



STRATEGIE GOOD FOOD « VERS UN SYSTÈME ALIMENTAIRE DURABLE EN RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE »

BILAN À MI-PAROURS

SYNTHÈSE



AVANT-PROPOS

A Bruxelles, l'alimentation représente ¼ des impacts environnementaux d'un ménage bruxellois. L'accès à une alimentation de qualité est un défi à l'heure où 32.000 personnes dépendent de l'aide alimentaire et un tiers des Bruxellois vivent avec un revenu inférieur au seuil de pauvreté. Développer une alimentation saine, de qualité, de proximité basée sur les circuits courts répond à des besoins tant en termes de santé publique, de qualité de vie qu'en termes d'améliorations environnementales et sociales. Agir au niveau de la transition du système alimentaire est une réponse très concrète à ces enjeux bruxellois mais aussi aux enjeux sociétaux et climatiques qui représentent le plus important défi du XXIème siècle, tant la production alimentaire mondiale est largement dépendante du pétrole.

La déclaration de politique régionale (2014 – 2019) soulignait la nécessité pour les autorités publiques de montrer l'exemple en matière de consommation responsable et de comportement durable et annonce son intention de systématiser les clauses sociales, éthiques et environnementales dans les marchés publics. Elle entendait également soutenir l'aide alimentaire aux ménages en difficultés. Il entendait aussi favoriser l'agriculture urbaine, les potagers urbains, les jardins partagés ainsi que les fermes pédagogiques, en particulier dans les quartiers déficitaires en espaces verts. Il souhaitait protéger les espaces agricoles et instaurer un principe de droit de préemption au bénéfice de la Région lors de toute vente de terrain agricole afin d'y développer des projets d'agriculture urbaine, de potagers urbains ou de jardins partagés. En résumé, une stratégie bruxelloise pour une alimentation durable était requise.

A l'initiative de Céline Fremault, Ministre bruxelloise ayant les compétences de l'Environnement, de la Qualité de Vie et de l'Agriculture, une collaboration étroite a vu le jour entre Bruxelles Environnement et la cellule Agriculture du SPRB. Cette collaboration s'est matérialisée par un processus de participation et de co-construction avec une centaine d'acteurs représentatifs de la chaîne de valeur alimentaire bruxelloise et belge dans le but de développer cette stratégie alimentaire pour Bruxelles : **La stratégie Good Food « Vers un système Alimentaire Durable en Région de Bruxelles-Capitale »** adoptée par le Gouvernement de la Région bruxelloise en décembre 2015.

La Stratégie s'inscrit dans la nécessaire transformation du système alimentaire bruxellois : produire dans ou à proximité de Bruxelles, manger sain tout en respectant l'environnement.

Ainsi, les priorités de la stratégie sont de mieux produire (plus et de meilleure qualité), et de procurer une offre relocalisée et plus durable, notamment par la production locale. Il s'agit pour la Région de proposer aux citoyens dès le plus jeune âge de bien manger, et d'accompagner la demande pour que cette nouvelle offre trouve preneur et soit accessible à tous. La stratégie met aussi en place des actions de lutte contre le gaspillage, et vise à installer une nouvelle culture alimentaire et une bonne gouvernance. Il s'agit de préparer progressivement Bruxelles, à son niveau, aux mutations inéluctables de la société qui sont annoncées.

Les objectifs chiffrés principaux de la stratégie sont :

- le développement de nouveaux projets d'agriculture urbaine avec un objectif de production locale (région et périphérie) de 30% pour nos fruits et légumes d'ici 2035 en parallèle avec la promotion de l'auto-production (30% de la population);
- l'atteinte d'une réduction de 30% du gaspillage alimentaire d'ici 2020 ;
- l'engagement de 10% des Bruxellois dans une démarche Good Food en 2020 ;
- 10% des élèves sensibilisés à l'alimentation et 10 nouveau potagers scolaires chaque année.

La stratégie a été adoptée pour 5 ans, avec une évaluation à mi-parcours prévue mi 2018 afin de permettre la réorientation de certaines actions en fonction des résultats obtenus à ce stade.

INTRODUCTION

Le pilotage de la stratégie, démarrée dès janvier 2016, a été assurée par Bruxelles Environnement (BE) et la cellule de l'agriculture au sein de BEE- SPRB.

Au niveau du SPRB, Bruxelles Economie et Emploi contribue à la mise en œuvre de la Stratégie Good Food sur les questions relatives aux compétences de l'Agriculture professionnelle avec une équipe dédiée à la Stratégie, au sein de la Cellule Agriculture.

Au niveau de Bruxelles Environnement, 3 pôles contribuent à la mise en œuvre du reste de la stratégie :

- la coordination générale de la stratégie Good Food et la mise en œuvre de la majorité des actions en ce compris les aspects de communication dans la division Ville durable;
- Le développement des actions liées aux productions alimentaires (coordination, stratégie et prospection de terrain, développement et suivi des projets d'aménagement, gestion des potagers (hors interventions des jardiniers), ...) dans les espaces verts régionaux par la division Espaces verts;
- La coordination du projet FEDER Boeren BruxselPaysans¹ par la division Espaces Verts également.

Au-delà du pilotage, il s'agissait de favoriser la participation, la cohésion et l'action coordonnée des acteurs bruxellois impliqués dans le suivi et l'évaluation de la stratégie, afin de poursuivre la dynamique participative de la construction de la stratégie. Une structure prévue à cette fin est le conseil consultatif, structure ayant un rôle d'avis. Elle a été complétée par des commissions de travail thématiques.

Ainsi que le prévoit la stratégie, une évaluation à mi-parcours a été réalisée résultant d'une démarche participative avec tous les acteurs bruxellois impliqués dans la Stratégie Good Food en vue d'être en phase avec les réalités de terrain.

Le bilan a été constitué entre janvier et juin 2018 à partir des éléments suivants:

- Etudes commanditées (sondage auprès de la population, sondage auprès des écoles, étude baseline surface productive, étude surface des potagers, étude circuits courts, ...)
- Evaluation internes, via les marchés et les subsides
- Recherche de données de marchés

Un bilan détaillé reprenant un rapport narratif d'avancement et des conclusions par rapport à l'atteinte des objectifs de la stratégie (150p) a été produit et diffusé pour servir de base à une vaste journée d'échange et de co-construction de recommandations, le 11 juin 2018. Une septantaine d'organismes étaient présents, représentant un large panel des acteurs de la chaîne alimentaire (communes, CPAS, associations, entreprises, fédérations, porteurs de projets divers...).

Le présent document reprend une synthèse du bilan de la Stratégie Good Food, fruit du processus d'évaluation décrit. Il est accompagné d'une annexe reprenant le statut d'avancement des différentes mesures de la stratégie. Il est aussi accompagné d'un document de révision de la stratégie également issu du même processus et sur lequel le Conseil consultatif a remis un avis et dont il a été tenu compte.

¹ Boeren Bruxsel Paysans est un projet pilote de la production à la transformation, financé par le programme FEDER, avec entre autre un espace test agricole en région bruxellois.

AXE 1 : AUGMENTER LA PRODUCTION ALIMENTAIRE LOCALE DURABLE

Augmenter la part de production produite localement contribue à améliorer la résilience de nos systèmes alimentaires.

L'objectif initial formulé dans la Stratégie Good Food vise une production locale (en RBC et dans sa périphérie) de 30 % de la consommation en fruits et légumes non transformés par les bruxellois d'ici 2035.

Même si le territoire bruxellois, de par son statut de ville et sa densification, n'offre pas d'énormes superficies dédiées à la production alimentaire, celle-ci à toute sa place en ville partout où c'est possible car elle est la meilleure façon de relocaliser une partie de la production et de reconnecter les consommateurs à la réalité alimentaire, à sa qualité, à ses conséquences.

Dans cet objectif, la région encourage et soutient le développement de projets **d'agricultures urbaines (AU)** dans ses différentes formes : agriculture professionnelle de pleine terre et hors sol, potagers collectifs, productions individuelles, ...

Mais quelles formes d'agricultures urbaines soutenir en priorité, et où ?

D'une part la ville se densifie, avec des projets de quartiers en construction ou rénovation constituant des opportunités pour développer de l'agriculture urbaine. Et d'autre part, la région bruxelloise dispose de terres agricoles en intra régional mais aussi en périphérie, encore trop peu utilisées à nourrir les bruxellois et difficilement mobilisables pour de nouveaux agriculteurs.

Bruxelles dispose de 205 ha de terres actuellement utilisées par l'agriculture et déclarées à la PAC et un potentiel supplémentaire de 161 ha a été identifié².

Ainsi, sur base d'études, d'analyse de projets, d'inputs des équipes de recherche Ultratree et SpinCoop³ (projets soutenus par INNOVIRIS), il est intéressant de porter une vision dans laquelle il y a de la place pour une multiplicité de modèles de production, ceux-ci devant être réfléchis dans leur globalité et leurs interactions, vers un système cohérent entre production intra-urbaine et périphérie. Si l'on considère un gradient du centre vers la périphérie, de manière schématique, les modèles pourraient se définir selon des enjeux propres à des contextes différents :

- en zone agricole intra régionale, et entre autre dans la zone de Neerpede, la priorité reste de soutenir la vocation nourricière des terres, de faciliter l'accès à la terre pour les agriculteurs et d'accompagner la transition du modèle conventionnel de production dominant actuellement vers des modèles de production durables et générateurs d'emplois. Ceci nécessitant une politique agricole (basé sur une vision du modèle agricole souhaité pour la Région) et foncière avec un cadre réglementaire adapté. Il y a lieu de s'interroger si ces superficies seraient aussi dédiées à des productions complémentaires aux fruits et légumes : viande, céréales, produits laitiers,....
- la production locale pour alimenter Bruxelles, c'est aussi son hinterland pour produire une part de ses besoins alimentaires. Car pour rencontrer l'objectif des 30% de fruits et légumes, plus de 1600 ha de terrains agricoles seront nécessaires (sur base d'une estimation du rendement spécifique à l'agriculture urbaine bruxelloise⁴). Il s'agit donc de considérer un hinterland de production qui s'étend à l'ensemble des 2 Brabants (et non initialement 10 km

² « Mise en place d'un système d'information géographique pour les terres agricoles en RBC » 2016-2018 – Terre en vue asbl

³ Recherches dans le cadre des projets Co-Create – Innoviris - 2016

⁴ « Evaluation de la production agricole primaire professionnelle en Région de Bruxelles Capitale et sa périphérie », Laboratoire d'agro écologie, Université Libre de Bruxelles, 2018.

autour de la région). L'augmentation significative de la production locale et durable ne sera atteinte qu'en reconnectant la ville avec sa périphérie rurale (installation de projets nourriciers locaux, circuits courts, logistique, accompagnement producteurs péri-urbains), mais également en continuant à sensibiliser les consommateurs bruxellois à des modes de consommations plus locaux.

- par contre, en intra urbain, étant donné la concurrence pour l'espace public, il s'agit de soutenir avant tout des projets qui apportent « plus que de la nourriture », qui sont aussi source de gains aux niveaux social et environnemental.

En intra-urbain encore, et de manière complémentaire à la production pleine-terre durable, il s'agit d'encourager la production hors-sol, dans des modèles qui valorisent des surfaces non-utilisables pour le logement ainsi que des sous-produits du métabolisme urbain, avec une attention sur les plus-values sociales et/ou environnementales. Il s'agira par contre d'être attentif aux dispositifs techniques difficilement appropriables et reproductibles, nécessitant d'importants investissements de départ.

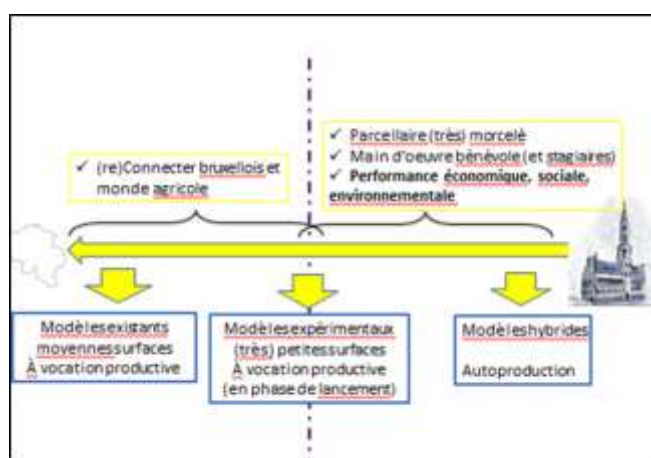


Figure 1: schéma issu des recherches Ultra-tree et Spin-coop

Dans tous les cas, pour tous les types d'agriculture y compris l'auto-production, il est nécessaire d'accompagner l'émergence de projets phares et exemplaires et de dégager les moyens nécessaires pour les faire aboutir: projets hybrides positifs pour la ville, productions de niche intra-urbain dans des situations variées, production de pleine terre durable,... qui démontrent l'intérêt, la faisabilité et l'accessibilité de ce type de projets à Bruxelles. Le service de Facilitateur Agriculture(s) urbaine(s) contribuera à cet objectif via l'accompagnement de projets, à l'échelle individuelle mais aussi de quartiers, mettant son expertise également à disposition de publics cibles prioritaires tels que acteurs du logement (social), de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire.

Enfin, un portage partagé et transversal de l'agriculture urbaine entre différentes compétences s'avère nécessaire afin de soutenir ce secteur et profiter pleinement de ces externalités positives. Dans la deuxième moitié de la stratégie, l'enjeu sera d'impliquer et sensibiliser les autres pouvoirs publics et acteurs concernés à utiliser l'AU comme outil contribuant à leurs objectifs, en particulier économie et économie sociale, santé publique, éducation, aménagement du territoire, logement.

Sur base d'une meilleure compréhension des enjeux que rencontrent les agricultures urbaines bruxelloise, la stratégie Good Food cherche à soutenir et renforcer l'agriculture urbaine à travers différents leviers d'action en dégagant des pistes d'actions prioritaires tant pour l'agriculture professionnelle portée par des entrepreneurs qui en vivent que pour des projets d'auto-production qui n'ont pas cette portée économique.

Action 1 : « Agriculture professionnelle durable »

On observe une augmentation significative des projets d'AU professionnels en RBC (de 16 en 2015 à 32⁵ en 2018), stimulant le secteur de l'AU. La Stratégie Good Food a permis de travailler à améliorer l'accès des producteurs aux principaux facteurs nécessaires à la pérennité de leur activité, à savoir :

- **Accès à la terre** : il s'agit de l'un des enjeux principaux pour le développement de l'AU en Région de Bruxelles Capitale (RBC). La stratégie Good Food a travaillé tout d'abord à améliorer les connaissances sur le foncier agricole bruxellois via plusieurs études. En 2015, 1,5 % de la superficie de la Région était utilisée comme terres agricoles⁶ mais celles-ci ne sont pas utilisées à nourrir les bruxellois⁷. La cartographie⁸ des zones potentiellement utilisables pour l'agriculture et l'adoption d'un droit de préemption au bénéfice de la Région sur les terres agricoles constituent des premiers pas vers une facilitation de l'accès à des surfaces de production.

Il existe bel et bien un potentiel agricole à Bruxelles d'environ 161 ha mais qui se trouve pleinement en compétition avec d'autres enjeux. Il s'agit maintenant de définir, voire de protéger légalement, les terres qui devraient être réservées exclusivement à l'AU professionnelle.

Pour y arriver, plusieurs mesures sont à mettre en place pour faciliter l'accès au lieux de production pour les porteurs de projets en agriculture urbaine, notamment par la mise en place d'un observatoire du foncier (et en priorité des terres publiques), l'acquisition de terres agricoles par la Région, la révision du bail à ferme et le développement de baux adaptés à une agriculture urbaine durable, l'accompagnement des propriétaires fonciers et des exploitants pour une mise à disposition de terres et la mise en place d'un cadre légal favorisant une agriculture durable et nourricière (y compris utilisation des pesticides et modifications du PRAS à étudier⁹), nécessaire à une transition agricole.

- **Accès aux capitaux** : Soutenir financièrement le lancement des projets de production agricole est un autre objectif de la stratégie Good Food. Des appels à projets d'agriculture professionnelle sont lancés chaque année depuis 2016. 16 et 17 projets ont été soutenus respectivement en 2016 et 2017. L'appel à projets de l'année 2018 a mis la priorité sur les initiatives de circuit courts.

Cependant, à l'instar des autres régions, les projets agricoles bruxellois devraient pouvoir bénéficier d'un cadre stable et prévisible de soutien économique dépassant celui des subsides facultatifs, y compris en pré-activité, afin de contribuer à faciliter et sécuriser leur installation à Bruxelles. En effet, les investissements de départ dans ce secteur sont en général assez importants (selon les types de projets) et il faut compter 3 à 5 ans avant de pouvoir atteindre un certain niveau de rentabilité et de revenu décent. Un cadre stable de soutien économique est d'autant plus important que les conditions des aides européennes de la PAC ne sont pas

⁵ dont 7 de l'Espace Test agricole de Boeren Bxl Paysans

⁶ Selon les déclarations de superficies officielles dans le cadre de la Politique Agricole Commune

⁷ Il s'agit essentiellement de grandes cultures (céréales, maïs fourrager, betteraves fourragères...) et de pâturage pour l'élevage (près de la moitié des terres agricoles sont des prairies permanentes – 120 ha) - Plan Directeur interrégional pour Neerpede-Vlezenbeek-Sint Anna Pede (2014) partie 3, p. 55

⁸ « Mise en place d'un système d'information géographique pour les terres agricoles en RBC » 2016-2018 – Terre en vue asbl

⁹ « Etude juridique et urbanistique

adaptées à l'agriculture urbaine qui travaille sur de petites superficies et que les producteurs bruxellois ne peuvent pas bénéficier des aides PAC¹⁰ du 2eme pilier (pas d'organisme payeur sur la RBC, ni de Plan de Développement Rural). Ceci crée une concurrence déloyale entre les petits producteurs d'AU bruxellois et les producteurs agricoles des autres Régions et de type industriel. Cependant, il est encore nécessaire d'analyser de manière plus précise les conditions d'émergence et de viabilité des projets entrepreneuriaux en agriculture urbaine.

- **L'accès aux marchés** constitue également un enjeu pour les producteurs locaux bruxellois et de la périphérie. On observe que la majorité des nouveaux projets bruxellois visent un écoulement via les circuits courts. En outre, des interactions entre la Région bruxelloise et sa périphérie (notamment via le projet Brussel Lust) sont en cours et doivent être perpétuées afin d'encourager les agriculteurs et les horticulteurs de la périphérie à fournir à la Région de Bruxelles-Capitale des produits agricoles et horticoles durables en les sensibilisant aux opportunités offertes par le marché bruxellois. Actuellement, le Réseau des Gasap, soutenu par Good Food, coordonne environ 70 GASAP se fournissant directement auprès de producteurs locaux. En complément à ce Réseau, il y a lieu de s'interroger sur la mise en place de réseaux de distribution des produits locaux supplémentaires sur Bruxelles pour accompagner et faciliter la vente d'un éventuel afflux de produits provenant des nouveaux projets d'agriculture urbaine bruxelloise et de la périphérie. Ces actions doivent être menées en parallèle avec celles menées dans le cadre de l'axe 2 (offre) de la stratégie (subside de la plateforme bio, mise en place d'un bottin reprenant tous les distributeurs de produits bio, sensibilisation des cantines, etc...) afin d'accompagner au mieux le développement du marché des produits issus de l'agriculture urbaine bruxelloise et de son hinterland.
- **Accès aux savoirs faire** : plusieurs formules d'accompagnement existent, complémentaires en fonction du niveau de la demande et de l'état d'avancement des projets : parcours d'accompagnement des entreprises en alimentation durable, le « Facilitateur Agriculture Urbaine », accompagnement au sein de l'espace test Agricole de Boeren Brussels Paysans. Une étude est en cours sur les besoins en formations professionnalisantes en concertation avec les acteurs concernés (institutions, associations et enseignement professionnel) **qu'il serait inutile de développer faute de terres agricoles disponibles et réservées à cet effet à Bruxelles.**
- **Accès aux connaissances juridiques** : l'étude juridique et urbanistique a permis d'améliorer les connaissances, de relever les freins ou les vides juridiques, et d'élaborer un Guide sur les démarches réglementaires en agriculture urbaine (bientôt online).

De manière transversale, il s'agit également de travailler à une définition de l'agriculture urbaine, au niveau réglementaire d'une part, mais également préciser ce que l'on considère comme une agriculture urbaine « durable » ou « performante au niveau économique, social et environnementale » (cfr formulation d'un objectif initial de la stratégie).

Action 2 : « Autoproduction » ou « Agriculture urbaine non marchande » :

¹⁰ Aides de la Politique Agricole Commune

L'auto-production (individuelle ou collective) à toute sa place dans l'espace intra-urbain et les projets sont en augmentation, témoignant d'un dynamisme important des acteurs de terrains et d'une volonté des bruxellois a (re)mettre les mains dans la terre. Portés par des citoyens, des écoles, des associations, des autorités publiques, voire des entreprises pour leur personnel, tous mobilisés à « faire pousser » des produits nourriciers, mais pas uniquement... Ce sont aussi des liens sociaux, des apprentissages, des partages de savoirs, des lieux de sensibilisation, des espaces ouverts en ville accueillant de la biodiversité, des lieux de détente, Le lien avec la terre est essentiel à l'appropriation de comportements alimentaires respectant l'aliment (anti-gaspi), les saisons, la qualité, la localité....

Le nombre de potagers collectifs a augmenté de 33% depuis 2013, totalisant un nombre de 392 sites. Un recensement de Velt en 2018 indique plus de 100 sites avec plus d'un arbre fruitier¹¹. Les projets hybrides d'agriculture urbaine, entre autre visant l'insertion professionnelle ou la formation se font plus nombreux, de même que les potagers intergénérationnels. Par ailleurs, certains grands projets d'aménagement de quartiers commencent à s'intéresser à l'agriculture urbaine et aux manières de l'intégrer.

Par contre, selon le dernier sondage¹², seulement 10 % des bruxellois déclarent cultiver en ville (plus que des plantes aromatiques), à savoir pas d'augmentation entre 2016 et 2018. Cependant, le potentiel est là puisque 85 %¹³ des bruxellois ont accès à un jardin, cour, balcon, toiture plate. L'objectif d'atteindre 30 % des bruxellois en 2020 est maintenu mais il apparaît nécessaire d'approfondir et objectiver le constat et ses causes afin d'adapter les mesures pour encourager un passage à l'action.

Les dispositifs existants pour accompagner ce geste de cultiver en ville sont poursuivis avec une attention à capitaliser et diffuser les bonnes pratiques ainsi qu'à l'évaluation de leurs impacts, Dans ce sens, Bruxelles Environnement travaille à améliorer l'accès des citoyens, individuellement ou collectivement :

- **Aux moyens techniques et financiers pour développement de projets** : via les appels à projets et subsides (Communes, CPAS, associations, écoles, collectifs de citoyens), ce sont quelques 172 projets de production qui ont été soutenus depuis fin 2015.

Le « Facilitateur Agriculture urbaine » met également son expertise multidisciplinaire (urbanisme, juridique, économique) à disposition des projets, ce service visant à devenir un point de centralisation des informations relatives aux agricultures urbaines .

Les écoles sont également très dynamiques. On compte 84 nouveaux potagers scolaires sur les années 2015-16 à 2017-18 ; semer des graines, les voir pousser, observer une poule, faire des liens entre la nature et ce que l'on mange font partie des expériences essentielles qu'un enfant doit vivre. Les potagers scolaires restent donc une priorité.

- **Aux savoirs faire et à l'information** : La mise à disposition d'une information technique de base via plusieurs canaux (ateliers, kits de graines de démarrage, guides pratiques, ...) reste pertinent pour accompagner un passage à l'action, tant pour démarrer que pour maintenir un potager ou autre production dans la durée, produire sa nourriture restant un geste technique à acquérir au fil des saisons.

Les « Ateliers Cultiver en ville », initiations gratuites en agriculture urbaine, contribuent à former de manière qualitative une quantité importante de personnes, de manière locale et ancrée,

¹¹ <http://www.velt.be/verger-partage/another-basic-page-0>

¹² Réalisation d'un sondage d'évaluation à mi-parcours de la stratégie Good Food auprès de la population en RBC -) 2018 - Sonecom

¹³ Les maraichages urbains, écologiques : freins, leviers à la réalisation et état des lieux, Dedicated reseach, 2011

accessible à tous . 1000 bruxellois ont été formés en 2017 via 90 ateliers, en partenariat avec 15 Communes et 7 CPAS. 94 ateliers sont planifiés en 2018 et devraient permettre de former plus de 1800 personnes. 65% des participants ont amélioré leurs pratiques et 30% ont commencé à cultiver suite aux formations . Le projet devra être évalué mi-2019 pour s’assurer que la formule de formation/ateliers proposée a permis une augmentation du taux de participation et du passage à l’action.

Le Réseau des maitres maraichers compte environ 166 bénévoles formés depuis 2011 (70% encore actifs) qui touchent environ 3400 personnes par an. Les MM s’impliquent dans des potagers collectifs (48% des MM actifs), des écoles (18%), des activités de sensibilisation lors d’évènements (68%), répondent à des sollicitations de particuliers (74%), organisent des visites de leurs potagers (41%)et initient des dynamiques d’agriculture urbaine (14%) par ex « les Jardins semenciers », Kiosque à graines, grainothèques,...). Cependant, ce potentiel mériterait d’être mieux valorisé entre autre en outillant les MM afin qu’ils puissent jouer au mieux leur rôle de relais, les rendre plus visibles et dynamiser le réseau. Ces éléments sont à mettre en lien avec une réflexion plus large sur les réseaux de bénévoles en soutien à des politiques publiques.

Des accompagnements techniques sont proposés via les appels à projets et des associations sont également soutenues dans leurs missions de formation. Une information technique est disponible sur le site de BE, y compris sur les questions des pollutions urbaines avec le développement d’un guide pratique d’analyse de sols.

- **Aux sites de production** : Le territoire est de plus en plus urbanisé. L’essor démographique et les projets de logements sur la région pour y répondre rentrent en tension avec une demande forte des citoyens pour préserver des espaces pour cultiver ou de certains pouvoirs publics comme BE pour installer des parcelles potagères. Cependant, le nombre de site augmente. Le soutien au développement des potagers portés par des collectifs citoyens reste une priorité. On compte 74 potagers collectifs soutenus depuis 2011, dont 80% sont encore actifs. Les Communes, CPAS et associations sont également soutenus afin de développer des sites potagers.

Globalement, le nombre de potagers collectifs recensé en RBC en 2018 est de 392 sites (+ 33% en 5 ans) couvrant une superficie de 79ha¹⁴,celle-ci ayant légèrement diminuée suite à la disparition de certains sites, non compensée par la création de nouveaux potagers. L’analyse territoriale révèle une **bonne couverture du territoire** régional. On observe une **augmentation des potagers de petite taille dans les zones plus denses**, contribuant à une augmentation globale de l’accessibilité géographique des sites aux bruxellois et à la biodiversité (maillage potager) .

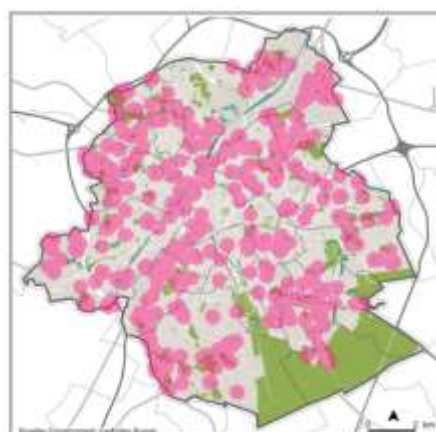


Figure 2: Couverture de la Région en potagers collectifs (tampon de 300m autour des potagers)

En parallèle, Bruxelles Environnement gère et développe également des sites de potagers familiaux dans les espaces publics. Ainsi 1,12 hectares nets de potagers ont été créés entre 2015 et 2017. La superficie totale des potagers dans les espaces régionaux bruxellois s’élève à 5,49 ha brute (surface cultivable + haies, chemins...). De nouveaux projets de sites sont à l’étude, permettant

¹⁴ Evolution des potagers en RBC 2013-2018 – BRAT pour Bruxelles Environnement – Cette étude corrige et précise certaines données de l’étude de 2013 (erreurs de numérisation, erreurs d’encodage de sites)

de dépasser l'objectif visé (5ha brut de superficie totale des potagers dans espaces régionaux). Cependant, BE rencontre aussi des difficultés d'accès au foncier. En effet, les activités de production doivent composer avec les autres fonctions de la ville, participant à certaines concurrences mais source également de complémentarités de fonctions.

Ainsi, l'agriculture urbaine doit s'intégrer dans l'urbanisme et l'urbanisme doit également progressivement intégrer l'AU. Plusieurs outils urbanistiques et juridiques peuvent être des leviers au développement de l'AU : Plan d'aménagement Directeurs (PAD), Contrats de Quartiers Durables, Règlement Régional d'Urbanisme, PRAS,... Le Facilitateur en Agriculture(s) Urbaine(s) appuie cette démarche par ses interventions.

Enfin, de manière transversale, il s'agira de garder une attention à proposer une offre de qualité pour l'ensemble des bruxellois, y compris les publics fragilisés et l'ensemble des quartiers bruxellois.

AXE 2 : ACCOMPAGNER LA RELOCALISATION ET LA TRANSITION D'UNE OFFRE PLUS DURABLE POUR TOUS

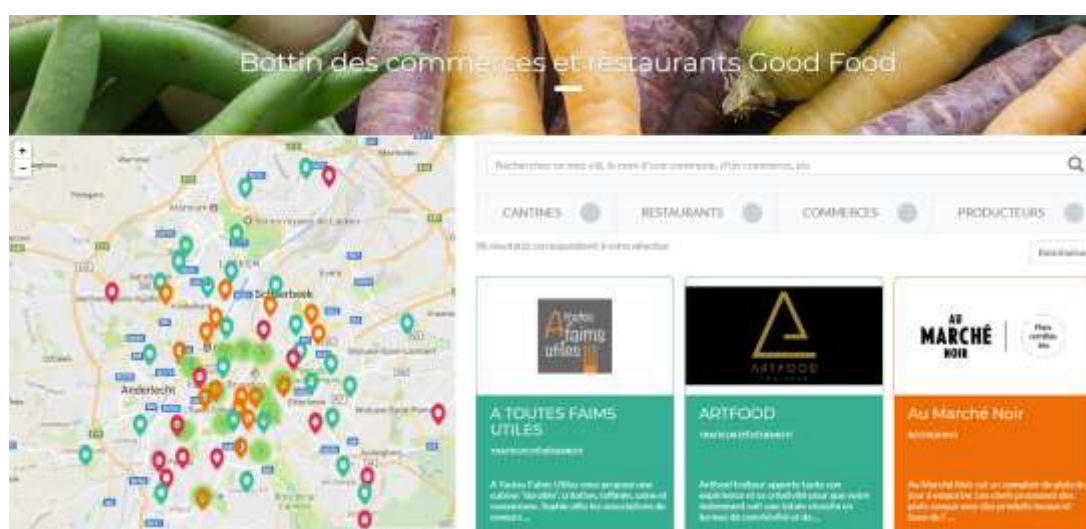
Action 1 : assurer la transition de manière transversale

Pour soutenir la transition d'une offre alimentaire plus durable de manière globale et cohérente, la stratégie Good Food a permis d'une part de compléter les aides et accompagnements existants prévus par la Région pour les nouveaux entrepreneurs et d'autre part d'augmenter la visibilité des acteurs Good Food pour inspirer et renforcer leur démarche.

Pour ce faire, un parcours entrepreneuriat Good Food a été développé et a permis de former 49 porteurs de projets parmi lesquels 17 projets professionnels ont abouti, créant ainsi 20 emplois. A la suite de ce cycle de formation, une évaluation sera réalisée en juin 2019 afin d'analyser la pertinence de développer un parcours de formations spécifiques à l'alimentation durable en parallèle des accompagnements pour les entrepreneurs.

Good Food s'est également associé à l'appel à projet Be.circular prévu dans le cadre du plan régional en économie circulaire (PREC), permettant aux projets innovant de recevoir une aide au lancement de leurs activités. Après deux éditions, 12 projets ont été soutenus, créant jusqu'à présent 7.5 emplois. Il s'agit principalement de projets de transformations d'inwendus et de distribution alimentaire.

Pour augmenter la visibilité de toutes les entreprises impliqués dans une démarches Good Food, un bottin des commerces a été créé : il facilite les recherches des consommateurs et favorise les collaborations entre professionnels du secteur, renforçant ainsi les filières plus durables. Des critères ont été définis pour chaque secteur et à ce jour, une centaine d'adresses y sont répertoriées. Il faudra dans les prochains mois, développer la notoriété de cet outil et le compléter le référencement des commerces et producteurs.



En terme d'approche sectorielle, la priorité a été mise jusqu'ici sur les cantines et les restaurants, jugés comme stratégiques et pour lesquelles une certaine expertise existait déjà, des actions

spécifiques ont été développées ou renforcées. Concernant le secteur de la distribution, la priorité a été mise sur le développement des connaissances du secteur, toutefois des mesures ont été initiées et devront prendre plus d'envergure dans les prochaines années.

Pour la suite de la stratégie Good Food, il devient prioritaire d'entamer un dialogue avec l'AFSCA (prescription 27) afin de clarifier la position de l'AFSCA face à certaines pratiques Good Food soutenues. La limite entre ce que l'AFSCA autorise ou non n'est pas claire aux yeux des entrepreneurs qui nous contactent.

Les collaborations et liens entamés jusqu'ici dans le cadre de la mise en œuvre du PREC et de Good Food devront être approfondis, notamment pour professionnaliser les acteurs dans le développement de leurs projets.

D'autre part, les synergies avec les missions de Hub (l'agence bruxelloise pour l'entreprise) sont nombreuses et méritent d'être formalisées dans un accord de collaboration afin d'assurer une cohérence des actions, favoriser les synergies et minimiser la dispersion des moyens (voir aussi axe 7)

Action 2 : accélérer la transition des cantines et les restaurants vers une offre plus durable

Au niveau de l'offre alimentaire, la mise en œuvre de la stratégie s'est concentrée sur les cantines pour plusieurs raisons :

- étant donné les 73 millions de repas servis par année dans ces établissements, il s'agit d'un levier important pour la transition du système alimentaire bruxellois ;
- les cantines scolaires concernent les jeunes, public prioritaire de la stratégie ;
- un des principes directeur de la stratégie est l'exemplarité des pouvoirs publics, les cantines publiques se doivent de montrer la voie de la Good Food.



Depuis 2015, le programme cantine Good Food a été renforcé par des accompagnements des cantines centrés sur le gaspillage alimentaire et sur les repas sans viande (veggie) dont l'aboutissement, pour les cantines qui poursuivent la logique jusqu'au bout et deviennent exemplaires et inspirantes, réside dans l'octroi d'un label Good Food. En octobre 2018, 35 cantines sont labellisées, ce qui laisse penser que l'objectif des 40 cantines labélisées pour 2020 sera rapidement atteint. Cependant il s'agit majoritairement de crèches et de cantines d'entreprises,

seules deux cantines scolaires sont labélisées. L'accent devra être mis sur ce public cible lors des prochaines communication.

Depuis 2008, 199 organismes ont été touchés via les formations, les accompagnements helpdesk, (dont 68 depuis 2015) ce qui correspond à 18.68 millions de repas par an, soit 25.54% des repas à Bruxelles (depuis 2015 : 6.9 millions de repas /an ce qui représente 9.4% des repas servis à Bruxelles par an).

En ce qui concerne les écoles, on constate que seulement 15% des établissements qui proposent des repas chaud, ont encore des cuisines pour préparer les repas sur place, les autres se font livrer des repas déjà préparés.

Par ailleurs, la fréquentation des repas chaud est actuellement très faible (25% des élèves du fondamental, 15% du secondaire), ce qui relativise l'impact du travail sur les cantines uniquement et implique de travailler aussi sur le reste de l'offre alimentaire à l'école. Le programme Good Food devra s'adapter à cette réalité et les outils et les formations devront tenir compte de cette contrainte.

De manière générale, on peut considérer que les cantines les plus volontaristes sont maintenant majoritairement déjà dans le processus d'accompagnement. Au vu des résultats engrangés et de la démonstration faite, au vu de la masse, des cantines respectueuses des critères Good Food, le moment est venu de proposer de rendre l'application de ces critères obligatoire. Sachant que la Région poursuit actuellement la piste de l'adoption d'une ordonnance « relative à l'exemplarité environnementale des pouvoirs publics », qui intégrerait des critères thématiques, notamment en matière d'alimentation durable (la rédaction de ce texte est en cours) Good Food va s'appuyer sur ce cadre juridique pour imposer des critères d'alimentation durable aux cantines publiques. En parallèle, la faisabilité d'établir un cadre juridique applicable à toutes les cantines (pas uniquement les cantines publiques) va être étudiée.

Même s'il nous manque des chiffres précis pour évaluer les objectifs, certains semblent déjà quasi atteints à mi-parcours de la stratégie, comme : « 100% des cantines publiques intègrent un ou plusieurs critères de durabilité » ; ou « 50% des cantines publiques utilisent au moins 5 ingrédients biologiques par mois. »

Cependant les données récoltées ne permettent pas à ce stade d'évaluer les autres objectifs visant les cantines.

Jusqu'à présent la stratégie s'est concentrée sur la capacitation des cantines à commander/préparer des menus plus durables tout en sensibilisant les consommateurs. De plus en plus de producteurs ou transformateurs expriment la volonté de fournir ces établissements mais se heurtent à plusieurs obstacles : procédure de marchés publics, volumes des commandes, peu de flexibilité dans les types de produits, ... La stratégie Good Food devra soutenir le développement de filière permettant à des producteurs ou transformateurs locaux d'approvisionner les cantines bruxelloises.

A l'instar des cantines, et après avoir consultés le secteur Horeca, un label Good Food a été lancé pour les restaurants : 34 restaurants ont reçu les premiers labels en avril 2018, ce qui représente 570.705 repas servis par an. 10 nouveaux restaurants ont été labélisés à l'automne 2018, portant le total à 44. Une trentaine de restaurants sont en cours d'accompagnement ou ont déjà manifesté leur intérêt à remettre un dossier de candidature pour figurer dans les prochains labélisés. Le dispositif (accompagnement, helpdesk, procédure ...) est une déclinaison du label cantine, en l'adaptant aux réalités du secteur. Même si ces premiers labélisés sont des acteurs déjà impliqués dans une démarche d'alimentation durable, le dispositif du label a permis d'améliorer quelques pratiques. L'enjeu de changement des menus se marquera d'avantage avec les prochains candidats. Malgré le peu de recul pour évaluer les retombées auprès des clients, les premiers retours semblent enthousiasmants. Le défi maintenant est de dépasser le cercle des restaurants « convaincus » et de faire du label resto Good Food un critère de choix pour les clients.

La stratégie prévoyait comme objectif d'atteindre 50 établissements impliqués dans une démarche Good Food d'ici 2020, vu les premiers résultats et marque d'intérêt, il nous semble que cet objectif peut être revu à la hausse.

L'accompagnement à la labélisation Good Food a permis de constater que quasi aucun restaurateur ne connaissait la réglementation en vigueur concernant la communication sur le bio. Pour pallier à

ce problème il faudra informer le secteur quant aux normes et règles à respecter en matière de certification bio.

Les critères du label Good Food (pour les resto et les cantines) sont pour l'instant principalement des critères environnementaux alors que la stratégie Good Food vise des objectifs plus systémiques en terme de durabilité. La dimension sociale, économique et devront être intégrés dans la révision des critères des labels. La dimension bien-être animal et santé également (voir axe 7).



Action 3 : promouvoir des systèmes de distribution variés, accessibles et durables

Pour le secteur du commerce, la stratégie Good Food a l'ambition de travailler à la transition de tous les modèles, tant la grande distribution que les petits acteurs travaillant plus en circuits courts, ces deux systèmes étant complémentaires. Une déclaration d'engagement du secteur du commerce a été signée début mai 2018 entre UNIZO, COMEOS, UCM, APSIA et la Ministre de l'environnement pour augmenter l'offre de produits locaux, bio et de saison dans les supermarchés. Les 4 fédérations signataires se sont engagées à valoriser des produits durables respectant les principes « Good Food » (locaux/belges, de saison, les alternatives aux protéines animales, les produits labélisés bio, produits équitables, ...) dans les commerces membres des 4 fédérations. Par ailleurs, Comeos s'est engagé à réaliser une enquête annuelle auprès de ses membres sur la part de produits frais belges/locaux vendus dans les magasins de ses membres.

En parallèle, des systèmes plus alternatifs comme le réseau des GASAP ou la BeesCoop sont soutenus par Good Food, permettant de mettre à disposition des bruxellois une offre Good Food convenant à des profils variés de consommateurs. Ces systèmes alternatifs rencontrent un succès car on compte actuellement 70 groupe d'achat GASAP à Bruxelles et la Beescoop, comptant plus de 2000 coopérateurs a déjà inspiré 3 projets similaires en RBC, et 3 autres en Belgique.

On constate que le secteur a connu un boom ces dernières années car plus de la moitié de la centaine d'établissements bruxellois qui vendent des produits en circuits courts ont ouvert ces 7 dernières années.

Pour soutenir l'accessibilité de la Good Food pour tous, 7 épiceries sociales ont été soutenues pour intégrer des produits frais, bio, légumineuses, ... dans leur gamme de produits.

Pour assurer l'accessibilité de l'alimentation durable, Good Food devra soutenir le développement de points de vente dans des quartiers très peu approvisionnés en Good Food. L'étude réalisée sur les

circuits courts a permis de faire un inventaire des commerces bruxellois et de mettre en lumière le fait que les communes de Jette, Evere et Saint-Josse sont très peu (voir par du tout) approvisionnées en produits issus des circuits courts. Il convient également de stimuler la diversification des structures de vente avec des politique d'achat adaptées pour répondre aux différents profils et donner un cadre de choix à chaque type de consommateur. Une approche par quartier pourrait être envisagée avec, en parallèle d'un soutien octroyé pour le développement d'une nouvelle offre, un accompagnement des citoyens du quartier pour rassembler l'offre et la demande (voir axe 3).



Toutefois , même si cette croissance est encourageante et que Good Food stimule la demande des cantines, des restaurants, des commerces en produits locaux , les problèmes de logistiques urbaines ne sont pas résolus : problème de mobilité, manque de point de dépôt pour faciliter les livraisons, chargement peut optimisé, rupture de stock pour certain produit, ... de plus les producteurs frileux de rentrer sur le marché bruxellois manquent d'information sur la demande des bruxellois, manque de contact pour établir les collaborations , ... Quelques projets de logistique urbaine de produits alimentaires émergent mais ne concernent encore que des faibles volumes.

Jusqu'ici la priorité a été mise sur l'écoulement de la production urbaine à Bruxelles et très peu sur la réorientation de la production périurbaine vers Bruxelles. Cette mesure devra figurer parmi les priorités pour la deuxième partie de la stratégie, des partenariats avec les Brabant flamand et Wallon devront être formalisés pour faciliter l'accès de cette production au marché bruxellois .

La logistique reste donc un enjeu important du secteur, Good Food devra stimuler le développement de solutions pour lever les obstacles d'approvisionnement que rencontrent les points de vente bruxellois : soutien à la mise en place de plateformes de distribution , étude de marché , groupe de travail pour stimuler les projets multi-acteurs, ... Cette démarche devra idéalement se faire en collaboration avec Hub, l'agence bruxelloise pour l'entreprise.

Deux objectifs de la stratégie concernant la distribution alimentaire ne peuvent être évalués à ce stade car il nous manque des chiffres sur l'offre Good Food dans les marchés gérés par les communes, et sur la surface commerciale consacrées aux produits belges (fruits légumes et viande) dans les supermarchés.

Toutefois 3 objectifs semblent déjà être atteints ou sur le point de l'être. En effet, il était prévu d'atteindre une « augmentation de 20% du chiffre d'affaire des circuits courts » alors qu'on observe une augmentation de 76% du chiffre d'affaire des circuits courts entre 2014 et 2016¹⁵.

¹⁵ Coduco (2018), « Etude de marché de la good food en circuits-court BtoC »

Il est également prévu « d'augmenter de 30% le chiffre d'affaire des ventes de produits issus de l'agriculture biologique à Bruxelles ». Cet objectif est presque atteint car on note une augmentation de 26% du chiffre d'affaire des produits issus de l'agriculture biologique en Belgique entre 2014 et 2016 (les données bruxelloises ne sont pas disponibles).

Enfin, un des objectif est d'atteindre « 40% des épiceries sociales proposent des fruits et légumes frais dont la majorité sont des produits belges. » D'après les chiffres dont nous disposons, 10 des 11 épiceries sociales bruxelloises proposent des fruits et légumes frais, 4 épiceries seulement offrent régulièrement des fruits et légumes bio. La provenance des produits en question n'a pas pu être déterminée.

Il était également prévu dans les objectifs initiaux de la stratégie d'atteindre d'ici 2020, une augmentation de 20% de la surface commerciale consacrée aux produits belges (fruits, légumes et viande) dans les commerces de la grande distribution. La surface commerciale semble très difficile à évaluer mais par contre les données de chiffres d'affaires sont disponibles. D'après les chiffres transmis par Comeos et collectés auprès des enseignes de grandes distributions : entre 85 et 91% de la viande est belge, 84% du lait et 76% des œufs vendus sont belges. Même si ces chiffres sont encourageants il reste encore une marge de progression possible pour les légumes (actuellement 64% des légumes sont belges) et les fruits (55% des pommes sont belges).

Action 4 : Assurer une transformation relocalisée et durable

En ce qui concerne le secteur de la transformation, peu d'actions ont été développées. La priorité a été mise sur le soutien de projet innovant en matière de transformation d'inventus. Les transformateurs touchés par les actions Good Food sont essentiellement de nouveaux entrepreneurs déjà dans une démarche durable. Dans les prochaines actions, il faudra également impliquer dans la transition Good Food, des entreprises existantes. Un accord de collaboration avec l'industrie agroalimentaire semble pertinent pour aboutir à des actions concrètes pour accompagner la transition du secteur (la FEVIA compte environ 200 membres bruxellois dont 90% sont des PME)
Cette collaboration pourra porter sur la formation des membres aux principes Good Food, sur la réduction du gaspillage alimentaire, la promotion des matières premières belges, ...

D'autre part, pour stimuler le développement d'activités de transformation bruxelloises, la Région devra soutenir la création des cuisines partagées (et autre Food Lab) ainsi que la mutualisation du matériel professionnel nécessaire pour la transformation.

En conclusion de tout ceci, à mi-parcours de la stratégie Good Food, une transition d'une partie de l'offre semble en marche, comme en démontre le nombre de nouvelles activités commerciales de distribution, l'attrait pour les labels Good Food, le nombre de projets d'alimentation durable reçu dans les appels à projets et accompagnements visant l'expansion économique à Bruxelles. Ils représentent les germes d'émergence de nouveaux modèles d'offre plus en phase avec les objectifs de la stratégie Good Food, il reste aujourd'hui à emmener l'ensemble des entreprises existantes dans cette transition et, en particulier, de gros acteurs qui pourront jouer un effet de levier important.

Face à cette évolution positive, le rôle de la Région est dès lors de s'assurer que cette offre soit accessible à tous les publics et bien répartie sur le territoire de la Région. Good Food contribue à soutenir les aides/accompagnements/ développement d'outils pour les entrepreneurs bruxellois tous secteurs confondus pour consolider les projets en accord avec les principes soutenus par la stratégie.

Les études sur le changement de comportement de consommation et les expériences des acteurs de terrain mettent en avant que le contexte de choix (type de commerce, nombre de référence, messages marketing, ...) a une grande importance sur la consommation, et ce encore plus pour les publics plus vulnérables. Pour cette raison, Good Food devra encore plus soutenir le développement de structures de ventes variées et une couverture complète de la Région (pour l'instant certaines communes, comme Ixelles disposent d'une sur-offre en phase avec les objectifs de la stratégie Good Food alors qu'elle est quasi-absente dans d'autres comme Laeken, Evere et Saint-Josse). Une approche par quartier devra être envisagée avec, en parallèle d'un soutien octroyé pour le développement d'une nouvelle offre, un accompagnement des citoyens du quartier pour rassembler l'offre et la demande. Plusieurs projets pilotes dans des quartiers spécifiques devront tester l'efficacité de cette approche couplée (offre et demande). En parallèle, même s'il ne faut pas attendre que tous les consommateurs deviennent experts sur le sujet, il faut encourager les commerces à communiquer sur la provenance des produits, sur les conditions de production pour augmenter la transparence.

La transition de l'offre alimentaire vers plus de durabilité est un processus très complexe, en cours et pour lequel chacun a des sensibilités différentes. Good Food doit être vu comme un appui, un coup de pouce pour aller plus loin dans la durabilité, mais ne se positionne pas comme voulant cloisonner le marché entre ce qui est Good Food et ce qui n'est pas Good Food. Face à un paysage foisonnant, Good Food tente d'apporter aux bruxellois une grille de lecture pour y voir plus clair.

Jusqu'ici la stratégie Good Food s'est concentrée sur le soutien de chaque maillon de la chaîne de manière assez indépendante espérant atteindre des activités suffisamment solides et des volumes suffisamment importants pour ne plus considérer l'alimentation durable comme un secteur de niche. A présent, sachant que chaque secteur a connu un parcours de croissance, il convient de soutenir la création de filières et le liens entre toutes ces activités : orienter la production urbaine et périurbaine et la transformation vers les cantines, restaurants, commerces bruxellois, soutenir la création d'activité répondant spécifiquement aux besoins des cantines, des restaurants, favoriser les collaborations, les projets multi acteurs, ...pour aborder la transition de l'offre de manière globale et cohérente.

AXE 3 : ACCOMPAGNER LA TRANSITION DE LA DEMANDE POUR TOUS

L'accompagnement de la transition de la demande concerne d'un côté les ménages et de l'autre les écoles. Il s'appuie en particulier sur le développement de la culture alimentaire développé par les actions de communication de l'axe 4.

Action 1 : Accompagner les citoyens et les familles vers une transition dans les pratiques alimentaires

En ce qui concerne **les ménages**, la stratégie s'appuie fortement sur les acteurs de terrain en place et déjà actifs, qu'il s'agit de soutenir. Les deux premières années de mise en œuvre ont aussi été l'occasion de mener à bien des actions pilotes régionales et de lancer sur cette base des projets adaptés, avec un tout nouveau service (mis en place en mai 2018) d'appui aux ménages, appelé *le facilitateur relais*, qui rassemble des services d'information, de formation et d'accompagnement sur mesure des acteurs locaux. Beaucoup d'actions viennent seulement de commencer. Le modèle mis en place n'a donc pas encore produit ses effets et reste donc à valider après un an de pleine activité.

Grâce au soutien d'acteurs associatifs déjà actifs à Bruxelles et travaillant depuis longtemps en matière de sensibilisation des ménages au niveau régional (Rencontres des Continents, EVA, ...), la stratégie a permis de déployer une masse accrue d'activités et donc de personnes touchées. Le recours à plusieurs appels à projets a également permis de soutenir 63 projets en lien avec la demande en alimentation durable depuis fin 2015. Nombre d'entre eux permettent de travailler avec des publics issus de la diversité sociale et culturelle, dont les bénéficiaires d'épiceries sociales ou les usagers de CPAS par exemple.



On estime qu'environ **7.000 personnes** par an sont ainsi concrètement sensibilisées, ou mieux, formées en matière de demande alimentaire plus durable via les projets initiés par Good Food. Bien plus sont simplement touchées.

Globalement, par rapport aux objectifs inscrits dans la stratégie, on peut constater que¹⁶ :

- la perception négative de la population envers la cherté d'une alimentation plus durable diminue ;
- la consommation de fruits et légumes est en hausse ;
- la consommation de viande diminue de manière générale (43% de la population déclare la diminuer; constat d'une diminution réelle moyenne de 9%¹⁷ par personne entre 2014 et 2018);

¹⁶ Toutes les données sont issues du sondage Sonecom Good Food, avril 2018 sauf avis contraire

¹⁷ GFK, 2018

- de plus en plus de gens consomment un plat végétarien au moins une fois par semaine (26%) ; il y aurait maintenant 11% de vegan, quasi vegan, végétariens ou quasi végétariens, comportements bien plus ambitieux que de manger végétarien une seule fois par semaine .

Plus de 70% de la population déclare déjà adopter les gestes suivants :

- Augmenter la consommation de fruits et de légumes (1^{ère} au rang des intentions de changements).
- Consommer frais.
- Réduire le gaspillage.
- Acheter des produits belges.
- Acheter des produits de saison en Belgique.

On compte au final, 1 bruxellois sur 3 qui déclare avoir changé ses comportements alimentaires ces 2 dernières années et 5% de la population déclarant avoir participé à une activité / formation / projet ... lié à l'alimentation durable et/ou la production alimentaire en 2017.

La mise en œuvre de la stratégie a été, entre 2015 et 2018, 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, notamment si le « contexte d'achat » (accessibilité de l'offre, géographiquement comme culturellement) n'évolue pas (ou pas assez/pas partout), surtout par rapport aux publics plus vulnérables qui habitent aussi plutôt dans des quartiers moins nantis en magasins proposant une offre adaptée.

Il s'agit donc d'adopter une nouvelle approche plus systémique, considérant le citoyen dans son contexte, et donc moins ciblé uniquement sur les changements de comportements individuels.

L'idée serait donc de poursuivre un travail sur les changements de comportements individuels des publics moins vulnérables, pour lesquels les changements sont plus faciles à obtenir dans le contexte actuel, afin de petit à petit atteindre une masse critique permettant un basculement de la demande et donc de l'offre ; mais de se concentrer en parallèle sur une approche territoriale (avec tous les publics cibles de ces territoires), pour y travailler la transition de l'offre et la demande (méthodes du community organizing).

Le travail d'information et de sensibilisation est à poursuivre dans tous les cas, car les changements de comportements sont par définition lents. Et pour ce faire, la nécessité de travailler plus en synergie avec le milieu social et de la santé apparaît clairement.

Autre nécessité : activer le groupe d'experts sur les changements de comportements de publics spécifiques s'appuyant sur les acteurs de terrain (notamment éducatifs), experts de leurs secteurs; avec les acteurs étant chargé de faire remonter les besoins spécifiques de leurs secteurs via des acteurs relais, voir avec les acteurs cibles directement présent

Les retours du terrain montrent également l'importance d'assurer les conditions pour permettre les synergies / coopérations entre acteurs bruxellois, notamment en terme de formations et d'accompagnement : mise en place d'une coordination, d'un lieu d'échange entre acteurs, adapter les procédures de marchés à la collaboration, examiner la pertinence de faire appel à des marchés publics plutôt qu'à des subsides au cas par cas...

En ce qui concerne les outils, la pertinence d'un kit régional est remise en question par les acteurs de terrain pour qui il s'agit plus de coller aux besoins spécifiques des publics spécifiques. Il faut s'appuyer sur ce qui existe et construire avec les acteurs. Il faut également s'appuyer sur d'autres

portes d'entrée que l'environnement pour ces outils (santé, social). Si on développe une logique de travail territorial, par quartier (voir plus bas), il serait logique de développer des outils de quartier.

Action 2 : Sensibiliser les générations futures

En ce qui concerne le **public scolaire**, le dispositif pédagogique en Région bruxelloise visant à sensibiliser les générations futures à l'alimentation durable permet d'aboutir à des résultats conséquents en termes de nombre d'enfants sensibilisés et d'actions concrètes mises en place. Ce dispositif est continu, évolutif et actualisé chaque année en regard des évaluations et du retour de terrain des différents acteurs. Cela permet de s'adapter aux besoins des écoles et de répondre aux évolutions de la thématique «alimentation durable». L'offre est construite pour que les écoles puissent s'inscrire dans un processus évolutif et d'autonomisation.

Le dispositif se compose essentiellement d'animations de classes, d'accompagnements de projets d'écoles, d'outils pédagogiques, de formations, du réseau « Bubble » (le réseau des écoles bruxelloises en action pour l'environnement), de «campagnes» ponctuelles, d'animations dispensées par des associations d'Education à l'environnement et du label Ecoschool.

Les résultats montrent que les demandes d'accompagnements de projets et d'animation ne faiblissent pas au fil du temps et que de nombreuses écoles mettent en place des projets alimentation et potager de manière durable. En effet, les comptages montrant que 14% des établissements scolaires de l'enseignement obligatoire francophone et néerlandophone de la Région bruxelloise ont participé à un projet alimentation entre l'année scolaire 2015/2016 et 2017/2018 (hors subsides – environ 30% si on compte également les projets subsidiés).

La stratégie prévoit que, en 2020, 10% des élèves bruxellois bénéficient d'une activité pédagogique en lien avec l'alimentation durable. Depuis l'année scolaire 2015/2016 ce ne sont pas moins de 100 écoles différentes qui ont reçu au moins une animation, **37.350 élèves/an** en moyenne qui sont sensibilisés directement à l'alimentation grâce au dispositif en place. Cela représente donc environ 14% des établissements scolaires ou **17% des élèves** de la Région bruxelloise (enseignement obligatoire francophone et néerlandophone). Et plus encore, selon un sondage de 2018 auprès de toutes les écoles (accompagnées ou non par le dispositif), une large majorité (plus de 70%) des établissements scolaires dit avoir mené au cours des 2 dernières années au moins une action ou un projet de sensibilisation à la thématique de l'alimentation, même si la porte d'entrée est souvent une alimentation saine plutôt que durable.



«La petite épicerie », Institut de la Vierge fidèle, Schaerbeek

Ecole maternelle de la Marolle - Bruxelles

La stratégie Good Food place les potagers scolaires en priorité. Elle vise l'accompagnement de 10 nouveaux potagers scolaires par an tout en poursuivant le suivi des potagers soutenus les années précédentes. Le développement des potagers s'accompagne d'une réelle intégration du projet dans les activités quotidiennes de l'école, mais l'objectif est bien sûr pédagogique avant d'être productif. Les écoles bénéficient d'une bourse et d'un accompagnement technique et pédagogique. Les professeurs bénéficient d'une formation (environ 80 personnes formées par année scolaire).

Entre janvier 2016 et janvier 2018 (3 années scolaires), **84 nouveaux potagers ont été mis en place par des écoles**, soit bien plus que ce que prévoyait la stratégie sur ce laps de temps.

Selon un sondage réalisé auprès des écoles en 2018¹⁸, 95% d'entre elles souhaitent poursuivre leurs activités potager. Pour quasi 60% des écoles, le potager est uniquement pédagogique, mais pour 40% d'entre elles la production permet des activités cuisine et des goûters. Il y a des potagers scolaires dans l'ensemble des communes, surtout dans le fondamental (85% des potagers, pour 15% des potagers dans le secondaire).

Les outils pédagogiques développés et actualisés rencontrent également un succès toujours important. Par exemple, le dossier pédagogique alimentation a été diffusé à près de 3.000 exemplaires depuis 2015. Les outils sont cités par les écoles comme ayant le plus d'intérêt pour eux pour mener à bien des actions de sensibilisation à l'alimentation (85% de marque d'intérêt, contre 84% pour l'accompagnement des cantines).

Quelques premiers projets pilotes ont voulu approcher les ados ou les parents, afin de renforcer le dispositif. Il s'agit de renforcer cet axe de travail. L'expo BEL, inaugurée début 2018, et dont le public cible principale est le enfants de 8 à 12 ans, mais aussi les familles, compte quant à elle plusieurs modules concernant l'alimentation et permet également de toucher les parents

Le contexte est clairement favorable à l'alimentation dans les écoles. Compte tenu du renouvellement des élèves, mais aussi du turn-over des enseignants et des directions des écoles, il s'agit d'assurer un continuum de cette offre pédagogique.

Vu que le constat que la fréquentation des repas chaud est très faible (25% des enfants du fondamental, 15% dans le secondaire), il s'agit aussi de travailler l'alimentation à l'école de façon plus large, avec des actions liées aux collations et à la boîte à tartines, ou à la sensibilisation à manger autrement en dehors de l'école. Si dans le fondamental la sensibilisation des enseignants / parents est clé, dans le secondaire il s'agira plutôt de proposer des projets responsabilisant les élèves afin de susciter les changements de comportements.

Enfin, un travail de collaboration entre les différents acteurs touchant les écoles bruxelloises a été initié : des acteurs de l'enseignement, de la santé et de l'environnement travaillant tous sur la thématique de l'alimentation (Groupe de travail gestion alimentation). Ce travail permettrait d'amener de la cohérence dans les différentes actions entre les acteurs touchant les écoles et ainsi crédibiliser le dispositif auprès des écoles. Le travail de ce groupe doit être renforcé dans la suite de la stratégie pour plus de synergies, et plus concrètement plus de cohérence (cahier des charges notamment), plus d'échanges (de données, d'études, d'outils), et si possible des partenariats sur les dispositifs de soutien (les appels à projets) et les formations.

¹⁸ Sonecom, enquête Good Food auprès des écoles bruxelloises, juin 2018

Mais le travail au sein de ces instances ayant montré ses limites, il faut en parallèle toucher directement des acteurs clé qui représentent d'autres pouvoirs organisateurs, et notamment toucher les acteurs du réseau libre

Il s'agit également de développer des projets exemplatifs mettant l'école comme acteur relais de l'alimentation durable dans son quartier, en lien avec la dynamique territoriale qu'il est recommandé de développer au niveau offre/demande de façon générale, et d'assurer une diffusion de ces projets.

Si dans le fondamental la sensibilisation des enseignants / parents est clé, dans le secondaire il s'agira plutôt de proposer des projets responsabilisant les élèves afin de susciter les changements de comportements.

En terme de priorités, la lutte contre le gaspi semble être, en terme d'impact, le plus important, en privilégiant une approche intégrée (pédagogie / gestion).

le rythme du soutien à de nouveaux potagers scolaires pourrait être réduit afin de dégager des moyens pour les priorités ci-dessus ;

AXE 4 : DEVELOPPER UNE CULTURE ALIMENTAIRE DURABLE ET DESIRABLE « GOOD FOOD »

L'axe 4 vise à développer une culture alimentaire durable et désirable « Good Food ». Une culture découlant des actions de nombreux porteurs de projets locaux variés s'adressant à un large public. Une culture permettant d'englober toutes ces actions disséminées dans un mouvement global de transition régional qui permette la montée en puissance et la réplication des réalisations ayant montré des résultats probants.

La plupart des outils mis en place pour implémenter une culture alimentaire « Good Food » sont très récents et montrent globalement du potentiel et de la pertinence, mais plus de temps est nécessaire pour leur donner l'ampleur et la visibilité souhaitées.

Ainsi, le portail www.goodfood.brussels rencontre un beau succès : plus de 300.000¹⁹ pages vues depuis sa création en 2016. Il est maintenant dans une phase d'enrichissement du contenu mais nécessite plus de notoriété en dehors des périodes de campagnes de communication. Depuis la mise en ligne du bottin, son succès augmente encore : il bénéficie depuis début 2018 de quelques 2.600 visiteurs/mois. Le site « recette4saisons » (www.recettes4saisons.be) rencontre encore plus de succès : plus de 7800 visiteurs par mois en 2017. L'information sur le calendrier des fruits et légumes est vraiment très recherchée puisqu'en parallèle, en 2016/2017, plus de 20.000 versions papier ont été diffusées.



Portail Good Food : www.goodfood.brussels

Pour contribuer à l'information, d'autres outils ont été développés : des publications, des vidéos, des présences sur le terrain... La e-newsletter trimestrielle pour les ménages compte plus de 5000 abonnés par exemple, et le clip vidéo de Pang sur l'autoproduction réalisé pour Good Food bénéficie de 47.000 vues.

En fait, la moitié des Bruxellois s'estiment bien informés pour manger plus durablement, mais 28% s'estiment mal ou très mal informés. Ce sont les niveaux d'instruction élevés et les plus de 65 ans qui s'estiment proportionnellement mieux informés.

L'optique générale de la communication prévue dans la stratégie peut se traduire par « campagne globale par le local ». C'est à partir des acteurs locaux et de leur identification à la stratégie Good Food que le concept existe. C'est aussi sur base de ce principe que les campagnes basées sur des

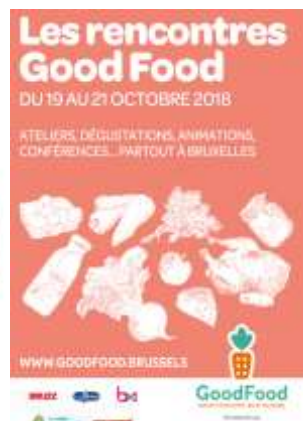
¹⁹ Les sources des données chiffrées pour l'axe 4 sont issues soit des rapports de missions de projets pour BE, soit du sondage grand public (Sonecom, avril 2018).

activités portes ouvertes au niveau local (les « rencontres Good Food ») ont été développées, en association avec le soutien/la participation à des événements locaux.

Les « rencontres Good Food », qui rassemblent des événements mettant en avant les projets des acteurs de terrain, ne manquent pas de participation de la part des porteurs de projets (52 activités en 2016, 75 en 2017, et plus de 100 inscrites en 2018) mais les visiteurs ne sont pas encore suffisamment nombreux (3500 en 2018).

Par contre, les campagnes de communication sont, quant à elles, largement vues (1/3 des Bruxellois pour celle de 2016 ; 4% des Bruxellois ayant adopté une action suite à la campagne).

L'édition prévue en 2018 intègre les recommandations des actions de 2016 et 2017.



Le concept « Good Food » bénéficie globalement d'une bonne notoriété puisqu'il est connu de 15% de la population bruxelloise après 2,5 ans (à nouveau proportionnellement plus les 45-54 ans et moins les jeunes, proportionnellement plus les niveaux de diplômes élevés).

1 bruxellois sur 10 a vu et identifie correctement le logo Good Food. Pour eux, Good Food est en 1ère acceptation considéré comme un « projet » / concept qui rassemble des acteurs, qui soutient et initie des actions localement. Ce soutien des projets de terrain via les appels à projet est effectivement un des axes majeur actuel de la stratégie.

Si la notoriété auprès du grand public est bonne, on note par contre un déficit de crédibilité exprimé par des acteurs engagés par rapport à certains aspects de la stratégie en lien avec les politiques globales régionales (surtout l'objectif de production agricole au regard du constat du bétonnage et de la disparition des terres).

La connaissance de l'alimentation durable, la participation aux actions sur le sujet et les changements de comportements en la matière semblent petit à petit évoluer positivement. Ainsi, 5% de la population bruxelloise déclare avoir participé à une activité / formation / projet ... lié à l'alimentation durable et/ou la production alimentaire en 2017, soit la moitié de l'objectif défini à l'horizon 2020.

Près d'un Bruxellois sur 3 (31%) déclare également avoir changé ses comportements alimentaires pour adopter plus de Good Food ces 2 dernières années. Le point faible reste le côté trop peu inclusif de Good Food : les jeunes (après l'école) - les plus « vulnérables » notamment - sont moins touchés.

Ces actions concernent essentiellement le grand public. En ce qui concerne les professionnels, le concept Good Food a surtout été diffusé via les labels (cantines et restaurants) et le portail (dont les critères Good Food pour les commerces). Des données de notoriété n'existent pas à ce stade. La stratégie prévoyait également des centres d'informations. Plusieurs ont été développés, dont celui du facilitateur agriculture urbaine, celui du facilitateur relais, celui pour les cantines et restaurants. Ils rencontrent tous un grand succès.

Au final, au niveau du public scolaire, 12% des établissements et 17% des élèves ont été engagés dans des projets d'alimentation durable ces 3 dernières années scolaires. Tout ceci dépasse déjà les objectifs. Pour les cantines par contre nous sommes à 4% d'engagement depuis 2016 (8% depuis 2008) ; pour les restaurants on est à 7% .

Installer une nouvelle culture, donner une autre image à une alimentation plus durable et ainsi changer le contexte de choix et les comportements ne se fait pas en un jour et nécessite du temps, de la répétition et des moyens. Il s'agit effectivement de se faire connaître dans un contexte où domine largement une communication pour une alimentation traditionnelle, avec des messages souvent en contradiction.

De nouveaux projets, qui éclosent en cette 2^{ème} moitié de 2018, contribueront à certains des manques identifiés. Par exemple, une page Facebook est activée en septembre 2018. L'automne 2018 verra aussi le lancement d'un réseau d'ambassadeurs Good Food (ambassadeurs professionnels d'un côté, familles-témoins de l'autre).

Ces dispositifs contribueront clairement à l'installation de la culture Good Food auprès de publics plus diversifiés, via des canaux de plus en plus concrets.

Le public professionnel quant à lui doit donc faire l'objet d'une stratégie de communication plus ambitieuse.

L'essentiel pour la suite est donc d'un côté de poursuivre les réalisations, mais aussi de travailler plus en synergies et partenariats : entre les différents projets Good Food, avec les acteurs du social, de la santé, ... de diversifier les dispositifs pour toucher les différents profils.

En effet, les données montrent que Good Food touche moins le public plus jeune et le public plus fragilisé socialement. Les profils « vulnérables » (selon un indice construit sur base des données « diplôme, statut, type de logement, difficulté à joindre les 2 bouts, lieux de courses ») agissent moins, se sentent moins informés, ils ont moins entendu parler de la Good Food et sont plus nombreux à considérer l'alimentation durable comme plus chère. De même, ils sont moins nombreux à autoproduire. Et ceci sans parler de la question de la diversité culturelle qui s'ajoute à cette diversité sociale. Bruxelles Environnement n'est pas le mieux placé pour toucher seul tous ces publics, et ne dispose d'ailleurs pas des moyens pour le faire. Pour ce faire, il est essentiel de développer des partenariats en matière de communication relative à l'alimentation, d'une côté avec les acteurs de la santé et du social (voir axe 3), d'un autre côté avec des acteurs de terrain porteurs de projets (communes, CPAS, mais aussi cantines, restaurants, acteurs locaux, acteurs thématiques ...), non seulement pour susciter les projets mais aussi au niveau de la sensibilisation locale et au niveau de la communication thématique (ex : Ligue des familles) afin d'être relais de communication (être présent dans des supports locaux, de partenaires).

Le travail relatif à la capitalisation et la dissémination des bonnes pratiques n'est par définition jamais terminé. Des moyens humains et financiers récurrents doivent y être consacrés.

La stratégie prévoit de compléter les campagnes « régional par le local », concrétisée par les «Rencontres Good Food », par des campagnes thématiques (sur la promotion du local, la réduction de la consommation de viande, la lutte contre le gaspi). Compte tenu des moyens disponibles, il est impossible de réaliser les nombreuses campagnes citées. Le choix actuel considère que la communication Good Food est centrée sur la mise en avant de projets d'acteurs locaux lors de portes ouvertes. Il n'y a donc pas de moyens pour des campagnes thématiques d'ampleur. Il serait pourtant nécessaire de faire des campagnes d'envergures surtout par rapport au gaspillage alimentaire. Des moyens complémentaires devraient être alloués.

AXE 5 : REDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Le gaspillage alimentaire est une problématique transversale et se trouve à tous les maillons de la chaîne alimentaire :

- la production, p.ex. les légumes moches ;
- la transformation ;
- la distribution et la question des invendus, pourtant encore comestibles et valorisables ;
- la restauration ; en cantine, au restaurant ;
- à la maison.

Les actions de la stratégie Good Food visant à réduire le gaspillage alimentaire sont le plus souvent intégrées dans des actions liées soit à l'offre alimentaire (en cantines, restaurants), à la consommation (des ménages, des enfants à l'école) ou aux invendus des commerces. La lutte contre le gaspillage alimentaire est d'ailleurs une bonne porte d'entrée pour aborder l'alimentation durable dans sa globalité, c'est par ce biais que certaines écoles ou cantines entament une démarche plus complète. Ainsi, les actions Good Food et Zero Waste (issues du PRGD) se complètent et travaillent en synergie l'une avec l'autre (notamment via des appels à projets conjoints, l'intégration de critères optionnels « zéro déchet » dans les labels cantine et resto Good Food, ...)

Dans la hiérarchie de lutte contre le gaspillage alimentaire, la priorité est mise sur la réduction du gaspillage à la source et ensuite, sur la valorisation des surplus pour la consommation humaine.

Action 1 : réduire le gaspillage alimentaire à la source

Pour réduire le gaspillage à la source, il s'agit de comprendre les pratiques alimentaires qui induisent du gaspillage pour chaque public cible. Pour certains acteurs, le gaspillage est dû à un manque d'information ou de formation, pour d'autres c'est un manque de planification, ... Les actions mises en œuvres sont donc spécifiques au public et profils visés.

Ainsi les mesures mises en œuvre ou programmée concernent les ménages, les commerces, les cantines et les restaurants.

Pour quelques publics cibles, il existe déjà une certaine expertise car Bruxelles Environnement y travaille depuis plusieurs années (les cantines, les écoles, les resto, ...) et les leviers d'actions sont identifiés. Pour ces publics, Good Food a mis en œuvre des actions concrètes (labels, programme de



formation, publications ...) souvent intégrés dans des actions concernant l'alimentation durable dans sa globalité. Ainsi les labels cantines et resto Good Food comprennent chacun des critères de réduction du gaspillage alimentaire, cette thématique est abordée dans le programme de formations des cantines, un accompagnement sur mesure et gratuit est proposé aux cuisines collectives (8 établissements ont été accompagnés à ce jour), et des ateliers culinaires veggie et anti-gaspi ont permis de sensibiliser environ 800 jeunes.

Pour ces actions, après deux années d'opérationnalisation, on commence seulement à avoir des premiers chiffres pour évaluer l'impact, les chiffres sont encore très parcellaires et ne permettent pas à l'heure actuelle de dresser des tendances. De nouveaux résultats sont attendus début 2019.

Sur base de ces chiffres, la prochaine étape sera d'améliorer ces dispositifs à la marge et d'éventuellement les compléter avec d'autres actions pour les renforcer.

Une action de sensibilisation au gaspi a été lancée dans les restaurants pour inciter les clients à reprendre leurs restes d'assiettes dans un rest-o-pack.



Autocollant vitrine



Boîte Rest-o-Pack 2017

Plus de 150 restaurants ont participé et ont reçu des outils de communication pour sensibiliser leur clientèle ainsi que des boîtes rest-o-pack. L'évaluation a révélé qu'une réduction du gaspillage alimentaire a été observée par 72% des restaurants, mais que celle-ci n'était pas significative (peu de boîtes distribuées et peu de restes dans les assiettes à la base). La campagne a eu pour but de décomplexer la pratique, les supports de communication (autocollants et flyers) sont toujours disponibles pour les restaurateurs. Lors de cette campagne, plusieurs restaurateurs ont mis en évidence que la part la plus importante du gaspillage généré par un restaurant est située dans la cuisine et non dans l'assiette des clients. Un critère concernant la quantification du gaspillage en cuisine devra être intégré dans les critères du label resto Good Food comme c'est déjà le cas pour les cantines.

Aucune mesure n'a pour l'instant été mise en œuvre pour réduire le gaspillage dans les hôpitaux. Jusqu'ici nous n'avons pas suffisamment de connaissances sur le contexte particulier des établissements de soins, ni sur les causes du gaspillage. Deux projets pilotes démarrent mi 2018 pour analyser le fonctionnement de plusieurs hôpitaux, développer un plan d'actions adapté et étudier son impact sur la réduction du gaspillage. Ces projets devront aboutir à des recommandations compilées dans un guide destiné à un plus grand nombre d'hôpitaux.

Pour d'autres publics cibles comme les ménages, les jeunes (cadre extra-scolaire), la situation est complexe car la population déclare très majoritairement déjà réduire son gaspillage alimentaire, ce qui ne semble pas se vérifier par les chiffres (la proportion de gaspillage alimentaire dans les sacs poubelle par habitant semble stable depuis 2004 (pas d'augmentation mais pas de diminution non plus)).

Cela dit, aucune action d'ampleur régionale n'est réellement déployée à ce stade. Les actions menées consistent plutôt dans le soutien à des projets de sensibilisation locaux comme des ateliers culinaires, .. Si on souhaite mettre une priorité sur ce thème, des moyens plus importants sont nécessaires pour soutenir davantage de projets locaux et des projets de plus grande envergure..

Aucune mesure n'a encore été mise en œuvre pour stimuler la lutte contre le gaspillage à la source dans les commerces. En 2019, l'appel à projets Zero waste visant les commerces et restaurants intégrera la lutte contre le gaspillage alimentaire dans les différentes thématiques visées pour soutenir les projets innovants anti gaspi en vue d'en retirer des bonnes pratiques à valoriser par la suite auprès d'un plus grand nombre de structures de vente.

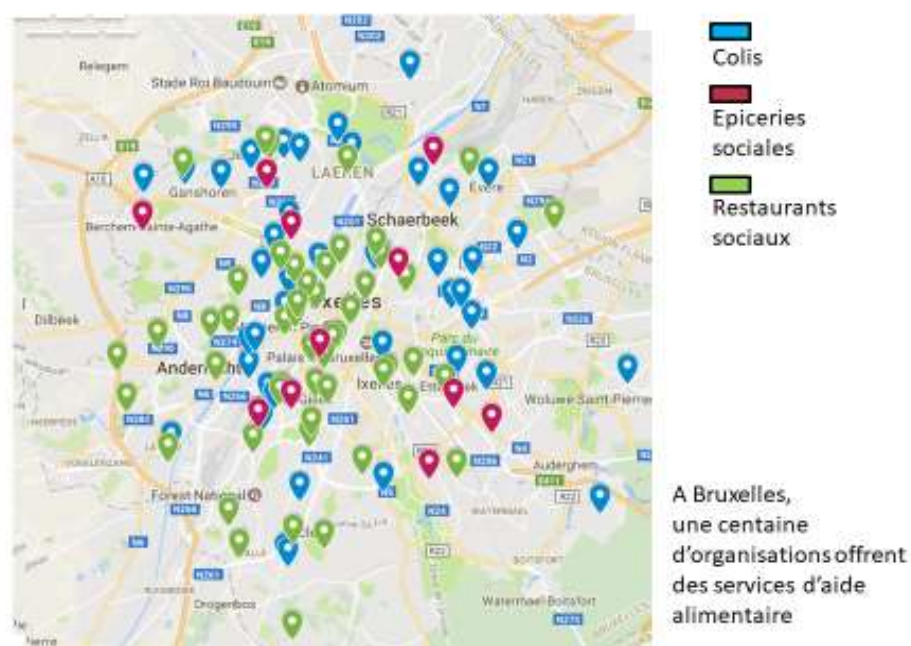
Dans les mois prochains, on devra poursuivre l'intégration des objectifs de lutte contre le gaspillage alimentaire dans toutes les actions Good Food transversales de l'axe 2 (transition de l'offre) et de l'axe 3 (transition de la demande) visant tous les publics cibles. Compte tenu de l'impact

environnemental du gaspillage alimentaire, ça devient prioritaire que toutes ces actions disposent d'une dimension anti-gaspi significative.

Action 2 : Valoriser les invendus alimentaires

En ce qui concerne la valorisation des invendus de la distribution, la mise en capacité des acteurs de l'aide alimentaire est apparue comme l'action prioritaire lors du lancement de la stratégie en janvier 2016 . En effet, ces associations avaient besoin de soutien pour professionnaliser la récupération des invendus. Après un peu moins de deux ans à poursuivre cette objectif, les ressources budgétaires ont été alors orientées vers deux axes enjeux en terme de valorisation des invendus : Le premier concerne la mise en réseau des acteurs associatifs dans le but de mutualiser les ressources logistiques et humaines afin de structurer le secteur de l'aide alimentaire et optimiser les volumes récupérés tout en continuant à soutenir les investissements nécessaires pour une récupération efficace . Le deuxième enjeu étant le soutien de projets innovants de transformation ou de valorisation des invendus pour tester et valoriser les expériences inspirantes. Des activités de traiteur et restaurant utilisant les invendus ont été soutenus ainsi que d'autres formes de valorisation comme le séchage... Tous ces projets démontrent différentes possibilités de cuisiner et valoriser des invendus sans en faire obligatoirement de la soupe.

Même si ces projets sont prometteurs, la transformation des invendus reste encore trop marginale et il faudra mettre davantage de ressources à la professionnalisation des entrepreneurs via notamment les outils prévu dans la mise en œuvre du PREC. .



C'est dans ce contexte qu'a émergé un projet collaboratif de structuration du secteur de la récupérations d'invendus comprenant des antennes locales (majoritairement publiques), intermédiaires entre les commerces et les acteurs de l'aide alimentaire, permettant de professionnaliser la récupération et d'optimiser les ressources logistiques et humaines dédiées à la récupération. Ce dispositif , coordonné actuellement par la fédération des services sociaux, est soutenus dans sa phase pilote par la stratégie Good Food et les premiers résultats sont encourageants : deux tiers de Bruxelles sont déjà couverts, des collaborations se font entre communes et CPAS de territoires différents permettant une redistribution plus efficace (volumes et nombre de bénéficiaires en croissance).

L'enjeu pour la suite de la stratégie Good Food sera d'une part de soutenir la consolidation de ce dispositif, d'assurer une couverture complète de la Région et d'y intégrer les plus grands flux, et d'autre part, d'encourager les commerces à améliorer leurs pratiques de dons pour augmenter les volumes et ne pas générer des pertes aux niveaux des acteurs de l'aide alimentaire. Pour cela, Bruxelles Environnement souhaite revoir la disposition prévue dans les permis d'environnement régionaux afin d'utiliser ce levier pour inciter les commerces à mettre en place une procédure efficace de don et un suivi des volumes valorisés. Cette disposition, telle que formulée actuellement, ne suffit pas à mettre en place un système de récupération efficace et ne concernent en que les très grandes surfaces, alors que la tendance est au déploiement des surfaces commerciales de plus en plus petites et de plus en plus nombreuses (+129% entre 1997 et 2017 du nombre de points de vente de grandes distributions²⁰).

La stratégie prévoit dans ses objectifs que *100% des supermarchés présents sur le territoire de Bruxelles-Capitale collaborent avec au minimum une association active dans le domaine de l'aide alimentaire pour récupérer les invendus*. Même si, nous n'avons pas de chiffres bruxellois et que selon la FDSS la situation semble s'améliorer, il est vraisemblable que cet objectif soit loin d'être atteint, sachant qu'une enquête réalisée par Comeos auprès de ses membres en 2016 conclut que les entreprises de distributions alimentaires belges donnent 3.5% de leurs invendus à des associations d'aide alimentaire.²¹

Au total, plus d'une vingtaine de projets ont été soutenus en 2016 et 2017 et ont permis de récupérer environ 600 tonnes d'invendus par an et d'en faire profiter les personnes précarisées.

La mesure concernant la valorisation des surplus des ménages n'a pas encore été mise en œuvre telle quelle dans le cadre de la stratégie. Cependant des initiatives existent à Bruxelles et méritent d'être étudiées pour évaluer leur impact et leurs conditions de répliquabilité en vue d'une dissémination plus large. Il est prévu notamment d'étudier l'expérience des frigos solidaires dans les prochains mois.

Ici encore l'avancement par rapport à l'**atteinte des objectifs** de la stratégie n'est pas facile à chiffrer au niveau régional, même si des résultats significatifs sur de nombreux projets de récupération sont avérés et permettent de récupérer un tonnage important. L'accord avec le secteur de la distribution signé et conclu le 9 mai 2018 permettra d'objectiver les données.

En terme d'objectifs, la stratégie prévoit 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 ne permettent pas de se situer par rapport à ces objectifs même si des résultats significatifs sur de nombreux projets de récupération sont avérés et permettent de récupérer un tonnage important.

En effet, les données chiffrées sont difficiles à obtenir, les méthodologies varient, ne sont pas comparables, une étude complète sur le sujet aurait un coût important sans garantie de succès et devrait être répétée pour situer une évolution. Jusqu'ici, les chiffres rassemblés concernent l'impact

²⁰ « Le commerce bruxellois en chiffres, évolution de la structure commerciale régionale » 2017, Perspective.brussels ; http://perspective.brussels/sites/default/files/documents/commercebruxelloisenchiffres_2017.pdf

²¹ http://www.voedselverlies.be/sites/default/files/atoms/files/Monitoring%20Vlaanderen%202015_Voedselreststromen%20en%20voedselverliezen.pdf

local des actions menées (on observe une réduction moyenne de 8.4% du gaspillage dans les cantines labellisées).

Jusqu'à présent les ressources ont été allouées prioritairement à l'opérationnalisation des mesures au détriment d'une étude « état initial du gaspillage sur toute la chaîne alimentaire ». Pour la deuxième moitié de la stratégie, il faudra davantage systématiser la récolte de données et conditionner les accords sectoriels à la transmission de données sur le gaspillage générés par chaque secteur. Une vision précise des flux gaspillés sur le territoire de la Région est irréaliste mais des extrapolations à partir d'échantillons seront effectués.

La commission Européenne a l'intention d'imposer une obligation de rapportage des données du gaspillage alimentaire à partir de 2020, imposant une seule méthodologie pour tous les pays membres. Malgré la charge de travail que cette disposition implique, elle peut fortement faciliter l'accès aux données des différents secteurs, pour l'instant difficile à obtenir.

En parallèle, de ces objectifs plus macro sur l'état du gaspillage à l'échelle de la région, il semble pertinent de rajouter des objectifs plus micro relatifs aux projets soutenus (volumes transformés, nombre d'associations impliquées dans le dispositif régional de récupération d'inventures, volume valorisé via les projets soutenus par Good Food, ...) et pour lesquelles les données seront plus fiables et complémentaires aux données macro.

AXE 6 : PENSER ET FAVORISER LES SYSTEMES ALIMENTAIRES DE DEMAIN

La stratégie vise à penser puis à favoriser les systèmes alimentaires innovants (et on parle ici à la fois d'innovation technique et sociale), notamment en menant des recherches, puis en mettant les acteurs de terrain en capacité d'agir.

Pour « penser les systèmes alimentaires de demain », la stratégie a soutenu des projets de recherche-action innovants via les appels à projets. Elle prévoyait le lancement, tous les 2 ans, d'appels à projets. En pratique, des appels à projets non commerciaux ont été lancés chaque année pour les communes et CPAS, pour les associations, et pour les collectifs de citoyens. Ils permettent le soutien à la fois de projets de recherche-innovation, mais aussi déjà le soutien de projets de réplication. En matière d'innovation, à titre d'exemple, on peut citer les projets d'aquaponie (et notamment des structures individuelles), ou encore de culture du houblon dans la ville.

Les appels à projets non commerciaux sont actuellement trop peu orientés vers le soutien de projet innovants. Il s'agirait de mettre ce critère en avant, et de permettre le soutien de projets plus ambitieux.

Dans le cadre du programme régional en économie circulaire (PREC) le Gouvernement de la Région bruxelloise a lancé un appel à projet « Be.circular » pour soutenir les activités économiques en faveur de l'environnement et de l'emploi dans une optique d'économie circulaire. La thématique de l'alimentation a été intégrée à cet appel à projet annuel pour soutenir les projets innovants participant à la transition du système alimentaire bruxellois. Cet appel à projet, porté par Bruxelles Environnement, Hub.brussels et Bruxelles Economie et Emploi, un très bel exemple de collaboration entre administrations. Ces projets sont considérés comme des laboratoires d'innovation, le suivi de leur phase de développement et de test est essentiel pour identifier les obstacles et les difficultés des entrepreneurs et développer des dispositifs pour répondre aux besoins réels des acteurs.

La stratégie a également permis de mener à bien des études, permettant ainsi d'alimenter une expertise utile aux porteurs de projets, surtout en matière d'agriculture urbaine.

Les 7 projets « Co-Create » de l'appel à projet Innoviris de 2015 (spécifique sur l'alimentation) et 2017 ont également alimenté cette réflexion. Les enseignements finaux de ces projets seront disponibles fin 2018.

Pour « favoriser les systèmes alimentaires de demain », et donc mettre les acteurs en capacité d’agir, la stratégie prévoit différents moyens de soutenir la réplication (les appels à projets précités ont aussi ce rôle) et de diffuser l’expertise et de capitaliser les actions.

Le portail www.goodfood.brussels est l’outil de capitalisation clé de la stratégie. Il permet de faire connaître les acteurs, les projets, les outils (voir axe 4).

La capitalisation est également réalisée au niveau des facilitateurs (dont une des missions est de disséminer l’expertise) ou lors de rencontres d’échanges (par exemple organisées lors du lancement des appels à projets).

Penser et favoriser les systèmes alimentaires de demain, c’est aussi susciter des nouvelles vocations pour travailler dans ces systèmes alimentaires innovants. La stratégie prévoyait de poursuivre des formations aux métiers de base en alimentation. Une septantaine de personnes ont été formées entre 2015 et 2018, dont près de la moitié se sont reconvertis dans le secteur de l'alimentation durable, y ont trouvé un emploi ou monté leur projet.

Les objectifs qualitatifs définis dans la stratégie pour cet axe, à savoir d’un côté de favoriser l’innovation technique et sociale en partant des besoins du terrain ; et d’un autre côté d’utiliser les résultats de la recherche et recherche-action pour monter en puissance et répliquer les modèles porteurs de résultats, sont donc rencontrés.

Mais il s’agit de mesures récurrentes : les systèmes alimentaires durables sont encore en phase de développement, l’agriculture urbaine, en particulier, est un domaine actif de recherche. Le côté rentabilité économique des actions notamment est un sujet à approfondir. Il s’agit donc d’un axe essentiel, où tant le travail de recherche que de dissémination large est à poursuivre.

AXE 7 : ASSURER LA GOUVERNANCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE

L'axe 7 s'intéresse aux modalités de mise en œuvre de la stratégie, afin d'assurer la gouvernance et la mise en œuvre de la stratégie, via 2 axes :

- assurer le pilotage, le suivi, la participation, l'évaluation de la stratégie ;
- assurer une collaboration et une cohérence avec les autres organes concernés par la mise en œuvre de la stratégie.

Le pilotage de la mise en œuvre de la stratégie est assuré par Bruxelles Environnement (BE) et la cellule de l'agriculture au sein de BEE- SPRB. Diverses instances sont prévues à cet effet. Différents moyens (humains, financiers) également.

Au niveau de BE, une coordination interne existe entre trois pôles différents :

- La coordination générale de la stratégie Good Food et la mise en œuvre de la majorité des actions en ce compris les aspects de gestion administrative et de communication;
- Le développement des actions liées aux productions alimentaires (coordination, stratégie et prospection de terrain, développement et suivi des projets d'aménagement, gestion des potagers (hors interventions des jardiniers), ...) dans les espaces verts régionaux ;
- La coordination du projet FEDER Boeren Bruxsel Paysan (voir axe 1).

De fin 2015 à début 2018 (3 années d'engagements, les projets engagés en fin 2015 ayant été suivis en 2016), un total de 6,5 millions en subsides Good Food ont été engagés, dont 3,8 millions pour les subsides « mission de base » et projets récurrents, et 2,7 millions pour les appels et les subsides ponctuels. Les dossiers soutenus représentent 52% des dossiers reçus.

	2015	2016	2017	2018 (prévision)
Subsides (tout compris)	1.374.000	3.892.000	1.306.000	1.250.000
Marchés (coordination, mise en œuvre, y compris potagers dans les espaces verts, mais hors acquisitions foncières)	/	1.250.000	1.310.000	1.200.000

En ce qui concerne Boeren Bruxsel Paysan, le projet est doté d'un budget total de subside FEDER (europe+RBC) de 5.857.986,49 euros sur 5 ans. La part pour Bruxelles Environnement est de 2.194.886€ en investissement et de 732.483€ en fonctionnement. Le rôle de Bruxelles Environnement se situe au niveau de la coordination du projet, et de la rénovation de deux bâtiments ainsi que la mise à disposition d'un terrain.

Au niveau du SPRB, Bruxelles Economie et Emploi contribue à la mise en œuvre de la Stratégie Good Food sur les questions relatives aux compétences de l'Agriculture professionnelle avec une équipe dédiée à la Stratégie, au sein de la Cellule Agriculture. Le SPRB met en œuvre toutes les mesures de l'action 1 de l'axe 1 (14) ainsi que quelques mesures axe 2, 4 et 7. Ses missions sont gérées avec le budget suivant :

	2016 (chiffres réels)	2017 (chiffres réels)	2018 (prévisionnel)
Budget subsides AAP (4 AB's)	€ 189.321,00	€ 193.072,00	€ 220.000,00
Budget Marchés (Facilitateur, étude jur et urb, baseline)	€ 38.623,20	€ 79.377,99	€ 107.528,32
Programme schoolscheme stratégie BXL (Transfer Wal.)	<i>Ancien programme clôturer</i>	€ 60.000,00	€ 60.000,00
Budget annuel de l'Europe F&L pour Bruxelles		€ 382.851,76	€ 382.851,76

Le SPRB gère lui aussi un appel à projet et des subsides Good Food. Il faut noter que le service agriculture du SPRB suit également le programme européen « School Scheme », à destination des écoles.

La stratégie prévoit également la mise en œuvre concrète de prescriptions par d'autres acteurs. Au-delà d'avoir une répartition claire des rôles, il s'agissait de mettre en place le principe de subsidiarité : la recherche du niveau pertinent auquel doit être conçue une action publique. Qui est le mieux placé pour faire quoi, comment ?

La stratégie indique clairement un rôle d'impulsion des pouvoirs publics régionaux, et c'est ce qui a été suivi : soutiens (via les appels à projets – lesquels ont été fortement rationalisés par public/thème, via les accompagnements, les outils...) avec la volonté de ne pas rentrer dans la récurrence des soutiens, de viser l'autonomisation des projets initiés. Une évolution de la gouvernance avec les citoyens, les associations, d'autres organismes est en cours.

Parmi les activités inhérentes à la coordination de la stratégie, il y a l'évaluation. Le bilan à mi-parcours a été l'occasion d'accélérer la mise en place d'un dispositif d'évaluation. Il a l'avantage de mettre en avant la pertinence relative des actions, afin d'en dégager les priorités, les actions les plus porteuses et de reconcentrer les moyens sur l'essentiel.

En pratique, l'avancement de la mise en œuvre de la stratégie est indéniable : un énorme travail a déjà été réalisé. Plus de 77% des mesures font l'objet d'un travail actuellement, dont 40,5% de mesures récurrentes. 3,2% des mesures sont accomplies.

Ceci se constate à travers tous les axes, avec la richesse et la diversité des actions menées, des retombées déjà constatées, de l'évolution du secteur de l'alimentation durable, et des attentes suscitées.

La récurrence d'une grande partie des nouvelles activités déployées par la stratégie est une caractéristique à tenir à l'œil en regard des moyens de fonctionnement disponibles.

Ce bilan à mi-parcours met en évidence la nécessité de mettre à ce stade la priorité sur de nouvelles actions tout en poursuivant les anciennes. Cependant, les ressources disponibles actuellement permettent uniquement de poursuivre les réalisations récurrentes déjà démarrées.

Il est clair que le modèle de fonctionnement actuel a montré des points positifs et des points d'amélioration .

Les points positifs du modèle de fonctionnement sont les suivants :

- Il a permis de donner un cadre clair et transparent pour les soutiens aux acteurs (critères des appels à projets) ;
- Il a permis des avancées rapides, larges, parmi lesquelles il s'agit maintenant d'identifier les pratiques les plus pertinentes auxquelles donner de l'ampleur ;
- Il a permis d'installer sur Bruxelles une réelle dynamique, un mouvement vers l'alimentation durable.

Les points à travailler dans les années à venir :

- Il manque encore de clarté au niveau de quelles mesures sont prioritaires et sur lesquelles il faut investir les moyens humains et budgétaires.

Il s'agit donc :

- de développer un modèle de mise en œuvre des actions plus en adéquation avec les moyens (humains, financiers) disponibles, avec le bon acteur dans le bon rôle, et, si possible, de revoir les moyens disponibles en fonction de l'ambition qu'on veut donner à la stratégie ;

- de dégager les moyens (humains, financiers) pour permettre une coordination des acteurs permettant mieux l'échange et la synergie, et notamment pour permettre d'établir plus de partenariats ;
- de prioriser les actions et de reconcentrer les moyens.

Au-delà du pilotage, il s'agissait 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. Une structure prévue à cette fin est le conseil consultatif, structure ayant un rôle d'avis.

Le lancement officiel du conseil a eu lieu mi-septembre 2016 avec 28 organismes membres identifiés suite à un appel à candidature, représentatifs de différents secteurs tels que définis dans le Règlement d'Ordre Intérieur (ROI) du conseil. Des commissions thématiques ont été initiées en complément en 2017 (offre, demande) et 2018 (production).

Dans l'ensemble, par rapport à ces instances de participation mises en place, il est constaté que :

- les instances consultatives ont le mérite de rassembler de nombreux acteurs ; la volonté de poursuivre les approches participatives initiées lors de l'élaboration de la stratégie sont fortement appréciées ; les actions d'information sur les avancées de la stratégie sont fort utile ;
- cependant, dans leur état actuel, les instances prennent beaucoup de temps pour peu de résultats, et les membres regrettent le manque d'efficacité du système, le manque de moyens disponibles pour mettre en œuvre les idées émises, et surtout le fait que dans le modèle actuel, il n'y a pas de place réelle pour l'émission d'un avis collectif ni de vision du réel poids qu'un tel avis pourrait avoir. Ils regrettent également le pilotage trop administratif et le manque de participation citoyenne.

Les instances de participation sont donc à faire évoluer. Les conseils consultatifs et les commissions thématiques qui en découlent répondent à la volonté de poursuivre la co-construction initiée lors du développement de la stratégie mais demandent beaucoup d'investissement de tous et leurs fonctionnement pourrait s'améliorer. Un modèle nouveau, co-construit avec certains membres du conseil et des commissions, propose :

- l'ouverture des instances de participation aux citoyens ;
- un pilotage mixte, pas seulement émanant de l'administration ;
- une organisation mieux structurée (avec adoption d'un avis écrit officiel des instances) et allègement du fonctionnement des réunions (avec réunions thématiques et consultations virtuelles) ;
- de prévoir une autre structure pour les échanges d'information avec les acteurs de terrain.

La collaboration entre acteurs de la chaîne étant essentielle, la stratégie soutien également le Rabad, Réseau des Acteurs Bruxellois pour l'Alimentation Durable, a pour but de promouvoir l'alimentation durable auprès des professionnels du secteur en Région bruxelloise (associations, ONG, commerces, producteur, ...). Son objectif est de diffuser au sein du réseau l'information relative aux différents aspects de l'alimentation durable et d'aider ses membres à intégrer ces aspects dans leur travail. Le réseau compte aujourd'hui 80 membres.

Les collaborations sont essentielles à tous niveaux : entre administrations bruxelloises, au niveau suprarégional, au niveau international, ...

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 que ¼ de l'impact environnemental d'un ménage bruxellois est lié au système alimentaire.

Mais le constat est là : si pour le moment, la mise en œuvre de la stratégie a permis de lancer une dynamique positive, elle reste centrée sur les compétences environnement et agriculture de façon trop cloisonnée.

Les structures transversales entre administrations n'ont pas (encore) été mises en place à ce stade. L'inclusion des aspects « santé » est largement plébiscité. Le plan stratégique de promotion de la

santé 2018/2022 du gouvernement francophone bruxellois prévoit au point 3 / priorité 1 / objectif thématique 1 de « collaborer à la stratégie « Good Food » afin d’y apporter dimension « promotion de la santé » et de développer des synergies entre la dimension environnement et santé.

Les questions de bien-être animal pourraient aussi être intégrées : l’administration compétente est le Département du Bien-être animal au sein de Bruxelles Environnement et la ministre de tutelle a confirmé un intérêt pour inclure le sujet dans la stratégie.

La réussite de la Stratégie Good Food repose en partie de l’implication d’acteurs de premier plan et avec lesquels la forme d’implication reste à développer :

- les autorités et/ou acteurs de la périphérie (Région flamande mais également la Région wallonne) qui pourraient être impliqué dans le développement de la ceinture alimentaire autour de Bruxelles ;
- les acteurs de l’aménagement du territoire et de l’urbanisme dans une politique active de soutien, voire de protection d’espaces à vocation de production alimentaire qu’elles soient professionnelles ou non ;
- les acteurs des politiques sociales et de la santé pour notamment permettre aussi un accès à la Good Food aux ménages moins favorisés et afin de pouvoir faire le lien avec les mesures en faveur de la santé;
- les acteurs de l’éducation pour une intégration plus systématique de la Good Food au sein de l’offre pédagogique et alimentaire des écoles bruxelloises.
- les fédérations qui peuvent appuyer la transition d’acteurs en place, contribuer à la formation, à l’obtention de données...

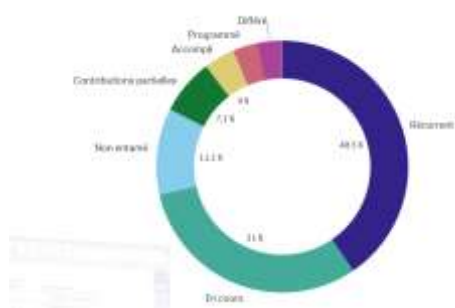
Pour assurer la transversalité, les échanges et coordinations prévus initialement dans la stratégie ne suffisent pas. Il faut formaliser des structures de coordination, des partenariats, des accords, et en assurer la mise en œuvre.

Afin d’assurer l’échange et la cohérence entre toutes les formations, il s’agit maintenant de soutenir financièrement une coordination structurelle entre acteurs concernant toutes les formations touchant à l’alimentation ;

Annexe : Tableau d'avancement des mesures

1) Vision globale

<u>Statut</u>	<u>Nombre d'actions</u>
Récurrent	51
En cours	39
Non entamé	14
Contributions partielles	9
Accompli	5
Programmé	4
Différé	4



2) Avancement mesure par mesure

NB : les mesures correspondent à un niveau de gestion opérationnel de la stratégie. Elles correspondent en grande partie aux prescriptions mais pas entièrement (certains prescriptions ont été subdivisées (126 mesures pour 110 prescriptions)).

Annexe : Tableau de l'avancement des mesures de la stratégie Good Food par axe

Mesure	Statut
Axe 1, action 1	
Etude urbanistique et juridique pour le développement de l'AU (volet professionnel)	Accompli
Mise en place d'une politique foncière et réglementations urbanistiques en faveur de l'AU	En cours
Mise en place du droit de préemption	En cours
Analyse et élaboration de baux pour l'agriculture urbaine durable	En cours
Sensibilisation et mobilisation des développeurs de projets immobiliers et aménageurs publics et privés en faveur de l'AU	En cours
Facilitateur AU: service d'accompagnement en agriculture urbaine professionnelle	En cours
Soutien financier aux projets d'agriculture urbaine professionnels durables	Récurrent
Mise en place d'espaces test agricoles	En cours
Boeren Brussel Paysans	En cours
Développer et renforcer l'offre de formations en agriculture urbaine professionnelle	En cours
Favoriser des activités de recherche-action en agriculture urbaine	En cours
Mise en place de groupes de travaux interrégionaux pour différentes matières	En cours
Stimuler et soutenir la mise en place d'initiatives pour la collaboration entre producteurs et consommateurs	En cours

Promotion de l'agriculture biologique et application de la réglementation concernée	Programmé
Etude urbanistique et juridique pour le développement de l'AU (volet professionnel et autoproduction)	En cours
Sensibilisation et mobilisation des développeurs de projets immobiliers et aménageurs publics et privés en faveur de l'AU	En cours
Développer les espaces productifs (potagers, vergers, ...) dans les espaces verts régionaux	En cours
Soutien Communes/CPAS : agriculture urbaine/autoproduction	Récurrent
Analyser et influencer les réglementations en faveur de l'agriculture urbaine - volet auto-production	Non entamé
Développer le co-jardinage en RBC	En cours
Soutien Associations: agriculture urbaine/autoproduction	Récurrent
Mise en place d'un appel à projets exemplaires et démonstratifs en production agricole urbaine	Récurrent
Axe1, action 2	
Réseau de maitres maraichers	Récurrent
Développer une offre d'ateliers en agriculture urbaine , de proximité, à destination des particuliers	Récurrent
Diffusion d'une information technique et outils adaptés et accessibles pour l'auto-production	Programmé
Faciliter les analyses de sols en faveur de l'agriculture urbaine	En cours
Soutiens aux collectifs de citoyens :Potagers collectifs via Inspirons et QDC	Récurrent
Service d'accompagnement au développement de projets d'auto-production	En cours
Axe2, action 1	
Formation et accompagnement des nouveaux entrepreneurs Good Food	Récurrent
Action offre Good Food via le PREC	Récurrent
promotion des sources d'informations existantes pour les entreprises alimentaires	Contributions partielles
label made in brussel	Différé
GT AFSCA	Non entamé
Axe2, action 2	
Formation Good Food pour les futurs chefs	Différé
Programme Cantines Good Food	Récurrent
Label cantines Good Food	Récurrent
Actions spécifiques Cantines publiques durables	Récurrent
Actions spécifiques cantine écoles	Programmé
Actions spécifiques cantine crèches	Récurrent
Programme scolaire fruits et légumes	Récurrent
GT gestion environnementale école	En cours
label resto Good Food	Récurrent
Accompagnement des restaurants Good Food	Récurrent
Axe2, action 3	
Accompagnement des commerces Good Food	Non entamé
développement de l'offre Good Food dans les marchés de gros	Non entamé
déclaration d'engagement secteur distribution Good Food	En cours
Appel à projet grande distribution	Non entamé
promotion de l'offre durable sur les marchés communaux	Récurrent

Encourager la répliquabilité des structures de vente qui visent l'accessibilité de la Good Food à un public à faible revenu	Récurrent
Étudier la faisabilité et soutenir la répliquabilité de modèle de nouvelles structures de vente accessibles à un large public de bruxellois	Accompli
développement de solutions logistiques peu impactantes	Récurrent
augmenter la visibilité des fournisseurs Good Food	Récurrent
Favoriser la commercialisation de la production périurbaine sur le marché bruxellois	Contributions partielles
Axe2, action 4	
Information aux transformateurs existants	Non entamé
formation membres FEVIA	Non entamé
accompagnement des nouveaux transformateurs durables	En cours
analyses de la qualité des produits alimentaire (Brucefo)	Récurrent
Axe3, action 1	
Formation AD pour acteurs relais locaux en place	En cours
Formation AD pour futurs relais locaux	Différé
Facilitateurs/accompagnateurs régionaux en AD pour relais locaux	En cours
Ambassadeurs Good Food	En cours
Réseau de citoyens-relais bénévoles	En cours
Développer un /des projets d'engagement citoyens individuels	En cours
Soutien aux animations en AD des acteurs relais locaux	En cours
Soutien aux associations Good Food : projets "demande"	Récurrent
Soutien aux communes & CPAS : projets "demande"	Récurrent
Soutien aux collectifs de citoyens de quartiers (QDC): projets "demande"	Récurrent
Soutien aux citoyens & groupes de citoyens (Inspirons) : projets "demande"	Récurrent
Méthodologie changement de comportement	Non entamé
Kit d'outils demande Good Food pour relais	En cours
Outils Good Food citoyens (hors kit pour les relais)	En cours
Axe3, action 2	
Valorisation des projets AD des écoles	En cours
formation AD pour l'enseignement obligatoire	Non entamé
Appel à projets et cycles d'animations AD	Récurrent
Ateliers culinaires veggie	En cours
campagne "Goodfood école"	En cours
malle pédagogique AD	Accompli
Potagers scolaires	Récurrent
Subsides AD aux associations ERE	Récurrent
Cible parentale via des projets d'écoles	Non entamé
Projets scolaires pilotes	Non entamé
Collaboration et co-construction avec la FWB et la VGC	En cours
Axe4, action 1 & 2	
Utilisation du logo Good Food	Récurrent
Good Food dans outils récurrents BE	Récurrent
Good Food dans outils récurrents SPRB	Récurrent
Adhésion projets engagements : valorisation	Contributions partielles
Actions de communication Good Food (BE)	Récurrent
Actions de communication Good Food (SPRB)	Récurrent
Evenement annuel Good Food / semaine cultivons la ville	Récurrent

soutien à l'organisation d'événements alimentation	Récurrent
stands Good Food lors d'événements	Récurrent
Promo good food lors de journées internationales	Non entamé
Portail web Good Food	En cours
Axe5, action 1	
Informations & projets spécifiques gaspi - cible ménages	Récurrent
Citoyens relais bénévoles - gaspi	Accompli
atelier culinaire école gaspi	Récurrent
Actions secteur distribution spécifiques gaspi	Programmé
Actions cantines spécifiques gaspi	Récurrent
projet rest-o-pack	En cours
Axe5, action 2	
Lutte contre le gaspillage via permis d'environnement	Récurrent
récupération des surplus alimentaire au sein des ménages	Contributions partielles
Augmenter la visibilité des plateformes de dons existantes	Accompli
Soutien à la récupération des invendus au niveau local	Récurrent
Soutien à la récupération d'invendus auprès des grossistes	Contributions partielles
Soutien à la transformation d'invendus	Récurrent
Axe6, action 1	
Innovation : Appels a projets PREC	Récurrent
Innovation : Appels a projets Co-Create	Non entamé
Innovation : Co-Create alimentation	En cours
Appel à projet associations AD et AU	Récurrent
Etudes technico-économiques	Non entamé
Innovation : information & dissémination	Contributions partielles
AD/AU dans Agenda 21	Récurrent
AD/AU dans Inspirons le quartier	Récurrent
Formation métiers de base AD	En cours
Axe7, action 1	
comité de pilotage	Récurrent
comité de coordination	Récurrent
etat des lieux	En cours
évaluation	En cours
conseil consultatif	Récurrent
Axe7, action 2	
Réseau des acteurs de la chaine AD	Récurrent
Echanges communes & CPAS	Récurrent
Echanges acteurs éducatifs	En cours
Echanges relais de terrain	Contributions partielles
Echanges formateurs	Contributions partielles
plateforme régionale AD/AU	Différé
participation projets internationaux	Contributions partielles