



Formation Entreprenariat Good Food

Module 1 Contexte en Région de Bruxelles-Capitale



GoodFood

MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN

.brussels 



SOMMAIRE DE LA PRÉSENTATION

- 1) Historique Good Food à Bruxelles**
- 2) Stratégie Good Food**
- 3) Situation sur le terrain**
- 4) Opportunités**
- 5) Votre projet au sein de ce contexte**

GOOD FOOD À BRUXELLES ?

Une stratégie menée par Bruxelles Environnement

L'idée centrale de la philosophie Good Food ?

Développer et soutenir les actions en faveur d'une production locale, respectueuse de l'environnement, valoriser les produits locaux et de saison, limiter les déchets et la consommation de viande.

Coopération avec tous les autres acteurs de la chaîne : entreprises, société civile, universités, autres administrations, ...

Objectif ?

Réduire l'impact environnemental de l'alimentation à Bruxelles.

Un site de référence : le Portail Good Food - <https://goodfood.brussels/fr>

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Les pionniers

Au début, l'alimentation durable était le domaine d'une poignée de pionniers...



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



HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Les pionniers (avant 2000)

Beaucoup d'importations de produits biologiques en provenance d'Allemagne et peu de produits frais (uniquement par le biais de paniers).

Peu d'attention portée aux thèmes tels que le végétarisme, la consommation locale, l'agriculture biologique... → marché de niche extrême.

Oxfam-Magasins du Monde vendent des produits fair trade dans des emballages « moches ».

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Quelques tournants (2000-2010)

CRIOC

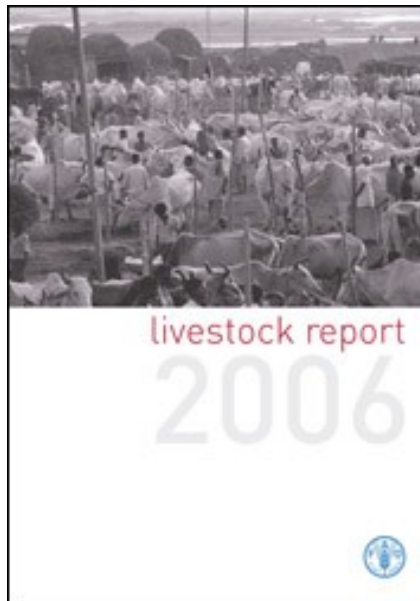
Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Brussels netwerk
voor duurzame voeding



Réseau Bruxellois
pour l'alimentation durable



HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Premiers pas

Plus d'attention pour la thématique grâce aux ONG, aux recherches de Bruxelles Environnement... Chacun travaille sur son propre domaine d'expertise : bio, local, moins de viande, commerce équitable, etc.

Des propositions moins radicales : "Jeudi Veggie" au lieu de "devenir végétarien".

Premières entreprises : marché bio des Tanneurs (et son prédécesseur qui a échoué).

Création de Rabad asbl, regroupant des petites initiatives du secteur professionnel de l'alimentation durable.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Diversification (2010-2015)



ATELIER GROOT EILAND



HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Diversification (2010-2015)

Budget pour projets pilotes en démarrage. Émergence (et disparition) de start-ups (asbl et entreprises) actives dans le domaine de l'alimentation durable.

Prise de conscience du gaspillage alimentaire et premiers projets sur le thème.

De plus en plus de produits bio et fair trade dans les supermarchés.

Début de la première stratégie bruxelloise pour une alimentation durable.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Plus de communication, plus de clients (2016-2021)



HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Plus de communication, plus de clients (2016-2021)

Les start-ups arrivent à maturité et attirent, outre les consommateurs écologiques, les acheteurs plus classiques.

Les paniers bio disparaissent, les produits frais durables sont partout. Le bio est introduit chez Aldi. Oxfam opte pour un emballage tendance.

De nouvelles start-ups apparaissent, des produits basés sur la nourriture gaspillée sont introduits.

Adoption et mise en œuvre de la stratégie Good Food.

STRATÉGIE GOOD FOOD

Vision

Développer un système alimentaire durable pour Bruxelles signifie :

- Reconnecter la ville avec la fonction nutritionnelle de la nature. La rendre respectueuse des ressources naturelles.
- Mettre à disposition des aliments locaux sains et de qualité.
- Garantir à tous les habitants de Bruxelles l'accès à une alimentation durable et rendre celle-ci plus visible.
- Répondre aux besoins locaux avec un système performant d'un point de vue économique et environnemental.
- Promouvoir l'emploi durable, les nouvelles activités professionnelles et les nouveaux modèles d'entreprise.
- Promouvoir des solutions innovantes et partagées, impliquant tous les acteurs de la chaîne alimentaire et les autorités compétentes.

Promouvoir un processus de production et de transformation local

- Maintenir l'accès aux terres pour la production locale dans la ville et à sa périphérie.
- Encourager la production professionnelle et la production non commerciale par les habitants de la ville.
- Assurer des partenariats fructueux entre Bruxelles et les communes périphériques, en facilitant l'accès au marché bruxellois pour les producteurs locaux de la ville et de sa banlieue.
- Développer une production rentable et créatrice d'emplois.

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

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Vision

Contribuer à la qualité de vie des habitants de Bruxelles

- Privilégier les techniques de production respectueuses de l'environnement et de la santé.
- Encourager la participation à des activités sociales et de loisirs.
- Promouvoir le développement et l'entretien des espaces verts et de la biodiversité dans la ville.
- Développer une alimentation locale, savoureuse et de qualité, à déguster lors de moments conviviaux.
- Proposer une diversité de lieux pour l'achat et la consommation de produits alimentaires durables.

Préserver les ressources naturelles et réduire le gaspillage alimentaire

- Valoriser les produits invendus et les déchets organiques selon un processus d'économie circulaire.
- Prévenir le gaspillage alimentaire à la source.

Développement permanent et sensibilisation des jeunes générations

- Familiariser les Bruxellois de toutes générations, cultures et classes sociales avec le thème de l'alimentation durable.
- Développer une alimentation durable multiculturelle : préparer des plats du monde entier, découvrir et partager des connaissances à leur sujet.
- Sensibiliser les enfants et les jeunes au "bien manger" : une nourriture saine et savoureuse.
- Évolution continue des actions et développement de nouveaux projets par la recherche, l'expérimentation et la formation.

STRATÉGIE GOOD FOOD

Plan d'action

Axe 1 : Augmenter la production alimentaire locale durable.

Plan d'action 1 : Développer une production agricole durable professionnelle.

Plan d'action 2 : Promotion de l'auto-production durable.

Axe 2 : Accompagner la relocalisation et la transition vers un approvisionnement plus durable pour tous.

Plan d'action 1 : Assurer la transition de l'approvisionnement alimentaire de manière transversale.

Plan d'action 2 : Renforcer la transition des cantines pour atteindre un plus grand nombre de consommateurs.

Élargir la gamme de menus plus durables dans les restaurants pour rendre l'alimentation durable visible et associée au plaisir de la table.

Plan d'action 3 : Promouvoir des systèmes de distribution durables et diversifiés pour améliorer l'accessibilité aux aliments durables et accroître la visibilité de ces derniers sur le marché bruxellois (pour influencer la demande).

Plan d'action 4 : Mise en place d'une transformation alimentaire durable et délocalisée (à Bruxelles) pour répondre à la demande d'aliments transformés plus durables et pour valoriser les invendus.

Axe 3 : Accompagnement de tous dans la transition de la demande

Actieplan 1 : Accompagner les citoyens et les familles dans leur changement d'alimentation.

Actieplan 2 : Sensibilisation des jeunes générations.

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

STRATÉGIE GOOD FOOD

Plan d'action

Axe 4: Développement d'une culture Good Food durable et attrayante

Plan d'action 1 : Développement du concept "Good Food.brussels".

Plan d'action 2 : Veiller à la capitalisation et à la diffusion.

Axe 5: Réduire le gaspillage alimentaire

Plan d'action 1 : Réduire le gaspillage alimentaire à la source, c'est-à-dire éviter le gaspillage à chaque maillon de la chaîne.

Plan d'action 2 : Valoriser les invendus.

Axe 6: concevoir les systèmes alimentaires de demain et leur créer une place

Plan d'action 1 : Développer, suivre et valoriser des projets de recherche et d'innovation.

Axe 7: gouvernance en matière de mise en oeuvre de la stratégie

Plan d'action 1 : Pilotage, suivi et évaluation de la stratégie.

Plan d'action 2 : Créer des synergies et assurer la coopération dans la mise en œuvre de la stratégie.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

L'avenir

Développement de la Stratégie Good Food 2.0 (prévue début 2022).

Pérennisation et développement du label "Good Food" pour les cantines et les restaurants

Relance post-covid dans un paysage transformé, au sein duquel certains acteurs ont disparu : espaces de production partagés, horeca...

SITUATION SUR LE TERRAIN

Aujourd'hui, positive

La quasi-totalité du territoire bruxellois est doté de magasins d'alimentation durable et divers projets d'agriculture urbaine ont été lancés.

Il existe un grand nombre de start-ups proposant des produits innovants.

Il existe un soutien financier et autre (formation, orientation...) apporté par diverses autorités (HUB, Bruxelles- Environnement...)

SITUATION SUR LE TERRAIN

Aujourd'hui, négative

Difficile de rentabiliser les activités après la fin de la période de subvention (notamment les projets agricoles).

Peu d'attention est accordée à la transformation et le problème logistique persiste.

Plusieurs entreprises en difficulté en raison d'idées irréalisables, d'une concurrence accrue et de la crise du covid.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

COVID

Étude Rabad, différences considérables entre secteurs

- **Restaurants** : grandes difficultés financières
- **Secteur distribution** : forte croissance du secteur électronique, meilleure compréhension de la chaîne.
- **Fournisseurs de services** : situation difficile pour des entreprises comme Co-oking et Skyfarms.
- **Production** : diversification des clients est importante. Très dépendants des restaurants et du secteur de la distribution.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

L'avenir

Développement de la Stratégie Good Food 2.0 (février 2022)

Poursuite d'activités telles que le label Good Food

Réouverture de l'horeca dans un paysage fortement bouleversé : faillites, nouveaux marchés/opportunités...

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Forces

Différents groupes cibles, des consommateurs aisés aux groupes défavorisés, sur un territoire très restreint.

Soutien de plusieurs sources.

Demande de produits plus durables.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Faiblesses

Espace limité dans la région de Bruxelles.

Pas encore de centres de transformation à grande échelle avec des machines partagées.

Distribution difficile.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Dangers

Travailler à partir d'une idéologie plutôt que d'un projet viable.

Poursuivre un projet après son démarrage sans soutien ni financement.

Une concurrence émergente.

Manque de connaissances techniques.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Opportunités

Vente d'aliments durables dans certains quartiers de la ville.

HORECA à cause des nombreuses faillites.

Transformation : grand nombre de possibilités de collaboration, par exemple par le biais de l'économie sociale.

Gaspillage alimentaire.

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

Éléments clé

Bonne connaissance technique et bonne connaissance du marché.

Un plan financier solide.

Une attention suffisante au marketing et à la communication.

- **Base de la présente formation**
- **Webinaires consacrés aux connaissances techniques disponibles gratuitement sur le portail Good Food**
- **Aide à l'élaboration d'un plan financier via différents acteurs du marché**

HISTORIQUE GOOD FOOD À BRUXELLES

À vous : exercice analyse SWOT de votre activité/projet.

**Dans 3 semaines, restitution et discussion pendant le module 3
3 min top chrono
Pas de support permis.**