

Urbact II, réseau thématique – Alimentation durable pour les villes

Réduire l’empreinte carbone du système alimentaire urbain

Plan d’action local 2015 – Bruxelles



Table des matières :

Contexte bruxellois	3
Profil de Bruxelles	3
Système alimentaire bruxellois	3
Enjeux et impact	3
L'alimentation, un enjeu écologique majeur	3
L'alimentation, un enjeu social crucial	3
L'alimentation durable, un potentiel économique	4
Production alimentaire à Bruxelles	4
Secteur de la transformation alimentaire bruxellois	5
La chaîne de distribution	5
Restauration et cantines	5
Pas à pas vers une stratégie régionale	6
Plan d'action Local	8
1. Renforcer les connaissances du système alimentaire bruxellois	9
Étude du système alimentaire	9
Inventaire des données existantes en matière de demande alimentaire	9
Inventaire des données existantes en matière d'offre alimentaire à Bruxelles	9
Inventaire des initiatives existantes	10
2. Définir une vision claire du système alimentaire bruxellois en 2035	10
3. Evaluer , prioriser et opérationnaliser les actions existantes et futures	13
4. Initier un processus de gouvernance et de co-construction participatifs	16
5. Développer un visuel pour chapeauter toutes les actions/projets s'inscrivant dans une dynamique d'alimentation durable	17
6. Mesurer le succès des mesures mises en places	18
ANNEXES	19

Contexte bruxellois

Profil de Bruxelles

La Région de Bruxelles-Capitale rassemble 19 communes et compte environ 1.1 millions d'habitants. La population y est dense, cosmopolite et ne cesse de croître. Cette capitale européenne est habitée par 74% de Belges et 26% d'étrangers. Un nombre important de navetteurs viennent y travailler la journée mais vivent à l'extérieur de Bruxelles. Le taux de chômage est plus important à Bruxelles que dans le reste du pays et un quart de la population vit en dessous du seuil de pauvreté.



Système alimentaire bruxellois

Enjeux et impact

L'alimentation, un enjeu écologique majeur

En Région bruxelloise, l'alimentation représente 1/3 de notre empreinte écologique et les déchets alimentaires d'acteurs comme l'HORECA, les collectivités et la grande distribution représentent environ 40.000T/an.

A l'échelle nationale, on constate qu'en matière de production la Belgique est l'un des Etats européens qui utilisent la plus grande quantité de pesticides à l'unité de surface (données FAO). Responsables de pollutions de l'air, des sols et des eaux, les pesticides se retrouvent aussi dans notre alimentation : ainsi, 80% des fruits et 60% des légumes qui sont mis en vente en Belgique contiennent des résidus de pesticides (données AFSCA). La production agricole est également responsable de 10% des émissions de gaz à effet de serre du pays.

L'alimentation, un enjeu social crucial

L'alimentation n'est pas un produit comme les autres. Bien qu'elle soit vitale, son coût est difficile à assumer pour un nombre croissant de familles à Bruxelles, où 32.000 personnes dépendent de l'aide alimentaire. Sa qualité, aussi, est essentielle pour se maintenir en bonne santé.

L'accès à une alimentation suffisante et de bonne qualité a longtemps contribué à une augmentation de notre espérance de vie. Aujourd'hui la tendance risque de s'inverser : plus grasse, plus salée et plus sucrée qu'auparavant, notre alimentation est à l'origine de nombreuses maladies comme les diabètes ou les maladies cardiovasculaires. Les pathologies liées au surpoids sont en pleine expansion. Leur prise en charge représente 6 % du budget de l'Assurance-maladie (Source : PNNS). Le Plan National Nutrition Santé, lancé par la Belgique, cible les excès et encourage une augmentation de la consommation de fruits et légumes frais et une baisse de la quantité de viande.

Par ailleurs, le prix des denrées alimentaires ne cesse d'augmenter et grève le budget des ménages les plus défavorisés. Contraints de se nourrir avec des produits de basse qualité, à des prix cassés, ils sont les plus exposés aux risques liés à un mauvais régime alimentaire. Un système alimentaire durable doit permettre de donner accès, pour tous, à une alimentation de meilleure qualité et plus contrôlée grâce, par exemple, à des restaurants et épiceries sociales durables ou la redistribution des invendus.

L'alimentation durable, un potentiel économique

Le développement de filières de production alimentaire urbaine, de transformation locale, de distribution en circuits courts et d'un secteur HORECA plus durable représente cependant un potentiel de revenus et d'emplois très prometteur pour la Région bruxelloise.

En Belgique, le nombre d'exploitations agricoles et d'entreprises agro-alimentaires diminue d'année en année, tout comme l'emploi dans ces secteurs. Les revenus agricoles ne permettent plus aux petits et moyens exploitants de vivre correctement de leur production, ni d'intégrer dans leurs pratiques des critères éthiques et de respect de l'environnement. Très concentrée, la distribution laisse peu de places aux acteurs de moindre taille.

L'alimentation durable occupe déjà 2.500 emplois en Région de Bruxelles-Capitale, parmi lesquels plus d'un tiers concernent la distribution. Malgré la crise, les filières liées à l'alimentation durable poursuivent leur croissance et continuent à créer de l'emploi, surtout auprès des jeunes et des travailleurs peu qualifiés de la Région. A Bruxelles, la production agricole urbaine et ses débouchés permettraient de générer, d'ici 2020, de nombreux emplois dans le maraîchage, mais aussi la distribution, l'HORECA, le traitement des déchets ou la formation.

Production alimentaire à Bruxelles

Potagers urbains, paniers bio, réhabilitation des fruits et légumes de saison, GASAP¹..., les choses bougent à Bruxelles. Et la tendance est aussi à la proximité : via des circuits de distribution courts, des filières et réseaux locaux...

Une étude des Facultés Saint-Louis a évalué le potentiel d'emplois d'un système alimentaire durable à Bruxelles. Sur base d'hypothèses ambitieuses, il ressort que le secteur potentiellement le plus pourvoyeur d'emplois est celui de la production agricole urbaine.

¹ Groupes d'achats solidaires de l'agriculture paysanne

La production alimentaire bruxelloise emploie actuellement 437 personnes à temps plein et on estime qu'il y a un potentiel de 1.400 postes supplémentaires dans la production agricole urbaine grâce au recours à des techniques de maraîchage respectueuses de l'environnement et intensives en main d'œuvre.

Secteur de la transformation alimentaire bruxellois

Près de 80% des aliments consommés en Belgique sont issus de la transformation. A Bruxelles on compte 600 entreprises agroalimentaires employant, ensemble, plus de 4.000 personnes. Ce secteur est en nette croissance depuis 2008 à Bruxelles (+14% en terme d'emplois et de chiffre d'affaire entre 2008 et 2013).

La chaîne de distribution

Le secteur de la distribution alimentaire bruxellois se distingue majoritairement par les commerces de gros, la grande distribution, les petits commerces et les marchés.

Les grandes surfaces (> 1000 m²) constituent près de 70% de la part du marché en alimentation courante à Bruxelles. Cette part diminue chaque année depuis 2001. A côté de ceci, on trouve encore à Bruxelles quelques 910 petits commerces : épiceries, boucheries, boulangeries, chocolateries, poissonniers... La Région bruxelloise compte également environ 64 marchés hebdomadaires, certains plus durables que d'autres.

En parallèle, on observe une multiplication d'initiatives de distribution alternative dites de « circuits courts » en vue de rapprocher le producteur du consommateur comme les paniers bio ou les plateformes Internet de ventes de produits locaux/bio.

L'offre en produits issus des circuits courts s'est considérablement développée ces dernières années. Ceci résulte d'une volonté du consommateur de soutenir les producteurs locaux en s'engageant à commander régulièrement des produits. Par ailleurs, cette formule restaure un lien, perdu en milieu urbain, entre le consommateur et le producteur, et donne accès à des produits de qualité qui sont sans doute plus difficiles à trouver dans les canaux de distributions classiques

Restauration et cantines

On estime que 40% des repas des bruxellois sont pris dans des cantines, au café ou au restaurant.

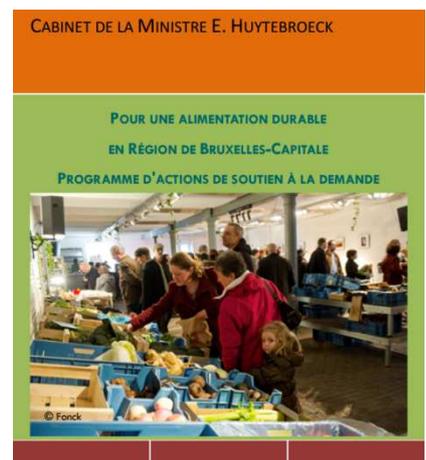
Chaque année, 73.14 millions de repas sont servis dans 2506 cuisines collectives bruxelloises. Le secteur bruxellois de l'HORECA compte plus de 6000 entreprises actives: hôtels, restaurants et cafés.

Pas à pas vers une stratégie régionale

Depuis plusieurs années, Bruxelles Environnement travaille sur la thématique de l'alimentation durable. En **2009**, le gouvernement fraîchement élu identifie dans sa déclaration gouvernementale, l'alimentation durable comme une priorité.

En **2010**, la lutte contre le gaspillage alimentaire est inscrit dans le 4^{ème} plan déchet de la Région de Bruxelles Capitale.

En **2011**, la Ministre de l'Environnement rédige « un programme d'actions de soutien à la demande pour une alimentation durable en Région de Bruxelles Capitale » qui vise à stimuler la consommation alimentaire plus durable des ménages, des cantines, de l'HORECA, et des pouvoirs publics. Pour rédiger ce plan en accord avec les besoins des acteurs de terrain, plusieurs ateliers de consultation ont eu lieu sur des thématiques variées (les collectivités, l'HORECA et les événements, les publics précarisés, le gaspillage alimentaire et les potagers comme outil de sensibilisation et d'éducation à l'alimentation durable)



En **2013** dans le but de stimuler la création d'emplois dans des secteurs liés à l'alimentation durable, les administrations de l'environnement et de l'économie se sont associées pour lancer l'axe « alimentation durable » de l'alliance Emploi-Environnement.

Dans une volonté d'aller plus loin de manière plus transversale et stratégique, dans le cadre du projet Urbact « Sustainable Food in Urban Communities » Bruxelles s'est associée à d'autres villes partageant l'ambition de réduire l'empreinte carbone du système alimentaire urbain en agissant sur la production, la distribution et la consommation.

Dans le cadre du projet Urbact, une deuxième phase de consultation des acteurs a été organisée pour identifier les actions prioritaires à inscrire dans le Local Action Plan de Bruxelles. Ces ateliers ont abordé les freins et actions pour favoriser une alimentation plus durable dans les cantines et les écoles, les leviers des pouvoirs locaux, les questions de distributions ont été discutées ainsi que les enjeux sociaux et culturels liés à l'alimentation.



Un symposium² sur l'agriculture urbaine a également été organisé en 2014, plusieurs tables rondes se sont déroulées en après-midi durant lesquelles les participants ont pu exprimer leurs opinions et recommandations sur les enjeux de la production à Bruxelles.

² <http://www.environnement.brussels/thematiques/alimentation/du-champ-lassiette/actes-du-seminaire-lagriculture-urbaine-bruxelles>

Depuis 2010, Bruxelles Environnement a donc eu l'occasion de consulter énormément d'acteurs en lien avec le secteur alimentaire et de collecter beaucoup d'informations sur l'alimentation durable en milieu urbain : résultats d'études et de sondage, de projets pilotes, de partage d'expériences au sein du réseau Urbact, ... Ces propositions de mesures sont rassemblées dans un catalogue. L'identification des priorités et la réflexion sur l'opérationnalisation des mesures n'a pas encore été réalisée.

Face à ce constat la Ministre de l'Environnement et de la Politique agricole, souhaite aujourd'hui élaborer une stratégie régionale et rédiger un plan d'action pour favoriser la transition du système alimentaire bruxellois vers plus de durabilité et favoriser les synergies entre les dynamiques existantes.

Cette stratégie abordera tant les questions de stimulation de la demande en produits plus durables, que l'agriculture urbaine et l'évolution de l'offre. L'objectif est de proposer une stratégie au gouvernement bruxellois **fin 2015**.



Pour lancer cette stratégie, Bruxelles Environnement a organisé, le 31 mars 2015 une rencontre sur la transition du secteur alimentaire bruxellois vers plus de durabilité. La matinée fut consacrée à la présentation des résultats du projet Urbact et de l'état des lieux des données existantes en matière d'offre, de demande et du secteur de l'industrie alimentaire à Bruxelles.

Le processus participatif de la stratégie régionale a commencé l'après-midi même, durant celle-ci, les participant ont co-construit la vision du système alimentaire bruxellois en 2035.

Plan d'action Local

Objectifs

En participant au projet Urbact «Sustainable Food in Urban Communities » et en partageant avec les autres villes du réseau, il est apparu qu'il manquait à Bruxelles une vision collective du système alimentaire souhaité à moyen terme et que même si de multiples projets en alimentation durable existent à Bruxelles, ils manquent de visibilité pour être connus par les bruxellois non avertis.

De plus, en découvrant les approches d'autres villes comme Bristol, Lyon ou Amersfoort, la nécessité d'avoir un diagnostic du système alimentaire bruxellois et d'identifier des priorités est apparu comme indispensable pour aller plus loin dans la transition.

Enfin, malgré les multiples ateliers de consultation déjà réalisés, certains enjeux et obstacles doivent encore être discutés avec les acteurs, mais surtout le « catalogue de mesures » déjà existant doit être priorisé et opérationnalisé. C'est pourquoi le plan d'action comporte aussi la poursuite du processus de co-construction en mai et juin 2015 .

Actions et planning

- 1. Renforcer les connaissances du système alimentaire bruxellois**
 - a. Étude du système alimentaire**
 - i. Inventaire des données existantes en matière de demande alimentaire**
 - ii. Inventaire des données existantes en matière d'offre alimentaire à Bruxelles**
 - b. Inventaire des initiatives existantes**
- 2. Définir une vision claire du système alimentaire bruxellois en 2035**
- 3. Evaluer , prioriser et opérationnaliser les actions existantes et futures**
- 4. Initier un processus de gouvernance et de co-construction participatifs**
- 5. Développer un visuel pour chapeauter toutes les actions/projets s'inscrivant dans une dynamique d'alimentation durable**
- 6. Mesurer le succès des mesures mises en place**

1. Renforcer les connaissances du système alimentaire bruxellois

Étude du système alimentaire

Après avoir travaillé pendant plusieurs années sur la thématique de l'alimentation durable, Bruxelles Environnement a éprouvé le besoin de rassembler les données existantes concernant le système alimentaire bruxellois, pour d'une part, avoir une vue globale de la situation à Bruxelles et d'autre part, avoir une image de la situation au Temps 0 pour éventuellement mesurer l'impact de certaines mesures à posteriori.

Dans ce cadre, les études suivantes ont été menées :

Inventaire des données existantes en matière de demande alimentaire

Un premier inventaire des sources de données disponibles a été réalisé. Sur base de cet inventaire, 4 thématiques clés ont été identifiées ainsi qu'une thématique transversale.

Les quatre thématiques autour desquelles se structurent les questions de l'étude sont les suivantes :

- profil et habitudes alimentaires ;
- état de la consommation et perception des produits dits durables ;
- satisfaction des ménages par rapport à l'offre alimentaire ;
- tendances évolutives.

La thématique transversale s'attache à l'identification des freins et des leviers pour transiter vers une alimentation durable.

L'étude se termine par des recommandations de méthodologie en vue d'affiner les données existantes.

Cette étude est disponible en annexe et sur le site de Bruxelles Environnement³.

Inventaire des données existantes en matière d'offre alimentaire à Bruxelles

Cette étude vise à dresser un état des lieux de l'offre, de la production et de la distribution alimentaire en Région de Bruxelles Capitale.

La première partie compile les données existantes en matière d'offre. L'étude présente les principaux schémas d'approvisionnement, la répartition du chiffre d'affaires et des emplois avec une attention apportée pour les produits labélisés bio, issus du commerce équitable et les produits de la mer respectant des critères de durabilité.

La seconde partie identifie les données manquantes et propose des indicateurs pour améliorer la connaissance du secteur.

Cette étude est disponible en annexe et sur le site de Bruxelles Environnement⁴.

³ <http://www.environnement.brussels/thematiques/alimentation/action-de-la-region/etudes>

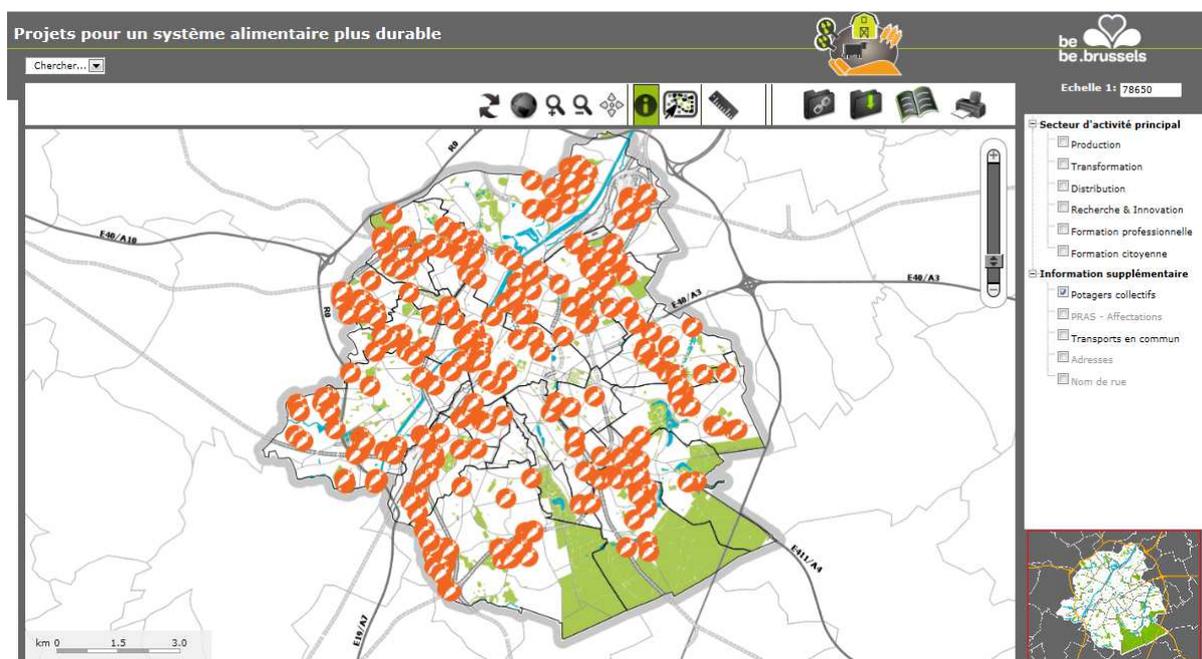
⁴ <http://www.environnement.brussels/thematiques/alimentation/action-de-la-region/etudes>

Inventaire des initiatives existantes

Dans le cadre de l'alliance emploi environnement, axe alimentation durable, les acteurs consultés ont exprimé le besoin d'avoir une cartographie des projets professionnels liés à l'alimentation durable à Bruxelles.

Bruxelles Environnement a donc développé un outil informatique de cartographie permettant d'encoder des projets en fonction du secteur d'activité (production, transformation, distribution, formation professionnelle, étude/recherche/innovation, information & formation citoyenne).

Cet inventaire vise à favoriser les synergies entre les projets en cours / et en préparation. En effet, les porteurs de projet peuvent, via le formulaire d'encodage, inscrire leurs besoins de collaboration.



Cet outils est en ligne : http://alimentation.brussels/webgis/carte_alimentation.phtml

2. Définir une vision claire du système alimentaire bruxellois en 2035

Pour définir cette vision, les acteurs bruxellois de l'alimentation ont participé à des ateliers en vue de construire la vision du système alimentaire bruxellois en 2035. Cet atelier participatif a rassemblé plus de 150 participants représentant des secteurs très différents (producteurs, associations, communes, CPAS, universités, distributeurs, fédérations, ..). De ces échanges, un consensus a été trouvé autour d'une vision commune, dont voici le draft en date du 30 avril 2015 :

Stratégie « Vers un système alimentaire plus durable⁵ »

Demande – offre - agriculture urbaine

Une vision collective pour 2035

Bruxelles, une ville résiliente face au défi alimentaire ! Qualité, accessibilité et impact réduit sur l'environnement, le tout dans une approche d'économie circulaire.

Les objectifs :

- Une transition vers une alimentation durable **pour tous les publics**.
- Des **systèmes alimentaires performants** au niveau environnemental et économique et créateurs d'emplois bruxellois non délocalisables.
- Un système **qui implique et fédère** tous les acteurs de la chaîne alimentaire et les autorités concernées.
- Une place à de nouveaux métiers et nouveaux business modèles.
- Une **agriculture (peri)-urbaine** assurant au minimum 30% des besoins de la ville.
- Une **lutte contre le gaspillage alimentaire** et une valorisation sociale des invendus, avec 30% de réduction du gaspillage.

Le chemin pour arriver à ces objectifs :

- **Une gouvernance pour un système alimentaire durable**,
 - o une place à l'alimentation et la production urbaine **au travers des différentes politiques régionales**,
 - o une collaboration interrégionale des acteurs publics et privés en matière d'approvisionnement et d'entrepreneuriat (accès au marché bruxellois, accès à la terre),
 - o une **mise en synergie des acteurs** sur le territoire afin de faire émerger des solutions résilientes ;
- Un **accès à l'information** concernant l'alimentation durable et l'agriculture urbaine,
 - o Des canaux existants valorisés et des canaux innovants expérimentés,
 - o Une information alimentation durable spécifique à l'éducation du public jeune.
- **Un large accès à une alimentation durable** au travers de services alimentaires diversifiés en termes de lieux d'achats (grande distribution, petits commerçants), de lieux de consommation (restaurants, snacks), de coût, de culture et de praticabilité (plats préparés, surgelés, etc.),
- **Le réengagement du public** le plus désengagé vers une alimentation durable ;
- Une **production commerciale et une auto-production**,
 - o Des techniques de **production respectueuses de l'environnement (sans OGM, sans pesticides)**, à faible intrant, en sol et hors sol,
 - o **Des fonctions intégrées** de production, d'inclusion, de verdurisation de la ville, d'éducation, de loisir, afin d'assurer la rentabilité,

⁵ Définition « système alimentaire durable » (Sustainable Food Laboratory - utilisée par le CFDD)

Un système alimentaire durable garantit le droit à l'alimentation, respecte le principe de la souveraineté alimentaire, permet à tous, partout dans le monde, de disposer d'une alimentation saine et suffisante à un prix accessible et veille à ce que le prix final d'un produit reflète non seulement l'ensemble des coûts de production, mais qu'il internalise aussi tous les coûts externes sociaux et environnementaux. Il utilise les matières premières et les ressources (en ce compris le travail et les ressources naturelles telles que les sols, l'eau et la biodiversité) "at their rate of recovery" et respecte les différentes facettes de la culture alimentaire. Tous les acteurs de la chaîne alimentaire et les autorités doivent contribuer à réaliser un tel système alimentaire durable.

- **Des terres urbaines productives préservées,**
- Une production urbaine valorisée en **circuits courts** ;
- des **zones d'expérimentation** en vue de développer des solutions innovantes et collaboratives ;
- Une réduction à la source du gaspillage alimentaire et une valorisation de toutes les ressources alimentaires présentes sur le territoire (invendus, déchets organiques).

3. Evaluer , prioriser et opérationnaliser les actions existantes et futures

Bruxelles Environnement a collecté toutes les recommandations/ idées d'actions issues de plusieurs processus participatifs : Alliance emploi environnement, Workshop Urbact, ces idées sont rassemblées dans un catalogue avant d'identifier les priorités et de les opérationnaliser.

Alliance Emploi Environnement, Axe alimentation durable

Bruxelles Environnement a commandité une étude « Système d'alimentation durable - Potentiel d'emplois en Région de Bruxelles-Capitale » (2012) dont les résultats montrent que l'alimentation durable occupe déjà 2 500 emplois en Région bruxelloise, dont près de 1 000 dans la distribution. Sur la base des hypothèses, il ressort que le secteur potentiellement le plus pourvoyeur d'emplois est celui de la production agricole urbaine, avec plus de 1400 postes à créer, grâce au recours à des techniques de maraîchage respectueuses de l'environnement et intensives en main d'œuvre. Les débouchés de cette production urbaine permettraient de générer un millier d'emplois supplémentaires dans les secteurs de la transformation, de la distribution et de l'HORECA. Enfin, près de 200 emplois pourraient voir le jour dans le traitement des déchets et la formation. Un objectif serait d'atteindre 2.000 emplois créés d'ici 2020.

Suite à la clôture mi-2012 de cette étude, le Cabinet de la Ministre de l'Environnement a décidé de lancer une « action pour la transition de l'alimentation vers le durable », sur le modèle de l'alliance emploi environnement.

Les travaux ont débuté début 2013 pour 18 mois, d'abord en parlant de « transition », puis « d'alliance ». En effet, par décision du Gouvernement du 20 juin 2013, le quatrième axe de l'Alliance Emploi-Environnement dans le domaine de l'Alimentation Durable a été officiellement lancé (les 3 premiers axes étant : le secteur du bâtiment, le secteur de l'eau et le secteur des déchets). La méthodologie de l'Alliance Emploi-Environnement - Axe 4 Alimentation Durable est définie dans la décision du Gouvernement du 20 juin 2013.

La concertation dans le cadre de l'Alliance Emploi-Environnement – 4ème axe, « Alimentation Durable », a eu lieu à deux niveaux : une concertation directe des acteurs de terrain et une concertation des partenaires sociaux interprofessionnels via le Conseil Économique et Social de la Région de Bruxelles-Capitale.

Le pilotage de la phase d'élaboration a été assuré par un Comité constitué de la Ministre de l'Environnement, de l'Energie et de la Rénovation urbaine, la Ministre de l'Emploi, de l'Économie et de la Recherche scientifique et le Ministre-Président. Un coordinateur indépendant a été désigné pour animer l'élaboration de l'ensemble du processus et mettre en œuvre les décisions du Comité de Pilotage.

Les travaux de la phase d'élaboration ont été réalisés par trois ateliers auxquels ont participé des opérateurs tant publics que privés. Ces ateliers ont chacun été centrés sur une catégorie particulière de besoins des acteurs :

1. Renforcements des filières.
2. Outils de soutien aux entreprises.
3. Insertion, formation et enseignement, recherche et innovation.

Les 3 ateliers se sont réunis 3 fois pour identifier, d'une part les besoins des acteurs en lien avec la thématique de l'atelier et d'autre part, les solutions concrètes à mettre en œuvre pour combler ces besoins. Les ateliers ont eux-mêmes généré la constitution de groupes de travail autour de responsables d'actions liées entre elles. L'ensemble du processus a impliqué plus d'une centaine de représentants d'organismes publics et privés et de partenaires sociaux.

C'est donc suite à un vaste processus participatif que le texte d'Accord est né. Ce processus a abouti à l'identification de 50 actions concrètes et faisant l'objet d'un accord de principe de tous les partenaires impliqués. Les fiches sont sous la responsabilité de « pilotes » et bénéficient de « collaborateurs ». Les actions des fiches ont été soutenues en grande partie par l'administration de l'environnement et l'administration de l'économie et de l'emploi.

L'ensemble des fiches actions sont disponibles en annexe.



Workshops Urbact

Dans le cadre du projet Urbact, une deuxième phase de consultation des acteurs a eu lieu entre mars 2013 et janvier 2014 pour identifier les besoins des acteurs et les mesures nécessaires pour faciliter la transition vers l'alimentation durable. Plusieurs ateliers ont été organisés :

- À quoi ressemblerait le secteur de la distribution de l'alimentation durable en 2025 ? 11/03/2013 .
- Cantines durables à Bruxelles. Quelle est la situation actuelle ? Quelles leçons tirer des projets étrangers ? 18/09/2013
- Comment agir localement pour une alimentation durable en tant qu'Administration communale ou CPAS ? 7/11/2013
- L'alimentation durable face aux enjeux sociaux et culturels. 9/12/2013
- L'alimentation durable dans les écoles. 14/01/2014

Un symposium sur l'agriculture urbaine a également été organisé le 26/03/2014, plusieurs tables rondes se sont déroulées en après-midi durant lesquelles les participants ont pu exprimer leurs opinions et recommandations sur les enjeux de la production à Bruxelles.

Les résultats de ces multiples consultations ont été capitalisés dans un catalogue de mesures structuré comme ceci :

- Favoriser la demande en Alimentation durable
- Développer l'offre en Alimentation durable – Susciter la transition
- Développer l'Agriculture urbaine et péri urbaine
- Aspects transversaux et de mise en œuvre

Cette liste de suggestions constitue une première étape d'un processus plus large de stratégie (voir point 4).

Ce catalogue est disponible en annexe.

L'action du LAP concerne la priorisation et l'opérationnalisation des mesures de ce catalogue.

Cette action sera menée de pair avec le processus de gouvernance et de con-construction participatif développé à l'action 4.

En effet, chaque atelier mentionné ci-dessous sera l'occasion de faire voter les acteurs de terrain sur les mesures prioritaires et de rassembler des orientations pour définir les acteurs/étapes/financements ... de différentes mesures.

4. Initier un processus de gouvernance et de co-construction participatifs

En 2015, pour répondre aux enjeux environnementaux et favoriser les synergies entre les multiples énergies, la nouvelle Ministre (élue mi-2014), compétente notamment pour l'Environnement et la Politique agricole, Céline Fremault, souhaite élaborer une stratégie régionale et rédiger un plan d'action pour favoriser la transition du système alimentaire bruxellois vers plus de durabilité.

Cette stratégie abordera tant les questions de stimulation de la demande en produits plus durables, que l'agriculture urbaine et l'évolution de l'offre (transformation, distribution, Horeca)



Afin de garantir la pertinence des mesures inscrites dans cette stratégie (mais aussi de prioriser et d'opérationnaliser – voir action 3 du LAP), Bruxelles Environnement et la cellule agriculture du SPRB ont lancé un processus participatif pour consulter les acteurs des secteurs concernés et définir les actions prioritaires. 6 tables rondes seront organisées en mai et juin 2015.

Ces ateliers d'une demi-journée permettront d'identifier les mesures concrètes prioritaires à inscrire dans le plan régional et de décrire la manière la plus adéquate de les opérationnaliser ainsi que les moyens nécessaires pour les mettre en œuvre (humains, financiers, matériels, légaux...).

Cette consultation se décline en 6 ateliers répartis selon les thématiques suivantes :

Demande

- Un changement des modes de consommation alimentaires
- Un accès à l'alimentation de qualité pour tous

Offre

- Un secteur alimentaire conventionnel en transition
- Un système alimentaire local émergent

Agriculture urbaine et péri-urbaine

- Une agriculture durable adaptée à la ville
- Une ville qui préserve une agriculture locale

Sur base de l'input des acteurs consultés une stratégie sera proposée au Gouvernement bruxellois fin 2015.

5. Développer un visuel pour chapeauter toutes les actions/projets s'inscrivant dans une dynamique d'alimentation durable

Ces dernières années, Bruxelles a vu éclore une variété d'initiatives liées à l'alimentation durable.

Face à ce foisonnement et pour aider les bruxellois à y voir plus clair parmi tous ces projets, Bruxelles Environnement a voulu développer un logo qui 'chapeaute' toutes les initiatives liées à la transition du système alimentaire plus durable de la Région Bruxelles-Capitale (karikol, picniq, eat Brussels, Bruxellicious, Bruxelles champêtre, cantines durable, potager sur le toit ...)

Ce logo permet à tous les intervenants (producteurs, transformateurs, distributeurs & consommateurs) d'identifier l'existence d'une dynamique régionale en matière d'alimentation plus durable dans la Région Bruxelles-Capitale.

Sur base de plusieurs propositions, le choix s'est porté sur le logo et slogan ci-dessous :



Ce visuel sera prochainement intégré aux outils de communication développés par Bruxelles Environnement dont notamment la newsletter « alimentation durable ».

6. Mesurer le succès des mesures mises en places

Le plan d'action de la stratégie « Vers un système alimentaire plus durable » va identifier les actions prioritaires pour favoriser la transition du secteur.

Pour chaque action des objectifs chiffrés et des indicateurs de succès vont être fixés afin d'évaluer son efficacité. Ces indicateurs seront arrêtés en concertation avec les acteurs concernés et se baseront notamment sur les études mentionnées au point 1.

ANNEXES

1. Etude : Inventaire et analyse des données existantes en matière d'offre alimentaire en Région de Bruxelles-Capitale
2. Etude : Inventaire et l'analyse des données existantes en matière de demande alimentaire en RBC, 2014
3. Alliance Emploi Environnement, axe alimentation durable : Charte et fiches action 2013
4. Catalogue de mesures issues des ateliers participatifs concernant le système alimentaire durable

INVENTAIRE ET ANALYSE DES DONNÉES EXISTANTES EN MATIÈRE DE DEMANDE ALIMENTAIRE EN RBC



MARS 2015

INVENTAIRE ET ANALYSE DES DONNÉES EXISTANTES EN MATIÈRE DE DEMANDE ALIMENTAIRE EN RBC

SOMMAIRE

Déroulé méthodologique.....	4
Analyse et évaluation des données	8
Tendances évolutives : proposition d'indicateurs et d'outils de suivi.....	34
Constat par rapport aux sources d'information et informations manquantes et recommandations	37
Références.....	40



CONTENU

Dans le cadre du processus de l'Alliance Emploi Environnement – axe alimentation durable, il a été mis en évidence le besoin de mieux appréhender la situation du système alimentaire bruxellois dans son ensemble pour favoriser la transition vers une alimentation durable. Cela implique de s'intéresser aux trois composantes de ce système :

- La caractérisation de l'offre alimentaire bruxelloise.
- L'identification de la demande des particuliers.
- La définition de la demande des professionnels HoReCa et collectivités.

Cette étude porte spécifiquement sur la composante « **demande des particuliers** ». Afin de développer une offre alimentaire durable qui corresponde aux attentes du marché (de la demande), il est indispensable de connaître les besoins actuels et futurs de celui-ci.

OBJECTIF

La mission s'articule autour de 3 objectifs :

- Identification de la situation actuelle ainsi que les freins et leviers vers une alimentation durable (AD).
- Comment orienter l'offre? Quelles perspectives de développement d'une offre AD pour répondre à la demande.
- Sélection d'un set d'indicateurs de suivi.

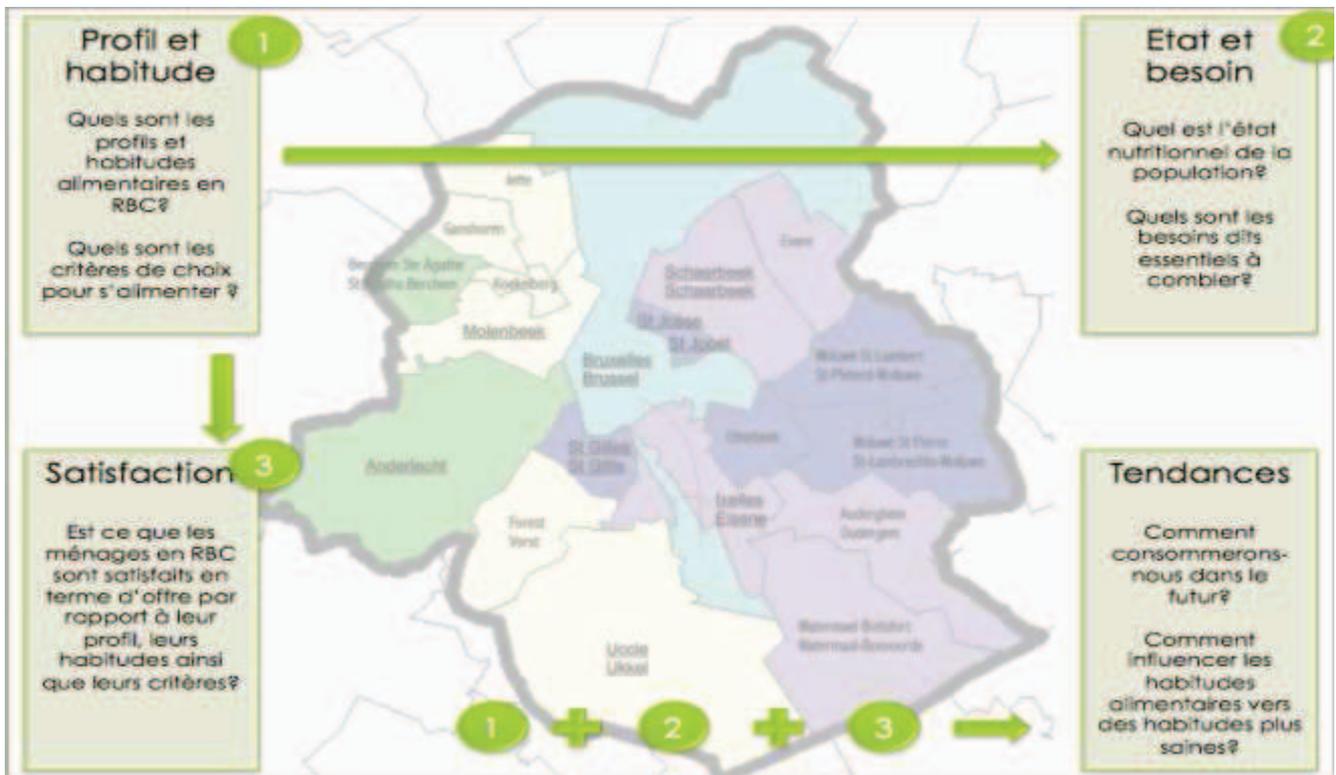
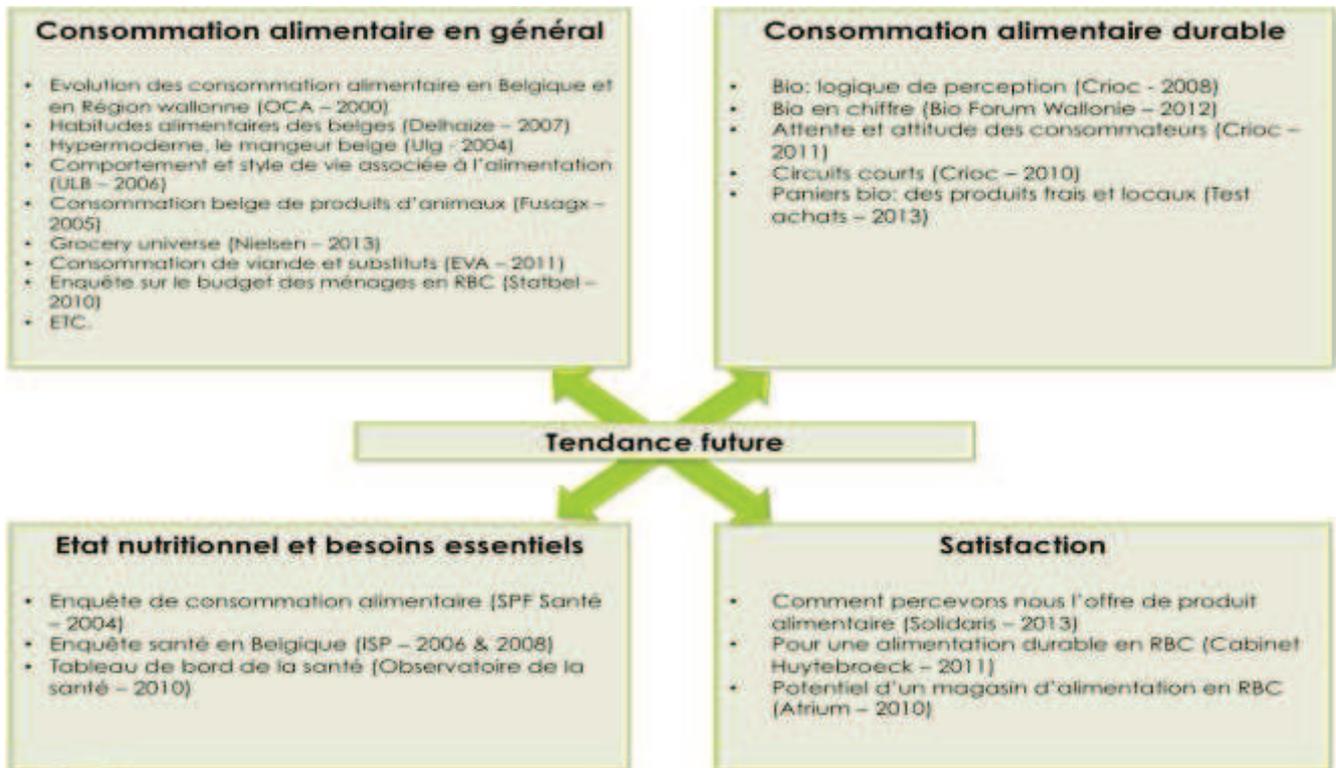
PUBLIC-CIBLE

Cette étude est destinée à tous les acteurs de la filière alimentation durable que ce soient les pouvoirs publics, professionnels, associatifs, etc.



DEROULE METHODOLOGIQUE

1. INVENTAIRE DES DONNÉES ET ORGANISATION



Un premier inventaire des sources de données disponibles a été réalisé. Sur base de cet inventaire, 4 thématiques clés ont été identifiées ainsi qu'une thématique transversale.

Les quatre thématiques autour desquelles se structurent les questions de l'étude sont les suivantes :

1. Profil et habitudes alimentaires.
2. Etat de la consommation et perceptions des produits dits durables.
3. Satisfaction des ménages par rapport à l'offre alimentaire.
4. Tendances évolutives.

La thématique transversale s'attache à l'identification des freins et des leviers pour transiter vers une alimentation durable.

2. CADRAGE DE L'ETUDE

2.1. Groupe de travail

Afin de cadrer les thématiques abordées autour de questions clés, un groupe de travail (GT) a été mis en place.

Les organismes qui ont participé au groupe de travail sont :

- La Cellule agri/MRBC
- L'asbl Rencontre des Continents (possibilité de fourniture de données qualitatives sur la demande de publics spécifiques)
- COMEOS (Fédération du commerce et des services – source de données sur la tendance des marchés)
- FEVIA (Fédération de l'industrie agro-alimentaire – source de données sur la tendance des marchés. En cours de réflexion « chaine alimentaire durable » avec les acteurs du secteur)
- Brussels Studies
- Le CRIOC (Centre de Recherche et d'Informations des Organisations de Consommateurs – source de données sur le comportement des consommateurs et la consommation durable)

Les organismes qui ont montré leur intérêt mais n'étaient pas présents dans le cadre de la réunion de travail sont :

- Bioforum (Source de données sur la consommation en produits biologiques)
- RABAD

Les organismes conseillés par le GT comme à contacter sont :

- Le conseil supérieur de la santé (lancement d'une grande enquête sur l'alimentation – Pr Jean Neve)
<https://www.etude-nutrinet-sante.fr/fr/common/login.aspx>
- La Fédération des Maisons Médicales
- Université libre de Bruxelles
- <http://www.vlam.be/>

Le compte rendu complet du GT se trouve en Annexe 1.

2.2. Questions clés

Suite au travail de groupe, les thématiques identifiées ont pu être structurées autour de différentes questions clés. C'est donc à travers ces questions que celles-ci seront abordées/traitées.



1. Profil et habitudes alimentaires

QUESTIONS	Remarques
Comment se répartissent les achats alimentaires?	Détailler quels types de produits/ dégager des opportunités de développement de nouvelles filières/relier avec le profil du consommateur/distinguer intention et acte d'achat
Quelles sont les moyens d'approvisionnement alimentaire des ménages ?	
Quel est le temps moyen consacré à la préparation du repas ?	Cela implique une décision d'achat différente
Quels sont les critères de décision/de choix lors des achats alimentaires ?	Les critères de choix dépendent beaucoup d'un produit à l'autre

2. Etat de la consommation et perceptions des produits dits durables

QUESTIONS	Remarques
Définition de la consommation durable	<p>Fruits et légumes de saison</p> <p>Équilibre de l'assiette : aspect santé</p> <p>Fraicheur et part de produits transformés</p> <p>Modes de consommation alternative (circuit court/GASAP/Paniers/etc.)</p> <p>Produits biologiques</p> <p>Produits équitables</p> <p>Produits locaux</p> <p>Protéines végétales</p>

3. Satisfaction des ménages par rapport à l'offre alimentaire durable

QUESTIONS	Remarques
Quelle est la satisfaction au niveau de l'accessibilité ?	Horaire/points de vente
Quelle est la satisfaction au niveau de la diversité ?	Choix des produits suffisant ?/conditionnement/niveau de transformation
Quelle est la satisfaction au niveau du rapport qualité/prix ?	



4. Tendances évolutives : indicateurs

QUESTIONS	Remarques
Evolution des achats alimentaires	Pertinent d'étudier comment ça a évolué que de chercher à prévoir.
Evolution en termes d'approvisionnement	

C'est dans le cadre de l'observation de ces tendances que les indicateurs de suivi de la durabilité seront définis.

Indicateurs :

- consommation des produits biologiques ;
 - développement des modes de consommation alternatifs
 - consommation des produits équitables ;
 - évolution de la consommation de viande ;
 - évolution de la consommation des protéines végétales ;
- Etc.

5. Thématique transversale : identification des freins et leviers pour passer à une alimentation durable

Il sera intéressant de rattacher les freins et leviers en fonction des profils de consommateurs.



ANALYSE ET EVALUATION DES DONNEES

Sur base d'un ensemble de sources bibliographiques et de rencontres en face à face avec les acteurs de l'alimentation sur territoire de la RBC, nous avons dressé une synthèse des réponses aux questions présentées au point précédent.

L'analyse de ces informations a permis de dégager des informations manquantes pour compléter les réponses aux questions mais également des perspectives de développement de l'alimentation durable sur le territoire de la RBC.

Nous ferons plusieurs fois référence à des catégories d'âge. Il est donc bon de rappeler la composition de la pyramide des âges à Bruxelles prévue pour 2015 (Observatoire du commerce 2008):

- 24% < 20 ans
- 15% : 20 à 29 ans
- 15% : 30 à 39 ans
- 14% : 40 à 49 ans
- 12% : 50 à 59 ans
- 20% >= 60 ans

3. PROFIL ET HABITUDES ALIMENTAIRES

3.1. Comment se répartissent les achats alimentaires?

Deux indicateurs quantitatifs sont disponibles pour évaluer la répartition des achats alimentaires pour le particulier : il s'agit des dépenses des ménages et de l'approvisionnement national.

Les données quantitatives principales existantes pour évaluer la répartition des achats alimentaires est **l'enquête sur le budget des ménages.**

Il est clair que la part du budget des ménages accordée à l'alimentation ainsi que la manière dont nous nous nourrissons ont beaucoup évolué au cours du temps :

- o Une diminution constante de la part du budget pour l'alimentaire :
 - o 22% du budget d'un ménage belge en 1979,
 - o 15% de notre budget aujourd'hui (CRIOC 2011).

Depuis l'année 2000, le pourcentage des dépenses des ménages accordés aux produits alimentaires est stable (enquête budget des ménages, 2012).

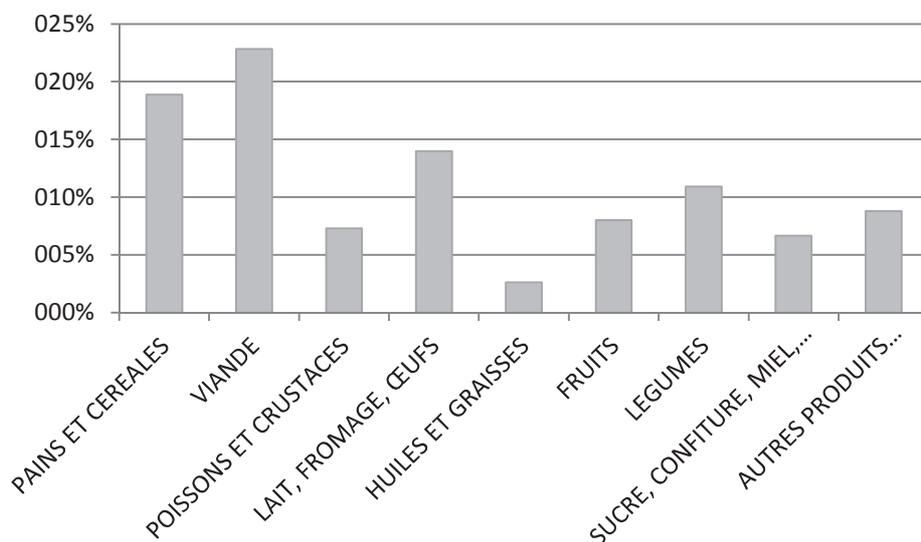
L'enquête sur le budget des ménages (EBM, HBS en anglais) estime chaque année les dépenses des ménages belges à partir d'un échantillon représentatif au niveau du Royaume et de ses trois Régions (Bruxelles-capitale, Flandre et Wallonie). L'enquête budget des ménages se présente sous la forme d'un questionnaire à compléter et d'un carnet de dépenses dans lequel le ménage enregistre ses dépenses pendant un mois. La taille de l'échantillon varie en fonction des années, en RBC, il varie de 350 à 705 ménages.

Nous avons réalisé plusieurs graphiques afin de mettre en évidence l'évolution des dépenses des ménages bruxellois en fonction des catégories de produits. Les données portent de 2000 à 2010. En effet à partir de 2010, l'enquête est devenue bisannuelle et les catégories de produits sont moins détaillées en 2012 ne permettant pas le niveau de détail des années 2000 à 2010.



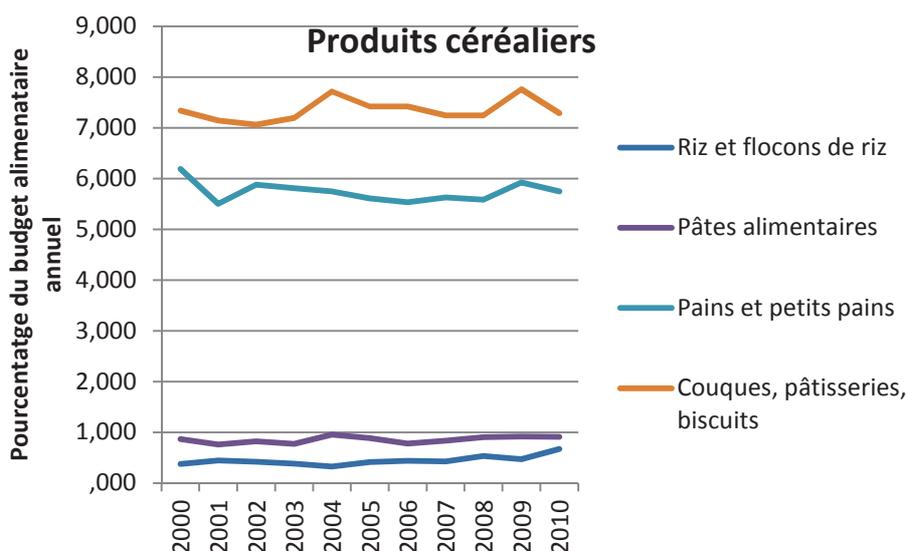
Il est évident que l'évolution du montant consacré à l'achat d'une catégorie de produits doit être corrélée avec l'évolution du prix de vente de ces produits. Néanmoins, étant donné le niveau de détail limité des catégories de produits, il est apparu hasardeux de justifier un prix moyen pour chacune des catégories. Nous avons donc choisi de présenter l'évolution de la **part de leur budget** que les ménages consentaient à dépenser pour accéder aux différents produits.

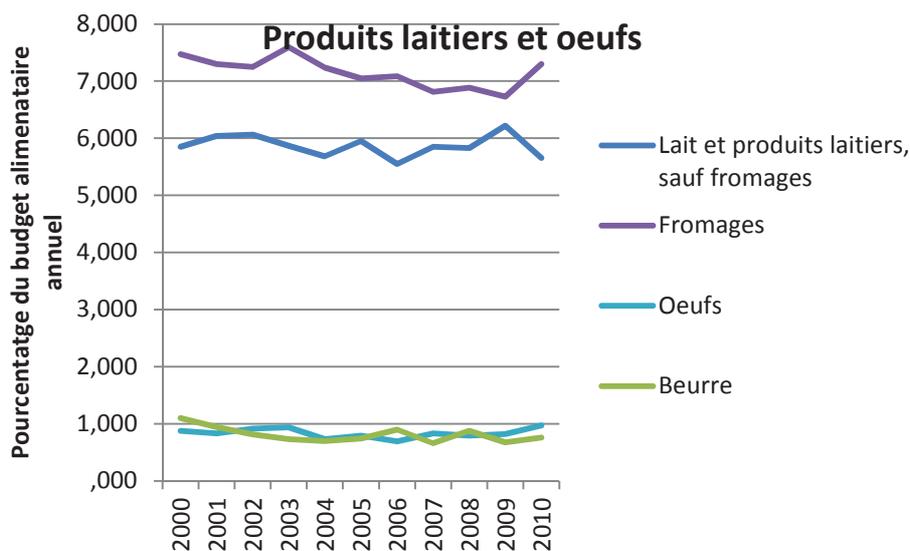
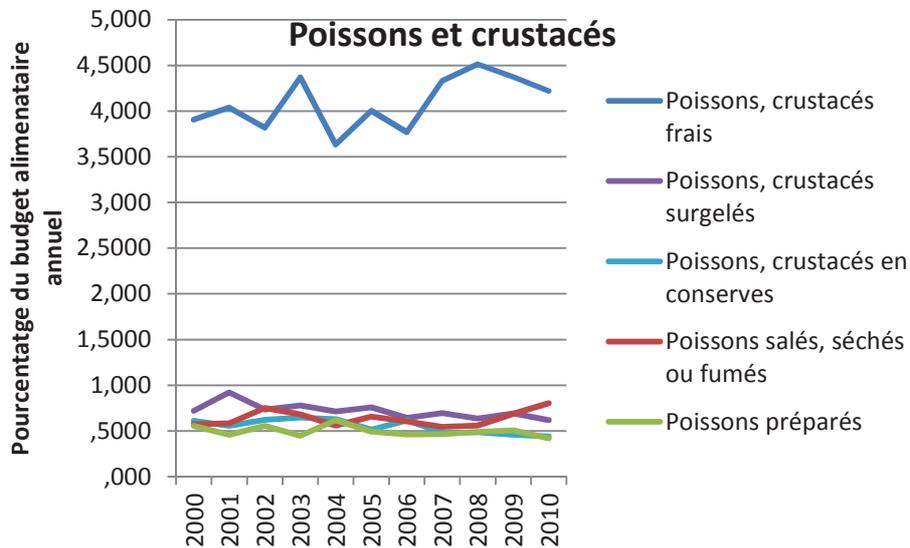
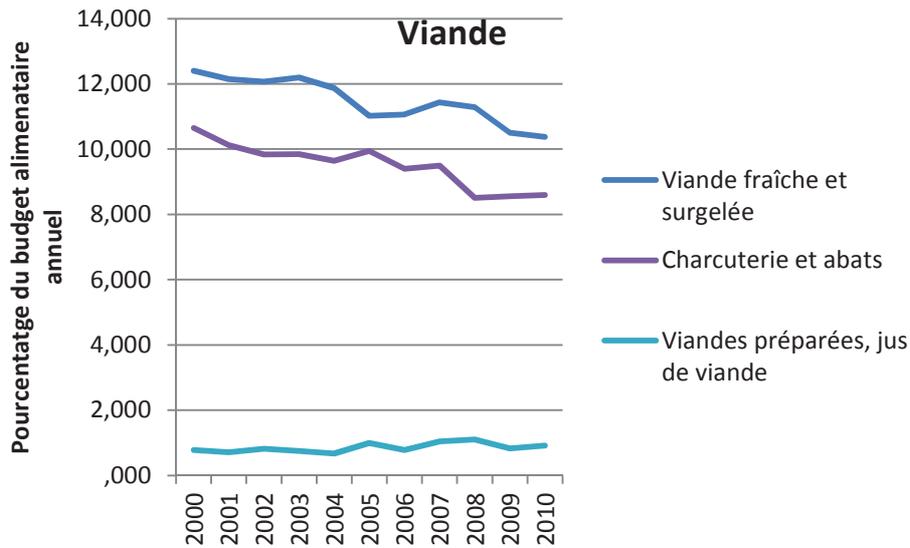
- Les chiffres de 2012 :

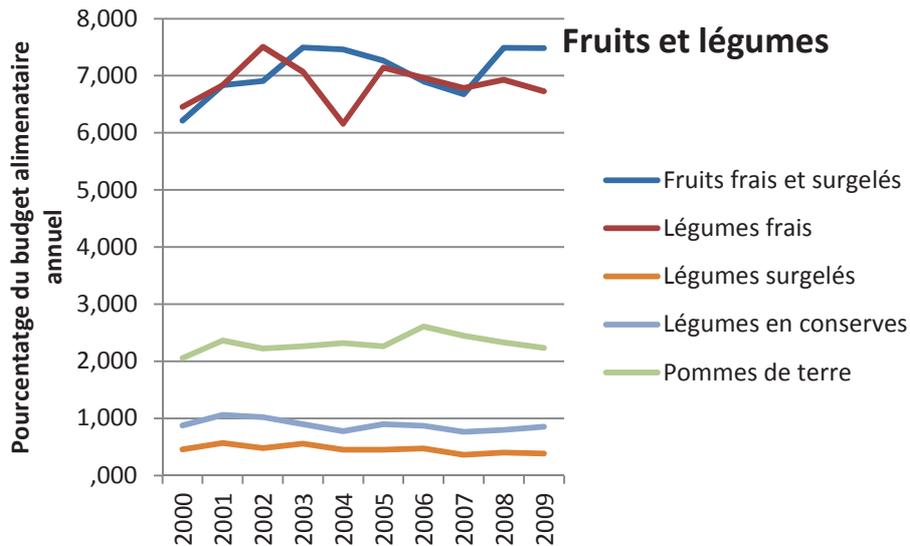


Les chiffres de 2012 sont moins détaillés. Ils correspondent pour chaque catégorie de produit au cumul des courbes dans les graphiques suivants.

- L'évolution du pourcentage du budget que le ménage utilise pour accéder aux différents produits 2000 à 2010 :







Sur base **de l'approvisionnement national**¹ (consommation apparente), une étude (B. Duquesne 2005) a pu mettre en évidence:

- une diminution de la consommation des pommes de terre (-15%), du lait (-20%) et du beurre (-50%) entre 1990 et 2004 ;
- une augmentation de la consommation des yoghourts et fromages ;
- une augmentation de la consommation de fruits (+25%) et de légumes (+20%) de 1980 à 2004 ;

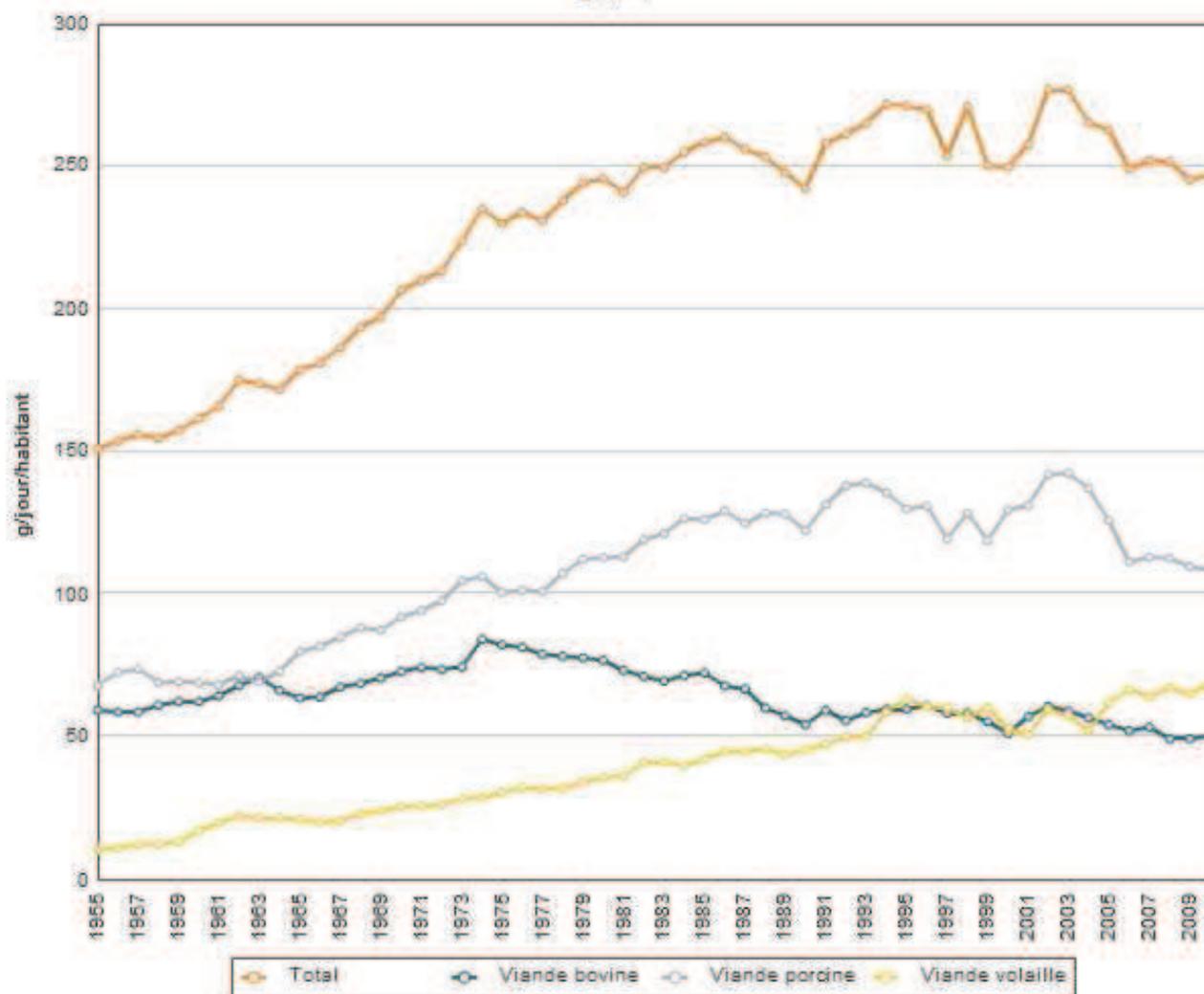
Le bureau fédéral du plan a quant à lui mis à jour l'indicateur de la consommation apparente de viande.

¹ La consommation apparente est calculée à partir des bilans d'approvisionnement en additionnant la production et les importations et en soustrayant les exportations. La consommation apparente par habitant est définie comme le rapport entre la consommation apparente par catégorie de produit et le nombre d'habitants.



Consommation de viande: poids de carcasse

Belgique, 1955-2010



Source Bureau fédéral du plan, 2014.

- La consommation apparente de viande est passée d'environ 150 g/jour/habitant en 1955 à 200 g/jour/habitant en 1970 et à 247 g/jour/habitant en 2010. Au cours de ces 50 dernières années, ce sont essentiellement les consommations de viande porcine et de viande de volaille qui ont augmenté. La consommation de viande bovine a quant à elle fortement baissé dans les années '70 et '80 et s'est stabilisée depuis autour d'une moyenne de 50 g/jour/habitant.
- la consommation des plats préparés : augmentation de 21% des dépenses annuelles des ménages de 1999 à 2004
- restauration hors domicile : représente 25% du budget alimentaire et 4,8% du budget total, soit une augmentation de 15% de 1999 à 2004
 - consommation de fast-food : augmentation de 32% des dépenses en fast-food entre 1999 et 2004, ce qui représente 8% des dépenses en restauration hors-domicile



Le VLAM a également réalisé une enquête qualitative. En vue **d'étudier la consommation moyenne journalière des Belges**, le VLAM a interrogé chaque jour en 2007, 2009 et 2011, 17 Belges différents entre 15 et 65 ans via un questionnaire en ligne sur ce qu'ils avaient consommé la veille. Il en ressort qu'en moyenne (VLAM 2012) :

- Le pain est l'aliment le plus consommé quotidiennement : 86% des Belges en avaient consommé la veille (la consommation augmente avec l'âge)
- Légumes : seulement 62% des Belges en avaient consommé la veille
- Fruits : 35% des Belges interrogés en avaient consommé la veille (les 20-35 ans sont les plus faibles consommateurs)
- Viande : 79% des Belges interrogés en avaient consommé la veille (surtout des hommes âgés de plus de 35 ans) dont charcuterie : 42%
- Poisson : 12% des Belges interrogés en avaient consommé la veille (surtout pour la tranche 55-64 ans et les femmes)
- Produits laitiers : 61% des Belges interrogés en avaient consommé la veille
→ 47% avaient mangé des produits laitiers (fromage, beurre, yoghourt), 16% avaient bu du lait et 11% avaient bu d'autres boissons lactières au cours d'une journée
Consommation de lait diminue avec l'âge tandis que celle du fromage augmente avec l'âge
- Œufs : 12% des Belges en avaient consommé la veille
71% des 20-35 ans en consomment (plus ou moins régulièrement), contre 80% des 50-65 ans
- Produits biologiques : 29% Belges interrogés en avaient consommé la veille (consommation augmente avec l'âge)
- Pommes de terre : 52% en avaient consommé la veille
→ frites = repas le plus commandé à l'extérieur
- Pâtes : 23% des Belges en avaient consommé la veille (consommation la plus élevée pour les 20-35 ans)
- Riz : 10% des Belges en avaient consommé la veille (consommation la plus élevée pour les 20-35 ans)

La consommation alimentaire varie selon le profil du consommateur. (Daniaux, 2008):

- Les dépenses alimentaires augmentent avec les revenus
→ Ce sont les ménages aux revenus > 45.000€ qui dépensent le plus en alimentaire, quelle que soit la taille de la famille
- Les dépenses moyennes en alimentation suivent une distribution en forme de cloche : c'est la catégorie des 40-49 ans qui dépense le plus en alimentation. Cela s'explique notamment par des familles de plus grande taille.
Les ménages plus jeunes dépensent plus en produits préparés, surgelés ou en conserve.
- Les dépenses selon le statut professionnel : dépenses plus faibles chez les personnes non actives (étudiants, chômeurs, pensionnés...)
- Les dépenses selon la profession : les professions intellectuelles, scientifiques et les cadres supérieurs dépensent plus en alimentation
- Les ménages bruxellois dépensent globalement moins que les autres régions

Les dépenses en restauration hors domicile des 20-35 ans et des 50-65 ans sont comparables, mais de type différent : les jeunes dépensent plus en fast-food et les plus âgés plus en repas (B. Duquesne 2005).



Points clés de l'analyse :

- ✓ Il n'y a pas de tendance nette dans l'évolution de la part du budget des ménages consacrée aux différentes catégories de produits excepté pour la viande où la tendance est à la baisse depuis l'année 2000 ;
- ✓ augmentation globale des quantités alimentaires consommées par habitant excepté pour les PDT, le lait et le beurre ;
- ✓ Selon l'étude du VLAM :
 - les légumes les plus populaires = tomate, salade, carotte (VLAM 2012).
→ Consommation principalement dans les repas chauds
 - Fruits les plus populaires = pomme, banane et ananas
→ Consommation dans le courant de la journée au travail/école ou en chemin
 - Viandes les plus populaires : bœuf, porc et poulet
 - Charcuteries les plus populaires : jambon cuit, salami, jambon cru et américain
 - Poissons et crustacés les plus populaires : crevettes, saumon, cabillaud et moules
- ✓ Selon l'étude de Daniaux (2008), les ménages qui dépensent le moins en alimentation, consacrent une plus grande part de leur budget en produits de première nécessité (pain, riz, pâtes, œufs, produits laitiers) et produits gras ou sucrés (pizza, chips, plats préparés, sucre...). Ils consacrent moins de budget en légumes frais et en poisson. Les ménages consacrant la plus grande part de leur revenu en alimentation, dépensent d'avantage en produits de type : crustacés, poisson, viande de qualité, etc. et en produits bio.
- ✓ Suite à la rencontre avec Atrium, il ressort que :
 - Il y a une demande pour augmenter la qualité des produits et des commerces à Bruxelles ;
 - Le caractère multi culturel de Bruxelles doit aussi se retrouver dans l'offre alimentaire ;
 - Demande des consommateurs en produits de qualité (bio, artisanaux) et service de qualité, contact avec le commerçant
 - Les demandes sont très différentes selon les quartiers → standing différents, consommations différentes, budgets différents,...

3.2. Quels sont les moyens d'approvisionnement alimentaire des ménages ?

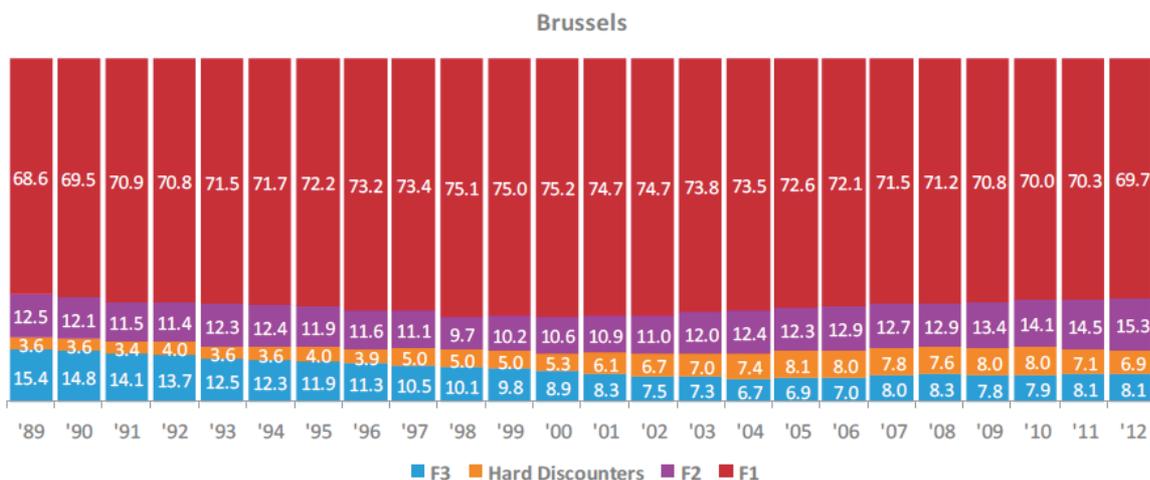
Afin de répondre à la question des moyens d'approvisionnement alimentaire des ménages, nous avons utilisé deux sources principales : Nielsen Grocery Universe et l'observatoire de la consommation que nous avons complété avec les sources d'approvisionnement dites alternatives (panier, GASAP, etc.).

Part de marché en alimentation courante en RBC par type de surface (Nielsen Company, 2013):

- F1 : les grandes surfaces (> 1000 m²) constituent près de 70% de la part du marché en alimentation courante à Bruxelles (pourcentage supérieur de 18% par rapport à la moyenne belge). Cette part diminue chaque année depuis le sommet en 2001
- F2 : les moyennes surfaces (entre 400 et 1000 m²) représentent 15,3% de part de marché, part en augmentation



- les hard discounter : 6,9% de la part de marché et diminution depuis 2011, après une période assez stable de 2005 à 2011
- F3 : les petites surfaces (< 400 m²) sont en chute constante depuis les années '90, avec une amélioration depuis 2006. Les petites surfaces constituent une plus grande part de marché à Bruxelles que la moyenne belge, aux dépens des moyennes surfaces et du hard discount.



Top 3 des magasins de consommation courante en Belgique (CRIOC 2011):

- 1) Colruyt est, pour la deuxième année consécutive, le supermarché le plus fréquenté en Belgique et l'enseigne la plus appréciée par tous les types de consommateurs
- 2) Delhaize et Aldi
- 3) Carrefour

De 1950 à 2006, diminution d'un tiers du nombre de commerces de proximité à Bruxelles (alimentaire ou non) (Observatoire du commerce 2008). Mais les chiffres de 2009 présentent un coup de frein à cette diminution.

De 2006 à 2009 :

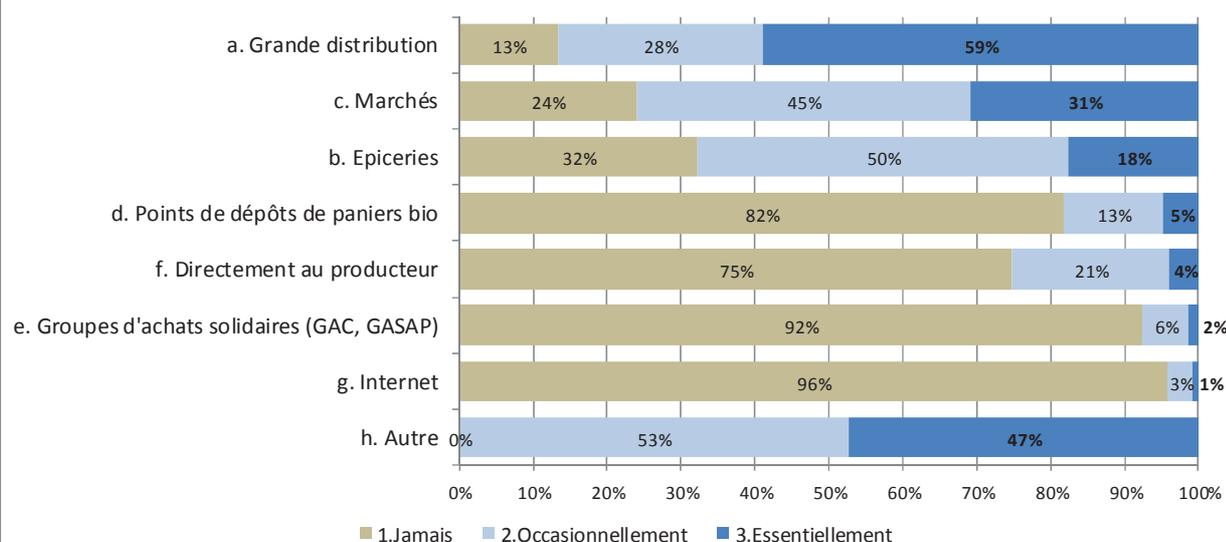
- +3,86% de boucheries et charcuteries
- +5,87% des commerces de détails et épiceries
- +3,04% des boulangeries et pâtisseries
- +2,54% des superettes et supermarchés

Approvisionnement des fruits et légumes

Dans le cadre du baromètre bruxellois (IBGE-BIM, 2012), la question du lieu d'achat des fruits et légumes a été soulevée. Il ressort sans surprise que 60% des interrogés s'approvisionnent essentiellement au supermarché. Une tranche de 11% des interrogés déclarent utiliser essentiellement les moyens d'approvisionnement alternatifs tels que les paniers, GAC/GASAP ou achat direct à l'exploitation. En 2014 (IBGE-BIM, 2014), les supermarchés sont toujours les lieux privilégiés avec 73% des interrogés qui y réalisent souvent ou presque toujours leurs achats en fruits et légumes. La part des moyens d'approvisionnement alternatifs solidaires reste stable autour de 10 %. Encore une fois, les données sont difficilement comparables au vu de la différence de questions posées d'une année à l'autre.

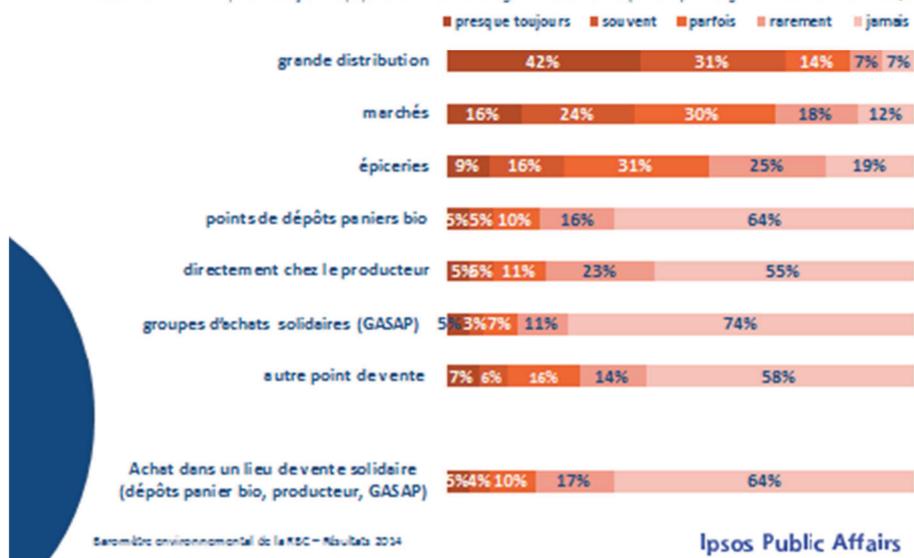


Question 25. Où achetez-vous vos fruits et légumes frais?



Les Bruxellois achètent le plus souvent leurs fruits et légumes frais dans un magasin de la grande distribution : 7 sur 10 les y achètent presque toujours ou souvent. 9% des Bruxellois fréquentent des points de vente solidaires (points de dépôts de paniers Bio, directement chez le producteur ou GASAP).

Q22 A quelle fréquence, achetez-vous vos fruits et légumes frais dans les points de vente suivants ?
 Base : Échantillon représentatif de la population bruxelloise âgée de 16 à 75 ans (n=1005) – Marge d'erreur maximale de 3,09 pts %



Baromètre environnemental de la RBC - Résultats 2014

Ipsos Public Affairs 65

Moyens d'approvisionnement alternatifs en alimentation

A côté de l'approvisionnement classique en magasin, il y a différentes alternatives possibles qui existent sur le territoire de la RBC.

Parmi celles-ci, Atrium relève le succès des marchés hebdomadaires (bios ou non). Ceux-ci complètent l'offre des commerces. En 2013, on dénombre 64 marchés hebdomadaires en RBC alors qu'on en recensait seulement 29 dans les années 40. L'envie de produits frais et de convivialité, entre autres, pousse, en effet, les ménages à retourner vers les maraîchers.



Cette dynamique positive évolue vers l'ouverture de nouveaux marchés dits de soirée ou à thème. Ces événements sont porteurs de cohésion sociale dans le quartier et d'animation. L'objectif est également d'attirer une clientèle plus jeune qui pourra venir boire un verre et déguster des spécialités sur le marché. Cela permet également aux gens qui travaillent durant la journée de venir.

Nous pouvons citer par exemple les initiatives suivantes :

- Marché de la place des chasseurs ardennais, Schaarbeek (vendredi soir)
- Marché gourmet du Grand sablon, Bruxelles ville (jeudi soir)
- Marché place du châtelain, Ixelles (mercredi soir)
- Marché durable du chant d'oiseau, Woluwe Saint Pierre (jeudi soir)

A côté des marchés hebdomadaires, nous identifions également l'approvisionnement au moyen du dispositif de panier. Ce moyen d'approvisionnement peut se décliner en différentes variantes mais le principe de base est de s'abonner à un système de panier (composé ou à composer via internet) que l'on vient chercher dans un point de dépôt. Les initiatives se développent depuis plusieurs années en RBC au travers par exemple :

- Le réseau GASAP (73 GASAP, territoire Sud-Est : Etterbeek, Ixelles, St-Gilles, Schaerbeek, Bruxelles centre) ;
- L'heureux Nouveaux (territoire de Bruxelles EST : St-Gilles, Ixelles, Etterbeek, Schaerbeek, St-Josse, Bruxelles, Uccle (points relais), Woluwé St-Pierre) ;

Sur un territoire plus large :

- La ferme Nos Piliifs
- Topino
- La ruche qui dit oui
- Bioceno
- Ferme du Montaval
- Etc.

Points clés de l'analyse :

- ✓ développement des commerces de proximité de type épicerie par les grandes enseignes : Carrefour express, City Delhaize, etc. Les commerces de petite taille (indépendants ou format mini des grandes enseignes) offrent une garantie d'un accueil et d'un service de qualité et un gain de temps.
- ✓ suprématie des grandes surfaces dans le marché de l'alimentation
- ✓ selon l'observatoire du commerce, les moyens d'approvisionnement des ménages en alimentation vont devoir s'adapter aux facteurs suivants (Observatoire du commerce 2008):
 - le vieillissement de la population, groupe cible des seniors: mobilité réduite, alimentation et profils de dépenses différents, etc. ;
 - l'augmentation des exigences des consommateurs par rapport à la qualité des produits et des commerces : principe de qualité où on se démarque en proposant des concepts originaux ;
 - le besoin de proximité ne s'applique plus autant aux achats non quotidiens : si l'offre ne lui convient pas, le consommateur est prêt à se déplacer plus loin ;



- le manque de temps, gestion du temps de plus en plus importante : les courses alimentaires sont de plus en plus perçues comme une corvée et une perte de temps. Les petites surfaces sont appréciées dans ce cas-là.
- ✓ Succès des marchés hebdomadaires (Baromètre 2014, Atrium)
- ✓ L'analyse par rapport aux résultats des différentes enquêtes doit être considérée avec précaution car on observe une forte variation des demandes et habitudes d'alimentation d'un quartier à l'autre. En comparant deux études faites par Atrium en 2010 dans un quartier à St-Josse et dans un quartier à Bruxelles centre, on peut, en outre, relever que :
 - 10% de plus d'achats dans le hard discounter par les habitants de Bruxelles centre ;
 - 28% de plus d'achats sur les marchés par les habitants de St-Josse ;
 - plus d'achats en épicerie et magasins de détails spécialisés à St-Josse ;
 - plus d'achats durables (bio, équitables, du terroir) à St-Josse tandis qu'à Bruxelles Centre les achats à prix discount sont plus fréquents.

3.3. Quel est le temps moyen consacré au repas et à la préparation ?

Une enquête réalisée auprès d'un échantillon de 602 belges (Patteson 2006) montre que le repas du soir est le repas le moins souvent sauté (pris quotidiennement par 94,8%), tandis que le petit-déjeuner est le repas le plus souvent raté (pris quotidiennement par 65,8% et encore moins pour les 19-29 ans) (Patteson 2006). Le repas du midi est pris quotidiennement par 84,4% des gens. 14,9% des gens mangent fréquemment un petit en-cas plus tard dans la soirée.

Les repas du matin et du soir sont généralement pris à la maison (86,5% et 94,5%) (Patteson 2006). Le repas du midi est pris par 34% des gens à la maison, 51,6% au bureau ou à l'école (24,1% de repas chaud et 27,5% de sandwich ou plat préparés) et 14,4% ailleurs.

En ce qui concerne la durée de préparation du repas principal (=repas du soir dans la plupart des cas) (Patteson 2006):

- 42,4% y passent moins d'une demi-heure
- 37,3% y passent de 30 minutes à une heure
- 20,3% y passent plus d'une heure

La durée du repas principal :

- 51,7% des gens mangent en moins d'une demi-heure
- 41% entre 30 minutes et une heure
- 7,3% plus d'une heure

Points clés de l'analyse :

- ✓ Le temps consacré à la préparation et la prise des repas est inférieur à 30 min pour la majorité des belges. Cela peut expliquer que les plats préparés ont de plus en plus de succès. Les repas préparés vendus en grande surface (pizzas, lasagnes, boîtes, plats complets surgelés, etc.) sont achetés par plus de 60% des Belges lors de leurs courses alimentaires. Ces plats sont appréciés pour leur facilité et leur rapidité. Paradoxalement, 68,9% des Belges pensent qu'ils ne sont pas équilibrés et 83,3% pensent qu'ils ne sont pas meilleurs que des plats cuisinés maison.



- ✓ Selon Daniaux (2008), un consommateur à revenu modeste sur 3 ne cuisine jamais. Ces consommateurs achètent plus souvent des plats préparés que les autres groupes sociaux (pizza, sandwich garnis, salades composées, etc.).

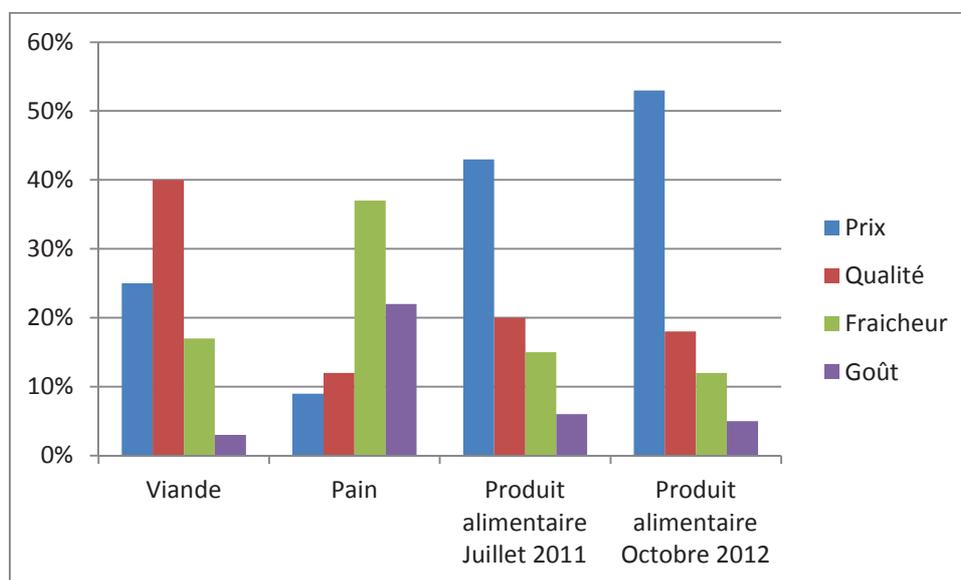
3.4. Quels sont les critères de décision/de choix lors des achats alimentaires ?

Les sources principales d'informations concernant les critères d'achats de consommateurs en termes de produits alimentaires sont les **enquêtes qualitatives du CRIOC**.

Lorsque l'on interroge les belges sur leur premier critère de choix lors de leurs achats alimentaires en général (CRIOC 2011) :

- 43% citent le prix
Remarque : l'importance du prix augmente avec la taille de la famille
- 20% citent la qualité
- 15% citent la fraîcheur
- 6% citent le goût
- 4% citent la marque
- 3% citent le caractère bio ou sans pesticide
- 1% cite l'info sur l'étiquette

Différentes enquêtes ont également été menées sur des catégories de produits en particuliers. Nous avons regroupé sous forme d'un tableau, pour comparaison, des critères de choix en fonction des catégories de produits (compilation des sources CRIOC) :

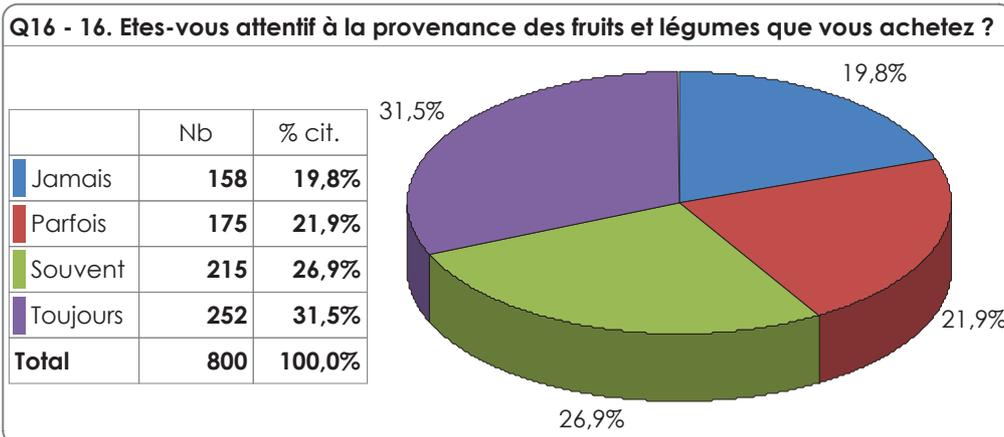


On peut mettre en évidence que les critères de choix varient d'un produit à l'autre mais que lorsque les consommateurs sont interrogés sur leurs achats généraux en produits alimentaires c'est toujours le prix qui est le critère de choix le plus important. Il prend encore plus d'importance en 2012 qu'en 2011.

Pour les fruits et légumes, selon le baromètre de comportement de la population RBC² (IBGE-BIM, 2012), moins de 50% des consommateurs sont attentifs à leur provenance.

² Enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 800 personnes habitant en RBC (249 en face-à-face et 552 par voie téléphonique)





Pour le critère de la saisonnalité, 50% des interrogés font toujours ou souvent attention à celui-ci lors des courses.

Concernant ces deux questions, il est intéressant de relever que les croisements selon les facteurs : âge, diplôme, statut ou encore situation familiale sont très significatifs et aux mêmes observations. A priori, les bruxellois disposant d'un diplôme de l'enseignement supérieur et les personnes âgées (+ 60 ans) sont proportionnellement plus attentifs à la provenance et la saisonnalité.

Les résultats du baromètre 2014 (IBGE-BIM, 2014), sont difficilement comparables avec les baromètres précédents car les questions ne sont pas les mêmes ni posées de la même façon. Concernant les critères d'achat des fruits et légumes, les interrogés devaient choisir parmi une liste de critères les trois les plus importants pour eux. Les résultats montrent que les critères : prix (27%), saisonnalité (21%) et aspect (16%) arrivent en tête de liste.

L'apparition de nouveaux critères d'attention

La demande d'information et de transparence sur les produits alimentaires via les étiquettes ou les vendeurs, constitue une nouvelle tendance parmi les consommateurs (Solidaris 2013)³.

Baucoup de consommateurs expriment des difficultés à décrypter les étiquettes, encore plus pour les groupes sociaux inférieurs. Les informations les plus lues sur les étiquettes sont (AFSCA 2013):

- la date de péremption (toujours lue ou souvent par 90% des gens)
- les conseils de préparation (toujours lus ou souvent par 70% des gens)
- les conseils de conservation (toujours lus ou souvent par 64% des gens)
- la liste des ingrédients (toujours lue ou souvent par 51% des gens)

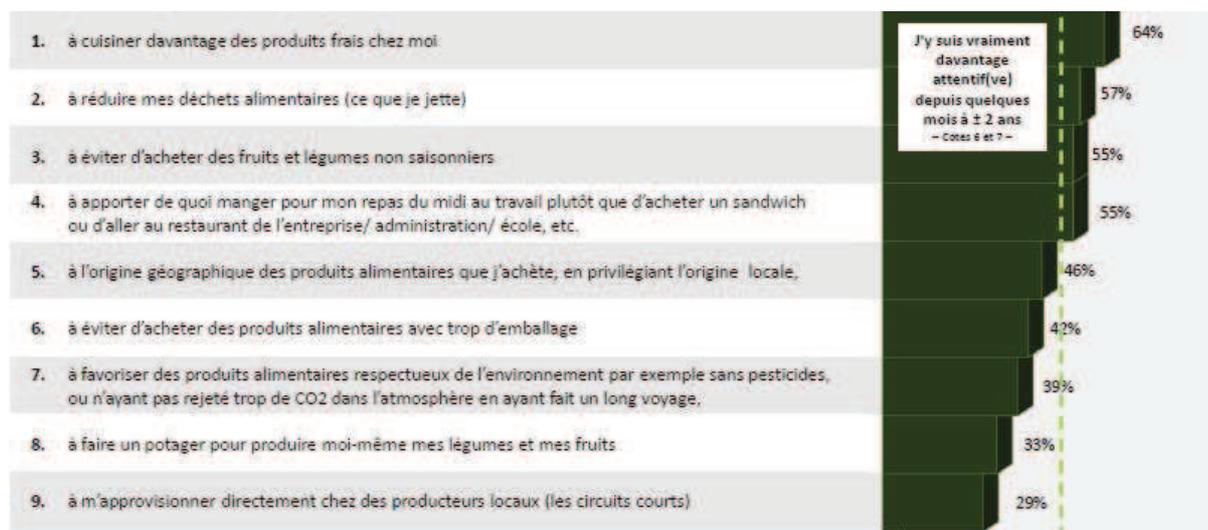
Les consommateurs doutent de plus en plus en la fiabilité des labels et affirmations des producteurs. 25% pensent qu'ils ne sont pas forcément garantis par l'État. Et même le label "Bio" ne paraît pas constituer une vraie garantie de qualité pour la santé et l'environnement. (Solidaris 2013).

La majorité des personnes sont sensibles aux messages de santé publique (mangez sainement, etc.) et lorsqu'ils achètent des produits alimentaires, une majorité d'entre eux – six sur dix – a vraiment des exigences, notamment de savoir d'où viennent les produits et quelles transformations ils ont subis. Etc.

³ Enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1200 personnes "principales responsables des achats du ménage – PRA – âgées de 18 à 70 ans vivant en Communauté française.



Plus précisément, l'enquête Solidaris met en évidence ce à quoi les consommateurs sont plus attentifs depuis 2 mois à 2 ans :



Points clés de l'analyse :

- ✓ L'enquête Solidaris réalisée en 2013, est intéressante et interpelle sur la perception de l'offre alimentaire par le consommateur. En effet, malgré le fait que le consommateur cite la qualité du produit comme critère de choix lors de ses achats alimentaires (CRIOC 2011) et une demande de transparence, l'enquête souligne que deux personnes sur trois estiment que "la majorité des produits alimentaires qu'on nous propose présente un risque important pour notre santé". Uniquement 9% des consommateurs pensent que les Pouvoirs publics nous protègent en garantissant la qualité des produits alimentaires pour la santé et l'environnement.

Confronté à une offre perçue comme opaque et dont il soupçonne les effets négatifs sur la santé et l'environnement, certains tentent de devenir acteurs et de se donner les moyens d'agir sur eux-mêmes mais près d'une personne sur deux semble ne pas croire qu'il est possible d'agir.

- ✓ Les enquêtes sur les critères de choix des consommateurs en termes d'alimentation sont fondées sur du "déclaratif" et il y a souvent une marge entre le déclaratif et les pratiques.
- ✓ L'autre limite de ces enquêtes est qu'il n'y a pas d'information sur les critères de choix par catégorie de produits alimentaires (hormis pour le pain et la viande), or ces critères varient énormément en fonction des produits.
Globalement quand on interroge le consommateur sur ses achats en général, il cite le prix comme critère premier de choix or quand on l'interroge sur les critères d'achat pour le pain et la viande, le prix n'apparaît qu'en 4^{ème} et 2^{ème} position.
- ✓ Le critère « qualité » est souvent cité comme un critère de choix important lors des achats alimentaires. Or les consommateurs parlent également du goût, de l'aspect et de la fraîcheur. Que met dès lors le consommateur derrière le mot qualité ?



- ✓ On constate pour tous les produits, dans le cadre des enquêtes du CRIOC, que les critères de circuit-court/locaux, équitable ou respectueux de l'environnement n'apparaissent pas dans les critères de choix principaux cités *spontanément* par les consommateurs. Ces critères apparaissent lorsqu'ils sont *proposés* au répondant dans une liste (critères à classer selon l'importance qu'ils représentent dans le choix).
- ✓ Lorsqu'il y a proposition, le critère frais et de saison primerait par rapport aux critères circuit court et respect de l'environnement.



4. ETAT DE LA CONSOMMATION ET PERCEPTIONS DES PRODUITS DITS DURABLES

4.1. Quelle est la perception des produits dits durables?

La montée en puissance des préoccupations éthiques, sociales et écologiques est une tendance marquante de la dernière décennie dans la sphère de la consommation, notamment avec le succès du bio et du commerce équitable (Test-Achats 2013). Malheureusement, beaucoup de consommateurs sous-estiment encore beaucoup leur propre rôle et pointent du doigt les autorités publiques et les entreprises.

Il n'y a pas d'études spécifiques qui se sont penchées sur la perception du concept d'alimentation durable en tant que tel chez les consommateurs. Néanmoins, les différents spectres de la durabilité ont été sondés au travers les concepts suivants :

- la perception du bio ;
- la perception de produits wallons ;
- la perception due au « circuit court » ;
- la perception des produits locaux et de saison ;
- la perception de la consommation de viande.

Perception du bio (CRIOC 2008) :

Concernant la perception de l'alimentation biologique :

- 77% pensent qu'elle est meilleure pour la santé
- 83% pensent qu'elle est plus respectueuse de l'environnement
- 67% pensent qu'elle a meilleur goût

Le label est la marque la plus reconnue par les consommateurs pour identifier les produits biologiques.

Perception de l'agriculture wallonne (CRIOC 2008) :

Perception des produits issus de l'agriculture wallonne :

- plus de la moitié des consommateurs associent produit wallon à la qualité (appétissant, parfumé, savoureux), un produit sain et en lien avec le monde rural
- moins de 50% des consommateurs associent produit wallon et caractère artisanal, naturel et beau

Plus de 80% des consommateurs pensent que les produits wallons sont sains, bons pour la santé et d'excellente qualité.

Une grande majorité de consommateurs pensent que les animaux élevés en Wallonie disposent de suffisamment d'espace, d'une alimentation de qualité et sont souvent élevés en plein air et non dans des espaces clos.

Perception des circuits courts (CRIOC 2010)

- Intérêt pour les circuits courts :
 - marchés, magasins de proximité et vente à la ferme sont les moyens de circuit court considérés comme les plus intéressants d'après 50% des consommateurs
 - vente en tournée, marché à la ferme, vente sur internet ou paniers collectifs n'ont d'intérêt que pour moins de 25% des consommateurs wallons et bruxellois
- Intérêt pour les produits distribués par les circuits courts :



- fruits-légumes : intérêt pour 31% des consommateurs wallons et bruxellois
- produits bios : intérêt pour 37% des consommateurs bruxellois (> intérêt des consommateurs des villes wallonnes)
- les produits dérivés et laitiers intéressent moins en circuits courts : intérêt pour 2% des consommateurs bruxellois
- Mode d’approvisionnement en circuit-court :
 - Paniers (= vente de paniers de produits de plusieurs producteurs. Paniers types ou sur commande, disponibles dans un point de vente relais) :
 - 29% des consommateurs wallons et bruxellois connaissent et 17% trouvent ce circuit court intéressant. Seuls 6% des consommateurs bruxellois et wallons l’utilisent réellement.
 - Vente par internet :
 - connu par 60% des Bruxellois (moins en Wallonie)
 - réellement utilisé par 2% des Wallons et Bruxellois (en villes wallonnes : 8%)
 - Groupes d’achat commun :
 - connus par 11% des consommateurs wallons et bruxellois, intérêt pour 6%
 - utilisé par 1% des consommateurs wallons et bruxellois

Perception de l’alimentation durable par les bruxellois

- Produits locaux et de saison :
 - En 2012, seulement 25% de la population est capable de donner une définition précise de la notion de « produit local et de saison » :
 - « Produit qui vient de pas trop loin et qui est produit spontanément sans serres »
 - « Qui pousse selon la saison et qui vient des environs »

16% ne sait pas du tout ce que cela signifie. Le reste des interrogés illustrent le concept par un exemple ou donnent une définition partielle:

- « Manger des chicons en hiver et des fraises en été »
- Local - lieu: « Produit fait en Belgique », « de chez nous » « de nos régions » « Produit qui n’est pas tropical »
- Local – distance : « Produit qui ne nécessite pas de transport » « produit à moins de 50 km de l’assiette » « Produit qui est créé là où on habite »

(IBGE-BIM, 2012)_

- Perception des alternatives végétariennes:
 - En 2008, 35% de la population déclarait diminuer souvent ou systématiquement leur consommation de viande. En 2012, ils étaient 50% à le faire, soit une augmentation de plus de 40% depuis 2008. Les personnes qui ont le plus tendance à diminuer leur consommation de viande et charcuterie sont les personnes plus âgées (68%) et les femmes (61%).
 - En parallèle, 54% de la population estimait devoir manger moins de viande. (EVA, 2011)



- La majorité des Bruxellois ne mangent jamais (53%) ou moins d'une fois par mois (28%) de produits alternatifs à la viande. Les principales raisons pour ne jamais ou rarement manger végétarien sont : le manque d'intérêt (23%), « ne pas y avoir pensé » (22%), le goût (22%), le manque d'expérience culinaire (20%) et le coût (20%). La protection de l'environnement est le dernier argument (1%).

Points clés de l'analyse

- ✓ Les fruits, légumes et produits biologiques sont les produits les plus recherchés dans le cadre de l'approvisionnement en circuit-court
- ✓ A ce jour, nous n'avons pu identifier aucune source de données qui pouvait nous renseigner plus loin sur la perception des consommateurs vis-à-vis des produits locaux. Néanmoins, le développement au sein des grandes surfaces des rayons spécifiques destinés aux produits locaux nous renseigne sur l'intérêt des consommateurs par rapport à l'origine du produit. Mais cela ne donne pas d'information sur ce que le consommateur considère comme local : belge ? Pays limitrophes ? Wallons ? De part la diversité culturelles et du faible bassin de production que représente le territoire de la RBC, la perception du local au niveau de la population bruxelloise mérite d'être investiguée.
- 92% des Bruxellois interrogés lors de l'enquête EVA⁴ (2011) connaissent le principe du jeudi veggie. A titre de comparaison, le concept est connu par 27% des interrogés à Gand. Cependant 74% des interrogés bruxellois n'ont jamais, au cours des 12 derniers mois, participé à un jeudi veggie (54% à Gand).

4.2. Quelles informations sur la consommation des produits dits durables ?

Consommation des produits biologiques

En Belgique, la part de marché des produits biologiques frais alimentaires est restée stable après quelques années de croissance et se situe à 2% en 2013 (Bioforum, Le bio en chiffres, 2013).

Cette part de marché diffère grandement d'un produit à un autre. Les substituts de viande ont la plus grande part (19%), mais ont perdu du terrain ces deux dernières années. Les autres catégories à forte part de marché sont les œufs (8,7%), les légumes (5%) et le pain (3%). Ces catégories ont augmenté leur part d'année en année, excepté le pain et les produits laitiers qui eux restent stables. Les viandes sont quant à elles en dernière place avec 0,6%. L'alimentation végétale représente 38% des dépenses de produits frais bios (contre 19% en conventionnel) tandis que les produits animaliers représentent 24% (contre 37% en conventionnel) de celles-ci. (Bioforum, Le bio en chiffres, 2012).

En 2013, en Belgique, les dépenses⁵ ont augmenté de 10%. Si on considère la période de 2008 à 2013, c'est à Bruxelles que l'augmentation a été la plus grande. En effet, les dépenses ont plus que doublé ces 5 dernières années (Bioforum, Le bio en chiffres, 2013).

Consommation équitable

Les consommateurs achètent plus de produits bios que de produits équitables (Test-Achats 2013).

⁴ L'échantillon était composé de 453 bruxellois.

⁵ Dépenses des ménages belges pour les produits frais biologiques.



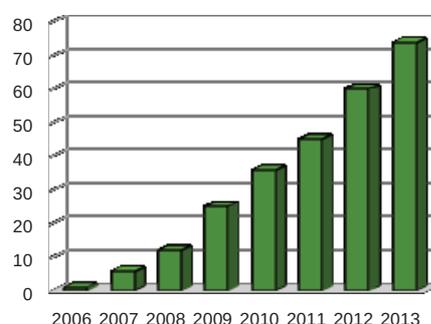
- moins d'un quart achète régulièrement équitable (ou évitent d'acheter des produits connus comme non équitables)

Le volume des ventes au détail des produits issus du commerce équitable labellisés Fairtrade est l'addition des produits achetés au détail (magasins et supermarchés) et les produits vendus pour une consommation à l'extérieur de la maison (cafés, restaurants etc). Ce volume est exprimé en millions d'euros et se base sur le prix moyen des produits tel que vendus en magasin. Cet indicateur est calculé par Fairtrade International. L'estimation du volume des ventes au détail des produits issus du commerce équitable labellisés Fairtrade en Belgique est passé de 13,6 millions d'euros en 2004 à 85,8 millions d'euros en 2012. Malgré cette très forte hausse, cela représente une part de marché très faible. Des exemples de produits sont le café, le chocolat, les bananes et le coton⁶.

Consommations alternatives : quelques chiffres

- Paniers GASAP : 73 GASAP à Bruxelles avec une moyenne de 15 paniers par GASAP, cela représente presque 2200 personnes investies dans des GASAP à Bruxelles. En termes d'approvisionnement, 21 producteurs au total dont 15 maraîchers.

Evolution du nombre de GASAP



- L'Heureux Nouveau, distributeur de paniers biologiques à vélo, succès des paniers bios très rapide traduisant une demande du côté des consommateurs. Après 2 mois, l'Heureux Nouveau livrait 80 paniers/sem, après 2 ans, ils sont à 350 paniers/sem.
- Nos Pilifs

La ferme Nos Pilifs est un des plus acteurs de la livraison de paniers biologiques en RBC. La commande des produits s'effectue en ligne et les paniers sont livrés dans plusieurs points de dépôts. Il existe plus d'une vingtaine de points relais dans la région bruxelloise.

Points clés de l'analyse

- ✓ Il y a peu d'information sur la consommation (en termes chiffrés) des produits alimentaires durables par les ménages en RBC. Cela est dû à plusieurs facteurs :
 - Les critères de l'alimentation durable « objectivables » et mesurables sont peu nombreux. Les produits biologiques et Ferrade peuvent faire l'objet d'un relevé et suivi. Cependant, concernant la consommation des produits de saison ou des produits locaux, il est beaucoup plus difficile de s'accorder sur leur définition et dès lors leur mesure.

⁶ Indicateurs de développement durable - <http://www.indicators.be/> consulté le 1 avril 2014.



- Les informations plus complètes en termes de consommation sont en majorité payantes et détenues par les acteurs spécialisés de la distribution (axe : offre alimentaire).
- ✓ EVA a collecté des estimations sur la consommation des produits végétariens sur base d'une enquête qualitative mais cela est un sondage, une perception plutôt qu'un suivi de consommation.



5. SATISFACTION DES MÉNAGES PAR RAPPORT À L'OFFRE ALIMENTAIRE DURABLE

Perception de l'offre alimentaire en général

La qualité de l'alimentation occupe la 4^{ème} place des préoccupations environnementales de la population de la fédération Wallonie-Bruxelles selon un sondage de 2013⁷ (IEW, 2013).

DEDICATED

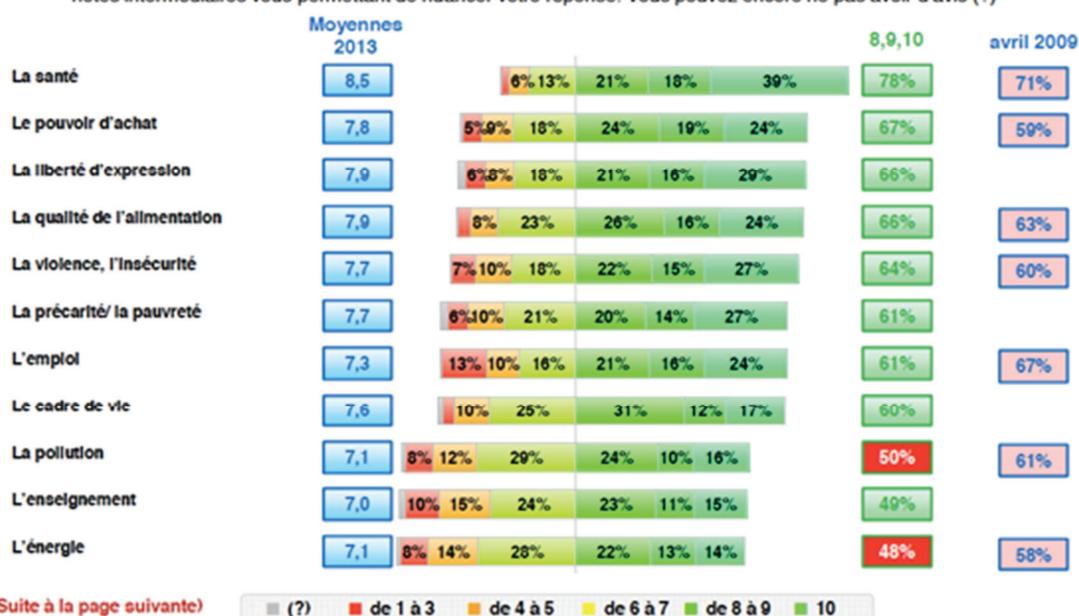


1. Les préoccupations environnementales de la population



1.1. Place des préoccupations environnementales dans l'ensemble des préoccupations

Q2 a) Voici une série de thèmes pour lesquels nous vous demandons d'indiquer votre degré de préoccupation. Répondez svp à l'aide d'une note entre 1 et 10 où 10 signifie que ce thème vous préoccupe beaucoup et 1 qu'il ne vous préoccupe pas du tout, les notes intermédiaires vous permettant de nuancer votre réponse. Vous pouvez encore ne pas avoir d'avis (?)



© Dedicated 2013

%, réponses assistées; base : échantillon total : N = 1.2031

12

A l'échelle francophone, l'enquête Solidarisa 2013 a mis en évidence une mauvaise perception du consommateur par rapport à l'offre alimentaire en générale.

Au niveau de la RBC, le baromètre 2014 de l'Atrium⁸ a pu mettre en évidence des attentes des consommateurs par quartier par rapport à l'offre commerciale. Certains quartiers ont souligné des besoins en termes d'offre alimentaire. Il est difficile de compiler les données car elles sont très différentes d'un quartier à l'autre. Nous avons **répertorié par quartier les attentes en termes d'alimentation** :

- La Chasse : favoriser les commerces de proximité (boulangerie, poissonnerie, magasin de fruits et légumes, boucherie belge) et de produits du terroir
- Matonne : développer des commerces avec une plus grande diversité au niveau alimentaire

⁷ Le sondage a été réalisé par Dedicated entre le 28 août et le 5 septembre 2013 auprès d'un échantillon de 1.203 personnes représentatif des Wallons et Bruxellois âgés de 18 et plus.

⁸ Le baromètre : une approche quanti et qualitative. L'enquête quantitative du baromètre s'effectue sur une semaine. Seuls les clients qui ont déjà effectué un achat dans le quartier sont interrogés. La taille de l'échantillon varie de 80 à 800 personnes en fonction du caractère commercial du quartier. L'approche qualitative se réalise sous forme de panel rassemblant 6 à 10 participants.



- Saint-Boniface : accueillir des commerces de proximités (boulangerie, légumes, poissonnier) et commerce de produits biologiques
- Saint-Gilles centre : en attente de boucherie belge, boulangerie belge, commerce équitable et magasin bio.
- Madou : diversifier les commerces alimentaires et rehausser la qualité. L'offre commerciale doit être plus multiculturelle.
- Brabant : stimuler l'implantation de commerces alimentaires s'axant davantage sur les produits frais. Ouverture d'une supérette marocaine/maghrébine.
- Cure hem : augmenter le professionnalisme au niveau des commerçants, créer une offre plus variée, augmenter la qualité des commerces et introduire nouvelles tendances (exemple : bio).
- Chaussée de Ninove : stimuler l'implantation de commerces de proximité et s'axer davantage sur les produits frais en tenant compte du caractère multiculturel du quartier.
- Saint- Guidon : implantation de commerces artisanaux (glacier, restaurant du terroir, boulangerie artisanale, etc.)
- Saint-Denis : élargir l'offre au niveau des produits belges et du terroir
- Miroir : stimuler l'implantation des commerces de proximité
- Karr veld : promouvoir l'implantation des commerces qui se lient aux nouvelles tendances bio, durable, etc.

Points clés de l'analyse

- ✓ Globalement, en termes de perception de l'offre alimentaire en générale, les consommateurs sont peu satisfaits par rapport à celle-ci (Les études du CRIOC et l'enquête Solidarisa). D'emblée, une majorité affirme avoir une image plutôt mitigée de l'industrie agro-alimentaire. Et même un tiers des personnes disent en avoir une mauvaise image. Seule une personne sur dix dit en avoir une très bonne image. Une majorité reproche aux entreprises agro-alimentaires un manque de transparence et même une volonté délibérée de ne pas informer honnêtement les consommateurs. (Solidaris, 2013).
- ✓ L'étiquetage des produits n'est pas bien perçu : une majorité estime que ces étiquetages sont incompréhensibles et que rien ne garantit leur exactitude. Seule moins d'une personne sur dix a un avis vraiment positif concernant l'étiquetage.
Plus le niveau d'études est faible, plus on exprime cette difficulté à comprendre l'étiquetage et donc plus on est nombreux à exprimer un doute sur leur exactitude.



5.1. Quelle est la satisfaction au niveau de l'accessibilité et la diversité des produits durables?

En Belgique, 45% du bio est acheté dans les supermarchés classiques (hors discount), 31,5% dans les magasins spécialisés, 11,5% dans les magasins de proximité (VLAM 2013). Et, en général, le bio est perçu comme trop cher. Logiquement davantage parmi ceux dont les ressources financières sont faibles. (Solidaris, 2013).

En ce qui concerne les paniers alimentaires (CRIOC 2010):

Lieux et mode de livraison :

- la livraison en un point fixe (à domicile ou à proximité du domicile) est essentielle pour augmenter l'attractivité
- les consommateurs sont prêts à parcourir jusqu'à 1,6 km pour se rendre au point d'enlèvement du panier collectif

Fréquence de distribution :

- la distribution hebdomadaire recueille le plus de préférence (entre des propositions de plusieurs fois par semaine ou une fois toutes les deux semaines)

Moment de livraison :

- la livraison le soir est plus appréciée que la journée ou le matin

Contrainte de souscription :

- la formule d'engagement sur la durée la plus courte est celle qui recueille le plus de préférences

La formule des paniers ne convient toutefois pas à tout le monde. Pas moins de 19 interrogés sur 30 ont ainsi décidé de renoncer à leur abonnement, le plus souvent pour des raisons pratiques (Test-Achats 2013):

- o devoir retirer le panier chaque semaine au même endroit est contraignant (12/19)
- o le point de retrait est trop éloigné (3/19)

Diversité de l'offre au niveau des paniers

Attentes en matière de contenu du panier (CRIOC, 2010) :

- o la proposition de plats tout préparés n'augmente pas l'intérêt, par contre l'insertion de recettes ou de listes de courses augmente l'intérêt de 9% et 4%.
- o Les fruits et légumes sont les produits les plus prisés et 24% des Bruxellois les veulent bio.
- o Attentes en termes d'autres produits
 - o produits dérivés de fruits et légumes (compotes, confitures, soupes, jus,...): 67% des Bruxellois, surtout les moins de 30 ans (73%)
 - o produits laitiers : 68% en veulent dans leur panier (surtout les 30-39 ans) et la moitié les veulent bios
 - o pâtisseries, tartes, pain : 59% des Bruxellois en veulent dans leur panier

La formule des paniers bios ne convient toutefois pas à tout le monde. Pas moins de 19 participants sur 30 ont ainsi décidé de renoncer à leur abonnement, le plus souvent pour des raisons pratiques :

- o nous préférons composer nous-mêmes notre menu (9/19)
- o les paniers ne sont pas assez variés (8/19)



- les quantités ne me conviennent pas (7/19)
- je n'aime pas dépendre d'un abonnement (7/19)

Points clés de l'analyse

- ✓ L'analyse du baromètre 2014 de l'Atrium, met en évidence les attentes des différents quartiers pour satisfaire une offre alimentaire de qualité qui couvrent leurs besoins. L'identification de ces besoins, renseigne sur leur perception de l'alimentation. L'enquête n'a pas été plus loin dans l'image de l'alimentation durable au sein de ces quartiers. Néanmoins, on retrouve chez les consommateurs de fortes attentes en termes de commerces de proximité, de produits belges et de produits frais.
- ✓ Les informations concernant la satisfaction des consommateurs par rapport aux produits alimentaires dits durables sont limitées.

5.2. Quelle est la satisfaction au niveau du rapport qualité/prix ?

Les produits bios, écologiques et équitables sont perçus comme trop chers.

- 54% des consommateurs le pensent pour le bio, dont la majorité provient de classes populaires (CRIOC 2008)
- 49% des consommateurs le pensent pour les produits équitables (Test-Achats 2013)
- 63% pour les produits écologiques (Test-Achats 2013)

Le Belge moyen ne pense pas que les produits écologiques et équitables soient de meilleure qualité, contrairement aux produits bios perçus comme sains et de meilleure qualité.

La formule des paniers bios ne convient toutefois pas à tout le monde. Pas moins de 19 participants sur 30 ont ainsi décidé de renoncer à leur abonnement, le plus souvent pour des raisons pratiques :

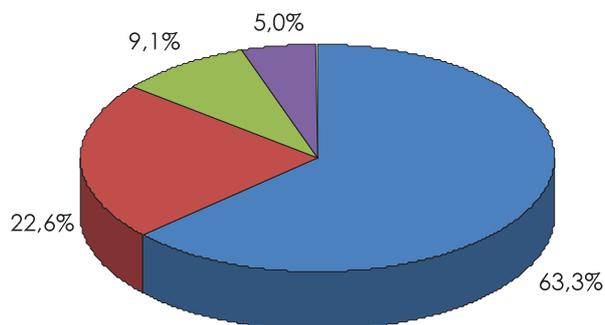
- l'abonnement était trop cher (5/19)
- la qualité et la fraîcheur des produits laissaient à désirer (3/19)
- Perception du coût de l'alimentation durable (IBGE-BIM, 2012) :

Selon le baromètre bruxellois, plus de 60% des interrogés pensent que c'est plus cher de manger durable. Et contrairement aux questions liées à la provenance ou saisonnalité, les facteurs : âge, diplôme, statut ou encore situation familiale ne sont pas significatifs.



Q18 - 18. A votre avis, manger " durable " (frais, local, de saison, avec moins de viande, plus de légumes, des produits bio ou de qualité différenciée comme de terroir...) est-il plus coûteux que de consommer de manière classique ?

	Nb	% cit.
Oui, c'est plus cher	506	63,3%
Non, le coût est comparable	181	22,6%
Non, c'est même moins cher	73	9,1%
NSP	40	5,0%
Total	800	100,0%



Point clé de l'analyse :

- ✓ Les facteurs : âge, diplôme, statut ou encore situation familiale ne sont pas significatifs dans le cadre de la question sur la considération du coût de l'alimentation durable.

6. QUELS SONT LES FREINS ET LEVIERS POUR PASSER À UNE ALIMENTATION DURABLE

Leviers

- la perte de confiance en l'industrie agro-alimentaire est une force pour les circuits courts et l'alimentation durable en général ;
- Le modèle de circuit court représente le développement d'un lien de confiance entre le consommateur et le producteur. Cela confère une valeur supplémentaire aux produits ;
- Un des leviers de processus de transition vers l'alimentation durable est de considérer les consommateurs comme des acteurs du changement. Ils sont les « ambassadeurs de l'alimentation durable ». Par leurs acquis, ils sensibilisent leur entourage à une alimentation respectueuse de l'environnement et de l'humain. (Rencontre des continents, 2013) ;
- Pour penser et construire un processus éducatif autour de l'alimentation durable, il faut partir de la culture quotidienne des participants, en laissant libre cours à l'expression de leurs valeurs, leur vécu, leurs expériences, leurs habitudes, leur savoir et leurs savoir-faire. (Rencontre des continents, 2013) et (CARIA, 2013).

Il faut identifier des filières/solutions en alimentation durable qui ne modifient pas du tout au tout le comportement du consommateur (processus long).

Exemple: achat bio supermarché > achat bio panier > propre potager.

Il faut tenir compte d'une évolution graduelle des comportements (Défi Alimentation durable, Etterbeek).

Pour informations, tous les projets sur l'alimentation durable, en lien avec la cohésion sociale et l'éducation, soutenus par BE sont disponibles via le site :

<http://www.bruxellesenvironnement.be/Templates/Particuliers/informer.aspx?id=12137&langtype=2060>.



Freins

Selon l'expérience de différents acteurs interrogés, plusieurs freins à la transition vers l'alimentation durable ont peut être mis en évidence.

- Apprentissage du Défi Alimentation durable à Etterbeek (Etterbeek, 2011).

Selon une étude de Bruxelles environnement manger durable est plus coûteux que de consommer de manière classique pour 63% des interrogés. En effet, certains produits dits durables tels que les produits biologiques, par exemple, sont effectivement plus chers à l'achat il est donc nécessaire que les ménages acquièrent une réflexion plus globale qui ne s'acquiert que sur le long terme, via l'expérimentation personnelle

La moitié des ménages bruxellois sont composés de personnes isolées. Les personnes vivant seul éprouvent des difficultés à cuisiner qui sont liées à leur réalité de vie : manque de motivation de cuisiner pour soi tout seul, problèmes de quantité (que faire de tout un chou-fleur ?), de diversité (comment faire pour ne pas manger trois jours de suite la même chose ?). Il est donc utile de réfléchir aux questions de quantité, variété et diversité en réalisant par exemple des ateliers thématiques sur les différentes utilisations possibles des aliments, la cuisine des restes, le menu pour la semaine, les déclinaisons possibles d'un plat, l'adaptation des portions, etc.

Modifier ses habitudes de consommation est un processus qui doit nécessairement s'inscrire dans la durée. Les ménages estiment que ces changements peuvent s'étaler sur une période de minimum 1 an à 2-3 ans. La difficulté est d'ancrer ses changements dans le quotidien pour qu'ils deviennent un réflexe, une habitude. Ces recommandations ressortent aussi de l'expérience du projet « Du potager à la cuisine naturelle » (CARIA, 2013).

- Synthèses des conclusions de diverses publications et débats sur l'alimentation durable, organisés par Associations 21 ou des partenaires (Associations, 2014).

Un frein à l'alimentation durable à la fois social et économique : Bruxelles est une ville très duale et au fil des ans, le fossé se creuse encore entre riches et pauvres, usagers et habitants de la ville. Un quart de la population survit tant bien que mal. Il est difficile de dire à ces personnes de changer leurs habitudes alimentaires, quel choix ont-elles ?

Le manque de cohérence entre les politiques (santé et alimentation): pour obtenir des résultats durables à travers la sensibilisation et l'éducation. L'enjeu est donc ici aussi de protéger tous les consommateurs des méfaits de la malbouffe (obésité, toxicité, effets négatifs dans d'autres régions du monde...).

Cloisonnement des compétences régionales : Par une autre approche globale de l'aménagement du territoire : il faut décloisonner les politiques d'aménagement du territoire et d'alimentation durable. Ainsi, on a déjà perdu énormément de terres agricoles à proximité de Bruxelles, à cause de l'urbanisation : celle-ci doit dorénavant mieux prendre en compte la nécessaire relocalisation de l'agriculture. Certaines villes dans le monde conjuguent mieux l'habitat avec la fonction alimentaire du sol : Bruxelles pourrait s'inspirer de ces exemples probants.

- **CREDIBILITE DE L'INFORMATION** par rapport au durable
exemple scandale label MSC



TENDANCES EVOLUTIVES : PROPOSITION D'INDICATEURS ET D'OUTIS DE SUIVI

Dans cette section, nous proposons une série d'indicateurs et outils de suivi existants qui peuvent mesurer les tendances évolutives en termes de consommation alimentaire.

7. LES INDICATEURS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DU BUREAU FÉDÉRAL DU PLAN

Le bureau fédéral du plan a développé un set de 75 indicateurs de développement durable dont plusieurs sont en lien avec la consommation alimentaire. Les indicateurs phares (25/75) ont été actualisés en 2014 tandis que les autres sont basés sur les chiffres 2010.

Limites : ces indicateurs ne sont pas focalisés sur la RBC ni sur uniquement la demande des particuliers. Les chiffres intègrent la consommation globale sur le territoire belge. Ils ne sont pas mis à jour annuellement.

→ **Consommation apparente de viande**

La consommation apparente de viande est calculée à partir des bilans d'approvisionnement en additionnant la production et les importations de viande et en soustrayant les exportations de viande. Les données de consommation apparente de viande sont agrégées à partir des bilans distincts pour la viande bovine, la viande porcine et la viande de volaille. Elles sont exprimées en poids de carcasse. La consommation apparente de viande par habitant est définie comme le rapport entre la consommation apparente de viande et le nombre d'habitants.

La consommation de viande est considérée comme un indicateur phare mais les données n'ont pas été actualisées depuis 2010.

<http://www.indicators.be/fr/indicator/consommation-de-viande-poids-de-carcasse>

→ **Consommation certifiée: produits issus de l'agriculture biologique**

Part des dépenses consacrées à des aliments "biologiques" dans les dépenses alimentaires d'un ménage.

<http://www.indicators.be/fr/indicator/consommation-certifiee-produits-issus-de-lagriculture-biologique>

Cet indicateur peut être confronté aux rapports de Bio forum sur la consommation des produits biologiques.

→ **Consommation certifiée: produits issus du commerce équitable**

Volume des ventes au détail des produits issus du commerce équitable labellisés Ferrade.

<http://www.indicators.be/fr/indicator/consommation-certifiee-produits-issus-de-lagriculture-biologique>



8. L'ENQUÊTE BUDGET DES MÉNAGES

Cet indicateur renseigne la nature et la quantité des dépenses d'un échantillon de ménages pendant un an. Il renseigne donc par catégorie de produits alimentaires les dépenses engagées par ménage et par an.

Limites : les prix d'achats des produits alimentaires évoluent donc une augmentation du budget consacré à un produit ne signifie pas une consommation en augmentation. Et il y a une très grande variabilité au niveau du prix des produits au sein d'une même catégorie (exemple : hachis de porc et côte de bœuf de la catégorie viande). L'enquête est réalisée tous les deux ans.

9. LE BAROMÈTRE DE COMPORTEMENTS DE LA POPULATION EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT ET D'ÉNERGIE EN RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE

Le Barometer est une enquête qualitative construite autour de plusieurs questions, qui est confiée à un bureau d'expertise indépendant. Plusieurs questions sont en lien avec les comportements alimentaires des particuliers.

Limites: les questions varient d'une année à l'autre et donc ne permettent pas de construire des indicateurs pertinents.

Propositions: établir des questions clés qui doivent être présentées de la même façon chaque année afin de ressortir des indicateurs de l'évolution des comportements de la population. Tester le questionnaire en interne au sein de Bruxelles Environnement pour détecter les biais éventuels.

10. DIVERS

→ Moyens d'approvisionnement

- Part de marché des différents types de distributeurs (F1, F2, F3, et hard discount) – source Nielsen Company

Information : cet indicateur renseigne dans quel type de magasin (classés selon la taille) les consommateurs préfèrent aller faire leurs courses alimentaires.

Limites : Il n'y a pas d'information sur les moyens d'approvisionnements alternatifs (marchés ou paniers) ni sur la spécialité des magasins (bios, boulangerie, etc.). L'indicateur est calculé par Nielsen Company et sa mise à jour dépend d'eux. Ce n'est pas un indicateur construit sur des chiffres public.

- Évolution du nombre de GASAP – source : coordinateur GASAP

Information : cet indicateur est facilement calculable, propre aux ménages et à la RBC.

→ Temps consacrés à la préparation et au repas

Source enquête belge sur l'emploi du temps des ménages

<http://www.time-use.be/tostat/intro.php?lang=fr>

Information : cet indicateur permet de suivre l'évolution du temps que les ménages consacrent à leur repas.



Limite : le site n'est plus à jour.

→ **Critère de choix pour achat des produits**

Information : les enquêtes qualitatives du CRIOC renseignent sur les critères de choix pour plusieurs catégories de produits alimentaires.

Limites : les enquêtes ne sont pas mises à jour. De plus, elles ne sont pas comparables entre elles car pas conduites de la même façon. Il n'y a pas non plus une représentation de toutes les catégories de produits alimentaires. Enfin, qu'est-ce qu'on entend par un produit de qualité quand il y a également les critères : fraîcheur, aspect et goût ?

Proposition : élaboration avec le CRIOC d'une enquête annuelle portant sur les critères de choix pour l'achat des produits alimentaire.



CONSTAT PAR RAPPORT AUX SOURCES D'INFORMATION ET INFORMATIONS MANQUANTES ET RECOMMANDATIONS

11. CONSTATS PAR RAPPORT AUX SOURCES D'INFORMATION

Constat général

Il y a peu de comparaison possible entre les sources d'informations basées sur des enquêtes car les questions sont différentes par leur contenu et leur forme (libre, choix multiples, etc.). Parfois la comparaison n'est pas possible d'une année à l'autre pour la même source d'information telle que par exemple baromètre environnemental de Bruxelles environnement ou la nouvelle forme de l'enquête sur le budget des ménages,

Les informations sont peu actualisées. Il y a peu de sources qui datent d'après la crise de 2011. Or la crise a eu un impact sur le comportement des achats alimentaires des consommateurs.

Les informations dont on dispose du côté de la demande sont essentiellement qualitatives, elles sont donc soumises à un biais du à la différence entre l'intention/la déclaration et l'acte de achat. Beaucoup d'informations quantitatives sont détenues par les spécialistes des tendances de marché (Nielsen, GFK, etc.).

Il y a peu d'études coordonnées, chacune est faite séparément sans cohérence d'ensemble.

Les informations disponibles sont à l'échelle de la RBC hors, lors du développement de nouvelles filières locales en alimentation durable, il est intéressant de s'intéresser à une échelle de quartier. Le rapport pointe une forte variation des demandes et habitudes d'alimentation par quartier avec un mix variable entre marché hebdomadaire, hard discount, magasins de proximité, filières biologiques, etc.

Dans la même logique, il serait intéressant de faire un point sur les niveaux de revenus des habitants de RBC car de nombreuses études identifient cette région comme singulière au niveau de son taux de chômage et son pourcentage de familles monoparentales. Des réalités qui impactent les modes de consommation. Ainsi l'étude Daniaux qui date de 2008 devrait être réactualisée pour confirmer les hypothèses mises en avant

Répartition des achats alimentaires et consommation des produits durables

Il est important de tenir compte du fait que la synthèse est supportée par une série de données qui ne sont pas mises à jour : la situation des ménages en RDC s'est dégradée et la répartition des dépenses des ménages a un impact sur la consommation alimentaire en général et la consommation de produits frais en particulier.

Il serait donc opportun de déterminer, quelles sont les habitudes alimentaires des belges en 2014 et plus précisément comment la crise a impacté le panier des ménages.

Dans la même logique, la crise a impacté la consommation de produits alimentaires durables et une mise à jour de la réalité de la situation actuelle serait opportune

Par contre, le volet "Satisfaction" reprend des données récentes et permet à l'ensemble d'indiquer des pistes en termes de tendances.

Temps consacrés au repas

Si on s'attarde au temps consacré au repas et à sa préparation, on se rend compte de l'intérêt de l'actualisation des chiffres de 2006 : en négatif pour voir comment la pression quotidienne et la diminution des ressources impactent le temps consacré aux repas et à sa préparation, en positif la plus grande accessibilité des recettes sur internet et la vague des programmes de cuisine à la télévision pourraient constituer des facteurs de changement de comportement.



Critères de choix dans les achats alimentaires

Si l'analyse des critères de décisions / choix lors des achats alimentaires met en avant une réelle attention au prix (CRIOC 2011) lors des achats globaux, il serait intéressant d'investiguer quels sont les critères qualitatifs mis en avant une fois que le facteur prix est défini comme inamovible. Ce critère devenant d'ailleurs secondaires lors du choix de produits spécifiques tels que le pain et la viande. Les consommateurs sont-ils vraiment attentifs au prix lors des achats des produits frais ?

Perceptions des produits durables

Il n'y a pas d'informations sur la consommation de produits locaux ou de la perception spécifique du « local ». Ce serait très intéressant d'avoir ces informations sur la RBC de part la population multiculturelle. Comment les populations africaines, marocaines, ou autres perçoivent la notion de local ? – utilisation des outils du baromètre de l'Atrium. Travail spécifique par population/quartier

12. RECOMMANDATIONS

Quelle approche pour comprendre les comportements en matière de consommation de produits frais et produits durables ?

La tendance globale de l'étude montre que les consommateurs ont pris conscience de l'impact de leur mode d'alimentation et ont intégré les messages. Pour aller au-delà du volet de la sensibilisation, il faut maintenant comprendre les logiques de comportement pour identifier les outils et leviers pour favoriser le passage à l'acte.

Pour ce faire, nous proposons de compléter l'approche régionale en discutant la disponibilité des informations auprès des instituts de références et de développer une approche quartier.

➤ L'approche globale

Pour compléter l'approche région, nous proposons de reprendre contact avec les instituts de référence que sont Nielsen et GfK afin de voir s'ils disposent de chiffres actualisés sur la réalité de la consommation en RBC.

GfK dispose en effet de données sur :

- les consommateurs bruxellois
- les achats de produits frais
- l'approvisionnement sur les marchés

Une fois cet état des lieux établi, il y a selon nous une opportunité à réfléchir dans une logique "bottom up" et tenter de cerner la réalité du tissu de BRC par quartier en prenant une série de quartiers pilotes dans un premier temps.

➤ L'approche quartier

a. Définir les quartiers à investiguer

Au travers de cette démarche, il s'agit dans un premier temps de définir les différents quartiers à investiguer et les zones précises dans ces quartiers. En effet le panorama des commerces au sein du quartier va influencer les habitudes de consommation. Par exemple, la présence d'un marché peut générer des habitudes différentes en termes de consommation (idem pour les commerces de proximité et la mixité culturelle).



Pour ce faire, nous préconisons de s'entretenir avec les acteurs de terrain qui ont une bonne connaissance de l'approche économique des quartiers comme Atrium.

De même, les communes qui instaurent une dynamique alimentation durable sont des acteurs intéressants.

Une fois les critères définis, il s'agit d'établir la liste des quartiers à investiguer. A partir de là, nous entrons dans une démarche d'étude classique en 3 temps.

b. Investigation au sein des quartiers

- INTERVIEWS FACE A FACE AVEC DES PERSONNES QUI VIVENT AU SEIN DES ZONES DELIMITEES ET PRISE DE L'ENGAGEMENT DE REMPLIR UN CARNET DE BORD ON-LINE (1 semaine minimum, 2 semaines idéal)

L'objectif de ces interviews sera d'identifier les profils des personnes (dimensions sociodémographiques, attitudes en matières de courses place des aliments frais (durables et bio).

Attitudes face à la gestion des restes alimentaires : cuisine des restes ? recyclage ?

Si des études réalisées précédemment pour IBGE ont démontré le peu de conscience face à la nourriture gâchée , la crise a nouveau a pu générer de nouvelles attitudes de gestion « des restes » et l'adoption d'une « cuisine des restes ».

De plus l'existence de nombreuses recettes facile d'accès via internet a pu y contribuer pour une partie de la population

- ETABLISSEMENT D'UN CARNET DE BORD ON-LINE SUR LES LIEUX D'ACHATS , LES ACHATS ET LA MANIERE DE PREPARER LES ALIMENTS
 - Place du frais; du durable / bio , équitable :
 - Place des marchés dans la filière d'achat : type d'achat effectué
 - Place des filières durables (via quel canal)
 - Importance et impact de la dimension multiculturelle du quartier sur les achats.
 - Consommation de la viande
 - Cuisine « des restes »
 - Part du budget consacré à l'alimentation
- ANALYSE DES CARNETS DE BORD ET MISE EN PERSPECTIVE DES RESULTATS

De cette manière nous serons en mesure de colorer les chiffres actualisés d'éléments de vécu et de logiques attitudinales et déterminer quels sont les indicateurs les plus relevant au niveau général (RBC) et au niveau de chaque quartier.



REFERENCES

- AFSCA. (2013). *Enquête de perception des consommateurs belges 2013*.
- Associations. (2014). *Alimentation durable en RBC*.
- B. Duquesne, S. M. (2005). *Evolution de la consommation alimentaire en Belgique et en Région wallonne*. OCA et fusagx.
- Bioforum. (2012). *Le bio en chiffres*.
- CARIA. (2013). *Du potager à la cuisine naturelle*.
- CRIOC. (2011). *Attentes de consommation*.
- CRIOC. (2008). *Bio-logiques de perception*.
- CRIOC. (2010). *Circuits courts*.
- CRIOC. (2011). *Enseignes, magasins et consommateurs*.
- CRIOC. (2008). *Image de l'agriculture wallonne*.
- CRIOC. (2011). *Le budget et les dépenses des ménages*.
- Daniaux, C. (2008). *Structuration des dépenses des ménages en fonction de leur budget alimentaire global*.
- Etterbeek, C. (2011). *Défi alimentation durable*.
- EVA. (2011). *Onderzoek naar bekendheid en impact van Donderdag Veggie*.
- IBGE-BIM. (2012). *Baromètre de comportements de la population en matière d'environnement et d'énergie en Région de Bruxelles-Capitale*.
- IBGE-BIM. (2014). *Baromètre environnemental de la RBC*.
- IEW. (2013). <http://www.iew.be/spip.php?article5915>.
- Nielsen Company. (2013). *Results of the 51th inventory of retail grocery in Belgium*.
- Observatoire du commerce. (2008). *Le schéma de développement commercial pour la Région de Bruxelles-Capitale*.
- Patteson, P. R. (2006). *Enquête sur les comportements et styles de vie associés à l'alimentation*. Ulb.
- Rencontre des continents. (2013). *Maîtres cuisiniers*.
- Solidaris. (2013). *Comment percevons-nous l'offre alimentaire ?*
- Test-Achats. (2013). *Consommation éthique, de quoi parle-t-on ?*
- Test-Achats. (2013). *Paniers bio : des produits locaux frais et variés*.
- VLAM. (2013). *Verdere groei van de biobestedingen in 2012*.
- VLAM. (2012). *Voedingsconsumptie van de Belg in de kaart gebracht*.





Rédaction: Ansenne Anne-sophie (ECORES sprl)
Editeur responsable: Frédéric FONTAINE – Avenue du Port, 86C – 1000 Bruxelles



INVENTAIRE ET ANALYSE DES DONNÉES EXISTANTES EN MATIÈRE DE DEMANDE ALIMENTAIRE EN RBC



MARS 2015

INVENTAIRE ET ANALYSE DES DONNÉES EXISTANTES EN MATIÈRE DE DEMANDE ALIMENTAIRE EN RBC

SOMMAIRE

Déroulé méthodologique.....	4
Analyse et évaluation des données	8
Tendances évolutives : proposition d'indicateurs et d'outils de suivi.....	34
Constat par rapport aux sources d'information et informations manquantes et recommandations	37
Références.....	40



CONTENU

Dans le cadre du processus de l'Alliance Emploi Environnement – axe alimentation durable, il a été mis en évidence le besoin de mieux appréhender la situation du système alimentaire bruxellois dans son ensemble pour favoriser la transition vers une alimentation durable. Cela implique de s'intéresser aux trois composantes de ce système :

- La caractérisation de l'offre alimentaire bruxelloise.
- L'identification de la demande des particuliers.
- La définition de la demande des professionnels HoReCa et collectivités.

Cette étude porte spécifiquement sur la composante « **demande des particuliers** ». Afin de développer une offre alimentaire durable qui corresponde aux attentes du marché (de la demande), il est indispensable de connaître les besoins actuels et futurs de celui-ci.

OBJECTIF

La mission s'articule autour de 3 objectifs :

- Identification de la situation actuelle ainsi que les freins et leviers vers une alimentation durable (AD).
- Comment orienter l'offre? Quelles perspectives de développement d'une offre AD pour répondre à la demande.
- Sélection d'un set d'indicateurs de suivi.

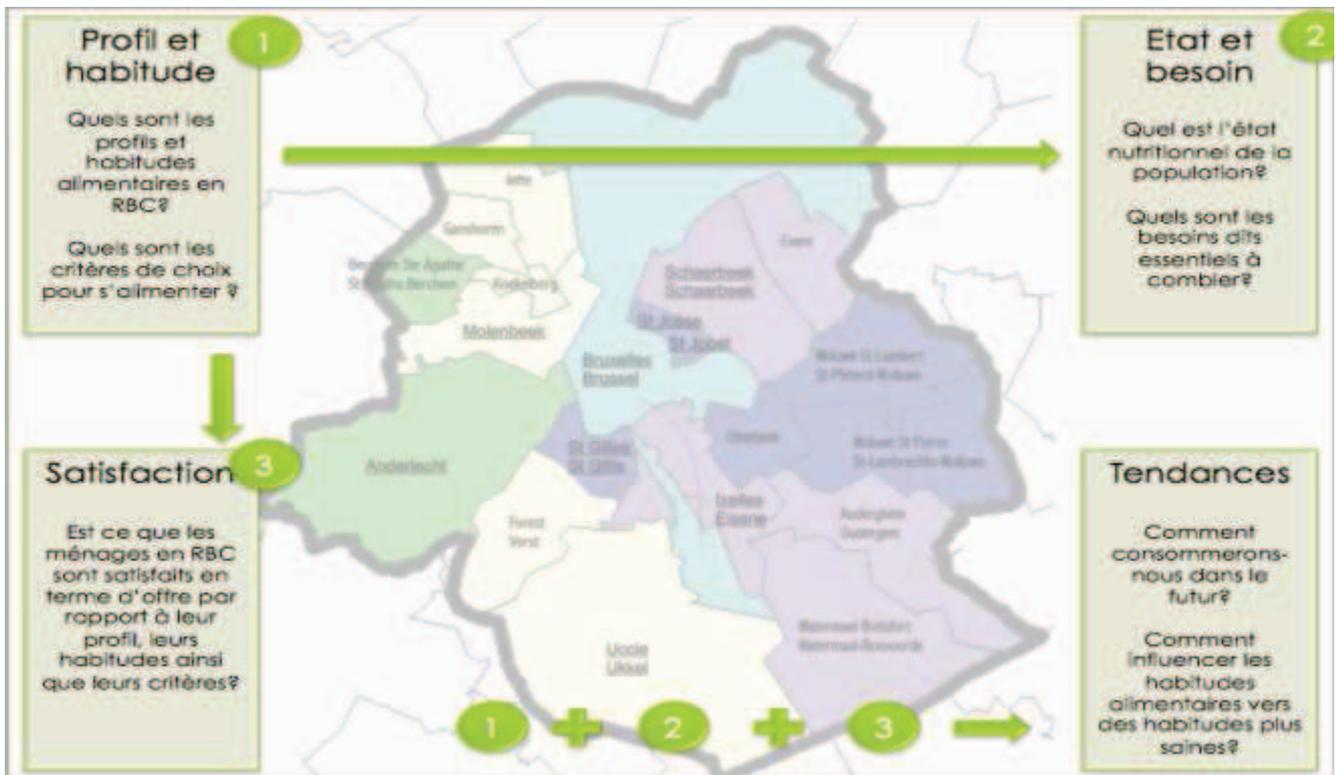
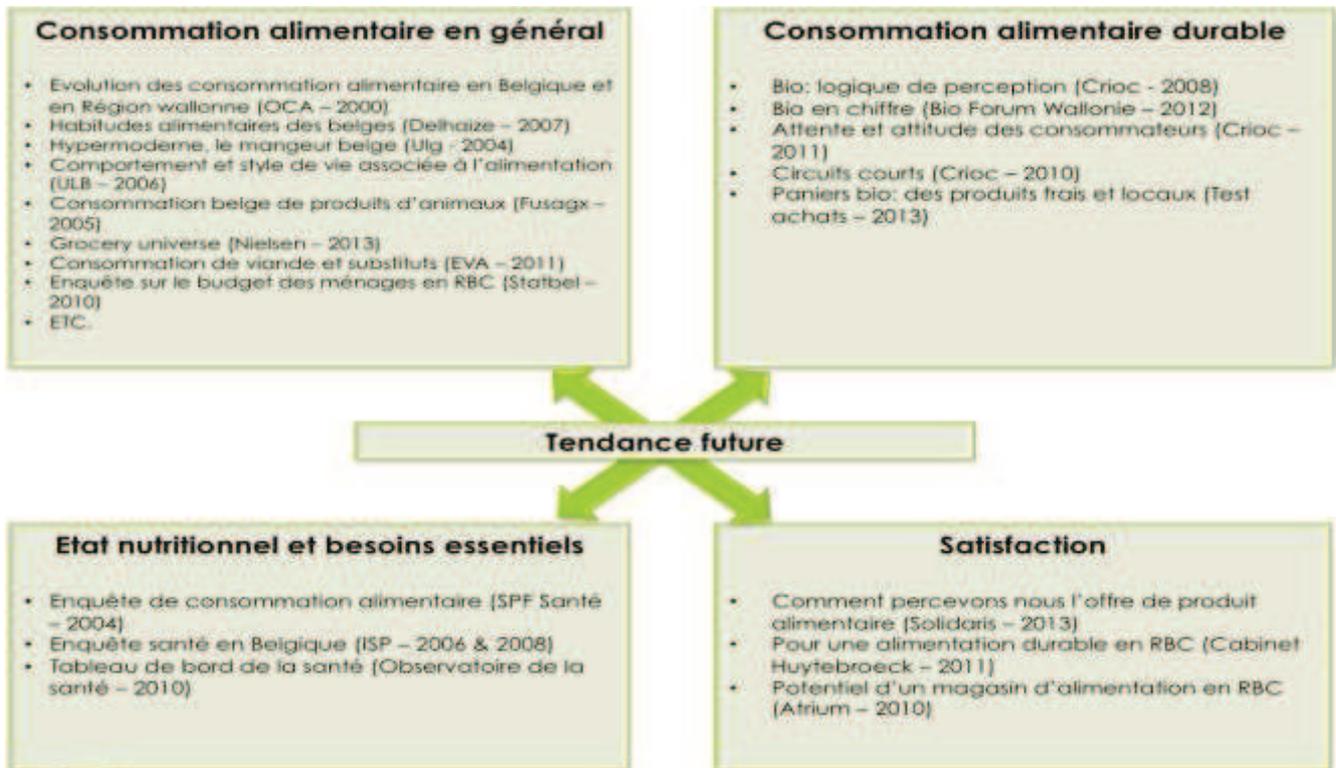
PUBLIC-CIBLE

Cette étude est destinée à tous les acteurs de la filière alimentation durable que ce soient les pouvoirs publics, professionnels, associatifs, etc.



DEROULE METHODOLOGIQUE

1. INVENTAIRE DES DONNÉES ET ORGANISATION



Un premier inventaire des sources de données disponibles a été réalisé. Sur base de cet inventaire, 4 thématiques clés ont été identifiées ainsi qu'une thématique transversale.

Les quatre thématiques autour desquelles se structurent les questions de l'étude sont les suivantes :

1. Profil et habitudes alimentaires.
2. Etat de la consommation et perceptions des produits dits durables.
3. Satisfaction des ménages par rapport à l'offre alimentaire.
4. Tendances évolutives.

La thématique transversale s'attache à l'identification des freins et des leviers pour transiter vers une alimentation durable.

2. CADRAGE DE L'ETUDE

2.1. Groupe de travail

Afin de cadrer les thématiques abordées autour de questions clés, un groupe de travail (GT) a été mis en place.

Les organismes qui ont participé au groupe de travail sont :

- La Cellule agri/MRBC
- L'asbl Rencontre des Continents (possibilité de fourniture de données qualitatives sur la demande de publics spécifiques)
- COMEOS (Fédération du commerce et des services – source de données sur la tendance des marchés)
- FEVIA (Fédération de l'industrie agro-alimentaire – source de données sur la tendance des marchés. En cours de réflexion « chaine alimentaire durable » avec les acteurs du secteur)
- Brussels Studies
- Le CRIOC (Centre de Recherche et d'Informations des Organisations de Consommateurs – source de données sur le comportement des consommateurs et la consommation durable)

Les organismes qui ont montré leur intérêt mais n'étaient pas présents dans le cadre de la réunion de travail sont :

- Bioforum (Source de données sur la consommation en produits biologiques)
- RABAD

Les organismes conseillés par le GT comme à contacter sont :

- Le conseil supérieur de la santé (lancement d'une grande enquête sur l'alimentation – Pr Jean Neve)
<https://www.etude-nutrinet-sante.fr/fr/common/login.aspx>
- La Fédération des Maisons Médicales
- Université libre de Bruxelles
- <http://www.vlam.be/>

Le compte rendu complet du GT se trouve en Annexe 1.

2.2. Questions clés

Suite au travail de groupe, les thématiques identifiées ont pu être structurées autour de différentes questions clés. C'est donc à travers ces questions que celles-ci seront abordées/traitées.



1. Profil et habitudes alimentaires

QUESTIONS	Remarques
Comment se répartissent les achats alimentaires?	Détailler quels types de produits/ dégager des opportunités de développement de nouvelles filières/relier avec le profil du consommateur/distinguer intention et acte d'achat
Quelles sont les moyens d'approvisionnement alimentaire des ménages ?	
Quel est le temps moyen consacré à la préparation du repas ?	Cela implique une décision d'achat différente
Quels sont les critères de décision/de choix lors des achats alimentaires ?	Les critères de choix dépendent beaucoup d'un produit à l'autre

2. Etat de la consommation et perceptions des produits dits durables

QUESTIONS	Remarques
Définition de la consommation durable	<p>Fruits et légumes de saison</p> <p>Équilibre de l'assiette : aspect santé</p> <p>Fraicheur et part de produits transformés</p> <p>Modes de consommation alternative (circuit court/GASAP/Paniers/etc.)</p> <p>Produits biologiques</p> <p>Produits équitables</p> <p>Produits locaux</p> <p>Protéines végétales</p>

3. Satisfaction des ménages par rapport à l'offre alimentaire durable

QUESTIONS	Remarques
Quelle est la satisfaction au niveau de l'accessibilité ?	Horaire/points de vente
Quelle est la satisfaction au niveau de la diversité ?	Choix des produits suffisant ?/conditionnement/niveau de transformation
Quelle est la satisfaction au niveau du rapport qualité/prix ?	



4. Tendances évolutives : indicateurs

QUESTIONS	Remarques
Evolution des achats alimentaires	Pertinent d'étudier comment ça a évolué que de chercher à prévoir.
Evolution en termes d'approvisionnement	

C'est dans le cadre de l'observation de ces tendances que les indicateurs de suivi de la durabilité seront définis.

Indicateurs :

- consommation des produits biologiques ;
 - développement des modes de consommation alternatifs
 - consommation des produits équitables ;
 - évolution de la consommation de viande ;
 - évolution de la consommation des protéines végétales ;
- Etc.

5. Thématique transversale : identification des freins et leviers pour passer à une alimentation durable

Il sera intéressant de rattacher les freins et leviers en fonction des profils de consommateurs.



ANALYSE ET EVALUATION DES DONNEES

Sur base d'un ensemble de sources bibliographiques et de rencontres en face à face avec les acteurs de l'alimentation sur territoire de la RBC, nous avons dressé une synthèse des réponses aux questions présentées au point précédent.

L'analyse de ces informations a permis de dégager des informations manquantes pour compléter les réponses aux questions mais également des perspectives de développement de l'alimentation durable sur le territoire de la RBC.

Nous ferons plusieurs fois référence à des catégories d'âge. Il est donc bon de rappeler la composition de la pyramide des âges à Bruxelles prévue pour 2015 (Observatoire du commerce 2008):

- 24% < 20 ans
- 15% : 20 à 29 ans
- 15% : 30 à 39 ans
- 14% : 40 à 49 ans
- 12% : 50 à 59 ans
- 20% >= 60 ans

3. PROFIL ET HABITUDES ALIMENTAIRES

3.1. Comment se répartissent les achats alimentaires?

Deux indicateurs quantitatifs sont disponibles pour évaluer la répartition des achats alimentaires pour le particulier : il s'agit des dépenses des ménages et de l'approvisionnement national.

Les données quantitatives principales existantes pour évaluer la répartition des achats alimentaires est **l'enquête sur le budget des ménages.**

Il est clair que la part du budget des ménages accordée à l'alimentation ainsi que la manière dont nous nous nourrissons ont beaucoup évolué au cours du temps :

- o Une diminution constante de la part du budget pour l'alimentaire :
 - o 22% du budget d'un ménage belge en 1979,
 - o 15% de notre budget aujourd'hui (CRIOC 2011).

Depuis l'année 2000, le pourcentage des dépenses des ménages accordés aux produits alimentaires est stable (enquête budget des ménages, 2012).

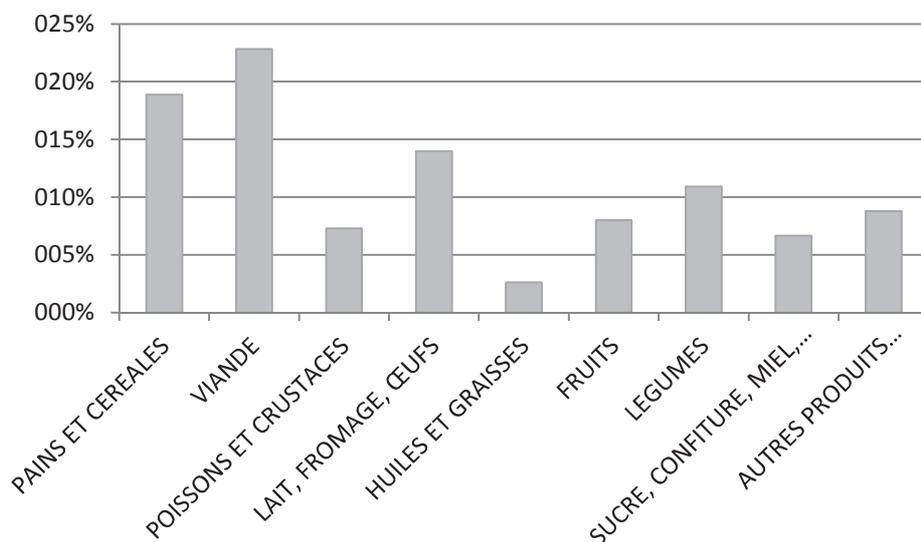
L'enquête sur le budget des ménages (EBM, HBS en anglais) estime chaque année les dépenses des ménages belges à partir d'un échantillon représentatif au niveau du Royaume et de ses trois Régions (Bruxelles-capitale, Flandre et Wallonie). L'enquête budget des ménages se présente sous la forme d'un questionnaire à compléter et d'un carnet de dépenses dans lequel le ménage enregistre ses dépenses pendant un mois. La taille de l'échantillon varie en fonction des années, en RBC, il varie de 350 à 705 ménages.

Nous avons réalisé plusieurs graphiques afin de mettre en évidence l'évolution des dépenses des ménages bruxellois en fonction des catégories de produits. Les données portent de 2000 à 2010. En effet à partir de 2010, l'enquête est devenue bisannuelle et les catégories de produits sont moins détaillées en 2012 ne permettant pas le niveau de détail des années 2000 à 2010.



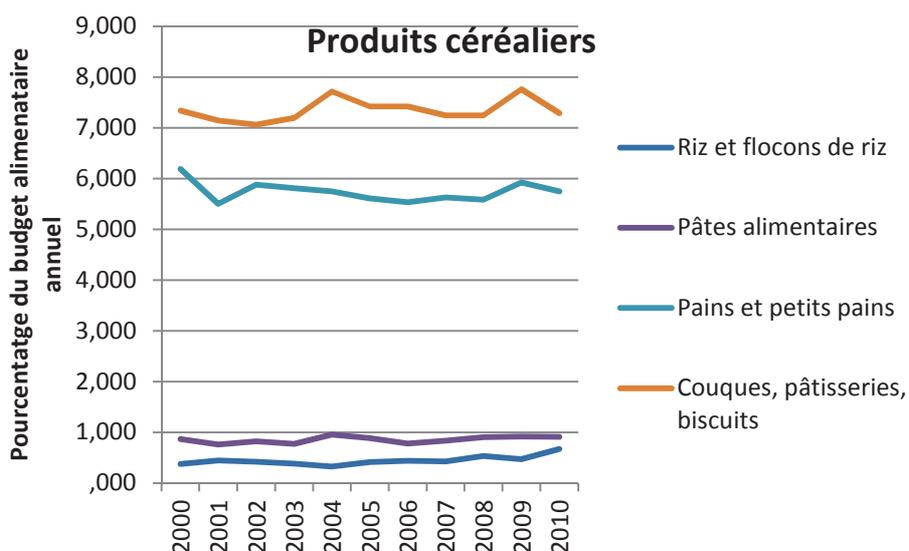
Il est évident que l'évolution du montant consacré à l'achat d'une catégorie de produits doit être corrélée avec l'évolution du prix de vente de ces produits. Néanmoins, étant donné le niveau de détail limité des catégories de produits, il est apparu hasardeux de justifier un prix moyen pour chacune des catégories. Nous avons donc choisi de présenter l'évolution de la **part de leur budget** que les ménages consentaient à dépenser pour accéder aux différents produits.

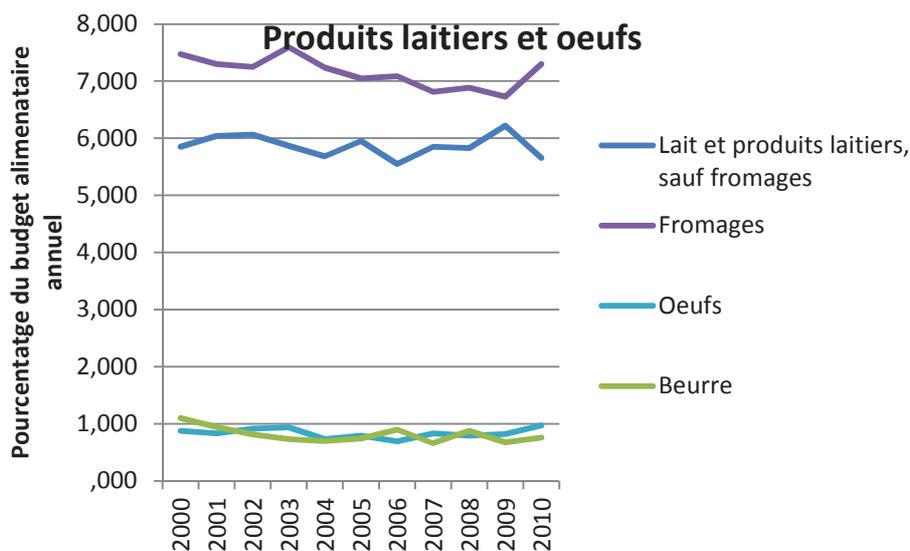
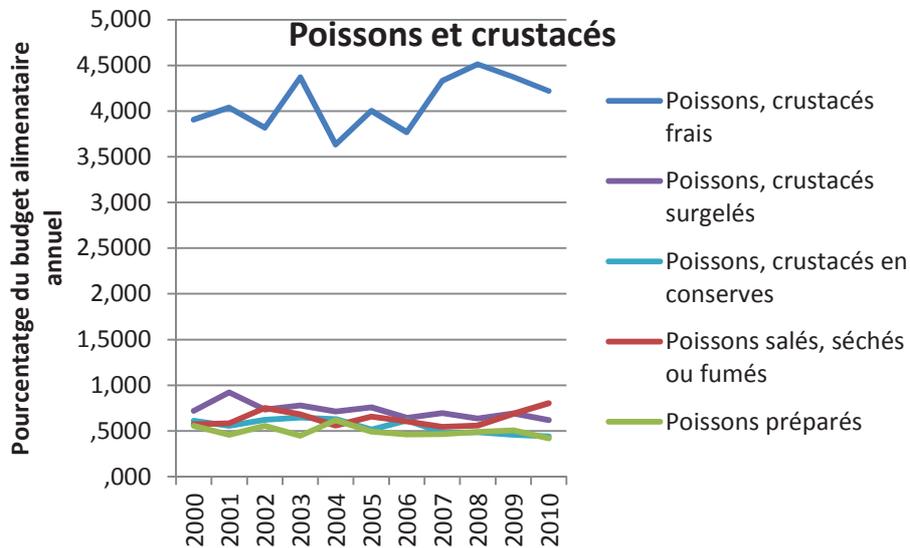
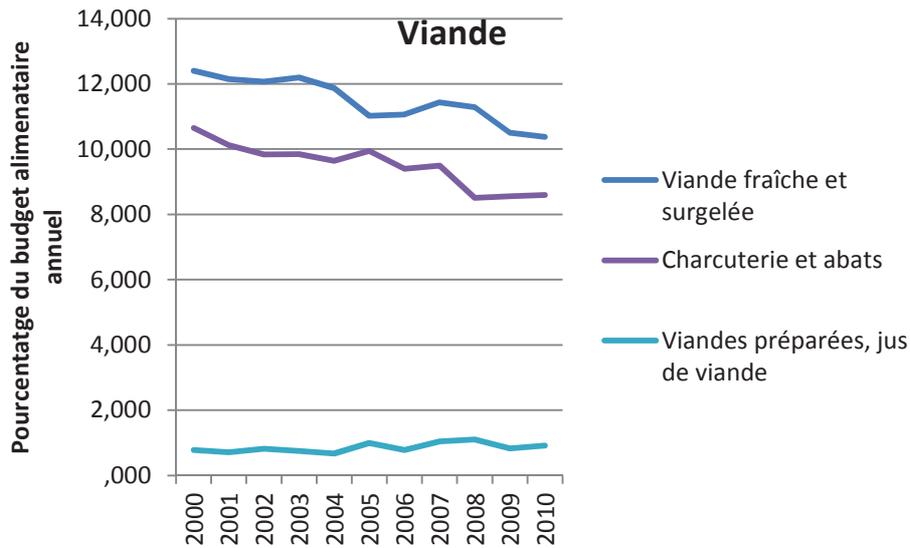
- Les chiffres de 2012 :

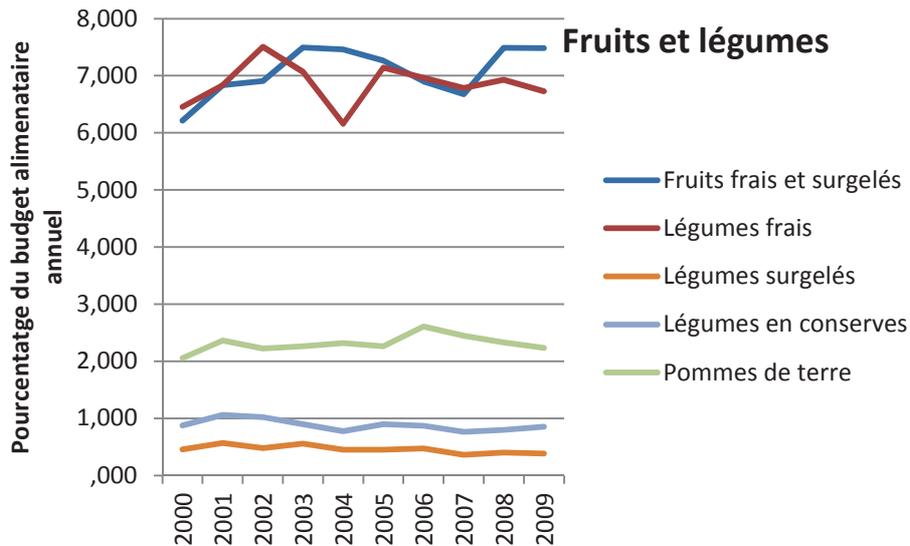


Les chiffres de 2012 sont moins détaillés. Ils correspondent pour chaque catégorie de produit au cumul des courbes dans les graphiques suivants.

- L'évolution du pourcentage du budget que le ménage utilise pour accéder aux différents produits 2000 à 2010 :







Sur base **de l'approvisionnement national**¹ (consommation apparente), une étude (B. Duquesne 2005) a pu mettre en évidence:

- une diminution de la consommation des pommes de terre (-15%), du lait (-20%) et du beurre (-50%) entre 1990 et 2004 ;
- une augmentation de la consommation des yoghourts et fromages ;
- une augmentation de la consommation de fruits (+25%) et de légumes (+20%) de 1980 à 2004 ;

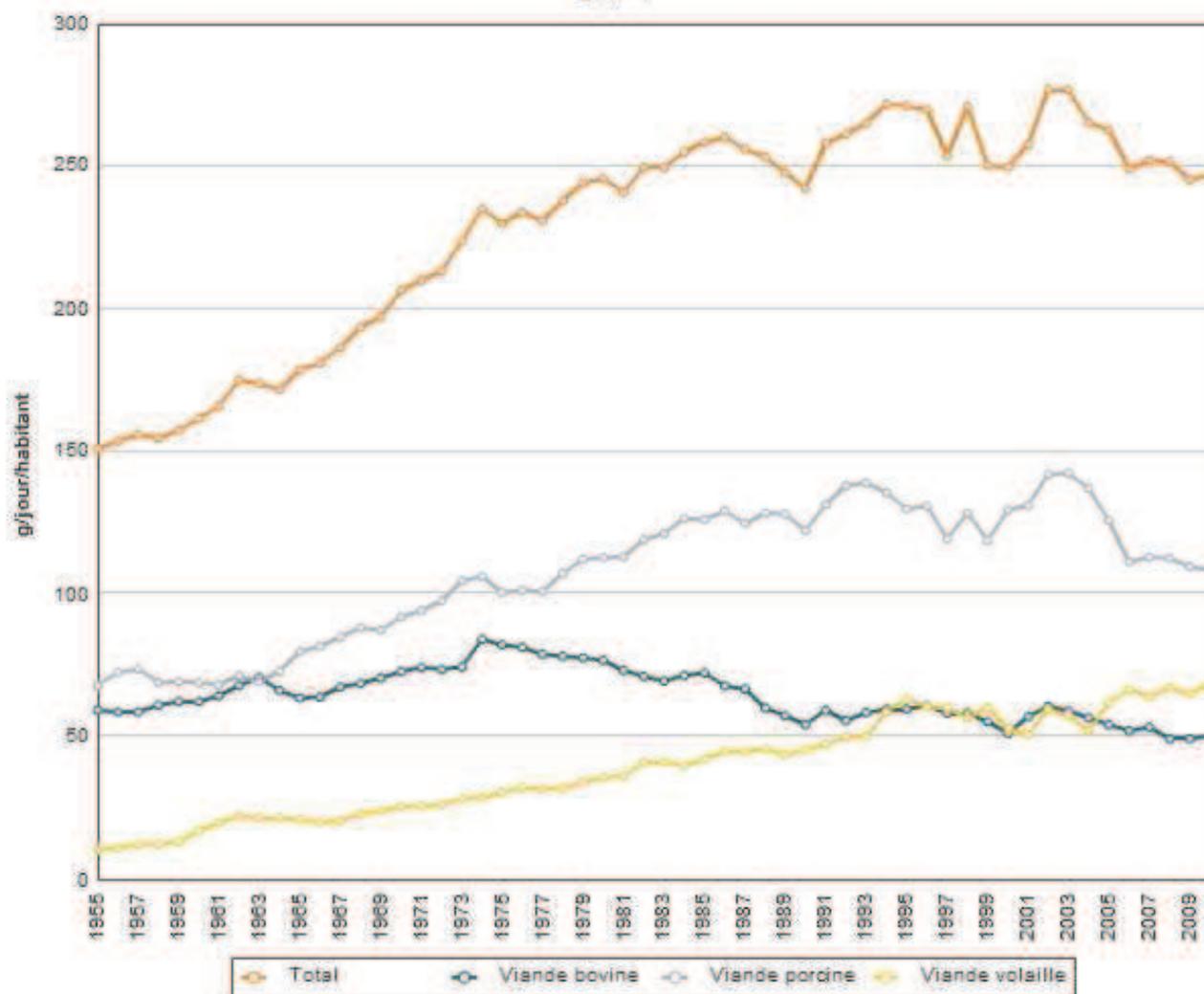
Le bureau fédéral du plan a quant à lui mis à jour l'indicateur de la consommation apparente de viande.

¹ La consommation apparente est calculée à partir des bilans d'approvisionnement en additionnant la production et les importations et en soustrayant les exportations. La consommation apparente par habitant est définie comme le rapport entre la consommation apparente par catégorie de produit et le nombre d'habitants.



Consommation de viande: poids de carcasse

Belgique, 1955-2010



Source Bureau fédéral du plan, 2014.

- La consommation apparente de viande est passée d'environ 150 g/jour/habitant en 1955 à 200 g/jour/habitant en 1970 et à 247 g/jour/habitant en 2010. Au cours de ces 50 dernières années, ce sont essentiellement les consommations de viande porcine et de viande de volaille qui ont augmenté. La consommation de viande bovine a quant à elle fortement baissé dans les années '70 et '80 et s'est stabilisée depuis autour d'une moyenne de 50 g/jour/habitant.
- la consommation des plats préparés : augmentation de 21% des dépenses annuelles des ménages de 1999 à 2004
- restauration hors domicile : représente 25% du budget alimentaire et 4,8% du budget total, soit une augmentation de 15% de 1999 à 2004
 - consommation de fast-food : augmentation de 32% des dépenses en fast-food entre 1999 et 2004, ce qui représente 8% des dépenses en restauration hors-domicile



Le VLAM a également réalisé une enquête qualitative. En vue **d'étudier la consommation moyenne journalière des Belges**, le VLAM a interrogé chaque jour en 2007, 2009 et 2011, 17 Belges différents entre 15 et 65 ans via un questionnaire en ligne sur ce qu'ils avaient consommé la veille. Il en ressort qu'en moyenne (VLAM 2012) :

- Le pain est l'aliment le plus consommé quotidiennement : 86% des Belges en avaient consommé la veille (la consommation augmente avec l'âge)
- Légumes : seulement 62% des Belges en avaient consommé la veille
- Fruits : 35% des Belges interrogés en avaient consommé la veille (les 20-35 ans sont les plus faibles consommateurs)
- Viande : 79% des Belges interrogés en avaient consommé la veille (surtout des hommes âgés de plus de 35 ans) dont charcuterie : 42%
- Poisson : 12% des Belges interrogés en avaient consommé la veille (surtout pour la tranche 55-64 ans et les femmes)
- Produits laitiers : 61% des Belges interrogés en avaient consommé la veille
→ 47% avaient mangé des produits laitiers (fromage, beurre, yoghourt), 16% avaient bu du lait et 11% avaient bu d'autres boissons lactières au cours d'une journée
Consommation de lait diminue avec l'âge tandis que celle du fromage augmente avec l'âge
- Œufs : 12% des Belges en avaient consommé la veille
71% des 20-35 ans en consomment (plus ou moins régulièrement), contre 80% des 50-65 ans
- Produits biologiques : 29% Belges interrogés en avaient consommé la veille (consommation augmente avec l'âge)
- Pommes de terre : 52% en avaient consommé la veille
→ frites = repas le plus commandé à l'extérieur
- Pâtes : 23% des Belges en avaient consommé la veille (consommation la plus élevée pour les 20-35 ans)
- Riz : 10% des Belges en avaient consommé la veille (consommation la plus élevée pour les 20-35 ans)

La consommation alimentaire varie selon le profil du consommateur. (Daniaux, 2008):

- Les dépenses alimentaires augmentent avec les revenus
→ Ce sont les ménages aux revenus > 45.000€ qui dépensent le plus en alimentaire, quelle que soit la taille de la famille
- Les dépenses moyennes en alimentation suivent une distribution en forme de cloche : c'est la catégorie des 40-49 ans qui dépense le plus en alimentation. Cela s'explique notamment par des familles de plus grande taille.
Les ménages plus jeunes dépensent plus en produits préparés, surgelés ou en conserve.
- Les dépenses selon le statut professionnel : dépenses plus faibles chez les personnes non actives (étudiants, chômeurs, pensionnés...)
- Les dépenses selon la profession : les professions intellectuelles, scientifiques et les cadres supérieurs dépensent plus en alimentation
- Les ménages bruxellois dépensent globalement moins que les autres régions

Les dépenses en restauration hors domicile des 20-35 ans et des 50-65 ans sont comparables, mais de type différent : les jeunes dépensent plus en fast-food et les plus âgés plus en repas (B. Duquesne 2005).



Points clés de l'analyse :

- ✓ Il n'y a pas de tendance nette dans l'évolution de la part du budget des ménages consacrée aux différentes catégories de produits excepté pour la viande où la tendance est à la baisse depuis l'année 2000 ;
- ✓ augmentation globale des quantités alimentaires consommées par habitant excepté pour les PDT, le lait et le beurre ;
- ✓ Selon l'étude du VLAM :
 - les légumes les plus populaires = tomate, salade, carotte (VLAM 2012).
→ Consommation principalement dans les repas chauds
 - Fruits les plus populaires = pomme, banane et ananas
→ Consommation dans le courant de la journée au travail/école ou en chemin
 - Viandes les plus populaires : bœuf, porc et poulet
 - Charcuteries les plus populaires : jambon cuit, salami, jambon cru et américain
 - Poissons et crustacés les plus populaires : crevettes, saumon, cabillaud et moules
- ✓ Selon l'étude de Daniaux (2008), les ménages qui dépensent le moins en alimentation, consacrent une plus grande part de leur budget en produits de première nécessité (pain, riz, pâtes, œufs, produits laitiers) et produits gras ou sucrés (pizza, chips, plats préparés, sucre...). Ils consacrent moins de budget en légumes frais et en poisson. Les ménages consacrant la plus grande part de leur revenu en alimentation, dépensent d'avantage en produits de type : crustacés, poisson, viande de qualité, etc. et en produits bio.
- ✓ Suite à la rencontre avec Atrium, il ressort que :
 - Il y a une demande pour augmenter la qualité des produits et des commerces à Bruxelles ;
 - Le caractère multi culturel de Bruxelles doit aussi se retrouver dans l'offre alimentaire ;
 - Demande des consommateurs en produits de qualité (bio, artisanaux) et service de qualité, contact avec le commerçant
 - Les demandes sont très différentes selon les quartiers → standing différents, consommations différentes, budgets différents,...

3.2. Quels sont les moyens d'approvisionnement alimentaire des ménages ?

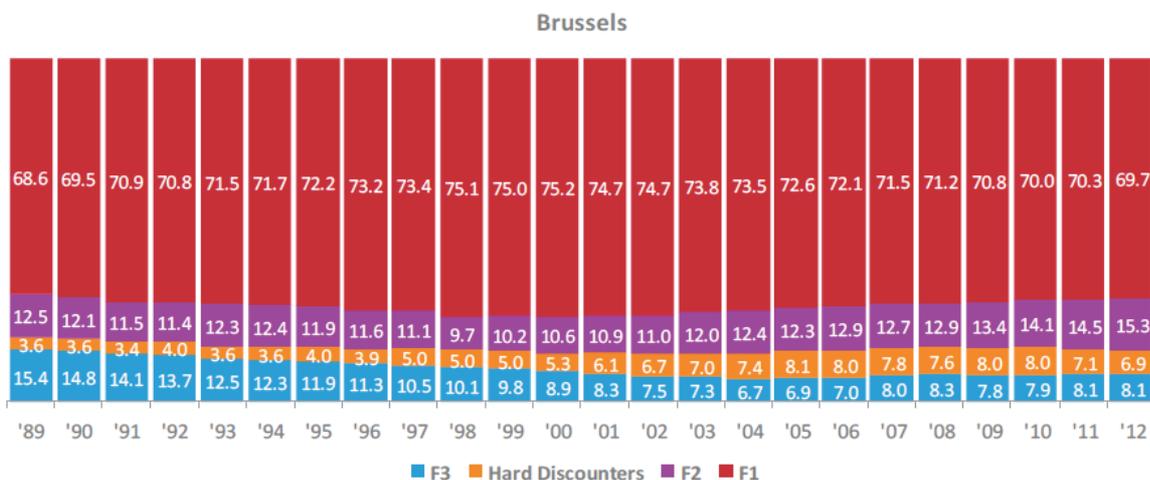
Afin de répondre à la question des moyens d'approvisionnement alimentaire des ménages, nous avons utilisé deux sources principales : Nielsen Grocery Universe et l'observatoire de la consommation que nous avons complété avec les sources d'approvisionnement dites alternatives (panier, GASAP, etc.).

Part de marché en alimentation courante en RBC par type de surface (Nielsen Company, 2013):

- F1 : les grandes surfaces (> 1000 m²) constituent près de 70% de la part du marché en alimentation courante à Bruxelles (pourcentage supérieur de 18% par rapport à la moyenne belge). Cette part diminue chaque année depuis le sommet en 2001
- F2 : les moyennes surfaces (entre 400 et 1000 m²) représentent 15,3% de part de marché, part en augmentation



- les hard discounter : 6,9% de la part de marché et diminution depuis 2011, après une période assez stable de 2005 à 2011
- F3 : les petites surfaces (< 400 m²) sont en chute constante depuis les années '90, avec une amélioration depuis 2006. Les petites surfaces constituent une plus grande part de marché à Bruxelles que la moyenne belge, aux dépens des moyennes surfaces et du hard discount.



Top 3 des magasins de consommation courante en Belgique (CRIOC 2011):

- 1) Colruyt est, pour la deuxième année consécutive, le supermarché le plus fréquenté en Belgique et l'enseigne la plus appréciée par tous les types de consommateurs
- 2) Delhaize et Aldi
- 3) Carrefour

De 1950 à 2006, diminution d'un tiers du nombre de commerces de proximité à Bruxelles (alimentaire ou non) (Observatoire du commerce 2008). Mais les chiffres de 2009 présentent un coup de frein à cette diminution.

De 2006 à 2009 :

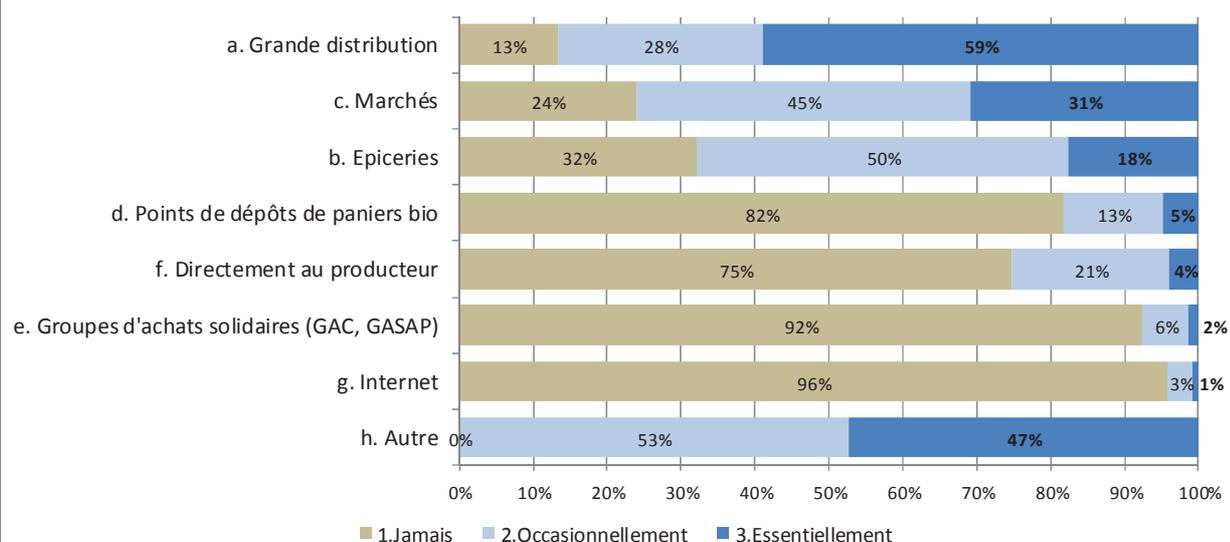
- +3,86% de boucheries et charcuteries
- +5,87% des commerces de détails et épiceries
- +3,04% des boulangeries et pâtisseries
- +2,54% des superettes et supermarchés

Approvisionnement des fruits et légumes

Dans le cadre du baromètre bruxellois (IBGE-BIM, 2012), la question du lieu d'achat des fruits et légumes a été soulevée. Il ressort sans surprise que 60% des interrogés s'approvisionnent essentiellement au supermarché. Une tranche de 11% des interrogés déclarent utiliser essentiellement les moyens d'approvisionnement alternatifs tels que les paniers, GAC/GASAP ou achat direct à l'exploitation. En 2014 (IBGE-BIM, 2014), les supermarchés sont toujours les lieux privilégiés avec 73% des interrogés qui y réalisent souvent ou presque toujours leurs achats en fruits et légumes. La part des moyens d'approvisionnement alternatifs solidaires reste stable autour de 10 %. Encore une fois, les données sont difficilement comparables au vu de la différence de questions posées d'une année à l'autre.

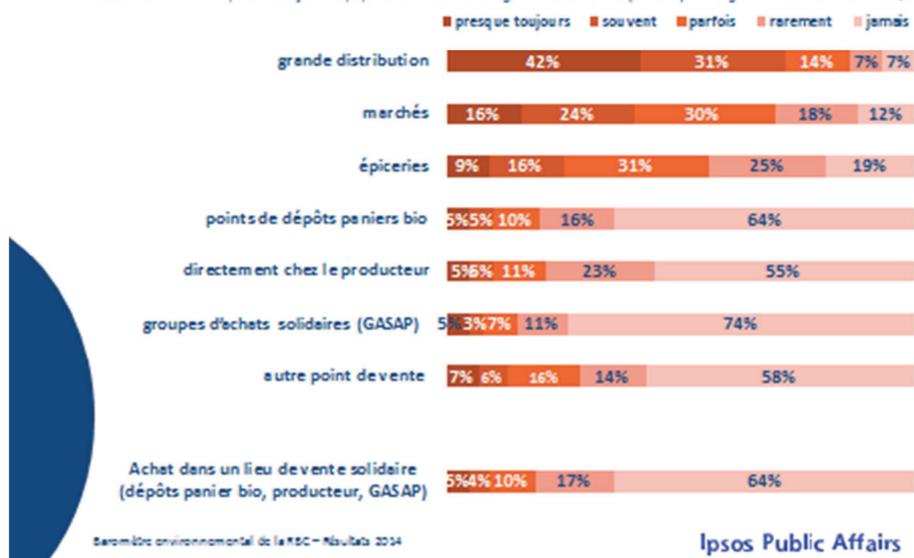


Question 25. Où achetez-vous vos fruits et légumes frais?



Les Bruxellois achètent le plus souvent leurs fruits et légumes frais dans un magasin de la grande distribution : 7 sur 10 les y achètent presque toujours ou souvent. 9% des Bruxellois fréquentent des points de vente solidaires (points de dépôts de paniers Bio, directement chez le producteur ou GASAP).

Q22 A quelle fréquence, achetez-vous vos fruits et légumes frais dans les points de vente suivants ?
 Base : Échantillon représentatif de la population bruxelloise âgée de 16 à 75 ans (n=1005) – Marge d'erreur maximale de 3,09 pts %



Baromètre environnemental de la RBC - Résultats 2014

Ipsos Public Affairs 65

Moyens d'approvisionnement alternatifs en alimentation

A côté de l'approvisionnement classique en magasin, il y a différentes alternatives possibles qui existent sur le territoire de la RBC.

Parmi celles-ci, Atrium relève le succès des marchés hebdomadaires (bios ou non). Ceux-ci complètent l'offre des commerces. En 2013, on dénombre 64 marchés hebdomadaires en RBC alors qu'on en recensait seulement 29 dans les années 40. L'envie de produits frais et de convivialité, entre autres, pousse, en effet, les ménages à retourner vers les maraîchers.



Cette dynamique positive évolue vers l'ouverture de nouveaux marchés dits de soirée ou à thème. Ces événements sont porteurs de cohésion sociale dans le quartier et d'animation. L'objectif est également d'attirer une clientèle plus jeune qui pourra venir boire un verre et déguster des spécialités sur le marché. Cela permet également aux gens qui travaillent durant la journée de venir.

Nous pouvons citer par exemple les initiatives suivantes :

- Marché de la place des chasseurs ardennais, Schaarbeek (vendredi soir)
- Marché gourmet du Grand sablon, Bruxelles ville (jeudi soir)
- Marché place du châtelain, Ixelles (mercredi soir)
- Marché durable du chant d'oiseau, Woluwe Saint Pierre (jeudi soir)

A côté des marchés hebdomadaires, nous identifions également l'approvisionnement au moyen du dispositif de panier. Ce moyen d'approvisionnement peut se décliner en différentes variantes mais le principe de base est de s'abonner à un système de panier (composé ou à composer via internet) que l'on vient chercher dans un point de dépôt. Les initiatives se développent depuis plusieurs années en RBC au travers par exemple :

- Le réseau GASAP (73 GASAP, territoire Sud-Est : Etterbeek, Ixelles, St-Gilles, Schaerbeek, Bruxelles centre) ;
- L'heureux Nouveaux (territoire de Bruxelles EST : St-Gilles, Ixelles, Etterbeek, Schaerbeek, St-Josse, Bruxelles, Uccle (points relais), Woluwé St-Pierre) ;

Sur un territoire plus large :

- La ferme Nos Pilifs
- Topino
- La ruche qui dit oui
- Bioceno
- Ferme du Montaval
- Etc.

Points clés de l'analyse :

- ✓ développement des commerces de proximité de type épicerie par les grandes enseignes : Carrefour express, City Delhaize, etc. Les commerces de petite taille (indépendants ou format mini des grandes enseignes) offrent une garantie d'un accueil et d'un service de qualité et un gain de temps.
- ✓ suprématie des grandes surfaces dans le marché de l'alimentation
- ✓ selon l'observatoire du commerce, les moyens d'approvisionnement des ménages en alimentation vont devoir s'adapter aux facteurs suivants (Observatoire du commerce 2008):
 - le vieillissement de la population, groupe cible des seniors: mobilité réduite, alimentation et profils de dépenses différents, etc. ;
 - l'augmentation des exigences des consommateurs par rapport à la qualité des produits et des commerces : principe de qualité où on se démarque en proposant des concepts originaux ;
 - le besoin de proximité ne s'applique plus autant aux achats non quotidiens : si l'offre ne lui convient pas, le consommateur est prêt à se déplacer plus loin ;



- le manque de temps, gestion du temps de plus en plus importante : les courses alimentaires sont de plus en plus perçues comme une corvée et une perte de temps. Les petites surfaces sont appréciées dans ce cas-là.
- ✓ Succès des marchés hebdomadaires (Baromètre 2014, Atrium)
- ✓ L'analyse par rapport aux résultats des différentes enquêtes doit être considérée avec précaution car on observe une forte variation des demandes et habitudes d'alimentation d'un quartier à l'autre. En comparant deux études faites par Atrium en 2010 dans un quartier à St-Josse et dans un quartier à Bruxelles centre, on peut, en outre, relever que :
 - 10% de plus d'achats dans le hard discounter par les habitants de Bruxelles centre ;
 - 28% de plus d'achats sur les marchés par les habitants de St-Josse ;
 - plus d'achats en épicerie et magasins de détails spécialisés à St-Josse ;
 - plus d'achats durables (bio, équitables, du terroir) à St-Josse tandis qu'à Bruxelles Centre les achats à prix discount sont plus fréquents.

3.3. Quel est le temps moyen consacré au repas et à la préparation ?

Une enquête réalisée auprès d'un échantillon de 602 belges (Patteson 2006) montre que le repas du soir est le repas le moins souvent sauté (pris quotidiennement par 94,8%), tandis que le petit-déjeuner est le repas le plus souvent raté (pris quotidiennement par 65,8% et encore moins pour les 19-29 ans) (Patteson 2006). Le repas du midi est pris quotidiennement par 84,4% des gens. 14,9% des gens mangent fréquemment un petit en-cas plus tard dans la soirée.

Les repas du matin et du soir sont généralement pris à la maison (86,5% et 94,5%) (Patteson 2006). Le repas du midi est pris par 34% des gens à la maison, 51,6% au bureau ou à l'école (24,1% de repas chaud et 27,5% de sandwich ou plat préparés) et 14,4% ailleurs.

En ce qui concerne la durée de préparation du repas principal (=repas du soir dans la plupart des cas) (Patteson 2006):

- 42,4% y passent moins d'une demi-heure
- 37,3% y passent de 30 minutes à une heure
- 20,3% y passent plus d'une heure

La durée du repas principal :

- 51,7% des gens mangent en moins d'une demi-heure
- 41% entre 30 minutes et une heure
- 7,3% plus d'une heure

Points clés de l'analyse :

- ✓ Le temps consacré à la préparation et la prise des repas est inférieur à 30 min pour la majorité des belges. Cela peut expliquer que les plats préparés ont de plus en plus de succès. Les repas préparés vendus en grande surface (pizzas, lasagnes, boîtes, plats complets surgelés, etc.) sont achetés par plus de 60% des Belges lors de leurs courses alimentaires. Ces plats sont appréciés pour leur facilité et leur rapidité. Paradoxalement, 68,9% des Belges pensent qu'ils ne sont pas équilibrés et 83,3% pensent qu'ils ne sont pas meilleurs que des plats cuisinés maison.



- ✓ Selon Daniaux (2008), un consommateur à revenu modeste sur 3 ne cuisine jamais. Ces consommateurs achètent plus souvent des plats préparés que les autres groupes sociaux (pizza, sandwich garnis, salades composées, etc.).

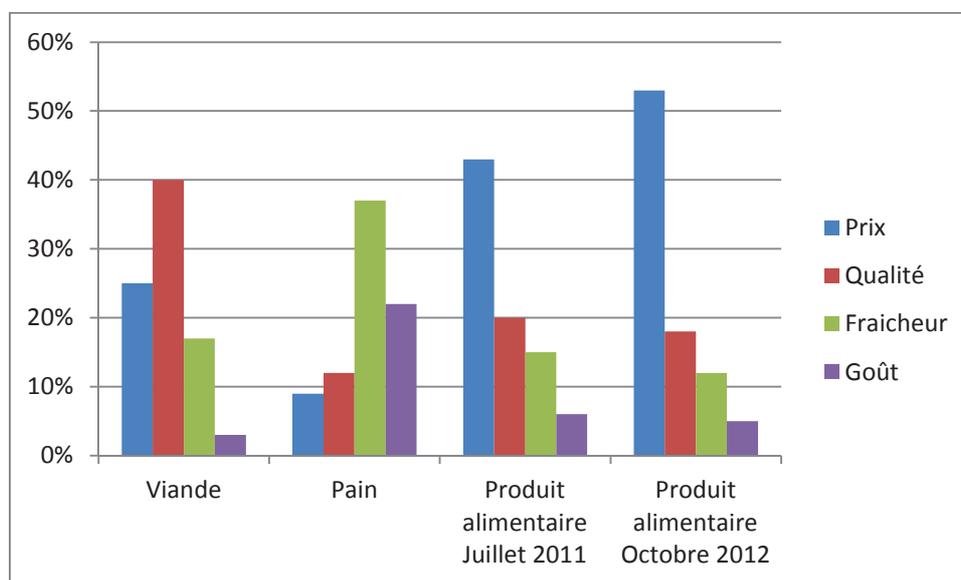
3.4. Quels sont les critères de décision/de choix lors des achats alimentaires ?

Les sources principales d'informations concernant les critères d'achats de consommateurs en termes de produits alimentaires sont les **enquêtes qualitatives du CRIOC**.

Lorsque l'on interroge les belges sur leur premier critère de choix lors de leurs achats alimentaires en général (CRIOC 2011) :

- 43% citent le prix
Remarque : l'importance du prix augmente avec la taille de la famille
- 20% citent la qualité
- 15% citent la fraîcheur
- 6% citent le goût
- 4% citent la marque
- 3% citent le caractère bio ou sans pesticide
- 1% cite l'info sur l'étiquette

Différentes enquêtes ont également été menées sur des catégories de produits en particuliers. Nous avons regroupé sous forme d'un tableau, pour comparaison, des critères de choix en fonction des catégories de produits (compilation des sources CRIOC) :

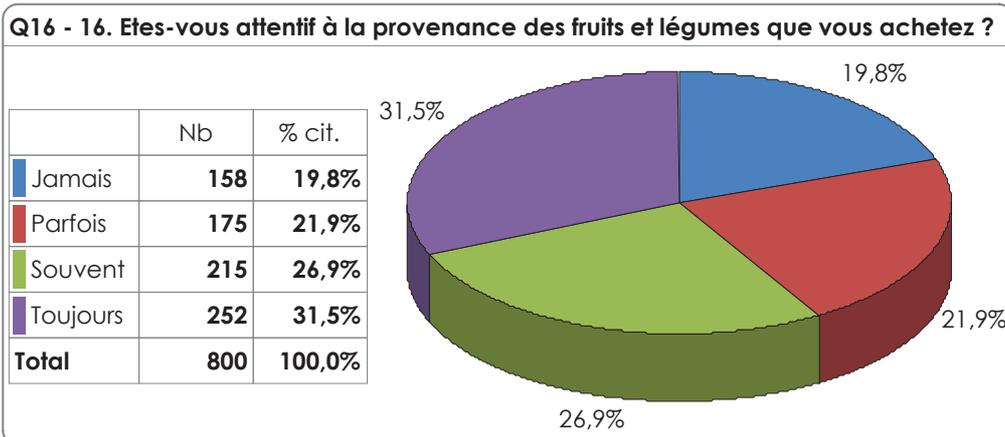


On peut mettre en évidence que les critères de choix varient d'un produit à l'autre mais que lorsque les consommateurs sont interrogés sur leurs achats généraux en produits alimentaires c'est toujours le prix qui est le critère de choix le plus important. Il prend encore plus d'importance en 2012 qu'en 2011.

Pour les fruits et légumes, selon le baromètre de comportement de la population RBC² (IBGE-BIM, 2012), moins de 50% des consommateurs sont attentifs à leur provenance.

² Enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 800 personnes habitant en RBC (249 en face-à-face et 552 par voie téléphonique)





Pour le critère de la saisonnalité, 50% des interrogés font toujours ou souvent attention à celui-ci lors des courses.

Concernant ces deux questions, il est intéressant de relever que les croisements selon les facteurs : âge, diplôme, statut ou encore situation familiale sont très significatifs et aux mêmes observations. A priori, les bruxellois disposant d'un diplôme de l'enseignement supérieur et les personnes âgées (+ 60 ans) sont proportionnellement plus attentifs à la provenance et la saisonnalité.

Les résultats du baromètre 2014 (IBGE-BIM, 2014), sont difficilement comparables avec les baromètres précédents car les questions ne sont pas les mêmes ni posées de la même façon. Concernant les critères d'achat des fruits et légumes, les interrogés devaient choisir parmi une liste de critères les trois les plus importants pour eux. Les résultats montrent que les critères : prix (27%), saisonnalité (21%) et aspect (16%) arrivent en tête de liste.

L'apparition de nouveaux critères d'attention

La demande d'information et de transparence sur les produits alimentaires via les étiquettes ou les vendeurs, constitue une nouvelle tendance parmi les consommateurs (Solidaris 2013)³.

Baucoup de consommateurs expriment des difficultés à décrypter les étiquettes, encore plus pour les groupes sociaux inférieurs. Les informations les plus lues sur les étiquettes sont (AFSCA 2013):

- la date de péremption (toujours lue ou souvent par 90% des gens)
- les conseils de préparation (toujours lus ou souvent par 70% des gens)
- les conseils de conservation (toujours lus ou souvent par 64% des gens)
- la liste des ingrédients (toujours lue ou souvent par 51% des gens)

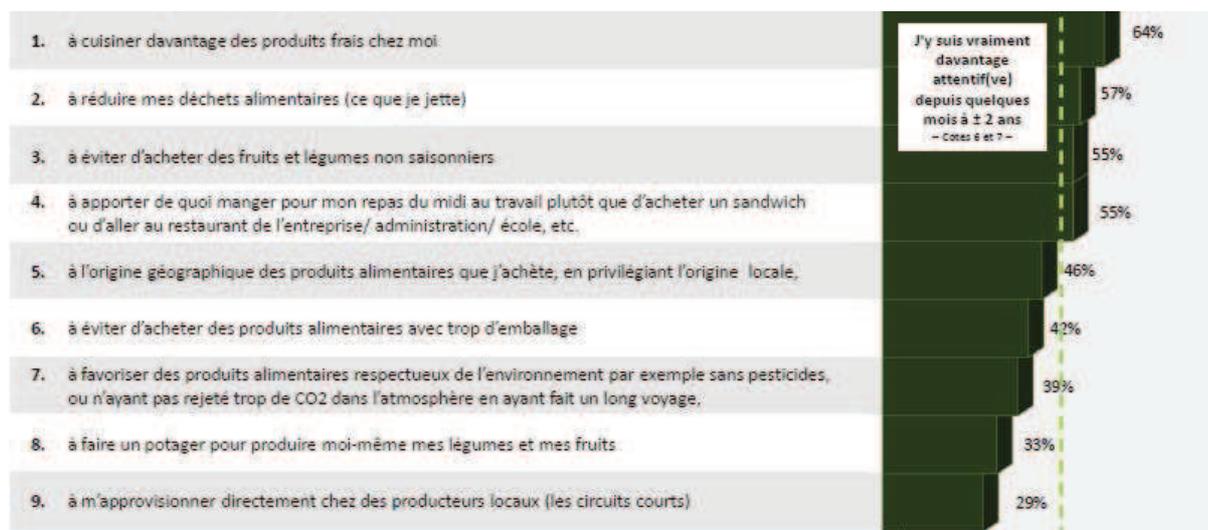
Les consommateurs doutent de plus en plus en la fiabilité des labels et affirmations des producteurs. 25% pensent qu'ils ne sont pas forcément garantis par l'État. Et même le label "Bio" ne paraît pas constituer une vraie garantie de qualité pour la santé et l'environnement. (Solidaris 2013).

La majorité des personnes sont sensibles aux messages de santé publique (mangez sainement, etc.) et lorsqu'ils achètent des produits alimentaires, une majorité d'entre eux – six sur dix – a vraiment des exigences, notamment de savoir d'où viennent les produits et quelles transformations ils ont subis. Etc.

³ Enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1200 personnes "principales responsables des achats du ménage – PRA – âgées de 18 à 70 ans vivant en Communauté française.



Plus précisément, l'enquête Solidaris met en évidence ce à quoi les consommateurs sont plus attentifs depuis 2 mois à 2 ans :



Points clés de l'analyse :

- ✓ L'enquête Solidaris réalisée en 2013, est intéressante et interpelle sur la perception de l'offre alimentaire par le consommateur. En effet, malgré le fait que le consommateur cite la qualité du produit comme critère de choix lors de ses achats alimentaires (CRIOC 2011) et une demande de transparence, l'enquête souligne que deux personnes sur trois estiment que "la majorité des produits alimentaires qu'on nous propose présente un risque important pour notre santé". Uniquement 9% des consommateurs pensent que les Pouvoirs publics nous protègent en garantissant la qualité des produits alimentaires pour la santé et l'environnement.

Confronté à une offre perçue comme opaque et dont il soupçonne les effets négatifs sur la santé et l'environnement, certains tentent de devenir acteurs et de se donner les moyens d'agir sur eux-mêmes mais près d'une personne sur deux semble ne pas croire qu'il est possible d'agir.

- ✓ Les enquêtes sur les critères de choix des consommateurs en termes d'alimentation sont fondées sur du "déclaratif" et il y a souvent une marge entre le déclaratif et les pratiques.
- ✓ L'autre limite de ces enquêtes est qu'il n'y a pas d'information sur les critères de choix par catégorie de produits alimentaires (hormis pour le pain et la viande), or ces critères varient énormément en fonction des produits.
Globalement quand on interroge le consommateur sur ses achats en général, il cite le prix comme critère premier de choix or quand on l'interroge sur les critères d'achat pour le pain et la viande, le prix n'apparaît qu'en 4^{ème} et 2^{ème} position.
- ✓ Le critère « qualité » est souvent cité comme un critère de choix important lors des achats alimentaires. Or les consommateurs parlent également du goût, de l'aspect et de la fraîcheur. Que met dès lors le consommateur derrière le mot qualité ?



- ✓ On constate pour tous les produits, dans le cadre des enquêtes du CRIOC, que les critères de circuit-court/locaux, équitable ou respectueux de l'environnement n'apparaissent pas dans les critères de choix principaux cités *spontanément* par les consommateurs. Ces critères apparaissent lorsqu'ils sont *proposés* au répondant dans une liste (critères à classer selon l'importance qu'ils représentent dans le choix).
- ✓ Lorsqu'il y a proposition, le critère frais et de saison primerait par rapport aux critères circuit court et respect de l'environnement.



4. ETAT DE LA CONSOMMATION ET PERCEPTIONS DES PRODUITS DITS DURABLES

4.1. Quelle est la perception des produits dits durables?

La montée en puissance des préoccupations éthiques, sociales et écologiques est une tendance marquante de la dernière décennie dans la sphère de la consommation, notamment avec le succès du bio et du commerce équitable (Test-Achats 2013). Malheureusement, beaucoup de consommateurs sous-estiment encore beaucoup leur propre rôle et pointent du doigt les autorités publiques et les entreprises.

Il n'y a pas d'études spécifiques qui se sont penchées sur la perception du concept d'alimentation durable en tant que tel chez les consommateurs. Néanmoins, les différents spectres de la durabilité ont été sondés au travers les concepts suivants :

- la perception du bio ;
- la perception de produits wallons ;
- la perception due au « circuit court » ;
- la perception des produits locaux et de saison ;
- la perception de la consommation de viande.

Perception du bio (CRIOC 2008) :

Concernant la perception de l'alimentation biologique :

- 77% pensent qu'elle est meilleure pour la santé
- 83% pensent qu'elle est plus respectueuse de l'environnement
- 67% pensent qu'elle a meilleur goût

Le label est la marque la plus reconnue par les consommateurs pour identifier les produits biologiques.

Perception de l'agriculture wallonne (CRIOC 2008) :

Perception des produits issus de l'agriculture wallonne :

- plus de la moitié des consommateurs associent produit wallon à la qualité (appétissant, parfumé, savoureux), un produit sain et en lien avec le monde rural
- moins de 50% des consommateurs associent produit wallon et caractère artisanal, naturel et beau

Plus de 80% des consommateurs pensent que les produits wallons sont sains, bons pour la santé et d'excellente qualité.

Une grande majorité de consommateurs pensent que les animaux élevés en Wallonie disposent de suffisamment d'espace, d'une alimentation de qualité et sont souvent élevés en plein air et non dans des espaces clos.

Perception des circuits courts (CRIOC 2010)

- Intérêt pour les circuits courts :
 - marchés, magasins de proximité et vente à la ferme sont les moyens de circuit court considérés comme les plus intéressants d'après 50% des consommateurs
 - vente en tournée, marché à la ferme, vente sur internet ou paniers collectifs n'ont d'intérêt que pour moins de 25% des consommateurs wallons et bruxellois
- Intérêt pour les produits distribués par les circuits courts :



- fruits-légumes : intérêt pour 31% des consommateurs wallons et bruxellois
- produits bios : intérêt pour 37% des consommateurs bruxellois (> intérêt des consommateurs des villes wallonnes)
- les produits dérivés et laitiers intéressent moins en circuits courts : intérêt pour 2% des consommateurs bruxellois
- Mode d’approvisionnement en circuit-court :
 - Paniers (= vente de paniers de produits de plusieurs producteurs. Paniers types ou sur commande, disponibles dans un point de vente relais) :
 - 29% des consommateurs wallons et bruxellois connaissent et 17% trouvent ce circuit court intéressant. Seuls 6% des consommateurs bruxellois et wallons l’utilisent réellement.
 - Vente par internet :
 - connu par 60% des Bruxellois (moins en Wallonie)
 - réellement utilisé par 2% des Wallons et Bruxellois (en villes wallonnes : 8%)
 - Groupes d’achat commun :
 - connus par 11% des consommateurs wallons et bruxellois, intérêt pour 6%
 - utilisé par 1% des consommateurs wallons et bruxellois

Perception de l’alimentation durable par les bruxellois

- Produits locaux et de saison :
 - En 2012, seulement 25% de la population est capable de donner une définition précise de la notion de « produit local et de saison » :
 - « Produit qui vient de pas trop loin et qui est produit spontanément sans serres »
 - « Qui pousse selon la saison et qui vient des environs »

16% ne sait pas du tout ce que cela signifie. Le reste des interrogés illustrent le concept par un exemple ou donnent une définition partielle:

- « Manger des chicons en hiver et des fraises en été »
- Local - lieu: « Produit fait en Belgique », « de chez nous » « de nos régions » « Produit qui n’est pas tropical »
- Local – distance : « Produit qui ne nécessite pas de transport » « produit à moins de 50 km de l’assiette » « Produit qui est créé là où on habite »

(IBGE-BIM, 2012)_

- Perception des alternatives végétariennes:
 - En 2008, 35% de la population déclarait diminuer souvent ou systématiquement leur consommation de viande. En 2012, ils étaient 50% à le faire, soit une augmentation de plus de 40% depuis 2008. Les personnes qui ont le plus tendance à diminuer leur consommation de viande et charcuterie sont les personnes plus âgées (68%) et les femmes (61%).
 - En parallèle, 54% de la population estimait devoir manger moins de viande. (EVA, 2011)



- La majorité des Bruxellois ne mangent jamais (53%) ou moins d'une fois par mois (28%) de produits alternatifs à la viande. Les principales raisons pour ne jamais ou rarement manger végétarien sont : le manque d'intérêt (23%), « ne pas y avoir pensé » (22%), le goût (22%), le manque d'expérience culinaire (20%) et le coût (20%). La protection de l'environnement est le dernier argument (1%).

Points clés de l'analyse

- ✓ Les fruits, légumes et produits biologiques sont les produits les plus recherchés dans le cadre de l'approvisionnement en circuit-court
- ✓ A ce jour, nous n'avons pu identifier aucune source de données qui pouvait nous renseigner plus loin sur la perception des consommateurs vis-à-vis des produits locaux. Néanmoins, le développement au sein des grandes surfaces des rayons spécifiques destinés aux produits locaux nous renseigne sur l'intérêt des consommateurs par rapport à l'origine du produit. Mais cela ne donne pas d'information sur ce que le consommateur considère comme local : belge ? Pays limitrophes ? Wallons ? De part la diversité culturelles et du faible bassin de production que représente le territoire de la RBC, la perception du local au niveau de la population bruxelloise mérite d'être investiguée.
- 92% des Bruxellois interrogés lors de l'enquête EVA⁴ (2011) connaissent le principe du jeudi veggie. A titre de comparaison, le concept est connu par 27% des interrogés à Gand. Cependant 74% des interrogés bruxellois n'ont jamais, au cours des 12 derniers mois, participé à un jeudi veggie (54% à Gand).

4.2. Quelles informations sur la consommation des produits dits durables ?

Consommation des produits biologiques

En Belgique, la part de marché des produits biologiques frais alimentaires est restée stable après quelques années de croissance et se situe à 2% en 2013 (Bioforum, Le bio en chiffres, 2013).

Cette part de marché diffère grandement d'un produit à un autre. Les substituts de viande ont la plus grande part (19%), mais ont perdu du terrain ces deux dernières années. Les autres catégories à forte part de marché sont les œufs (8,7%), les légumes (5%) et le pain (3%). Ces catégories ont augmenté leur part d'année en année, excepté le pain et les produits laitiers qui eux restent stables. Les viandes sont quant à elles en dernière place avec 0,6%. L'alimentation végétale représente 38% des dépenses de produits frais bios (contre 19% en conventionnel) tandis que les produits animaliers représentent 24% (contre 37% en conventionnel) de celles-ci. (Bioforum, Le bio en chiffres, 2012).

En 2013, en Belgique, les dépenses⁵ ont augmenté de 10%. Si on considère la période de 2008 à 2013, c'est à Bruxelles que l'augmentation a été la plus grande. En effet, les dépenses ont plus que doublé ces 5 dernières années (Bioforum, Le bio en chiffres, 2013).

Consommation équitable

Les consommateurs achètent plus de produits bios que de produits équitables (Test-Achats 2013).

⁴ L'échantillon était composé de 453 bruxellois.

⁵ Dépenses des ménages belges pour les produits frais biologiques.



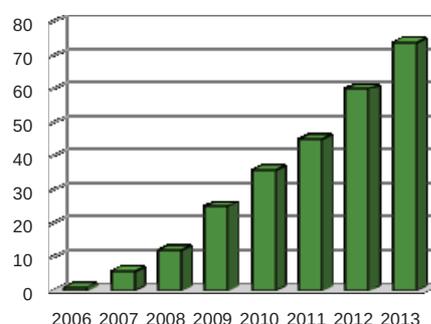
- moins d'un quart achète régulièrement équitable (ou évitent d'acheter des produits connus comme non équitables)

Le volume des ventes au détail des produits issus du commerce équitable labellisés Fairtrade est l'addition des produits achetés au détail (magasins et supermarchés) et les produits vendus pour une consommation à l'extérieur de la maison (cafés, restaurants etc). Ce volume est exprimé en millions d'euros et se base sur le prix moyen des produits tel que vendus en magasin. Cet indicateur est calculé par Fairtrade International. L'estimation du volume des ventes au détail des produits issus du commerce équitable labellisés Fairtrade en Belgique est passé de 13,6 millions d'euros en 2004 à 85,8 millions d'euros en 2012. Malgré cette très forte hausse, cela représente une part de marché très faible. Des exemples de produits sont le café, le chocolat, les bananes et le coton⁶.

Consommations alternatives : quelques chiffres

- Paniers GASAP : 73 GASAP à Bruxelles avec une moyenne de 15 paniers par GASAP, cela représente presque 2200 personnes investies dans des GASAP à Bruxelles. En termes d'approvisionnement, 21 producteurs au total dont 15 maraîchers.

Evolution du nombre de GASAP



- L'Heureux Nouveau, distributeur de paniers biologiques à vélo, succès des paniers bios très rapide traduisant une demande du côté des consommateurs. Après 2 mois, l'Heureux Nouveau livrait 80 paniers/sem, après 2 ans, ils sont à 350 paniers/sem.
- Nos Pilifs

La ferme Nos Pilifs est un des plus acteurs de la livraison de paniers biologiques en RBC. La commande des produits s'effectue en ligne et les paniers sont livrés dans plusieurs points de dépôts. Il existe plus d'une vingtaine de points relais dans la région bruxelloise.

Points clés de l'analyse

- ✓ Il y a peu d'information sur la consommation (en termes chiffrés) des produits alimentaires durables par les ménages en RBC. Cela est dû à plusieurs facteurs :
 - Les critères de l'alimentation durable « objectivables » et mesurables sont peu nombreux. Les produits biologiques et Ferrade peuvent faire l'objet d'un relevé et suivi. Cependant, concernant la consommation des produits de saison ou des produits locaux, il est beaucoup plus difficile de s'accorder sur leur définition et dès lors leur mesure.

⁶ Indicateurs de développement durable - <http://www.indicators.be/> consulté le 1 avril 2014.



- Les informations plus complètes en termes de consommation sont en majorité payantes et détenues par les acteurs spécialisés de la distribution (axe : offre alimentaire).
- ✓ EVA a collecté des estimations sur la consommation des produits végétariens sur base d'une enquête qualitative mais cela est un sondage, une perception plutôt qu'un suivi de consommation.



5. SATISFACTION DES MÉNAGES PAR RAPPORT À L'OFFRE ALIMENTAIRE DURABLE

Perception de l'offre alimentaire en général

La qualité de l'alimentation occupe la 4^{ème} place des préoccupations environnementales de la population de la fédération Wallonie-Bruxelles selon un sondage de 2013⁷ (IEW, 2013).

DEDICATED

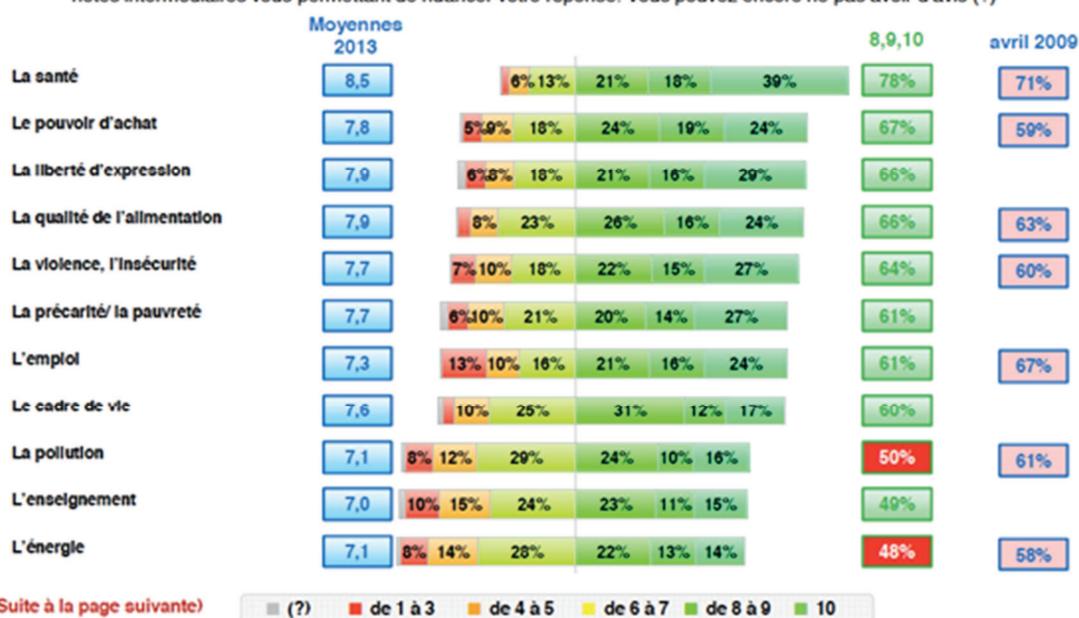


1. Les préoccupations environnementales de la population



1.1. Place des préoccupations environnementales dans l'ensemble des préoccupations

Q2 a) Voici une série de thèmes pour lesquels nous vous demandons d'indiquer votre degré de préoccupation. Répondez svp à l'aide d'une note entre 1 et 10 où 10 signifie que ce thème vous préoccupe beaucoup et 1 qu'il ne vous préoccupe pas du tout, les notes intermédiaires vous permettant de nuancer votre réponse. Vous pouvez encore ne pas avoir d'avis (?)



© Dedicated 2013

%, réponses assistées; base : échantillon total : N = 1.2031

12

A l'échelle francophone, l'enquête Solidarisa 2013 a mis en évidence une mauvaise perception du consommateur par rapport à l'offre alimentaire en générale.

Au niveau de la RBC, le baromètre 2014 de l'Atrium⁸ a pu mettre en évidence des attentes des consommateurs par quartier par rapport à l'offre commerciale. Certains quartiers ont souligné des besoins en termes d'offre alimentaire. Il est difficile de compiler les données car elles sont très différentes d'un quartier à l'autre. Nous avons **répertorié par quartier les attentes en termes d'alimentation** :

- La Chasse : favoriser les commerces de proximité (boulangerie, poissonnerie, magasin de fruits et légumes, boucherie belge) et de produits du terroir
- Matonne : développer des commerces avec une plus grande diversité au niveau alimentaire

⁷ Le sondage a été réalisé par Dedicated entre le 28 août et le 5 septembre 2013 auprès d'un échantillon de 1.203 personnes représentatif des Wallons et Bruxellois âgés de 18 et plus.

⁸ Le baromètre : une approche quanti et qualitative. L'enquête quantitative du baromètre s'effectue sur une semaine. Seuls les clients qui ont déjà effectué un achat dans le quartier sont interrogés. La taille de l'échantillon varie de 80 à 800 personnes en fonction du caractère commercial du quartier. L'approche qualitative se réalise sous forme de panel rassemblant 6 à 10 participants.



- Saint-Boniface : accueillir des commerces de proximités (boulangerie, légumes, poissonnier) et commerce de produits biologiques
- Saint-Gilles centre : en attente de boucherie belge, boulangerie belge, commerce équitable et magasin bio.
- Madou : diversifier les commerces alimentaires et rehausser la qualité. L'offre commerciale doit être plus multiculturelle.
- Brabant : stimuler l'implantation de commerces alimentaires s'axant davantage sur les produits frais. Ouverture d'une supérette marocaine/maghrébine.
- Cure hem : augmenter le professionnalisme au niveau des commerçants, créer une offre plus variée, augmenter la qualité des commerces et introduire nouvelles tendances (exemple : bio).
- Chaussée de Ninove : stimuler l'implantation de commerces de proximité et s'axer davantage sur les produits frais en tenant compte du caractère multiculturel du quartier.
- Saint- Guidon : implantation de commerces artisanaux (glacier, restaurant du terroir, boulangerie artisanale, etc.)
- Saint-Denis : élargir l'offre au niveau des produits belges et du terroir
- Miroir : stimuler l'implantation des commerces de proximité
- Karr veld : promouvoir l'implantation des commerces qui se lient aux nouvelles tendances bio, durable, etc.

Points clés de l'analyse

- ✓ Globalement, en termes de perception de l'offre alimentaire en générale, les consommateurs sont peu satisfaits par rapport à celle-ci (Les études du CRIOC et l'enquête Solidarisa). D'emblée, une majorité affirme avoir une image plutôt mitigée de l'industrie agro-alimentaire. Et même un tiers des personnes disent en avoir une mauvaise image. Seule une personne sur dix dit en avoir une très bonne image. Une majorité reproche aux entreprises agro-alimentaires un manque de transparence et même une volonté délibérée de ne pas informer honnêtement les consommateurs. (Solidaris, 2013).
- ✓ L'étiquetage des produits n'est pas bien perçu : une majorité estime que ces étiquetages sont incompréhensibles et que rien ne garantit leur exactitude. Seule moins d'une personne sur dix a un avis vraiment positif concernant l'étiquetage.
Plus le niveau d'études est faible, plus on exprime cette difficulté à comprendre l'étiquetage et donc plus on est nombreux à exprimer un doute sur leur exactitude.



5.1. Quelle est la satisfaction au niveau de l'accessibilité et la diversité des produits durables?

En Belgique, 45% du bio est acheté dans les supermarchés classiques (hors discount), 31,5% dans les magasins spécialisés, 11,5% dans les magasins de proximité (VLAM 2013). Et, en général, le bio est perçu comme trop cher. Logiquement davantage parmi ceux dont les ressources financières sont faibles. (Solidaris, 2013).

En ce qui concerne les paniers alimentaires (CRIOC 2010):

Lieux et mode de livraison :

- la livraison en un point fixe (à domicile ou à proximité du domicile) est essentielle pour augmenter l'attractivité
- les consommateurs sont prêts à parcourir jusqu'à 1,6 km pour se rendre au point d'enlèvement du panier collectif

Fréquence de distribution :

- la distribution hebdomadaire recueille le plus de préférence (entre des propositions de plusieurs fois par semaine ou une fois toutes les deux semaines)

Moment de livraison :

- la livraison le soir est plus appréciée que la journée ou le matin

Contrainte de souscription :

- la formule d'engagement sur la durée la plus courte est celle qui recueille le plus de préférences

La formule des paniers ne convient toutefois pas à tout le monde. Pas moins de 19 interrogés sur 30 ont ainsi décidé de renoncer à leur abonnement, le plus souvent pour des raisons pratiques (Test-Achats 2013):

- o devoir retirer le panier chaque semaine au même endroit est contraignant (12/19)
- o le point de retrait est trop éloigné (3/19)

Diversité de l'offre au niveau des paniers

Attentes en matière de contenu du panier (CRIOC, 2010) :

- o la proposition de plats tout préparés n'augmente pas l'intérêt, par contre l'insertion de recettes ou de listes de courses augmente l'intérêt de 9% et 4%.
- o Les fruits et légumes sont les produits les plus prisés et 24% des Bruxellois les veulent bio.
- o Attentes en termes d'autres produits
 - o produits dérivés de fruits et légumes (compotes, confitures, soupes, jus,...): 67% des Bruxellois, surtout les moins de 30 ans (73%)
 - o produits laitiers : 68% en veulent dans leur panier (surtout les 30-39 ans) et la moitié les veulent bios
 - o pâtisseries, tartes, pain : 59% des Bruxellois en veulent dans leur panier

La formule des paniers bios ne convient toutefois pas à tout le monde. Pas moins de 19 participants sur 30 ont ainsi décidé de renoncer à leur abonnement, le plus souvent pour des raisons pratiques :

- o nous préférons composer nous-mêmes notre menu (9/19)
- o les paniers ne sont pas assez variés (8/19)



- les quantités ne me conviennent pas (7/19)
- je n'aime pas dépendre d'un abonnement (7/19)

Points clés de l'analyse

- ✓ L'analyse du baromètre 2014 de l'Atrium, met en évidence les attentes des différents quartiers pour satisfaire une offre alimentaire de qualité qui couvrent leurs besoins. L'identification de ces besoins, renseigne sur leur perception de l'alimentation. L'enquête n'a pas été plus loin dans l'image de l'alimentation durable au sein de ces quartiers. Néanmoins, on retrouve chez les consommateurs de fortes attentes en termes de commerces de proximité, de produits belges et de produits frais.
- ✓ Les informations concernant la satisfaction des consommateurs par rapport aux produits alimentaires dits durables sont limitées.

5.2. Quelle est la satisfaction au niveau du rapport qualité/prix ?

Les produits bios, écologiques et équitables sont perçus comme trop chers.

- 54% des consommateurs le pensent pour le bio, dont la majorité provient de classes populaires (CRIOC 2008)
- 49% des consommateurs le pensent pour les produits équitables (Test-Achats 2013)
- 63% pour les produits écologiques (Test-Achats 2013)

Le Belge moyen ne pense pas que les produits écologiques et équitables soient de meilleure qualité, contrairement aux produits bios perçus comme sains et de meilleure qualité.

La formule des paniers bios ne convient toutefois pas à tout le monde. Pas moins de 19 participants sur 30 ont ainsi décidé de renoncer à leur abonnement, le plus souvent pour des raisons pratiques :

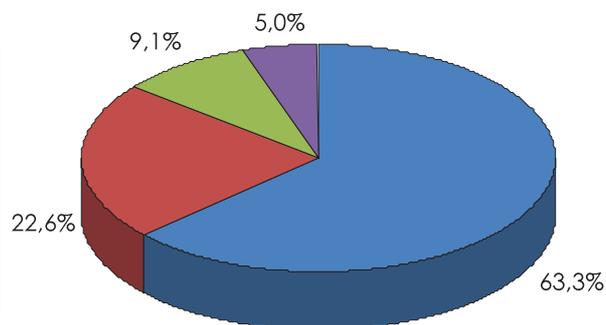
- l'abonnement était trop cher (5/19)
- la qualité et la fraîcheur des produits laissaient à désirer (3/19)
- Perception du coût de l'alimentation durable (IBGE-BIM, 2012) :

Selon le baromètre bruxellois, plus de 60% des interrogés pensent que c'est plus cher de manger durable. Et contrairement aux questions liées à la provenance ou saisonnalité, les facteurs : âge, diplôme, statut ou encore situation familiale ne sont pas significatifs.



Q18 - 18. A votre avis, manger " durable " (frais, local, de saison, avec moins de viande, plus de légumes, des produits bio ou de qualité différenciée comme de terroir...) est-il plus coûteux que de consommer de manière classique ?

	Nb	% cit.
Oui, c'est plus cher	506	63,3%
Non, le coût est comparable	181	22,6%
Non, c'est même moins cher	73	9,1%
NSP	40	5,0%
Total	800	100,0%



Point clé de l'analyse :

- ✓ Les facteurs : âge, diplôme, statut ou encore situation familiale ne sont pas significatifs dans le cadre de la question sur la considération du coût de l'alimentation durable.

6. QUELS SONT LES FREINS ET LEVIERS POUR PASSER À UNE ALIMENTATION DURABLE

Leviers

- la perte de confiance en l'industrie agro-alimentaire est une force pour les circuits courts et l'alimentation durable en général ;
- Le modèle de circuit court représente le développement d'un lien de confiance entre le consommateur et le producteur. Cela confère une valeur supplémentaire aux produits ;
- Un des leviers de processus de transition vers l'alimentation durable est de considérer les consommateurs comme des acteurs du changement. Ils sont les « ambassadeurs de l'alimentation durable ». Par leurs acquis, ils sensibilisent leur entourage à une alimentation respectueuse de l'environnement et de l'humain. (Rencontre des continents, 2013) ;
- Pour penser et construire un processus éducatif autour de l'alimentation durable, il faut partir de la culture quotidienne des participants, en laissant libre cours à l'expression de leurs valeurs, leur vécu, leurs expériences, leurs habitudes, leur savoir et leurs savoir-faire. (Rencontre des continents, 2013) et (CARIA, 2013).

Il faut identifier des filières/solutions en alimentation durable qui ne modifient pas du tout au tout le comportement du consommateur (processus long).

Exemple: achat bio supermarché > achat bio panier > propre potager.

Il faut tenir compte d'une évolution graduelle des comportements (Défi Alimentation durable, Etterbeek).

Pour informations, tous les projets sur l'alimentation durable, en lien avec la cohésion sociale et l'éducation, soutenus par BE sont disponibles via le site :

<http://www.bruxellesenvironnement.be/Templates/Particuliers/informer.aspx?id=12137&langtype=2060>.



Freins

Selon l'expérience de différents acteurs interrogés, plusieurs freins à la transition vers l'alimentation durable ont peut être mis en évidence.

- Apprentissage du Défi Alimentation durable à Etterbeek (Etterbeek, 2011).

Selon une étude de Bruxelles environnement manger durable est plus coûteux que de consommer de manière classique pour 63% des interrogés. En effet, certains produits dits durables tels que les produits biologiques, par exemple, sont effectivement plus chers à l'achat il est donc nécessaire que les ménages acquièrent une réflexion plus globale qui ne s'acquiert que sur le long terme, via l'expérimentation personnelle

La moitié des ménages bruxellois sont composés de personnes isolées. Les personnes vivant seul éprouvent des difficultés à cuisiner qui sont liées à leur réalité de vie : manque de motivation de cuisiner pour soi tout seul, problèmes de quantité (que faire de tout un chou-fleur ?), de diversité (comment faire pour ne pas manger trois jours de suite la même chose ?). Il est donc utile de réfléchir aux questions de quantité, variété et diversité en réalisant par exemple des ateliers thématiques sur les différentes utilisations possibles des aliments, la cuisine des restes, le menu pour la semaine, les déclinaisons possibles d'un plat, l'adaptation des portions, etc.

Modifier ses habitudes de consommation est un processus qui doit nécessairement s'inscrire dans la durée. Les ménages estiment que ces changements peuvent s'étaler sur une période de minimum 1 an à 2-3 ans. La difficulté est d'ancrer ses changements dans le quotidien pour qu'ils deviennent un réflexe, une habitude. Ces recommandations ressortent aussi de l'expérience du projet « Du potager à la cuisine naturelle » (CARIA, 2013).

- Synthèses des conclusions de diverses publications et débats sur l'alimentation durable, organisés par Associations 21 ou des partenaires (Associations, 2014).

Un frein à l'alimentation durable à la fois social et économique : Bruxelles est une ville très duale et au fil des ans, le fossé se creuse encore entre riches et pauvres, usagers et habitants de la ville. Un quart de la population survit tant bien que mal. Il est difficile de dire à ces personnes de changer leurs habitudes alimentaires, quel choix ont-elles ?

Le manque de cohérence entre les politiques (santé et alimentation): pour obtenir des résultats durables à travers la sensibilisation et l'éducation. L'enjeu est donc ici aussi de protéger tous les consommateurs des méfaits de la malbouffe (obésité, toxicité, effets négatifs dans d'autres régions du monde...).

Cloisonnement des compétences régionales : Par une autre approche globale de l'aménagement du territoire : il faut décloisonner les politiques d'aménagement du territoire et d'alimentation durable. Ainsi, on a déjà perdu énormément de terres agricoles à proximité de Bruxelles, à cause de l'urbanisation : celle-ci doit dorénavant mieux prendre en compte la nécessaire relocalisation de l'agriculture. Certaines villes dans le monde conjuguent mieux l'habitat avec la fonction alimentaire du sol : Bruxelles pourrait s'inspirer de ces exemples probants.

- **CREDIBILITE DE L'INFORMATION** par rapport au durable
exemple scandale label MSC



TENDANCES EVOLUTIVES : PROPOSITION D'INDICATEURS ET D'OUTIS DE SUIVI

Dans cette section, nous proposons une série d'indicateurs et outils de suivi existants qui peuvent mesurer les tendances évolutives en termes de consommation alimentaire.

7. LES INDICATEURS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DU BUREAU FÉDÉRAL DU PLAN

Le bureau fédéral du plan a développé un set de 75 indicateurs de développement durable dont plusieurs sont en lien avec la consommation alimentaire. Les indicateurs phares (25/75) ont été actualisés en 2014 tandis que les autres sont basés sur les chiffres 2010.

Limites : ces indicateurs ne sont pas focalisés sur la RBC ni sur uniquement la demande des particuliers. Les chiffres intègrent la consommation globale sur le territoire belge. Ils ne sont pas mis à jour annuellement.

→ **Consommation apparente de viande**

La consommation apparente de viande est calculée à partir des bilans d'approvisionnement en additionnant la production et les importations de viande et en soustrayant les exportations de viande. Les données de consommation apparente de viande sont agrégées à partir des bilans distincts pour la viande bovine, la viande porcine et la viande de volaille. Elles sont exprimées en poids de carcasse. La consommation apparente de viande par habitant est définie comme le rapport entre la consommation apparente de viande et le nombre d'habitants.

La consommation de viande est considérée comme un indicateur phare mais les données n'ont pas été actualisées depuis 2010.

<http://www.indicators.be/fr/indicator/consommation-de-viande-poids-de-carcasse>

→ **Consommation certifiée: produits issus de l'agriculture biologique**

Part des dépenses consacrées à des aliments "biologiques" dans les dépenses alimentaires d'un ménage.

<http://www.indicators.be/fr/indicator/consommation-certifiee-produits-issus-de-lagriculture-biologique>

Cet indicateur peut être confronté aux rapports de Bio forum sur la consommation des produits biologiques.

→ **Consommation certifiée: produits issus du commerce équitable**

Volume des ventes au détail des produits issus du commerce équitable labellisés Ferrade.

<http://www.indicators.be/fr/indicator/consommation-certifiee-produits-issus-de-lagriculture-biologique>



8. L'ENQUÊTE BUDGET DES MÉNAGES

Cet indicateur renseigne la nature et la quantité des dépenses d'un échantillon de ménages pendant un an. Il renseigne donc par catégorie de produits alimentaires les dépenses engagées par ménage et par an.

Limites : les prix d'achats des produits alimentaires évoluent donc une augmentation du budget consacré à un produit ne signifie pas une consommation en augmentation. Et il y a une très grande variabilité au niveau du prix des produits au sein d'une même catégorie (exemple : hachis de porc et côte de bœuf de la catégorie viande). L'enquête est réalisée tous les deux ans.

9. LE BAROMÈTRE DE COMPORTEMENTS DE LA POPULATION EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT ET D'ÉNERGIE EN RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE

Le Barometer est une enquête qualitative construite autour de plusieurs questions, qui est confiée à un bureau d'expertise indépendant. Plusieurs questions sont en lien avec les comportements alimentaires des particuliers.

Limites: les questions varient d'une année à l'autre et donc ne permettent pas de construire des indicateurs pertinents.

Propositions: établir des questions clés qui doivent être présentées de la même façon chaque année afin de ressortir des indicateurs de l'évolution des comportements de la population. Tester le questionnaire en interne au sein de Bruxelles Environnement pour détecter les biais éventuels.

10. DIVERS

→ Moyens d'approvisionnement

- Part de marché des différents types de distributeurs (F1, F2, F3, et hard discount) – source Nielsen Company

Information : cet indicateur renseigne dans quel type de magasin (classés selon la taille) les consommateurs préfèrent aller faire leurs courses alimentaires.

Limites : Il n'y a pas d'information sur les moyens d'approvisionnements alternatifs (marchés ou paniers) ni sur la spécialité des magasins (bios, boulangerie, etc.). L'indicateur est calculé par Nielsen Company et sa mise à jour dépend d'eux. Ce n'est pas un indicateur construit sur des chiffres public.

- Évolution du nombre de GASAP – source : coordinateur GASAP

Information : cet indicateur est facilement calculable, propre aux ménages et à la RBC.

→ Temps consacrés à la préparation et au repas

Source enquête belge sur l'emploi du temps des ménages

<http://www.time-use.be/tostat/intro.php?lang=fr>

Information : cet indicateur permet de suivre l'évolution du temps que les ménages consacrent à leur repas.



Limite : le site n'est plus à jour.

→ **Critère de choix pour achat des produits**

Information : les enquêtes qualitatives du CRIOC renseignent sur les critères de choix pour plusieurs catégories de produits alimentaires.

Limites : les enquêtes ne sont pas mises à jour. De plus, elles ne sont pas comparables entre elles car pas conduites de la même façon. Il n'y a pas non plus une représentation de toutes les catégories de produits alimentaires. Enfin, qu'est-ce qu'on entend par un produit de qualité quand il y a également les critères : fraîcheur, aspect et goût ?

Proposition : élaboration avec le CRIOC d'une enquête annuelle portant sur les critères de choix pour l'achat des produits alimentaire.



CONSTAT PAR RAPPORT AUX SOURCES D'INFORMATION ET INFORMATIONS MANQUANTES ET RECOMMANDATIONS

11. CONSTATS PAR RAPPORT AUX SOURCES D'INFORMATION

Constat général

Il y a peu de comparaison possible entre les sources d'informations basées sur des enquêtes car les questions sont différentes par leur contenu et leur forme (libre, choix multiples, etc.). Parfois la comparaison n'est pas possible d'une année à l'autre pour la même source d'information telle que par exemple baromètre environnemental de Bruxelles environnement ou la nouvelle forme de l'enquête sur le budget des ménages,

Les informations sont peu actualisées. Il y a peu de sources qui datent d'après la crise de 2011. Or la crise a eu un impact sur le comportement des achats alimentaires des consommateurs.

Les informations dont on dispose du côté de la demande sont essentiellement qualitatives, elles sont donc soumises à un biais du à la différence entre l'intention/la déclaration et l'acte de achat. Beaucoup d'informations quantitatives sont détenues par les spécialistes des tendances de marché (Nielsen, GFK, etc.).

Il y a peu d'études coordonnées, chacune est faite séparément sans cohérence d'ensemble.

Les informations disponibles sont à l'échelle de la RBC hors, lors du développement de nouvelles filières locales en alimentation durable, il est intéressant de s'intéresser à une échelle de quartier. Le rapport pointe une forte variation des demandes et habitudes d'alimentation par quartier avec un mix variable entre marché hebdomadaire, hard discount, magasins de proximité, filières biologiques, etc.

Dans la même logique, il serait intéressant de faire un point sur les niveaux de revenus des habitants de RBC car de nombreuses études identifient cette région comme singulière au niveau de son taux de chômage et son pourcentage de familles monoparentales. Des réalités qui impactent les modes de consommation. Ainsi l'étude Daniaux qui date de 2008 devrait être réactualisée pour confirmer les hypothèses mises en avant

Répartition des achats alimentaires et consommation des produits durables

Il est important de tenir compte du fait que la synthèse est supportée par une série de données qui ne sont pas mises à jour : la situation des ménages en RDC s'est dégradée et la répartition des dépenses des ménages a un impact sur la consommation alimentaire en général et la consommation de produits frais en particulier.

Il serait donc opportun de déterminer, quelles sont les habitudes alimentaires des belges en 2014 et plus précisément comment la crise a impacté le panier des ménages.

Dans la même logique, la crise a impacté la consommation de produits alimentaires durables et une mise à jour de la réalité de la situation actuelle serait opportune

Par contre, le volet "Satisfaction" reprend des données récentes et permet à l'ensemble d'indiquer des pistes en termes de tendances.

Temps consacrés au repas

Si on s'attarde au temps consacré au repas et à sa préparation, on se rend compte de l'intérêt de l'actualisation des chiffres de 2006 : en négatif pour voir comment la pression quotidienne et la diminution des ressources impactent le temps consacré aux repas et à sa préparation, en positif la plus grande accessibilité des recettes sur internet et la vague des programmes de cuisine à la télévision pourraient constituer des facteurs de changement de comportement.



Critères de choix dans les achats alimentaires

Si l'analyse des critères de décisions / choix lors des achats alimentaires met en avant une réelle attention au prix (CRIOC 2011) lors des achats globaux, il serait intéressant d'investiguer quels sont les critères qualitatifs mis en avant une fois que le facteur prix est défini comme inamovible. Ce critère devenant d'ailleurs secondaires lors du choix de produits spécifiques tels que le pain et la viande. Les consommateurs sont-ils vraiment attentifs au prix lors des achats des produits frais ?

Perceptions des produits durables

Il n'y a pas d'informations sur la consommation de produits locaux ou de la perception spécifique du « local ». Ce serait très intéressant d'avoir ces informations sur la RBC de part la population multiculturelle. Comment les populations africaines, marocaines, ou autres perçoivent la notion de local ? – utilisation des outils du baromètre de l'Atrium. Travail spécifique par population/quartier

12. RECOMMANDATIONS

Quelle approche pour comprendre les comportements en matière de consommation de produits frais et produits durables ?

La tendance globale de l'étude montre que les consommateurs ont pris conscience de l'impact de leur mode d'alimentation et ont intégré les messages. Pour aller au-delà du volet de la sensibilisation, il faut maintenant comprendre les logiques de comportement pour identifier les outils et leviers pour favoriser le passage à l'acte.

Pour ce faire, nous proposons de compléter l'approche régionale en discutant la disponibilité des informations auprès des instituts de références et de développer une approche quartier.

➤ L'approche globale

Pour compléter l'approche région, nous proposons de reprendre contact avec les instituts de référence que sont Nielsen et GfK afin de voir s'ils disposent de chiffres actualisés sur la réalité de la consommation en RBC.

GfK dispose en effet de données sur :

- les consommateurs bruxellois
- les achats de produits frais
- l'approvisionnement sur les marchés

Une fois cet état des lieux établi, il y a selon nous une opportunité à réfléchir dans une logique "bottom up" et tenter de cerner la réalité du tissu de BRC par quartier en prenant une série de quartiers pilotes dans un premier temps.

➤ L'approche quartier

a. Définir les quartiers à investiguer

Au travers de cette démarche, il s'agit dans un premier temps de définir les différents quartiers à investiguer et les zones précises dans ces quartiers. En effet le panorama des commerces au sein du quartier va influencer les habitudes de consommation. Par exemple, la présence d'un marché peut générer des habitudes différentes en termes de consommation (idem pour les commerces de proximité et la mixité culturelle).



Pour ce faire, nous préconisons de s'entretenir avec les acteurs de terrain qui ont une bonne connaissance de l'approche économique des quartiers comme Atrium.

De même, les communes qui instaurent une dynamique alimentation durable sont des acteurs intéressants.

Une fois les critères définis, il s'agit d'établir la liste des quartiers à investiguer. A partir de là, nous entrons dans une démarche d'étude classique en 3 temps.

b. Investigation au sein des quartiers

- INTERVIEWS FACE A FACE AVEC DES PERSONNES QUI VIVENT AU SEIN DES ZONES DELIMITEES ET PRISE DE L'ENGAGEMENT DE REMPLIR UN CARNET DE BORD ON-LINE (1 semaine minimum, 2 semaines idéal)

L'objectif de ces interviews sera d'identifier les profils des personnes (dimensions sociodémographiques, attitudes en matières de courses place des aliments frais (durables et bio).

Attitudes face à la gestion des restes alimentaires : cuisine des restes ? recyclage ?

Si des études réalisées précédemment pour IBGE ont démontré le peu de conscience face à la nourriture gâchée , la crise a nouveau a pu générer de nouvelles attitudes de gestion « des restes » et l'adoption d'une « cuisine des restes ».

De plus l'existence de nombreuses recettes facile d'accès via internet a pu y contribuer pour une partie de la population

- ETABLISSEMENT D'UN CARNET DE BORD ON-LINE SUR LES LIEUX D'ACHATS , LES ACHATS ET LA MANIERE DE PREPARER LES ALIMENTS
 - Place du frais; du durable / bio , équitable :
 - Place des marchés dans la filière d'achat : type d'achat effectué
 - Place des filières durables (via quel canal)
 - Importance et impact de la dimension multiculturelle du quartier sur les achats.
 - Consommation de la viande
 - Cuisine « des restes »
 - Part du budget consacré à l'alimentation
- ANALYSE DES CARNETS DE BORD ET MISE EN PERSPECTIVE DES RESULTATS

De cette manière nous serons en mesure de colorer les chiffres actualisés d'éléments de vécu et de logiques attitudinales et déterminer quels sont les indicateurs les plus relevant au niveau général (RBC) et au niveau de chaque quartier.



REFERENCES

- AFSCA. (2013). *Enquête de perception des consommateurs belges 2013*.
- Associations. (2014). *Alimentation durable en RBC*.
- B. Duquesne, S. M. (2005). *Evolution de la consommation alimentaire en Belgique et en Région wallonne*. OCA et fusagx.
- Bioforum. (2012). *Le bio en chiffres*.
- CARIA. (2013). *Du potager à la cuisine naturelle*.
- CRIOC. (2011). *Attentes de consommation*.
- CRIOC. (2008). *Bio-logiques de perception*.
- CRIOC. (2010). *Circuits courts*.
- CRIOC. (2011). *Enseignes, magasins et consommateurs*.
- CRIOC. (2008). *Image de l'agriculture wallonne*.
- CRIOC. (2011). *Le budget et les dépenses des ménages*.
- Daniaux, C. (2008). *Structuration des dépenses des ménages en fonction de leur budget alimentaire global*.
- Etterbeek, C. (2011). *Défi alimentation durable*.
- EVA. (2011). *Onderzoek naar bekendheid en impact van Donderdag Veggie*.
- IBGE-BIM. (2012). *Baromètre de comportements de la population en matière d'environnement et d'énergie en Région de Bruxelles-Capitale*.
- IBGE-BIM. (2014). *Baromètre environnemental de la RBC*.
- IEW. (2013). <http://www.iew.be/spip.php?article5915>.
- Nielsen Company. (2013). *Results of the 51th inventory of retail grocery in Belgium*.
- Observatoire du commerce. (2008). *Le schéma de développement commercial pour la Région de Bruxelles-Capitale*.
- Patteson, P. R. (2006). *Enquête sur les comportements et styles de vie associés à l'alimentation*. Ulb.
- Rencontre des continents. (2013). *Maîtres cuisiniers*.
- Solidaris. (2013). *Comment percevons-nous l'offre alimentaire ?*
- Test-Achats. (2013). *Consommation éthique, de quoi parle-t-on ?*
- Test-Achats. (2013). *Paniers bio : des produits locaux frais et variés*.
- VLAM. (2013). *Verdere groei van de biobestedingen in 2012*.
- VLAM. (2012). *Voedingsconsumptie van de Belg in de kaart gebracht*.





Rédaction: Ansenne Anne-sophie (ECORES sprl)
Editeur responsable: Frédéric FONTAINE – Avenue du Port, 86C – 1000 Bruxelles



ALLIANCE EMPLOI-ENVIRONNEMENT

—

AXE ALIMENTATION DURABLE

Région de Bruxelles-Capitale

**CHARTRE, OBJECTIFS, ENGAGEMENTS ET
PLAN D'ACTION**

ANNEE 2013



ALLIANCE EMPLOI-ENVIRONNEMENT - AXE ALIMENTATION DURABLE

Table des matières

Préambule	4
L'objet de l'axe « ALIMENTATION DURABLE » de l'Alliance Emploi- Environnement	6
Titre 1 : Règles et modes de fonctionnement de l'axe ALIMENTATION DURABLE de l'Alliance Emploi-Environnement.....	14
Titre 2 : La stratégie de soutien à la mise en capacité des acteurs dans le cadre de l'axe « ALIMENTATION DURABLE » de l'Alliance Emploi- Environnement	19
Titre 3 : Les actions et les engagements des partenaires	29
Titre 4 : Liste des partenaires impliqués	36
Annexe : Fiches actions	40

Table des figures

Figure 1 - Articulation de l'axe « Alimentation Durable» avec les autres axes de l'Alliance Emploi-Environnement	5
Figure 2 – Chaîne de valeurs d'un système agro-alimentaire	10
Figure 3 – Analyse quantitative de l'emploi dans le système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale (Source : FUSL/Greenloop -« Système d'Alimentation Durable - Potentiel d'emplois en Région de Bruxelles-Capitale». Juin 2012).....	11
Figure 4 – le système agro-alimentaire à Bruxelles : situation présente	19
Figure 5 – Le système d'Alimentation Durable à Bruxelles : situation désirée	22
Figure 6 - La stratégie de l'Accord.....	23
Figure 7 - Le cycle de l'entreprise.....	26
Figure 8 - Liste des actions et pilotes	33
Figure 9 - Tableau récapitulatif des Pilotes des différentes actions	36
Figure 10 - Liste des organismes impliqués	37

Préambule

Une initiative du Gouvernement bruxellois

L'Alliance Emploi-Environnement constitue un des 5 domaines prioritaires identifiés dans le New Deal (Pacte de Croissance Urbaine Durable). Un des objectifs du New Deal est de permettre à la Région de Bruxelles-Capitale de répondre adéquatement, dans une perspective de court et de moyen terme, aux défis de l'emploi, de la formation et de l'enseignement. Ces défis sont plus importants que jamais suite aux effets de la crise économique et financière mais également à ses répercussions sur notre environnement et notre qualité de vie.

En exécution de son accord de législature, le Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale a prévu d'utiliser la dynamique originale de l'Alliance Emploi-Environnement pour mobiliser l'ensemble des acteurs régionaux autour de domaines répondant à des enjeux importants sur le plan environnemental et susceptibles d'apporter une amélioration durable de l'emploi dans la région.

Le concept d'Alliance Emploi-Environnement part du constat que les enjeux environnementaux représentent un gisement essentiel d'emploi et de croissance économique pour les économies qui sauront s'adapter le plus rapidement. L'idée de l'Alliance Emploi-Environnement est donc de stimuler les secteurs économiques les plus porteurs en termes de croissance et d'emploi et de les soutenir dans leur transition vers plus de durabilité de manière à améliorer la compétitivité des entreprises bruxelloises et à développer l'emploi des bruxellois, y compris des publics peu qualifiés.

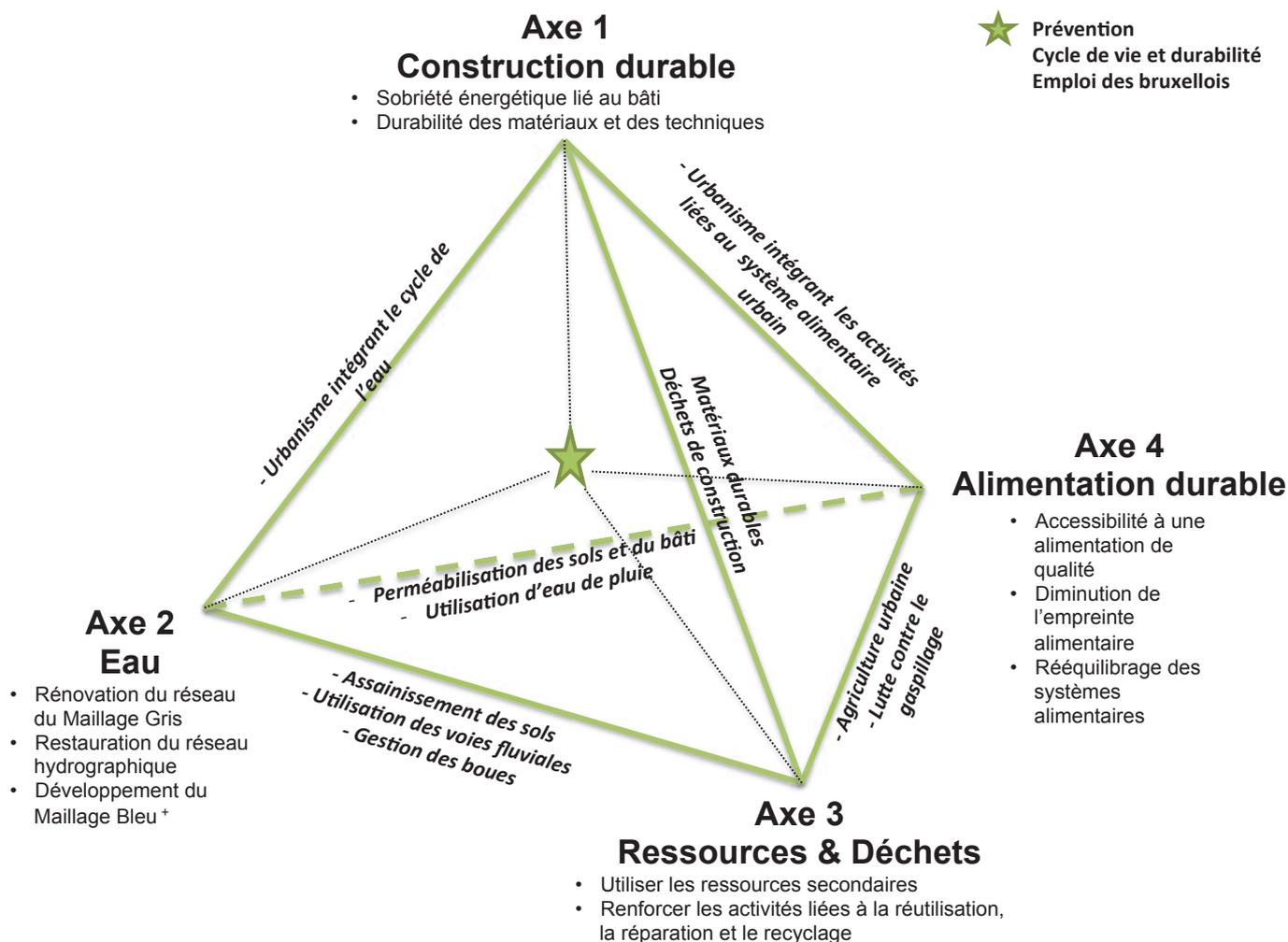
Pour ce faire, l'Alliance Emploi-Environnement propose une nouvelle dynamique de gouvernance, en ce sens qu'elle vise à mobiliser et à coordonner les acteurs publics, privés et associatifs autour d'actions concertées entre eux. Le projet est réellement innovant car il ne s'agit pas seulement de consultation et de participation classique mais d'associer étroitement dès le départ toutes les parties prenantes pour aboutir à un véritable engagement collectif et individuel de travailler ensemble en vue de la réalisation d'objectifs partagés, à savoir le développement de filières vertes et la création d'emplois durables. Cette dynamique s'inscrit en cohérence avec d'autres projets dans une volonté forte de faire de Bruxelles un modèle en matière de développement durable.

Par décision du Gouvernement du 20 juin 2013, un quatrième axe de l'Alliance Emploi-Environnement dans le domaine de l'Alimentation Durable a été lancé. Ce quatrième axe fait suite un premier axe Construction durable, un second axe Eau, et un troisième axe Ressources et Déchets. L'Alliance Emploi-Environnement – Alimentation Durable a également fait l'objet d'une priorité du gouvernement et des partenaires sociaux lors du Sommet Social Extraordinaire du 21 mai 2013 et du Séminaire Gouvernemental du 24 et 25 mai 2013.

La concertation dans le cadre de l'Alliance Emploi-Environnement – 4^{ème} axe, « Alimentation Durable», a eu lieu à deux niveaux : une concertation directe des acteurs de terrain et une concertation des partenaires sociaux interprofessionnels via le Conseil Économique et Social de la Région de Bruxelles-Capitale.

Ce quatrième axe s'inscrit en cohérence et continuité avec les trois premiers axes - Construction Durable (initié en 2010), Eau (2011), Ressources et Déchets (2012). En effet, certaines mesures prises dans le cadre de chacun de ces axes s'articulent et ce, afin d'atteindre une transition de l'économie.

Figure 1 - Articulation de l'axe « Alimentation Durable » avec les autres axes de l'Alliance Emploi-Environnement



Selon l'Observatoire bruxellois de la santé, de plus en plus de Bruxellois adoptent des habitudes alimentaires favorables à la santé. Un consommateur sur quatre achèterait des aliments biologiques. On note que le respect de l'environnement devient également un attribut déterminant aux yeux des consommateurs pour le choix d'une denrée alimentaire.¹

Pour soutenir l'élargissement de la demande à l'ensemble de la population bruxelloise, le gouvernement bruxellois a lancé en avril 2011 un programme d'actions de soutien à la demande en alimentation durable. Ce programme vise les ménages et les structures de consommation collective comme les cantines, les entreprises HoReCa... et les événements. Il comprend des actions qui visent l'intégration de critères de durabilité dans les marchés publics, l'accompagnement de la transition dans les cantines, le renforcement des circuits courts, la promotion des achats de produits locaux et de saison. En outre, la Région coordonne un projet européen URBACT² visant à soutenir la transition du système alimentaire autour de trois thèmes : Growing, Delivering et Enjoying. Plus récemment, le cahier des charges de Biogarantie à destination de la restauration collective a été reconnu par le Gouvernement.

La mise en œuvre de ces actions permet d'engranger de nouveaux résultats : la demande pour une alimentation de qualité se renforce, notamment par le biais des structures de consommation collective (cantine, événement, établissements HoReCa...) qui ont intégré la durabilité dans leurs achats et leurs pratiques. Actuellement, plus de 12 % des repas pris en collectivité chaque jour à Bruxelles sont accompagnés dans le cadre du projet « Cantines durables » coordonné par Bruxelles Environnement.

Aujourd'hui, il s'agit de veiller à ce que l'accroissement de la demande puisse être satisfait par un accroissement de l'offre en aliments durables sur le marché bruxellois.

L'objet de l'axe « ALIMENTATION DURABLE » de l'Alliance Emploi-Environnement

L'alimentation : enjeux sociétaux

L'alimentation est un domaine à la croisée de nombreux enjeux sociétaux et donc d'actions politiques. En effet, une alimentation de qualité répond à des besoins tant en termes de santé publique, de qualité de vie qu'en termes d'améliorations environnementales et sociales; tout en étant pourvoyeuse d'emplois. En outre, mettre en place une alimentation de qualité, demande de garantir le droit à l'alimentation des personnes en situation de précarité.

¹ Sources : Attentes de consommation, CRIOC, 2011

² Les partenaires de ce projet sont Brussels Environment of the Brussels Capital Region (Lead Partner) (Belgium), the Bristol City Council (United Kingdom), City of Messina (Italy), the Municipality of Amersfoort (Netherlands), the City of Lyon (France), the City of Göteborg (Sweden), Vaslui Municipality (Romania), Ourense City Council (Spain), City of Oslo (Norway) and Athens development and destination management agency sa (Greece).

Au niveau de la santé, plus de 20% de la population en Europe est touchée par le surpoids et l'obésité (environ 11 %³ de la population bruxelloise souffre d'obésité), induisant des maladies non transmissibles ou chroniques liées à l'alimentation, première cause de mortalité. Le poids du diabète dans le total des décès augmente au cours des 10 dernières années. En outre, les analyses de l'AFSCA montrent que près de 80% des fruits et 60% des légumes qui sont mis en vente en Belgique contiennent des résidus de pesticides. Les maladies liées à l'alimentation touchent toutes les couches de la population mais sont plus prégnantes dans les milieux fragilisés qui ont un moindre accès à une alimentation de qualité. De plus, l'accès à une alimentation saine, goûteuse et diversifiée à proximité et l'accroissement des espaces agricoles, améliorent la qualité de vie.

En Région de Bruxelles-Capitale plus de 32.000 personnes sollicitent l'aide alimentaire, une situation qui s'aggrave et devient plus difficile à gérer face aux difficultés d'approvisionnement que rencontre le secteur et à la réduction du programme européen d'aide alimentaire.

En ce qui concerne l'environnement, à Bruxelles, l'empreinte alimentaire des ménages est égale à 30% de leur empreinte écologique. Au niveau mondial, l'agriculture et l'alimentation dans leur fonctionnement actuel sont à la fois co-responsables et victimes des changements climatiques d'origine anthropique :

- D'après la FAO, l'agriculture et la déforestation (le plus souvent au profit de nouvelles surfaces agricoles) représentent environ un tiers des émissions mondiales de gaz à effet de serre dues aux activités humaines. Parmi les émissions agricoles directes, les engrais de synthèse représentent 38 % et le bétail 31 %. Par ailleurs, la suite de la chaîne de valeur (transport, transformation, distribution et traitement des déchets) du secteur agro-alimentaire est elle aussi fortement émettrice, portant d'après de récentes estimations le total des contributions des activités liées à l'alimentation à près de 50 % des gaz à effet de serre.

- D'après le GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat), les impacts des changements climatiques se manifestent principalement via l'augmentation des sécheresses, des inondations, de la recrudescence de ravageurs et pathogènes qui mettent en danger les cultures et compromettent les récoltes. Or les ravageurs, pathogènes et adventices sont à l'origine de la perte de plus de 40 % des disponibilités vivrières mondiales.

Ainsi, le système alimentaire actuel subit les conséquences des changements climatiques pour lesquels il n'est pas adapté, tout en étant l'un des principaux facteurs à la base de ces changements.

En outre, en termes de biodiversité, il est important d'agir directement, en luttant contre l'uniformisation et l'appauvrissement de l'offre alimentaire, et indirectement, en privilégiant les techniques de production et de transformation respectueuses de l'environnement.

³ Source: Tableau de bord santé 2010 de l'Observatoire bruxellois de la santé et du social

Enfin, en matière d'emplois, le secteur de l'alimentation représente également des enjeux essentiels, non seulement parce qu'il représente un des secteurs les plus importants en termes d'emplois de la Région mais également parce que les sous-secteurs de la production et de la transformation connaissent en moyenne une baisse de l'emploi ces dernières années suite notamment à la délocalisation des activités. Or l'enquête menée en 2012 par l'Observatoire bruxellois de l'Emploi (Actiris)⁴ montre que le secteur de l'alimentation durable a poursuivi sa croissance en emplois même pendant la crise, et que par rapport à d'autres secteurs d'activité, elle se distingue par une proportion importante d'ouvriers, de travailleurs de moins de 25 ans, de travailleurs faiblement et moyennement qualifiés et de travailleurs résidant à Bruxelles. Cette même étude évalue le potentiel d'emplois dans un système alimentaire durable bruxellois : sur la base d'hypothèses ambitieuses, il ressort que le secteur pourrait pourvoir un grand nombre de nouveaux emplois. Un objectif serait d'atteindre 2.000 emplois créés d'ici 2020.

L'alimentation durable – les définitions de référence en Région de Bruxelles-Capitale

En matière d'Alimentation Durable, il existe différentes définitions. Parmi celles-ci, dans le cadre de l'Alliance Emploi-Environnement, les définitions retenues sont :

1. La définition du Sustainable Food Laboratory 5- utilisée par le Conseil Fédéral du Développement Durable

Un système alimentaire durable garantit le droit à l'alimentation, respecte le principe de la souveraineté alimentaire, permet à tous, partout dans le monde, de disposer d'une alimentation saine et suffisante à un prix accessible, et veille à ce que le prix final d'un produit reflète non seulement l'ensemble des coûts de production, mais qu'il internalise aussi tous les coûts externes sociaux et environnementaux. Il utilise les matières premières et les ressources (en ce compris le travail et les ressources naturelles telles que les sols, l'eau et la biodiversité) "*at their rate of recovery*" et respecte les différentes facettes de la culture alimentaire. Tous les acteurs de la chaîne alimentaire et les autorités doivent contribuer à réaliser un tel système alimentaire durable.

2. La définition élaborée par le Réseau des Acteurs Bruxellois pour l'Alimentation Durable (RABAD)⁶ :

L'alimentation durable se caractérise par :

- L'accès à une alimentation de qualité pour tous, au niveau planétaire, c'est à-dire à une alimentation diversifiée, saine et équilibrée qui répond aux besoins vitaux et contribue au bien-être et à la santé;

⁴ Étude Saint-Louis Bruxelles, Greenloop, Observatoire de l'emploi (Actiris): Système d'Alimentation Durable – Potentiel d'emploi en Région de Bruxelles-Capitale, juin 2012

⁵ <http://www.sustainablefoodlab.org>

⁶ www.rabad.be/

- Le droit à la souveraineté alimentaire, c'est-à-dire le droit des Etats à définir leurs propres politiques et stratégies de production alimentaire durable (accès à la terre, agriculture de proximité...) et de consommation, sans dumping vis-à-vis des pays tiers;
- Des impacts environnementaux réduits tout au long du cycle de vie, du champ à la fourchette (mode de production et de transformation, transport, emballage, stockage, préparation...) et réduction de l'empreinte écologique des modes alimentaires; les méthodes de production doivent permettre une conservation optimale de la fertilité des sols et de la biodiversité, veiller au respect et bien-être des animaux d'élevage et ne pas avoir recours aux organismes génétiquement modifiés (ces critères sont notamment respectés par les méthodes biologiques);
- La consommation de produits locaux et de saison;
- Le respect des droits sociaux et humains tout au long des chaînes de production et de distribution, y compris dans le secteur HoReCa;
- Le commerce équitable et un juste prix pour le producteur, au Nord comme au Sud;
- La transparence des pratiques, la visibilité et la traçabilité, l'information des consommateurs;
- Le maintien et le développement d'entreprises paysannes et artisanales locales, de circuits courts et le développement de relations de confiance entre producteurs et consommateurs;
- La diffusion et l'échange des cultures culinaires, la transmission des savoirs traditionnels et la promotion de la créativité, la découverte des goûts et des saveurs; la création de liens sociaux et conviviaux par la nourriture.

En outre, Le Conseil de l'Environnement de la Région de Bruxelles capitale souligne l'importance de veiller à la qualité de l'environnement pour garantir la production d'aliments de haute qualité nutritionnelle, sanitaire et environnementale; il évoque en particulier la qualité des eaux souterraines et de surface

Les systèmes alimentaires durables – nécessité de travailler sur l'ensemble des maillons

Un système alimentaire donné inclut « tous les processus impliqués dans l'alimentation d'une population, ce qui comprend les intrants nécessaires, ainsi que les produits et services générés à chaque étape de la chaîne de la valeur. Les systèmes alimentaires opèrent dans un contexte social, politique, économique et environnemental donné, qui les influencent en retour» (Goodman, 1997).

Dès lors de nombreuses caractéristiques déterminent un système d'alimentation : la proximité géographique entre production et consommation (« food miles »), le nombre d'intermédiaires, l'importance de la transformation, les modes de conservation, l'organisation du travail, la concurrence et le cadre des échanges, la qualité nutritionnelle des produits finaux, etc.

L'INRA dans son rapport Dualine de 2011 intitulé « Durabilité de l'alimentation face à de nouveaux enjeux », considère les sous systèmes alimentaires suivants : le système alimentaire domestique, le système alimentaire de proximité, le système vivrier territorial, le système agro-industriel, le système alimentaire de qualité différenciée, ce dernier traversant l'ensemble des autres systèmes évoqués.

L'emploi : statut actuel et potentiel d'emploi en Région de Bruxelles-Capitale

L'enquête menée en 2012 par l'Observatoire bruxellois de l'Emploi (Actiris), dans le cadre de l'étude réalisée par les Facultés Saint Louis et le bureau Greenloop⁷ montre que l'alimentation durable occupe 2.500 emplois en Région de Bruxelles-Capitale, dont près de 1.000 dans la distribution. Les deux autres sous-filières importantes sont l'HoReCa et la transformation, le reste se partageant entre la production, la gestion des déchets, la formation... L'étude montre par ailleurs que l'alimentation durable a poursuivi sa croissance en emplois même pendant la crise, et que par rapport à d'autres secteurs d'activité, elle se distingue par une proportion importante d'ouvriers, de travailleurs de moins de 25 ans, de travailleurs faiblement et moyennement qualifiés et de travailleurs résidant à Bruxelles.

Cette même étude évalue le potentiel d'emplois dans un système alimentaire durable bruxellois. Sur la base d'hypothèses ambitieuses, il ressort que le secteur potentiellement le plus pourvoyeur d'emplois est celui de la production agricole urbaine grâce au développement d'une production agricole urbaine multifonctionnelle respectueuse de l'environnement et intensive en main-d'œuvre. Un objectif serait d'atteindre 2.000 emplois créés d'ici 2020. C'est un fait : les cultures alimentaires réapparaissent dans les villes, partout dans le monde. Selon la FAO, l'agriculture urbaine et périurbaine fournit déjà de la nourriture à environ 700 millions de citadins, soit le quart de la population urbaine mondiale. Les débouchés de cette production urbaine bruxelloise permettraient en outre de générer environ 1.000 emplois supplémentaires d'ici 2020 dans les secteurs de la transformation, de la distribution et de l'HoReCa. Enfin, près de 200 emplois pourraient voir le jour dans le traitement des déchets et la formation. Dans ce cadre, le potentiel d'emploi total est de 3.200 emplois.

L'axe 4 Alimentation Durable de l'Alliance Emploi-Environnement constitue une opportunité politique majeure de répondre à cette nouvelle demande en alimentation de qualité et de saisir pleinement les bénéfices qu'elle recouvre, tant en termes d'emploi qu'en termes d'environnement.

Cela suppose une nouvelle vision à la fois de l'organisation des systèmes alimentaires mais également de la chaîne de valeur du système alimentaire en Région de Bruxelles-Capitale.

Figure 2 – Chaîne de valeurs d'un système agro-alimentaire

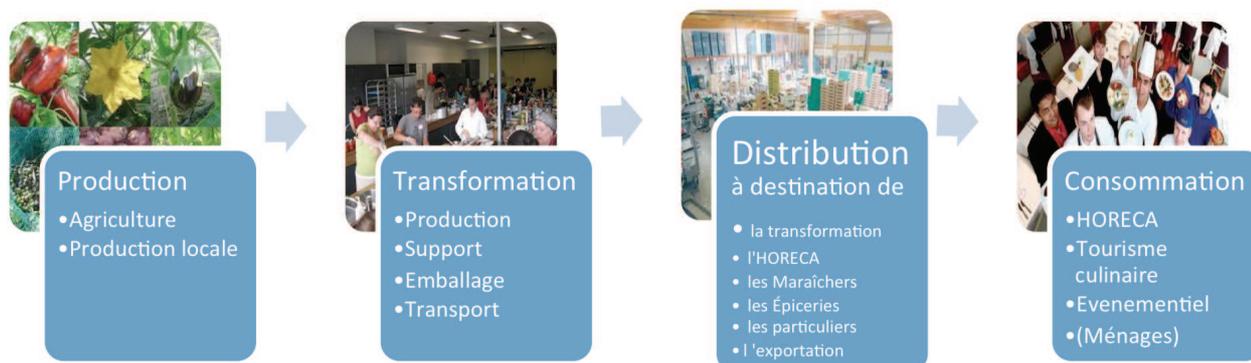
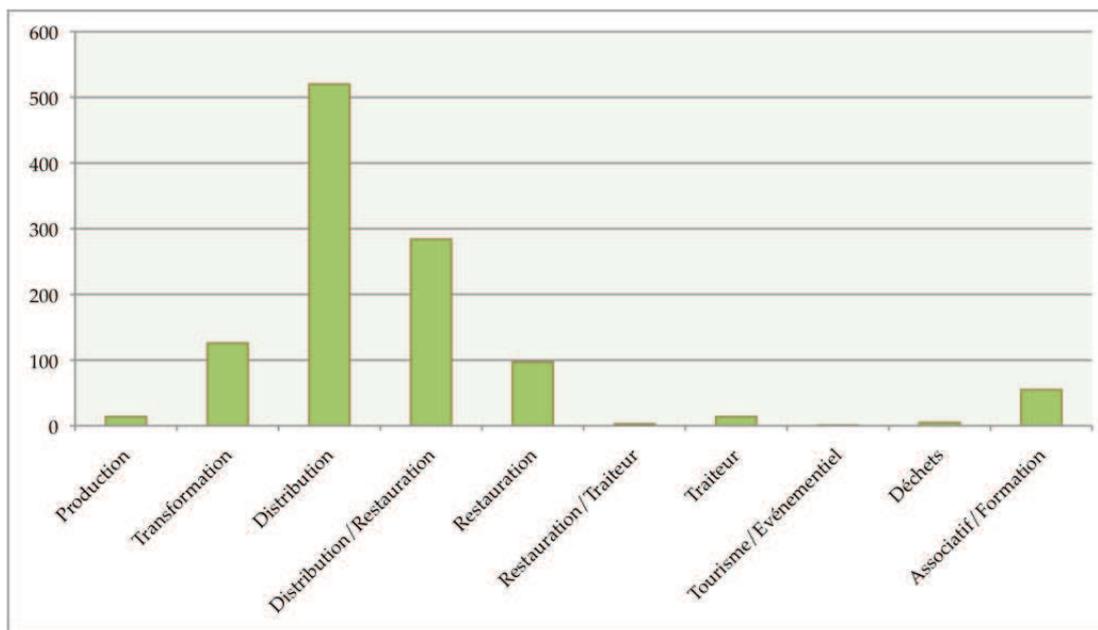


Figure 3 – Analyse quantitative de l’emploi dans le système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale (Source : FUSL/Greenloop -« Système d’Alimentation Durable - Potentiel d’emplois en Région de Bruxelles-Capitale». Juin 2012)



L’Alliance Emploi-Environnement vise à aider les entreprises, travailleurs et demandeurs d’emplois à se mettre en capacité de saisir les opportunités qui se présentent en acquérant les connaissances et compétences nécessaires. Elle consiste à élaborer un pacte multisectoriel entre les autorités publiques, les opérateurs, les partenaires sociaux et les acteurs du secteur de manière à mettre les entreprises bruxelloises en capacité de capter les fruits de ce développement et à valoriser l’important potentiel d’emploi, y compris moins qualifié, présent dans ce secteur.

L’appui à la structuration et au développement du secteur de l’alimentation mobilise entre autres les opérateurs publics et parapublics en lien avec le secteur de l’alimentation afin de mieux identifier et caractériser les marchés, les organismes de recherche et innovation susceptibles d’apporter des réponses novatrices, les organismes susceptibles de définir des bonnes pratiques, l’animation économique ainsi que l’enseignement, la formation professionnelle, et le secteur de l’insertion. L’accord gouvernemental 2009-2014 met en particulier l’accent sur l’implication des PME et TPE, ainsi que des acteurs de l’économie sociale.

La méthodologie de l'Alliance Emploi-Environnement

La méthodologie de l'Alliance Emploi-Environnement - Axe 4 Alimentation Durable est définie dans la décision du Gouvernement du 20 juin 2013.

Cette méthodologie s'articule en deux temps:

- une phase d'élaboration dont le présent document est l'aboutissement ;
- une phase de mise en œuvre qui débutera avec la signature de l'Accord.

Le pilotage de la phase d'élaboration a été assuré par un Comité constitué de la Ministre de l'Environnement, de l'Energie et de la rénovation urbaine, la Ministre de l'Emploi, de l'Économie et de la Recherche scientifique et le Ministre-Président. Un coordinateur indépendant a été désigné pour animer l'élaboration de l'ensemble du processus et mettre en œuvre les décisions du Comité de Pilotage.

Les travaux de la phase d'élaboration ont été réalisés par trois ateliers auxquels ont participé des opérateurs tant publics que privés. Ces ateliers ont chacun été centrés sur une catégorie particulière de besoins des acteurs :

1. Renforcements des filières;
2. Outils de soutien aux entreprises ;
3. Insertion, formation et enseignement, recherche et innovation.

Les ateliers se sont réunis pour identifier d'une part les besoins des acteurs en lien avec la thématique de l'atelier et d'autre part, les solutions concrètes à mettre en œuvre pour combler ces besoins.

Les ateliers ont eux-mêmes généré la constitution de groupes de travail autour de responsables d'actions liées entre elles. L'ensemble du processus a impliqué plus d'une centaine de représentants d'organismes publics et privés et de partenaires sociaux.

C'est donc suite à un vaste processus participatif que le présent texte d'Accord est né. Ce processus a abouti à l'identification de 51 actions concrètes et faisant l'objet d'un accord de principe de tous les partenaires impliqués.

La seconde phase de l'Alliance Emploi-Environnement – 4^{ème} axe Alimentation Durable visera la mise en œuvre concertée de ces actions et démarrera dès la signature du présent Accord. Les règles et modes de fonctionnement qui régiront cette seconde phase sont décrits dans les sections suivantes.

Structure du présent Accord

Le présent Accord porte sur les objectifs, les partenaires et le fonctionnement de l'Alliance Emploi-Environnement. Il arrête un premier ensemble d'actions cohérentes et articulées, destinées à faciliter le développement du secteur agro-alimentaire à Bruxelles. Ces actions constituent l'aboutissement d'une réflexion et d'un dialogue intensifs de plusieurs mois entre les partenaires signataires et sont assorties d'engagements concrets.

Il se structure de la manière suivante :

- Titre 1 : Règles et modes de fonctionnement de l'Alliance
- Titre 2 : Stratégie de soutien au développement du secteur
- Titre 3 : Actions et engagements des partenaires
- Titre 4 : Liste des partenaires impliqués
- Titre 5 : Engagement des parties prenantes

Titre 1 : Règles et modes de fonctionnement de l'axe ALIMENTATION DURABLE de l'Alliance Emploi-Environnement

Article 1^{er} : Les principes de la démarche

Par rapport à la démarche classique d'un programme de développement d'un secteur, (diagnostic, élaboration d'un plan, mise en œuvre d'un ou de plusieurs dispositifs selon les domaines considérés), le processus de l'Alliance Emploi-Environnement – 4^{ème} axe Alimentation Durable se veut intégré: c'est l'ensemble des besoins du secteur qui sont pris en considération, et font l'objet de réponses coordonnées par les différents opérateurs⁸ concernés. L'approche est aussi entièrement participative, au sens où ce sont les opérateurs eux-mêmes qui se concertent entre eux et avec les représentants du secteur pour proposer des actions qu'ils conçoivent en vue de répondre au mieux aux besoins de compétitivité du secteur et de qualification des travailleurs et des demandeurs d'emploi concernés, et les mettent en œuvre dans un cadre transparent et concerté.

Cette démarche originale présente plusieurs avantages :

- identification d'actions réalistes car en prise directe avec les besoins des publics-cibles et la réalité du travail des opérateurs ;
- mobilisation des opérateurs dès la conception et donc appropriation des actions avant même le lancement de la phase de mise en œuvre ;
- enclenchement d'une dynamique de coopération entre opérateurs d'horizons différents, qui sera poursuivie durant la phase de mise en œuvre.

Le processus est itératif, se développant à la faveur de cycles du type « PDCA » (roue de Deming) : planification – action – suivi – correction :

- les opérateurs réfléchissent et se documentent sur les besoins des entreprises. Ils identifient un premier groupe d'actions pour répondre à ceux-ci ;
- parallèlement à la mise en œuvre des premières actions identifiées, les ateliers continuent à se réunir pour mesurer l'avancement de celles-ci et travailler à l'amélioration des réponses aux besoins existants et à l'identification d'éventuels besoins insuffisamment satisfaits ;
- régulièrement, de nouvelles actions, permettant de rencontrer des besoins apparus suite à la satisfaction des premiers, sont identifiées et mises en œuvre.

En ce sens, le 4^{ème} axe Alimentation Durable de l'Alliance Emploi-Environnement doit être conçu davantage comme un processus évolutif qu'un plan stratégique : les actions proposées par les ateliers et acceptées par les acteurs concernés ne représentent qu'un premier ensemble de mesures à propos desquelles la réflexion était suffisamment avancée pour permettre une mise en œuvre immédiate. D'autres actions ont également été évoquées lors des ateliers mais demandent des analyses et débats complémentaires pour pouvoir faire l'objet de fiches suffisamment stables et partagées. Ces actions seront mises en œuvre dès que leur maturité le permettra, et seront alors intégrées dans le texte de l'Accord lors de ses mises à jour successives.

⁸ Le terme « opérateurs » désigne ici tous les organismes publics, parapublics ou privés qui rendent ou sont susceptibles de rendre des services aux entreprises. Ils incluent les administrations, les organismes d'intérêt public (OIP) mais aussi les fédérations professionnelles, les représentants du secteur et les partenaires sociaux.

Les règles et modes de fonctionnement concrets qui permettent la mise en œuvre et l'entretien de cette dynamique sont décrits dans les sections suivantes.

Article 2 : Comité de Suivi

Le pilotage de la mise en œuvre de l'axe Alimentation Durable de l'Alliance est assuré par un Comité de Suivi mixte réunissant les organisations membres du Comité bruxellois de concertation économique et sociale, limité, en ce qui concerne les représentants du Gouvernement, aux trois ministres porteurs de l'Alliance et élargi, en ce qui concerne les représentants du secteur de l'alimentation, en veillant au respect de l'équilibre entre les représentants des différentes composantes parmi les partenaires sociaux (employeurs, classes moyennes, non-marchand et organisations syndicales). En outre, en fonction de l'ordre du jour du comité de suivi, les autres Ministres concernés seront invités.

Concrètement, il se compose donc comme suit :

- 3 représentants du Gouvernement porteurs de l'Alliance, à savoir de la Ministre de l'Environnement, de l'Énergie et de la Rénovation urbaine, coordinateur de l'Alliance Emploi-Environnement 4^{ème} axe Alimentation Durable, de la Ministre de l'Économie, de l'Emploi et de l'agriculture, ainsi que du Ministre-Président ;
- 1 représentant de Bruxelles Environnement ;
- 2 coordinateurs du New Deal ;
- 6 représentants des partenaires sociaux (BECI - UEB, Chambre des classes moyennes, CBENM, FGTB, CSC, CGSLB) ;
- 3 représentants des Fédérations telles que la FEVIA, l'HORECA et le RABAD
- 3 représentants syndicaux du secteur

Le Comité de Suivi est constitué d'un maximum de 18 membres auxquels s'ajoutent les représentants des autres ministres concernés par un ou plusieurs points de l'ordre du jour Il peut également inviter, pour les besoins du suivi, des experts.

Le Comité de Suivi est présidé par le représentant de la Ministre ayant l'Environnement dans ses attributions, et se réunit au minimum tous les 6 mois. Il peut être saisi à tout moment et intervenir en vue de régler un blocage ou pour se prononcer sur les problématiques transversales non directement prises en charge par un atelier.

Le Comité de Suivi :

- assure le respect, en cours de mise en œuvre, de l'esprit, des objectifs et des règles et principes de fonctionnement de l'Alliance Emploi-Environnement – 4^{ème} axe Alimentation Durable;
- prend acte des rapports de suivi produits par la Coordination ;
- valide les propositions de réorientation ou de nouvelles actions formulées par les Ateliers ;
- décide de lancer de nouvelles actions consécutives à la réalisation d'actions préliminaires, à une évolution constatée des besoins des entreprises ou à l'apparition de nouveaux freins ;
- décide éventuellement de l'arrêt ou de la réorientation d'actions dont l'avancement est jugé insuffisant ou dont l'efficacité ne répond pas aux attentes ;
- intervient pour clarifier ou rappeler les principes de fonctionnement de l'Accord entre les partenaires qui en ont besoin, et si nécessaire, pour

trancher les désaccords persistants entre partenaires, après éventuelle consultation des opérateurs impliqués dans les actions concernées ;

- pilote, oriente et soutient la structure de coordination ;
- rend compte annuellement au Gouvernement de l'avancement de la mise en œuvre de l'Accord par l'intermédiaire des cabinets porteurs.

Article 3 : Les Ateliers

Les partenaires se réunissent en Ateliers thématiques en principe une fois par quadrimestre, afin d'examiner les freins à la conversion du secteur liés au thème de l'Atelier, de concevoir ensemble des actions destinées à lever ces freins, et de suivre ensemble la mise en œuvre de celles-ci.

Les thématiques des Ateliers sont définies par le Comité de Suivi.

Les Ateliers sont actuellement au nombre de trois, avec les thèmes suivants :

1. Renforcements des filières;
2. Outils de soutien aux entreprises ;
3. Insertion, formation et enseignement, recherche et innovation.

Les Ateliers sont ouverts à tous les partenaires intéressés.

Le rôle des Ateliers est :

- d'analyser les freins à l'implication des entreprises bruxelloises du secteur de l'alimentaire à Bruxelles vers une transition;
- de rechercher comment améliorer chacun des services rendus aux entreprises et aux travailleurs du secteur de l'agro-alimentaire, aux demandeurs d'emploi et futurs travailleurs (élèves et étudiants), de façon à mieux lever ces freins et ainsi à faciliter le développement du secteur ;
- de rechercher comment soutenir cette amélioration des services en renforçant la cohérence, la lisibilité, l'efficacité et l'efficience de l'offre globale aux entreprises et aux travailleurs, demandeurs d'emploi et futurs travailleurs (élèves et étudiants) ;
- dans ce cadre, de piloter l'étude, la conception, la planification et la mise en œuvre d'actions destinées à améliorer directement les services rendus et/ou l'offre de services, notamment en travaillant sur la rationalisation de l'offre, la coordination, la coopération entre opérateurs, l'étendue et l'efficacité de leurs services ;
- de recueillir et d'analyser les informations nécessaires pour suivre l'avancement, les réalisations, l'efficience et l'efficacité des actions et, de façon générale, de l'adéquation de l'offre des opérateurs, ainsi que les progrès de celle-ci ;
- de proposer d'éventuelles réorientations des actions existantes ;
- de réfléchir à de nouvelles actions à proposer suite à la mise en œuvre des actions précédentes, à l'évolution des besoins des entreprises ou à l'apparition de nouveaux freins.

Article 4 : Les Pilotes

Chaque action, même si elle relève d'une mise en œuvre collégiale, est placée sous la responsabilité d'un Pilote. Le Pilote est le responsable opérationnel de la mise en œuvre de l'action, sans nécessairement être pour autant le réalisateur de l'action.

Il est responsable de :

- prendre l'initiative de mobiliser les partenaires impliqués dans l'action ;
- donner l'impulsion nécessaire à la mise en œuvre de celle-ci ;
- faire rapport à l'Atelier et à la Coordination de l'avancement et des résultats de l'action dans le cadre du système de suivi.

Une action peut relever de plusieurs Pilotes. Le Pilote s'entoure d'un groupe de travail chaque fois que nécessaire. Il peut s'appuyer sur la structure de coordination pour provoquer et organiser les réunions de ce groupe de travail.

Article 5 : Les Collaborants

Le Collaborant prend en charge la partie de l'action qui le concerne en concertation avec le Pilote et les autres Collaborants. Pour cela, il dispose d'une capacité de faire des propositions susceptibles de renforcer l'action, de par son expertise ou son rôle institutionnel.

Pour cela il est tenu de :

- participer activement aux groupes de travail sur demande des Pilotes ;
- en cas de non sollicitation, rappeler le Pilote ;
- participer aux réunions des ateliers ;
- éventuellement faire rapport à l'atelier sur une partie du travail ;
- informer la coordination en cas de problème ou de blocage.

Article 6 : La Coordination

Le Gouvernement désigne une structure de coordination dont le rôle est :

- d'organiser et de préparer les réunions des Ateliers sur une base quadrimestrielle ;
- de fournir un support aux Pilotes dans la mise en œuvre de leur action et la résolution des problèmes rencontrés durant leur mise en œuvre ;
- de mettre en place un outil de suivi général et le mettre à disposition des Pilotes, des Ateliers et du Comité de Suivi. Cet outil contiendra les indicateurs nécessaires au suivi des actions mais également les indicateurs d'impacts tels que la création d'emploi (avec un focus bruxellois), le développement du secteur et les retombées environnementales. Les indicateurs identifiés et compilés durant toute la durée de l'Alliance seront en outre disponibles pour une évaluation ex-post ;
- de veiller à la cohérence des actions entre elles, en particulier des actions qui sont proposées et suivies par des Ateliers différents, et à la cohérence globale du plan d'action ;
- de faire rapport au Comité de Suivi sur le travail des Ateliers, sur l'avancement de la mise en œuvre et sur l'efficacité des actions ;
- d'identifier les facteurs de nature à freiner la mise en œuvre des actions et/ou le bon fonctionnement de l'Alliance ;
- de prendre en charge la résolution des problèmes de type opérationnel, notamment en apportant son soutien aux Pilotes qui en formulent la demande ;
- d'identifier et de communiquer au Comité de Suivi les problèmes stratégiques ou institutionnels qui nécessitent son intervention ;

- d'identifier les liens entre niveaux de pouvoir sur les actions concrètes qui l'exigent. Des collaborations sont à créer avec la Région wallonne et en Flandre en ce qui concerne les denrées produites dans ces Régions.

Article 7 : Processus de mise en œuvre

Dès le lancement du plan d'actions, les opérateurs commencent à travailler à la mise en œuvre sous l'égide des Pilotes. Les Pilotes font régulièrement un rapport de l'état d'avancement à l'Atelier compétent, à la Coordination et au groupe de travail qui met en œuvre l'action.

De nouvelles propositions d'actions sont soumises à la réflexion des Ateliers, soit parce que de nouvelles pistes ont été identifiées, soit parce que des actions exploratoires, qui confirment la nécessité d'agir, ont abouti.

Ces nouvelles actions sont décrites sous forme de fiches qui sont soumises par les Ateliers au Comité de Suivi par l'intermédiaire de la Coordination ; celle-ci prend les initiatives nécessaires pour assurer la qualité et l'adéquation de l'action, et sa mise en cohérence avec la stratégie de l'Alliance et les autres actions en cours. Après validation par le Comité de Suivi, la mise en œuvre de l'action peut débuter.

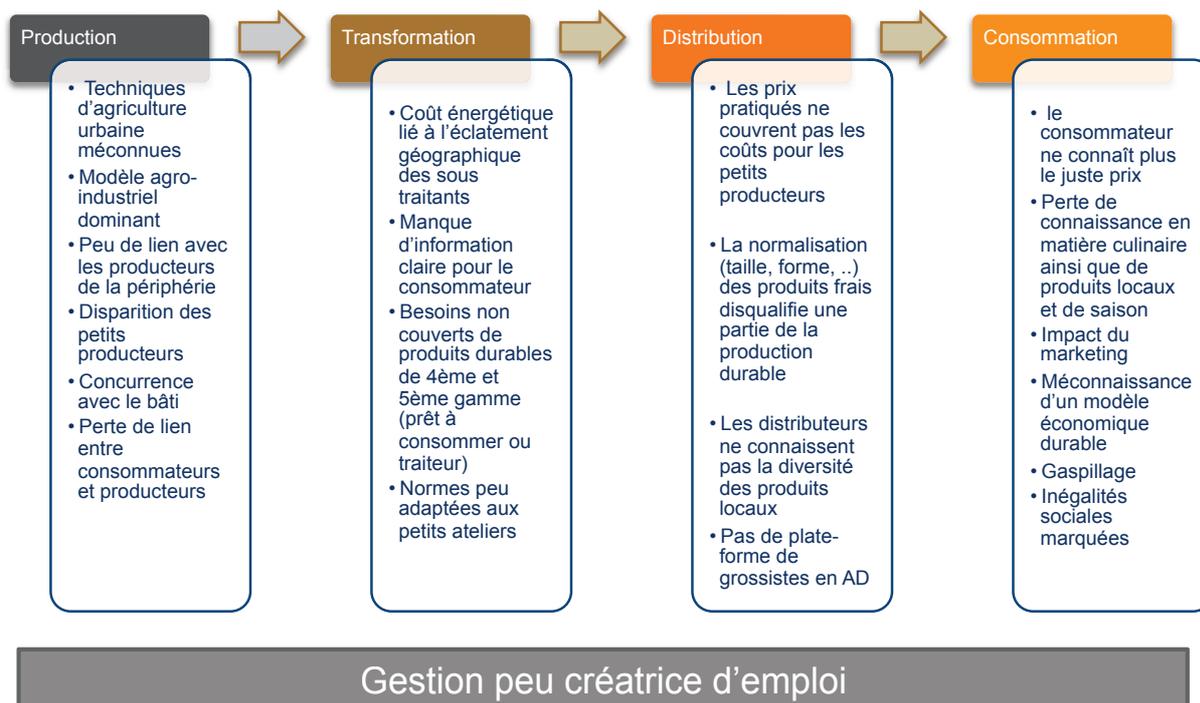
Chaque année, une mise à jour du texte de l'Accord présente les nouvelles actions mises en œuvre dans le courant de l'année ou à mettre en œuvre.

Titre 2 : La stratégie de soutien à la mise en capacité des acteurs dans le cadre de l'axe « ALIMENTATION DURABLE » de l'Alliance Emploi-Environnement

La stratégie de l'axe Alimentation Durable (article 10) de l'Alliance Emploi-Environnement est construite sur une analyse de la situation présente (article 8) du secteur et vise à mettre en œuvre de manière cohérente un plan d'actions (article 11) pour stimuler et soutenir les entreprises dans leurs efforts de mise en capacité. Et ce, de manière à arriver à la situation désirée (article 9), dans laquelle l'offre régionale est en mesure de répondre aux besoins présents et à venir de la demande pour le secteur des ressources et déchets, tout en développant l'emploi bruxellois.

Article 8 : La situation présente

Figure 4 – le système agro-alimentaire à Bruxelles : situation présente



Le changement au niveau de la demande a inévitablement un impact sur les entreprises de l'ensemble de la chaîne de valeur : production d'intrants et de matières premières agricoles, transformation et conditionnement de ces matières premières pour élaborer des produits alimentaires et leur commercialisation en gros ou au détail ainsi que tous les services liés nécessaires aux différentes filières (transport, financement, recherche, formation, administration...). En outre, l'HORECA voit également ses pratiques évoluées.

Les entreprises existantes doivent donc évoluer et la création de nouvelles entreprises doit être soutenue pour répondre à cette demande en alimentation de qualité différenciée afin de permettre le rapatriement de la valeur ajoutée en Région de Bruxelles-Capitale (par exemple, davantage de production et de transformation et pas uniquement de la distribution de denrées alimentaires). On observe que les acteurs du secteur agro-alimentaire ou du secteur HORECA qui ont identifié le changement, contactent régulièrement les acteurs publics bruxellois avec des demandes de soutien pour soulever les freins auxquels ils font face.

Ces freins sont de nature diverse : manque de connaissance approfondie des potentiels de nouveaux marchés, manque de repères pour faire connaître la différenciation de leur entreprise et de leurs produits, manque d'accessibilité aux matières premières de qualité, manque d'innovation dans la production, difficultés liées à la logistique des denrées alimentaires et des produits transformés de qualité différenciée, manque d'emballages éco-conçus, manque de connaissance des acteurs entre eux tout au long de la chaîne de valeur (de la production urbaine et péri-urbaine à la consommation), absence de filières structurées pour l'alimentation durable, difficulté de trouver du personnel disposant des compétences nécessaires, liées à l'alimentation durable (notamment, en production, en transformation et en HoReCa),...

Les principaux freins qu'il convient de lever pour faciliter une transition vers l'Alimentation Durable sont les suivants :

- 1) De façon transversale :
 - a. Le déséquilibre entre les différents systèmes alimentaires⁹ est en défaveur des petits acteurs ;
 - b. L'absence actuelle de modèle intégré qui favoriserait une gestion durable tout au long de la filière ;
 - c. Le manque de business modèles innovants en termes d'Alimentation Durable ;
 - d. L'insuffisance d'appropriation des connaissances et pratiques innovantes en termes d'Alimentation Durable, des produits locaux et de saison auprès des petits transformateurs et distributeurs, du secteur HoReCa et des consommateurs

- 2) Par maillon :
 - a. Production : manque de production intra-urbaine et manque de lien entre l'agriculture péri-urbaine et la Région de Bruxelles-Capitale, avec pour conséquence la diminution des connaissances des bruxellois en matière alimentaire ;

⁹La typologie des systèmes alimentaires développée par l'INRA dans son rapport Dualine de 2011 intitulé « Durabilité de l'alimentation face à de nouveaux enjeux, questions à la recherche » est la suivante : Le système alimentaire (SA) domestique, le SA de proximité, le SA vivrier territorial, le SA agro-industriel, le SA de qualité différenciée.

- b. Transformation : manque de structures et de savoir-faire localisés en RBC en matière de transformation, notamment en matière de 4^{ème} et 5^{ème} gammes, délocalisation d'entreprises de transformation, manque de lien entre les invendus de la production et la transformation et les canaux de distribution spécialisés pour cela;
- c. Distribution : manque de structuration et de connaissance des circuits courts, manque de connaissance et difficultés à s'approvisionner en produits de qualité différenciée pour les petits commerces de proximité, conditions économiques défavorables aux producteurs dans la grande distribution.;
- d. Le manque de liens structurés entre les acteurs sociaux et le secteur de la distribution en vue d'une meilleure accessibilité pour tous ;
- e. HoReCa et des collectivités : diffusion insuffisante des méthodes et programmes d'accompagnement à la transition

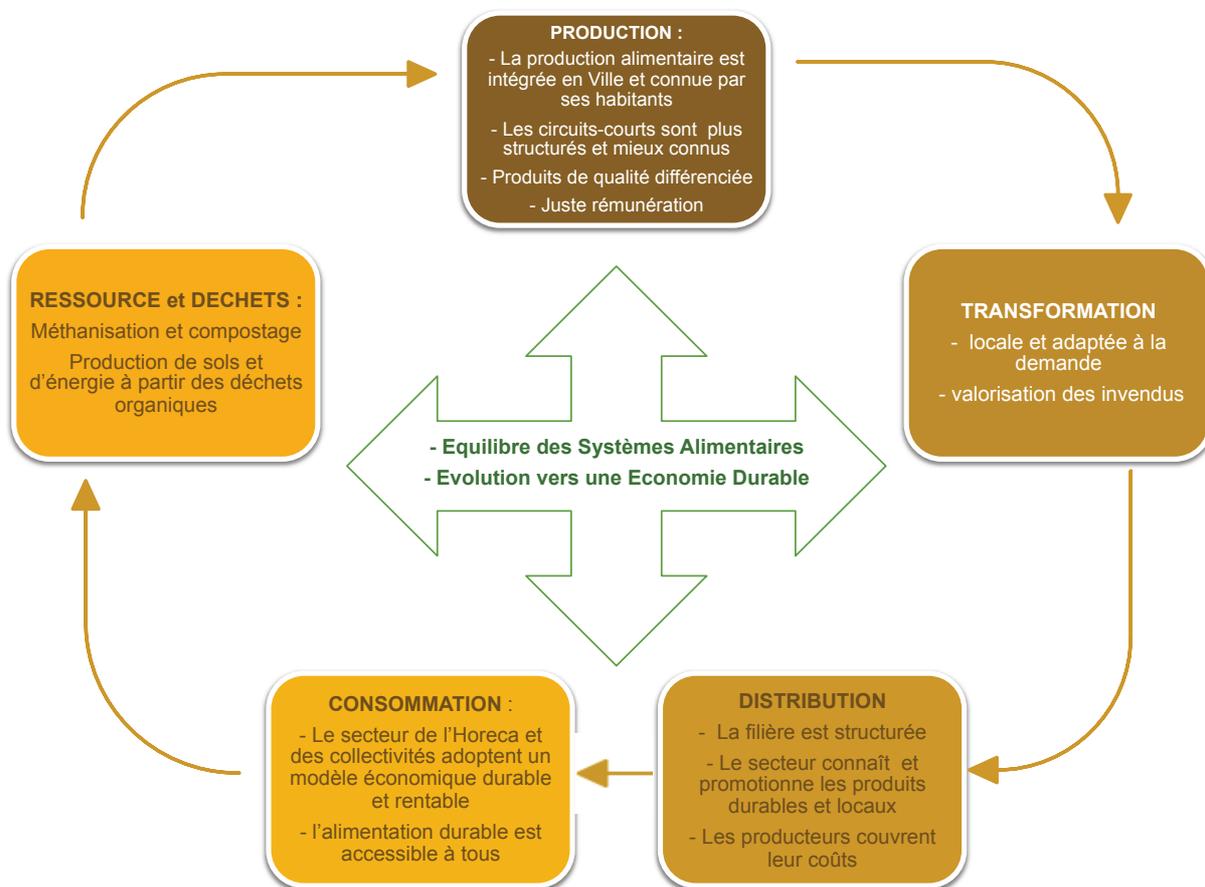
Article 9 : La situation désirée

Une Alimentation durable consiste, entre autres, à offrir aux Bruxelloises et aux Bruxellois une alimentation à des prix accessibles qui préserve la santé, l'environnement et la diversité culturelle.

Le processus repris sous le terme « Alimentation Durable » implique :

- de développer une approche intégrée des maillons du système
- de permettre à l'ensemble des consommateurs d'avoir accès à des productions alimentaires respectueuses de l'environnement et des travailleurs en rétablissant un meilleur équilibre entre les différents systèmes alimentaires.
- d'articuler les différents systèmes alimentaires dans une optique de transition vers plus de durabilité. Il s'agit notamment :
 - de soutenir le développement des systèmes de qualité différenciée, de manière transversale ;
 - de relocaliser les systèmes alimentaires ;
 - de soutenir l'ensemble des entreprises bruxelloises (essentiellement des TPE et des PME) pour les stimuler à accroître leur durabilité tant en termes de process que d'offre.

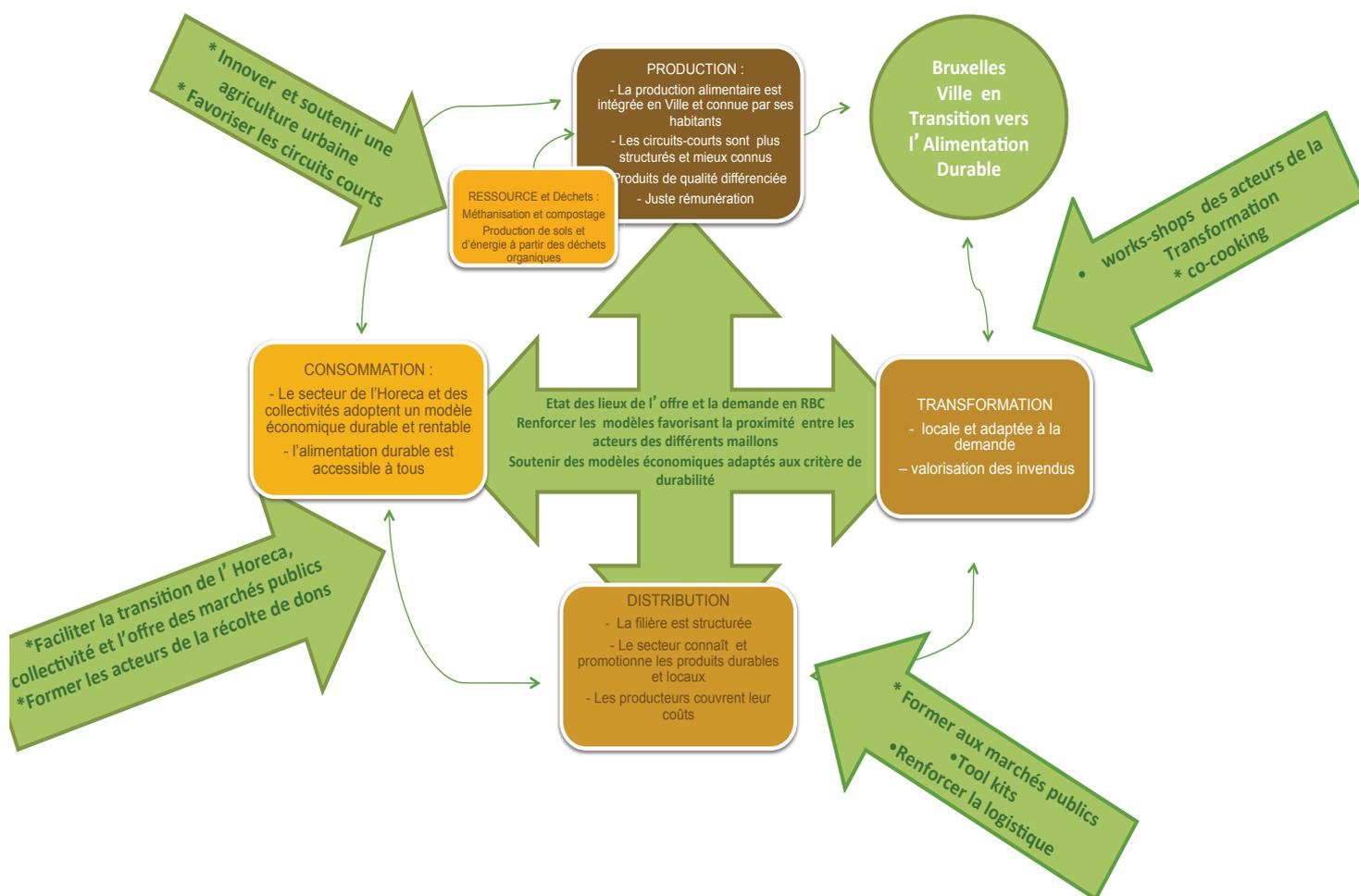
Figure 5 – Le système d’Alimentation Durable à Bruxelles : situation désirée



Article 10 : La stratégie de l'Accord

Pour réaliser la vision souhaitée, le gouvernement utilise deux leviers complémentaires : le programme d'actions de soutien à la demande en alimentation durable et le développement de l'offre par le biais de l'Alliance Emploi-Environnement.

Figure 6 - La stratégie de l'Accord



Pour réaliser cette transition progressive et durable du secteur de l'alimentation à Bruxelles, et au regard des constats menés, il s'agit de :

1. Faire un état des lieux de l'offre et la demande en RBC, de coordonner les différents maillons et soutenir une économie durable et rentable

Une étude en trois volets permettra de mieux identifier la situation alimentaire (ou les flux alimentaires) de Bruxelles :

- Etat des lieux de l'offre ;
- Etat des lieux de la demande des particuliers ;
- Etat des lieux de la demande de l'HORECA dont les collectivités.

2. Innover et soutenir l'agriculture intra et péri-urbaine et favoriser les circuits courts en collaboration avec les régions voisines :

Le levier lié au maillon « production » répond simultanément à plusieurs objectifs :

- a. De manière transversale, soutenir l'agriculture intra et péri-urbaine permet d'accroître la résilience de la Région en équilibrant la filière en Région bruxelloise ainsi que de faire apparaître plus de diversité dans le système alimentaire.
- b. L'agriculture intra et péri urbaine permet de déployer un SA de proximité et en cela de favoriser des circuits courts.
- c. L'agriculture urbaine soutient le développement de repères chez les citoyens/consommateurs essentiels à l'adoption d'une alimentation durable par sa proximité avec le consommateur ; en cela, elle accompagne également le SA domestique.

3. Mobiliser les acteurs de la transformation en vue d'intensifier une localisation en Région Bruxelloise

La transformation peut être un maillon important de l'Alimentation Durable en favorisant la proximité entre la production et la consommation (SA de proximité et SA vivrier territorial) ; en répondant au besoin d'une clientèle urbaine désireuse d'utiliser des produits « prêts à cuire » ; et en constituant un lien fort en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire.

Pour cela, il faut à la fois mobiliser les acteurs, susciter la création de TPE et leur proposer notamment des espaces-tests en vue de créer une nouvelle activité.

Enfin, par la récupération d'excédents et d'invendus, il est possible d'offrir une alimentation reconditionnée de qualité.

4. Assurer la transition des acteurs de la Distribution :

Les acteurs de la grande distribution sont à l'heure actuelle majoritairement dépendants du SA agro-industriel alors qu'ils sont souvent interpellés directement par le consommateur afin de disposer d'informations sur les produits durables proposés sur le marché.

Il s'agit de permettre à l'ensemble des acteurs, en particulier les magasins de détail ainsi que les acteurs des circuits courts, d'avoir accès aux produits de qualité et de proximité (SA de proximité, vivrier et de qualité différenciée) Ils se verront proposer un accompagnement et des outils afin de mieux connaître les produits proposés.

De même un accompagnement sera proposé de façon à permettre aux acteurs de mieux répondre aux marchés publics durables.

5. Accompagner la transition du maillon Consommation - secteur HoReCa et collectivités, et favoriser l'accès pour tous à une alimentation de qualité

Pour assurer la transition, il faut que le secteur HoReCa et des collectivités soient suffisamment informés et formés sur base des expériences avérées de modèles économiques durables et rentables.

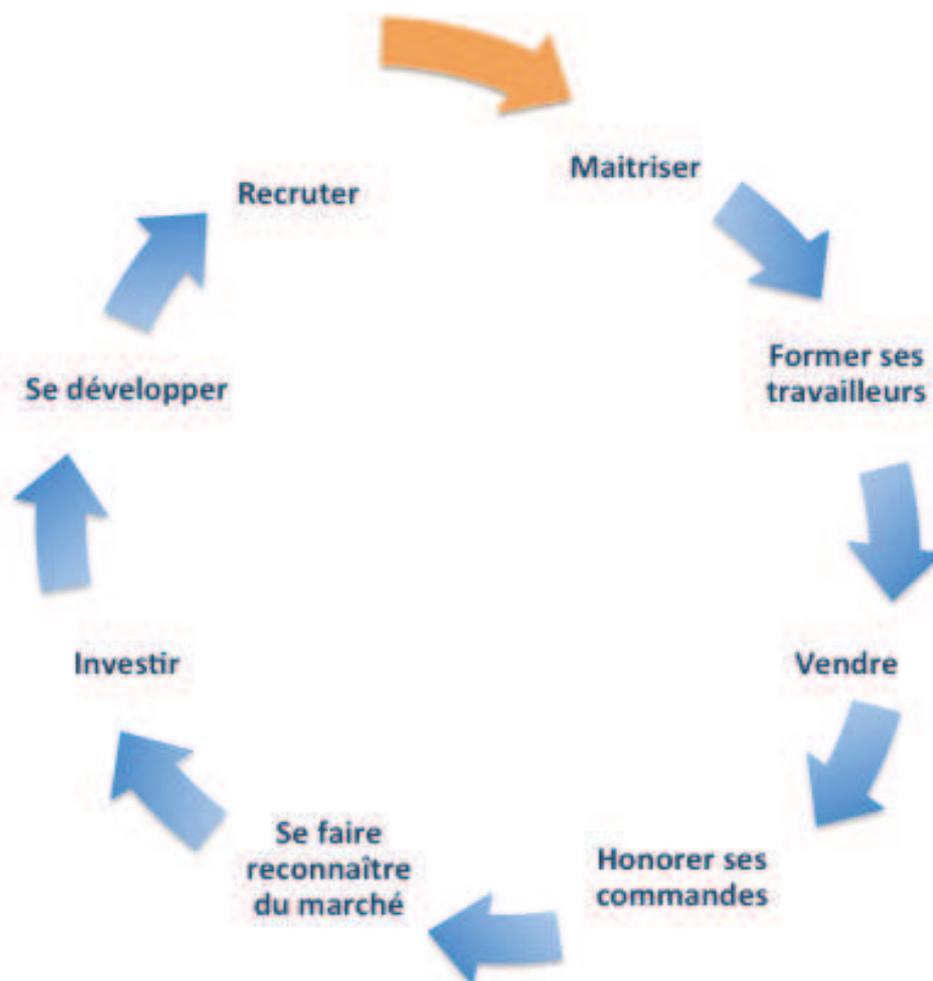
Afin de favoriser l'accès pour tous à une alimentation de qualité et de proximité et en complément aux activités de transformation, il faut professionnaliser les acteurs et les initiatives du secteur de l'aide alimentaire et de favoriser la diversité culturelle alimentaire (par exemple, en répondant aux besoins alimentaires des groupes de population d'origine et de culture différentes, notamment en mettant en culture des ingrédients spécifiquement demandés par ces citoyens).

Article 11 : Les besoins des entreprises

En cohérence avec les trois premiers axes de l'Alliance Emploi-Environnement, les actions proposées sont mises en regard avec le modèle du cycle de développement de l'entreprise. L'articulation de ces besoins, présentée ci-dessous, obéit à une logique circulaire représentant la dynamique de renforcement positif de l'Alliance sur le système économique. Cette représentation est par définition schématique, il est évident que les entreprises, dans la réalité quotidienne, présentent ces besoins dans un ordre différent et de manière itérative.

Pour stimuler l'adéquation entre les marchés, les entreprises et les besoins en matière de développement durable dans le secteur agro-alimentaire, l'axe « Alimentation Durable » de l'Alliance Emploi-Environnement répondra de façon spécifique et renforcée aux besoins que les entreprises vont manifester aux différents stades de leur parcours de mise en capacité vers les marchés.

Figure 7 - Le cycle de l'entreprise



MAITRISER

Le premier moteur de l'implication des entreprises dans la filière agro-alimentaire est l'acquisition, par les chefs d'entreprises, les cadres et les travailleurs d'une meilleure connaissance des particularités du marché :

- connaissances des marchés à venir, type de métiers et d'ouvrages ;
- concurrence, opportunités de niches ;
- des coûts et des risques ;
- des produits, de leur valeur économique et des techniques de mises en œuvre ;
- de la manière d'assurer la conversion de leur entreprise (établissement d'un business plan, analyse des besoins en compétences...).

Ce n'est qu'une fois ce niveau de maîtrise suffisamment élevé que les entreprises prendront effectivement la décision de s'intéresser aux marchés.

FORMER SES TRAVAILLEURS

Pour s'attaquer à de nouveaux marchés ou renforcer leur présence dans les marchés existants, les entreprises devront pouvoir adapter/améliorer les compétences de leurs travailleurs et de leur entreprise.

Pour s'assurer d'une approche durable optimale, les entreprises devront avoir un recours plus important à la formation de leurs travailleurs et employés. Les principaux obstacles à lever dans cette perspective sont :

- adapter les formations existantes en y ajoutant des modules sur l'alimentation durable et lancer des formations pilotes innovantes ;
- systématiser des modules de formation répondant aux besoins identifiés ;
- soutenir la formation continue des formateurs

VENDRE

La difficulté actuelle des entreprises est qu'elles connaissent mal les critères de durabilité et l'accès aux produits issus des systèmes alimentaires moins dominants : soit qu'elles estiment ne pas être en mesure d'avoir accès aux produits, soit qu'elles n'identifient pas la plus-value d'une approche durable. Il est donc important de renforcer la connaissance et la collaboration des différents maillons de la filière ainsi que de coordonner la chaîne de valeur des systèmes alimentaires autres que le système agro-alimentaire industriel pour que les entreprises bruxelloises puissent renforcer leur développement.

De la même manière, il faut favoriser une transition vers des marchés publics durables.

Les organismes et fédérations d'entreprises peuvent soutenir les entreprises dans leurs démarches en informant de l'existence des marchés (y compris les invendus), des procédures et incitants existants.

HONORER SES COMMANDES

Une fois les marchés gagnés, l'entreprise devra honorer sa commande, et pour cela avoir une réflexion et une analyse stratégique avec les autres entreprises du secteur pour mutualiser les procédures à suivre en faveur d'un meilleur accès aux produits, notamment avec des plates-formes logistiques communes.

SE FAIRE RECONNAITRE DU MARCHÉ

Les activités en faveur de l'AD seront facilitées par une meilleure diffusion de l'information. Par ailleurs, il est important d'aider les entreprises de Consommation (HoReCa et collectivités) à mettre en valeur leur plus value en alimentation Durable.

SE DEVELOPPER

Afin de développer l'alimentation durable, la recherche - en particulier pour les domaines encore peu développés comme l'agriculture urbaine et le food design - doivent se développer. Un ensemble d'actions visent ensuite à mieux cheville les acquis en terme de recherche et d'innovation au monde de l'entreprise par la création d'espace d'expérimentation et le lancement de projets pilotes.

En outre, les entreprises en création ou en développement doivent pouvoir assurer la mise en œuvre des normes de sécurité alimentaire.

INVESTIR

Les petits opérateurs de filières émergentes doivent pouvoir trouver des sources de financement afin de développer leur approche.

RECRUTER

La question du besoin des entreprises en matière de recrutement est centrale dans le cadre de l'Alliance Emploi-Environnement.

Dans le cadre de l'Alimentation Durable, il conviendra donc de veiller à faire émerger des secteurs d'activités - notamment la production - qui sont particulièrement porteurs d'emplois. Par ailleurs, au travers de la formation des demandeurs d'emplois, il s'agit de sensibiliser l'ensemble des acteurs de la formation aux mutations en cours.

Titre 3 : Les actions et les engagements des partenaires

Les actions identifiées par les opérateurs devront répondre aux différents besoins de l'entreprise présentés à l'article 11 et seront mis en œuvre sur base des moyens budgétaires et humains disponibles selon la priorité des mesures, fixée par le Gouvernement. Elles sont par conséquent organisées selon des mesures correspondant à ces besoins. Nous donnons ci-dessous la structure ; les fiches descriptives de ces actions sont fournies en annexe.

Mesure 1 : Maîtriser

- Plan d'action 1.1 : identifier les marchés actuels

- Réaliser une étude sur l'offre et la distribution alimentaire
- Réaliser une étude de la demande en alimentation – volet demande des particuliers
- Réaliser une étude sur la demande et l'offre alimentaires des collectivités et HoReCa (y compris restaurant sociaux)
- Renforcement de l'ancrage et relocalisation de la transformation alimentaire à Bruxelles
- Identifier les différentes synergies possibles entre les différents projets potentiels et actuels en alimentation durable en RBC
- Faciliter l'accès à l'information et la bonne application des règles de sécurité alimentaire pour les plus petits acteurs

- Plan d'action 1.2 : organiser la filière à venir

- Mettre sur pied un cadastre de l'existant et du potentiel en matière de production intra et péri urbaine et diffuser les résultats de l'étude sur le potentiel de production urbaine (intra et péri)
- Plan transversal alimentation durable
- Soutien de l'agriculture urbaine à Bruxelles
- Soutien aux créations de TPE en alimentation durable basé sur des business models innovants

- Plan d'action 1.3 : informer les entreprises

- Etudier et communiquer sur les façons de limiter le surcoût de la transition vers l'alimentation durable en restauration collective et HORECA
- Sensibilisation des commerçants (alimentation et horeca) à l'AD et accompagnement adapté à l'intégration et la valorisation de l'AD dans leur offre
- Réseau apprenant pour les entreprises du secteur alimentaire inscrites dans des processus de durabilité
- Stimuler les nouveaux acteurs de la distribution AD
- Soutenir la distribution alimentaire sur les marchés

Mesure 2 : Former les travailleurs

- **Plan d'action 2.1 : lancer des formations innovantes**
 - Séances d'information et formation de base et d'orientation aux métiers en alimentation durable
 - Amplifier les formations et fédérer l'ensemble des formations en AU en vue de définir un programme commun
 - Etudier l'opportunité de lancer une formation pilote en entrepreneuriat en AU

- **Plan d'action 2.2 : intégrer la durabilité dans les formations existantes**
 - module de base en AD
 - Intégrer les spécificités de l'AD (suite à la FA 41) dans les formations du réseau des classes moyennes à l'attention des employés et entreprises dans les métiers de bouche

- **Plan d'action 2.3 : soutenir la formation continue en AD des formateurs**
 - Module de base en alimentation durable (AD) : Mise en place de formations à l'attention du personnel enseignant et des formateurs
 - Formation d'éducateur formateur-animateur en éducation à l'alimentation durable

Mesure 3 : Vendre

- **Plan d'action 3.1 : durabiliser les marchés publics**
 - Intégrer des critères de durabilité dans le programme "fruits et légumes" à l'école
 - Améliorer la connaissance et les outils en vue de faciliter la rédaction de Marchés publics durables auprès des organismes publics, écoles, structures de soin et maisons de repos

- **Plan d'action 3.2 : renforcer l'accès aux SA alternatifs**
 - Augmenter la diversité des produits à destination des GASAP (Groupe d'Achat Solidaire de l'Agriculture Paysanne) par l'établissement d'une plate-forme logistique pour les produits fragiles et secs
 - Accroître l'offre de qualité différenciée à Mabru
 - Commercialisation durable des produits locaux dans la grande distribution
 - Encourager le recours au secteur du travail adapté pour la transformation et la fourniture de produits alimentaires durables en Région Bruxelloise
 - Mise en place d'une plateforme d'approvisionnement pour les épiceries sociales (REPIS)

- **Plan d'action 3.3 : valoriser les invendus**
 - Organisation d'un workshop pour améliorer la logistique pour récupérer/distribuer les invendus alimentaires

- Créer une structure de récupération, transformation et reconditionnement des invendus sur le site de Mabru en EES (entreprise d'économie sociale)
- Créer un organisme d'économie sociale pour récupération des invendus et préparation des repas
- Former les acteurs des associations de récolte des dons alimentaires (en Alimentation Durable) en vue de faciliter la récolte des dons

Mesure 4 : Honorer ses commandes

- **Plan d'action 4.1 : renforcer l'accessibilité à la distribution de produits durables**
 - Analyser l'opportunité de la mise en place d'une centrale de marchés de produits alimentaires durables pour les administrations publiques

Mesure 5 : Se faire reconnaître du marché

- **Plan d'action 5.1 : faciliter l'accès à l'information**
 - Création d'un portail Alimentation durable
- **Plan d'action 5.2 : créer des références de durabilité**
 - Tester le "repère" de durabilité cantine
 - Programmes d'accompagnement vers une AD dans des secteurs en demande, tel que celui qui existe pour la restauration collective

Mesure 6 : Se développer

- **Plan d'action 6.1 : Soutenir l'innovation**
 - Agriculture intra et péri-urbaine dans le secteur académique : Implication, groupes de travail thématiques, recherche-action et intégration dans le cursus universitaire.
 - Mieux valoriser les déchets organiques pour approvisionner l'agriculture urbaine en compost de qualité ?
 - Building integrated greenhouse (BIG)
- **Plan 6.2 : Expérimenter :**
 - Création d'un programme de financement « Living labs in Brussels » pour encourager et soutenir la recherche et le développement de l'alimentation durable en Région Bruxelles-Capitale.
 - Conserverie sociale : Espace-test de transformation durable
 - Appel à projet « Food Design urbain »
 - Expérience pilote : Mutualiser les services logistiques en vue de réduire les impacts environnementaux et économiques liés à la distribution

Mesure 7 : Investir

- Appui transversal aux filières via financement et accompagnement des opérateurs

Mesure 8 : Recruter

- **Plan d'action 8.1 : Encourager les vocations**
 - Organiser un Symposium sur l'Agriculture Urbaine
 - Développement de 4 axes pour un Pôle Alimentation Durable Nerpeede
 - Centre de développement de l'alimentation durable (site Bellevue)
 - Jard'Inspiration de la Ferme Nos Pilifs

- **Plan d'action 8.2 : Alimenter le marché du travail**
 - Intégrer les spécificités de l'AD dans les formations existantes à l'attention des chercheurs d'emplois dans les métiers de bouche

Figure 8 - Liste des actions et pilotes

N°	Action	Pilote(s)
1	Identifier les différentes synergies possibles entre les différents projets potentiels et actuels en alimentation durable en RBC	Bruxelles Environnement, MRBC- Agriculture
2	Plan transversal alimentation durable	Bruxelles Environnement, MRBC- Agriculture
3	Mettre sur pied un cadastre de l'existant et du potentiel en matière de production intra et péri urbaine	Bruxelles Environnement, MRBC
4	Organiser un Symposium sur l'Agriculture Urbaine	MRBC – cellule agriculture Bruxelles Environnement
5	Comment une meilleure valorisation des déchets organiques peut-elle approvisionner l'agriculture urbaine en compost de qualité ?	Bruxelles Environnement
6	Développement de projets d'économie sociale dans le cadre du Pôle Alimentation Durable à Neerpede	Maison verte et bleue, Service Développement durable de la commune de Neerpede
7	Jard'Inspiration de la Ferme Nos Pilifs	Ferme Nos pilifs
8	Centre de développement de l'alimentation durable (site Bellevue)	Commune de Molenbeek
9	Créer un organisme d'économie sociale pour récupération des invendus et préparation des repas	Commune d'Ixelles
10	Renforcement de l'ancrage et relocalisation de la transformation alimentaire à Bruxelles	FEVIA
11	Accroître l'offre de qualité différenciée à Mabru	Mabru
12	Augmenter la diversité des produits à destination des GASAP par l'établissement d'une plate-forme logistique pour les produits fragiles et secs	Réseau des GASAP
13	Commercialisation durable des produits locaux dans la grande distribution	Bruxelles Environnement
14	Réaliser une étude sur l'offre et la distribution alimentaire	Bruxelles Environnement, MRBC- Agriculture
15	Réaliser une étude de la demande en alimentation – volet demande des particuliers	Bruxelles Environnement
16	Réaliser une étude sur la demande alimentaire des collectivités et horeca (y compris restaurant sociaux).	Bruxelles Environnement

N°	Action	Pilote(s)
17	Organisation d'un workshop pour amélioration de la logistique pour récupérer/distribuer les invendus alimentaires.	FDSS – FDSSB - BE
18	Créer une structure de récupération, transformation et reconditionnement des invendus sur le site de Mabru en ESS	RABAD
19	Mise en place d'une plateforme d'approvisionnement et de négociation pour les épiceries sociales (REPIS)	FDSS, Croix rouge
20	Appel à projet « Food Design urbain »	MAD
21	Création d'un portail Alimentation durable	Bruxelles Environnement
22	Réseau apprenant pour les entreprises du secteur alimentaire inscrites dans des processus de durabilité	BECI
23	Soutien aux créations de petites entreprises en alimentation durable basées sur des business models innovants	Groupe One
24	SOUTIEN FINANCEMENT Appui transversal aux filières via financement et accompagnement des opérateurs	CREDAL
25	Soutien de l'agriculture urbaine à Bruxelles	Début des haricots
26	Faciliter l'accès à l'information et la bonne application des règles de sécurité alimentaire pour les plus petits acteurs	CIRIHA
27	CONSERVERIE SOCIALE : Espace-test de transformation durable	CREDAL + Crédal Entreprendre ASBL
28	Building integrated greenhouse (BIG)	Bruxelles Environnement
29	Stimuler les nouveaux acteurs de la distribution AD	Atrium
30	Sensibilisation des commerçants (alimentation et horeca) à l'AD et accompagnement adapté à l'intégration et la valorisation de l'AD dans leur offre	Atrium
31	Soutenir la distribution alimentaire sur les marchés	Atrium
32	Intégrer des critères de durabilité dans le programme "fruits et légumes" à l'école	MRBC Bruxelles Environnement
33	Analyser l'opportunité de la mise en place d'une centrale de marchés de produits alimentaires durables pour les administrations publiques	MRBC Bruxelles Environnement
34	Etablir un cadre référentiel progressif de durabilité pour certains secteurs en demande en termes d'alimentation	Bruxelles Environnement
35	Tester le "repère" de durabilité cantine	Bruxelles Environnement
36	Améliorer la connaissance et les outils en vue de faciliter la rédaction de Marchés publics durables auprès des organismes publics, écoles, structures de soin et maisons de repos	Bruxelles Environnement
37	Programmes d'accompagnement vers une AD dans des secteurs en demande, tel que celui qui existe pour la restauration collective	Bruxelles Environnement

N°	Action	Pilote(s)
38	Solution logistique pour producteurs locaux en circuit court LOG4LOC (Logistics for Local)	Sodexo Viangro
39	Agriculture intra et péri-urbaine dans le secteur académique : Implication, groupes de travail thématiques, recherche-action et intégration dans le cursus universitaire.	ULB – service d'écologie du paysage et systèmes de production végétale
40	Création d'un programme de financement « Living lab in Brussels» pour encourager et soutenir la recherche et le développement de l'alimentation durable en Région Bruxelles-Capitale	Innoviris
41	Module de base en AD	Horeca Be Pro
42	Intégrer les spécificités de l'AD (suite à la FA 41 (nveau n°)) dans les formations existantes à l'attention des chercheurs d'emplois dans les métiers de bouche	Bruxelles formation
43	Intégrer les spécificités de l'AD (suite à la FA 41) dans les formations du réseau des classes moyennes à l'attention des employés et entreprises dans les métiers de bouche	EFPME
44	Module de base en alimentation durable (AD) Mise en place de formations à l'attention du personnel enseignant et des formateurs	CIRIHA
45	Amplifier les formations + Fédérer l'ensemble des formations en AU en vue de définir un programme commun	Missions locales d'Ixelles et d'Etterbeek
46	Etudier l'opportunité de lancer une formation pilote en entreprenariat en AU	EFPME
47	Encourager le recours au secteur du travail adapté pour la transformation et la fourniture de produits alimentaires durables en Région bruxelloise	FEBRAP
48	Etudier et communiquer sur les façons de limiter le surcoût de la transition vers l'alimentation durable en restauration collective et HORECA	Bruxelles Environnement
49	Séances d'informations et formation de base et d'orientation aux métiers en alimentation durable	Rencontre des Continents
50	Former les acteurs des associations de récolte des dons alimentaires (en Alimentation Durable) en vue de faciliter la récolte des dons	RABAD
51	Formation d'éducateur formateur-animateur en éducation à l'alimentation durable	Rencontre des Continents

Titre 4 : Liste des partenaires impliqués

Figure 9 - Tableau récapitulatif des Pilotes des différentes actions

Pilote	Ateliers	Fiches
Atrium	Outils de soutien	29, 30, 31
BECI	Outils de soutien	22
Bruxelles Environnement	Renforcement des filières	1, 2, 3, 4, 5, 13, 14, 15, 16
	Outils de soutien	21, 28, 33, 34, 35, 36, 37
	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	48
Bruxelles Formation	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	42
CIRIHA	Outils de soutien	26
	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	44
Commune d'Ixelles	Renforcement des filières	9
Commune de Molenbeek	Renforcement des filières	8
CREDAL	Outils de soutien	24, 27
Croix Rouge	Renforcement des filières	19
Début des Haricots	Outils de soutien	25
EFPME	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	43, 46
FDSS	Renforcement des filières	17, 19
FEBRAP	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	47
FEVIA	Renforcement des filières	10
Groupe One	Outils de soutien	23
Horeca Be Pro	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	41
Innoviris	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	40
Mabru	Renforcement des filières	11
MAD	Renforcement des filières	20
Maison Verte et Bleue	Renforcement des filières	6
Mission locale d'Etterbeek	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	45
Mission locale d'Ixelles	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	45
MRBC - Agriculture	Renforcement des filières	1, 2, 3, 14
	Outils de soutien	32
Ferme Nos Pilifs	Renforcement des filières	7

Pilote	Ateliers	Fiches
RABAD	Renforcement des filières	18
	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	50
Rencontre des Continents	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	49, 51
Réseau des GASAP	Renforcement des filières	12
Service Développement durable de la Commune de Nerpede	Renforcement des filières	6
Sodexo	Outils de soutien	38
ULB, service d'écologie du paysage et systèmes de production végétale	Enseignement, Formation, Insertion / R&I	39
Viangro	Outils de soutien	38

Figure 10 - Liste des organismes impliqués

Organisme	Statut
Abatan	Collaborant
Abattoirs	Collaborant
ABE	Collaborant
ABP	Collaborant
Académie des Beaux-Arts	Collaborant
Administration de l'Economie et de l'Emploi	Collaborant
AFSCA	Collaborant
Alimentation 21	Collaborant
Amphora	Collaborant
APAM	Collaborant
APAQ-W	Collaborant
Atelier Groot Eiland	Collaborant
Atrium	Pilote
AVCB	Collaborant
Banque Alimentaire	Collaborant
BECI	Pilote
Bellevue	Collaborant
Bioforum	Pilote
Bioguide	Collaborant
Biosain	Collaborant
Brussels Invest-Export	Collaborant
Bruxelles Environnement	Pilote
Bruxelles Formation	Pilote
Cactus	Collaborant
Carrefour Belgium	Collaborant
CEFL	Collaborant

Organisme	Statut
CEMEA	Collaborant
Ceria	Collaborant
Certisys	Collaborant
CIRIHA	Pilote
COCOF	Collaborant
Coduco	Collaborant
Comeos	Collaborant
Commune d'Anderlecht	Collaborant
Commune d'Ixelles	Pilote
Commune de Molenbeek	Pilote
CPAS d'Anderlecht	Collaborant
CPAS d'Uccle	Collaborant
CREDAL	Pilote
Croix Rouge	Pilote
Début des Haricots	Pilote
Eco Innovation	Collaborant
Ecole Interfacultaire de Bio-ingénieurs ULB	Pilote
EFPME	Pilote
Epicierie du CPAS de Charleroi	Collaborant
Epicierie les Bon Villers	Collaborant
Epicierie Maison des familles	Collaborant
EVA	Collaborant
Faculté d'Agronomie ULB	Collaborant
FCSS	Collaborant
FDSS	Pilote
FEBRAP	Pilote
FEVIA	Pilote
Food Design	Collaborant
Food Fiction	Collaborant
FWB	Collaborant
Gestionnaires de marché	Collaborant
Greenloop	Collaborant
Groupe GIRAF	Collaborant
Groupe One	Pilote
Heureux Nouveau	Collaborant
IEB	Collaborant
IFP	Collaborant
Influences-végétales	Collaborant
Innoviris	Pilote
Institut E. Gryzon	Collaborant
Institut R. Lambion	Collaborant
Institut Redoute Peiffer	Collaborant

Organisme	Statut
Karikol	Collaborant
Le Byrrh	Collaborant
Le Chant des Cailles	Collaborant
Les Jeunes Jardiniers	Collaborant
Mabru	Pilote
MAD	Pilote
Maison Verte et Bleue	Pilote
Maizenne	Collaborant
MCPro	Collaborant
Mission locale d'Etterbeek	Pilote
Mission locale d'Ixelles	Pilote
Mission locale de Saint-Gilles	Collaborant
MRBC - Agriculture	Pilote
Natagora	Collaborant
Nature & Progrès	Collaborant
Ferme Nos Pilifs	Pilote
Observatoire de l'Emploi	Collaborant
Observatoire de la Santé et du Social de Bruxelles-Capitale	Collaborant
Port de Bruxelles	Collaborant
RABAD	Pilote
Rencontre des Continents	Pilote
Réseau des GASAP	Pilote
SAW-B	Collaborant
SDRB	Collaborant
SDS	Collaborant
Serre-Outil	Collaborant
Service Développement durable de la Commune de Nerpeede	Pilote
Services communaux espaces verts	Collaborant
Sijboontje	Collaborant
Simply Food	Collaborant
Sodexo	Pilote
TCO	Collaborant
Terre en vue	Collaborant
Test Achats	Collaborant
Travail et Vie	Collaborant
UCM	Collaborant
UFLED	Collaborant
Université de Gand	Collaborant
Viangro	Pilote
Village Finance	Collaborant

Village Partenaire	Collaborant
VLACO	Collaborant
VUB	Collaborant
Worms	Collaborant

Annexe : Fiches actions

Les Fiches actions relatives à l'Alliance Emploi-Environnement axe Alimentation Durable sont reprises ci-après

	FICHE-ACTION 01 Identifier les différents projets potentiels et actuels en alimentation durable en RBC et les possibilités de synergies entre elles.	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
CO-PILOTES : IBGE/MRBC-CELLULE AGRI	Lien fonctionnel avec les F-A n°3, 21, 14 et 22	Durée de mise en œuvre : 2014
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F-A n° ...	

Description

L'alimentation durable se développe progressivement à Bruxelles. L'objectif de cette fiche est de pouvoir identifier tous les projets existant à Bruxelles ou en gestation ainsi que les différentes synergies possibles entre ces projets.

Une première phase consistera à faire l'inventaire des projets actuels et en préparation et à dresser pour chacun d'eux une fiche d'identification. Cette fiche sera complétée par les porteurs de projet, sur base d'un modèle-type. Sur base de ces fiches, les projets seront cartographiés. Il sera intéressant de faire le lien avec la fiche 3 qui prévoit aussi de cartographier les différentes terres disponibles.

La deuxième phase consistera à identifier les synergies entre les différents projets, sur base de critères identifiés au préalable (proximité géographique, complémentarité d'activités, publics-cibles...).

Lien avec le développement économique

Les porteurs de projets et les décideurs économiques et politiques n'ont pas toujours une vue claire sur ce qui se fait déjà à Bruxelles.

Cette action doit permettre de donner une image précise des projets en alimentation durable à Bruxelles et d'encourager les collaborations.

Elle permettra également aux porteurs de nouveaux projets de mieux positionner leurs projets par rapport à l'existant.

Objectifs / résultats attendus de l'action

L'objectif final est d'identifier tous les projets concernant l'alimentation durable en RBC et de stimuler les collaborations.

Public-cible	Type d'instrument
Porteurs de projets Formation/insertion Politique et pouvoirs publics	information

Budget

Voir comment la mise sur carte des projets peut se dérouler avec la fiche 3. Intégrer la cartographie dans le site portail (voir fiche 21)
Prévoir un budget de 10.000 € pour la réalisation de la cartographie.

Principales activités et échéances

- Elaboration du formulaire d'enquête via un groupe de travail : octobre à décembre 2013 ;
- Envoi du formulaire, avec l'aide d'associations relais : janvier 2014 ;
- Réponses reçues au plus tard : fin mars 2014 ;
- Identification des possibles synergies entre les projets : avril 2014 à fin juin 2014 ;
- Cartographier les différents projets : juillet 2014 à fin décembre 2014.

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Co pilotage	IBGE	Suivi de l'inventaire pour les aspects de sa compétence (enquête) + identification des synergies entre les projets – cartographie sur le site portail
Co pilotage	MRBC/cellule agri	Suivi de l'inventaire (enquête) + identification des synergies entre les projets + lien avec la fiche 9&13 pour la mise sur carte
Collaborants	Nos Pilifs	Apport d'informations
	BECI	Apport d'informations
	FEVIA	Informes des projets dont nous avons connaissance de manière à tenir à jour la base de données.
	Commune d'Anderlecht (Développement Durable)	Apport d'information sur la zone du Neerpede

Organismes à impliquer:

- Tout porteur de projet en Alimentation Durable

Fiche action n° 01 > Atelier : Renforcement des filières

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	FICHE-ACTION 2 Plan transversal alimentation durable	
PILOTE : IBGE CO-PILOTE : MRBC/AGRI	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES Lien fonctionnel avec les F-A	Durée de mise en œuvre : 2013 à 2015 (puis suivi & mise en oeuvre)
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F-A n° : /	
Description		

Contexte

L'alimentation (durable) est une thématique transversale : environnement, santé, agriculture, emploi, mais aussi aménagement du territoire, mobilité, ...

Au niveau régional bruxellois :

- La Ministre de l'environnement a élaboré des programmes d'action en alimentation durable en lien avec ses compétences : « Pour une alimentation durable en Région de Bruxelles-Capitale : programme d'action de soutien à la demande » (2012), et une programme lié au maillage potager (2012).
- L'administration de l'environnement met actuellement en œuvre ces programmes. Elle est en outre lead partner du projet européen URBACT « sustainable food for urban communities » qui prévoit de développer un plan (régional) local d'actions. Par ailleurs, le plan déchets (2010) comporte des prescriptions en lien avec le gaspillage alimentaire.
- La cellule agriculture du ministère a mis en place un programme de distribution de fruits et légumes aux élèves des établissements primaires. De plus, elle continue de gérer le programme « lait aux écoles ». La région a agréé 3 organismes de contrôle qui certifient les opérateurs bio sur base de la réglementation bruxelloise et européenne.
- Le projet de PRDD comporte des « actions prioritaires » en alimentation durable, mais qui restent très générales et peu concrètes pour une mise en application.

Au niveau communal :

De nombreux agenda 21 locaux comprennent des actions liées à l'alimentation durable.

Projet

L'objectif de la fiche est de développer un « Plan régional transversal alimentation durable ». Il permettra :

- une articulation des programmes d'actions, l'évaluation et le suivi à plus long terme, des adaptations...
- d'inscrire les actions pourvoyeuses d'emploi dans un cadre plus global, permettant de gérer l'offre et la demande dans une vision cohérente ;
- de prévoir une coordination à terme (plateforme continue d'échange) avec un organe de suivi et de dialogue de type « Conseil alimentation durable » ;
- d'avancer sur une vision commune de ce qu'est l'alimentation durable ;
- de fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs et de développer des indicateurs.

Lien avec le développement économique

Les actions de l'Alliance feront partie intégrante du plan. Le développement de l'emploi en matière d'alimentation durable se trouvera renforcé par ce plan transversal intégrant les actions portant sur l'offre et la demande.

Objectifs / résultats attendus de l'action

L'objectif est d'obtenir une feuille de route cohérente, transversale, pour une politique alimentaire durable en Région bruxelloise, regroupant des actions portant sur l'offre et la demande.

Public-cible	Type d'instrument
Tous publics, par secteur	planification

Budget

Moyens humains – personnes mandatées officiellement par leur Ministre de tutelle.
 Si le gouvernement décide de donner une valeur contraignante à ce plan, il conviendrait alors de prévoir un budget pour la réalisation d'une étude d'incidence et d'une enquête publique.
 Budget pour l'étude d'incidence : 30.000€ (2014)
 Budget pour l'enquête publique de petite ampleur : 20.000€ (2016)
 A terme : moyens budgétaires pour la mise en œuvre du plan (dépend des actions planifiées).

Principales activités et échéances

Mise en place d'un groupe de travail (fin 2013)
 Draft de plan - Consultation de stakeholders (2014)
 Si le gouvernement décide de donner une valeur contraignante à ce plan, l'étude d'incidence pourrait être réalisée fin 2014 et l'enquête publique pourrait être lancée en 2015 de manière à viser une approbation gouvernementale pour la même année.

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	IBGE	Coordination de la rédaction du plan, lien plan local URBACT
Co-pilotage	MRBC/cellule agri	Collaboration à la rédaction du plan et suivi
Collaborant	AVCB	Relais entre communes et région, participation groupe de travail

Organismes à impliquer:

Administrations régionales concernées : ABE, SDRB, Ministère Economie & emploi, Port de Bruxelles, Actiris, SRIB, Atrium, ADT..

Administration liées à la santé : COCOF/VGC, niveau fédéral

Stakeholders, CE, CES

Fiche action n° 02 > Atelier : renforcement des filières

	FICHE-ACTION 03	
	<i>Mettre sur pied un cadastre des surfaces dédiées à la production agricole et potagère ainsi que des surfaces potentiellement disponibles pour la production agricole et potagère en RBC ainsi qu'en zone périurbaine</i>	
	ATELIER : RENFORCÉMENT DES FILIERES	
CO-PILOTE : MRBC	Lien fonctionnel avec la F-A n°/	Durée de mise en œuvre : 2013-2014
CO-PILOTE : IBGE	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Actuellement à Bruxelles, il est de plus en plus difficile de trouver des terres pouvant servir à la production de denrées agricoles et alimentaires.

Si quelqu'un souhaite lancer un projet agricole, un des plus gros problèmes qu'il rencontre est l'accès à la terre.

- L'action concerne la réalisation d'un cadastre. Avec la mise sur pied d'un cadastre des terres existantes dédiées ou pouvant être dédiées à la production de denrées agricoles et alimentaires et la diffusion de ses résultats aux personnes intéressées, la recherche des terres pourra devenir plus facile.

Il est clair que la majorité des terres agricoles se trouvent en dehors de Bruxelles ; c'est pour cela que le cadastre devrait s'étendre au territoire périurbain.

L'étude pourra se baser sur deux études en cours :

- La première étude a été lancée par Bruxelles Environnement en 2013 et est menée par le BRAT. Elle se concentre sur le potentiel maraîcher en RBC et consiste à dresser un inventaire qualitatif et quantitatif des sites potagers et à identifier les sites potentiels convenant à l'installation de potagers.

La mission « BRAT » s'étend aux terrains à vocation agricole afin de nourrir la réflexion quant aux possibilités de développement de l'agriculture urbaine dans ses aspects économiques. Toutefois, cette extension ne vise pas directement la mise en place d'exploitations agricoles.

Cette étude est limitée au périmètre de la Région de Bruxelles-Capitale et ne prévoit pas de couvrir la zone périurbaine.

- La deuxième étude également lancée en 2013 par Bruxelles Environnement, en collaboration avec «VLM – Vlaamse landmaatschappij » et menée par le bureau d'étude « Sum », porte sur la réalisation d'un plan directeur interrégional pour la zone comprenant Neerpede, Vlezenbeek et Saint Anna-Pede, située en Région bruxelloise (Anderlecht) et en Région flamande.

Les deux Régions concernées soutiennent les mêmes objectifs stratégiques pour cette zone péri-urbaine axés sur la préservation et la valorisation de la qualité paysagère, du patrimoine écologique et de la fonction agricole,....

Le développement du Plan directeur Neerpède-Vlezenbeek-St-Anna-Pède comprend les phases d'inventorisation, de développement de visions opérationnelles et de communication.

Lien avec le développement économique

Grâce à ce cadastre, les projets agricoles pourront se réaliser plus facilement. Il permettra de donner une vue plus claire des espaces disponibles pour les nouveaux projets agricoles. Avec l'installation de maraichers, agriculteurs urbains et autres, de nouvelles activités économiques pourront se développer.

En incluant le périurbain, ce cadastre permettra d'envisager le développement de projets à plus grande échelle, interrégionale. La production sur ces terres pourra alimenter les demandes alimentaires des Bruxellois.

Objectifs / résultats attendus de l'action

L'objectif principal est d'avoir une vue d'ensemble du potentiel en matière de production agricole à Bruxelles et aux alentours.

Ce cadastre devra être réalisé en collaboration avec les deux autres études mentionnées ci-dessus.

Une fois ce cadastre réalisé, il sera très important de le communiquer.

Public-cible	Type d'instrument
Associations actives dans l'agriculture urbaine. Toute personne qui souhaite se lancer dans l'agriculture urbaine.	

Budget

BRAT : 78 000 € TVAC en marchés publics – déjà engagé

SUM : 195 000 € TVAC en marchés publics (60% pris en charge par BE) – déjà engagé

Pour la mise en place du cadastre, il faudra prévoir un budget en marchés publics d'environ 70.000 Euros.

Principales activités et échéances

- Octobre 2013 : 1^{ère} réunion d'un groupe de travail pour l'élaboration d'un cahier de charges. (étudier les conclusions de l'étude « BRAT »)
- Janvier 2014 : 2^{ème} réunion du groupe de travail pour l'élaboration d'un cahier de charges. (étudier les conclusions de l'étude « SUM »)
- Mars 2014 : lancement du marché pour réaliser l'étude.
- Mai 2014 : Début de l'étude.
- Décembre 2014 : Fin de l'étude.

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	MRBC	Lancement de l'étude pour la création d'un cadastre des terres
Co-Pilotage	BE	Gestion de l'étude sur le potentiel maraîcher en RBC décrite ci-dessus Assurer lien avec la fiche « offre »
Collaborants	Commune d'Anderlecht (Développement Durable)	Informations sur la zone du Neerpede
	Terre en vue, Le Début des Haricots	- Participation au groupe de travail - Partage des données et informations en notre possession
	Région Flamande Dirk Van Ghizegem, studiedienst, administratie landbouw & visserij	Informations sur le périurbain
	Communes/CPAS/AVCB	Lien vers les terres appartenant aux communes et CPAS

Organismes à impliquer:

Tous les organismes publics et privés détenant des espaces convenant à l'installation de potagers ou de l'agriculture sont impliqués dans l'étude du potentiel maraîcher.

BECI : pour la diffusion des résultats, via le réseau apprenant.

	FICHE-ACTION 04 Organiser un symposium sur l'agriculture urbaine	
CO-PILOTES : IBGE/MRBC-CELLULE AGRI	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
	Lien fonctionnel avec les F-A n°3	Durée de mise en œuvre : Sept 2013 – mai 2014
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F-A n° /	

Description

Contexte

Afin d'encourager le développement de l'agriculture urbaine en Région bruxelloise, il convient de faire connaître le concept, de le rendre crédible et de répondre aux questions des porteurs de projets.

Il s'agit d'inspirer les acteurs bruxellois mais également de positionner Bruxelles comme acteur de la dynamique, dans le réseau des villes qui bougent sur le sujet (Rotterdam, Berlin, Montréal, Detroit, NY...) en mettant en valeur des projets développés à Bruxelles.

Projet

Le MRBC/cellule agri et l'IBGE vont co-organiser un symposium sur l'agriculture urbaine qui se tiendra début 2014.

L'opportunité d'organiser d'autres symposiums sur l'agriculture urbaine, notamment dans le cadre du salon AGRIBEX (salon de l'agriculture de Bruxelles) en décembre 2015, sera examinée.

Partage des compétences au niveau du co-pilotage : complémentarité des thématiques :

- le MRBC : sur les techniques et méthodes de l'agriculture urbaine, les réglementations et aides agricoles ;
- l'IBGE : sur la place de l'agriculture en ville dans le cadre de la rénovation urbaine et de la ville durable, sur les questions environnementales (réduction de l'empreinte alimentaire des Bruxellois, impacts environnementaux des productions agricoles, impact des pollutions urbaines sur la qualité des sols et denrées agricoles).

Les interventions seront sollicitées pour montrer le foisonnement et la diversité des approches : des initiatives collectives citoyennes aux projets de production agricole urbaine.

Des liens seront faits avec les projets se développant à Bruxelles, dans les différentes dimensions agronomiques, économiques, urbanistiques...

Les actes seront conçus comme une publication de référence.

Conception : Symposium d'une ou plusieurs journée(s) avec :

- Des intervenants phare
- Des vidéos/films courts sur des expériences étrangères
- Exposition (existante) de Strategic Design Scenario
- Des ateliers plus centrés sur l'agriculture en RBC

Thématiques possibles :

- Management/Business modèles porteurs
- Agriculture urbaine et politiques publiques
- « Contraintes » urbaines : espaces/pollutions/techniques
- Modèle agricole pour l'agriculture urbaine
- Développer une filière alimentaire urbaine : distribuer et transformer les produits de la ville

- Agriculture urbaine et agriculture périurbaine : rivalité ou complémentarité ?
- Manquements dans les filières de l'agriculture urbaine : équipements, prise en compte urbanistique...
- Filières alevins, insectes
- Comment améliorer l'accompagnement économique sur la création de business viables ; illustration par les formations en cours de développement au sein des Missions locales (St Gilles, Etterbeek, Ixelles)

Chaque atelier est introduit par un exposé cadrant accompagné de témoignages

Le débat est préparé – les questions sont débattues au sein du comité de pilotage et proposées à l'ensemble des participants.

Public-cible : acteurs bruxellois des secteurs urbanisme/conception de la ville, agriculture urbaine, politique/décision/administration, entreprises et fédérations, universitaires et étudiants (agronomie, économie et gestion, politique...).

Organisation :

Confier l'organisation de fond (en passant une convention au terme d'un appel d'offre) à un partenaire extérieur. Cette convention couvre l'organisation du séminaire mais également une phase préparatoire/exploratoire permettant de repérer à l'étranger les projets inspirants pour Bruxelles (cette exploration s'appuiera sur les études réalisées en matière de potentiel d'emploi en agriculture et business modèles).

Installer un Comité de pilotage/Comité scientifique :

- Désigner un ou plusieurs Président(s) (croiser le regard et les compétences d'un urbaniste et d'un agronome) ;
- Participants : représentants cabinet, représentants BE, collaborateurs,...

Lien avec le développement économique

Le symposium doit inspirer/informer les porteurs de projets bruxellois, tant pour les projets existants que pour les projets à créer, leur fournir des outils, leur permettre de prendre des contacts pour nouer des éventuels partenariats.

Le symposium peut également déboucher sur la mise en place d'un réseau dédié à la promotion et la collaboration dans le secteur de l'agriculture urbaine à Bruxelles.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Développement d'activités en agriculture urbaine sur le territoire bruxellois : nouveaux développements de projets existants ou nouvelles activités.

Public-cible	Type d'instrument
Porteurs de projets	information
Formation/insertion	
Urbanisme	
Politique et pouvoirs publics	

Budget

- Organisation logistique coordonnée par BE – coût : location salle, catering, traduction... (selon ampleur, expo liées...) : 25.000 – 45.000€
- Sous-traitance développement programme (recherche orateurs, constitution programme, techniques de présentation, organisation et animations d'ateliers) : 15.000€
- Rédaction et publication des actes : ?

Principales activités et échéances

Organisation logistique : mi 2013 (9 mois avant l'événement) -> début 2014
 Marché public externalisé pour le programme : mi 2013
 Groupe de travail contenu : octobre 2013 – février 2014
 Déroulement de l'événement : début 2014
 Publication et large diffusion des actes : tout 2014

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
CoPilotage	IBGE	Organisation logistique, marché de sous-traitance programme, suivi sur le fond pour les matières qui la concernent
Co pilotage	MRBC/cellule agri	Suivi sur le fond sur les matières qui le concerne.
Collaborants	Le champ des cailles / Début des Haricots	intéressés de participer à la réflexion autour de cet évènement dans la mesure des disponibilités. Peuvent jouer un rôle dans la conception du programme et comme intervenant (ferme du chant des cailles, ferme urbaine, ...).
	SDS	A réalisé une exposition dans le cadre du projet européen CORPUS – dont des posters sur alimentation. -> contribuer avec tout ou partie du matériel de cette exposition si cela est compatible!
	Nos Pilifs	Intéressé, découverte de la Cressonnière de Laeken et du projet Jard'Inspiration
	ULB/GIRAF	Comité de pilotage (coiser regards urbanismes & agro écologie)

Organismes à impliquer:

- Bureaux d'études pour l'appel à la sous-traitance

Fiche action n° 04 > Atelier : renforcement des filières

	FICHE-ACTION 5 Mieux valoriser les déchets organiques pour approvisionner l'agriculture urbaine en compost de qualité ?	
	ATELIER : OUTILS DE SOUTIEN	
PILOTES : IBGE	Lien fonctionnel avec les F-A n° (voir alliance déchet aussi)	Durée de mise en œuvre : 2014 - 2015
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n° ...	

Description

Face à l'engouement actuel pour le développement d'une **agriculture urbaine** aussi bien pour les **particuliers** (potagers collectifs, potagers en carré, etc.) que pour les **professionnels** (projets de maraîchage urbain, alimentation en circuits courts, projets régionaux etc.), il est évident que la demande pour un sol de qualité et pour des amendements de sol ne va faire qu'augmenter. Etant donné que ces projets s'inscrivent pour la plupart dans une démarche environnementale impliquant la non-utilisation de produits chimiques (engrais / pesticides), ils nécessitent le recours à des amendements organiques ou minéraux de qualité écologique. Il est donc important qu'une offre de **compost de qualité** issu des compostages de la région se développe.

A l'heure actuelle, sur la région de Bruxelles-Capitale, la filière de production et vente de compost est peu développée. Seuls quelques producteurs existent tels que Bruxelles-Compost et les entreprises d'entretien des parcs et jardins (ferme NOS PILIFS par exemple). En outre, l'offre en compost de qualité reste faible or selon la ferme Nos Pilifs, la demande est importante.

Dès lors, les produits issus des composts urbains et/ou de plateforme de compostage accéléré doivent présenter les avantages suivants :

- la qualité
- la logistique d'approvisionnement et de distribution.

Dans le cadre d'une production locale de compost, les clients pourraient être :

1. Particuliers (jardins individuels, potagers collectifs, etc.) ;
2. Pépiniéristes-horticulteurs ;
3. Entreprises privées de gestion des parcs et jardins ;
4. Fermes urbaines
5. Services espaces verts communaux
6. IBGE et autres services publics

Le projet consiste à :

- Faire le point sur l'existant en matière de données
- Evaluer la demande (qualitative et quantitative) des différents publics cibles // balconnières, potagers en carrés, potagers collectifs, maraîchage urbain, projets de fermes urbaines sur les toits, etc.// (en terme de produit, qualité, disponibilité, prix prêt à payer...)
- Définir quantitativement et qualitativement les besoins des publics bruxellois

- Préciser les critères d'une offre de qualité (définition de normes techniques)
- Evaluer quantitativement et qualitativement l'offre proposée en compost - Etudier la qualité du compost produit actuellement de manière centralisée et décentralisée pour la culture maraichère / Analyser ce qui existe sur le marché
- Evaluer les possibilités de développement des activités de compostage de qualité à Bruxelles
- Faire connaître la demande
- Faire connaître l'offre, la rendre accessible, permettre une reconnaissance spécifique de l'offre bruxelloise en différenciant les qualités

Lien avec le développement économique

Mieux connaître les besoins et préciser les critères de qualité pour le produit « compost » contribuera à l'émergence et la rentabilité de la filière de compostage des biodéchets.

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Etudier la qualité du compost centralisé et décentralisé pour la culture maraichère / étudier ce qui existe sur le marché
- Etudier la demande des différents publics cibles (en terme de produit, qualité, disponibilité, prix ...) voir ce qui existe
- Étudier/mettre en œuvre les tris nécessaires, gestion de l'espace, transport...
- Faire connaître l'offre, permettre une reconnaissance spécifique de l'offre bruxelloise

Public-cible	Type d'instrument
Professionnels concernés Acheteurs potentiels	Etude communication

Budget

- Etudier la qualité du compost centralisé et décentralisé pour la culture maraichère / étudier ce qui existe sur le marché : 30.000
- Etudier la demande des différents publics cibles (en termes de produit, qualité, disponibilité, prix prêt à payer...) : 30.000
- Faire connaître l'offre, permettre une reconnaissance spécifique de l'offre bruxelloise : à partir de 20.000 ...

Principales activités et échéances

- Point sur l'existant : 2014
- CSC Etudier l'offre (quantité, qualité) : 2014
- CSC Etudier la demande des différents publics cibles (en terme de produit, qualité, disponibilité, prix prêt à payer...) et les potentialités de développement des activités de compostage en RBC: 2014
- Communication, faire connaître l'offre, permettre une reconnaissance spécifique de l'offre bruxelloise : 2015

Partenariat

Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	IBGE	Lancement et suivi des marchés publics Contribution à la promotion
Collaborants	MRBC/cellule agri	Suivi du marché pour l'aspect valorisation du compost
	WORMS	Développer une filière de compostage des biodéchets à Bruxelles. Collaborer à la réflexion en qualité d'expert en valorisation de biodéchets (compostage décentralisé) disposant d'une bonne connaissance biochimique du compost et ayant une certaine connaissance des attentes des différents acteurs de production.
	Nos Pilifs	Evaluer les possibilités : - de développement d'une filière compostage de déchets verts à Bruxelles (offre déchets verts et demande compost particuliers/professionnels) - de création d'un centre de compostage déchets verts - de diversification de l'offre (mélanges et conditionnements spécifiques) - de sensibilisation (alternative aux substrats à base de tourbe, valorisation de déchets locaux...).
	ABP	/
	AVCB	Atelier pour réflexion avec les espaces verts des communes

Organismes à impliquer:

- Vlaco
- BWN : Etude technico-économique d'un compost sur le site des Abattoirs d'Anderlecht (par Ecores pour Atrium Cureghem) – notamment business modèles et plan financier

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	FICHE-ACTION 6 Développement de projets d'économie sociale dans le cadre du Pôle Alimentation Durable à Neerpede	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIERES	
PILOTE : Asbl Maison verte et bleue MVB (Commune d'Anderlecht) :	Lien fonctionnel avec les F-A n°1, 2, 3, 4, 8, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 32, 35, 43, 45, 46, 49	Durée de mise en œuvre : démarrage : 01/2014 12 mois
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F- A n° ...	

Description

*La **Maison verte et bleue (MVB)** est une asbl paracommunale (créée en novembre 2012) dont l'objet social est la préservation de la zone rurale de **NEERPEDE** via la sensibilisation à l'alimentation durable et à la biodiversité (animations, balades, ateliers cuisine, conférences...). Pour assurer au mieux cette préservation, la MVB désire y développer un **PÔLE ALIMENTATION DURABLE (PAD)** afin de répondre au nombre croissant de demandes, de pallier l'absence d'acteur de terrain pour relayer ces demandes et de créer une dynamique locale à portée régionale (lié au projet d'Agrobiopôle régional). Ce PAD sera un outil pour penser l'alimentation durable comme un système cohérent et intégré, dont les maillons – formation, production, distribution, consommation, éducation... – pourraient s'articuler et s'enrichir mutuellement.*

Au sein du PAD – qui offrira un terrain d'expérimentation et d'expertise en agriculture urbaine et péri-urbaine – nous désirons développer un **AXE PRODUCTION** afin notamment de développer des projets d'économie sociale en production alimentaire (agriculture, transformation, ...), qui s'inscrivent de manière transversale au sein des maillons du « système Alimentation durable ». En effet, notre travail de sensibilisation dans les maisons d'alphabétisation bruxelloises, les CPAS et les missions locales, nous a permis d'identifier des intérêts, des souhaits, des questions, des dynamiques autour de l'alimentation durable et des emplois existants ou à créer.

A ce stade, le PAD en est à ses prémices et la mise en commun ainsi que la coordination des ressources humaines de l'ensemble du projet nécessite la création d'une véritable équipe (la MVB dispose aujourd'hui d'un seul 0,8 ETP). En ce qui concerne le soutien de l'Alliance, nous pensons essentiel d'engager un **Responsable Économie sociale** (1 ETP) pendant une première année afin de développer ces projets pilotes transversaux (cf maillons du « système Alimentation durable », voir supra).

Lien avec le développement économique

Le PAD désire offrir aux personnes désireuses de se professionnaliser dans le domaine de l'alimentation durable (agriculture urbaine et péri-urbaine, transformation de productions locales de Neerpede, ...) un terrain d'expertise et d'expérimentation à Neerpede. Parmi ces personnes, la plupart dispose déjà de nombreux savoirs & savoirs-faire et certaines sont déterminées à vouloir développer leur propre travail.

Le Responsable Économie sociale (soutenu par l'AEE), en collaboration avec le Credal, assurera le bon déroulement de ces (deux ou trois) projets pilotes d'économie sociale, en lien notamment avec les autres axes de développement du PAD (voir infra).

Par ailleurs, ces autres axes du PAD induisent également une *création indirecte* de postes de formateurs, producteurs, entrepreneurs, animateurs, cuisiniers, restaurateurs, traiteurs... :

AXE 1 SENSIBILISATION : **stimuler** l'offre & la demande

AXE 2 CONSOMMATION : **augmenter** l'offre & la demande (matching & mise en réseau)
 AXE 3 FORMATION : **améliorer la qualité** de l'offre, stimuler la demande
 AXE 4 PRODUCTION: **améliorer la quantité** de l'offre, stimuler la demande

Objectifs / résultats attendus de l'action

L'engagement d'un Responsable Économie sociale pour l'AXE PRODUCTION du PAD va permettre d'assurer le **bon développement des projets d'économie sociale**. Son travail sera notamment articulé avec les trois autres axes de développement du PAD :

- AVEC L'AXE SENSIBILISATION : il orientera les personnes volontaires rencontrées – *dans les maisons d'alphabétisation, les CPAS et les missions locales* – vers les groupes professionnalisant
- AVEC L'AXE FORMATION: il organisera des formations (cycle court / cycle long) à l'alimentation durable en général ainsi que les rencontres avec des agriculteurs (en particulier liés à l'agriculture urbaine et péri-urbaine) ou d'autres personnes exerçant des métiers en lien avec les projets...
- AVEC L'AXE CONSOMMATION : il prévoira l'écoulement des productions obtenues via les points de vente de produits locaux/bio et d'autres réseaux divers (associatifs, informels, ...); il organisera des achats groupés ainsi que des visites des lieux de productions, ...

Public-cible	Type d'instrument
Accent sur les publics sans emploi, issus des maisons d'alphabétisation, des CPAS et des missions locales	* Réseau de public existant * Responsable Economie sociale (soutenu par l'AEE) * Communication (<i>via le site de la MVB ainsi que des réseaux tels que le RABAD, le Réseau ID, l'IBGE, la Maison de la Participation à Anderlecht...</i>)

Budget

- Responsable Economie sociale pour l'AXE PRODUCTION du PAD de la MVB
55 560€ soit un ETP pendant un an
 - Accompagnement par CREDAL – *voir engagement infra* (projet 4A)
7 260€ pour 10 jours
- TOTAL : 62 820€**

Principales activités et échéances

1^{er} semestre 2014:

- Orientation et regroupement des personnes désireuses de se lancer dans une activité professionnelle de production alimentaire (via nos réseaux existants et à créer)
- Etude des projets d'économie sociale (business plan, aspects financiers, fiscaux et juridiques...) – **en collaboration avec le Credal**
- Organisation de la formation à l'Alimentation durable – **en collaboration avec Rencontre des Continents**
- Organisation de rencontres avec des agriculteurs ou autres métiers en lien avec les projets

3^e trimestre 2014 : Début des projets de production alimentaire

4^e trimestre 2014 : Organisation de l'écoulement des premières productions ; organisation de visite des lieux de productions ; bilan de l'action du Responsable Economie sociale

Années suivantes: Développement des projets d'économie sociale ainsi que du PAD dans une plus large mesure, en synergie notamment avec la ferme régionale et ses opérateurs (expérimentation et expertise en agriculture urbaine et périurbaine)

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	MVB ASBL	Coordination de la rédaction de la fiche et de l'action
Co-pilotage	Service DD Commune	Implication dans la rédaction et le suivi de l'action + Appui autour des 4 axes

	Anderlecht	
Collaborants	Mission locale Commune Anderlecht	<i>Organisation des formations en agriculture périurbaine (accord à formaliser)</i>
	Rencontre des Continents	<i>Organisation de la formation en alimentation durable</i>
	Service Économie Commune Anderlecht	<i>Promotion des activités économiques naissantes (sous réserve d'approbation de l'échevin)</i>
	Credal	<i>Accompagnement à la création de projets d'économie sociale viables (business plan, aspects financiers, fiscaux et juridiques) et potentiel accès à la conserverie sociale en aval (voir FA Credal)</i>
	Travail et Vie	<i>Mise à disposition d'un terrain de 800 m² en friche à Cureghem</i>
	Début des Haricots	<i>Soutien au développement des projets d'agriculture urbaine à Bruxelles (voir FA 22)</i>
	Service Propriétés communales Commune Anderlecht	<i>Mise à disposition de terrains à Neerpede par la commune d'Anderlecht (en tant que grand propriétaire de la zone)</i>
	Institut Redouté Peiffer	<i>Accord de principe pour la participation de l'école horticole (à formaliser en septembre 2013)</i>

Organismes à impliquer: Maisons d'alphabétisation, CPAS, Missions locales (Ixelles, Etterbeek...), la Maison de la Participation d'Anderlecht, Producteurs (à Neerpede et d'ailleurs), Eco Innovation, MRBC (Marco Volpe), le RABAD, le Réseau ID, l'IBGE, SA Abattoir, Crabe Asbl, EFPME, Bruxelles-Formation, ULB (Faculté d'Agronomie), Greenloop

	FICHE-ACTION 7 Jard'Inspiration de la Ferme Nos Pilifs	
PILOTES : FERME NOS PILIFS	ATELIER : Renforcement des filieres Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : 2013-2016
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F-A n°/	

Maillons privilégiés (production=> consommation et fin de vie)

L'offre en matière d'alimentation durable est en train de se structurer et de s'organiser en filières dans le cadre de l'économie sociale à travers les nombreuses autres fiches action TAD.

Par ailleurs, de nombreux maillons de la chaîne production => consommation => fin de vie sont déjà couverts par les activités de notre ASBL :

- la création et l'entretien d'espaces verts de manière exclusivement écologique ; intervention dans des potagers individuels ou collectifs ;
- implantation de toitures vertes ; multiplication de plantes indigènes.
- gestion des déchets verts avec vente du compost (voir fiche action compost) ;
- vente de produits pour le jardin et le potager respectueux de l'environnement ;
- organisation de cours de jardinage « biodiversité » et « gestion intégrée » ;
- exploitation de la Cressonnière de Laeken comme producteur urbain.
- Prochainement : implantation d'un verger conservatoire, projet rucher didactique.
- Production de poulets élevés en plein air vendus exclusivement sur place.
- Conditionnement et distribution de plusieurs centaines de paniers de légumes bio par semaine. Le site de vente en ligne www.fermenospilifshop.be permet la distribution d'une gamme de plus en plus large de produits bio et locaux.
- Notre atelier de boulangerie est en bio ; organisation par l'Épicerie de cours de « cuisine vivante » utilisant des produits locaux et bio.
- Sensibilisation des enfants par le biais de la Ferme d'animation.

Toutes ces activités sont menées à travers le prisme de l'entreprise de travail adapté procurant ainsi 170 emplois dont 140 sont réservés à des personnes handicapées.

Nous souhaitons au travers de cette proposition privilégier le réflexe « alimentation durable » et « respect de la nature » **le plus en amont possible** car, si on veut changer en profondeur les mentalités dans une matière aussi sensible que l'alimentation, il faut former et offrir une production de qualité.

C'est le maillon formation à la production que nous entendons privilégier dans cette fiche.

Description du projet

Le projet :

Construction d'un centre de formation pratique en matière de production d'alimentation durable au nord de Bruxelles.

Objectif de ce centre :

Outre l'aspect sensibilisation que nous pratiquons déjà à travers notre Ferme d'animation et diverses activités de la Ferme, nous souhaitons pouvoir former professionnellement un maximum de personnes handicapées adultes et/ou éloignées de l'emploi aux métiers de la gestion écologique des espaces verts et des zones de maraîchage.

A/ Former : La crise économique frappe durement nos entreprises de travail adapté : le travail

habituellement confié aux ETA disparaît et nous connaissons de ce fait un fort taux de chômage économique. Or l'expérience nous montre que le travail ne manque pas dans le domaine de la gestion des espaces verts : métier à la portée de notre public cible premier, les personnes handicapées, mais aussi d'un public de personnes éloignées du marché de l'emploi pour d'autres raisons.

Par ailleurs, les cahiers de charges et les exigences de la clientèle en général, vont dans le sens d'une gestion écologique des espaces verts or peu de professionnels sont actuellement capables d'y répondre de manière dynamique c'est-à-dire autrement qu'en laissant faire la nature sans réagir. Gérer de manière écologique ne veut pas dire non gestion et cela s'apprend.

Et enfin, il y a une demande croissante en création, aménagement et culture de parcelle maraîchère bio à Bruxelles. Là aussi, le marché est disponible mais il manque de personnes professionnelles capables de répondre à cette demande.

Notre projet est d'outiller tout les acteurs professionnels existant qui le souhaitent et de former de nouveaux acteurs pour faire face de manière efficace à ce défi.

B/ Expérimenter : ce centre sera un lieu où la théorie sera accompagnée par la mise en pratique des principes écologiques innovant.

C/ Mobiliser : permettre aux associations « nature » locales de bénéficier de lieux de réunion et, le cas échéant, d'exposition afin de renforcer la mobilisation d'un plus grand nombre à la cause du développement durable dans la vie de tous les jours.

Situation :

Ce centre serait implanté au Nord de Bruxelles, en lisière de la future « Forêt urbaine de Neder-Over-Hembeek » en face de la Ferme Nos Pilifs.

Infrastructure pressentie :

Le bâtiment nécessaire pour le développement de ce centre sera : exemplaire, intégré dans le paysage, accessible (PMR) et multifonctionnel afin de réaliser des économies d'espaces.

Il disposera des infrastructures nécessaires pour accueillir :

- La section « Ferme d'animation » de la Ferme Nos Pilifs,
- des ateliers de jardinage écologique pour adultes (théorique et pratique), pour les travailleurs du secteur et pour les demandeurs d'emploi,
- un labo pour analyse et pédagogie sur la biodiversité, des stagiaires d'écoles d'horticulture, des salles de réunion pour les diverses associations « nature », les cours de cuisine pour enfants et adultes, et des locaux nécessaires au fonctionnement.
- Le terrain sera consacré à des zones d'observation et d'exercices pratiques.

Acteurs ressources	Public cible client
Bruxelles Environnement, Producteurs bio, Ecoles d'horticulture, CPAS, Ville de Bruxelles, Agenda 21, Associations "Nature"	Travailleurs du secteur, demandeurs d'emploi, ass. de quartier.
Identification d'outils transversaux porteurs en AD	

Les outils transversaux qui renforceront toutes les actions entreprises dans le cadre de l'alliance emploi alimentation durable font l'objet de ce projet : la sensibilisation et la formation tant du public que des professionnels de la production et le renforcement des filières en AD (mode de production, partenariat, transformation et vente).

Objectifs opérationnels du projet (nbre personnes formées, nbre entreprises créées, ...) et valeur ajoutée par rapport à l'existant

- Formation

- 1/ Actuellement 1 entreprise de travail adapté (ETA) , La Ferme Nos Pilifs, pratique le jardinage écologique (+/- 40 emplois)
 3 ETA pratiquent l'entreprise de jardin traditionnelle (+/- 230 emplois)
- 2/ Une 5^{ème} ETA se lance dans cette activité (6 emplois)
 Cela représente donc +/- 240 travailleurs existant à former.
- 3/ Il faut assurer un réservoir de travailleurs formés à cette gestion pour assurer le tum-over.
- 4/ Il faut amener d'autres ETA et entreprises d'économie sociale à diversifier leurs activités et pratiquer cette gestion.

- **Sensibilisation** des 3.000 enfants qui passent une journée à la Ferme et formation des 650 adultes que toucheront les ateliers de jardinage qui seront organisés parallèlement.

Par ailleurs, la Ferme ne cesse, depuis sa création, de diversifier ses activités et d'augmenter son taux d'emploi, ce projet sera source indéniable de nouveaux engagements directes et indirectes.

Points d'appuis : formation, projet économique,

Formation et reconversion-formation de travailleurs handicapés dont le travail est mis en difficulté par la crise actuelle du secteur.

Ouverture de ces formation au public des entreprises d'économie sociale d'insertion

L'ouverture de ce centre aux associations et les cours pour grand public aura en plus un **effet sensibilisateur et de promotion des filières de production et distribution d'alimentation durable.**

Partenaires du projet

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Description</i>
Pilote / Co Pilote	Ferme Nos Pilifs / Bruxelles Environnement	Porteurs du projet et co-auteurs du contrat de gestion
Collaborant	Febrap	Représentation des acteurs de l'économie sociale d'inclusion (personnes handicapées)
Partenariat envisagé	Maison Verte et Bleue, Jardins de Pomone, Village Partenaire, I. Redouté Peiffer, Tournesol, Ass. nature,..	Pour développer une mise en réseau des projets bruxellois.

Agenda et Budget

Phase I Etude de faisabilité

27.500 €

Ce montant permet de financer une mission de consultance pour étudier le projet (recherche de partenariat, projet d'établissement, business plan et plan stratégique).

(Nous souhaitons que cette étude soit prise en charge dans le cadre du TAD)

Phase II Acquisition du terrain en option, autrement ce sera sur notre terrain mais avec un programme allégé.

Programmation architecturale du complexe à construire

Phase III Construction et début du démarrage des activités.

(Les phases II et III devraient être soutenues dans le cadre d'un financement FEDER).

	FICHE-ACTION 8 CENTRE DE DÉVELOPPEMENT DE L'ALIMENTATION DURABLE (SITE BELLEVUE)	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
PILOTES : COMMUNE MOLENBEEK SAINT-JEAN	Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : 2013-2015
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°...	

Description

Le site Bellevue situé le long du canal est en profonde transformation. Une partie du site a été transformé en hôtel (gestion privée), l'autre est propriété de la commune et sera utilisée par des acteurs publics (CPAS, Mission Locale) et privés (Atelier Groot Eiland, ART2WORK...). La commune envisage aussi la création d'un hôtel/centre de formation aux métiers de l'hôtellerie (en collaboration avec la Mission Locale).

Atelier Groot Eiland, qui aura des locaux situés au rez-de-chaussée (dotés e.a. d'une cuisine professionnelle) est une organisation d'économie sociale qui a déjà développé des activités en lien avec l'alimentation durable via le restaurant social "Heksenketel" (e.a. récupération et transformation des invendus alimentaires) et le projet "arbeidszorg" Artizan (jeu pédagogique, magasin de produits locaux et fair trade, produit de production propre, diffusion de paniers bio avec Nos Pilifs).

La Commune développe également la mise en place d'un site potager (via PGV 2013-2014) qui sera un maillon essentiel du projet. Ce site potager mixte (fonction de quartier et productive), écologique et fonctionnel (lien direct avec le restaurant social et l'atelier de transformation/production envisagé ici) sera situé dans le site Bellevue. Il sera géré et exploité par Atelier Groot Eiland et ouvert à d'autres opérateurs locaux (restaurant Les Uns et les autres, Mission Locale, collectifs locaux). Il pourrait être structuré en coopérative ou intégrer celle envisagée dans le projet Bellevue global (voir infra - à l'étude). Un développement complémentaire du site potager en toiture du bâtiment Bellevue n'est pas exclu (à l'étude via PGV).

Le site Bellevue est situé dans un endroit stratégique pour le développement urbain et économique de la Région. La commune souhaite donc développer sur ce site un "**Centre de développement de l'alimentation durable**" autour de trois volets:

- 1) Production/transformation/conditionnement : production des matières premières (fruits et légumes, condiments..) et de produits locaux (confitures..), transformation de produits issus du circuit des invendus et conditionnements divers (conserves, découpage/mixage, gâteaux, etc.) à destination surtout de l'horeca social, des deux hôtels présents sur le site, de petits magasins spécialisés, de collectivités (écoles, crèches, etc.) présentes sur la commune. Une collaboration avec l'épicerie sociale Amphora dans le cadre de la récupération des invendus est aussi possible. Une étude de marché plus poussée devra montrer le potentiel du marché pour ces produits en région bruxelloise. Ces activités seront réalisées dans la cuisine professionnelle d'Atelier Groot Eiland située au rez-de-chaussée et ouverte aussi le soir et dans des locaux à aménager situés au troisième étage (500 m² disponibles). Un point de vente

sur le site au sein du magasin existant d'Artizan peut être aussi envisagé.

- 2) Sensibilisation/Formation/Information: sont envisagées plusieurs activités destinées à divers publics (adultes en formation, enfants, écoles, jeunes, habitants...) pour favoriser le développement des connaissances et compétences en alimentation durable. Ainsi, sont envisagées des animations et modules de formation liés au potager, à l'atelier de transformation/production, à la cuisine, à la consommation (jeux éducatifs, ateliers, animations pédagogique, cours de cuisine avec des produits du terroir oubliés, etc.)

A terme, le Centre sera aussi développé dans le sens d'un lieu d'information stratégique, de conférences, colloques, forum et formations dans le domaine de l'AD - positionnement stratégique compte tenu du développement du site Bellevue (entre autre hôtelier).

- 3) Formation/insertion/création d'emplois: à travers les activités détaillées aux points 1) et 2), **l'ISP sera l'axe principal du projet**. Il s'agit de mettre en place un parcours d'insertion socioprofessionnel varié qui valorise et diversifie les compétences des publics-cibles (en particulier des jeunes demandeurs d'emploi et pour le domaine de l'Horeca). Le projet leur permettra d'être en contact avec des métiers et des approches novatrices ; maraîchage écologique « fonctionnel » (approche restauration) et collectif (approche communautaire), production de produits locaux, approche slowfood, activités de transformation, conditionnement d'inventus...Le projet leur permettra également de développer des compétences techniques variées ; production – maraîchage - transformation – vente/démarche commerciale – sensibilisation).

L'articulation de ces trois volets vise donc la création d'un centre fonctionnel et exemplatif d'un processus complet d'AD (de la production à la consommation) et ce, dans une dynamique d'ISP.

A partir de ces trois volets le Centre de développement de l'alimentation durable veut aussi susciter et soutenir l'innovation dans toutes les activités liées à l'alimentation durable dans la zone le long du canal et/ou dans la région bruxelloise. Il aura pour vocation de stimuler les liens entre acteurs (locaux et régionaux) et de stimuler/soutenir les réseaux de l'AD, existant et en devenir.

Par sa proximité avec deux hôtels, le centre pourra aussi accueillir des meetings, des conférences, ateliers, formations, des experts étrangers, des bénévoles, étudiants etc. Un lien avec d'autres activités économiques et d'autres projets (e.a. : AEE – R&D) en relation avec le site et les activités envisagées (transport, récupération/valorisation des déchets, etc.) sont également possibles.

Différents partenaires pourront être cherchés pour les différentes fonctions envisagées. Les modalités de partenariats seront à définir selon les fonctions visées, mais avec pour objectif central la promotion des activités économiques et pédagogiques, des acteurs et des réseaux actifs dans l'AD.

Le site peut aussi héberger une plateforme virtuelle qui mettrait en contact producteurs et consommateurs afin de promouvoir la diffusion d'infos, découvrir des niches porteuses, etc.

Pour porter ce projet, la Commune envisage la création d'une coopérative ouverte aussi à des coopérants privés sur le modèle de la coopérative Livingstone.

Lien avec le développement économique

La Commune souhaite développer sur le site une activité économique durable, créatrice d'emploi, stimulante pour l'économie locale et rentable ; l'échelle modeste du projet sera plutôt un avantage qu'un frein car il permettra de développer une activité économique dans un contexte plus rassurant (pas de gros investissements, moins de risques) qui pourra servir d'exemple à d'autres et permettre aussi le développement d'autres actions dans le cadre de

l'AEE (par exemple permettre de stimuler la demande et le « matching » offre/demande).

Objectifs / résultats attendus de l'action

Un projet phare dans un lieu stratégique dans le développement urbain de la Région qui permette de :

- Développer un site exemplatif d'un processus complet d'AD
- Développer une activité économique rentable qui produit et soutient l'alimentation durable dans une dynamique d'ISP novatrice;
- Sensibiliser les habitants aux enjeux alimentaires et par ce biais stimuler la demande ;
- Créer de l'emploi et développer un parcours d'insertion professionnel varié ;
- Susciter et soutenir l'innovation dans l'alimentation durable ;
- Contribuer au rayonnement international de la Région dans des projets d'avenir

Public-cible	Type d'instrument
- Hôtels, horeca social, collectivités, particuliers	Production, transformation et vente
- Grand public (enfants, jeunes, adultes)	Actions de sensibilisation
- Travailleurs (public-cible)	Parcours de formation et insertion
- Producteurs	Plateforme et diffusion d'infos
- Autres acteurs alimentation durable	Susciter et soutenir l'innovation

Budget

Le site potager est identifié par les partenaires comme un maillon essentiel dans le développement du projet. Il est un levier important du développement de l'ensemble du processus proposé, tant sur le plan fonctionnel que méthodologique. De plus, il est déjà en cours de mise en œuvre puisque soutenu par un subside PGV engagé pour 2013 et 2014 (10 000€).

Par ailleurs, des besoins sont envisagés également pour soutenir le développement des volets « sensibilisation/formation » et « transformation/production » (une étude est actuellement en cours pour le compte d'Atelier Groot Eiland visant, entre autre, à étudier les potentiels produits artisanaux qu'AGE envisage de produire).

Par conséquent, pour soutenir la mise en place du projet et son développement, les besoins financiers identifiés en concertation avec le co-pilote du projet (Atelier Groot Eiland) sont les suivants :

	2014	2015
Frais de personnel :		
- 1 ETP Gestionnaire du site potager et projet « centre pour l'alimentation durable »	48000	48000
Frais de fonctionnement :		
- Outillage/équipement de maintenance jardin potager (outils, tableau organisateur...)	1000	500
- Matériel logistique flux potager/cuisine (bacs, charriots, rangements...)	1000	500
- Supports et visuels pour la communication sur le site et externe	/	2000
- Développement des outils/supports pédagogiques, didactiques, informatifs et de sensibilisation pour le « centre alimentation durable »	/	3000
- Frais de fonctionnement divers		

	1500	1500	
Frais d'investissement :			
- Infrastructure atelier de transformation/fabrication de produits artisanaux			
- Installation serres de culture (2 ^e phase de dvlp.)	/	8000	
- Eléments de maintenance complémentaires (réservoirs d'eau, système d'irrigation..)	/	7500	
	/	2000	
Total	51500	72500	124500

Principales activités et échéances

- Détermination des activités économiques (étude de faisabilité, plan financier, identification clients) : octobre 2013-mars 2014
- Formation du gestionnaire du potager, des assistants-gestionnaire et autres aidants/usagers (via PGV) : octobre 2013 – décembre 2013
- Personnel : profil de fonction, plan de formation et insertion, conventions éventuelles avec la Région pour contrats PTP ou autres : janvier 2014-juin 2014
- Mise en place du potager et démarrage d'une première saison de culture pour le site potager + suivi (via PGV): janvier - mars 2014
- Création coopérative (recherche coopérants, statuts, ...) : mars 2014-juin 2014
- Démarrage activités de transformation : septembre 2014 (voir aussi planning des travaux dans le site Bellevue)
- Démarrage activités de sensibilisation : septembre 2014
- Démarrage activités liées à l'innovation : 2015
- Plateforme et diffusion d'infos : 2015

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Commune Molenbeek Saint-Jean	Coordination- supervision du projet
Co-pilotage	Atelier Eiland Groot	Développement du projet – volet insertion et formation – développent des activités AD
Collaborants	Eco-innovation (aussi éventuellement en tant que co-pilote)	Développement du projet – volet transformation matières premières et sensibilisation
	Rabad	Implication membres du réseau – soutien volet invendus

Organismes à impliquer:

- MaBru, Nos Pilifs, Coopburo, Vert d'Iris, Port de Bruxelles
- Partenaires privés pour la création de coopérative (voir modèle Livingstone)

La commune a contacté à ce jour :

- Mabru (plateforme de distribution)
- Nos Pilifs
- Atelier Groot Eiland
- Les Uns et les autres (restaurant social)
- Eco-innovation
- Coopburo
- Rabad
- Le début des Haricots
- Mission Locale
- Gasap
- Abattoirs
- Maison Verte et Bleue
- Le port de Bruxelles (axe transport par voie d'eau)

Fiche action n° 08 > Atelier : Renforcement des filières

	<p>FICHE-ACTION 09</p> <p>CRÉER UN ORGANISME ESS D'INSERTION SOCIOPROFESSIONNELLE AYANT POUR PROJET LA RÉCUPÉRATION, TRANSFORMATION ET DISTRIBUTION À VOCATION SOCIALE ET MIXTE D'INVENDUS ALIMENTAIRES ET LA SENSIBILISATION À L'AD</p>	
	<p>ATELIER : Insertion, formation, enseignement</p>	
<p>PILOTES : ASBL RE :FRESH</p>	<p>Lien fonctionnel avec les F-A n°/</p>	<p>Durée de mise en œuvre : 09/2013 - ... vocation à se pérenniser</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

▲ OBJECTIFS GÉNÉRAUX:

1. Lever la double barrière du coût et de la connaissance (savoir-faire) limitant l'accès à une alimentation saine, fraîche, équilibrée et durable pour un public précarisé
2. Favoriser le mélange des publics (situation économique et sociale, origine socio-culturelle) et la cohésion sociale
3. Favoriser le rapprochement entre aide sociale et développement durable, proposer aux familles, y compris aux bénéficiaires de l'aide alimentaire, de devenir consommateurs-acteurs.
4. Réduire le gaspillage alimentaire de la grande distribution et des familles
5. Former et employer des travailleurs peu qualifiés dans une filière en développement
6. Développer l'économie locale, sociale et solidaire dans le quartier visé

▲ HISTORIQUE ET CONSTAT :

Le gaspillage alimentaire a un coût social et environnemental injustifiable.

Plus les familles sont précarisées moins elles consomment d'aliments frais et sains et moins elles sont sensibles à la notion d'alimentation durable. L'aide alimentaire classique rencontre rarement ce besoin et est souvent stigmatisante. La récupération et le recyclage ainsi qu'un approvisionnement auprès de filières de production non industrielles permettent de proposer une alimentation durable à prix réduit. Ceci doit s'accompagner d'une sensibilisation spécifique (cuisiner frais, de saison, sans besoin de grand équipement, réutiliser les restes...), permettant une évolution positive dans la dialectique social/durable et d'impacter durablement les habitudes alimentaires.

Le public peu qualifié peine à trouver des débouchés. Or, le secteur de l'alimentation durable et de la récupération offre des perspectives nouvelles pour ces chercheurs d'emploi.

Ce projet s'insère dans la dynamique d'un contrat de quartier (CQ Maelbeek) auquel collaborent plusieurs associations impliquées dans l'alimentation durable. C'est un travail en réseau en amont et en aval (GAC's, potagers collectifs, compost, sensibilisation, convivialité, mélange des publics). Un ancien restaurant communal (+jardin) est affecté au projet.

▲ ACTIONS :

Une analyse systémique des besoins et constats décrits ci-dessus nous amène à privilégier une approche transversale et en réseau, permettant de bénéficier de l'expertise spécifique de chacun des intervenants, de répondre à différents publics en interaction et d'agir sur plusieurs problématiques interdépendantes afin d'apporter des réponses cohérentes à l'échelle du territoire et

de la société. Des objectifs à très court terme (ex : apporter une aide alimentaire de qualité à une famille dans le besoin) permettent de viser des objectifs à moyen (ex : faire participer ces familles aux ateliers) et long terme (ex : les amener à changer leurs habitudes de consommation pour ne plus dépendre de l'aide alimentaire et se rapprocher d'une alimentation durable).

- Création d'une asbl « économie sociale »
- Ouverture d'un lieu de vente convivial où se tiendront également ateliers et événements festifs
- Récupération d'invendus ou invendables alimentaires (auprès d'une grande surface – contacts avec Delhaize mais également directement auprès de producteurs locaux via Le Début des Haricots et le réseau des GASAP bruxellois – contacts à concrétiser)
- Traitement, transformation, revalorisation de ceux-ci (attention à la qualité et à l'attractivité des produits, communication et locaux agréables...)
- Vente à un double tarif à un public précarisé ainsi qu'au grand public (but : non stigmatisation)
- Formation et emploi de personnel peu qualifié en ISP (via Mission Locale) :
Module d'environ 300h de base + 120h par an (pendant 3 ans) de formation continuée dont le Ndls du secteur, nécessaire pour retrouver du travail après le contrat d'insertion :
Horticulture de base (pousse et cueillette, entretien de potager, traitement des légumes, etc.) + cuisine (transformation desdits produits), Vente/étalage/contact clientèle/gestion caisse, Logistique (conditionnement, stockage, inventaires, normes d'hygiène, chaîne du froid etc.)
- Ateliers de sensibilisation (techniques de conservation et récupération, cuisiner sain et frais en peu de temps avec budget et équipement minimum, cuisine de saison...) et événements conviviaux (via associations partenaires)

Lien avec le développement économique

Renforcement et stimulation du tissu économique et social par :

- Création d'emploi et formation :
 - le développement d'un projet ESS et le soutien à un(e) candidat(e) entrepreneur(e) coaché(e) par Start Création (1 TP)
 - l'emploi d'un 2è TP (cuisine, encadrement personnel en insertion)
 - l'offre d'emploi et de formation dans un secteur en développement (4 PTP ou art.60 formés et suivis par la Mission Locale)
- Lutte contre la pauvreté et la précarité
- Tissage d'un réseau local vertueux institutionnel/commercial/associatif en amont et en aval
- Création d'une activité commerciale innovante socialement et attrayante sur le plan de l'offre alimentaire (création d'une asbl « économie sociale »)
- Développement à long terme de bonnes pratiques de consommation au sein du public

Objectifs / résultats attendus de l'action

- mise à l'emploi et formation de 6 personnes (2+4)
- lancement d'une nouvelle dynamique socio-économique locale
- soutien alimentaire de qualité à 30 familles
- offre de service « traiteur » saine, durable et attractive pour le grand public
- sensibilisation du public précarisé comme du grand public à l'alimentation saine, durable et plus généralement au non gaspillage
- réduction des déchets alimentaires de « x » quantité

Public-cible	Type d'instrument
<input type="checkbox"/> chercheurs d'emploi peu ou très peu qualifiés	Parcours d'insertion et de formation dans un secteur en développement
<input type="checkbox"/> public précarisé socio-économiquement (via le CPAS	Aide alimentaire de qualité

entre autres)	Offre de produits de type « traiteur » de qualité
<input type="checkbox"/> grand public	
<input type="checkbox"/> tout public (précarisé + grand public)	
	Sensibilisation et développement de bonnes pratiques en matière de consommation alimentaire durable

Budget

Voir budget global prévisionnel lancement + première année ci-joint
 Explication : les besoins concernent la couverture des frais de personnel. Tablant sur l'obtention du subside du SPF intégration, le solde à couvrir pour la première année serait de 29.280€. Mais nous ignorons encore le montant réel qui sera octroyé au projet, et dans tous les cas il ne s'agit que d'un soutien d'impulsion qui ne sera octroyé qu'une fois. La demande à la région couvre donc bien, pour 4 ans, le TP de coordination. Celui-ci peut-être un ACS.

Principales activités et échéances

- ° **Pour le 15.10.13 (Phase 0):**
 - finalisation du business plan
 - création de l'asbl, communication des détails (n° enregistrement, compte, tva etc.)
 - introduction demande agrément ILDE
- ° **Du 15.10.13 au 31.03.14 (Phase I):**
 - recrutement entrepreneur/coordonateur du projet (si nécessaire budgétairement, à mi-temps dans un premier temps)
 - poursuite de la recherche de fonds (cocof, Fondation Roi Baudoin...)
 - conception du plan de communication
 - achat du matériel d'équipement et aménagement du local (contrat de quartier)
 - recrutement du reste du personnel
 - finalisation des conventions avec les commerces et producteurs + associations partenaires
 - accompagnement méthodologique et formations spécifiques auprès d'experts impliqués dans l'AE
- ° **du 15.03.14 – 15.05.14 (Phase II):**
 - lancement du programme d'insertion
 - planification des activités des ateliers
 - lancement de la communication par le CPAS auprès de ses bénéficiaires + communication grand public
- ° **du 15.05.14 – 15.10.14 et poursuite jusqu'à la fin du contrat de quartier (2017) (Phase III et IV):**
 - inauguration officielle
 - démarrage des ateliers
 - fin de la période de lancement : évaluation intermédiaire, puis cadence annuelle
 - introduction demande de subside FSE pour la poursuite et le développement du projet

Souhait d'en faire un projet durable et viable dans le temps, par le développement de l'activité « traiteur/catering » auprès des entreprises, collectivités et institutions locales.

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Asbl Re:Fresh	Coordination du projet

	(en creation)	Collaboration à la dynamique de réseau local Négociation avec les commerces de son territoire pour la récupération des invendus Employeur
Co-pilotage	Commune d'Ixelles	Mise à disposition des locaux cuisine/épicerie/table d'hôtes/jardin Collaboration à la dynamique de réseau local Soutien logistique et financier dans la mesure de ses possibilités
Collaborants	Mission Locale Ixelles	Participation à la projetation Formation et suivi du parcours d'insertion des personnes en ISP
	CPAS	Participation à la projetation Relais avec le public-cible en ce qui concerne l'aide alimentaire et les art. 60

Organismes à impliquer:

- Le Début des haricots, la Foire aux savoir-faire, Bouillon Malibran pour une collaboration dans le cadre des ateliers et activités de sensibilisation (contacts amorcés dans le cadre du contrat de quartier), accord de principe sur le partenariat, finalisation du programme en cours
- Les commerces du territoire favorables à la récupération des invendus
- Des chefs ou restaurants célèbres acceptant de collaborer par la création d'une recette « spéciale récup' » pour soutenir la communication du projet
- Les porteurs des fiches 9, 20, 22, 51 et 52 pour l'expertise utile qu'ils pourront développer

NB : L'asbl Re :Fresh est en cours de formation, il s'agit d'une asbl de type économie sociale (donc indépendante de la commune), les statuts seront disponibles à partir du 15 octobre au plus tard.

Fiche action n° 09 > Atelier : Insertion, formation, enseignement

	FICHE-ACTION 11 Accroître l'offre de qualité différenciée à Mabru	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
PILOTES : MABRU	Lien fonctionnel avec les F-A n°01, 02, 04 et 08	Durée de mise en œuvre :
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	
Description		

Le Marché Matinal de Bruxelles est un marché de gros de produits essentiellement agroalimentaires à destination des acheteurs professionnels du commerce, de l'Horeca et des marchands ambulants.

Les installations de ce marché, situées de manière idéale au cœur de Bruxelles, sont gérées par l'asbl Mabru, créée en 1992 à cette fin par la Ville.

Via les actions décrites dans cette fiche, Mabru souhaite pouvoir accroître l'offre de produits durables (produits du terroir, produits locaux, produits bio, produits artisanaux etc.) sur son site et faire mieux connaître les produits locaux de qualité des producteurs déjà présents sur le marché.

Axes d'actions retenus

Axe 1 – Enquêtes préalables. En prémisses, il s'agit de tenter de mieux cerner les contours, actuels et potentiels, de l'offre et de la demande des acteurs professionnels (déjà présents sur le marché matinal et/ou susceptibles de le fréquenter à l'avenir) en matière de produits alimentaires durables, tant en qualité qu'en quantité.

Axe 2 - Communication. Sous réserve et en fonction des résultats des enquêtes préalables, il s'agira principalement d'organiser des actions de communication visant à permettre la rencontre et le développement de l'offre et de la demande de produits durables sur le site du marché. La communication visera donc d'une part les fournisseurs de produits durables afin d'attirer l'offre, et d'autre part les acheteurs actuels et potentiels afin de stimuler la demande. L'objectif est d'arriver à faire croître l'échange spécifique de produits alimentaires durables de façon à ce que le Marché Matinal soit reconnu comme le lieu d'approvisionnement privilégié des professionnels pour une gamme complète de produits, tant durables que conventionnels. Le cas échéant, lors d'une phase ultérieure, la communication pourrait comporter des actions concrètes comme par exemple l'organisation, à titre expérimental dans un premier temps, d'un marché fermier sur le site du marché.

Axe 3 – Réflexion transversale. L'implantation, sur le site de Mabru, d'un (ou de plusieurs) distributeur(s) de produits durables (agissant pour compte de petits producteurs spécialisés) pourrait constituer un atout majeur pour atteindre l'objectif retenu. Dans cette perspective, il convient d'identifier les leviers à mettre en place par les pouvoirs publics pour faciliter une telle implantation.

Lien avec le développement économique

Les professionnels de l'Horeca en quête de produits durables/du terroir en grande quantité sont confrontés à l'absence d'une offre centralisée et diversifiée au sein de la région bruxelloise. Ils sont donc contraints d'effectuer leurs achats en dehors de Bruxelles, là où se trouvent les producteurs.

Mabru souhaite répondre sur son site à la demande de ces professionnels et permettre de la sorte le maintien et le développement de l'activité économique générée par cette demande au sein du territoire régional, ainsi que des emplois qui y sont liés.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Développer et faire connaître Mabru comme le lieu d'approvisionnement privilégié des professionnels, pour une gamme complète de produits, tant durables que conventionnels, en y attirant un plus grand nombre d'acteurs de l'alimentation durable et en répondant mieux aux contraintes rencontrées par les petits producteurs (manque de temps et de moyens, problème de mobilité).

Créer des emplois dans le secteur de l'alimentation durable au sein de la Capitale.

Permettre une meilleure gestion de la mobilité à Bruxelles.

Public-cible		Type d'instrument			
Pour les fournisseurs : Les distributeurs de produits durables Les producteurs de produits durables Pour les clients : Les professionnels de l'Horeca Les acheteurs pour les collectivités Les commerces de quartier (épiceries, superettes) Les maraîchers ambulants		Principalement la communication : envers les fournisseurs de l'existence d'une plateforme qui veut accroître son offre en produits durables et envers les clients de l'existence de produits durables au sein du marché. La présence d'un facilitateur au sein de Mabru pour expliquer aux fournisseurs comment s'installer au marché.			
Budget					
ACTION COMMUNICATION PRODUCTEURS					
POSTE	Dépense éligible	Unité	Quantité estimée	Coût unitaire	Coût estim
Documentation auprès des producteurs présents à Mabru (visite champs pour caractérisation offre et matériel de communication)	Frais de personnel	heures équivalent temps plein	160	50	8.000
Enquête auprès des producteurs du Bioforum et de Karikol pour déterminer l'offre	Frais de personnel	heures équivalent temps plein	148	50	7.400
Enquête auprès des abonnés/clients de Mabru et membres d'associations représentant la demande	Frais de personnel	heures équivalent temps plein	148	50	7.400
Outils de communication (élaboration)	Frais de personnel	heures équivalent temps plein	40	50	2.000
Outils de communication (diffusion dans la presse généraliste et spécialisée)	Rétribution de tiers et de sous-traitants	forfait (TVAC)	1	10.000	10.000
Réflexion transversale/ identification des leviers (axe 2)	Frais de personnel	heures équivalent temps plein	40	50	2.000
Gestion administrative du projet (sur une durée estimée de 12 mois)	Frais administratifs	heures équivalent temps plein	48	50	2.400
Dépenses annexes	Frais de déplacement	forfait (TVAC)	1	500	500
Coordination générale et suivi (sur une durée estimée de 12 mois)	Frais de personnel	heures équivalent temps plein	96	80	7.680
	Total	heures EQTP	680	Euros	47.380

Principales activités et échéances

Etablissement et stimulation de l'offre et de la demande en produits durables	
Activités : Offre	Echéances
Définition de l'offre des producteurs déjà présents sur le Marché Matinal (visite de leurs champs, documentation nécessaire à la campagne de communication définition des producteurs par carte, par région, par catégories de produits et par mode de production)	D'octobre 2013 à octobre 2014, durant une année car production saisonnière
Enquête et stimulation de l'offre auprès des producteurs membres de Bioforum, Karikol (ou autres associations)	D'octobre 2013 à décembre 2013
Activités : Demande	Echéances
Enquête auprès des acteurs professionnels de l'alimentation à Bruxelles dont les clients du Marché Matinal ainsi que les membres du RABAD, Karikol, du CDR Horeca (ex : chefs bruxellois)	De janvier 2014 à mars 2014
Actions de communication	
Définition de la stratégie de communication autour de l'offre différenciée à Mabru	Avril 2014
Etablissement du matériel de communication nécessaire	Mai 2014
Lancement de la campagne communication autour des produits durables du marché	Septembre 2014

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Mabru	Piloter le projet, le faire aboutir moyennant l'aide des collaborateurs et sous réserve de l'obtention d'un soutien financier adéquat, le suivre et communiquer à son sujet.
Collaborants	Biosain	Plateforme de distribution de produits durables implantée à LLN.
	RABAD	Communiquer à son réseau pour attirer la demande existante au sein du Marché Matinal.
	Karikol	Inclure Mabru dans le guide « Slow Food » publié par Karikol pour la semaine « Goûter Bruxelles ». Communication envers le comité de chefs qui cherchent des produits du terroir.
	IBGE	Informers vers les cantines/hôpitaux/écoles.
	BIOFORUM	Transmettre les coordonnées d'acteurs pouvant être intéressants pour le projet et relayer l'information du projet auprès de ses membres. Collaborer à l'enquête auprès de ses membres producteurs pour savoir s'ils souhaiteraient offrir leurs produits au sein de Mabru et quels seraient leurs souhaits/contraintes,...
	Maxence Osnoy	Projet de production de champignons (pleurote, shitake) avec du marc de café dans des anciens containers recyclés. Possibilité de vente sur le Marché Matinal.
	CDR Horeca	Communiquer à son réseau pour attirer la demande existante au sein du Marché Matinal.
	Centre de référence	Sous réserve du programme d'activité du centre de référence CC à venir (ce n'est donc pas un engagement à ce stade) : relayer l'information largement auprès des acteurs d'encadrement agricole, susciter auprès de ces acteurs une recherche proactive de producteurs potentiellement intéressés, voire organiser des rencontres avec ces producteurs et Mabru
CC Wallonie		

et interroger/chercher des solutions aux problèmes de logistique (transport et vente sur place).

Organismes à impliquer:

En cours : Topino, grands chefs à tendance Bio (Christian Tirilly, Pascal de Valkeneer) et Efarmz.

Fiche action n° 11 > Atelier : Renforcement des filières

	FICHE-ACTION 12	
	Augmenter la diversité des produits à destination des GASAP par l'établissement d'une plate-forme logistique pour les produits fragiles et secs	
	ATELIER : Renforcement des filières	
PILOTES : LE RÉSEAU DES GASAP	Lien fonctionnel avec les F-A n°2, 3, 14, 15, 16, 17, 19, 25	Durée de mise en œuvre : 2014-2015 (24 mois)
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Au début, la demande des GASAP était plus forte que l'offre. Par conséquent les maraîchers ont livré dans tous les coins de la Région, sans réflexion logistique. Le résultat est qu'ils perdent beaucoup de temps dans leurs déplacements (ce qui entraîne moins de temps de contact mais aussi une consommation de carburant plus importante).

Solutions envisagées :

- Une première solution envisageable est de **regrouper les GASAP par quartier**.
- Une deuxième solution envisageable est de créer **un ou plusieurs hubs dans des lieux stratégiques ou aux entrées de la RBC**.
- Une troisième solution est liée à **la diversité de produits fournis au GASAP : création de comptoirs/lieux de dépôts dans les quartiers bruxellois**.

Lien avec le développement économique

Les différentes solutions permettront au réseau des GASAP de devenir plus performant et rationnel au niveau logistique et permettra au modèle de se développer à une échelle plus large et ailleurs. Il répondra ainsi davantage aux besoins des producteurs et permettra une plus grande diversification des produits proposés en circuit court. Il sera également créateur **d'emploi dans le secteur de la production et de la distribution alimentaire** et garantira une plus grande stabilité de revenus aux producteurs.

Objectifs / résultats attendus de l'action

➤ 1. PHASE D'ETUDE ET DE TEST

- Une étude de faisabilité et d'acceptabilité devront montrer quelle voie développer ;
- Un ou plusieurs projet(s) test nous montreront comment rendre le projet réalisable.

Pour préparer ce changement au sein du réseau des GASAP, nous commencerons par une phase de réflexion pour bien mener les projets. Ceci sera délégué à une partie extérieure. Nous estimons que la recherche action correspond le plus au besoin et proposerons donc qu'un chercheur soit détaché de sa structure (universitaire ou autre) dans le réseau des GASAP. Ceci permettra de faire une étude qui tienne compte de la spécificité de la réalité du réseau.

➤ **2. PHASE DE MISE EN OEUVRE**

➤ **3. PHASE D'EVALUATION**

Cette phase permettra d'évaluer le projet par rapport aux différents objectifs visés, et le cas échéant d'ajuster les solutions développées, qui pourront ensuite être répliquées à d'autres quartiers/zones.

Public-cible	Type d'instrument
<ul style="list-style-type: none"> Membres des GASAP Bruxellois (actuellement 60) Les agriculteurs du réseau (actuellement 15) Les Abattoirs d'Anderlecht Les pouvoirs publics 	<ul style="list-style-type: none"> étude de faisabilité et d'acceptabilité réunions d'information et de décisions collectives enquêtes interviews ateliers de co-construction

Budget

Demande : 71.500 EUR

	2014		2015	
ons	25,000.00 €	0,5 ETP	25,000.00 €	
personnel	1,000.00 €		1,000.00 €	
placement	1,000.00 €		1,000.00 €	
marges locatives	250.00 €		250.00 €	
ophone, site site	500.00 €		500.00 €	
	250.00 €		250.00 €	
matériel	500.00 €		500.00 €	
1 conférences,	500.00 €		500.00 €	
motion et de	750.00 €		750.00 €	
le tiers et de is	10,000.00 €	1 étude de faisabilité	2,000.00 €	1 interventions externes pour l'évaluation
	39,750.00 €		31,750.00 €	71,500.00 €

Principales activités et échéances

	1 ^{er} trim. 2014	2 ^{ème} trim. 2014	3 ^{ème} trim. 2014	4 ^{ème} trim. 2014	1 ^{er} trim. 2015	2 ^{ème} trim. 2015
étude de l'impact social et environnementale de la logistique du réseau des GASAP						

étant donné son organisation géographique						
étude de faisabilité d'un regroupement des GASAP *						
test du regroupement						
mise en œuvre du regroupement						
évaluation						
réorientation						
étude de faisabilité de mise en place d'un HUB *						
test d'un HUB						
mise en œuvre d'un HUB						
évaluation						
réorientation						
étude de faisabilité de création de comptoirs *						
test d'un comptoir						
mise en œuvre d'un comptoir						
évaluation						
réorientation						

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Réseau des GASAP	<ul style="list-style-type: none"> développement des axes décrits dans le texte suivi d'études de faisabilité faite par bureau extérieur
Collaborants	Les abattoirs d'Anderlecht	<ul style="list-style-type: none"> HUB pour produits secs et autres Lieu de transformation Acheminement par voie navigable possible Découpe de viande sur place possible. Expérience de réalisation de marché
	Le Début des Haricots ASBL	Coopérative d'agriculture Urbaine à Anderlecht (cf. FA 22)

Organismes à impliquer:

- /

	FICHE-ACTION 13 Commercialisation durable des produits locaux dans la grande distribution	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
PILOTES : BE CO-PILOTE : MRBC/AGRI	Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : A définir
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Actuellement, en Région bruxelloise, la promotion des produits de producteurs locaux passe essentiellement par des circuits de distribution spécifiques. Or, certains acteurs de la grande distribution ont montré qu'ils peuvent avoir rôle utile et complémentaire pour promouvoir les produits de qualité différenciée, comme ils l'ont fait pour les produits biologiques. Les impliquer plus fortement dans une telle démarche permettrait de toucher un public plus large et donc de faire évoluer à la fois l'offre et la demande en produits locaux.

Au niveau de la grande distribution, plusieurs acteurs se positionnent au niveau de la durabilité de l'alimentation : le bio, le « saison », le « Belge », la pêche durable, le management environnemental, les produits locaux... En matière de promotion de produits locaux, le travail semble rester à échelle réduite et est encore peu visible. Des démarches « producteurs Belges » sont bien identifiées chez plusieurs acteurs. Des démarches plus locales, mettant en avant le producteur et sa production le sont beaucoup moins.

L'action consisterait donc à promouvoir les produits et producteurs locaux en grande distribution.

1) Dans une 1^{ère} phase, un opérateur de terrain s'est présenté pour mener à bien une phase pilote en hypermarché. Carrefour Belgium mène en effet un projet depuis plus d'un an au niveau des provinces wallonnes et, à l'image de cette expérience, souhaite faire la même chose en Région bruxelloise.

Cette 1^{ère} phase consisterait donc en la commercialisation des produits locaux chez Carrefour Belgium en Région bruxelloise, à l'image de la même opération développée dans chacune des provinces de Wallonie en partenariat avec les Provinces wallonnes (2012-en cours), et donc selon la méthodologie déjà développée.

2) Dans un 2^{ème} temps, l'expérience pourrait être partagée avec d'autres enseignes sachant que les 1^{ères} étapes sont réalisées par Carrefour selon une méthode « Carrefour » et que d'autres acteurs peuvent développer d'autres méthodes s'ils le souhaitent.

Lien avec le développement économique

Soutenir et développer les productions locales par une commercialisation des produits locaux respectueuse des producteurs.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Faire connaître les produits et les producteurs locaux

Pérenniser la relation producteurs locaux – distributeur : charte de commercialisation

Développer le chiffre d'affaire et les emplois possibles chez les producteurs locaux

Public-cible

Type d'instrument

Citoyens-clients ; les producteurs locaux	Partenariat Communication
---	------------------------------

Budget

Développement de l'action : budget propre de Carrefour Belgium
 Budget lié aux codes EAN
 Budgets annexes : voir collaborateurs

Principales activités et échéances

Il faut compter un mois de préparation, un mois de recherche et d'introduction des produits, ensuite la phase de commercialisation démarre. Le projet consiste en l'assistance continue de l'opération pendant six mois à un an. Ensuite, elle pourra être généralisée aux autres magasins voire à d'autres enseignes.

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	IBGE	Communication générale, suivi
Co-pilote	MRBC- Cell agri/ Economie/	Rôle des Provinces (encore à compléter après contact) - Promotion des producteurs - Contrôle
Collaborants	Carrefour Belgium	Opérateur du projet pilote dans la 1 ^{ère} étape
	Viangros ou autre acteur logisticien	Logistique
	CERIA	marketing, analyse de produits
	COMEOS	Observateur, au moment adéquat : diffusion résultat

Organismes à impliquer:

- Frank Mesdag
- Credal – lien vers étude sur freins franchisés par rapport aux petits producteurs
- Provinces wallonnes (Hainaut développement, BEP)

Fiche action n° 13 > Atelier : renforcement des filières

	<p>FICHE-ACTION 14 Réaliser une étude sur l'offre et la distribution alimentaire en RBC</p>	
	<p>ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES</p>	
<p>CO-PILOTES : IBGE ET LA CELLULE AGRICULTURE DU MRBC</p>	<p>Lien fonctionnel avec les F-A n°1, 9, 13, 14, 15, 16</p>	<p>Durée de mise en œuvre : Un an 2013 - 2014</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

Contexte :

Un projet ambitieux d'augmentation de la part « durable » de l'alimentation des bruxellois passe par la fixation d'objectifs réalistes et concrets. Ces objectifs ne peuvent être identifiés sans une bonne connaissance de la situation de départ que l'on veut améliorer. Or, peu de connaissances sur l'offre alimentaire en RBC sont actuellement rassemblées et analysées afin d'aider les décideurs bruxellois à poser des choix justifiés.

L'objet de cette action est de faire un état des lieux de:

1. l'offre alimentaire, quelle soit destinée à l'Horeca, aux cantines ou aux particuliers
2. la distribution alimentaire

➔ *Inspirations/ sources disponibles en annexes*

Action

1) Offre

L'étude « Who feeds Bruxelles ? » est à faire pour la région. Elle doit permettre de préciser :

- Les caractéristiques de l'offre :
 - o Description de l'offre alimentaire disponible en RBC (quoi, quantité, qualité bio ou autre)
 - o Provenance (RBC, local à définir, Belge, Europe, monde)?
- La production
- La transformation :
 - o Description des volumes alimentaires transformés à Bruxelles (quoi, quantité, qualité)
 - o Description de la transformation de la production bruxelloise non transformée à Bruxelles
 - o Situation des entreprises bruxelloises de transformation

2) Distribution alimentaire

Le secteur de la distribution joue un rôle essentiel pour la diffusion efficace des produits alimentaires durables.

L'étude doit permettre d'élaborer une image précise du système de distribution des denrées alimentaires à Bruxelles. Elle doit dès lors répondre notamment aux questions suivantes :

- Quelle part des denrées produites et/ou transformées à Bruxelles de cette production est écoulee en RBC et est exportée (où ? et comment ??)
- Quel volume de denrées agricoles et d'aliments rentre dans Bruxelles chaque jour ? Comment les aliments arrivent-ils à Bruxelles et circulent-ils dans Bruxelles?
- Quels sont les endroits de stockage, quelle est leur capacité utilisable et utilisée ?
- Quels sont les nœuds logistiques?
- Quels sont le volume et la répartition des denrées alimentaires entre les marchés publiques, les cuisines collectives, le secteur Horeca, la grande distribution, le marché sur place publique et les confectionneurs de panier pour le marché bruxellois ?
- Où vont les invendus ?
- Quels sont les principaux acteurs de la distribution alimentaire à Bruxelles? Quelle part de ceux-ci est déjà impliquée dans une démarche durable (après spécification de ce qu'on entend par démarche durable)?
- Quels indicateurs mettre en place pour estimer la part de durable dans ces flux d'aliments qui nourrissent les bruxellois ?

Cette étude devra distinguer l'offre et la distribution alimentaire selon les catégories de consommateurs : ménages, secteur Horeca, collectivités, consommation publique,... .
L'étude devra distinguer des catégories à définir : fruits, légumes, protéines, produits laitiers, produits de base (épice, farines,), produits transformés, frais, en conserve, surgelés ... ?

Cette étude devra également permettre d'identifier les actions permettant de renforcer l'offre alimentaire durable et celles permettant de réduire l'empreinte environnementale des étapes logistiques.

Lien avec le développement économique

Cette étude permettra d'avoir une image précise des flux alimentaires en RBC, tant qualitatifs que quantitatifs et constituera un référentiel pour la prise de décision en vue de renforcer les filières bruxelloises et l'emploi qui s'y développe ainsi que pour suivre les évolutions en la matière.

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Une bonne connaissance des flux alimentaires à Bruxelles : type, provenance, producteur,...
- Une connaissance de la provenance actuelle
- Une évaluation de la résilience alimentaire de la RBC
- Une méthodologie d'estimation de la part d'alimentation durable dans ces flux alimentaires

Public-cible	Type d'instrument
	étude

Budget

Collecte et analyse des données existantes, évaluation des données manquantes et à collecter : 10.000 €
Offre : 85.000 €

Principales activités et échéances

2013 : Rédaction de cahiers des charges avec appui d'un groupe de travail

2014 : Etude collecte et analyse des données existantes

2015 : Etude, conclusions, recommandations

Etude : 1an

Partenariat

Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Co-pilotage	IBGE	Coordination du marché public d'étude de l'offre et distribution alimentaire en RBC
Co-pilotage	Cellule agriculture du MRBC	Collaboration à l'étude, informations sur la production, contacts avec les autres régions pour la production.
Collaborants	Rencontre des continents	Participera au groupe de travail
	Statistiques nationales	Collaborant, a fourni toute une série de statistiques pertinentes
	Viangros	N'a pas eu le temps de réagir, reviens vers nous pour spécifier la collaboration de Viangros sur cette fiche
	Bioforum	Données
	Bruxelles Invest-Export	Groupe de travail
	l'APAQ-W,	L'APAQ-W a des données concernant l'offre péri-urbain
	Comeos	Collaborant groupe de travail
	Mabru	Mabru s'engage à rencontrer les auteurs de l'étude.
	Fevia	Févia met leur expertise à notre disposition et est disposé à faciliter les contacts avec les entreprises alimentaires bruxelloise membres
	La ferme Nos Pilifs	Collaborant, données
	GASAP /Maarten Roels	Suivi de l'étude du point de vue du circuit court
	Les abattoirs d'Anderlecht	Collaborant groupe de travail
	BECI	Collaborant groupe de travail

Organismes à impliquer:

Travail et Vie, Brussels Studies, Maison verte et bleue, Carrefour, FDSS, universités

	FICHE-ACTION 15 Réaliser une étude de la demande en alimentation – volet demande des particuliers	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
PILOTES : IBGE	Lien fonctionnel avec les F-A n°1, 9, 13, 14, 15, 16	Durée de mise en œuvre : 2013-2014
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n° /	

Description

Contexte :

Un projet ambitieux d'augmentation de la part « durable » de l'alimentation des Bruxellois doit passer par la fixation d'objectifs réalistes et concrets. Ces objectifs ne peuvent être fixés sans une bonne connaissance de la situation de départ que l'on veut améliorer. Or, peu de connaissances en matière de demande alimentaire sont actuellement rassemblées et analysées afin d'aider les décideurs bruxellois à poser des choix justifiés. Le développement d'une offre alimentaire plus durable et de l'emploi dans ce secteur dépend de l'adéquation aux évolutions de la demande. Il importe donc de bien connaître la demande pour soutenir les développements de l'offre ainsi que pour encourager les évolutions de la demande vers une alimentation plus durable.

Action

Réaliser des études pour connaître la demande alimentaire des « Bruxellois » en général et de certains publics cibles en particulier, mais aussi identifier les freins et leviers aux changements de comportements alimentaires.

Les études devront préciser, notamment :

- Demande actuelle & habitudes alimentaires et durabilité de cette demande (bio...)
- Ce que la population voudrait mais ne trouve pas, où ne trouve pas « local »
- Grandes tendances évolutives
- Critères de décision lors des achats des différents publics
- Freins / leviers pour passer à une alimentation plus durable
- Estimation des besoins à moyen terme, compte tenu d'une évolution des mentalités et du contexte (ex : manger moins de viande mais plus d'alternatives aux protéines de viandes traditionnelles)
- Les indicateurs pour suivre la durabilité de la demande dans le temps

Elle devra comprendre à priori :

- Etude bibliographique : données santé, universités, tendances, recommandations d'indicateurs de suivi et de politiques à mener
- Enquêtes qualitatives
- Sondage général (grand public)
- Enquêtes auprès de populations spécifiques

Lien avec le développement économique

Meilleure compréhension de la demande, des besoins et attentes, afin d'orienter correctement

le développement des filières alimentaires locales (ex : recommandation sur le type de cultures locales à lancer en termes d'aromatiques, de légumes, développement de nouveaux produits et services alimentaires,...).

Etat des lieux de la demande en termes de durabilité, identification des freins à lever et des opportunités à saisir pour changer les comportements et augmenter la demande en alimentation durable.

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Une idée des besoins actuels et futurs
- Une idée des produits et services qui pourraient répondre à cette demande
- Une approche ciblée sur des publics spécifiques

Public-cible	Type d'instrument
Grand public Publics spécifiques à déterminer (à priori : jeunes, précarisés, issus de la diversité culturelle)	étude

Budget

Radioscopie et analyses des données existantes (BSI), évaluation des données manquantes et à collecter dans les phases suivantes : 10.000€

Marché public pour étude qualitative (littérature + contacts + recommandations) : 20.000€

Sondage grand public : 30.000€

Sondage/enquêtes publics spécifiques : 30.000€

Principales activités et échéances

- 2013 Rédaction de cahiers des charges étude bibliographique, suivi de l'étude
Rassemblement d'information via contacts (voir collaborant)
Rédaction cahier des charges sondage grand public et suivi
- 2014 Rédaction du cahier des charges publics spécifiques et suivi
Conclusions & recommandations

Partenariat

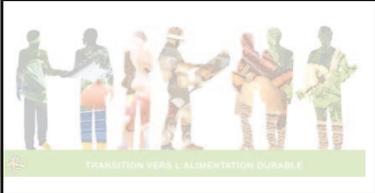
Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	IBGE	Coordination cahiers des charges Mise à disposition des études déjà effectuées
Collaborants	Cellule agri/MRBC	Lien avec fiches 3 et 14 (offre, cadastre)
	Rencontre des continents	Données qualitatives sur la demande de publics spécifiques Exemple de sources : projet "maître cuisinier" (freins, leviers, thématiques, habitudes alimentaires...); projet Bouillon Malibran, via leur réseau
	Observatoire du social et de la santé	Source de données
	Statistiques nationales	Source de données
	COMEOS	A déterminer

	ATRIUM	A déterminer
	Bioforum	Source de données
	FEVIA	A déterminer
	Bruxelles Invest-Export)	Source de données

Organismes à impliquer (voir aussi annexes : sources de données)

- Voir aussi annexes : organismes sources de données
- **Brussels Studies**
- **RABAD**
- **La Fédération des Maisons Médicales –**
- **Universités**

	<p>FICHE-ACTION 16</p> <p>Réaliser une étude sur la demande alimentaire des collectivités et HoReCa (y compris restaurants sociaux).</p>	
	ATELIER : Renforcement des filières	
<p>PILOTES : BRUXELLES ENVIRONNEMENT</p>	Lien fonctionnel avec les F-A n° 14, 15, 17, 19	Durée de mise en œuvre : 2014
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n° /	

Description

Dresser un état des lieux des pratiques des établissements HoReCa bruxellois (restaurants, snack-bars, cafés, cuisines de collectivités et restaurants sociaux) en matière alimentaire, notamment en ce qui concerne leurs fournitures et fournisseurs, la durabilité de leur approche, leurs attitudes et attentes en matière de produits.

Un état des lieux des cuisines de collectivités bruxelloises a déjà été dressé par Food in Mind en 2012.

Les aspects suivants ont été étudiés:

- Qu'entendent les cuisines de collectivités par 'alimentation durable' ?
- Dans quelle mesure les collectivités ont-elles déjà adopté des pratiques durables?
- Les cuisines de collectivités sont-elles motivées pour évoluer vers un modèle plus durable et sont-elles prêtes à y consacrer du temps et de l'argent ?
- Quels sont les besoins des cuisines de collectivités dans leur transition vers plus de durabilité ?
- Les cuisines de collectivités sont-elles au courant du projet IBGE « Cantines durables » ?

Afin d'évaluer la durabilité des pratiques des cuisines de collectivités, tant les données sur leur offre alimentaire (portion moyenne de viande, disponibilité d'eau du robinet, offre de produits de saison) que sur l'encadrement de la transition (mise en place de formations, actions de sensibilisation) ont été examinées.

Autres études:

- "Améliorer l'offre en matière d'alimentation saine dans les écoles et les collectivités : expériences et pistes pour relever le défi" - Doc de la fondation Roi Baudoin (2008)
- Le numéro spécial alimentation d'Alter Echos "Social et Alimentation Durable". N°344-345
- Le résultat de la journée de réflexion du 17 avril d'Association 21 :
<http://www.associations21.org/Le-mercredi-17-avril-2013-Journee>
<http://www.associations21.org/17-avril-2013-quelles-alliances>

<http://www.associations21.org/17-avril-2013-rapport-de-l-atelier>

L'objectif est d'étudier les autres secteurs de l'HoReCa, sur base de ce qui a été fait pour les cuisines de collectivités. Cette étude constituera une mesure initiale qui permettra de suivre les évolutions. Cette étude permettra également de recenser les obstacles auxquels font face les établissements HoReCa qui souhaitent entreprendre ou ont entrepris une démarche de transition vers une alimentation durable (demande inexistante des clients, difficultés pour obtenir les produits, problèmes de livraison, manque de connaissance sur la façon de préparer la nourriture,...)

Lien avec le développement économique

Le secteur HoReCa est un des secteurs économiques les plus importants de la RBC. L'étude réalisée par les facultés Saint-Louis a montré que les entreprises HoReCa « durables » résistaient mieux à la crise économique actuelle et poursuivaient leur croissance malgré ce contexte difficile. Accompagner le secteur HoReCa vers une offre alimentaire plus durable doit permettre :

- D'assurer la croissance du secteur, la bonne santé des entreprises existantes et l'émergence de nouvelles activités ;
- D'assurer la croissance de l'emploi dans le secteur et, indirectement, dans d'autres secteurs comme celui de la formation ou du tourisme.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Objectif :

Accompagner le secteur de l'HoReCa dans sa transition vers une alimentation durable et soutenir le développement de nouvelles activités.

Résultats attendus :

- Dresser un état des lieux de l'offre alimentaire dans le secteur de l'HoReCa bruxellois
- Evaluer qualitativement la durabilité de l'offre alimentaire actuelle des établissements HoReCa
- Identifier les actions à mettre en place pour accompagner la transition des entreprises HoReCa vers une alimentation durable
- Identifier les initiatives à développer pour favoriser l'accès des établissements HoReCa aux produits alimentaires durables. (Ce résultat dépend également de l'étude sur l'offre alimentaire dans le secteur de l'HoReCa, voir fiche 1).

Public-cible	Type d'instrument
Secteur de l'HoReCa bruxellois : Restaurants, snack-bars, cafés, cuisines de collectivités, restaurants sociaux	Marché public pour lancer l'étude.

Budget

Étude sur la demande alimentaire des établissements HoReCa bruxellois : 30.000€

Principales activités et échéances

L'étude sur la situation des établissements HoReCa sera sous-traitée.

L'objectif est d'obtenir une image représentative des établissements HoReCa bruxellois.

Dans la mesure où le budget le permet, nous demandons également au réalisateur de l'étude de formuler des recommandations et d'identifier les opportunités.

Planning:

Avril 2014 : Publication du cahier des charges

Juin 2014 : Démarrage de l'étude
Octobre 2014 : Réception des résultats de l'étude

Partenariat

Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Bruxelles Environnement	Lancement d'un marché public
Collaborants	MRBC cellule agri	Collabore à la réflexion, suivi
	Bioforum	Enquête vers les collectivités
	Fédération HORECA/Comeos	Comeos : collabore à la réflexion, données

Organismes à impliquer:

- société de catering (Sodexo, TCO, Compass Group, ...)
- cantines (des écoles, crèches, entreprises, maisons de repos, hopitaux, ...)
- fournisseurs (Biofresh, Deli XL, ...)
- transformateurs (Travail et vie, ...)
- bureaux d'étude (EcoRes, Greenloop, Coduco, ...)
- groupements d'intérêts concernés (Vredeseilanden,...)
- FDSS
- Fédération HoReCa

Fiche action n° 16> Atelier : renforcement de filières

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	<p>FICHE-ACTION 17</p> <p>Organisation d'un workshop pour l'amélioration de la logistique pour récupérer/distribuer les invendus alimentaires.</p>	
	<p>ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES</p>	
<p>CO-PILOTES : FDSS-FDSSB, BE</p>	<p>Lien fonctionnel avec les F-A n°50, n°18 et n°19</p>	<p>Durée de mise en œuvre : 5 mois</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°...</p>	

Description

Chaque année le secteur de l'aide alimentaire récupère gratuitement plusieurs milliers de tonnes de denrées alimentaires auprès des circuits de la grande distribution et de l'industrie agroalimentaire. Ces aliments sont des invendus parfaitement consommables, collectés soit directement par les organisations de terrain, soit par la Banque alimentaire Bruxelles-Brabant (BABB) qui les centralise et les redistribue ensuite à des associations de terrain au profit de personnes vivant en situation de précarité. Pourtant, des quantités importantes de denrées alimentaires parfaitement consommables échappent à ce système de récupération.

Une réflexion s'est dès lors engagée tant au niveau politique qu'au niveau des acteurs de terrain, avec le développement de différentes propositions (proposition d'ordonnance sur la valorisation des invendus, projets pilotes de valorisation des invendus par les associations et entreprises d'économie sociale actives dans l'aide alimentaire,...)

L'action consiste à organiser un débat entre tous les acteurs concernés en vue d'identifier des leviers pour optimiser la récupération des invendus au profit du secteur de l'aide alimentaire et à mettre en place des réponses inspirées d'exemples de bonnes pratiques existantes en Belgique et à l'étranger.

Liens fonctionnels avec d'autres actions :

Plusieurs actions proposées dans le cadre de l'Alliance Emploi-Environnement – Alimentation Durable visent à améliorer l'approvisionnement du secteur de l'aide alimentaire. La FdSS-FdSSB veille à la mise en place de collaborations avec les autres projets d'approvisionnement auxquels elle participe et qui se complètent et s'articulent étroitement entres-elles (FA 50, 17,19) :

- La fiche-action 17 a une portée très large et les solutions proposées au terme de la table-ronde viendront en appui à des *actions spécifiques* comme celles proposées dans la fiche-action 50 qui vise à développer un segment d'approvisionnement très précis (mise en place de collaborations locales avec des restaurants sociaux pour la récupération de produits frais) ou dans la fiche-action 18 qui porte sur la récupération des fruits et légumes invendus de MABRU.
- L'action 17 pourra également soutenir et aider à la pérennisation d'une plate-forme d'approvisionnement pour le secteur de l'aide alimentaire présentée dans la fiche-action 19. La spécificité de cette plate-forme réside dans le fait qu'elle porte essentiellement sur des *achats*, réalisés pour la plupart par des épiceries sociales.
-

Lien avec le développement économique

1. Création d'emplois

L'action consiste à identifier les besoins et moyens à mettre en œuvre pour optimiser la récupération des invendus au profit de l'aide alimentaire. La mise en place de ces moyens générera directement la création d'emplois.

Ex : emplois de chauffeurs-livreurs ; emploi de gestionnaire de base de données.

2. Soutien au développement de projets d'économie sociale dans l'aide alimentaire

L'amélioration de l'approvisionnement facilitera la création de nouvelles épiceries sociales et le développement de projets d'économie sociale et solidaire en relation avec l'aide alimentaire. Des emplois seront générés indirectement par le soutien que cette action apportera à ces projets.

3. Renforcement des partenariats entre différents secteurs socio-économiques

Cette action permettra de dynamiser et renforcer les partenariats entre les structures d'aide alimentaire (associations et CPAS) et les acteurs de la chaîne agroalimentaire en vue de minimiser le gaspillage alimentaire.

Objectifs / résultats attendus de l'action

L'objectif de l'action consiste à identifier les besoins et des pistes d'action prioritaires pour une meilleure valorisation des invendus – et des invendables - de la chaîne agroalimentaire au profit des publics bénéficiaires de l'aide alimentaire en Région de Bruxelles-capitale.

Résultats :

Les résultats attendus portent, d'une part, sur une augmentation des quantités disponibles pour l'approvisionnement des associations d'aide alimentaire et, d'autre part, sur une amélioration de la qualité de l'aide alimentaire et de l'accompagnement social des bénéficiaires :

- mise en place de nouveaux partenariats effectifs entre des structures d'aide alimentaire (associations et CPAS) et des acteurs de la chaîne agroalimentaire ;
- augmentation de la diversité et de la qualité des produits mis à disposition des bénéficiaires de l'aide alimentaire avec pour effet de créer un environnement favorable à la santé des bénéficiaires ;
- diminution des coûts liés à l'approvisionnement qui permettra aux structures d'aide alimentaire de centrer davantage leur action sur l'accompagnement social des bénéficiaires.

Public-cible	Type d'instrument
Groupe cible 1 : les bénéficiaires de l'aide alimentaire Groupe cible 2 : les associations et CPAS actifs dans l'aide alimentaire Groupe cible 3 : acteurs de la chaîne agroalimentaire ?	Benchmarking Table-ronde

Budget

Budget : convention de +/- 5.000€

Attention : En 2014 un budget complémentaire doit être prévu pour mettre en œuvre les pistes d'actions qui auront été identifiées durant cette première étape. Un budget précis pourra être communiqué en décembre 2013 au terme de l'action.

Principales activités et échéances

Phase 1 (juillet-septembre 2013) - Réaliser un **benchmarking** de projets menés dans les autres régions et pays voisins visant à valoriser les invendus alimentaires.

Phase 2 (octobre 2013) – Table-ronde&débat sur les besoins prioritaires pour une meilleure valorisation des invendus alimentaires en Région bruxelloise. Le débat sera introduit et nourri par la présentation des résultats du benchmarking et d'initiatives

bruxelloises déjà menées en la matière.

Nombre de participants attendus : 20-30 personnes.

La table ronde réunira :

- les principaux acteurs bruxellois de l'aide alimentaire: Banque alimentaire Bruxelles-Brabant, Fédération des Services sociaux, Réseau des épiceries sociales (Repis), restaurants sociaux (Restos du Coeur, etc.), épiceries sociales (CPAS Berchem Sainte-Agathe, Amphora, etc.), etc.,
- des représentants des acteurs locaux de l'agroalimentaire: Fwa, Fugea, Viangro, Mabru, Comeos, Fevia, etc.,
- des représentants des pouvoirs public : Afsca, Birb, cabinets ministériels, etc.,
- des acteurs associatifs et d'économie sociale : Nature & Progrès, Gasap, Eco-Innovation, etc.

Phase 3 (novembre 2013) - Compte rendu de la mission

- Synthèse de la recherche de benchmarking: présentation d'environ cinq projets (contexte, acteurs impliqués, freins et leviers, principaux résultats, évaluation de la reproductibilité pour la Région bruxelloise). Max. 2 pages par projet.
- Liste des acteurs invités et présents.
- **Compte rendu de la table-ronde, avec mise en évidence des principales pistes d'action identifiées.**

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilote	FdSS	Expert Relais vers le secteur de l'aide alimentaire Accord de principe
Co-pilote	BE	Lancement du marché public Intégration des conclusions dans les plans et programmes de travail Accord

Organismes à impliquer:

Banque alimentaire Bruxelles-Brabant ; FEVIA ; COMEOS ; Cabinets ministériel concernés par l'aide alimentaire (COCOF, COCOM) ; Réseau des épiceries sociales (REPIS) ; Concertation Aide Alimentaire ; Resto du cœur ; CPAS ; AFSCA ; VIANGRO ; MABRU ; Eco-innovation ; FUGEA ; FWA ; BIRB.

	FICHE-ACTION 18 Créer une structure de récupération, transformation et reconditionnement des invendus sur le site de Mabru - Marché Matinal de Bruxelles en ESS	
	ATELIER : Renforcement des filières	
PILOTES : RABAD	Lien fonctionnel avec les F-A n°11	Durée de mise en œuvre : Approximativement 12 mois
Description		

L'objectif du projet est de créer une structure de récupération, de transformation alimentaire et de reconditionnement des fruits et légumes invendus sur le site du Marché Matinal de Bruxelles (Mabru). La structure à mettre en place (où l'intégration de cette activité au sein d'une structure existante) devra correspondre aux objectifs et finalités de l'économie sociale et solidaire. De plus, l'ambition est de travailler en partenariat avec des organisations actives dans le secteur de l'aide alimentaire pour l'écoulement des produits invendus reconditionnés ou transformés. Ce type d'activité est déjà déployé dans d'autres pays. On relèvera l'initiative française, basée sur le marché de Rungis (*le Potager de Marianne*) qui a reçu quelques 480 tonnes de fruits & légumes invendus en 2012.

Suite au diagnostic et à l'étude de faisabilité actuellement en cours (qui a pour objectif de définir les modes de fonctionnement et de gestion à mettre en place pour garantir la viabilité économique du projet, ainsi que les aspects d'économie sociale et le lien avec le secteur de l'aide alimentaire), il sera possible de définir les modes opérationnels et organisationnels de l'activité, les moyens et conditions nécessaires à son lancement.

Dans la mesure où l'étude de faisabilité est concluante et permet d'envisager le déploiement de cette activité, l'activité démarrera par une phase pilote.

Cette **phase pilote**, d'une durée de 14 mois, doit permettre:

- de récolter les données réelles (qualitatives et quantitatives) relatives à l'offre et la demande de fruits & légumes invendus sur une année entière,
- d'identifier les contraintes opérationnelles (relations "donneurs-fournisseurs", volumes physiques et entreposage, gestion logistique, fraîcheur des produits, implication d'une gestion en flux tendu, gestion de la relation clients et bailleurs),
- de confirmer l'implication temps liée à la bonne gestion de l'activité et l'ensemble des outils de gestion nécessaires,
- de préciser les arrangements opérationnels avec les structures actives dans l'aide alimentaire,
- de rectifier le business plan et le plan financier le cas échéant, et de produire un vademecum de l'activité, ainsi qu'un rapport d'activité détaillé.

De plus, cette phase pilote fournira un corpus de documentation suffisamment détaillé pour permettre la réplique de l'action à d'autres gisements d'invendus de même nature.

Enfin, la phase pilote permettra de tester l'activité en diminuant au maximum les besoins d'investissements, de frais de fonctionnement et de ressources humaines du projet.

Lien avec le développement économique

Impact sur le développement économique:

- création d'activité économique et création d'emplois dans le domaine de l'économie sociale (approximativement 5ETP);
- création d'activité économique par la revalorisation de produits invendus (création nette de

valeur);

- mise en place de partenariats avec le secteur de l'aide alimentaire (amélioration du budget des ménages les plus nécessiteux);
- expérimentation d'un nouveau modèle économique à Bruxelles.

Il y a également des contributions environnementales (lutte contre le gaspillage alimentaire) et sociales (accès à une meilleure alimentation pour un public précarisé).

Objectifs / résultats attendus de l'action

1. Définir les critères de faisabilité du projet (pilote);
2. Exécuter le projet pilote
3. Sur base des résultats du pilote, mise en place d'une structure de récupération/transformation/reconditionnement des invendus (ou intégration au sein d'une structure existante)
4. Création d'emplois dans le public cible de l'économie sociale
5. Assurer la récupération/valorisation de fruits et légumes (quantité à définir) actuellement mise en compost/traité en partie comme déchets
6. Etablir un partenariat entre cette structure et le secteur de l'aide alimentaire

Public-cible	Type d'instrument
Structures de l'aide alimentaire (principalement les restaurants sociaux et épiceries sociales)	Création d'activité économique / Fruits & légumes issus de la revalorisation des invendus des concessionnaires du Marché Matinal de Bruxelles (Mabru)

Budget

A court terme

Marché Matinal de Bruxelles: intervention estimée à 40h de travail de terrain pour la participation au processus de diagnostic, étude de faisabilité et de marché du projet (juin à octobre 2013), au taux horaire de 50 euros; pour un total 2000 euros.

Fédération des Services Sociaux: intervention estimée à 1 jour par mois pendant les 6 mois d'étude de faisabilité du projet, pour un taux journalier de 308 euros; pour un total de 1850 euros.

A moyen et long terme

A ce stade, il ne nous est pas possible de déterminer le budget total nécessaire au lancement du projet. C'est un des objectifs de l'étude de faisabilité présentée dans cette fiche.

Néanmoins, de manière synthétique, nous pouvons estimer que le budget total de l'action sera compris dans les limites suivantes:

- ressources humaines annuelles (1 coordinateur ETP): 60.000;
- investissements (aménagements de locaux et équipements): entre 10.000 et 80.000 euros;
- frais de fonctionnement annuels (loyers, logistique, consommables, communication, ...): entre 20.000 et 120.000 euros.

A cela, il conviendra de déduire les recettes de l'activité, qu'il n'est actuellement pas possible de quantifier précisément (la partie d'étude de marché de quantification de la demande est en cours).

Principales activités et échéances

Mai 2013 à Octobre 2013: diagnostic et étude de faisabilité

A partir d'Octobre 2013, en fonction des résultats de l'étude de faisabilité, il s'agira:

- soit de lancer le pilote du projet et opérationnaliser l'activité (octobre 2013 à janvier 2015);
- soit de lancer le projet *grandeur nature*, avec l'ensemble de ses objectifs et fonctionnalités dès le démarrage (octobre 2013);
- soit d'envisager de nouveaux partenariats/débouchés/fonctionnements opérationnels pour assurer la pérennité du projet.

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	RABAD	Assurer la cohérence du projet avec ses objectifs initiaux et la bonne mise en oeuvre des principales étapes
Collaborants	Mabru	Participer au processus de diagnostic, étude de faisabilité et de marché
	Travail & Vie	Participer au processus de diagnostic, étude de faisabilité et de marché
	FDSS	Participer au processus de diagnostic, étude de faisabilité & marché et assurer la bonne prise en compte des aspects relatifs à l'aide alimentaire
	Amphora	Participer au développement du projet, assurer la bonne prise en compte des aspects relatifs à l'aide alimentaire
	Snijboontje	Participer au développement du projet, assurer la bonne prise en compte des aspects relatifs à l'aide alimentaire
	CEFL	Relayer l'information relative au projet, participer à l'enquête des coopérateurs du CEFL et communiquer sur le projet lorsqu'il sera mis en place.
A informer	Entraide et Culture (Forest)	Participer au développement du projet, assurer la bonne prise en compte des aspects relatifs à l'aide alimentaire
	IBGE	A informer
	Projet Bellevue - fiche 2	À informer

Organismes à impliquer:

- D'autres acteurs actifs dans (a) l'aide alimentaire, (b) la production alimentaire en économie sociale et (c) la distribution alimentaire seront très certainement intégrés en cours de projet

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	FICHE-ACTION 19 Mise en place d'une plate-forme d'approvisionnement pour les épiceries sociales (REPIS)	
	ATELIER : ENSEIGNEMENT-FORMATION-INSERTION	
PILOTES : FÉDÉRATION DES SERVICES SOCIAUX (FDSS-FDSSB)	Lien fonctionnel avec les F-A n 17 et 18	Durée de mise en œuvre : 16 mois
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°...	

Description

Le modèle de l'épicerie sociale connaît un succès croissant en tant qu'instrument d'action sociale. Plusieurs épiceries sociales sont actuellement en projet. Le **Réseau des épiceries sociales Wallonie-Bruxelles (REPIS)**, qui comprend actuellement 15 associations et CPAS représentant 44 épiceries sociales, devrait donc connaître un développement rapide dans les prochaines années.

La **problématique de l'approvisionnement** est au centre des préoccupations des épiceries sociales. En effet, les épiceries sociales vendent des denrées alimentaires à des ménages en situation de précarité à un prix inférieur au prix du marché. La marge bénéficiaire nulle à négative induite par cette activité rend ce modèle extrêmement fragile. Le développement et la pérennisation des épiceries sociales nécessitent donc la mise en place de solutions innovantes pour réduire la charge financière et logistique due à l'approvisionnement et aux achats de denrées.

Les besoins des épiceries sociales en matière d'approvisionnement ainsi que leurs fournisseurs et les montants des achats actuels sont connus (ex : total des achats pour le secteur en 2010: 669.146€/an). **La stratégie du projet consiste à mutualiser la prospection et les achats en tout ou en partie afin d'augmenter la capacité de négociation des épiceries sociales, de réduire les coûts et de faciliter la logistique pour chaque entité.**

Lien avec le développement économique

- Les épiceries sociales sont un lieu d'insertion socioprofessionnelle pour des demandeurs d'emploi peu qualifiés dans le secteur de la distribution alimentaire
- La mise en place d'une plate-forme d'approvisionnement générera la création d'emplois et la formation de son personnel aux métiers de la logistique et de la manutention. 5 ETP à confirmer par un business plan : 1 coordinateur, 2 chauffeurs-livreurs, 1 gestionnaire de stock, 1 manutentionnaire
- L'épicerie sociale est aussi un lieu d'insertion pour les clients

Objectifs / résultats attendus de l'action

Objectif : Assurer un approvisionnement stable et de qualité pour les épiceries sociales par la création d'une plate-forme d'approvisionnement en économie sociale.

Les résultats attendus au niveau de la stabilité sont :

- des conventions sont signées avec des fournisseurs de denrées alimentaires ;

- les approvisionnements sont réguliers et les prix proposés sont attractifs ;
- les sources d'approvisionnement sont diversifiées.

Les résultats attendus au niveau de la qualité sont :

- la mutualisation des achats et l'existence de marges permettent de mettre davantage l'accent sur la qualité des produits ;
- la variété des produits est augmentée (fruits, légumes, etc.) ;
- la prise en charge externe de l'approvisionnement permet aux épiceries sociales de centrer davantage leur travail sur l'accompagnement social des bénéficiaires (ateliers culinaires, participation des bénéficiaires, etc.)

Public-cible	Type d'instrument
Groupe cible 1 : les bénéficiaires des épiceries sociales Groupe cible 2 : les travailleurs de la plate-forme d'approvisionnement, public cible de l'économie sociale et solidaire (ISP/ETA...)	Business plan Coordination

Budget

POSTES	Montant
Coordinateur pour la mise en place de la Plate-forme (1ETP - CP 332-1,80- 7 ans d'ancienneté)	64.500 €
Secrétariat (0,33 ETP - CP 332- 1,39 -10 ans d'ancienneté)	15.000 €
Business plan (500€ TVACx20jours)	10.000 €
Location bureau, téléphonie, électricité, etc.	15.880 €
Espace de stockage de plus ou moins 200m2 avec quais de déchargement	(*)
Gestionnaire de stock (2 ETP sous contrat art. 60)	(*)
Equipements (transpalette, etc.)	(*)
TOTAL	105.380€

(*) Mis à disposition par le CPAS d'Uccle

Attention : un budget complémentaire pour la réalisation de la phase 2 pourrait être demandé après la clôture du business plan (février 2014). Ce budget porterait sur d'éventuels investissements logistiques (ex : camion frigorifique), l'achat de matériel, des frais de communication et de gestion.

Principales activités et échéances

Phase 1 – novembre 2013 à février 2014 - réalisation d'un business plan

Le business plan a pour objet d'établir un modèle opérationnel et de clarifier les points suivants :

- Quelle stratégie financière mettre en place pour garantir la pérennisation du projet ? Quelle contribution faut-il demander aux épiceries ? Quels subsides récurrents est-il possible d'obtenir ?
- Quelle forme juridique donner à la structure ?
- Un facteur clé de la réussite du projet consiste à garantir l'adhésion d'un nombre important d'épiceries sociales pour avoir un volume d'achats suffisant pour travailler sur les marges et disposer d'un pouvoir de négociation significatif. Quel service offrir aux épiceries pour garantir leur adhésion au projet (ex : assurer les livraisons) ?

Phase 1 bis – janvier 2014 - recrutement d'1 coordinateur de projet pour la mise en œuvre de la phase 2

Phase 2 – février 2014 à février 2015 – création de la structure et lancement du projet

- rédaction des statuts ;
- développement des partenariats ;
- **inauguration du projet (mai 2014)** ;
- lancement des approvisionnements - phase de test ;
- recherche de financements pour la pérennisation du projet

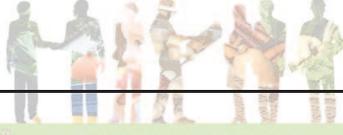
Partenariat

Engagements des acteurs :		
<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	FdSS-FdSSB	Coordonne l'action et assure sa mise en œuvre en collaboration avec la Croix-Rouge et le bureau du réseau REPIS. Elle veille à la mise en place de collaborations avec les autres projets d'approvisionnement auxquels elle participe (FA 45, 45bis et 46)
Co-pilotage	Croix-Rouge	Coordonne l'action et assure sa mise en œuvre en collaboration avec la FdSS-FdSSB et le bureau du réseau REPIS
Collaborants	CPAS d'Uccle	Par décision du Conseil de l'action sociale (07/2013), le CPAS d'Uccle s'est engagé à soutenir la mise en place de la plate-forme avec la mise à disposition d'un espace de stockage de plus ou moins 200m² avec quais de déchargement ; de 2 personnes sous contrat art. 60 pour la gestion des stocks ainsi que d'une partie des équipements indispensables (transpalette, etc.).
	Epicerie sociale Amphora	Membre du bureau REPIS et partenaire de l'action
	CPAS Les Bons Villers	Membre du bureau REPIS et partenaire de l'action
	CPAS de Charleroi	Membre du bureau REPIS et partenaire de l'action

Organismes à impliquer :

COMEOS, Fédération belge des Banques alimentaires, Ferme Nos Pilifs, BIOFORUM

Fiche action n° 19 > Atelier : renforcement des filières

	FICHE-ACTION 20 Appel à projet food design urbain	
PILOTES : MAD CO-PILOTE IBGE	ATELIER : OUTILS DE SOUTIEN Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : 2014 -> 2015
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

De quoi parle-t-on ?

Design (Larousse): « discipline visant à une harmonisation de l'environnement humain, depuis la conception des objets usuels jusqu'à l'urbanisme ». Le *Food design* est le design appliqué au système alimentaire. Il est un outil de questionnement de l'individu et de son environnement sur la façon dont il se nourrit. On n'est donc pas dans l'artistique (food art) ni dans l'esthétique, on est dans la fonctionnalité, la réponse pragmatique à une problématique. Comment créer des potagers urbains qui ne seront pas vandalisés? Comment réduire les déchets alimentaires? Le food design propose des solutions innovantes pour répondre aux questions relatives à une transition vers une alimentation durable. Si le food design s'occupe de la création d'objets liés à des fonctionnalités nouvelles (emballages spécifiques à un nouveau mode de consommation, potagers urbains protégés des renards, etc), il réfléchit aussi à des scénarios urbains d'implémentation (quels sont les moyens à mettre en œuvre pour que le projet perdure ? Comment obtenir l'adhésion sociale à un projet?) et à des scénarios de table capables d'ouvrir les esprits, d'éveiller la curiosité, d'influencer les comportements et même de provoquer des électrochocs (la nourriture est matière à réflexion. Elle est une forme de communication universelle, très efficace parce qu'elle s'adresse aux cinq sens et à l'intelligence émotionnelle). En résumé, le food design réfléchit à de nouveaux modèles globaux de consommation et/ou de production vers une alimentation durable. Ces modèles intègrent la production, la transformation, la distribution, le packaging, les nouveaux modes de consommation urbains, les transports des marchandises, le mobilier, etc.

A titre d'exemple, citons les « Ekovores » (France) -> idées de design « mobilier urbain » : solutions technico-pratiques-locales pour réaliser l'idéal alimentaire (poulailler, compost, barge à maraîchage, serres amovibles...). Citons plus globalement les initiatives développées par la Ville de Nantes, qui pourraient servir de base exemplative lors du workshop envisagé dans l'action. Autre exemple, dans le cadre du concours « design for change », un projet d'un étudiant de la Cambre (« lopins de terre ») proposait un service de location de terre en bacs tout fait pour culture à domicile, en appartements.

Actions :

- 1) Réaliser un inventaire de l'existant, des besoins en matière d'alimentation durable en lien avec les potentialités du food design urbain (IBGE).
- 2) Dissémination de l'existant & besoins lors d'un workshop destiné à donner des idées pour l'appel à projets et pour le travail dans les écoles supérieures (IBGE)
- 3) Lancer un appel à la créativité de designers en matière d'alimentation durable par le design, dans le cadre d'un « concours » dont le lauréat verra le financement de l'implémentation de son projet par la création d'une start-up. Aide à l'obtention de brevets pour éventuellement plusieurs acteurs

Le MAD lancerait l'appel, un jury mixte désignerait un lauréat. Le MAD a les compétences en matière d'aide à l'implémentation de projets professionnels

- 4) En parallèle, faire connaître largement les résultats auprès d'un large public de professionnels et privés.

5) Impliquer les écoles de design. Certaines écoles comme la Cambre intègrent des problématiques liées au food design dans leur programme. Il est demandé aux élèves d'inventer de nouveaux modes d'actions susceptibles de répondre aux enjeux de demain. Des idées nouvelles émergent, souvent pertinentes. Le MAD peut prendre contact avec les écoles de design, leur demander de réfléchir à la problématique de l'alimentation durable, organiser un concours, une exposition, et communiquer les résultats à un large public (privé et professionnel).

Lien avec le développement économique

- Soutenir le développement d'une start-up qui allie alimentation durable et design (modernité). Opter pour un projet efficace en termes de création d'emplois.
- Accompagner la demande par la création et diffusion de nouveaux modèles économiques durables et/ou répondre à une demande existante non formulée de services accompagnant et encourageant des modèles existants (la problématique des paniers de légumes de saison: comment fidéliser les clients?)
- Création de métiers/d'entreprises de services en lien avec le projet

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Création d'une start up.
- Susciter l'intérêt auprès d'autres acteurs pour se lancer dans le domaine.
- Apport de solutions techniques faciles pour produire/transporter/stocker/consommer de l'alimentation durable dans un contexte urbain
- Changements de comportements, modification de la demande

Public-cible	Type d'instrument
Designers <u>et tous les métiers liés au produit alimentaire</u> Grand public	Soutien communication

Budget

2014 : Inventaire existant & besoins – workshop (BE): 10.000€
Organisation de l'appel (MAD): 15.000€

2015 : Implémentation de la start up (MAD) : 50.000€
Communication (BE) : 10.000€
Coordination MAD 10.000 euros

Principales activités et échéances

2014 : inventaire existant & besoins, workshop et organisation de l'appel
2015 : valorisation des projets - communication
2015 : implémentation de la start up

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	MAD (mode and design center)...	Organiser l'appel à créativité, accompagner le lauréat
Co-pilotage	IRCF	Inventaire existant & besoins : organiser le workshop apport liées

Copilotage	IDSL	inventaire existant besoins , organiser le workshop,apport lignes directrice appel à projets , participation au jury
Collaborant	Food Fiction	Appui à l'organisation et suivi de l'appel
	SDS	Mettre ses étudiants à La Cambre l'année prochaine sur ce sujet

Organismes à impliquer:

- ABE, projets Impulsera et BSE

Fiche action n° 20 > Atelier : renforcement des filières

	FICHE-ACTION 21 Création d'un portail alimentation durable	
<small>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</small>	ATELIER : OUTILS DE SOUTIEN	
PILOTES : BE	Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : Sept 2013 – mi 2014 (puis actualisation)
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n° ...	

Description

Contexte

Actuellement, l'information en matière d'alimentation durable est fragmentée entre les sites web de nombreux acteurs, difficilement accessible. Par exemple, de nombreux catalogues relatifs à l'offre de producteurs existent, mais aucun ne regroupe toute l'information.

La création d'un portail web bruxellois pour organiser/articuler les informations existantes en matière d'alimentation durable, de publier des articles propres et renvoyer l'internaute (liens) vers les sources pertinentes est indispensable pour faire connaître l'offre et pour développer la demande.

Projet

Créer un portail web alimentation durable régional.

1) Contenu

Le but du portail est de renvoyer vers les sites le plus pertinents en fonction de l'information recherchée. C'est donc un site simple, sans fonctionnalité particulière (pas de forum, pas d'inscriptions,...) : juste quelques pages avec, selon les publics cibles et les sous-thématiques, un petit texte d'introduction et un renvoi vers les acteurs adéquats.

2 publics sont visés : professionnels, particuliers

Exemples (non exhaustif !) : information à caractère économique (par exemple, les aides économiques existant à Bruxelles pour le développement des entreprises) ou une information sur les formations continuées à destination des bouchers, liens vers les opérateurs de vente (marchés, paniers bio, magasins, vente en ligne, restaurants, gasap,...), lien vers le programme fruits & légumes à l'école, lien vers des outils d'aide à la transition...

Un groupe de travail (voir collaborateurs) participera à la réflexion sur le contenu et sa structuration.

2) Structure et aspects techniques du site portail

Le site pourrait être hébergé au sein de la structure du site régional « Bruxelles, Ville durable » <http://www.villedurable.be/> (il y aurait un portail un peu à part, accessible de façon indépendante et immédiate, dans la structure du site existant, avec le design du site « ville durable », et avec compatibilité technique des sites de l'IBGE).

Comme ce site, bien qu'à vocation régionale, est déjà géré par l'IBGE, les questions de mise à jour n'impliquent pas de moyens spécifiques complémentaires.

Les noms de domaine adéquat pour un accès rapide devront être achetés (ex : alimentation durable.be – 2 langues).

Ce portail devra bien sûr être relayé par d'autres portails & sites régionaux, au minimum

www.irinset.be et le site du ministère de l'économie et de l'emploi (notamment : aides aux entreprises, BRUCOFO,...)

3) Alimentation du site portail

L'IBGE effectuera l'alimentation initiale et les mises à jour du site, mais a besoin pour cela d'un apport d'information initial. Les acteurs de l'alliance seront sollicités à cet effet, mais il faudrait également réaliser une petite étude de recherche afin d'assurer une plus grande exhaustivité. Il faut par ailleurs soutenir financièrement certains sites prioritaires qui seront référencés (comme Bioguide, projet en grande partie bénévole, mais qui a besoin régulièrement d'un soutien pour se développer).

NB : en parallèle, l'IBGE compte de toute façon, dans le cadre du développement de la version 4 de son site internet propre, développer une nouvelle rubrique alimentation qui sera également une source d'information pour différents publics sur les matières liées aux aspects environnementaux de l'alimentation.

Lien avec le développement économique

Aider/faciliter les particuliers et professionnels à trouver l'acteur (notamment économique) ou le programme, les outils susceptibles de l'aider vers une transition alimentation durable.

Il s'agit de promouvoir tous les acteurs économiques de l'alimentation durable, et de promouvoir la demande

Objectifs / résultats attendus de l'action

Organiser/articuler les informations existantes en matière d'alimentation durable et renvoyer l'internaute vers les sources pertinentes est indispensable pour faire connaître l'offre et pour développer la demande.

Public-cible	Type d'instrument
Particuliers, entreprises Acteurs économiques de la transition	information

Budget

- Achat de nom de domaine : 2.000€ (2013)
- Marché de conception du portail : 20.000€ (2014)
- Marché de rassemblement de l'information : 10.000€ (2014)
- Budget d'actualisation inclus dans le budget de gestion du site « Bruxelles Ville durable » (géré par l'IBGE)

Principales activités et échéances

Conception du site, groupe de travail : 2013
Alimentation du site : à partir de fin 2013, récurrent
Soutien aux acteurs relais : récurrent

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	BE	Coordination, lancement et suivi des marchés, alimentation du site, actualisation
	MRBC/cellules	Participation groupe de travail, relais d'information Liens vers pages sur projets de sa compétence (certification bio,

Collaborants	agriculture et AEE	programme fruits et légumes à l'école, programme lait, ...)
	Bioguide	Participation au groupe de travail (Yves Deplasse - responsable de la partie web)
	Rabad	Collaboration groupe de travail
	Nature & progrès	Mise à disposition de fichiers de contacts & publications
	La Ferme Nos Pilifs	Comme collaborant bruxellois
	RDC	Collabore au groupe de travail. Intérêt pour que la structure du site réponde aux besoins d'associations en matière de mise à disposition d'informations sur leurs activités mais aussi sur la thématique AD et infos connexes pour les participants de leurs formations.
	Alimentation 21	Collabore au groupe de travail.
	Karicol	Apporter le guide des producteurs.
	Credal	Apporter de l'information et l'expérience du travail en RW -> site relatif aux circuits courts
	IEW	Collaborer groupe de travail - relayer le portail en Wallonie via le centre de référence CC.
	AVCB	Information vers les communes, CPAS (pouvoirs locaux) groupe de travail...
	BECI	Groupe de travail, lien réseau apprenant
	Atrium	Groupe de travail

Organismes à impliquer:

- Tous les acteurs susceptibles d'être relayés par le portail.

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	<p>FICHE-ACTION 22</p> <p>Réseau apprenant pour les entreprises du secteur alimentaire inscrites dans des processus de durabilité</p>	
	<p>ATELIER : Outils de soutien</p>	
<p>PILOTE : BECI</p>	<p>Lien fonctionnel avec les F-A n°21, 23, 28, 48</p>	<p>Durée de mise en œuvre : 18 mois minimum</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

L'objectif de cette action est d'encourager et soutenir les entreprises du secteur alimentaire de la RBC à évoluer vers un modèle économique basé sur les principes du développement durable. Pour cela, cette action prévoit de développer un réseau apprenant d'entreprises du secteur souhaitant se lancer dans une démarche durable ou déjà en train d'en mettre une en place, et de les accompagner dans ce processus. Cette démarche peut couvrir aussi bien le système de management de l'entreprise que les biens et services fournis dans leur ensemble, le but étant d'encourager les participants à repenser à terme leur business model dans son entièreté pour le rendre compatible avec les principes du développement durable.

Ce réseau sera basé sur le modèle du Brussels Waste Network (BWN), déjà animé par BECI en collaboration avec l'IBGE. De plus, BECI travaille déjà sur la durabilité dans le secteur alimentaire dans le cadre du projet Interreg IVb ResilieNtWEB, piloté par l'IBGE et auquel participe également Greenloop en tant que partenaire technique. BECI a donc l'expérience nécessaire pour coordonner et animer un réseau apprenant dans l'alimentation. Il collaborera de façon étroite avec l'action 23 pilotée par Groupe One, dont le but est d'aider à la création de nouvelles entreprises fonctionnant dès le départ suivant des principes innovants basé sur la durabilité.

L'action vise l'ensemble du secteur de l'alimentation : agriculture urbaine, transformation, distribution / approvisionnement, Horeca. Elle s'adresse à tous les acteurs, quelle que soit leur taille (TPE, PME, grandes entreprises), aux entreprises déjà ancrées dans le paysage économique de la Région, ainsi qu'aux nouveaux venus du secteur (en collaboration avec Groupe One).

Le réseau doit pouvoir répondre aux besoins réels des entreprises. Pour cela, il est nécessaire de mettre en place et coordonner les actions suivantes :

- Identifier les besoins des entreprises, à tous les niveaux (production, supply chain, système de management,...) via une enquête et l'organisation de tables-rondes, mais aussi en utilisant le résultat des différentes études qui seront menées par ailleurs dans le cadre de l'Alliance. Cette action sera menée en collaboration étroite avec les fédérations sectorielles.
- Définir les services à mettre à disposition des entreprises en fonction de leurs besoins réels et adapter ces services en fonction de l'évolution du secteur.
- Identifier les pôles d'expertise :
 - en alimentation : aspects techniques, y compris sécurité alimentaire, et aspects économiques ;
 - en durabilité, avec un accent sur les aspects liés à l'alimentation : nouvelles filières, pratiques innovantes, etc.

Ceci permettra de « regrouper » ces ressources et facilitera une réflexion commune sur la transition du secteur alimentaire vers un nouveau modèle économique plus en accord avec le développement durable.

- Favoriser l'échange d'informations et bonnes pratiques et la collaboration entre les

différents membres du réseau, ainsi qu'avec les experts via l'organisation de séminaires et/ou tables-rondes.

- En collaboration étroite avec les acteurs déjà actifs dans le domaine (tels que FEVIA, Comeos), informer les entreprises du secteur sur une série de sujets tels que :
 - les bonnes pratiques du secteur, y compris environnementales et sociales ;
 - la législation (y compris les marchés publics – fiche 48),
 - les aides aux financements (en collaboration avec la fiche « Appui transversal aux filières via financement et accompagnement des opérateurs »),
 - la gestion des ressources (y compris eau et énergie) et déchets (en collaboration avec le BWN),
 - les nouveaux business models (en collaboration avec la fiche 23 et Groupe One), etc.

Ceci sera réalisé au travers de workshops et grâce à la publication d'articles réguliers sur le portail « Alimentation Durable » qui sera mis en place dans le cadre de la fiche 21.

- Mettre à disposition des entreprises un facilitateur / point de contact, qui agisse aussi comme « helpdesk ». Concrètement, le facilitateur aura pour rôle d'animer le réseau, organiser des séances d'informations et des workshops, gérer les projets, communiquer sur les nouveautés législatives et mener des actions de sensibilisation des entreprises bruxelloises.
- Faire des appels à projets à l'intention des fédérations sectorielles et groupement d'entreprises pour encourager et favoriser la mise en place d'actions innovantes, à l'exclusion des actions concernant les systèmes de management environnemental (car il existe déjà des programmes de soutien pour ce genre d'initiative). Les projets pilotes bénéficieront d'un soutien méthodologique et d'un co-financement public/privé et les participants diffuseront les résultats vers leurs membres de façon à atteindre le plus grand nombre d'entreprises.

Si les entreprises sont intéressées, ce réseau pourra évoluer vers un cluster sur le modèle du cluster Eco-Build, de façon à pérenniser cette action.

Les outils relatifs à cette action seront développés en partenariat avec Groupe One et la fiche 23 qui porte sur la création de petites entreprises dans le secteur alimentaire, en outre cette action se basera également sur les différentes études menées dans le cadre de l'Alliance.

Lien avec le développement économique

- Améliorer le savoir-faire des entreprises du secteur et favoriser leur transition vers des nouveaux modèles économiques « durables ».
- Favoriser des pratiques plus respectueuses de l'environnement.
- Améliorer la compétitivité des entreprises participantes.
- Soutenir le développement de nouvelles activités économiques locales (en collaboration avec Groupe One).

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Identifier les attentes des entreprises via une approche bottom-up.
- Identifier les pôles d'expertise et faciliter l'accès des entreprises à ces informations.
- Informer et sensibiliser les entreprises sur tous les aspects « alimentation », « durabilité », « nouveaux business modèles durables ».
- Projets pilotes sur des thématiques liées au développement durable et aux nouvelles filières économiques (comme par exemple l'agriculture urbaine), sur une durée de 18 mois.

Public-cible	Type d'instrument
Entreprises du secteur de l'alimentation. Fédérations sectorielles (Fevia, Comeos, Horeca,...)	XXX

Budget

- 1/2 ETP : 58 500 €
- Frais fonctionnement, équipement, documentation, expertise, communication, organisation des évènements et autres frais d'activités: 20 500 €

Total : 79.000€

Principales activités et échéances

- Oct – Déc. 2013
 - Identification des besoins des entreprises (en collaboration avec la fiche 26bis)
 - Identification des pôles d'expertises
 - Communication sur le réseau
- Jan. – Mars 2014
 - Développement des outils (en collaboration avec la fiche 26bis)
 - Appel à projets + réunion de lancement
- Avril 2014 – Avril 2015 – Gestion des projets + séances d'information/ateliers (3 à 4)
- Avril 2015 – Mai 2015 – Analyse des résultats avec évolution éventuelle vers un cluster AD pour pérenniser l'offre

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	BECI	Animation du réseau Facilitateur / Helpdesk Gestion et suivi des projets pilotes
Collaborant (suggestions)	Groupe One	Expertise sur les nouveaux business modèles. Renvoi vers le réseau des nouvelles entreprises. Accompagnement des initiatives concernant la mise en place de nouvelles activités au sein d'entreprises existantes.
Collaborants	Fevia	Expertise en matière d'alimentation, de législation, d'environnement, de développement durable dans le secteur de la transformation alimentaire. Aide à l'identification des besoins et des instruments à mettre en place. Contribution à la diffusion d'informations et de bonnes pratiques.
	IBGE	Détection d'orateurs pertinents Echange d'information mutuels Communication
	Crédal	Expertise en matière de financement, de circuits courts et d'entreprenariat collaboratif et coopératif.

Organismes à impliquer:

- ABE, AEE, Comeos, Karikol, Atrium,

	FICHE-ACTION 23 Soutien aux créations de petites entreprises en alimentation durable basées sur des business models innovants	
	ATELIER : OUTILS DE SOUTIEN	
PILOTES : GROUPE ONE	Lien fonctionnel avec les F-A n°29, 30, 22, 45, 46, 49	Durée de mise en œuvre : 1 an minimum
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°...	

Description

Groupe One est actif à Bruxelles depuis plus de 10 ans dans l'aide à la création d'entreprises durables (type TPE). Le secteur de l'alimentation, et plus encore de l'alimentation durable sous ses formes diverses, correspond au choix d'entrepreneurs de plus en plus nombreux. En témoignent les statistiques d'accompagnement des guichets d'économie locale, dont celui de St Gilles (le Village Partenaire) qui est spécialisé dans l'accompagnement à la création d'entreprises durables.

L'objectif de l'action est d'offrir aux candidats entrepreneurs un service d'accompagnement spécialisé dans l'alimentation durable. Ce soutien reposera, non seulement sur l'expertise acquise à ce jour par Groupe One sur le secteur, mais aussi sur le développement d'outils spécifiques, notamment en coordination avec BECI et son action 22 "Réseau apprenant" dédié à la transition des entreprises existantes. Par ailleurs, Groupe One valorisera son expérience en élaboration de business models innovants afin d'aider les porteurs de projet à se positionner de manière innovante sur le marché.

La dimension Alimentation durable de chaque projet d'entreprise sera stimulée tant au niveau du business model (en vue de faciliter le positionnement et l'innovation de l'entreprise en création) qu'au niveau du business plan et du plan financier, qui traduisent les orientations stratégiques, opérationnelles et financières. D'un point de vue stratégique, ce projet vise à promouvoir des business models innovants durables et créateurs d'emplois afin de répondre aux enjeux tant socioéconomiques (relocalisation, emplois locaux) qu'environnementaux (réduction de l'impact environnemental du secteur, amélioration de la qualité de l'alimentation).

L'action vise les projets de TPE au travers de l'ensemble des maillons du secteur de l'alimentation : production (péri)urbaine, transformation, distribution/logistique, Horeca. Les TPE en réorientation de leur business model vers l'AD font également partie de la cible (besoins similaires que les entreprises en création).

L'offre d'accompagnement comprendra les éléments suivants :

- sensibilisation des candidats entrepreneurs à la création d'entreprise dans le secteur de l'AD ;
- aide à l'élaboration du business model du projet d'entreprise (sessions individuelles et collectives) ;
- information sur les différents types de filières d'approvisionnement ;
- information sur les fournisseurs répertoriés en alimentation durable (producteurs locaux, grossistes, systèmes de livraison,...), en lien avec les bases de données existantes (entre autres sur les thèmes du bio, de l'équitable et des circuits courts) ;
- connections avec les acteurs déjà présents sur le marché en vue de faciliter des partenariats et collaborations (gage de plus grande solidité des business en création);

- aide à l'élaboration du business plan ;
- orientation des porteurs de projet vers les aides financières (activité structurelle) ;
- orientation des porteurs de projet vers les structures de conseil spécialisées sur les formes alternatives d'entreprise (coopératives, économie sociale) ;
- orientation des porteurs de projet vers les structures d'incubation existantes ou à venir dans le cadre de la TAD ;

Les outils relatifs à l'action seront développés en partenariat avec le projet de Réseau apprenant de BECI (FA 22), portant notamment sur les aspects suivants :

- filières d'approvisionnement en circuits courts
- aspects juridiques
- aspects techniques
- processus de durabilisation des entreprises alimentaires
- bonnes pratiques

Ces outils pourront également être valorisés par les FA proposées par Atrium (29, 30).

Lien avec le développement économique

- Stimulation de l'entrepreneuriat en AD
- Stimulation des collaborations entre entreprises et développement/structuration de filières locales
- Création d'emplois
- Relocalisation de l'économie au travers de l'AD

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Structuration d'une offre d'accompagnement à la création d'entreprises en AD
- Elaboration de business models innovants en matière d'AD
- Amélioration de la durabilité des projets d'entreprise en AD
- Stimulation d'un tissu d'entrepreneurs en AD poursuivant leurs parcours dans le réseau apprenant (FA 22)
- Créations d'entreprises et d'emplois non délocalisables
- Mise en réseau des acteurs de l'AD

Public-cible	Type d'instrument
candidats entrepreneurs structures d'accompagnement	Coaching, outils de coaching Réseau, expertise

Budget

Pour 2014 :
 ½ ETP Groupe One : 30.000
 Communication : 5.000
 Total : 35.000€

Principales activités et échéances

Phase 1 - Octobre-Décembre 2013 : identification des besoins en termes d'outils et de méthodologies d'accompagnement par analyse bottom-up (retour d'expérience des accompagnements)

Phase 2 - Janvier-Avril 2014 : développement des outils

Phase 3 - Mai 2014-Juin 2014 : préparation de la communication relative à l'offre d'accompagnement

Phase 4 - Juillet-Décembre 2014 : phase de test et capitalisation des conclusions

Phase 5 - A partir de 2015 : pérennisation de l'offre et relais vers les structures d'accompagnement bruxelloises

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	Groupe One	Création de la méthodologie d'accompagnement Création des outils d'accompagnement en individuel et collectif Suivi des porteurs de projet de l'idée jusqu'à la création d'entreprise (approche business model innovant) Articulation de l'action avec le Réseau apprenant (FA 26) > mutualisation d'outils, communication concertée
Collaborants	BECI	Articulation de l'action avec le Réseau apprenant (FA 26) Renvoi vers Groupe One : 1) des candidats entrepreneurs en AD ; 2) des TPE ayant un besoin de redéfinition de leur business modèle
	Village Partenaire	Aide au recrutement des porteurs de projet Suivi individuel des porteurs de projet sur le plan financier

Organismes à impliquer:

- ABE (1819)
- Guichets d'économie locale
- Village Finance
- CREDAL
- SAW-B
- Brufotec
- CDR Horeca



FICHE ACTION 24

SOUTIEN FINANCEMENT

Appui transversal aux filières via financement et accompagnement des opérateurs

ATELIER : Outils de soutien

LIEN FONCTIONNEL AVEC LES F-A n : 1, 2, 8, 18, 19, 25 (dans ce qu'elles présentent d'opérationnel)

DURÉE DE MISE EN ŒUVRE : Janvier –décembre 2014

PILOTES : CREDAL

/

Description

La mise en oeuvre de chaque filière constitutive de l'Alliance Emploi-Environnement – Alimentation Durable (Production/Transformation-conditionnement/Distribution-logistique/Horeca-cantines collective) nécessite l'intervention et la coordination d'opérateurs spécifiques performants. La formation, la sensibilisation et la communication sont essentielles si on veut garantir à la fois le développement d'emplois durables et de marchés constants. Les cadres juridiques, urbanistiques et financiers sont indispensables.

L'action proposée par Crédal s'inscrit parmi les outils de soutien financier et d'accompagnement à la construction d'un modèle économique et financier durable. En effet, l'accès au capital est particulièrement complexe dans le secteur de l'alimentation et de la transformation alimentaire. Les normes sanitaires impliquent des investissements importants, les banques ne valorisent pas les produits transformés et craignent les faillites de projets « sauveurs » non accompagnés.

Crédal SC SCRLFS est une coopérative de crédit active à Bruxelles et en Wallonie depuis bientôt 30 ans. Les produits financiers proposés, exclusivement du crédit, sont destinés à des organisations dont l'impact sociétal est avéré (économie sociale et associations), ainsi qu'à des personnes qui ne trouvent pas de réponse à leur besoin de financement auprès du secteur bancaire.

Plusieurs types de crédit permettent de soutenir des projets d'ampleur très variable, du projet collectif nécessitant un volume financier important au petit projet d'autocréation d'emploi mené par un (futur) indépendant.

Ainsi, il est possible de mettre à disposition des opérateurs concernés par les différentes étapes dans toutes les filières de l'alimentation durable :

- ♦ Des crédits destinés aux projets d'entreprises d'économie sociale (crédit solidaire) : crédits d'investissement court, moyen ou long terme jusqu'à 500.000€, crédits de trésorerie ou de fonds de roulement. De nombreuses coopératives ou sociétés à finalité sociale y ont fait appel.
- ♦ Des crédits destinés aux entreprises classiques dont le projet présente un fort impact sociétal (crédit Impact+) : qui peuvent atteindre 100.000€.
- ♦ Des crédits s'adressant au (futurs) indépendants qui n'ont pas accès au crédit bancaire et développent leur projet dans un secteur du développement durable (microcrédit Développement Durable). Ils sont notamment régulièrement utilisés par des maraîchers ou des jeunes producteurs agricoles s'installant hors cadre familial. Ils peuvent atteindre 25.000€.
- ♦ Des crédits d'un montant de 15.000€ maximum, s'adressant aux (futurs) entrepreneurs, exclus bancaires soit par manque de garantie, soit parce qu'ils investissent un secteur « risqué » C'est souvent le cas des projets d'Horeca ou de transport. (microcrédit classique).
- ♦ Une plate-forme de crowdfunding, en création, viendra soutenir en 2013 des projets de développement durable

- ♦ La possibilité de mobiliser du capital pour les entreprises de la filière TAD qui entrent dans la logique de l'économie sociale via la coopérative TAMA European cooperative.

Les partenaires et opérateurs visés par les différentes fiches-actions sont, dans une grande majorité, susceptibles de bénéficier de l'appui financier proposé, en collaboration ou non avec des partenaires financiers publics (SRIB, FEDER) ou privés (banques, business angels). Par ailleurs, l'expérience de longue date de Crédal en matière de financement d'entreprises se double de compétences utiles plus larges en termes d'accompagnement. L'agence conseil accompagne des entreprises d'économie sociale en création ou en développement dans les domaines juridiques (statuts, contrats) et financiers (business plan, outils de pilotage). Crédal Entreprendre encadre le parcours d'entrepreneurs indépendants de la pré-crédation jusqu'au lancement et pendant les deux premières années de développement de leur projet d'entreprise.

Le soutien proposé par Crédal se décline donc sous les deux axes du financement et de l'accompagnement, notamment en matière financière, des personnes et des projets impliqués dans les filières de la TAD.

Lien avec le développement économique

- ♦ Accompagnement, notamment sur le volet financier, de projets individuels et collectifs économiquement viables.
- ♦ Financement de projets :
 - Développement d'entreprises, individuelles ou collectives, génératrices d'activité économique et d'inclusion financière et sociale
 - Création d'emplois salariés et autocréation d'emploi
 - Revalorisation de sites urbains et « verdurisation » de la ville, participant à l'attractivité de la capitale
- ♦ Mise en réseau d'opérateurs économiques complémentaires

Objectifs / résultats attendus de l'action

- ♦ Création d'entreprises et d'emplois dans tous les domaines impactés par les filières de l'alimentation durable: agricole, transformation alimentaire, logistique, transport, Horeca
- ♦ Renforcement de l'action des organismes publics et privés impliqués dans les actions par la mobilisation de l'épargne citoyenne et la concentration des moyens financiers dégagés au bénéfice de l'économie locale
- ♦ Au-delà des impacts économiques directs, soutien financier à la mise en place de filières alimentaires nouvelles pour les bruxellois, génératrice de lien social et de gains sensibles en matière de santé publique

Public-cible	Type d'instrument
♦ Entreprises collectives – tous acteurs des filières	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Accompagnement à la structuration de projets de coopératives ou de sociétés à finalité sociale : juridique, financier, administratif, commercial ♦ Financement d'entreprises collectives, coopératives ou sociétés à finalité sociale ♦ Accompagnement et financement de projets associatifs ♦ Accompagnement et financement d'entreprises sans finalité sociale mais à forte plus-value sociétale
♦ Entrepreneurs individuels – tous acteurs des filières	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Accompagnement pré- et post création d'entreprises indépendantes, réalisation de business plans, appui au financement, autonomisation des entrepreneurs dans la gestion de leur entreprise ♦ Financement d'entreprises
♦ Allocataires sociaux et exclus bancaires	♦ Accompagnement et financement de projets d'entreprise
♦ (Futurs) Agriculteurs	♦ Recherche de solutions de financement pour achat de terres agricoles
♦ Autorités publiques locales ou régionales	♦ Financement ou cofinancement de rénovation de bâti urbain

Budget

½ ETP de janvier à décembre 2014 : 30.000 €

Principales activités et échéances

Le projet est phasé en fonction de l'évolution et l'ampleur que la région bruxelloise voudra donner au projet:

Phase 1 : Accompagnement dans la recherche de financement

- ♦ Mobilisation des outils existants
 - Accès au crédit : Crédal, Fonds de Participation, Brussoc
 - Bourses de préactivité, bourses innovation Développement Durable, bourses de village finance, bourses Impulcera
 - Accès au capital via la coopérative européenne Tama pour les projets de grande ampleur.
- ♦ Préparation, gestion et accompagnement des demandes
- ♦ Conseil à la viabilité financière de l'activité

Par la suite

Phase 2 : Passage à un temps plein

Phase 3 : Elaboration d'un produit financier complet spécifique à l'alimentation durable sur Bruxelles : crédit, garantie, accompagnement, et mesures d'accompagnements de la région de Bruxelles-Capitale (bonification du taux d'intérêt, garantie régionale, etc.)

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	Crédal	<ul style="list-style-type: none">♦ Financement♦ Accompagnement
Collaborant	Groupe One	Partage d'expérience sur l'accompagnement en AD; prescripteur de porteurs de projets en recherche de financement; partage d'outils liés à l'accompagnement pré et post-crédation spécifique à la stimulation de l'AD (output de la fiche 23)

Organismes à impliquer:

TAMA European cooperative, Brussoc, SRIB, Direction Aides aux Entreprises, Village finance, Impulcera, Terre en vue, business angels.

	FICHE-ACTION 25 Soutien au développement de l'agriculture urbaine à Bruxelles	
	ATELIER : Outils de soutien	
PILOTES : LE DEBUT DES HARICOTS ASBL	Lien fonctionnel avec les F-A n°3, 6, 23, 39	Durée de mise en œuvre : 15 mois (octobre 2013 à décembre 2014)
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Le projet vise à soutenir et à faciliter de façon continue l'installation professionnelle de petits agriculteurs à Bruxelles et dans la périphérie bruxelloise en levant les freins que sont l'accès à la terre, l'accès au capital et la difficulté de se lancer en tant qu'indépendant dans ce métier. Les objectifs principaux sont de créer des emplois, soutenir et faciliter la production d'aliments en respectant l'environnement et les travailleurs, commercialiser la production en circuit court et sensibiliser les publics bruxellois à l'alimentation durable et aux réalités de l'agriculture paysanne.

Pour atteindre ces objectifs, le projet se déroulera en 2 phases:

Phase 1: Étude de faisabilité et recensement

Phase 2: Développement de structures de soutien à l'agriculture urbaine bruxelloise

Phase 1: Étude de faisabilité et recensement :

Cette phase permettra d'évaluer la faisabilité de projets d'agriculture urbaine et péri-urbaine et de recenser toutes les informations, outils et structures existantes qui permettent l'installation en agriculture.

Nous proposons plusieurs axes d'étude :

1. **L'accès à la terre:** élaboration d'un état des lieux des possibilités de terrains propices à l'agriculture à Bruxelles : déterminer certaines zones intéressantes d'un point de vue agricole à Bruxelles et rencontrer les propriétaires, les agriculteurs et les pouvoirs publics concernés + élaboration d'une base de données avec les informations recueillies. Collaboration étroite avec le MRBC pour éviter les redondances (FA 3).

+ Etude des conventionnements possibles avec les propriétaires de terrain et modalités de mise à disposition des terres.

Réaliser l'ABC bruxellois pour l'installation en agriculture :

- Structures de soutien existantes: état des lieux et évaluation des structures existantes en Belgique et ailleurs qui favorisent l'installation des agriculteurs (coopératives, couveuses d'entreprises, guichets d'économie locale, asbl,...) et étude des synergies possibles entre ces structures pour favoriser le développement de l'agriculture à Bruxelles. Rencontres et mise en réseau de structures existantes qui soutiennent l'installation des petits agriculteurs : le Crabe, Agricover, les Grosses Légumes, Point Vert, Point Ferme, MAP, Fugea, région wallonne, région flamande, le Gerموir (Lille), initiatives aux Royaume-Uni,...

- Recensement et synthèse des "business plan modèles" pour l'installation en maraîchage urbain et péri-urbain: rassembler les business plan existants et les adapter au contexte bruxellois (en lien avec la FA 23 de Groupe One et la FA24 de Credal).
 - Elaboration d'un plan financier reprenant le seuil de rentabilité à atteindre, les besoins d'investissements, les besoins de trésorerie, les projections sur le long terme, l'estimation des charges, etc.
 - Démarches pour obtenir une prime, un subside, un agrément, un permis pour s'installer en « agriculture » à Bruxelles.
 - Réflexions sur le rôle et l'impact de la politique agricole commune (PAC) à Bruxelles
 - Structuration des filières d'écoulement des produits en circuit court sur Bruxelles, en complémentarité des autres initiatives similaires développées dans le cadre de l'AEE AD.
2. **Étude de la demande pour l'installation en agriculture à Bruxelles** : organisation d'un atelier (+/- mai 2014) en invitant des maraîchers et futurs maraîchers qui veulent se lancer professionnellement dans le maraîchage: déterminer ensemble les freins + proposer des pistes d'action + création d'une liste de diffusion et d'échange sur l'installation en maraîchage.
 3. **Synergie entre recherche scientifique et projets concrets** : faire remonter les besoins du terrain aux universités pour permettre la mise en place de TFE et doctorats cohérents. Réflexion sur les possibilités de partenariats possibles entre chercheurs et professionnels du secteur agricole : mise en place de parcelles expérimentales, étude de cas,... Cet axe sera coordonné par l'ULB (Marjolein Visser)-FA 39

Phase 2: Développement de structures de soutien à l'agriculture urbaine bruxelloise :

Nous proposons la création de 3 structures qui fonctionneront en synergie :

1/ un lieu de production : une ferme avec des espaces destinés à des agriculteurs professionnels, de plus petits espaces mis à la disposition d'apprentis pour tester leur activité pendant deux ans et des espaces communs de renforcement du projet : verger, parcelles expérimentales pour la recherche scientifique, petit élevage, zone de compostage, accueil du public, ...)

2/ une coopérative : mise en commun des outils de production et de commercialisation, moyen d'écoulement de la production des apprentis

3/ une cellule de soutien à l'installation professionnelle : encadrement et mise en place d'un appel à candidature auprès de personnes (apprentis) qui veulent tester leur activité pendant deux ans, soutien organisationnel global de ces apprentis, mise en lien avec des organismes de soutien à l'installation professionnelle, recherche de terrains proches du lieu de production pour leur installation définitive.

Lien avec le développement économique

Phase 1 : Etudes et recensement préalables à la mise en place des outils opérationnels

Phase 2 : Mise en place des outils de soutien qui permettront la création d'emplois en agriculture (1 à 2 ETP par hectare pour le maraîchage) et dans des activités liées au développement de la filière de produits écologiques bruxellois.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Phase 1 :

- Evaluation du potentiel de l'agriculture urbaine et péri-urbaine à Bruxelles : croisement des informations de la FA 3 (cadastre) et des business plans.
- Rassemblement et mise à disposition des informations nécessaires au soutien et au développement de l'agriculture urbaine à Bruxelles (via un blog?).
- Evaluation de la demande et de l'intérêt pour l'installation en AU (workshop)

Phase 2 :

- Création d'emplois, de structures de soutien à l'agriculture (coopérative, cellule de soutien,...), formation de 2 à 6 nouveaux agriculteurs chaque année ;
- Création d'un espace vitrine de sensibilisation à la réalité de l'agriculture paysanne (transparence de tous les aspects du projet).

Public-cible	Type d'instrument
<ul style="list-style-type: none"> • Agriculteurs professionnels • Pour la cellule de soutien : <ul style="list-style-type: none"> ○ les demandeurs d'emploi ○ les salariés à temps partiel désirant se lancer comme indépendant complémentaire ○ toute personne en reconversion professionnelle • Pour l'aspect éducation et sensibilisation : tout public 	<p>Phase 1 : Groupes de travail et workshop</p> <p>Phase 2 : ferme, coopérative et cellule de soutien</p>

Budget

PHASE 1:

- 1,5 ETP pendant 15 mois pour la coordination des axes 2 et 3 du projet + assurer le lien avec les autres fiches : 85000 €
- 12 jours de travail avec Crédal sur les aspects juridiques (mise à disposition des terres, structure adaptée, gouvernance) et financiers des outils de soutien à l'installation + réflexions sur la PAC = 9.600 €
- organisation d'un workshop (lieu, communication, accueil ...) : 1000 €
- frais liés aux visites et rencontres en Belgique et à l'étranger (transports, logistique,...) : 3000 €
- frais de gestion: 9.000 €

TOTAL= 107.600

PHASE 2 : Potentiel financement FEDER ?

Principales activités et échéances

Phase 1 :

- démarrage en octobre/novembre 2013
- 3 réunions communes avec tous les collaborateurs (+/- novembre 2013, juin 2014 et décembre 2014)
- Groupes de travail par axe : 1 à 2 réunions/mois
- Réunions régulières avec les institutions concernées par l'étude
- 2 à 3 visites à l'étranger.

Echéances :

- +/- mai : workshop sur l'installation en agriculture à Bruxelles
- octobre 2014 : mise en ligne du blog (infos et outils de soutien à l'installation)
- décembre 2014 : évaluation de l'AU et APU à Bruxelles

Phase 2 : lancement en janvier 2015

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Début des Haricots ASBL	Coordination

Collaborants	Crédal	Axe 1,2 : Structures de soutien, aspects juridiques et financiers des structures de soutien, type de conventionnement, réflexion sur la PAC
	Maison Verte et Bleue et Terre en vue SCRL	Axe 1,2, 3: Accès à la terre et soutien à l'installation
	MRBC	Axe 1,2 : Accès à la terre, accès aux aides et réflexion sur la PAC
	Village partenaire, Groupe One (et Greenloop?)	Axe 2 : Business modèles et plan financier, structuration des filières d'écoulement des produits en circuit court sur Bruxelles
	ULB (Marjolein Visser)	Axe 4 : Synergie entre la recherche scientifique et le terrain

Organismes à impliquer:

Greenloop

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	<p>FICHE-ACTION 26</p> <p>Faciliter l'accès à l'information et la bonne application des règles de sécurité alimentaire pour les plus petits acteurs</p>	
	<p>ATELIER : Outil de Soutien</p>	
<p>PILOTES : HAUTE ÉCOLE LUCIA DE BROUCKÈRE – CIRIHA (CENTRE D'INFORMATION ET DE RECHERCHE SUR LES INTOLÉRANCES ET L'HYGIÈNE ALIMENTAIRES)</p>	<p>Lien fonctionnel avec les F-A n°22</p>	<p>Durée de mise en œuvre : 8 mois (Congés non inclus)</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

Préambule

Cette fiche doit être considérée comme une étape préliminaire nécessaire à la prise en compte de l'objectif général de la fiche action 22.

Description

- Déterminer les besoins des très petites entreprises (TPE) dans le cadre de l'approche horizontale de la législation alimentaire ;
- Faciliter l'accès à l'information pour l'application des règles de sécurité alimentaire dans les TPE.

Lien avec le développement économique

- Le répertoire des documents relatifs à l'approche horizontale de la législation alimentaire facilitera les démarches pour le lancement de nouvelles TPE. Ceci permettra la création de nouveaux emplois dans le secteur de l'agroalimentaire.
- Ce travail aidera également les TPE existantes dans leur mise en conformité par rapport aux exigences de l'AFSCA et leur procurera une connaissance plus pointue dans leur domaine. Dès lors la compétitivité de ces TPE augmentera ce qui aura un impact direct sur la création d'emplois.

Objectifs / résultats attendus de l'action

1. Valoriser et mettre à jour le recensement des TPE qui travaillent dans le domaine de l'alimentation durable au départ de l'étude réalisée par Saint-Louis/Greenloop relative aux emplois de l'AD.
2. Répertoire auprès du site de l'AFSCA (en collaboration avec l'agence) les outils existants (textes officiels, brochures, check-list,...) relatifs à l'approche horizontale de la législation alimentaire.
3. Effectuer des études de cas (2 ou 3 TPE) pour mettre en évidence les difficultés rencontrées par les TPE dans le domaine de la sécurité alimentaire.
4. Aider ces TPE à répondre aux exigences de l'AFSCA.
5. Etablir, au départ des points 2 et 3, un questionnaire (questions fermées) reprenant les textes importants de la législation horizontale pour déterminer les connaissances et les besoins des TPE (Création du questionnaire / Pré-test / Envoi et suivi / Dépouillement / Interprétation).

6. Au départ des étapes 2, 3, 4 et 5 :
 - a. Etablir le besoin d'accompagnement législatif commun (AFSCA) des TPE
 - b. Proposer des pistes pour la poursuite éventuelle de la fiche 19.

Public-cible	Type d'instrument
TPE agroalimentaires	Travail au sein des TPE Questionnaires Entrevues

Budget

1. Etablir un recensement des petites PME qui travaillent dans le domaine de l'alimentation durable – Pilote + Senselia	5 jours
2. Répertoire auprès du site de l'AFSCA (en collaboration avec celle-ci) les outils existants. pilote	2 jours
3. Effectuer des études de cas (pilote et temps TPE collaborantes 6 jours)	9 jours
4. Aider ces TPE à répondre aux exigences de l'AFSCA (10 jours/entreprise + temps collaborateurs 9 jours) (pilote et TPE collaborantes)	39 jours
5. Etablir un questionnaire /pré-test (pilote)	5 jours
6. Envoi / suivi et dépouillement / interprétation / pistes (pilote)	20 jours
7. Coordination du projet (réunions, fixer les délais, contacts avec les collaborateurs, centralisation des informations, rédaction des rapports...) - Lobbying de certains acteurs (1/2 jour par semaine) (pilote)	30 jours
8. Frais de secrétariat / transport	200 euros
9. Total : 90 jours pilote + 15 jours TPE + ½ Senselia + frais de secrétariat	
½ temps bachelier diététique pendant 1 an TVA)	18 000 euros (pas assujéti à la TVA)
1 mois ½ de coordination TVA)	18 000 euros (pas assujéti à la TVA)
Senselia ½ journée	600 euros (TVA incluse)
TPE 15 jours	3000 euros
Secrétariat / transport	200 euros
TOTAL	39 800 euros

Principales activités et échéances

Période Début – fin	Durée du travail	Tâches
0 – 3 mois	5 jours	Etablir un recensement des petites PME qui travaillent dans le domaine de l'alimentation durable
1 – 3 mois	2 jours	Répertoire auprès du site de l'AFSCA (en collaboration avec celle-ci) les outils existants
3 -4 mois	9 jours	Effectuer des études de cas
4 mois -	39 jours	Aider ces TPE à répondre aux exigences de l'AFSCA
4- 5 mois	5 jours	établir un questionnaire /pré-test
5.5- 11 mois	30 jours	Envoi / suivi et dépouillement / interprétation / pistes
11 – 12 mois		Bilan - pistes
0 – 12 mois	30 jours	Coordination du projet : Lobbying de certains acteurs

Remarque : les congés ne sont pas inclus dans le planning des tâches

Partenariat

Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	HAUTE ECOLE LUCIA DE BROUCKÈRE – CIRIHA (CENTRE D'INFORMATION ET DE RECHERCHE SUR LES INTOLERANCES ET L'HYGIENE ALIMENTAIRES) Directeur Président : Monsieur Patrick Dysseler - Responsable CIRIHA : Madame Ghislaine Dufourny	Coordination de la fiche 19
Collaborants	La ferme Nos Pilifs - Monsieur Guy Van Mallegem	Participation aux points 3-4 et réunions. +/- 5 jours de travail
	Début des Haricots – Monsieur Antoine Sterling	Participation aux points 3-4 et réunions. +/- 5 jours de travail
	Travail et vie – Monsieur Thierry Valentin	Participation aux points 3-4 et réunions. +/- 5 jours de travail
	Senselia - Monsieur Raphaël Dugaillez	Participation au point 1 (1/2 journée)

Collaborants : Valider l'ensemble des étapes et des documents émis dans le cadre de la fiche-action 26.

Organismes à impliquer:

- Afsca
- Les fédérations professionnelles (Fedis)
- CQPF (Wallonie) – Brufotec (Bruxelles)

Fiche action n°26 > Atelier : Outils de soutien

	FICHE-ACTION 27 CONSERVERIE SOCIALE Espace-test de transformation durable	
	ATELIER : Outils de soutien	
PILOTES : CREDAL ASBL	Lien fonctionnel avec les F-A n°10, 11, 19, 25, 23, 38, 41, 42	Durée de mise en œuvre : 1. Phase 1 : octobre 2013-Juin 2015
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec FA n°/	

Description

Crédal ASBL fait partie d'une coopérative citoyenne de finance alternative qui décline ses activités en trois pôles : placement éthique et solidaire, crédits et microcrédits, accompagnement d'entrepreneurs indépendants et d'entreprises d'économie sociale de la pré- à la post-crédation.

Freins rencontrés :

Nombre de porteurs de projets actifs dans la petite transformation alimentaire abandonnent des projets créateurs de plus-value économique et intensifs en main d'œuvre face à 2 freins majeurs:

- Les normes sanitaires imposent des investissements supérieurs à 50.000 euros pour une cuisine. Or, l'accès au capital est particulièrement restreint.
- En conséquence, ce secteur est exclu des couveuses d'entreprises et coopératives d'activité qui permettent aux candidats entrepreneurs de tester leur métier en limitant le risque avant de se lancer. Particulièrement dans ce secteur où le taux de faillite est particulièrement élevé, le test accompagné est le maillon manquant pour permettre la réalisation effective des projets abandonnés en cours de route ainsi que leur pérennité.

Par ailleurs, le secteur de l'aide alimentaire fait face à des problèmes d'approvisionnement dus à la réduction des invendus des grandes surfaces et à la fin du Programme Européen d'Aide aux plus Démunis (PEAD). Au total, l'accès à une alimentation saine, locale et durable est difficile pour un public moins favorisé.

Afin de lever ces freins, Crédal présente le projet **Conserverie Sociale, un atelier de transformation mutualisé** agréé aux normes AFSCA mis à disposition des :

- Porteurs de projet de transformation alimentaire durable en phase de test et lancement. Ils peuvent ainsi tester leur activité avant de voler de leurs propres ailes, dans le cadre d'un processus d'accompagnement pré- et post-crédation complet et cohérent :
 - o Mise à disposition de matériel
 - o Conception et mise en place des projets de transformation:
- Etudier la faisabilité du projet, tester et développer les compétences entrepreneuriales, mettre en place un plan d'action ;
- *Module d'essai* : travail sur l'efficacité produit, 2 jours coachés en cuisine.
- Conception du business plan et du plan financier ancré dans la pratique ;
- Accompagnement juridique et administratif ;
- *Module de lancement* : 2 mois à un an en cuisine ;
- Marketing et commercialisation en filière courte ;
- Accompagnement professionnel : conseil efficacité produit, gestion spécifique au catering, recherche de fournisseurs et d'équipement ;
- La mutualisation d'un accompagnement comptable sera envisagée ;
- Accompagnement dans la démarche de durabilité (Groupe One).
 - o Elaboration des projets d'installation à compte propre :
- Validation des filières d'intrants et de commercialisation et affinage du plan financier

- Recherche du lieu adéquat pour l'atelier personnel, acquisition du matériel (2^e main)
- Epargne, demande de bourse et/ou de crédits pour le capital complémentaire
- Publics à revenus modestes (collaboration avec les CPAS, épiceries sociales, resto du cœur, jardins solidaires, associations de quartier, etc.) :
 - Initiation aux techniques de conservation de produits frais locaux (coulis de tomates, conserves de courges en bocaux sous vide, déshydratation, vinaigrage, lacto-fermentation, pâtes de fruits, soupes, etc).
 - Mise à disposition d'une installation aux normes pour la transformation.
 - Animations sur l'alimentation saine (y compris travail sur la diététique).
 - Recherche de gisements de produits frais en rebus ou à prix cassé (marchés matinaux, pics saisonniers, petite production potagère, maraîchers,...).
 - De façon complémentaire, mis à disposition de (groupes de) citoyens et producteurs.

Lien avec le développement économique

- Accompagnement, structurant, commercial, administratif, organisationnel et financier de projets individuels et collectifs économiquement viables.
- Développement d'entreprises, individuelles ou collectives, génératrices d'activité économique et d'inclusion financière et sociale
- Auto création d'emplois et création d'entreprises d'économie sociale
- Mise en réseau d'opérateurs complémentaires

Objectifs / résultats attendus de l'action

Le projet *Conserverie Sociale* vise la création de Très Petites Entreprises (TPE) de fabrication artisanale de produits transformés (exemples : service traiteur, petite restauration, confitures, jus, biscuits, soupes, produits secs, conserves,...) à partir de surplus agricoles, d'invendus sur les marchés de gros ou des grossistes. Cela en créant une plus-value importante par la transformation intensive en main d'œuvre.

Public-cible	Type d'instrument
Les porteurs de projets de transformation alimentaire individuels (auto création d'emploi) et collectifs (économie sociale)	Cuisine partagée, Possibilité de test Accompagnement structuré Formations ciblées
Public précarisé	Mise à disposition d'un espace cuisine agréé aux normes sanitaires Sensibilisation/Formations alimentation durable/santé
Les (groupements de) producteurs	Accès potentiel Ecoulement des surplus
Les (groupements de) citoyens	Accès potentiel

Budget

Sur 20 mois	Budget total	Hors budget demandé	Budget demandé
Personnel	84.500	28.500	56.000
Collaborants : coaching professionnel, durable, entrepreneuriat inclusif	36.500	23.500	13.000
Fonctionnement : communication, sélection, back office, frais de location	28.000	28.000	0
Petit matériel de cuisine complémentaire	27.000	20.000	7.000
Budget total	176.000	100.000	76.000

Principales activités et échéances

Phase 1 : Expérimentation (nécessite un financement partiel de la Région)

- Octobre 2013-Mai 2014 :
 - Lancement du projet

- Animations sur l'alimentation saine et les techniques de conservation de produits frais
 - Accès à l'outil mutualisé : La première vague de porteurs de projets de transformation entre en module d'essai et passe en module de lancement. La deuxième vague de porteurs entre en module d'essai. Premières formations à la carte.
- Juin 2014 à juin 2015 : Premières installation à compte propre
- Poursuite du travail d'animation sur l'alimentation saine et les techniques de conservation de produits frais (validation des publics, expérimentation de l'organisation, de l'accompagnement nécessaire).
 - La première vague de porteurs poursuit son module de lancement et démarre l'élaboration ses projets d'installation à compte propre. La deuxième vague de porteurs passe en module de lancement. Suite des formations à la carte
 - Généralisation et conception de l'espace autoportant : Montage financier, conception juridique et gouvernance pour l'installation pérenne d'un espace test de Conserverie Sociale (qui se concrétisera en phase 2)

Phase 2 : Opérationnalisation de l'espace autoportant (ne nécessite pas le financement de la Région)

- 2015-2020 (demande FEDER pour les investissements, produits de l'activité pour la RH) : Réaliser les investissements ; Opérationnaliser la mise en route ; Animer le lieu.

Partenariats		
Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Crédal ASBL	Portage du projet
Co-pilotage	Crédal Entreprendre ASBL	Accompagnement en amont et réorientation des porteurs de projets rencontrant cette nécessité. Accompagnement structurant et commercial. Analyse du besoin de création d'une couveuse spécialisée bruxelloise.
Collaborants	Conditionné par le choix du lieu : Voir « Organismes à impliquer »	Accompagnement à la professionnalisation du produit, gestion spécifique au catering, contact clientèle. Des modules formatifs courts centrés sur l'alimentation durable pour les porteurs de projets (ont déjà l'accès à la profession) et les (groupes de) citoyens
	Groupe One et Village partenaire	Accompagnement en amont et réorientation des porteurs de projets rencontrant cette nécessité. Formations courtes en entrepreneuriat durable. Lien avec la fiche 26 bis.
	CREDAL SCRL FS	Crédit pour l'aménagement d'un espace personnel à la sortie de l'espace test.

Organismes à impliquer:

Travail et Vie, Pôle Bellevue, Overmolen, Bhyrr, La tricoterie, centres de formation (dont Ciriha, Ceria), Chez les filles, Atelier des tanneurs, commune de Molenbeek, Maison Verte et Bleue.

	FICHE-ACTION 28 Building Integrated Greenhouse	
	ATELIER : Renforcement des filieres	
PILOTES : BE	Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : 2012-2016
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Le projet vise à :

- Etudier les contraintes techniques et architecturales rencontrées lors de l'intégration des serres urbaines aux bâtiments (BIG = Building Intergrated Greenhouse).
- Solutionner ces contraintes techniques et architecturales rencontrées (innovations techniques).
- Suivre 2 ou 3 chantiers pilotes. Les MO étant des investisseurs privés.
- Optimisation d'outils d'aide à la création de projets d'indoor farming /serres urbaines -> optimisation sous forme d'un logiciel et sur base des résultats des projets pilotes suivis entre 2013 et 2015 de serres urbaines en toiture en lien avec des filières courtes à très courtes de distribution

Lien avec le développement économique

- Nouveau marché à prendre pour les entreprises de la construction car potentiel de toitures en RBC estimés à 4377 toitures pour +/- 5 millions de m² valorisables
- Gains économiques pour le bâtiment en cours d'étude

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Un inventaire des toitures plates disponibles
- Un outil d'aide à la décision pour les promoteurs immobiliers et investisseurs (Tool box)
- Un calcul des gains énergétiques et économiques pour le bâtiment
- Fiches descriptives pour les 20 typologies de serres les plus intéressantes tenant compte du bâti bruxellois
- Une étude économique sur 5 options de serres

Public-cible	Type d'instrument
Entreprises de la construction Investisseurs propriétaires et promoteurs immobiliers	

Budget

150.000€ (engagés sur Interreg)
 85.000€ HTVA pour l'optimalisation du tool kit

Principales activités et échéances

- Ce projet est cofinancé par les fonds INTERREG. Echéance du projet : Août 2015
- Phase d'optimisation des outils : 2015/2016
- 2 ou 3 chantiers « pilotes » pour tester 3 typologies de serres les plus prometteuses pour les toitures plates bruxelloises. Construction des serres à l'horizon 2015 par des investisseurs privés.
- 16 entreprises pilotes de la construction travaillant à solutionner les contraintes techniques et architecturales rencontrées (innovations techniques recherchées)

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	IBGE – Etienne Aulotte	Pilote le projet INTERREG et le projet BIG
Co-pilotage	IBGE – Joelle Van Bambeke	Co-pilote le projet
Collaborants	CCBC BECI GREENLOOP LATERAL THINKING FACTORY	Les deux premiers collaborateurs nous aident dans l'identification des sociétés intéressées par solutionner les contraintes techniques et architecturales rencontrées Les deux derniers proposent des solutions innovantes

Organismes à impliquer:

- X

	FICHE-ACTION 29	
	<i>Stimuler les nouveaux acteurs de la distribution AD</i>	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
PILOTE : ATRIUM	Lien fonctionnel avec les F-A : /	Durée de mise en œuvre : 24 mois
1.	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Contexte :

A Bruxelles comme ailleurs, les trois premières années d'exercice d'une entreprise sont les plus périlleuses : celles où la réussite ou l'échec se concrétise.

De nombreux candidats commerçants connaissent des difficultés à financer le lancement d'une activité dont le modèle semble pourtant prometteur.

C'est notamment le cas pour certains projets d'alimentation durable, dont les porteurs ne peuvent toujours opter pour les meilleurs emplacements commerciaux (faute de liquidités ou de temps, entre autres).

Action :

Mise en place d'une aide financière injectée durant les trois premières années d'activité (au maximum), sous la forme d'une prise en charge partielle du loyer ou d'aides à l'investissement.

Atrium a mis en place un jury de plans d'affaires (dans le cadre du projet Open Soon, financé par le FEDER) qui rassemble mensuellement divers spécialistes publics et privés. Ce jury analyse les business plans dans une optique de conseil, et se prononce sur la viabilité présumée des projets qui lui sont soumis.

Les projets jugés aboutis et viables bénéficient de primes pouvant aller jusqu'à l'équivalent de 6 mois de loyer.

La prime TAD est à intégrer dans ce processus en route : les projets validés par le jury et qui s'inscrivent dans les principes définis par l'Alliance pourraient bénéficier d'une prime supplémentaire doublant la prime Open Soon.

On peut ainsi imaginer une épicerie bio, un café-poussettes durable et local, ou encore des distributeurs-à-vélo de paniers de fruits et légumes locaux, qui, grâce à ce bol d'air financier, pourraient démarrer leur activité en se concentrant sur leur métier, et ainsi en assurer la pérennité.

Lien avec le développement économique

Les nouveaux projets commerciaux sont par excellence ceux qui mettent à jour l'appareil commercial dans son ensemble, l'adaptant aux nouvelles tendances à travers des projets qui y sont entièrement consacrés.

L'alimentation durable en ville est certainement de ces secteurs d'avenir, comme l'a montré l'étude réalisée en 2010 pour Atrium par Dedicated Research.

Chaque commerce qui ouvre dans ce secteur signifie la rencontre d'une demande alternative

de plus en plus nettement formulée, et des débouchés neufs pour les producteurs, de mieux en mieux organisés.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Octroi de 4 primes sur 2 ans (donc 4 ouvertures de commerces)

Public-cible	Type d'instrument
Porteurs de projets en lien avec l'alimentation	Prime à l'installation

Budget

- 4 primes d'une moyenne de 5.000€ = 20.000€
- Communication (adaptation de la communication existante, folders) : 3.000€

La communication bénéficie de l'ensemble de la communication Open Soon, et surtout du réseau dense de partenaires directement actifs autour du projet, qui seront les meilleurs relais de l'opération.

Principales activités et échéances

Réalisation des règlements et conventions dès validation du projet et du budget.

Mise en place de la communication dès validation du projet.

Jury Open Soon une fois par mois.

Octroi des primes, soit sous forme d'aide à l'investissement, soit sous forme d'aide au fonctionnement (intervention dans les premiers loyers).

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Atrium	
Collaborants	Village Partenaire	Analyse technique des aspects « AD » des projets soumis au jury
	Membres actuels du jury (GELs, ABE, BECI, Credal, Minale Design Strategy, AEE, ...)	Analyse des volets qualitatif et quantitatif des plans d'affaires, dans le cadre de l'activité suivie du jury
	IBGE	Participation aux jurys au cours desquels seraient soumis des projets candidats à la prime « TAD »

Organismes à impliquer:

/

Fiche action n° 29 > Atelier : Renforcement des filières

	FICHE-ACTION 30 Sensibilisation des commerçants (alimentation et horeca) à l'AD et accompagnement adapté à l'intégration et la valorisation de l'AD dans leur offre	
	ATELIER : Outils de soutien	
PILOTES : ATRIUM	Lien fonctionnel avec les F-A n°22 et 34	Durée de mise en œuvre : 12 mois Du 01/01/2014 au 31/12/2014
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Contexte

Les commerces de quartier et de proximité sont, avec les marchés et supermarchés, le canal majeur de distribution des denrées alimentaires vers le consommateur.

Trop peu de ces commerces intègrent à ce jour des produits « durables » au sein de leur étal pour diverses raisons (méconnaissance des fournisseurs, coût, temps à y consacrer, peu d'intérêt,...)

Or, en contexte de perte de crédibilité du système alimentaire mondialisé (déchets, fraudes, santé, goût,...), la qualité du produit et la confiance dans le fournisseur sont de plus en plus recherchées par le consommateur averti. En témoigne notamment la croissance du phénomène du « panier bio ».

S'informer, connaître et proposer des aliments durables peut donc se révéler être un avantage concurrentiel pour le commerçant et un atout pour répondre à une demande en mutation.

Action

Projet pilote, mené sur 5 à 10 quartiers commerçants de Bruxelles, en 3 phases. Action ciblée vers les commerces en alimentation (et les établissements Horeca, à confirmer).

Phase 0/ Détermination des quartiers pilotes « matures » pour l'action

- Détermination d'une série de critères déterminant un quartier comme étant mature (ex : - une attention particulière pourra être portée sur les synergies à établir entre cette action et les initiatives actuellement en place; spécialement en ce qui concerne les quartiers où la monnaie complémentaire Ecolris est actuellement lancée)
- Relevé des quartiers et commerces potentiels.
- Activation des partenaires locaux : Communes (Evere, Schaerbeek, Saint-Gilles, Jette, Uccle – à confirmer) et associations.

A/ Sensibilisation des commerçants à l'alimentation durable

- Brochures d'information (Définition du durable, sa valeur ajoutée pour le commerçant en alimentation, description de l'action Atrium)
- Réunions-rencontres avec les commerçants afin d'identifier les freins à l'intégration de l'AD dans leur offre
- Mise en réseau des commerçants sensibilisés via le réseau apprenant BECI (FA26).
- Participation au groupe de travail de la FA27 (Etablir un cadre référentiel progressif de durabilité) en vue de la création potentielle d'un système de reconnaissance pour les commerçants engagés (avec BE et autres collaborateurs à préciser)

B/ Accompagnement des commerçants inscrits dans la démarche

- Mise à disposition d'un « toolkit » comprenant des outils facilitant l'intégration de l'AD au sein de l'offre comprenant par exemple une liste de fournisseurs (via Groupe One ou autre), un présentoir pour les produits durables, des stickers et autres outils de merchandising vers le client. Le contenu exact de ce toolkit sera défini grâce à la phase A (identification des freins)
- Conception et signature d'une charte par le commerçant s'engageant à privilégier l'alimentation durable au sein de son offre
- Information via le réseau apprenant BECI.

C/ Communication vers le grand public / presse

- Communication à l'échelle locale (aux riverains et aux clients): mise en évidence des commerces de proximité « durables »
- Communication à l'échelle régionale. Réalisation et diffusion d'un support (web et/ou print) mettant en évidence la notion de durable pour le commerce en alimentation ainsi que les commerces inscrits dans la démarche durable et plus particulièrement dans l'action Atrium.
- Presse : mise en avant des commerçants participants, en présence des partenaires et des autorités communales et régionales.

Lien avec le développement économique

- Soutien aux commerces existants : pérennisation de l'emploi.
- Formation continue des commerçants et adaptabilité face à la demande du client.
- Valorisation du commerce de proximité.
- Réorientation des dépenses alimentaires des ménages et soutien de l'économie durable locale.

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Sensibilisation des commerçants de proximité à l'alimentation durable.
- Extension de produits d'alimentation durables dans l'offre commerciale bruxelloise.
- Valorisation de l'alimentation durable et des commerces de proximité auprès des clients.

Public-cible	Type d'instrument
Commerçants de proximité en alimentation + Etablissements Horeca (à confirmer car toolkit différent)	Enquêtes, rencontres, formation, mise en réseau, brochure de sensibilisation, toolkit, outils de promotion
Clients	Campagne de communication : brochure, guide, système de reconnaissance

Budget pour 5 quartiers commerçants

Sensibilisation (enquêtes, rencontres, mise en réseau, brochures)	7.000€
Toolkit	18.000€
Campagne de communication	10.000€

Ce budget prévisionnel est une enveloppe minimale pour permettre la réalisation de base du projet sur 5 quartiers commerçants. Ce budget sera réestimé et revu aux différentes étapes de réalisation afin que celle-ci soit optimale. Les frais supplémentaires pourront être pris en charge par les partenaires et/ou par Atrium, sur fond propre.

Principales activités et échéances

Phase 0/ Détermination des quartiers pilotes « matures » pour l'action	janv à mars 2014
Phase A/ Sensibilisation des commerçants à l'alimentation durable	mars à oct 2014

Phase B/

Accompagnement des commerçants inscrits dans la démarche

juin à déc. 2014

Phase C/

Communication vers le grand public / presse

juin à déc 2014

Partenariat

Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Atrium	Identification des quartiers Recherche de partenaires locaux Sensibilisation des commerçants Identification des freins Conception, réalisation et diffusion du toolkit Conception et réalisation de la campagne de comm
Collaborants	BECI	Lien avec la fiche 22 pilotée par BECI, pour la sensibilisation et l'information des commerçants inscrits dans la démarche via le « Réseau apprenant ». Celui-ci favorisera également l'échange d'expériences et bonnes pratiques entre les commerces participants, et la diffusion des différents outils développés par ailleurs. Participation au groupe de travail pour la création d'un système de reconnaissance.
	Groupe One	Lien avec la fiche 23 de Groupe One pour l'élaboration du toolkit AD et le soutien de la dynamique de promotion de l'AD: -Intégration d'outils favorisant la transition vers l'alimentation durable (répertoire de fournisseurs en AD, outils de soutien des initiatives commerciales liées à l'AD, outil de promotion et de facilitation des circuits courts); -Mise en réseau des commerçants participants avec les acteurs déjà présents dans la filière AD -Participation à l'élaboration des brochures de sensibilisation et du guide "Alimentation Durable à Bruxelles".
	Village Finance	Pour les quartiers et commerces situés en Zone d'Intervention Prioritaire, sélection des candidats et mise en place de jurys pour l'octroi de bourses d'Entrepreneuriat Durable pour le(s) commerçant(s) ayant mis en place l'initiative la plus remarquable du quartier.
	Bruxelles Environnement	Aide à la rédaction brochure de sensibilisation commerçants. Soutien et participation au groupe de travail et de réflexion concernant le cadre référentiel (FA 34)

Organismes à impliquer:

- ACR+, Comeos.

Fiche action n° 30 > Atelier : Outils de soutien

	FICHE-ACTION 31 Soutenir la distribution alimentaire sur les marchés	
	ATELIER : RENFORCEMENT DES FILIÈRES	
PILOTE : ATRIUM	Lien fonctionnel avec les F-A	Durée de mise en œuvre : 12 mois
1.	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°...	

Description

Contexte :

Les marchés sont, à Bruxelles, un canal de distribution majeur des denrées alimentaires vers le consommateur final.

Certains d'entre eux sont porteurs d'une dynamique florissante, tandis que d'autres, au contraire, peinent à garder le rythme. Ces derniers sont principalement menacés par l'expansion de la vente de produits non alimentaires, comme les vêtements et accessoires, ou encore les produits cosmétiques à prix discount.

Il est à noter que, tant en termes de mètres linéaires sur les marchés qu'en termes de nombre d'échoppes, cette augmentation se fait au détriment de la vente de produits alimentaires

Cette érosion reflète deux choses :

- l'évolution du comportement d'achat du consommateur qui, trouvant une offre réputée bon marché dans les plats préparés, désapprend à préparer par lui-même ;
- une carence régulière des ambulants à vendre non pas uniquement une marchandise, mais aussi un produit, une histoire et des conseils.

Action

Mise en place d'un stand itinérant, adaptable aux différents marchés de RBC, et visant à y mettre en valeur les produits alimentaires vendus sur place.

Un chef, de préférence charismatique, commence sa journée par faire son marché auprès des ambulants présents.

Ensuite, de façon didactique, il prépare les légumes, fruits et autres produits, partage ses trucs avec les chaland, et crée l'événement. Les recettes qu'il élabore le matin même sont directement imprimées et distribuées aux chaland.

La dimension ludique vise à :

- montrer par l'exemple, au chaland, qu'il peut être simple et peu cher/ludique de préparer chez soi des produits frais ;
- montrer aux ambulants eux-mêmes comment vendre un produit accompagné d'un conseil de préparation.

La dimension événementielle vise à attirer l'attention sur la démarche à une échelle plus large.

Ce stand peut être présent sur les marchés tous les jours de la semaine, par exemple en début de saison (4 fois sur l'année) ou selon un calendrier encore à affiner (fonction aussi des chefs participants).

Lien avec le développement économique

L'enjeu est de contribuer à la pérennisation des marchés qui éprouvent des difficultés à remplir leurs emplacements, tout en valorisant les métiers d'ambulants.

Par ailleurs, ces métiers sont parfois des solutions d'auto-crédation d'emploi nécessitant peu d'investissements de départ.

L'objectif en termes de transition vers une alimentation durable est aussi de réorienter une part des dépenses alimentaires, du préparé/préemballé vers les produits frais et à faible degré de raffinement.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Augmentation des ventes de produits alimentaires sur les marchés lors de l'événement ; à terme, amélioration de la « durabilité » des produits alimentaires vendus (saisonnalité, raccourcissement des circuits, ...).

Amélioration du conseil clients des ambulants ; à terme, renforcement de la présence de l'alimentaire sur les marchés.

Public-cible	Type d'instrument
Clients des marchés Ambulants alimentaires	Evénement ludique récurrent, diffusion de recettes simples et saisonnières Sensibilisation à la qualité des produits et du conseil clients

Budget

- acquisition du matériel (stand, matériel de cuisine, ...) : 5.000€
- communication-fonctionnement (logo, page web, impression des recettes, le cas échéant hébergement d'un chef...) 5.000€

La communication est volontairement limitée, l'idée étant d'en faire un événement viral, ancré dans le terrain et misant sur des retombées directes.

Principales activités et échéances

Une semaine complète (tour des marchés bruxellois) au début de chaque saison.

Partenariat

Engagements des acteurs :

Le projet étant de nature événementielle, la méthode la plus efficace sera le pilotage par Atrium seule

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Atrium	

Organismes à impliquer :

Différents organismes seront sollicités, de façon a priori ponctuelle et au titre d'appui opérationnel (échange de contacts, informations utiles, etc.)

- IBGE
- Gestionnaires de marchés
- Chefs

Fiche action n° 31 > Atelier : renforcement des filières

	FICHE-ACTION 32 <i>Intégrer des critères de durabilité dans le programme « Fruits et légumes à l'école »</i>	
	ATELIER : Outils de soutien	
PILOTES : MRBC	Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : 2013-2014
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Le programme "Fruits et légumes à l'école" a été lancé par l'Union européenne pour faire découvrir les produits agricoles aux enfants. A cette fin, les écoles de l'enseignement fondamental sont subsidiées pour que les enfants reçoivent une portion de fruits et légumes à l'école. La Région de Bruxelles-Capitale cofinance cette initiative européenne.

Tout au long de l'année scolaire, dans les écoles participantes, les enfants reçoivent chaque semaine une portion de fruits ou de légumes, ce qui représente 30 portions par an. Une liste de produits éligibles par trimestre a été élaborée pour favoriser le choix de fruits et légumes de saison. En outre, les produits doivent provenir d'Europe.

Les subsides sont plafonnés à 10,50 euros par année scolaire par élève.

Le programme "Fruits et légumes à l'école" va bien au-delà de la distribution de fruits et légumes. Il s'accompagne de plusieurs activités pédagogiques et actions de sensibilisation. L'IBGE collabore à ce programme en mettant à disposition des outils pédagogiques pour les écoles.

Lien avec le développement économique

Soutenir la consommation de fruits et légumes
Soutenir la production locale.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Elaborer une liste de producteurs locaux, fournisseurs de produits durables aux écoles.
Il faudra spécifier s'il existe la possibilité pour les écoles de se faire livrer.

Public-cible	Type d'instrument
Les écoles primaires.	Liste de producteurs / fournisseurs

Budget

Pas de budget nécessaire

Principales activités et échéances

- Septembre 2013 : débiter les contacts avec les différents producteurs intra et péri urbain ainsi qu'avec les différents fournisseurs de produits durables.
- Janvier 2014 : Première version de la liste.
- Juin 2014 : version finale de la liste.
- Septembre 2014 : Mettre la liste à disposition des écoles.

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	MRBC	Etablir la liste et la mettre à dispositions des écoles qui participent au programme.
Co-pilotage	IBGE	Contribution à la promotion, en particulier auprès des écoles, du projet pédagogique alimentation. Mise à disposition des outils pédagogiques.
Collaborants	Réseaux des GASAP	Fournir la liste des producteurs du réseau des GASAPs
	Bioforum	Fournir une liste de producteurs bio de fruits et légumes en Wallonie mais aussi des distributeurs livrant déjà ce programme
	Saveurs Paysannes	Mise à disposition de listes des producteurs locaux

Organismes à impliquer:

- **Ferme nos Pilifs**
- **Le Début des Haricots**

Fiche action n° 32 > Atelier : Outils de soutien

	<p>FICHE-ACTION 33</p> <p>Analyser l'opportunité de la mise en place d'une centrale de marchés de produits alimentaires durables pour les administrations publiques</p>	
	<p>ATELIER : Outil de soutien</p>	
<p>CO-PILOTES : MRBC CELLULE AGRICULTURE/BE</p>	<p>Lien fonctionnel avec les F-A n°22, 36</p>	<p>Durée de mise en œuvre : Un an</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

Contexte

Certaines administrations/ collectivités se heurtent à des problèmes d'approvisionnement en matière d'alimentation durable car elles ne commandent pas de volume suffisamment grand pour être livrées régulièrement.

Action :

Face à ce constat il serait nécessaire d'étudier l'opportunité de mettre en place des centrales de marchés de produits alimentaires durables au niveau local. Cette étude devrait répondre aux questions suivantes :

- Existe-t-il de telles centrales accessibles aux administrations et collectivités bruxelloises ? Le cabinet Di Antonio de la région wallonne travaille actuellement sur une centrale de marché de produits locaux vendus en circuit court (marché de produits et non marché de services), il serait nécessaire de faire le lien avec ce projet, voir les synergies possibles.
- Opportunité et faisabilité de développer de nouvelles centrales de marché ?
- Qui pourrait mettre sur pied et coordonner cette centrale ?
- Qui pourrait bénéficier des services de cette centrale ?
- Quels seraient les produits concernés ?
- Comment mettre en place une centrale de marché sans défavoriser les petits producteurs ?
- Préciser le mécanisme de fonctionnement.

Lien avec le développement économique

En favorisant les centrales de marchés de produits alimentaires durables, les aliments durables deviennent accessibles aux administrations et collectivités, ce qui accroît la demande et constitue un levier pour le développement de l'offre.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Avis sur l'opportunité ou non de mettre en place une centrale de marché de produits alimentaire durable.

Faire des propositions concrètes pour que les administrations et collectivités bruxelloises

aient accès à une telle centrale de marché.

Public-cible	Type d'instrument
Les administrations communales et collectivités locales	étude

Budget

Etude sur la mise en place d'une centrale de marché = 10 000€

Principales activités et échéances

Etude sur la mise en place d'une centrale de marché :

- Lancer et attribuer en 2014
- Exécution du marché en 2014

Dialogue avec la RW sur leur centrale de marché de produits locaux en circuit court, identifier les synergies possibles avec la région de Bruxelles Capitale.

Identifier d'autres initiatives similaires en région flamande et dans les autres régions limitrophes.

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	MRBC	Contact avec les autres régions
	IBGE	Marché publics

Organismes à impliquer :

- Fevia
- UCM
- Comeos
- Tutelle des pouvoirs locaux du ministère de la région bruxelloise

Fiche action n° 33 > Atelier : Outils de soutien

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	<p>FICHE-ACTION 34</p> <p><i>Etablir un repère progressif de durabilité pour certains secteurs en demande en termes d'alimentation</i></p>	
	<p>ATELIER : Outil de soutien</p>	
<p>PILOTES : BRUXELLES ENVIRONNEMENT</p>	<p>Lien fonctionnel avec les F-A n°35</p>	<p>Durée de mise en œuvre : 2014 - 2015</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

Bruxelles Environnement est en train de développer un système de référence en alimentation durable pour les cuisines de collectivités (et dans une 2^e phase pour les établissements horeca).

La faisabilité du système (avec les moyens disponibles) doit être évaluée. Le système sera ainsi testé sur 8 cuisines de collectivités et établissements Horeca.

Le système fini sera testé sur 8 cuisines de collectivités et établissements Horeca.

En ce qui concerne le secteur Horeca, Karikol, le Convivum slow food de Bruxelles a développé un cahier de charges, pour une action de promotion du slow food qui se déroule chaque année en septembre. Pendant une semaine les bruxellois peuvent découvrir le slow food (alimentation bonne, juste et propre) dans les restaurants qui proposent des menus répondant à ce cahier de charges.

il est proposé d'analyser les besoins en cadre de référence « alimentation durable » des autres maillons du système : agriculture, transformation, points de vente, ... S'il s'avérait qu'un tel système était souhaité, une proposition serait développée et testée, en collaboration étroite avec les acteurs concernés.

Le développement de cette action est subordonné aux résultats de l'étude de faisabilité du système de référence des cuisines de collectivités.

Cette action peut être divisée en 2 phases :

- identifier quels secteurs sont demandeurs d'un cadre de référence de l'alimentation durable (cuisines de collectivités, établissements Horeca, agriculteurs, secteur de la transformation, points de vente, ...)
- développer un cadre de référence en collaboration avec les secteurs identifiés en tenant compte de ce que Bruxelles Environnement et Karikol proposent déjà respectivement aux cuisines de collectivités et établissements Horeca, du cahier des charges Biogarantie® et des moyens disponibles.

Lien avec le développement économique

La reconnaissance des pratiques durables peut constituer un avantage comparatif pour les entreprises et contribuer à stabiliser et développer leur clientèle.

Elle peut leur permettre de gagner de nouveaux marchés, notamment auprès des entreprises, collectivités, administrations qui s'inscrivent dans une démarche de plus grande durabilité.

Cette reconnaissance est également un outil qui permet à l'entreprise de communiquer et de se positionner.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Résultats attendus :

- Identification des secteurs demandeurs de référence en matière d'alimentation durable
- Construction d'un système de référence répondant aux besoins des acteurs des secteurs retenus

Public-cible	Type d'instrument
A définir	

Budget

Etude d'identification des secteurs: 10.000€

Elaboration du cadre de référence : sera fonction du nombre de secteurs identifiés

Evaluation : développement d'un cadre de référence simple pour 2 secteurs : 30.000€
(15.000€ par secteur)

Total : 40.000€

Principales activités et échéances

Septembre 2014 : résultats de l'étude de faisabilité du système de référence des cuisines de collectivités.

Octobre 2014 : enquête pour déterminer quels secteurs sont demandeurs d'un cadre de référence en matière d'alimentation durable, motivations et attentes en la matière.

Janvier 2015 : début du développement d'un cadre de référence pour les secteurs identifiés.

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Bruxelles Environnement	Marchés pour les 3 étapes, suivi (mais veiller à de systèmes simples, sans débauche de moyens humains)
Co-pilotage	Karikol	Collabore à la réflexion pour le secteur restauration
Collaborants	Min agriculture	Collabore en lien avec le Csc bio
	Cirhia	Apport de liens sur le référentiel éducation
	Atrium	Collaboration sur la réflexion pour le secteur « petits commerces »
	FEVIA	Si un des premiers secteurs auxquels BE songe est la transformation, FEVIA est bien sur intéressée à participer comme collaborant (mise à disposition de son expertise, lien avec d'autres initiatives similaires dans les pays environnants,...)
	Bioforum	participe au GT sur l'étude de faisabilité d'un système

		d'agréation des cantines	
--	--	--------------------------	--

Organismes   impliquer:

- A déterminer selon les secteurs identifiés

	FICHE-ACTION 35 Tester le "repère" de durabilité cantine	
<small>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</small>	ATELIER : outils de soutien	
PILOTES : BRUXELLES ENVIRONNEMENT	Lien fonctionnel avec les F-A n°34	Durée de mise en œuvre : Début : octobre 2013
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F-A n° ...	

Description

Bruxelles Environnement souhaite instaurer un système de référence pour les cantines durables. L'idée est de soutenir structurellement la transition des cantines vers plus de durabilité grâce à un outil de type « label » et un organe de contrôle tiers indépendant. L'objectif est de rendre la démarche crédible et d'éviter le « greenwashing ». Un tel système doit également permettre aux cantines de s'inscrire dans une démarche continue et progressive qui ne se limite pas à quelques actions ponctuelles.

Pour les cantines et les sociétés de catering, un système de référence fournit un cadre pour évaluer leurs progrès vers une alimentation plus durable. En outre, un tel système apporte une visibilité à la démarche de transition et permet au personnel et aux clients d'être informés et de participer à la démarche.

Bruxelles Environnement est en train d'élaborer un système de référence en alimentation durable pour les cantines, dont la fin du développement est prévue pour septembre 2013. Le développement s'est fait avec la collaboration des parties prenantes au cours de 2 workshops. Le système sera testé dans 8 cantines et cuisines collectives afin d'évaluer les conditions de mise en œuvre de ce système et son attractivité tant pour l'entreprise que pour la clientèle.

Lien avec le développement économique

Le système de référence permet de positionner de manière concurrentielle l'entreprise dans son secteur. Il constitue également un outil de communication et de fidélisation de la clientèle.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Objectif :

Finaliser le système de référence en alimentation durable pour les cantines de diverses institutions (écoles, hôpitaux, maisons de repos, entreprises, crèches,...) et des sociétés de catering actives dans les cuisines de collectivités et les établissements HoReCa.

Le but est de concevoir un système qui motive les cantines à poursuivre et développer leur démarche de transition.

Il faudra également que les mécanismes de contrôle et d'octroi n'entraînent pas de surcoût en matière de budget et de personnel.

Résultats attendus :

- 1) finaliser et tester un système de référence en alimentation durable pour les cantines et les sociétés de catering

Le système de référence doit satisfaire aux conditions suivantes :

- Peu coûteux (autant pour l'instance de contrôle que pour les parties demanderesses)
- Ergonomique pour les parties demanderesses et l'organe de contrôle
- Axé prioritairement sur l'alimentation sans pour autant négliger la gestion environnementale
- Il doit prendre en considération les différents aspects de l'alimentation durable (produits de saison locaux, élevage écologique, alternance entre protéines animales et végétales, réduction du gaspillage alimentaire, ...)
- Applicable à tous les types de cantines (qu'elles soient en gestion propre ou concédée, qu'elles proposent 1 ou plusieurs menus, qu'elles visent des publics cibles différents, qu'elles soient grandes ou petites, ...) et établissements HoReCa
- Facile à communiquer et à comprendre
- Elaboré de sorte que les cuisines de collectivités puissent continuer d'évoluer et de s'améliorer (différents niveaux et différentes approches)
- Il doit proposer un cahier des charges Biogarantie® pour les cuisines de collectivités et les établissements horeca

2) mettre en place le système de référence

Public-cible	Type d'instrument
Cuisines de collectivités	

Budget

Etude de faisabilité : incluse dans le programme de travail de Bruxelles Environnement
 Système d'agrégation opérationnel : tests sur des projets issus de l'appel à projets « cuisines de collectivités durables » lancé à l'été 2013

Principales activités et échéances

2013/2014 : un système de référence est en cours de développement. Il sera testé dans 8 cuisines de collectivités. Le système de référence sera testé sur les projets issus de l'appel à projets « cuisines de collectivités durables » lancé au début de l'été 2013. Les cuisines de collectivités participantes pourront obtenir un certificat à la fin de leur projet (au plus tard en mars 2015). Trois types de certificat sont prévus : débutant – en cours d'amélioration – en cours de perfectionnement. Les différents coaches qui assisteront les cuisines de collectivités seront informés des critères et de la manière d'évaluer ceux-ci afin d'estimer si oui ou non ces cuisines de collectivités ont les qualités requises pour l'obtention d'un certificat.

En 2015, le système de référence éventuellement adapté au terme de la phase pilote, sera implanté à l'échelle régionale.

Partenariat

Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Bruxelles Environnement	Mise en place d'une étude de faisabilité sur le système d'agrégation des cuisines de collectivités durables par le biais d'un marché public. Mise en vigueur du système d'agrégation.
Co-pilotage	Catherine Piette	Collaboration à l'élaboration et au développement du système.
Collaborants	Meremans Dominique	Promotion du durable et de la santé dans les cuisines de collectivités et principalement les écoles.
	Simply Food	

	Simply Food Alimentation 21	Participer à la phase de test sur le terrain.
	EVA – Annemarie Ijkema	Collaboration à l'élaboration et au développement du système et encadrement des cuisines de collectivités en vue de l'organisation du Jeudi Veggie (Donderdag Veggiedag).
	BioForum Wallonie – Frederique Hellin	Poursuite de la coopération au développement du système.
	CIRIHA	Lancement d'un processus d'évolution vers un campus et une cantine plus durables. Dans ce cadre, ils devront élaborer un repère.

Organismes à impliquer:

Les participants au développement d'un système d'agrégation pour les cuisines de collectivités sont :

EcoRes	Cordelia	Orfinger
Bioforum Wallonie	Sylvie	Morcillo
Bioforum Wallonie	Frederique	Hellin
Simply Food	Catherine	Closson
Vredeseilanden	Katharina	Beelen
SPPDD	Martine	Vandervennet
Certisys	Blaise	Hommelen
TUV nord Integra	Bart	Maes
TCO	Jeanne	Collard
Sodexo	Florence	Rossi
Compass Group	Dominique	Meremans
EVA	Annemarie	Ijkema
Leefmilieu Brussel	Florence	Loozen
Karikol	Catherine	Piette

Fiche action n° 35 > Atelier : Outils de soutien

	FICHE-ACTION 36 Améliorer la connaissance et les outils en vue de faciliter la rédaction de Marchés publics durables auprès des organismes publics, écoles, structures de soin et maisons de repos	
	ATELIER : Outils de soutien	
PILOTES : BRUXELLES ENVIRONNEMENT	Lien fonctionnel avec les F-A n°22, 28	Durée de mise en œuvre : Un an
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Contexte

La RBC a réalisé ces dernières années différentes actions pour encourager l'utilisation de clauses sociales et environnementales dans les marchés publics. Différentes formations et outils sont mis à la disposition des acheteurs publics.

Ces outils et critères sont applicables aux achats publics alimentaires et sont progressivement utilisés par les acheteurs tels que les écoles, les communes, les administrations régionales. Néanmoins, l'intégration de critères environnementaux et sociaux dans les marchés publics relatifs à l'alimentation ne sont pas encore la règle générale et certains types d'acteurs sont encore très peu sensibilisés ; c'est le cas par exemple des hôpitaux et maisons de repos.

Actions

Augmenter la visibilité des outils auprès des écoles, établissements de soin, maisons de repos :

1. Pour atteindre les écoles soumises à la législation des marchés publics, il nous semble nécessaire :
 - de faire la distinction entre les écoles soumises au marchés publics et celles qui ne le sont pas ;
 - de faire un inventaire des personnes de contact dans chaque établissement qu'il faudra impliquer ;
 - de diffuser activement les outils existants en matière d'alimentation durable aux personnes identifiées.

2. Pour atteindre les maisons de repos et les hôpitaux, il nous semble nécessaire :
 - de répertorier les personnes de contact référentes pour l'alimentation dans la plupart des établissements visés,
 - d'adapter certains outils spécifiquement pour ces établissements et d'élaborer une formation spécifique et/ou workshop pour les hôpitaux et maison de repos en essayant de rassembler toutes les parties prenantes de l'alimentation. Cette adaptation pourrait se faire sur base d'une évaluation via un questionnaire envoyé aux personnes concernées (rédacteurs des cahiers et charges, aides soignants,

-) ou une demi journée d'échanges.
- D'analyser les bonnes pratiques en dehors de la RBC ou à l'étranger (Meals on wheels dans le Maxima MEdisch centrum au Pays-Bas, Hôpital Gasthuisberg à Leuven, initiative Sodexo à Anvers) qui pourrait être appliquées à Bruxelles (voir étude Benchmarking des cantines durables).

Lien avec le développement économique

Les hôpitaux et les maisons de repos représentent énormément de repas par jour. Si ces établissements améliorent la durabilité des repas, cela représente une opportunité économique pour les potentiels soumissionnaires qui sont prêts à remettre une offre durable, notamment les producteurs et fournisseurs locaux.

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Répertoire les écoles, les structures de soin et les maisons de repos soumis à la législation des marchés publics pour avoir un listing pour la diffusion outils existants, et pouvoir les inviter aux formations organisées dans le cadre des achats publics durables.
- Répertoire les personnes de contact dans les maisons de repos, structures de soins et écoles soumises à la législation des marchés publics.
- Créer des outils adéquats pour aider les hôpitaux et maisons de repos à intégrer des critères de durabilité dans les marchés publics.
- Organiser une formation destinée à toutes les parties concernées des hôpitaux et des maisons de repos.
- Rassembler une série de bonnes pratiques pertinentes pour Bruxelles en matière d'alimentation durable dans les écoles, les structures de soin et les hôpitaux soumis à la législation des marchés publics.

Public-cible	Type d'instrument
Ecoles communales Hopitaux et maison de repos soumis à la législation de marché public	Cahiers des charges types Formations Base de données

Budget

Marché public pour organiser une formation spécifique et/ ou workshop pour les marchés publics d'alimentation durable dans les maisons de repos et hôpitaux + élaboration d'outils spécifiques à ce type d'organismes (cahiers des charges types) = 15.000€

Principales activités et échéances

Marché public pour organiser une formation spécifique et/ ou workshop pour les marchés publics d'alimentation durable dans les maison de repos et hôpitaux + élaboration d'outils spécifiques à ce type d'organismes (cahiers des charges types) :

- Lancer et attribuer en 2014
- Exécution du marché en 2014

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement

Pilotage	IBGE	Lancement d'un marché public pour organiser une formation spécifique et/ ou workshop pour les marchés publics d'alimentation durable dans les maisons de repos et hôpitaux + élaboration d'outils spécifiques à ce type d'organismes (cahiers des charges types)
-----------------	-------------	--

Organismes à impliquer:

- Administration des pouvoirs locaux : direction des marchés publics
- TCO

Fiche action n° 36 > Atelier : Outils de soutien

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	FICHE-ACTION 37 Développement de programmes d'accompagnement vers une AD pour des secteurs en demande, tel que celui qui existe pour la restauration collective	
	ATELIER : Outils de soutien	
PILOTES : BRUXELLES ENVIRONNEMENT	Lien fonctionnel avec les F-A n°/	2013-2015
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Constat et contexte

Depuis 2008, Bruxelles Environnement propose aux cuisines de collectivités un programme pour les aider dans la transition vers l'alimentation durable. Bruxelles Environnement propose formations et assistances gratuites et met à disposition différents outils ainsi qu'un helpdesk.

Les cycles de formation déjà réalisés montrent que certains secteurs sont moins représentés que d'autres. C'est le cas par exemple du secteur de la santé. Seul un projet, démarré en 2013, concerne le secteur : il s'agit d'accompagner les hôpitaux Iris pour dresser un inventaire du gaspillage alimentaire.

En 2013, Bruxelles Environnement lancera un appel à projets autour de l'alimentation durable destiné aux cuisines de collectivités et sociétés de catering. Tous les secteurs pourront participer : hôpitaux, maisons de repos, écoles, entreprises, prisons, ...

Description des actions envisagées

- 1) Tous les secteurs peuvent participer à l'appel à projets pour cuisines de collectivités lancé en juillet 2013. Les projets proposés seront analysés et soutenus autant que possible.
- 2) Les résultats du projet pilote dans les hôpitaux Iris seront également analysés.
- 3) Ultérieurement à l'appel à projets, si des secteurs sont encore demandeurs d'un soutien dans la conversion de leurs cuisines de collectivités vers une alimentation durable, des projets pilotes pourvus d'un accompagnement peuvent être élaborés en respectant le schéma suivant :
 - Recherche des bonnes pratiques existantes ;
 - Etude des besoins/contraintes/état des lieux ;
 - Mettre en place un plan d'actions ;
 - Mise en œuvre des actions ;
 - Evaluation.

Lien avec le développement économique

A Bruxelles, les cuisines de collectivités distribuent 270.000 repas chaque jour. Les aider à se tourner vers une alimentation durable (notamment grâce à des produits de saison locaux ou

des produits issus du circuit court) constitue un levier important pour le soutien de fournisseurs locaux proposant une offre durable.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Soutien des secteurs demandeurs d'une transition vers une alimentation durable dans les cuisines de collectivités.

Public-cible	Type d'instrument
- Dépend de la demande	

Budget

- Projets pilotes 2014 : 15.000€
- Projets pilotes 2015 : 10.000€

Principales activités et échéances

- 1) Septembre 2013 : analyse et soutien des projets de l'appel à projets
- 2) Décembre 2013 : analyse des résultats du projet pilote dans les hôpitaux Iris
- 3) 2014 : ultérieurement à l'appel à projets 2013, soutien des projets soumis par des secteurs encore demandeurs d'aide dans la transition vers une alimentation durable dans les cuisines de collectivités

Partenariat

Engagements des acteurs :		
Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Bruxelles Environnement	Coordination et soutien des projets « cuisines de collectivités durables »
Collaborant	Fédérations à impliquer en fonction de secteurs concernés	À déterminer dans un 2 ^{ème} temps

Organismes à impliquer:

- AFSCA
- PNNS
- Organismes capables d'offrir leur assistance : BioForum Wallonie, Ecores, EVA, Alimentation 21, Philippe Renard, Damien Poncelet, ...



FICHE-ACTION 39

Agriculture intra et péri-urbaine dans le secteur académique : Implication, groupes de travail thématiques, recherche-action et intégration dans le cursus universitaire.

ATELIER : Insertion, formation, enseignement

Lien fonctionnel avec les F-A 2, 25, 40 Durée de mise en œuvre : 2 ans (24 mois) renouvelable 2 ans

PILOTES : ULB - SERVICE D'ÉCOLOGIE DU PAYSAGE ET SYSTÈMES DE PRODUCTION VÉGÉTALE

Description

Cette fiche-action part du constat avoué que dans le contexte social, environnemental et économique actuel, l'agriculture intra et péri-urbaine nécessite une plus grande attention, d'une part, et qu'il existe un gouffre entre les connaissances et projets de recherche développés par les scientifiques et la réalité du terrain, d'autre part.

En effet, certains chercheurs travaillent sur ces thématiques mais souvent de manière éparpillée, isolée. Aussi, les acteurs de terrain en la matière se multiplient, certains avec une expertise propre, d'autres désireux de se lancer ou en pleine expérimentation basée sur différentes approches novatrices (ONG et asbl, agriculteurs et entrepreneurs, communes et « grand public »). Ces expérimentations souffrent néanmoins du peu de recul permis dû à la période courte de mise en application, du manque d'expertise étant donné que peu d'informations de qualité sont disponibles ou vulgarisées, de freins à la bonne appropriation, etc.

Il est donc indispensable de :

- 1) stimuler un espace de rencontres et d'échanges, afin de connecter ces deux pôles,
- 2) travailler ensemble à l'identification des besoins, compétences et potentialités de chacun, en vue de construire une « connaissance commune ».

Enfin, il existe une demande croissante et un intérêt grandissant et jusqu'à présent peu ou pas satisfaits concernant :

- 3) la prise en compte sérieuse de ces thématiques dans le cursus académique des futurs professionnels belges (bio-ingénieurs, géographes, etc.).

La construction de connaissances communes en agriculture urbaine est un processus complexe qui implique, au delà d'une grande variété et diversité d'acteurs, une grande transversalité, car elle a trait tant aux aspects de « sciences pure » (biologie, chimie, etc.) qu'aux dynamiques anthropo-sociales et économiques liées. Ces connaissances sont « **dynamiques** », puisqu'elles n'ont du sens que dans un contexte réel, de terrain, lequel subit une constante évolution de ses besoins, etc.

Voilà pourquoi la stratégie proposée ici se base sur la création de **groupes de recherche-action thématiques** constitués par les acteurs de l'agriculture intra et péri-urbaine cités et la mise en place de **projets recherche-action** transversaux, insérés dans des exploitations et processus **réels**.

Ces projets pourront :

- S'appliquer depuis le niveau d'une « exploitation » jusqu'à l'échelle de la Région ;
- Se décliner depuis un suivi de ce qui se fait à des expérimentations de nouvelles techniques et approches, soit sur les exploitations, soit sur des terrains expérimentaux à équiper (ULB, Neerpede-CERIA).

Pour répondre aux 3 impératifs identifiés, cette fiche-action propose donc les étapes

suivantes :

- **Une première phase** qui consistera en 1) l'identification et la mise en réseau des acteurs de terrain et académiques de l'AU à travers des **groupes thématiques de recherche-action**, pour 2) se concrétiser à travers des **projets de recherche-action**. Celle-ci amènera à la production de premiers travaux de groupes et mémoires de fin d'études (TFE), notamment en agronomie.
- **Une seconde phase** pour 3) l'intégration durable des acquis dans le cursus universitaire, graduellement permise par la suite logique « travaux de groupes à MFE à thèses de doctorat à intégration dans le cursus universitaire ».

Lien avec le développement économique

- Constituer un réseau de personnes-ressources compétentes dans les méthodes agronomiques émergentes de l'AU
- Soutenir les besoins d'expérimentation et de connaissances et expertise nécessaires au développement et à la professionnalisation du secteur de l'AU
- Pouvoir quantifier (chiffres, données fiables) le « potentiel productif » de la RBC (intra et péri-urbain) en termes de quantité et qualité (de vie).

Objectifs / résultats attendus de l'action

Objectif principal :

Développer une agriculture urbaine en RBC durable en termes de ressources et économiquement viable, basée sur une réelle expertise et qui répond aux besoins et priorités des acteurs de terrain.

Résultats intermédiaires :

Phase 1

- Un réseau de personnes ressources en AU (académiques et de terrain) est constitué.
- Les acteurs de terrain qui souhaitent se lancer ou se développer en AU sont impliqués et leurs priorités et besoins en R&D sont identifiées et concrétisées à travers la recherche-action.

Phase 2

- Les connaissances dynamiques en AU sont intégrées dans le cursus universitaire.

Public-cible	Type d'instrument
Académiques et étudiants bruxellois et belges	Groupes de recherche-action thématiques
Acteurs de l'AU :	<i>Coordination grâce à l'engagement d'un coordinateur</i>
- Particuliers (potagers urbains)	
- Professionnels ou désireux de le devenir (associations, entrepreneurs)	Projets de recherche-action
- Pouvoirs publics qui les soutiennent (communes, missions locales) ?	<i>Les premiers projets de recherche-action pourront bénéficier de l'appel à projets « Living Lab » d'Innov'Iris et autres pouvoirs subsidiant</i>

Budget

Estimation annuelle :

66.000,- à 84.000,- EUR : Poste de coordination 1 ETP (ou 4/5)

3.000,- EUR : Frais de fonctionnement (déplacements, etc.)

2.000,- EUR : Organisation de conférence(s)/séminaire(s) de rencontre pour les groupes thématiques

5.000,- EUR : Organisation de voyage(s) d'étude (*success stories*)

94.000, - EUR : Total

Principales activités et échéances

Phase 1

Année 1

Oct-Déc 2013 (3 mois) : Identification des acteurs académiques impliqués ou intéressés par l'agriculture urbaine (intra- et péri-urbaine) en RBC et des acteurs de terrains déjà actifs en AU (agriculture urbaine) ou désireux de lancer des projets (associations, communes, entrepreneurs)

Janv-Fév 2014 (2 mois) : Mise en réseau (international et local) et création de **groupes de travail thématiques**.

Mars-Juin 2014 (4 mois) : Conception des premiers projets recherche-action et **recherche de financement**. à *Proposition des premiers travaux de groupes universitaires*.

Juin-Sept 2014 (3 mois) : Approbation des premiers financements (« living lab », etc.) et démarrage des premières expériences ne nécessitant pas d'investissement.

Année 2

Oct 2014 – Juil 2015 (10 mois) : Mise en place et démarrage des premiers projets, suivi.

à *Réalisation des premiers TFE universitaires*.

Août – Sept 2015 (2 mois) : Evaluation des premiers résultats. à *Propositions de thèses doctorales*.

Phase 2 (Sept 2015 – Sept 2017)

Poursuite de la recherche-action (suivi des groupes thématiques existants, création de nouveaux groupes et lancement de nouveaux projets, etc.)

Enrichissement continu du cursus universitaire « travaux de groupes à MFE à thèses de doctorat à intégration dans le cursus universitaire » (cfr. détail en annexe) .

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Marjolein Visser	Coordination
	Noémie Maughan	
	ULB - Service d'écologie du paysage et systèmes de production végétale	
Collaborants	Début des Haricots asbl	En cohérence avec la Fiche-action 25, Participation aux groupes thématiques, mise en place de parcelles expérimentales, études de cas, etc.
	Innov'Iris	En cohérence avec la fiche-action 40, Étude de faisabilité : identification des besoins en recherche et Innovation, identification et consultation des bénéficiaires potentiels, modalité de financement, etc.
	Tetra asbl (Claire de Crayencour)	Participation aux groupes thématiques, mise en place de parcelles expérimentales, études de cas, etc.

Organismes à impliquer:

Académiques :

- ULB : Pierre Meerts, Thomas Drouet, Nausicaa Noret, Charles De Cannière, Eléonore Wolff
- UGent : Dirk Reheul, Maarten Roels
- UCL : Julie Hermesse
- KUL : Erik Matthijs
- Autres chercheurs du groupe GIRAF : Pierre Stassart, Audrey Vankeerberghen, Gaëtan Van Loqueren, Pablo Servigne, Nathalie Erbouts

Acteurs de terrain :

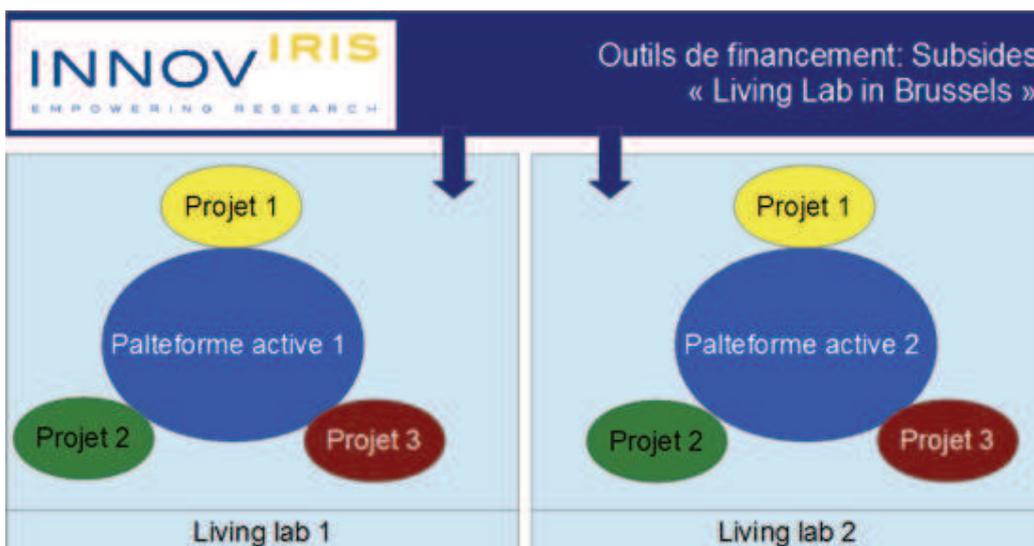
- Eco-Innovation, Nos Pilifs, la Maison Verte & Bleue, Greenloop
- Communes (jardin Gray-Couronne Ixelles, Jardins participatifs Etterbeek, etc.)
- Institut Redouté-Peiffer, section horticulture
- Projets Choux de Bruxelles, Abattoirs, Hippodrome de Boisfort, Terra Reversa (Vera Dua) ; Wervel (Jeroen Watté), Ferme du champ des caillies...

Fiche action n° 39 > Atelier : Enseignement, formation, insertion + R&I

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	<p>FICHE-ACTION 40</p> <p><i>Création d'un programme de financement « Living labs in Brussels » pour encourager et soutenir la recherche et le développement de l'alimentation durable en Région Bruxelles-Capitale.</i></p>	
	<p>ATELIER : Enseignement, Formation Insertion, R&I</p>	<p>Durée de mise en œuvre :</p> <p>Début : novembre 2013 fin : décembre 2014.</p>
<p>PILOTE : INNOVIRIS</p>	<p>Lien fonctionnel avec la F-A n°39</p>	

Description

Innoviris est un organisme d'intérêt public dont la mission est la promotion et le soutien de l'innovation technologique à travers le financement de projets de recherche et de développement (prototypes) menés par des entreprises et organismes de recherche implantés sur le sol bruxellois.



La mise à jour du Plan Régional pour l'Innovation de la Région de Bruxelles-Capitale effectuée en 2012 mentionne en effet la stimulation du « développement conjoint d'innovations par le biais de « living labs ». Innoviris propose donc comme action, la création d'un nouveau programme de soutien de projets de type « Living Lab » pour la recherche et le développement de l'alimentation durable en Région Bruxelles Capitale.

Figure 1 - Structure de l'action "Living lab"

Un « Living Lab » (figure 1) est une structure active composée d'une plateforme expérimentale sur laquelle viennent se greffer plusieurs projets de recherche et développement expérimental. Cette structure permet de tester et d'évaluer concrètement de nouvelles technologies et connaissances scientifiques. Il s'agit d'un environnement dans lequel des organisations peuvent tester des technologies, produits, services et concepts innovants en collaboration avec les organisations de recherches (universités, hautes écoles et centre de recherche) en utilisant un échantillon représentatif d'individus et en les intégrant directement dans leur environnement privé ou dans leur cadre professionnel. Les utilisateurs finaux sont donc impliqués dans la conceptualisation, la recherche, le développement et l'évaluation du processus complet de l'innovation.

Afin de soutenir la création de « living labs » pour la recherche, le développement et l'innovation dans le secteur de l'alimentation durable en Région Bruxelles-Capitale, l'action proposée par Innoviris

porte sur la mise en place d'un programme de soutien : « Living labs in Brussels ».

A titre d'illustration, Innoviris pourrait par exemple soutenir deux living labs, l'un portant sur une exploitation en pleine terre (plateforme active 1), où viendraient se greffer des analyses agronomiques (projet 1), écosystémiques (projet 2) et économiques (projet 3) et l'autre portant sur une exploitation hors sol (plateforme active 2), où viendraient se greffer d'autres types de projet de recherche ou développement.

Afin de monter ce programme, Innoviris suivra un processus en 2 phases. Une phase préparatoire et une phase de mise en œuvre.

1 **Phase préparatoire.** La phase préparatoire a pour objectif de rendre opérationnel l'outil de financement (« living labs in Brussels »). Cette phase comportera deux études :

1.2 une étude portant sur les modalités pratiques du programme de financements « living lab in Brussels ». En effet Innoviris ne dispose pas à ce jour d'un programme permettant de subventionner au travers d'une même action les multiples acteurs d'un living lab (entreprises, universités, a.s.b.l et communes). Il sera notamment important de déterminer les modalités précises et la base légale du financement des a.s.b.l. et des communes. Cette étude sera essentiellement réalisée par Innoviris avec un soutien ponctuel d'une consultance notamment pour les affaires juridiques.

Soulignons que les résultats de cette étude détermineront le cadre du programme destiné à l'alimentation durable mais également des futurs programmes « living lab in Brussels » qu'Innoviris proposera dans d'autres secteurs.

1.3 une étude portant sur un benchmarking, une identification des besoins en recherche et innovation, une identification et une consultation des acteurs principaux et une évaluation des potentiels de valorisation économique. Le livrable de cette étude sera entre autres une liste de « living labs » potentiels. Elle devra également permettre de préciser la procédure d'appel à projets. Cette étude sera pilotée par Innoviris mais sa réalisation sera externalisée.

2 **Phase de mise en œuvre.** Sur la base des résultats de l'étude de faisabilité réalisée durant la phase préparatoire, Innoviris lancera un appel à projets, accompagnera le cas échéant, le montage de projets ciblés et sélectionnera les projets introduits.

Lien avec le développement économique

Les activités de recherche et d'innovation à entreprendre dans le cadre des programmes de financement qui seront évalués devront viser le développement de la RBC en intégrant la composante économique, environnementale et sociale.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Création d'un programme de financement « Living labs » pour encourager et soutenir la recherche et le développement de l'alimentation durable en Région Bruxelles-Capitale.

Public-cible	Type d'instrument
Communes Instituts publics ASBL Entreprises Universités, Hautes écoles et centres de recherches	Subside à la recherche et au développement
Budget	

Renfort équipe Innoviris (Ingénieur 25%)	20.763 €
Consultance juridique	10.000 €
Consultance système d'alimentation durable ent RBC	25.000 €
Formations et conférences conseiller scientifique Innoviris.	2.500 €
Total	58.263 €

Principales activités et échéances

1. Détermination des modalités de l'appel à projets en ce compris sa base légale. Novembre-février 2013.
2. Faisabilité : benchmarking, identification des besoins en recherche et innovation, identification et consultation des bénéficiaires potentiels, analyse des aspects de valorisation économiques, etc.). Novembre 2013- février 2014.
3. Lancement de l'appel à projets. Mars 2014.
4. Montage des projets. Avril-juillet 2014.
5. Évaluation et sélection des projets. Septembre-novembre 2014
6. Démarrage des projets. Janvier 2015.

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>
Pilotage	INNOVIRIS

Organismes à impliquer:

La liste des organismes à impliquer sera précisée dans le cadre de la première phase d'étude de faisabilité. A titre indicatif, voici une première liste d'organismes qui seront probablement impliqués :

- Cabinet Fremault
- BE
- Société de consultance spécialisées dans le secteur
- SDRB
- Universités, Hautes écoles, centres de recherches

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	FICHE-ACTION 43 <i>Intégrer les spécificités de l'AD dans les formations du réseau des classes moyennes à l'attention des employés et entreprises dans les métiers de bouche</i>	
	ATELIER : ENSEIGNEMENT, FORMATION, INSERTION	
PILOTE : EFPME	Lien fonctionnel avec les F-A n°44	Durée de mise en œuvre : Dépend de l'aboutissement de la FA 41
	Lien Début : F-A n°41	

Description

La prise en compte de l'alimentation durable dans les formations de chefs d'entreprise dispensées à l'EFP est conditionnée par l'adaptation des référentiels de formation existant.

L'enjeu est donc de transposer les axes définis par la FA 41, tout d'abord dans les profils métiers et de formation élaborés par le SFMQ (ces profils serviraient alors de base pour l'ensemble des opérateurs de formation et d'enseignement partenaires du SFMQ) et ensuite dans les référentiels ou programmes de formation auxquels sont soumis l'EFP et les centres IFAPME.

Lien avec le développement économique

Dans l'hypothèse où le marché économique bruxellois (y compris en termes d'emploi) évolue dans le sens de l'alimentation durable, les personnes qui auraient bénéficié de formations incluant cette dimension seront porteuses d'un avantage concurrentiel appréciable.

Objectifs / résultats attendus de l'action

1. adaptation des référentiels
2. mise en œuvre de formations de base incluant l'approche durable de l'alimentation

Public-cible	Type d'instrument
Auditeurs des formations de chefs d'entreprise « restauration », « préparateurs de plats traiteurs »	Profils métiers et de formation, référentiels de formation

Budget

Pas de budget demandé

Principales activités et échéances

1. Dès finalisation de la FA 41, à la condition de ne pas mettre en péril le respect des référentiels existants, intégration des prescrits de la FA 41 dans les formations chefs d'entreprise « restauration » et « préparateur de plats traiteurs ».
2. Diffusion des conclusions de la FA 41 aux acteurs de la formation (SFMQ, Altis, SFPME, IFAPME) pour les inviter à traduire les recommandations.

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	EFP	Contribution à l'adaptation des référentiels
Collaborant	À définir	...

Organismes à impliquer:

- SFPME, ALTIS, SFMQ, IFAPME

Fiche action n° 43 > Atelier : Insertion formation enseignement

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	<p>FICHE-ACTION 44</p> <p>Module de base en alimentation durable (AD) Mise en place de formations à l'attention du personnel enseignant et des formateurs</p>	
	<p>ATELIER : ENSEIGNEMENT - FORMATION - INSERTION</p>	
<p>PILOTES : HAUTE ECOLE LUCIA DE BROUCKÈRE / CIRIHA (CENTRE D'INFORMATION ET DE RECHERCHE SUR LES INTOLÉRANCES ET L'HYGIÈNE ALIMENTAIRES)-</p>	<p>Lien fonctionnel avec les FA n° 41 et 49</p>	<p>Durée de mise en œuvre : 8 mois</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

Objectif général :

Sensibiliser les professeurs et les formateurs en vue d'intégrer le concept de l'AD au sein des cours généraux et des situations d'apprentissage (travaux pratiques).

Objectifs spécifiques :

- Créer un module de formation en AD adapté aux spécificités du corps enseignant ;
- Intégrer ce contenu dans les formations en cours de carrière des enseignants de l'enseignement secondaire au niveau des organismes référents pour les différents réseaux.

Lien avec le développement économique

La mise en adéquation des formations des métiers de bouche avec les exigences de terrain permettra

- de créer au sein des institutions d'enseignement des pôles d'excellences dans les métiers de bouche ;
- l'acquisition des compétences pertinentes par les élèves et étudiants augmentera leur chance sur le marché de l'emploi.

L'intégration du concept de l'AD dans le cursus de formation du secteur « services aux personnes » (puériculture, aide familiale,...) a pour but de conduire à la sensibilisation des citoyens et aura un impact (indirect) sur le développement économique (achats plus responsables).

Objectifs / résultats attendus de l'action

1. Établir une cartographie des niveaux d'intervention possibles.
 - b. Définir les besoins
 - i. Les notions de durabilité et d'AD sont-elles reprises dans les profils des métiers de bouche et dans les profils de formation ?
 - ii. Existe-t-il des actions ou des outils ou des formations/sensibilisations, formelles ou non, à la notion d'alimentation durable pour les enseignants et les formateurs ?
 - c. Déterminer à quel niveau il est pertinent d'introduire l'AD pour bénéficier d'effets multiplicateurs (option de base de l'enseignement secondaire, référentiel de compétences, répertorier les institutions actifs dans la formation continue,...)
2. Identifier un ou des module(s) de formation en fonction des besoins identifiés.
 - a. Déterminer le contenu de(s) formation(s) future(s) en fonction de chaque public cible en collaboration avec les fiches- actions 41 et 49
 - b. Au départ de l'examen des fiches de description d'activités à réaliser en

classe ou en atelier ErE DD, des outils et/ou des formations/sensibilisations qui auront été répertoriés au point 1 et de nos expériences personnelles (fiches-action 44 et 49).

3. Préparer les différentes formations et outils avec les collaborateurs et les fiches-actions 41 et 49.
 - a. Sélectionner la méthode et les outils de formation
 - b. Sélectionner les outils existants et les adapter si nécessaire
4. Diffuser l'information via les organismes référents pour les différents réseaux.
 - a. les organismes de formation inter-réseaux et réseaux d'enseignement et introduit dans les catalogues de formations. (FWB-SeGEC-CPEONS-FELSI) ;
 - b. Les directions d'établissement via leur pouvoir organisateur.
 - c. Les fiches ErE concernées ou via la revue des enseignants.
 - d. Les instituts de formation qui organisent des formations dans les métiers de bouche IFC, HORECA, CAF-Forcar, FCC, IFP,...).
5. Réaliser quelques formations

Public-cible	Type d'instrument
Les enseignants des cours généraux et de travaux pratiques Les institutions qui organisent les options de base groupées secteur 4 : Hôtellerie-Alimentation, secteur 8 : Services aux personnes, secteur 9 : Sciences appliquées, etc.	Courriers Entrevues

Budget

Etablir une cartographie des niveaux d'intervention possibles	20 jours
Identifier un ou des module(s) de formation en fonction des besoins identifiés	2 jours
Préparer les différentes formations et outils	8 jours
Diffuser l'information	2 jours
Réaliser quelques formations	2 jours
Coordination du projet (réunions, délais, contacts avec les collaborateurs, centralisation des informations, rédaction des rapports,...) lobbying de certains acteurs (1/2 jours / semaine)	18 jours
Frais de secrétariat (affiches, courriers, alimentation, matériel formation,...)	2000 euros
Influences-végétales (investissement temps + transport)	4100 euros
Bioforum Wallonie Bruxelles	1440 euros
Institut E. Gryzon	4000 euros
Institut R. Lambion	4000 eur
Budget :	
½ temps diététicien(ne)	18 000 euros (non assujetti à la TVA)
Coordination	10 800 euros (non assujetti à la TVA)
+ Frais de secrétariat + Influences-végétales + Bioforum + Institut E. Gryzon + Institut R. Lambion	15 340 euros
Total : 44 140 euros	

Principales activités et échéances

Périodes (en mois) (début/fin)	Durée du travail	Tâches
0-3 mois	20 jours	Etablir une cartographie des niveaux d'intervention possibles
2.5- 4 mois	10 jours	Identifier un ou des module(s) de formation et les préparer
3.5 – 7 mois	2 jours	Diffuser l'information
5 – 8 mois	2 jours	Réaliser quelques formations
0-8 mois		Coordination du projet

Remarque : les congés sont non inclus dans le planning des tâches.

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Haute Ecole Lucia de Brouckère / CIRIHA (Centre d'Information et de Recherche sur les Intolérances et l'Hygiène Alimentaires) - Monsieur Patrick Dysseler – Madame Ghislaine Dufourny	Coordination de la fiche
Collaborants	Rencontre des continents	Participer au projet (points 2)
	Horeca Ne Pro – Madame V. Demont	Participer au projet (points 2)
	Représentant du Cabinet de Madame la Ministre SCHYNS: Monsieur Patrick Beudelot	Soutenir et guider le projet
	Institut E. Gryzon – Monsieur G. Kinart	soutenir et participer au projet (points 1-2-4)
	Institut R. Lambion – Madame C. Cuppens	soutenir et participer au projet (points 1-2-4)
	Bioforum Wallonie - Madame Noemie Dekoninck (+ voir remarque ci-dessous)	BioForum travaillera comme consultant* en Alimentation Durable pour la réalisation de l'étape : 2a. Pour cela il est prévu de travailler : 3 jours au tarif horaire suivant : 480€/jour. Ce qui fait un total de 1440€.. Cette consultance a pour objectif d'assurer l'intégration des critères de l'alimentation durable dans le module type ainsi que l'apport de contacts et d'expériences dans le domaine des formations sur cette thématique. * <u>Ce travail de consultant sera régi par une convention liant les deux parties pour la prestation d'une mission précise dans l'étape 2a.</u>
	Influences-végétales – Madame Sylvie Deschampheleire	Contribuer activement au projet (points 2-3-5) Total d'environ 80h = prestation de service de notre asbl de 4000€ (+ frais de déplacement)
	Bruxelles environnement Madame J. De Ridder	Contribuer activement au projet (point 2) . Budget et timing intégrés dans le temps de travail.

Organismes à impliquer:

Cellule citoyenne et DD au sein FWB (Monsieur E. Rifaut)

Les réseaux d'enseignement / Les pouvoir organisateurs des écoles / Les écoles

Les Instituts de formation : IFAPME – SFPME – HORECA – IFP / IFC / ...

Fiche action n° 44 > Atelier : Enseignement - Formation - Insertion

	<p>FICHE-ACTION 45</p> <p>Amplifier les formations + fédérer l'ensemble des formations en AU en vue de définir un programme commun</p>	
	ATELIER : Enseignement Formation Insertion	
<p>PILOTES : MISSIONS LOCALES IXELLES + ETTERBEEK</p>	Lien fonctionnel avec les F-A n°23, 49 et 51	Durée de mise en œuvre : Automne 2013-fin 2014 (et au-delà si reconduction du programme...)
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n° /	

Préalable

Tableau stratégique de répartition des fiches sur base de la fiche 45

Cette fiche-action est en lien avec les fiches-actions 23, 49 et 51.

Tronc commun (FA 49)		
<ul style="list-style-type: none"> - Rencontre des Continents - Groupe One / Village Partenaire - Missions locales (Ixelles, St Gilles, Etterbeek) 	Séance d'informations "les métiers de l'Alimentation Durable" + Formation de base aux métiers de l'Alimentation Durable	
Accompagnement spécifique		
Groupe One / Village Partenaire	Mission Locale Ixelles & Etterbeek	Rencontre des Continents
(FA 23)	(FA 45)	(FA 51)
Accompagnement de porteurs de projets en économie sociale et alimentation durable.	Formation amplifiée en AU et complétée par une dimension "animation" pour des profils "insertion socio-professionnelle".	Formation de futurs éducateurs/formateurs/animateurs en alimentation durable.
(Durée propre à chaque programme de formation)	(Durée propre à chaque programme de formation)	(Durée propre à chaque programme de formation)
↓	↓	↓

Interventions possibles de chaque structure dans la FA des autres pour un module spécifique en particulier.

Coordination commune intermédiaire et de suivi (FA 49)		
- Rencontre des Continents	> Bilan professionnel après 6 mois	
- Groupe One / Village Partenaire	> Orientation professionnelle	
- Missions locales (Ixelles, St Gilles, Etterbeek)	> Partage de ressources	
	> Mise en réseau	
Groupe One / Village Partenaire	Mission Locale Ixelles & Etterbeek	Rencontre des Continents
(FA 23)	(FA 45)	(FA 51)
Mise en place du projet d'économie sociale par le porteur de projet	Mise à l'emploi dans un projet développé par un porteur de projet ou dans un projet associatif	Mise à l'emploi ou lancement d'un projet associatif

Fiche action n° 45> Atelier : Enseignement - Formation - Insertion
Alliance Emploi-Environnement – Alimentation durable

Description

Articulation cohérente des différentes formations existantes en Agriculture Urbaine et Alimentation Durable, collaboration à la construction d'un module transversal commun d'initiation à l'AD (cf fiche 41) et construction/extension d'un programme de formation qualifiante en Horticulture écologique urbaine à destination des demandeurs d'emploi peu qualifiés (public ISP).

L'articulation des formations existantes implique une part de recensement des actions; nous pouvons déjà spécifier qu'elle devrait concerner notamment les acteurs /opérateurs de formation suivants :

- La Mission locale de Saint-Gilles
- L'Association « Rencontre des Continents »
- La Maison Verte et Bleue (à confirmer)
- La Commune d'Etterbeek

Plusieurs de ces acteurs seraient notamment intéressés par l'organisation de séances d'information communes sur les métiers et les formations de l'AD ainsi que par le module transversal d'initiation à l'AD réfléchi dans le cadre de la fiche 49 (pilote : rencontre des continents). Ce projet participe à l'amplification des formations dont il est question ici.

L'extension du programme existant, pour 2014, s'appuie sur une formation en horticulture écologique menée en 2013 par les Missions Locales d'Ixelles et d'Etterbeek et financée par Bruxelles Formation et le Fonds Social Européen (de 630 + 152h).

Il s'agirait d'enrichir cette formation selon deux axes supplémentaires répondant à une demande du marché et des acteurs associatifs :

- Animation – éducation à partir de l'outil « jardin » ;
- Développement de la capacité d'entreprise (gestion...) ; articulation avec la fiche 49 (Rencontre des Continents) : non encore budgétée dans cette version.

Lien avec le développement économique

Développer des compétences polyvalentes qui permettront aux travailleurs de s'insérer dans les différentes activités de la chaîne de valeur : de la production à la vente, ainsi que de d'exercer des activités d'animateur, de conseil (particuliers, entreprises et collectivités), de guide (parcours nature, potagers urbains,...).

Objectifs / résultats attendus de l'action

Clarifier les possibilités de formations existantes en AD et AU, tant pour les demandeurs d'emploi que pour les acteurs associatifs et institutionnels ; permettre des passerelles et favoriser les parcours « en filières » avec des offres de formation complémentaires et non concurrentes.

Au sein de la formation en horticulture, permettre l'acquisition d'une polyvalence permettant de meilleures chances de survie économique pour les uns et pour les autres, l'acquisition de savoirs et techniques permettant de sensibiliser tout un chacun et ainsi d'œuvrer à des changements de consommation plus responsable.

Public-cible	Type d'instrument
Demandeurs d'emploi, porteurs de projets Acteurs associatifs et de formation	Coordination Règlementation/spécification Formation qualifiante Accompagnement ISP

Budget

350h de formation supplémentaire (animation avec obtention du brevet et bases de gestion) par rapport au programme actuel :

Frais de personnel : 31.680€

- animation : 350h x 70€/h = 24.500€
- préparation & organisation (20j ouvrables/ cycle formation) : 4.300€
- coordination : 10% de (24.500€ + 4.300€) : 2.880€

Gestion et frais de fonctionnement supplémentaires pour les Missions locales :
20% de 31.680€, soit 6.336€

Frais de stagiaires : 12 stagiaires x 1.20€ x 350h : 5.040€

Activités de recensement et de mise en réseau : 2.000€

TOTAL= 45.056 €

Principales activités et échéances

- Recensement des actions existantes et définition du périmètre de chaque formation : Fin octobre 2013
- Définition des contenus, nombres d'unités horaires, articulation, programme pédagogique : Décembre 2013
- Démarrage du tronc commun : Janvier-Février 2014 (voir FA 55/44)
- Formation qualifiante en horticulture écologique : Mars 2014 à novembre 2014
- Modules de formation d'animateur en AU : A partir d'avril 2014

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Missions locales d'Ixelles et Etterbeek	Effectuer un bref recensement des actions de formation en AD et mener à bien une formation en horticulture écologique avec un axe « animation-éducation relative à l'environnement » et un axe « entrepreneuriat- gestion »

Collaborants	Le Début des Haricots Rencontres des continents	<ul style="list-style-type: none"> - Participer à la mise sur place d'un parcours cohérent et d'une offre de formation structurée et claire à l'attention des demandeurs d'emploi et porteurs de projets bruxellois en AU et, plus largement et à terme, en AD
	Mission Locale de Saint-Gilles	<ul style="list-style-type: none"> - Orientation du public ISP - Participation à l'élaboration du programme de formation - Accompagnement et orientation professionnelle post-formation
	CEMEA	<ul style="list-style-type: none"> - Mise sur pied du module « animation en AU » en coordination avec l'ensemble des collaborateurs

Organismes à impliquer:

	FICHE-ACTION 46 Etudier l'opportunité de lancer une formation pilote en entrepreneuriat en AD	
	ATELIER : ENSEIGNEMENT, FORMATION, INSERTION	
PILOTE : EFPME	Lien fonctionnel avec les F-A : /	Durée de mise en œuvre : 1 an
	Début : novembre 2013 Fin : novembre 2014	

Description

Le développement d'un secteur spécifiquement orienté vers l'alimentation durable dépend des capacités entrepreneuriales des personnes souhaitant entreprendre dans ce domaine. Les partenaires de la FA 46 évalueront l'opportunité de mettre en œuvre une formation spécifique à l'entrepreneuriat en alimentation durable, le cas échéant, en fixeront les contours en lien avec les travaux des autres FA de l'axe alimentation durable et, enfin, identifieront les acteurs de formation susceptibles de mettre œuvre ce projet.

Lien avec le développement économique

Dans l'hypothèse où le marché économique bruxellois (y compris en termes d'emploi) évolue dans le sens de l'alimentation durable, les personnes qui auraient bénéficié de formations incluant cette dimension seront porteuses d'un avantage concurrentiel appréciable.

Objectifs / résultats attendus de l'action

1. Analyser l'opportunité et la faisabilité d'une ou de formations à l'entrepreneuriat en alimentation durable
2. Fixer les contours d'une telle formation
3. Développer les partenariats entre acteurs de formation pour les mises en œuvre d'un projet pilote.

Public-cible	Type d'instrument
Entrepreneurs en alimentation durable	Programme de formation

Budget

5000 €

Principales activités et échéances

1. Réunions de réflexion sur l'opportunité et la faisabilité des formations spécifiques.
2. Rédaction d'un rapport

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	EFPME	Coordination de la FA et rédaction du rapport final
Collaborants pressentis		...

Organismes à impliquer:

- Food Design, rencontre des continents, début des haricots, Greenloop, Faculté d'agronomie ULB (Marjolein Visser)

Fiche action n° 46 > Atelier : Insertion formation enseignement

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	<p>FICHE-ACTION 47</p> <p>Encourager le recours au secteur du travail adapté pour la transformation et la fourniture de produits alimentaires durables en Région bruxelloise</p>	
	<p>ATELIER : Enseignement Formation Insertion</p>	
<p>PILOTES : FEBRAP</p>	<p>Lien fonctionnel avec les FA /</p>	<p>Durée de mise en œuvre : 1 an</p>
	<p>Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/</p>	

Description

Contexte :

Le secteur des entreprises de travail adapté (ETA) bruxelloises propose de l'emploi à 1450 personnes handicapées et 400 encadrants qualifiés.

Depuis quelques années, il est confronté à de grosses difficultés dues notamment à une raréfaction des travaux de manutention. La crise ne fait qu'aggraver une situation préoccupante essentiellement pour le maintien au travail des personnes les plus handicapées. Dans l'histoire des ETA, le nombre de jours de chômage économique – notre indicateur principal puisque le but de nos structures est de mettre à l'emploi des personnes porteuses de handicaps - n'a jamais été aussi élevé que durant ces trois dernières années. Les ETA cherchent donc à s'orienter vers de nouveaux créneaux.

Ces ASBL ont déjà réagi en s'ouvrant à de nouveaux métiers, de nouvelles filières d'activités, en tentant de se spécialiser, d'offrir une réponse plus globale, plus technique à leurs clients. Mais en période de récession économique, rares sont les pistes qui sont protégées de toute concurrence « loyale ».

Certains ateliers se sont adaptés en améliorant leur productivité en sélectionnant les ouvriers les plus performants et/ou en mécanisant certains travaux. Ce sont les ouvriers les plus faibles qui sont les plus pénalisés dans ce type d'actions, alors qu'ils sont au cœur de la raison d'existence des ETA.

Les nouveaux métiers de la transformation, préparation et fourniture de produits alimentaires durables (exemple : Travail et Vie et Ferme Nos Pilifs) semblent porteuses d'emplois pour TOUS les travailleurs handicapés, même les moins autonomes.

Actions envisagées :

Ces activités naissantes ou core business ont besoin de visibilité pour générer un volume d'activité suffisamment important pour assurer l'emploi de plusieurs équipes de travailleurs.

Les actions envisagées visent à créer ou à utiliser de multiples outils d'information dans une stratégie de communication cohérente vis-à-vis des professionnels de l'Horeca et de la production d'aliments durables.

Exemples d'activités en lien avec l'alimentation durable, à destination du public ciblé (Horeca et producteur) et nécessitant une visibilité :

- Marché matinal bio pour les professionnels de l'Horeca (Ferme Nos Pilifs)

- Main-d'œuvre ponctuelle ou structurelle et mise à disposition de l'infrastructure (cuisine) pour les traiteurs et restaurateurs (Travail et Vie)

- Création et entretien de potagers urbains (4 ETA sont actives en jardinage)

Outils :

- Réalisation d'une newsletter thématique « alimentation durable et ETA ». La Febrap dispose d'un listing qualitatif de près de 1000 décideurs économiques bruxellois (représentants d'entreprises sensibilisées RSE, décisionnaires pour la rédaction de marchés publics en RBC et particuliers sensibilisés sur la thématique de l'emploi et du handicap). Deux à trois fois par an, elle leur adresse une newsletter promotionnant les activités des ETA bruxelloises. Cette base de données de contacts pourrait être alimentée par des adresses mail du public ciblé (professionnels de l'Horeca et de la production d'aliments durables).

- Réalisation d'une web-vidéo (NL/FR) sur l'offre des ETA en alimentation durable (à diffuser via la newsletter et à référencer sur dailymotion, youtube, onsadapte.be, réseaux sociaux – page Facebook de la Febrap et Twitter - et sur les sites web des ETA concernées).

- Adaptation des sites web (NL/FR) de la fédération :

- pour actualiser et intégrer les nouvelles activités en alimentation durable des membres de la FEBRAP dans le moteur de recherche du site ;
- pour y intégrer la web-vidéo (ce type de contenu « lourd » influence favorablement le ranking naturel du site sur les moteurs de recherche les plus utilisés).

- Adaptation des sites web (NL/FR) des ETA concernées pour y intégrer la web-vidéo et les autres supports de promotion des activités en lien avec l'alimentation durable :

- site www.travie.be,
- site www.fermenospilifs.be,
- sites des 4 ETA actives en jardinage (potagers).

- Référencement sur les moteurs de recherche via l'achat d'Adwords Google (NL/FR).

- Réalisation de supports graphiques (NL/FR) pour alimenter des supports promotionnels (sites, présentations, supports pour salons et foires) sur les potentialités des ETA bruxelloises.

- Présence lors d'événements sur la thématique « alimentation durable » et réalisation de supports promotionnels (NL/FR) à cette destination.

- Organisation d'un event (NL/FR) « alimentation durable » insolite pour mettre en évidence la filière producteur =>ETA (transformateur) =>consommateur.

- Autres actions de diffusion dans les réseaux professionnels selon les opportunités (à définir lors de la finalisation de la stratégie de communication).

Lien avec le développement économique

Cette fiche-action vise à faire connaître l'offre des services et fournitures des ETA bruxelloises en lien avec l'alimentation durable en vue d'augmenter le volume d'activité et, dès lors, de maintenir à l'emploi les travailleurs handicapés les plus faibles.

Objectifs / résultats attendus de l'action

1/ Maintien à l'emploi pour les manutentionnaires des ETA actifs dans les secteurs d'activité en déclin structurels : l'espoir est de faire basculer 20 travailleurs handicapés vers ces filières.

2/ Engagement de demandeurs d'emploi. L'augmentation du volume d'activité et sa spécialisation nécessiteront l'engagement de travailleurs handicapés ou d'encadrants aux compétences spécifiques.

Public-cible	Type d'instrument
<ul style="list-style-type: none"> - Restaurants (classique et sociaux) - Restauration de collectivités - Acteur de l'alimentation durable voulant offrir des produits transformés locaux - Traiteurs - Producteurs 	

Budget

Alimentation de la DB newsletter + réalisation newsletter :	1.500 €
Web-vidéo :	2.000 €
Adaptation des sites web :	1.000 €
Campagne Adwords :	8.000 €
Création + supports graphiques :	4.000 €
Event insolite :	9.500 €

Total : 26.000 euros

Principales activités et échéances

Aval de la fiche action par le gouvernement

- + 1 mois = finalisation de la stratégie de communication (volet opérationnel)
- + 3 mois = finalisation de la charte et des éléments graphiques pour l'élaboration des supports promotionnels
- + 5 mois = réalisation de la web-vidéo + déclinaison des supports promotionnels sur tous les médias de communication évoqués (sites web, newsletter, media sociaux...)
- + 6 mois = event « alimentation durable » insolite

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Febrap	Coordination et réalisation des supports de communication et de l'événement
Collaborants	Travail et Vie Ferme Nos Piliers La Serre-Outil L'APAM Les Jeunes Jardiniers	Input pour la réalisation et la mise en œuvre des supports de communication et de l'événement.

+ autres ETA désireuses de développer une activité en alimentation durable
--

Organismes à impliquer:

Selon l'intérêt de la FEBIO et/ou d'autres organismes d'insertion socioprofessionnelle qui proposent des activités en lien avec l'alimentation durable, cette fiche pourrait être étendue à toute l'ES et pas seulement aux ETA (moyennant une adaptation du budget et des actions de communication à mener).

Fiche action n° 47 > Atelier : Enseignement Formation Insertion

 <p>TRANSITION VERS L'ALIMENTATION DURABLE</p>	FICHE-ACTION 48 Etudier et communiquer sur les façons de limiter le surcoût de la transition vers l'alimentation durable en restauration collective et HORECA	
	ATELIER : Enseignement formation insertion	
PILOTES : BRUXELLES ENVIRONNEMENT	Lien fonctionnel avec les F-A n°/	Durée de mise en œuvre : 2013-2015
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°/	

Description

Un des obstacles à la transition des secteurs traditionnels de la restauration collective et des établissements Horeca est le manque de business models démontrant la rentabilité du modèle alimentaire durable. L'action vise dès lors à réaliser une étude de la rentabilité du modèle alimentaire durable.

Karikol a déjà réalisé une étude sur les obstacles à lever et les leviers à utiliser pour assurer une transition vers l'alimentation durable dans le secteur de l'Horeca.

En ce moment, Bruxelles Environnement mène une étude sur les coûts de la transition vers l'alimentation durable dans les cuisines de collectivités. Cette étude sera bientôt disponible. Bruxelles Environnement communiquera les résultats par différents canaux, à savoir le site web, la newsletter des cuisines de collectivités, des formations, etc. L'objectif est également d'organiser un atelier afin de présenter ces résultats et d'élaborer des solutions aux problèmes auxquels font face les cuisines de collectivités.

Dans un deuxième temps, après la réalisation d'une étude bibliographique et l'analyse de l'étude de Karikol, une étude de rentabilité sera lancée pour les autres acteurs du secteur Horeca. Parallèlement, il est envisagé de rassembler des exemples inspirants de restaurants qui ont entrepris une démarche vers une alimentation durable. Les résultats de cette étude et les exemples inspirants seront présentés au secteur et seront diffusés par les canaux de communication de Bruxelles Environnement, ainsi que par les canaux de l'ABE, BECI, la fédération horeca, l'UCM, l'UNIZO, etc.

Lien avec le développement économique

En démontrant la rentabilité du modèle alimentaire durable, les cuisines de collectivités et les établissements Horeca seront encouragés à amorcer la transition vers le modèle alimentaire durable. Cela donnera lieu à des débouchés pour les producteurs et les transformateurs locaux de produits alimentaires durables.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Objectif : Identifier les obstacles et les leviers qui sont (dé)favorables à la rentabilité dans le secteur de l'Horeca, notamment dans sa transition vers une alimentation durable. Informer le secteur des obstacles et des leviers afin de le convaincre d'adopter le modèle alimentaire durable et de l'appuyer par des outils de soutien.

Résultats attendus :

Un aperçu des obstacles et des leviers à la rentabilité dans le secteur de l'Horeca,

- notamment dans la transition vers une alimentation durable ;
- Diffusion des informations recueillies ;
- Encourager le secteur de l'horeca de passer à une alimentation durable.

Public-cible	Type d'instrument
Cuisines de collectivités Établissements Horeca	Marché public pour lancer une étude de rentabilité.

Budget

Publier les résultats de l'étude sur les cuisines de collectivités et organiser un atelier : fait partie du programme de travail de Bruxelles Environnement
Étude sur le secteur de l'horeca via un marché public : 30.000€

Principales activités et échéances

Cuisines de collectivités

Septembre 2013 : Diffusion des résultats de l'étude

Janvier 2014 : Atelier et présentation des résultats

Secteur de l'horeca (hormis les cuisines de collectivités)

Septembre 2014 : Réalisation d'une étude de littérature et analyse des éléments à étudier

Octobre 2014 : Création d'un cahier des charges pour l'étude de rentabilité

Novembre 2014 : Demander l'accord du cabinet

Décembre 2014 : Lancement du cahier des charges

Février 2015 : Démarrage de l'étude

Mai 2015 : Résultats de l'étude

Juin 2015 : Diffusion des résultats de l'étude

Septembre 2015 : Organisation d'un atelier et présentation des résultats

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Bruxelles Environnement	Diffusion des résultats de l'étude sur les cuisines de collectivités et organisation d'un atelier. Lancement de l'étude du secteur de l'horeca et diffusion
Co-pilotage	Karikol	Réflexion et diffusion des résultats pour l'HORECA
Collaborants	Bioforum	Appui par rapport aux chiffres, calculateur côté cantines
	Philippe Renard	Appui animation formations théoriques et pratiques avec du concret

Organismes à impliquer:

Pour la communication des résultats de l'étude sur le secteur de l'horeca :

ABE, BECI, fédération de l'horeca, UCM, UNIZO

	FICHE-ACTION 49 Séances d'information et formation de base et d'orientation aux métiers en alimentation durable	
	ATELIER : ENSEIGNEMENT FORMATION INSERTION	
PILOTES : RENCONTRE DES CONTINENTS	Lien fonctionnel avec les F-A n°23, 45 et 51	Durée de mise en œuvre : 2 à 6 mois
	Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°...	

Description

Préalable : Tableau stratégique de répartition des fiches sur base de la fiche 45

Cette fiche-action est en lien avec les fiches-actions 23, 45 et 51.

Tronc commun (FA 49)		
- Rencontre des Continents - Groupe One / Village Partenaire - Missions locales (Ixelles, St Gilles, Etterbeek)	Séance d'informations "les métiers de l'Alimentation Durable" + Formation de base aux métiers de l'Alimentation Durable	
Accompagnement spécifique		
Groupe One / Village Partenaire (FA 23)	Mission Locale Ixelles & Etterbeek (FA 45)	Rencontre des Continents (FA 51)
Accompagnement de porteurs de projets en économie sociale et alimentation durable. (Durée propre à chaque programme de formation)	Formation amplifiée en AU et complétée par une dimension "animation" pour des profils "insertion socio-professionnelle". (Durée propre à chaque programme de formation)	Formation de futurs éducateurs/formateurs/animateurs en alimentation durable. (Durée propre à chaque programme de formation)
		

Interventions possibles de chaque structure dans la FA des autres pour un module spécifique en particulier

Coordination commune intermédiaire et de suivi (FA 49)		
- Rencontre des Continents	> Bilan professionnel après 6 mois	
- Groupe One / Village Partenaire	> Orientation professionnelle	
- Missions locales (Ixelles, St Gilles, Etterbeek)	> Partage de ressources	
	> Mise en réseau	
Groupe One / Village Partenaire (FA 23)	Mission Locale Ixelles & Etterbeek (FA 45)	Rencontre des Continents (FA 51)
Mise en place du projet d'économie sociale par le porteur de projet	Mise à l'emploi dans un projet développé par un porteur de projet ou dans un projet associatif	Mise à l'emploi ou lancement d'un projet associatif

Principales activités et échéances :

Étapes

Phase 1 : Novembre-Janvier 2014 : Co-construction d'un module de "séances d'informations", Co-construction d'un programme et plan général de formation de base, Mise en place des contenus : Écriture / Validation par les partenaires, Réalisation d'un « kit » de formation (supports de formation) aux métiers de l'AD, Mise en place des aspects logistiques de la formation et de la séance informations

Phase 2 : Janvier – Février 2014 : Élaboration de la promotion, Promotion et recrutement des participants, Réalisation de la séance d'informations

Phase 3 : Mi-Fin Février : Réalisation de la formation de base (période à définir), Orientation des participants vers la filière de formation la plus adaptée : Porteurs de projets d'économie sociale en AD, Parcours de formation individuel en insertion socio-professionnelle dans le secteur de l'AD, Futurs éducateurs/formateurs/animateurs dans le secteur non-marchand et associatif en AD, Constitution d'un groupe de participants

Phase 4 : Mars-Décembre : Accompagnement et formation différenciée (dans la méthode, les thématiques et dans le temps) en fonction des filières de formation (autres fiches-action 7, 23, 52). Coordination commune intermédiaire et de suivi des groupes de participants (fréquence de coordination à définir) : Bilan professionnel, Orientation professionnelle, Partage de ressources, Mise en réseau

Phase 5 : Évaluation du projet et réplication de la formation 1 à 2 fois sur le reste de l'année.

Phase 6 : À partir de 2015 : pérennisation de l'offre via son inscription aux structures de formation bruxelloises.

Contenus de base envisagés

Permettre aux personnes qui suivent la formation de découvrir différentes facettes de l'alimentation durable en alliant pratique, théorie et visites. Découvrir les métiers actuels et potentiels en lien avec le secteur. Il s'agit d'aborder tous les sujets de manière introductive. Ils seront approfondis dans la phase de formation et d'accompagnement différenciée qui ne fait pas l'objet de cette fiche action.

L'ensemble des sujets abordés relève à chaque fois du domaine spécifique soit : d'un des collaborateurs, de plusieurs des collaborateurs, ou de partenaires extérieurs.

Les sujets s'affineront au moment de l'écriture collective du programme de formation du projet. Ainsi seront abordés dans la séance informative et dans la formation de base :

Au niveau pratique : Gestion et logistique des circuits courts (nouvelles filières), Apprentissage de techniques et savoir-faire culinaires en lien avec l'AD, apprentissage de l'agriculture urbaine.

Au niveau théorique : Enjeux globaux liés à l'AD (Souveraineté Alimentaire, Économie,

Santé, Environnement, Social, Agroécologie, Monde agricole actuel), Enjeux de la Région de Bruxelles-Capitale lié à l'AD (Profil de la consommation et des habitudes alimentaires des bruxellois, Profil économique de la RBC en matière d'AD (production, transformation, intermédiaires, restauration...), Accès à la terre, Difficultés et réalités logistiques d'approvisionnement, Dynamiques associatives et sociales dans l'AD, Liens avec les régions wallonne et néerlandophone), Définition de l'entrepreneuriat et de l'économie durable, Gestion économique des circuits courts, nouvelles filières, Gestion propre au type de commerces (épicerie, HORECA, cantines...).

Lien avec le développement économique

Investir dans l'économie locale, passer d'une économie de niches à une économie régionale, création de nouveaux métiers et initiatives économiques innovantes (Indépendant ou petites entreprises d'économie sociale, Restauration sociale durable, Agriculture urbaine à visée professionnelle, Commerces de proximité en AD, Artisanat en AD (transformation, mécanisation légère, etc.)), valoriser les savoir-faire peu valorisés (artisanat, savoir culinaire, agriculture), utiliser l'apparition des nouvelles filières, développer l'insertion socio-professionnelle, multiplier les dynamiques en lien avec l'AD dans le secteur non-marchand et associatif : potagers collectifs d'approvisionnement et agriculture urbaine, épicerie sociales, cantines collectives populaires, modules de sensibilisation divers à l'AD, etc., redévelopper le circuit économique local belge en soutenant et développant indirectement des emplois dans le secteur agricole en lien avec les deux autres régions. Favoriser et valoriser la production de produits alimentaires d'origine belge en termes d'alimentation durable (local, frais, saisonnier, peu transformé, paysan, éthique, sobre).

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Organiser en partenariat avec différents acteurs aux métiers différents 1 ou plusieurs séances d'information pour un public qui désire travailler ou s'orienter davantage dans le secteur de l'alimentation durable.
- Donner envie aux gens de s'investir professionnellement dans l'AD.
- Former via un cycle de formation de base sur l'alimentation durable, aux métiers possibles en lien avec cette thématique au niveau de la Région bruxelloise.
- Orienter au mieux les participants de la formation vers la filière d'accompagnement qui est le plus en phase avec ses besoins et envies professionnelles.
- Créer un organe de coordination et de concertation transversal aux 3 processus d'accompagnement en lien avec la présente fiche-action.
- Identifier et lancer en fonction des publics-cibles, des projets d'AD qui soient porteurs de sens pour eux et poursuivent une finalité locale socio-économique et/ou associative/non-marchande.
- Contribuer à une meilleure souveraineté alimentaire belge et bruxelloise en solidarité avec le reste de la planète.

Public-cible	Type d'instrument
Demandeurs d'emplois, Public des Missions Locales - Insertion socio-professionnelle, Indépendants ou nouveaux entrepreneurs et porteurs de projets, Personnes en réorientation professionnelle, Éducateurs/formateurs/animateurs, Travailleurs d'épicerie sociales / restaurants sociaux	Séance informative Module de formation

Budget

A prévoir pour 2014 :

> ½ ETP Rencontre des Continents (coordination, conception, prestations inclus) : 24.000 €

Poste pour les collaborateurs

> Conception du package séance info + formation : 10 jours de travail / collaborant : 15.000 €

> Prestations par collaborant et par formation (2.500 €/formation) : 10.000 €

> Communication : 2.000 €

> Logistique : location salles, impression, catering : 3000 €
 > Interventions extérieures : 1000 €
 Total : 55.000 €

Principales activités et échéances

/

Partenariat

Engagements des acteurs :

<i>Rôle</i>	<i>Acteur</i>	<i>Engagement</i>
Pilotage	Rencontre des Continents	Coordination de la formation
Collaborants	> Mission Locale de Ixelles > Mission Locale de Etterbeek > Mission Locale de Saint Gilles	Accompagnement et orientation professionnelle post-formation
	> Group One > Village Partenaire	Conseil éventuel et intervention pour les modules liées à la gestion économique.

Remarque importante ! :

La construction et la préparation de la formation (phase 1) en termes de contenus et d'outils qui seront proposés en fonction des publics visés, se fera en collaboration étroite avec les porteurs des fiches 41 et 44. Ces collaborations n'auront pas d'incidence au niveau budgétaire. Elles sont comprises dans le projet soumis ci-dessous.

Organismes à impliquer:

En tant que partenaires :

- Début des Haricots,
- Maison verte et bleue,
- La FCSS,
- Bruxelles Formation,
- Alimentation 21,
- Le réseau des GASAP.

	FICHE-ACTION 50 : FORMER LES ACTEURS DES ASSOCIATIONS DE RÉCOLTE DES DONNÉES ALIMENTAIRES (EN ALIMENTATION DURABLE) EN VUE DE FACILITER LA RÉCOLTE DES DONNÉES	
	ATELIER : Enseignement Formation Insertion	
PILOTES : FDSS	Lien fonctionnel avec les F-A n°17	Durée de mise en œuvre : 1 an (prolongation envisageable)
	Lien Fin/Début/// Début/Fin avec F-A n°...	

Description

En 2012, un projet pilote a été réalisé par le restaurant social Groot Eiland, l'asbl SESO (distribution de colis alimentaires) et Delhaize pour tester la mise en place d'un système de récupération de denrées alimentaires fraîches, invendues des supermarchés, au bénéfice de l'aide alimentaire. Ce projet a été réalisé avec l'appui de Bruxelles Environnement et a abouti à la publication d'une brochure « **Récupération de denrées alimentaires fraîches en collaboration avec des supermarchés : Méthode par étapes pour les restaurants sociaux** » (voir www.fdess.be)

Objectif :

Dans la suite de ce projet pilote, la fiche action a pour objectif de promouvoir et faciliter la mise en place de collaborations entre les supermarchés et les organisations d'aide alimentaire au niveau local dans le but:

- **d'augmenter l'approvisionnement en denrées alimentaires fraîches** et de bonne qualité nutritionnelle afin d'améliorer la qualité de l'aide alimentaire ;
- **d'agir contre le gaspillage alimentaire sur le plan local.**

Public cible : les restaurants sociaux en priorité. Les autres organisations d'aide alimentaire pourraient en profiter dans un second temps. Cette seconde possibilité doit faire l'objet d'une décision de l'AFSCA.

Actions :

- Organisation de **sessions d'information/formation** (ex: réglementation AFSCA, techniques de conservation, etc..) en vue d'outiller les travailleurs (et les bénévoles) pour la mise en place de projets de récupération et/ou transformation des invendus.
- Installation d'un **helpdesk** pour accompagner les restaurants sociaux (et les structures d'aide alimentaire) pour la mise en place de ce type de projets: recherche des partenaires, réponse aux questions pratiques, visite de projets pilotes, accompagnement sur place etc.

- Liens fonctionnels avec la fiche-action 17

L'action décrite ici est très spécifique tant en termes de produits que de portée géographique et de public cible :

- o Elle porte sur la récupération des **produits frais**, qui nécessitent un traitement particulier en raison de leur caractère hautement périssables.
- o Elle porte sur des collaborations au **niveau local**.
- o Elle concerne prioritairement les **restaurants sociaux**.

Par ailleurs l'action décrite ici porte sur la **formation et l'information** pour faciliter les

collaborations

Le cas échéant, l'action 50 pourra s'appuyer sur les réponses logistiques mises en œuvre pour soutenir l'approvisionnement de l'aide alimentaire qui auront été réalisées dans le cadre de la fiche-action 17.

Bénéfices :

- Economique : réintégration plus rapide du personnel en réinsertion sociale dans l'économie classique de par leur formation améliorée ;
- Sociaux et santé : amélioration de la qualité de l'aide alimentaire (denrées alimentaires fraîches et de bonne qualité nutritionnelle) ;
- Environnementaux : prévention du gaspillage alimentaire.

Historique et acteurs potentiels pour cette action:

Le RABAD a mis sur pied un groupe de travail gaspillage alimentaire dont fait partie entre autre le FDSS. Un projet pilote avait ainsi vu le jour de récupération des invendus dans une grande surface par Groot Eiland pour transformation et service au sein de leur restaurant social. Les résultats de ce projet ont montré des avantages économiques en termes de réinsertion professionnelle accrue du personnel du restaurant social, le besoin se fait sentir de mieux former le secteur du don alimentaire. Pour aider le secteur à se professionnaliser, le RABAD ou le FDSS pourraient donc dans le cadre de cette action bénéficier d'un subside spécifique.

La présentation de la brochure qui a été réalisée dans le cadre du projet a attiré l'attention de 40 organisations qui se sont montrées très intéressées de mettre en œuvre leur propre projet similaire.

Le projet pilote avec Atelier Groot Eiland a montré les avantages économiques suivants (à cause d'une clause de confidentialité avec Delhaize, les chiffres exactes ne peuvent pas être publiés):

- L'analyse coûts-bénéfices a montré que le projet était financièrement très avantageux pour Atelier Groot Eiland. Le projet a réalisé une réduction de coûts pour les légumes frais de 25% et 10-15% des frais totaux.
- Agrandissement du restaurant du à une augmentation du nombre de visiteurs
- Plus d'opportunités de formations (nouvelles techniques de conservation, ...) pour le personnel de la cuisine. Ce qui fait augmenter les possibilités de les réintégrer dans le marché du travail classique.

Lien avec le développement économique

- Renforcement et stimulation du tissu économique et social local par :
 - Meilleure formation du personnel de cuisine en réinsertion socio-professionnelle dans les restaurants sociaux grâce à l'opportunité de préparer une offre élargie de produits (gibier, homard...);
 - Amélioration générale de la formation des travailleurs (et bénévoles) du secteur de l'aide alimentaire : techniques de conservation, valorisation et transformation des produits, etc..Ceci permet une réintégration plus rapide dans l'économie classique où il y a une demande de personnel HORECA qualifié.
- Création d'emploi pour le/les formateur(s)
- Réduction des frais pour les restaurants sociaux. Ce qui leur permet d'investir dans d'autres projets.
- Augmentation des rentrées par la vente de produits récupérés et transformés (soupe, jus...) via un circuit de distribution locale (lien avec fiche 5)

Objectifs / résultats attendus de l'action

- Intégration de 20 restaurants sociaux (et organisations sociales) bruxellois dans la démarche.
- Création d'emploi et amélioration des chances d'embauche pour le personnel en réinsertion professionnelle formée (150 personnes au sein des 20 organisations).
- Sensibilisation des structures d'aide alimentaire membres de la Concertation Aide

Alimentaire bruxelloise par rapport à cette démarche.

Public-cible	Type d'instrument
Restaurant sociaux Autres structures d'aide alimentaire (distribution de colis et épiceries sociales) qui bénéficient du projet en deuxième ligne si les procédures imposées par l'AFSCA le permettent) Secteur de la distribution	Session d'information Accompagnement de projets

Budget

Budget en subside : 6.000€ pour les **formations** et 9.000€ pour le **helpdesk** (par an).
 Total = 15.000€

Cette action est complémentaire à l'action 17 qui est plus large.

Principales activités et échéances

Le projet sera mis en œuvre sur 1 an (avec prolongation si nécessaire) :

- Présentation du projet à la plénière de la Concertation Aide Alimentaire (premier semestre)
- 2x3 sessions d'information d'une demi-journée pour la formation des restaurants sociaux (max. 20 personnes par formation):
 - ⤴ Organisation pratique du projet
 - ⤴ Sécurité alimentaire
 - ⤴ technique de cuisines et valorisation des produits
- Helpdesk - pendant toute la période après la première session d'information: mise à disposition du coordinateur pour accompagner les structures d'aide alimentaire pour la mise en place de projets de récupération des denrées alimentaires au niveau local.
- Evaluation du projet et perspectives avec les partenaires

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	FDSS	Organiser les formations et faire le helpdesk Promouvoir le projet auprès de leurs membres
Collaborants	Bruxelles Environnement	suivi du subside et promouvoir le projet
	Maizenne	Promouvoir le projet au sein de leurs membres

Organismes à impliquer:

_ FDSS et Maizenne

Fiche action n° 50 > Atelier : Enseignement - Formation - Insertion

			<p>FICHE-ACTION 51</p> <p>Formation d'éducateur-formateur-animateur en éducation à l'alimentation durable.</p>	
			ATELIER : Enseignement formation insertion	
PILOTES : RENCONTRE DES CONTINENTS			Lien fonctionnel avec les F-A n°23, 45, 49	
			Durée de mise en œuvre : 6 mois à 1 an	
			Lien Fin/Début// Début/Fin avec F-A n°...	

Description

Préalable : Cette fiche-action est une des 3 subdivisions de la fiche-action 49. Elle est censée intervenir à la suite des premières étapes de la fiche 49.

Tronc commun (FA 49)		
<ul style="list-style-type: none"> - Rencontre des Continents - Groupe One / Village Partenaire - Missions locales (Ixelles, St Gilles, Etterbeek) 	<p>Séance d'informations "les métiers de l'Alimentation Durable" + Formation de base aux métiers de l'Alimentation Durable</p>	
Accompagnement spécifique		
Groupe One / Village Partenaire (FA 23)	Mission Locale Ixelles & Etterbeek (FA 45)	Rencontre des Continents (FA 51)
Accompagnement de porteurs de projets en économie sociale et alimentation durable.	Formation amplifiée en AU et complétée par une dimension "animation" pour des profils "insertion socio-professionnelle".	Formation de futurs éducateurs/formateurs/animateurs en alimentation durable.
(Durée propre à chaque programme de formation)	(Durée propre à chaque programme de formation)	(Durée propre à chaque programme de formation)
↓	↓	↓

Interventions possibles de chaque structure dans la FA des autres pour un module spécifique en

particulier

Coordination commune intermédiaire et de suivi (FA 49)		
- Rencontre des Continents	> Bilan professionnel après 6 mois	
- Groupe One / Village Partenaire	> Orientation professionnelle	
- Missions locales (Ixelles, St Gilles, Etterbeek)	> Partage de ressources	
	> Mise en réseau	
Groupe One / Village Partenaire (FA 23)	Mission Locale Ixelles & Etterbeek (FA 45)	Rencontre des Continents (FA 51)
Mise en place du projet d'économie sociale par le porteur de projet	Mise à l'emploi dans un projet développé par un porteur de projet ou dans un projet associatif	Mise à l'emploi ou lancement d'un projet associatif

Bref descriptif :

L'action proposée est la mise en place d'une formation à visée certifiante et qualifiante destinée à former des futurs acteurs éducatifs (éducateurs, formateurs, animateurs), spécialisés en AD. Le fait de former des futures "personnes relais" est un moyen d'amplifier les dynamiques liées à l'AD en Région Bruxelloise.

Type de contenus enseignés

Le contenu de cette formation serait essentiellement axé sur les méthodologies pédagogiques utilisées pour aborder l'alimentation durable, permettant de doter les participants de réelles compétences en matière d'animation, d'éducation et de formation. Plus que simplement mettre en réseaux et aborder les enjeux liés à l'alimentation, nous souhaiterions donner des outils aux participants pour animer et accompagner des groupes (adultes, jeunes, alpha, multiculturel, etc.) avec différentes techniques adaptées aux publics, aux contextes et aux thématiques.

Public-cible

Former des futurs professionnels de l'éducation à pouvoir mettre en place des dispositifs pédagogiques et d'accompagnement de groupes pour par exemple animer un atelier sur le droit à l'alimentation, un atelier cuisine, le lancement d'un projet collectif en lien avec les institutions locales, la commune etc. en alimentation durable. C'est donc aussi permettre à ces "EFA" d'être formé pour mettre en place des dispositifs pédagogiques et d'apprentissage liés à différents contextes et processus de mise en projets concrets.

Lien avec le développement économique

Développer une approche globale, complète et systémique et donner des outils diversifiés d'animation et d'information à ces personnes au profil "EFA" est nécessaire pour qu'ils mènent à bien leur mission d'éducation et de formation dans leurs structures spécifiques. Cette formation étant reconnue dans le secteur pourrait amener les animateurs à trouver plus facilement un emploi dans le champ de l'animation socio-culturelle en lien avec la thématique alimentaire, voire à créer de nouvelles dynamiques et processus au sein des leurs organisations en lien avec l'AD.

Objectifs / résultats attendus de l'action

Objectif général :

- Former chaque année 1 ou 2 groupes de 20 éducateurs/animateurs/formateurs via une formation d'une période de 4 à 6 mois, reconnue dans le secteur de l'AD, avec orientation socio-éducative.
- Certifier à terme, à l'issue d'une période de test le parcours de formation.
- Favoriser le développement de projets d'AD en RBC au travers du renforcement et/ou de la création de dynamiques et processus en faveur du développement de l'AD dans

- le secteur associatif et non-marchand.
- Permettre à des personnes de trouver un emploi dans le secteur associatif et non-marchand dans le domaine de l'alimentation durable.

Public-cible	Type d'instrument
Des futur(e)s formateurs(trice)s, animateur/tric(e)s, éducateur(trice)s, chargé(e)s de projets	<ul style="list-style-type: none"> - Modules de formation - Stages (immersion professionnelle) - Guide éducatif en AD

Budget

- > Un ETP Rencontre des Continents (coordination, conception, prestations inclus) : 48.000 €
- > Logistique : location salles, impression, catering, visites : 5000 €
- > Interventions extérieures : 5000 €

Total : 58.000 €

Principales activités et échéances

Contact avec des partenaires pour co-construire un parcours de formation et pour l'organisation des lieux de stage : via la communauté française, les réseaux de l'AD à Bruxelles, etc.

Planning plus concret : Janvier 2014 à septembre 2014 :

- Décembre 2013 - Janvier 2014 : création de la formation pédagogique et rencontres avec les partenaires. Réalisation du programme de formation et des supports qui s'y rapportent.
- Février 2014 : Phase d'inscription et de recrutement des participants sur base de dossiers de candidatures et de rdv personnalisés.
- Mars - Avril 2014 : Période de formation (durée à préciser)
- Mai/ Juin :
 - > Période de stage (4 à 6 semaines) et suivi des stagiaires en alternance.
 - > Création du contenu de la phase de perfectionnement.
- Période à définir : Formation : Semaines de perfectionnement (1 à 2 semaines).
- Période à définir : (1 mois)
 - > Suivi des stagiaires et orientation.
 - > validation de leur formation et certification.
 - > mise à l'emploi dans le secteur associatif et non-marchand

Partenariat

Engagements des acteurs :

Rôle	Acteur	Engagement
Pilotage	Rencontre des Continents	<ul style="list-style-type: none"> > Coordination de la formation > Mise en oeuvre du contenu pédagogique de la formation. > Suivi des participants.
Collaborants	<ul style="list-style-type: none"> > Mission Locale Ixelles > Mission Locale Etterbeek > Mission Locale St Gilles 	> Accompagnement et orientation professionnelle post-formation
	<ul style="list-style-type: none"> > Group One > Village Partenaire 	> Conseil éventuel et intervention pour les modules liés à la gestion économique
	> Bruxelles Formation	> Favoriser le passage d'une formation pilote à une formation certifiante et qualifiante

		> Orientation éventuelle de la formation
	> Maison Verte et Bleue	> Co-élaboration éventuelle de certains modules

Remarque importante ! :

La construction et la préparation de la formation (phase 1) en termes de contenus et d'outils qui seront proposés en fonction des publics visés, se fera en collaboration étroite avec le CIRIHA, porteur de la fiche-action 44. Cette collaboration n'aura pas d'incidence au niveau budgétaire. Elle sera comprise dans le projet soumis ci-dessous.

Organismes à impliquer:

- SAW-B intéressé pour des interventions ponctuelles
- FCSS intéressé pour des interventions ponctuelles
- Le SIEP et le CFA asbl

Fiche action n° 51 > Atelier : Enseignement Formation Insertion

Stratégie « Vers un système alimentaire plus durable » (demande – offre - agriculture urbaine)

Catalogue des mesures

Introduction

Les mesures du catalogue sont issues des ateliers participatifs concernant le système alimentaire durable qui se sont déroulées en 2013 et 2014 dans le cadre d'URBACT et de l'alliance.

Ce catalogue reprend de manière aussi exhaustive que possible l'ensemble des mesures émanant de ces ateliers, compilées dans une structure adaptée.

La structure sépare les mesures liées à la demande, à l'offre et l'agriculture urbaine, même s'il existe des liens évidents entre ces parties.

L'objectif de ce catalogue est de donner à chacun une image globale du champ des actions envisagées.

A ce stade, les mesures ne sont pas accompagnées d'informations sur leur méthodologie de mise en œuvre. Elles ne sont pas non plus dans ce document priorisées.

Ces points feront l'objet des ateliers participatifs

OS.1.Favoriser la demande en Alimentation durable

L'objectif stratégique n°1 qui vise à Favoriser la demande en Alimentation durable, en ce compris assurer un accès facile et pour tous, se concentrera sur les modes de consommation des consommateurs (consommation moins impactante – moins de gaspi), de tous les consommateurs : acteurs privés ou publics, dès le plus jeune âge, individuel ou collectif, entreprise, collectivité, école, précarisé ou nanti, de toutes cultures, ...

Le côté « demande » est bien entendu lié à la disponibilité de l'offre adéquate : les mesures relatives à cet aspect seront proposées dans la partie « offre ».

1.1 Mettre en capacité les ménages à favoriser la demande en alimentation durable

1.1.1 Développer la connaissance

- Poursuivre des études de type sondages pour percevoir les freins & leviers aux changements de comportement, ainsi que les évolutions des perceptions, connaissances et comportement.
- Analyser les messages auxquels certains publics sont plus réceptifs (comment toucher les jeunes ? comment s'adresser au public précarisé ?,quels sont les outils de communication les plus efficaces...)
- Synthétiser et suivre les évolutions dans les études scientifiques sur les impacts environnementaux de l'environnement afin d'alimenter les informations aux ménages qui doivent se baser sur des données et preuves scientifiques

1.1.2. Conscientiser et convaincre

- Rendre les consommateurs conscients de l'importance et des conséquences du modèle actuel du système alimentaire ;
- Faire connaître aux consommateurs les principes et les caractéristiques de l'alimentation durable, ainsi que les solutions accessibles dès maintenant et futures – et de leurs conséquences – notamment en matière de santé;
- Spécifiquement casser l'image du prix de l'alimentation de qualité
- Co-construire des stratégies de communication adaptées aux représentations des publics spécifiques, dont les plus démunis, avec un point d'attention sur l'approche par quartier
- Donner envie – organiser des événements de type dégustations collectives(dans les quartiers) / notamment par rapport à l'anti gaspi (cuisine avec légumes moins beau...)
- Montrer l'exemple via l'exemplarité des Pouvoirs publics
- Informer les médecins / diététiciens comme relais
- Promouvoir un contact avec les producteurs
- Agir (comment ?) pour limiter les publicités contre productives

1.1.3. Donner la capacité technique d'agir

- Poursuivre la réalisation de supports d'information pratique (conseils, guides d'achat, calendriers saisons, ...) et leur large diffusion via des canaux spécifiques en fonction des différents publics cibles
- Faire connaître les lieux de vente (produits bruts et transformés) avec offre « durable »/ développer des outils de type cartographique par quartier/commune
- Permettre de reconnaître les produits de qualité (systèmes de reconnaissances « produit de Bruxelles »)
- Informer sur les gestes pour prévenir le gaspillage alimentaire: lire les étiquettes/cuisiner les restes/conserver ...
- Augmenter les compétences, notamment du public précarisé et des jeunes, en matière de cuisine / diététique : cours de cuisine, recettes dans les paniers d'aide alimentaire / épicerie sociales, ... (cuisine facile, saine, bonne, pas chère)
- Développer un réseau de bénévoles / ambassadeurs / maîtres cuisiniers ou tout autre dispositif d'information de proximité qui considère les consommateurs comme acteurs de changement qui sensibilisent leur entourage
- Soutenir les acteurs locaux/ au niveau des quartiers pour construire des processus éducatifs spécifiques à leurs publics autour de l'alimentation durable, en partant de la culture des participants , leurs savoirs, leurs savoir-faire, de leur contexte local, par exemple pour organiser des activités de type cours de cuisine durables
- Poursuivre des formations aux métiers d'éducateurs/formateurs en AD

1.1.4. Lever les freins structurels

Voir aussi offre - accessible à tous (coût, proximité, reconnaissance)

Soutenir le développement de cuisines partagées équipées de quartier (facilité, convivialité)

Soutenir le développement de design favorisant l'AD, notamment en lien avec la prévention du gaspillage (type de meuble de conservation...)

1.1.5. Soutenir le passage à l'acte

- Proposer des projets "défi"/engagement /concours... (genre jeudi veggie)
- Soutenir des projets locaux (selon un modèle à préciser – de type appels à projets collaboratifs ...)
- Soutenir des projets collaboratifs – cuisines partagées, échanges entre particuliers / convivialité / lien social... -
- Permettre un accès pour tous à une alimentation plus durable
 - Récup invendus – épicerie sociales, resto sociaux...
- Donner les outils de type « lobby » aux ménages pour faire évoluer l'offre

1.1.6. Consolider

- Récompenser/ Fidéliser les bons comportements

1.2. Mettre en capacité les clients de la restauration collective ou non de favoriser l'AD

(Éléments spécifiques en plus de la sensibilisation générale des ménages)

1.2.1. Conscientiser et convaincre

- Mener des actions de sensibilisation spécifiques à la demande des clients des restaurants (par ex se passer de tomates, accepter des alternatives)
- Soutenir des activités/découvertes de type « goûter Bruxelles »

1.2.2. Donner la capacité technique d'agir

- Mettre à disposition des répertoire d'Horeca durables
- Permettre aux clients de reconnaître l'offre (système de reconnaissance)
- Inciter les clients à demander un rest-O-pack (ex doggy bag)

1.3. Mettre en capacité le public scolaire de favoriser l'AD

1.3.1. Conscientiser et convaincre

- Former les équipes éducatives (modules dans formation obligatoire continuée des professeurs, journées pédagogiques pour les directions, (in)formation dans le cadre des formations initiales des enseignants)
- Soutenir/développer des campagnes visibles à l'attention des écoles du type Goodplanet Action, Veggieday (Jeudi veggie),
- Partager les expériences via le « réseau bubble »
- Impliquer les parents via déjeuner/repas festifs & durables,

1.3.2. Donner la capacité technique d'agir

Au niveau pédagogique :

- Mettre à disposition des enseignants une offre éducative
 - Attractive
 - Liens avec les sujets qui intéressent les professeurs et les élèves : obésité, éducation au goût, santé, découvrir d'autres cultures, d'autres métiers, cours de science
 - Et qui leur permette
 - D'intégrer l'AD dans leur programme scolaire
 - De faire les liens avec d'autres enjeux sociétaux

Au niveau gestion de la cantine :

- Mettre à disposition une information claire des soutiens existants pour améliorer l'offre alimentaire et sa gestion au sein de l'école (facilitateur école qui donne les premiers conseils et qui oriente vers les soutien spécifique des communes, réseaux, label).
- Mettre à disposition des écoles l'encadrement du label « cantine durable »

1.3.3. Lever les freins structurels

Au niveau pédagogique :

- Poursuivre les collaborations avec les communautés flamande et française pour intégrer l'ERE dans les programmes scolaires
- Lobby pour intégrer l'ERE dans les nouveaux programmes des formations initiales des professeurs
- Faire adopter une politique forte des PO (par réseau) quant l'offre alimentaire durable au sein des écoles

1.3.4. Soutenir le passage à l'acte

- Accompagner les écoles pour mettre en place des solutions AD : projets d'école
- Proposer un soutien pour le développement de potager comme outils pédagogiques
- Soutenir l'organisation de cours de cuisine (par exemple avec les produits du potager) dans les écoles
- Poursuivre le soutien au programme « Fruit et Légumes à l'école » - version durable
- Impliquer les PO et les réseaux pour les mesures à mettre en œuvre à l'échelle de ce pouvoir de décision.

1.3.5. Consolider

- Développer le projet de labellisation « cantine durable » et « éco-school »
- Mener des actions pour intégrer l'AD dans les projets d'établissement

1.4. Mettre en capacité les acheteurs publics de favoriser l'AD

1.4.1. Donner la capacité technique d'agir

- Poursuivre le développement et la diffusion de cahier des charges type
- Poursuivre les formations /help desk / réseau d'échange pour les acheteurs publics de produits & services alimentaires et pour les gestionnaires de cantines publiques
- Faire connaître les producteurs/distributeurs durables
- Faire la promotion de la plateforme LeClicLocal développée par la région wallonne auprès des acheteurs publics bruxellois

1.4.2. Lever les freins structurels

- Voir avec le Fédéral : Seuil des procédures négociées pour favoriser les produits locaux
- Développer des centrales de marchés

1.4.3. Soutenir le passage à l'acte

- Imposer des objectifs chiffrés bruxellois % bio (local) saison, végété ...

1.4.4. Consolider

- Inciter à rentrer dans système de reconnaissance
- Diffuser les « résultats positifs » de marchés publics durables des organismes publics impliqués dans les marchés publics (faire témoigner les acheteurs, rédaction d'info fiches ...)

OS.2. Développer l'Offre en Alimentation durable – susciter la transition de l'offre

L'objectif stratégique n°2 qui vise à Favoriser l'Offre en Alimentation durable , y compris la relocalisation des activités, se concentrera sur l'importation, la chaîne de transformation et de vente de produits et préparations alimentaires, y compris la restauration (distributeur, transformateur, vendeur) et s'assurera que cette offre est accessible à tous. Elle permettra le développement de l'économie locale, et la création de nouveaux métiers et visera également à diminuer l'impact environnemental du secteur agro alimentaire. Elle concerne tant la transition du secteur conventionnel que l'émergence de nouveaux acteurs.

2.1. Augmenter l'offre de produits locaux, de saisons et bio dans le secteur de la distribution

2.1.1. Développer la connaissance

- Poursuivre la capitalisation des données disponibles sur le secteur alimentaire
- Étudier l'impact environnemental des différents modes de distribution
- Benchmarking des systèmes de distributions innovants et peu impactant.
- Étude de marché pour démontrer la perception et l'opinion des consommateurs pour le développement de commerces durables (réaliser d'autres sondages, ...)

2.1.2. Conscientisation – accompagner le changement de perception

- Diffuser et valoriser les bonnes pratiques des commerces qui mettent en évidence les produits locaux/bio/ de saison
- Sensibiliser les commerçants au enjeux environnementaux et leur rôle important dans le changement de comportement des consommateurs
- Diffuser les données que l'évolution de la demande des produits durables à des représentants des professionnels du secteur

2.1.3. Lever les freins structurels au développement / transition d'une offre alimentaire durable

- Favoriser les collaboration entre les acteurs de la grande distribution et producteurs locaux et acteurs de distribution des circuits courts pour optimiser la logistique de la distribution
- Développer des plateformes de distributions plus efficaces, plus nombreux, et plus adaptés aux profils différents des publics cibles :
- Pour les collectivités : projet Log4loc à diffuser/valoriser
- Soutien au développement de solutions logistique peu impactantes (mobilité douce, optimisation des techniques existantes, ...)
- Soutenir la distribution alimentaire sur les marchés face à la croissance des échoppes de produits non alimentaires ou alimentaire non durable:
- Réserver des emplacements pour les producteurs belges, bruxellois ou bio ?
- Augmenter l'offre de produits durables dans les commerces de gros et au marché matinal
- Aide financière au développement de nouvelles structures de ventes (sous forme de loyer, ...)

- Ouvrir la plateforme LeClicLocal aux producteurs et grossistes Bruxellois
- Mettre en lien les producteurs bruxellois et de la périphérie avec les acteurs de la distributions pour favoriser les débouchés des produits locaux

2.1.4 Mettre les structures de ventes en capacité technique d'agir (former / informer)

- Développer des outils (formations / publication) pour :
 - Former les acteurs de la distribution sur les principes de l'alimentation durable (FA 23)
 - Former les acteurs de l'offre sur la reconnaissance des labels
 - Établir un listing des fournisseurs de produits durables destinés aux commerces de détails
 - Donner des conseils sur le marketing (mise en évidence des produits dans le magasins pour qu'ils soient vendus, pour communiquer à leur client leur implication, ...) la gestion commerciale (établir la marge, RH (comment former le personnel , ...)
- Former les structure de ventes/grossistes à répondre à des marchés publics
- Favoriser la TRANSITION des structures de ventes existantes
 - Accompagnement/coaching à la transition des structures de ventes actuelles :
 - Helpdesk
 - Service de coaching sur mesure pour devenir ambassadeurs ensuite (via appel à projet ?)
- Favoriser la CREATION de nouvelles structures
 - accompagnement à la création d'entreprise liée à l'alimentation :
 - Coaching particulier
 - Formation/workshop collectif pour donner les outils
 - Développement d'outils (business model type, check list, ...)

2.1.5. Passage à l'acte/ coup de pousse

- Établir une charte d'engagement (cfr Bristol Good food) avec outil de communication « je m'engage »
- Organisation d'un défi « commerce durable » : mise en place d'actions

2.1.6. Consolider le changement de comportement

- Améliorer la visibilité des acteurs impliqués dans l'alimentation durable :
 - Créer un label pour les commerces d'alimentation durable
 - Faire de la communication autour des commerces impliqués dans l'alimentation durable (cfr catalogue des commerces verts)

2.2. Développer l'offre en alimentation durable dans le secteur de la transformation (transition & création de nouvelles activités)

2.2.1. Développer la connaissance

- Réaliser un benchmarking des business model innovant permettant de favoriser les produits durables dans le secteur de la transformations.
- Alimenter la recherche de technologies permettant d'utiliser intensivement l'espace et l'immeuble d'exploitation (des technologies plus compactes, travailler en hauteur, ...)
- Étude du potentiel de part de marché du développement des produits transformés durables (objectivation de l'augmentation de la demande en plat préparés durables, ..)

2.2.2. Conscientisation (changer les perceptions)

- Informer les entreprises de transformations sur les enjeux/ impacts de l'AD et leurs rôles
- Communiquer davantage sur les entreprises bruxelloises qui réussissent
- Améliorer l'image de l'industrie alimentaire à Bruxelles qui souffre d'une mauvaise réputation
- Revaloriser l'image des métiers techniques
- Conscientiser les acteurs de la transformation sur l'augmentation de la demande des bruxellois en produits transformés plus durables

2.2.3. Lever les freins structurels

- Création de cuisines expérimentales (test de recettes) avec la possibilité de passer à une échelle plus commerciale ensuite (FA27)
- Soutenir (financièrement ?) les emplois d'économie sociale dans les services de transformation
- Créer des espaces intégrés qui ferait en même temps de la production, la transformation et la vente d'aliment durable
- Création de pole de connaissance du type WagrALIM, Flanders' Food
- Formaliser une collaboration avec la Févia et AFSCA ?
- Mettre les acteurs de la transformation en lien avec des détaillants pour utiliser les invendus (+ lien avec des acteurs de la logistiques et détaillant : pour créer des chaines complètes)
- Mettre les acteurs de la transformation en lien avec les producteurs locaux pour augmenter l'offre de produits locaux transformés (+ lien avec des acteurs de la logistiques et détaillant : pour créer des chaines complètes)

2.2.4. Mettre en capacité technique d'agir (informer / former)

- Améliorer la lisibilité des règles AFSCA + diffusion de conseils pour favoriser le durables tout en respectant les règles AFSCA (élaboration d'info fiche spécifiquement sur ce thèmes)
- Favoriser la CREATION de nouveaux acteurs
 - Continuer le cycle de formation pour les entrepreneurs dans les métiers de bouche
 - Accompagnement pour faciliter d'élaboration d'un business model adéquat pour les activités de transformations des produits durables

- Favoriser la TRANSITION des acteurs existants
 - Informer davantage les professionnels du secteur sur les aides (chèques innovation d'Innoviris, ...) auxquelles ils ont droit pour développer des nouvelles technologies de transformation.
 - Informer et former aux principes de l'AD avec des conseils pratiques

2.2.5. Consolider le changement de comportement

- Améliorer la visibilité des acteurs de la transformations impliqués dans l'alimentation durable : Label « transformé à bruxelles »
- Mettre en lien avec des transformateurs « durables » à toutes les cantines qui sont en demande de produits de 4^{ème} et 5^{ème} gamme durable.

2.3. Diminuer le gaspillage alimentaire dans le secteur de la distribution

2.3.1. Développer la connaissance

- Analyse du business case de reconditionnement des légumes invendus en paniers soupes ou jus et smoothies ou pudding par les commerces eux même (sans passer par le secteur de la transformation, en prenant en compte les retombée de l'actions de communication/positionnement commerces durables »)
- Capitaliser les données disponibles sur le cout du gaspillage pour les entreprises et les opportunités d'économie de réduire le gaspillage (réduction du gaspillage en amont et en aval) (en considérant les différents acteurs : grande distribution petits commerces, commerces de gros, ..)
- Capitaliser les différentes solutions de gestion des stocks pour les petites et moyennes surfaces et analyser leur impact sur le gaspillage
- Étudier l'impact du conditionnement et de l'emballage sur le gaspillage alimentaire (grand contenants VS petits contenants) // capitaliser les données existantes « indépendantes » - - -
- Obtenir des chiffres annuels de gaspillage alimentaire dans les commerces (pour objectiver les quantités gaspillées et l'impact environnemental, voir l'évolution et faire prendre conscience les commerces de leur gaspillage)

2.3.2. Conscientiser – convaincre

- Objectivation du gaspillage alimentaire (+ impact environnemental et impact en termes de couts) et diffuser les chiffres
- Sensibilisation du personnel des magasins et les vendeurs sur les marchés

2.3.3. Lever les freins structurels /législatifs

- Créer une plateforme internet pour favoriser les collaborations entre les commerces qui ont des invendus et les associations qui seraient intéressées par ces produits
- Formaliser une collaboration avec l'AFSCA identifier et leviers au gaspillage alimentaire (liées au don alimentaire mais aussi à la gestion des denrées : conservation, réutilisation, ...)

- Formaliser une collaboration avec Comeos pour faciliter la diffusion d'information et valider la pertinence des outils développer : identifier une personne de contact « responsable gaspillage alimentaire »
- (Fédéral) Légiférer pour que la TVA soit déductible pour tous les dons alimentaires et pas uniquement aux banques alimentaires comme c'est le cas actuellement et que les petits commerces puissent également bénéficier de cette déduction (actuellement uniquement pour les grandes surfaces)

2.3.4. Mettre en capacité technique d'agir

- Formation du personnel du secteur de la distribution à la problématique du gaspillage alimentaire
- Valoriser les idées créatives contre le gaspillage des commerces bruxellois (exemple Origin'o qui fait des plats préparés)
- Développer une brochure explicative sur les règles de l'AFSCA en lien avec le dons alimentaires et clarifier ce que l'AFSCA autorise + diffusion de cette brochure
- Améliorer la diffusion de l'information concernant le DDM (date de durée minimale) auprès des commerçants pour qu'ils soient conscients qu'ils ont encore le droit de vendre les produits après.
- Informer les commerces que des standards européens de calibrage des fruits et légumes ne sont plus d'application (car bcp les appliquent encore)

OO Consolider le changement de comportement

- Valoriser les acteurs de la distribution impliqués dans la lutte contre le gaspillage (charte, communication, visuel, award, ...)

2.4. Augmenter l'accessibilité à tous à l'alimentation durable ; coût, proximité, identification de l'offre

2.4.1. Développer la connaissance:

- Benchmarking des politiques financières (dont fiscales sur les produits bio, locaux, ...)

2.4.2. Conscientiser - convaincre

- Sensibiliser les gestionnaires des épiceries sociales à augmenter l'offre de produits durables

2.4.3. Lever les freins structurels

- // coût
 - Soutenir a transition des épiceries sociales, des colis alimentaires vers plus de durabilité
 - Soutenir le développement de restaurants sociaux durables
 - Soutenir des groupes d'achats commun
 - (fédéral) TVA ? taxe sur la malbouffe ?
- // praticabilité
 - proximité
 - Multiplier les points de dépôts de panier, CPAS par ex
 - Assurer une offre fast food durable (food truck durable), notamment aux abords des écoles !

- Facilité
 - Assurer une offre durable transformée
 - Soutenir des structures de cuisines collectives de quartier
- // identification
 - travail avec fédéral sur étiquetage

2.4.4 Mettre en capacité d’agir (informer / former)

- Aider les commerçants à assurer une visibilité en magasins des produits durables
- Visibilité des magasins : Label commerces
- Visibilité des produits dans les magasins : label produits

2.4.5. Passage à l’acte / coup de pousse

- Mettre n place des systèmes de cartes de fidélités « durables »
- Distribuer des bons d’achats « durables »
- Proposer des dégustations
- Diffuser des kits de démarrage

2.5. Augmenter l’offre en alimentation durable (et réduire le gaspi) dans l’Horeca/cantines/

2.5.1. Développer la connaissance

- Évaluer les caractéristiques de la demande en aliments durables dans les collectivités / de l’Horeca.

2.5.2. Conscientiser et convaincre

- Développer et faire connaître des projets démonstratifs – montrer des success stories
- Diffuser les chiffres sur le cout du gaspillage pour une collectivité/horeca et plus généralement sur les avantages / le coût de la transition
- Inciter les acteurs de l’Horeca à proposer des Rest-O-pack / un menu veggi / des repas grosse faim et petite faim

2.5.3. Donner la capacité technique d’agir

- Plus miser sur la communication afin que tous nos outils et aides soient mieux connus de notre public cible
- Développer des outils de communication spécifiques pour des publics pas encore touchés (crèches , hôpitaux, ...)
- Intégrer l’Alimentation durable dans les formations et le recyclage pour cuisiniers
- Diffuser les conseils pratiques pour réduire la gaspillage dans les cantines et HoReCa et trouver et identifier les canaux de communication les plus adaptés

2.5.4 lever les freins structurels

- Mettre en place des centrales de marchés
- Sensibiliser et optimiser le côté offre (logistique) pour les cantines et les entreprises HoReCa (éventuellement commencer par un projet pour les fournisseurs)
- Soutenir le salon Your Choice

2.5.5 Soutenir le passage à l'acte

- Amplifier le projet "cantine et HoReCa durable": formations, helpdesk et aides
- Continuer à soutenir la campagne "Jeudi Veggie"
- Continuer le programme "Achats publics durables"
- Plus miser sur les repas dans les hôpitaux (grand nombre de repas dans la Région bruxelloise, mais public cible difficile) et les écoles, éventuellement en partenariat avec les centres PMS pour l'aspect santé.
- Organiser des formations 'Aspects durables du système alimentaire pour les cantines et les entreprises HoReCa en collaboration avec HoReCa Formation

2.5.6 Consolider

- Lancer un système de reconnaissance pour les cantines et les entreprises HoReCa et communiquer sur le sujet pour que cela soit intéressant, surtout pour les entreprises HoReCa (éventuellement travailler avec des ambassadeurs). Collaborer avec le label « Clé Verte » pour les hôtels (engagement graduel)
- Collaboration avec les centres PMS pour les formations, les outils d'aide, le matériel de communication, ... pour les aspects santé

OS.3. Développer l'Agriculture urbaine et péri urbaine

L'objectif stratégique n°3 vise à profiter de toutes les opportunités pour développer la production alimentaire locale, durable en vue de sa consommation à Bruxelles que ce soit le fait de citoyens ou d'entreprises compte tenu des caractéristiques urbaines de la Région et en étroite synergie avec le péri urbain (les autres régions). Il s'agit de promouvoir la non utilisation de pesticides, ou du moins une utilisation raisonnée de pesticides (voir Plan Pesticides) et une agriculture avec peu d'intrants. L'agriculture urbaine à Bruxelles doit pouvoir concilier une agriculture professionnelle avec des objectifs économiques (emplois) ainsi qu'une agriculture privé, de loisir, avec des objectifs entre autres sociaux (multifonctionnalité en vue de rentabilité).

3.1 Développer l'Agriculture urbaine et péri urbaine commerciale

3.1.1 Développer la connaissance

- Identifier d'un point de vue stratégique le potentiel technico-économique praticable en terme de production alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale : cela peut-il dépasser le niveau anecdotique ? avec/sans multifonctionnel ?
- Soutenir la recherche et l'innovation

3.1.2. Conscientiser et convaincre

- Stimuler le secteur économique bruxellois pour produire une alimentation durable à Bruxelles.
 - Faire connaître aux acteurs traditionnels les conséquences du modèle actuel / les alternatives...
 - Motiver de nouveaux acteurs potentiels
- Organiser tous les 2 ans une activité d'information de type symposium
- Mettre en avant projets phare exemplaires, y compris productions innovantes, en particulier sur le plan de la rentabilité

3.1.3. Assurer la disponibilité des sites de production

- Tenir à jour une banque de données de terres potentielles (non bati, met onderscheid tussen verschillende bestemming in RO (LB grond, espaces vert, ...), huidige gebruik voor LB, beschikbaar met hoog potentieel, volgens type eigenaar (publiek, privé))
 - urbain
 - péri urbain
- Inventaire des sites potentiels hors sol
- Préserver les terres agricoles actuelles
- Accompagner les acteurs publics et privés et les motiver à mettre à disposition des terres
- structure de centralisation des demandes (à soutenir) – procédure d’attribution des terres, de soutien de porteurs de projets... critères clairs via le centre d’expertises/de référence
- accompagner les acteurs publics / et les motiver à mettre à disposition des terres (T en vue développe expertise et outils pour cela)
- adapter le bail à ferme à une agriculture urbaine
- Mise en place du droit de préemption pour les terres agricoles et les terres potentiellement utilisable pour l’agriculture urbaine
- Communication au public : T en vue /landgenoten (RFI): coopérateurs bxl pour contribuer à l’achat de terres (en RW, RFI)

3.1.4. Soutien et accompagnement aux acteurs de l’agriculture urbaine

- Développer un Centre d’expertise / de référence en Agriculture Urbaine
- Rédiger un guide à l’installation
- Soutien aux agriculteurs (anciens et nouveaux)
 - Soutien financier adapté, ciblé et clairement définie en respectant des règles de conditionnalité
 - Soutien technique : conseils, accompagnement
 - Formations
 - Mise à disposition d’espaces test,

3.1.5 Mettre en réseau les acteurs agricoles bruxellois

- Inventaire et diagnostic des entreprises et associations actives dans la l’AU professionnelle
- Identification des forces et faiblesses des acteurs existants dans leur capacité à renforcer leur coopération (réseau/synergie) pour avoir un effet levier pour le développement de l’AU
- Favoriser des coopératives
- Mise en réseau des acteurs agricoles bruxellois (actuel, nouveau, futur), dans une optique de réseautage avec tous les acteurs de la chaîne des valeurs locale

3.1.6. Collaboration interrégionale – mise en réseau des acteurs interrégionaux

- Mettre en place des tables de discussions entre la région Flamande et de la Région de Bruxelles au niveau administratif mais également au niveau politique - Trouver des accords win-win pour les deux régions.
 - l’accès à la terre : voir comment des terres non utilisés en périphérie bruxelloises peuvent être utilisé par des producteurs bruxellois.

- Production : réserver une partie de la production péri-urbaine pour un public bruxellois
- Travail :
 - mise à disposition des producteurs Flamand de mains-d'œuvres qualifiées bruxelloises
 - coaching des producteurs Flamand pour certaines cultures particulières à Bruxelles.
- Marché : faire connaître Bruxelles comme débouché aux producteurs Flamand
- Logistique : mettre en place de mesures pour faciliter l'accès des producteurs Flamand à Bruxelles.
- Réseau interrégional de soutien à l'AU : mise en place d'opérateurs inter régionaux (+ voir gouvernance)

3.1.7 Développer une agriculture innovante adaptée à la ville (en sol petites surfaces – hors sol)

- Production en sol (petites surfaces)
 - Business modèles, seuil de surface et autres indicateurs minimum assurant la viabilité d'une exploitation et l'emploi non qualifié
 - Développer des modèles de production agricole rentables sur petites surfaces aux niveaux économique, social et environnemental
 - Mettre en place des processus de production innovants (ressources, diversité, techniques, économie circulaire) pour la production de produits variés.
 - Développer des business modèles spécifiques pour les productions innovantes
- Production hors sol
 - Inventaire des techniques et des contextes (sur toit, en bac, hydroponie, ...), vérification de l'intérêt environnemental réel des techniques.
 - surfaces/sites disponibles
 - indicateurs de viabilité technique et économique
 - Business modèles...

3.1.8 Promouvoir l'agriculture urbaine et ses produits

- mettre en place un label bruxellois et le faire connaître - Valoriser et rendre plus visible la production bruxelloise et des produits transformés - développer des brochures, guides, applications
- organiser une journée 'agriculture urbaine' où les agriculteurs urbains sont mis à l'honneur
- mise en place d'outils promotionnels pour les producteurs
- conseiller les producteurs dans la recherche de point de vente (vente à la ferme, marché local bio, ...) et de circuit de distribution
- Communication sur la législation bruxelloise en matière d'agriculture biologique
- développer une image positive de l'agriculture, de ses entreprises ainsi que de ses bienfaits
- faire connaître et apprécier le travail des agriculteurs et développer leur image positive
- mettre en évidence le rôle de l'agriculture et des produits agricoles dans le développement durable ainsi que leurs fonctions sociale, culturelle, économique, environnementale et en matière de santé;

3.2 Développer l'Agriculture urbaine et péri urbaine - auto production

Objectif : Mettre en capacité les citoyens, individuellement (jardin, balcon, toiture...)ou collectivement avec un aspect social fort (contrat de QD, parcelles collectives EV, terrains communaux, ...) de développer une production alimentaire durable (légumes, fruits, petit élevage, ruches ...)

3.2.1 Conscientiser et convaincre

- Organiser des activités de type potager/verger/... ouverts
- Développer des projets démonstratifs, pédagogiques
- Développer des activités festives de production/dégustations (de type parc mangeable)
- Assurer l'exemplarité des pouvoirs publics - Plantation d'arbres fruitiers et d'arbustes à petits fruits dans les espaces publics/privés
- Informer sur les avantages / les qualités des produits auto-produits : rassurer sur la qualité

3.2.2. Donner la capacité technique d'agir

- Diffuser les techniques de culture /élevage dans le contexte urbain de friche, de pollution, de minéralisation des surfaces, d'ensoleillement limité, (? y compris : champignons ? insectes ? ???)
- Organiser des formations de la population
- Garantir un information spécifique adaptée sur les pollinisateurs et les conditions de pollinisation
- Infrastructures potagères qui favorisent la pollinisation

3.2.3 Lever les freins structurels

- Faciliter les analyses de sol – s'assurer de la qualité des espaces mis à disposition
- Initier un programme de partages de jardins
- Offrir un panel adéquat de sites pour culture non commerciale : individuelle (potagers familiaux), collective (potager collectifs) et pédagogique, voire thérapeutiques => exploiter les plus-values, par ex. la création de lien social, de citoyenneté, ... dans le cas d'un potager collectif
- Obligation dans les permis de réserver surface pour auto production collective
- Mise à disposition d'espaces pour potagers familiaux et autres pour les citoyens : terrains communaux, EV, ... => développer une politique foncière et moyens pour obtenir les terrains nécessaires (=> cadrer la place des potagers dans les espaces verts publics en regard des autres fonctions que doivent assurer ces espaces verts)
- Convaincre les propriétaires de céder des surfaces aux potagers (friches, toits, ..) de façon provisoire le cas échéant

3.2.4 Soutenir le passage à l'acte

- Poursuivre le soutien au développement d'un réseau de maîtres maraîchers
- Poursuivre le soutien au développement des potagers collectifs (appel à projets)
- Poursuivre la diffusion de kits de graines
- Initier un soutien au petit élevage
- Apiculture ???

3.2.5 Consolider

- Développer des outils pour les échanges de production / mise en réseau locales

OS 4. Aspects transversaux et de mise en œuvre

4.1 Gouvernance

- une place à l'alimentation et la production urbaine **au travers des différentes politiques régionales,**
- une collaborations interrégionale des acteurs publics et privés en matière d'approvisionnement et d'entrepreneuriat (accès au marché bruxellois, accès à la terre),
- une **mise en en synergie des acteurs** sur le territoire afin de faire émerger des solutions résilientes ;
 - Mettre en place une gouvernance collective de type « food policyc council » -
- Mettre en œuvre des mécanismes pour passer de l'action pilote locale à la dissémination /généralisation régionale - Monter en puissance !
- Faire un inventaire des actions existantes – répertoire en vue de susciter les synergies, collaborations – mapping également par public cible
- Mettre en place des mesures d'évaluation : indicateurs d'impact / tableau de bord
- Formaliser des collaborations – chartes d'engagements & de partenariats, par ex sur le gaspi...

4.2 Mettre en place une nouvelle culture alimentaire plus durable

- Assurer un **accès à l'information** concernant l'alimentation durable et l'agriculture urbaine au travers de synergies d'actions et d'informations, via des canaux existants et innovants par rapport au thème de alimentation durable, et spécifiquement par rapport à l'éducation du public jeune.
- Créer un slogan, concept fédérateur
- Valoriser les projets, les faire connaître, notamment via cas exemplaires
- Créer un site portail
- Créer des systèmes de reconnaissance
- Adapter la communication aux publics cibles – spécialement populations multiculturelles et défavorisées et les jeunes