions de sécurité et les faire installer (vigile, panneaux aux caisses, commander du matériel de protection ou d'hygiène...), trouver des solutions aux achats pour résoudre les problèmes d'approvisionnement... -> quasi tous les départements ressortent affectés et ont eu une surcharge de travail.

Points positifs :

- une fois les vigiles en place, nombre de clients limité dans le magasin, la file se faisant à l'extérieur du magasin. -> plus facile de faire le travail de réapprovisionnement quand le magasin n'est pas bondé
- flux de clientèle plus homogène tout au long de la journée (en temps normal, il y a un pic sur le temps de midi, et un autre à partir de 17h)
- certains magasins ont vu leur chiffre d'affaire augmenter, en particulier les magasins ayant ouvert courant 2019 : il semble être davantage connu dans leur quartier à présent.
- augmentation du panier moyen (les gens achètent plus de choses, moins souvent)
- certains nouveaux clients : les commerces de produits locaux davantage apprécié (il faudra voir dans le temps si cette nouvelle clientèle reste dans nos magasins ou non).

11.RABAD

Impacts – :

- annulation d'activités Rabad
- moins de connexions avec et entre les membres en raison des activités annulées
- incertitudes pour notre évènement annuel, le Rabad Day

Impacts + :

- mise en place d'un nouveau format d'activité : webinar. Format apprécié et très intéressant.