



Etude de la performance de la stratégie Good Food 2016-2020

Rapport final

COMASE, décembre 2020

DOSSIER CO/2020/0036



Table des matières

1	Introduction.....	3
2	Evaluation proprement dite	5
2.1.1	Agriculture urbaine professionnelle.....	5
2.1.2	Production non commerciale – autoproduction citoyenne	22
2.1.3	Cantines.....	26
2.1.4	Culture alimentaire.....	43
2.1.5	Gouvernance	51
2.1.6	Approche globale.....	61
3	Conclusions et recommandations.....	67
3.1	Synthèse par axe évalué.....	67
3.1.1	Agriculture urbaine professionnelle.....	67
3.1.2	Production non commerciale – autoproduction citoyenne	71
3.1.3	Cantines.....	73
3.1.4	Culture alimentaire.....	75
3.1.5	Gouvernance	77
3.2	Réflexions relatives à la baseline pour la Stratégie 2.0.....	79
3.3	Annexes	82
3.3.1	Table des illustrations.....	82



1 Introduction

La transition vers un système alimentaire plus durable en Région de Bruxelles-Capitale (RBC) s'appuie sur une stratégie spécifique : la Stratégie Good Food. Cette stratégie permet de positionner les différentes dimensions de l'enjeu de l'alimentation durable au cœur de la dynamique urbaine bruxelloise : dimension économique, sociale, environnementale et de santé. Si un des horizons de temps de cette stratégie est l'année 2035, un bilan doit être tiré en cette fin d'année 2020, ce après une première période complète d'actions (2016-2020). Ce bilan est composé d'une série de travaux en termes d'évaluation. Parmi ceux-ci, le présent rapport porte plus spécifiquement sur l'étude de la *performance* de la stratégie avec une dimension prospective. Il s'agit en effet d'établir une série de recommandations en phase notamment avec les ambitions de massification et de basculement du système alimentaire bruxellois.

Concernant le périmètre, il convient encore de préciser que cette évaluation de la performance a porté plus spécifiquement sur certains axes, à savoir : l'agriculture urbaine professionnelle, la production non-commerciale – auto-production citoyenne, les cantines, la culture alimentaire, la gouvernance.

Ce travail d'évaluation s'est appuyé principalement sur l'analyse de l'ensemble des documents et données établis tant au niveau de la Stratégie que de sa mise en œuvre. Deux enquêtes réalisées en novembre/décembre 2020 ont complété le panorama des données exploitées : une à l'attention des acteurs de l'agriculture urbaine professionnelle et une à l'attention des membres du Conseil participatif.

Le questionnaire à l'attention des agriculteurs a été adressé à 27 porteurs de projets recensés par l'administration et pour lesquels nous avons pu obtenir des coordonnées de contact (sur un total général de 42 projets). 18 d'entre eux ont répondu, ce qui représente un taux de participation tout à fait satisfaisant de 67%. Parmi ceux-ci, nous retrouvons 5 projets hors sol et 13 projets pleine terre.

Nous avons également pu collecter des informations auprès du Conseil participatif. Cette collecte s'est organisée en deux temps. Premièrement, via un questionnaire qui a été envoyé à l'ensemble des membres du Conseil et pour lequel nous avons collecté 10 réponses complètes. Deuxièmement, et en regard des réponses collectées, sous forme d'un échange direct avec l'ensemble des membres du Conseil participatif lors d'une réunion.

Concernant l'approche conceptuelle, nous reprenons, ci-après, le schéma-type d'évaluation des politiques publiques qui a structuré notre travail. Il convient de s'y rapporter pour garantir la vision partagée des différents concepts que nous mobilisons, comme les critères d'évaluation que sont la *pertinence*, la *cohérence*, l'*efficacité*, l'*efficacités* et la *durabilité*. Concernant ce dernier critère, il convient de préciser qu'il doit ici bien être interprété comme la pérennisation des impacts de la stratégie, la capacité à voir ses effets perdurer dans le temps.

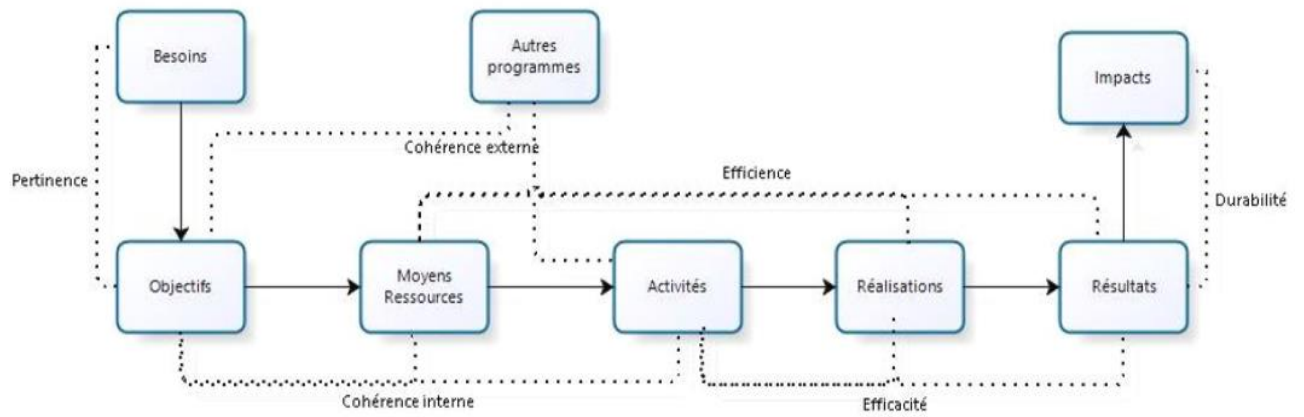


Figure 1: Schéma-type d'évaluation des politiques publiques



2 Evaluation proprement dite

2.1.1 Agriculture urbaine professionnelle

2.1.1.1 Contextualisation

Le premier axe de la stratégie Good Food vise le développement d'une production agricole professionnelle durable. C'est-à-dire une production qui représente une activité économique et qui soutienne des objectifs sociaux et environnementaux.

Le contexte n'y est pas favorable. Plusieurs freins sont identifiés dans la stratégie initiale :

- L'accès à la terre est complexe en raison de la spéculation qui frappe les terrains périurbains.
- Les producteurs déjà présents s'inscrivent plutôt dans un modèle conventionnel de monoculture.
- Difficultés d'accès au savoir-faire.
- Difficultés d'accès aux capitaux et de rentabilité économique des projets.
- L'accès aux connaissances juridiques et administratives.
- Accès aux canaux de distribution pour écouler la production.
- Contraintes liées aux règlements d'urbanismes locaux et régionaux.
- Réticences des consommateurs à l'égard de productions urbaines car considérées comme potentiellement polluées.

Les objectifs de la stratégie se basent, entre autres, sur un benchmarking international. Les villes de Paris, Ottawa, Vancouver et Montréal sont citées en exemples.

Lors de la rédaction de la stratégie Good Food, les terres agricoles représentent 1,5% de la superficie du territoire de la Région de Bruxelles-Capitale. Ce qui correspond à 244 ha, principalement situés au nord-ouest de Bruxelles (dont 228 ha sont inscrits comme terres agricoles au PRAS). Ces terres sont majoritairement occupées par de l'agriculture conventionnelle. La Région Bruxelloise recense une quinzaine d'entreprises agricoles urbaines ayant des types et modes de production très variés.

Le projet FEDER « Boeren Bruxsel Paysans », déjà initié lors de la mise en place de la stratégie Good Food, s'inscrit dans le développement de l'agriculture urbaine professionnelle par la mise en place d'un espace test et l'accompagnement des personnes désireuses de s'installer en tant qu'agriculteurs.

2.1.1.2 Les objectifs initiaux de la stratégie

« L'objectif principal poursuivi est d'augmenter significativement la résilience alimentaire de la ville en nombreux produits non transformés via une production urbaine innovante et durable, performante au niveau environnemental et économique, et créatrice d'emplois bruxellois non délocalisables. »¹

¹ Stratégie Good Food « vers un système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale »



Cet objectif global est décliné en trois sous-objectifs.

- L'atteinte, pour 2035, d'une production en zone urbaine et périurbaine de 30% des fruits et légumes non transformés consommés par les bruxellois. Une première étape étant l'atteinte de 5% en 2020. Cet objectif a été revu lors du bilan mi-parcours pour se décliner comme suit : En 2035, l'agriculture urbaine professionnelle pleine-terre et hors-sol en RBC produira 5% des fruits et légumes non transformés consommés par les Bruxellois (en kg) et l'agriculture urbaine professionnelle en zones périurbaine et métropolitaine produira 25% des fruits et légumes non transformés ainsi que les céréales, les protéines animales et végétales et produits laitiers consommés par les Bruxellois (en kg).
- Pour 2020 également, les nouveaux projets en agricultures professionnelles devront être performants d'un point de vue environnemental, économique et social.
- Les 228 ha de terres agricoles inscrites au PRAS seront préservés pour 2020.

L'axe 1 : « augmenter la production alimentaire locale durable » comporte une action : « Développer une production professionnelle durable ». Cette action est ensuite déclinée en 13 prescriptions.

2.1.1.3 Pertinence

Dans le but d'analyser la pertinence du premier axe de la stratégie « développer une production professionnelle durable », nous allons analyser les deux objectifs principaux que sont la résilience alimentaire de la ville et l'objectif de production de 30 % de la consommation des bruxellois en fruits et légumes.

Ces deux objectifs doivent être traités distinctement.

Premièrement, la résilience.

Il apparaît tout d'abord essentiel de préciser que la stratégie Good Food ne comporte pas de définition précise du concept de résilience. Il est dès lors complexe d'évaluer la pertinence mais surtout de mesurer l'efficacité des actions visant à atteindre cet objectif.

L'analyse des travaux participatifs préparatoires à la stratégie² ne fait pas apparaître explicitement le concept de résilience.

Par ailleurs, le plaidoyer introductif de la stratégie mentionne les éléments suivants³ :

- Rapport de la FAO⁴ qui indique que la production alimentaire devra augmenter de 70% d'ici 2050 pour faire face à l'augmentation de la population mondiale.

² Comptes rendus des ateliers participatifs et des réunions qui se sont fait en amont de la stratégie.

³ Stratégie Good Food « vers un système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale » p. 9 - 17

⁴ FAO, "l'agriculture mondiale à l'horizon 2050", in « comment nourrir le monde en 2050 », 2009



- Les engagements de la conférence de « Rio+20 » précisent dans l'objectif de développement durable 11 : Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables⁵.
- Le 7ème programme d'action pour l'environnement à l'horizon 2020 de la Commission européenne « Bien vivre, dans les limites de notre planète » cite le concept de résilience comme suit : « les ressources naturelles sont gérées de manière à renforcer la résilience de notre société. »⁶.
- Enfin, la partie « Vision pour Bruxelles » a pour titre « une vision collective bruxelloise à l'horizon 2035, pour une Ville-Région résiliente face au défi alimentaire »⁷

Afin de pouvoir traiter la question de la pertinence de l'objectif de résilience dans le cadre de notre évaluation, nous proposons, ci-dessous, une définition de la résilience. Etant donné l'absence de définition dans la stratégie initiale, Il convient de préciser que la définition suivante ne s'appuie en aucun cas sur les réflexions en amont de la stratégie mais apporte des éléments de définition communément partagés à un niveau international. Il conviendra, dans le cadre du travail de réflexion relatif à l'établissement de la prochaine stratégie, de déterminer dans quelle mesure ce concept de résilience doit ou non être mobilisé. Par l'affirmative, il s'agira d'en préciser la définition la plus adéquate.

Selon le Conseil international pour les initiatives écologiques locales (ICLEI)⁸, pour être considéré comme résilient, un système devrait être à la fois diversifié, distribué, naturel, innovant, social et inclusif. Ses effets positifs s'expriment en termes de food safety (amélioration de l'éducation nutritionnelle, possibilité de trouver des aliments sains et à un coût raisonnable, réduction des maladies liées à l'alimentation), la food security (capacité à faire face à une réduction des approvisionnements en nourriture...), l'utilisation et la gestion des terres et la protection de l'environnement en lien avec la préservation des terres agricoles urbaines et périurbaines (absorption de gaz à effet de serre, réduction des effets des îlots de chaleur urbains, perméabilité des sols...).

Les études présentées dans la stratégie mettent en évidence les besoins de rencontrer les effets de « food safety », de gestion des terres et la protection de l'environnement. Notamment les raisons de maintenir une activité d'agriculture en ville telles que la réduction des transports et de l'impact environnemental, l'éducation nutritionnelle, la culture alimentaire, la présence d'îlots verts ayant une incidence de régulation thermique et sur le maintien de la biodiversité, un moyen de conscientiser et d'éduquer les citoyens, ... Nous notons ici un paradoxe qui pourrait survenir dans le développement des thématiques de « Food Safety ». La stratégie initiale indique qu'il y a une certaine crainte au sein de la population de consommer des aliments qui auraient poussés en ville en raison du fait qu'ils pourraient être pollués. Si cette croyance est présentée comme erronée, il n'en demeure pas moins

⁵ Nations Unies, Objectifs de développement durable, <http://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/>

⁶ Commission européenne, Bien vivre dans les limites de notre planète. 7e PAE, p.1. <http://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/7eap/fr.pdf>

⁷ Stratégie Good Food « vers un système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale » p. 20.

⁸ International Council for Local Environmental Initiatives.



qu'un travail de sensibilisation est indispensable auprès des citoyens qui pourraient penser que le concept de « Food Safety » serait davantage rencontré par l'externalisation des cultures, en pleine nature, loin de la pollution des villes.

Notons encore ici l'intérêt de relier certaines dimensions de ce concept de Food Safety avec l'opportunité d'une approche en agroécologie, dimension qui s'est renforcée en cours de mise en œuvre de la première stratégie Good Food. On peut souligner la cohérence entre ces deux approches, notamment sur le plan de la biodiversité. En effet, la stratégie initiale démontre l'intérêt de changer de modèle agricole pour de nombreuses raisons telles que la réduction des gaz à effet de serre dont 10,3 % sont causés par l'agriculture en Belgique, l'impact sur la santé et l'environnement via la réduction de l'utilisation des fertilisants et des pesticides, l'impact sur la création d'emplois, rapprocher les producteurs et consommateurs, ...⁹

Nous n'avons pas relevé dans la stratégie initiale d'éléments qui démontrent la nécessité de mettre en place des mesures de « food security ».

Nous pouvons donc déjà évaluer que cet objectif n'est que partiellement pertinent puisque les besoins exprimés dans la stratégie, et appuyés par des études, ne rencontrent qu'une partie de la définition de la résilience.

Il conviendrait de définir avec précision ce concept pour la suite de la stratégie Good Food et de décomposer cet objectif en sous-objectifs pouvant, de manière individuelle, être justifiés par des besoins et des constats objectifs. Ceci aura également pour conséquence de permettre une identification plus aisée des actions à mettre en œuvre par objectif et la mise en place d'indicateurs précis permettant la mesure, le suivi et l'évaluation des actions.

De manière plus large, il convient de s'interroger sur la nécessité de mettre en place un système résilient à l'échelle d'une région. Cela n'apparaît pas clairement dans la stratégie. Bien qu'une partie des besoins se retrouvent dans la définition de la résilience, rien n'indique en effet que la Région bruxelloise se dirige vers une situation de pénurie ou de concurrence alimentaire avec les régions qui la bordent. Sur ce plan, nous pouvons également noter qu'au niveau du projet alimentaire porté par la Ville de Gand, la question de la production intramuros est moins prégnante. Au contraire, la Ville reconnaît ne pas être une entité autonome.

Deuxièmement, couvrir 30% de la consommation des Bruxellois en fruits et légumes.

Les études précédemment citées, notamment « l'agriculture mondiale à l'horizon 2050 » de la FAO, démontrent un besoin général d'augmenter la production agricole d'ici 2050. L'objectif apparaît donc pertinent.

Le seuil de capacité de production de 30% fut établi par l'étude menée par « Gembloux Agri Bio Tech ». Cette étude indique qu'une surface de 590,5 ha devrait être mobilisée pour couvrir la production de

⁹ Stratégie Good Food « vers un système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale » p. 9-16.



30% de la consommation des Bruxellois en fruits et légumes. Pour ce faire, le périmètre établi comprend la Région bruxelloise et sa zone périurbaine (10 km autour de la Région).

Il est directement précisé dans la stratégie que cet objectif est ambitieux. La confrontation avec la réalité de terrain amène des ajustements dans le bilan à mi-parcours ainsi que dans la synthèse des réalisations 2016-2020. En effet, à la suite de l'étude baseline de 2018¹⁰ réalisée par le laboratoire d'Agroécologie de l'ULB, le rendement moyen de production a pu être calculé. Il en ressort qu'une surface de 1.600 ha serait nécessaire pour assurer la production de 30% de la consommation des Bruxellois en fruits et légumes. En 2017, l'ASBL Terre-en-vue a réalisé un travail de prospection qui a permis d'identifier 161 ha mobilisables dans un scénario réaliste et 277 ha dans un scénario optimiste. Ces constats ont conduit à faire évoluer l'objectif et étendre le périmètre à la Région de Bruxelles-Capitale à sa périphérie et sa zone métropolitaine « (5% produits par la Région et 25% produits par les zones en périphérie et métropolitaine) »¹¹. La synthèse des réalisations 2016-2020 indique clairement que des liens doivent être établis avec la périphérie afin de pouvoir convertir des terres « en terres nourricières pour la RBC »¹². Ceci afin de pouvoir mobiliser les 1.600 ha de terres agricoles qui permettraient de répondre à l'objectif des 30%. Sans préciser les contours des zones en périphérie et métropolitaine, il est indiqué que des contacts ont déjà été établis avec les autres régions. Ceci étant posé, il nous apparaît clairement nécessaire de mieux définir ce que comprennent les périmètres suivants : zone périphérique, périurbaine et métropolitaine.

Force est de constater que l'objectif de production au sein de la Région bruxelloise a été modifié et le périmètre étendu. Si l'objectif principal reste la résilience de la ville, le seuil initialement fixé peut être évalué comme pertinent au regard des besoins, mais irréaliste par rapport aux ressources mobilisables.

Au même titre que l'objectif de la résilience, nous nous interrogeons sur la pertinence, sur la nécessité d'augmenter la production directement sur le territoire de la Région bruxelloise. Si les éléments de « food safety », de gestion des terres et la protection de l'environnement sont clairement énoncés, il n'en est à nouveau rien pour la « food security ». Afin de réévaluer cet objectif et de fixer un nouveau seuil, il serait nécessaire de réaliser une analyse des besoins de la Région et des projections de l'évolution de la consommation à court, moyen et long terme. Une évaluation à un niveau supra régional permettrait également de mesurer la nécessité d'augmenter les capacités de production et, par conséquent, la pertinence d'investir, notamment, dans l'achat de terres qui permettraient d'atteindre l'objectif initial tout en restant sur le modèle productif pleine terre qui permet de générer d'autres externalités positives. Comme nous l'avons mentionné plus haut, la contextualisation de la stratégie fait état d'une série d'externalités négatives directement liées au modèle de production agricole industriel conventionnel. Une transition vers un modèle qui s'inscrit dans l'agroécologie permettrait d'impacter positivement l'environnement et la santé, notamment par la réduction de l'utilisation des fertilisants et pesticides, la réduction des GES par une consommation en circuit court, une préservation de la biodiversité, réduire le gaspillage alimentaire, favoriser l'infiltration et le

¹⁰ Evaluation de la production agricole primaire professionnelle en Région de Bruxelles Capitale, Laboratoire d'Agroécologie de l'ULB, 2008.

¹¹ Bilan mi-parcours la stratégie Good Food p. 10. (Les premiers résultats de la stratégie Good Food)

¹² Synthèse des réalisations 2016-2020 p. 12.



ralentissement des eaux pluviales, lutter contre le phénomène des îlots de chaleur, etc.¹³ Une conversion de ces cultures en production nourricière pour Bruxelles permettrait également de contribuer à l'objectif des 30%.

2.1.1.4 Cohérence

Les 13 prescriptions reprises dans la stratégie sont assimilées à des actions devant permettre d'atteindre les trois objectifs précédemment cités.

La lecture de ces prescriptions à l'aune des trois objectifs révèle que ces actions sont cohérentes et en lien avec les objectifs. En effet, à chaque objectif correspond une ou plusieurs actions. Par exemple, la prescription 2 « sensibiliser les propriétaires publics et privés à mettre à disposition des terres pour un usage d'agriculture urbaine » participe à l'objectif d'augmentation de la production agricole à destination des mangeurs bruxellois.

Il faut toutefois noter que la majeure partie de ces prescriptions/actions ne sont pas chiffrables. La plupart d'entre elles se rapportent à l'objectif d'augmentation de la production agricole. Peu d'actions concernent la performance des nouveaux projets. Une seule action soutient l'objectif de maintien des terres au PRAS.

Bien que ces prescriptions soient cohérentes au regard des objectifs qu'elles sous-tendent, elles ne permettent pas de définir des priorités entre objectifs, de déterminer les moyens qui devraient être attribués par objectifs et par actions.

Les moyens nécessaires ont été identifiés concernant l'objectif des 30% via l'étude d'Agri Gembloux qui détermine que la surface cultivable nécessaire est de 590,5ha, mais cette estimation s'avèrera erronée. En effet, l'étude baseline de 2018 réalisée par le laboratoire d'Agroécologie de l'ULB a pu mettre en évidence que la surface nécessaire pour couvrir l'objectif de production serait de 1.600 ha.

Ceci nous amène à questionner l'objectif et les moyens de production à soutenir pour parvenir à la résilience et les 30%. En effet, la non-disponibilité des terres ne devrait-elle pas pousser la Région à investir davantage dans des projets hors sol, des cultures verticales, sur toitures, ... ou investir davantage dans les collaborations inter-régionales ?

Concernant l'objectif de performance des nouveaux projets et du maintien des terres au PRAS, des moyens spécifiques ne semblent pas avoir été identifiés dans la stratégie initiale.

Concernant le soutien apporté aux agriculteurs, ce qui permet in fine de participer à l'objectif de résilience par l'augmentation de la production, les informations collectées via notre enquête¹⁴ auprès

¹³ Stratégie Good Food « vers un système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale » p. 9-16 ; 25.

¹⁴ Le questionnaire à l'attention des agriculteurs a été adressé à 27 porteurs de projets recensés par l'administration et pour lesquels nous avons pu obtenir des coordonnées de contact (sur un total général de 43 projets). 18 d'entre eux ont répondu,



des agriculteurs nous permettent d'évaluer l'impact du soutien financier et l'impact des mesures de soutien.

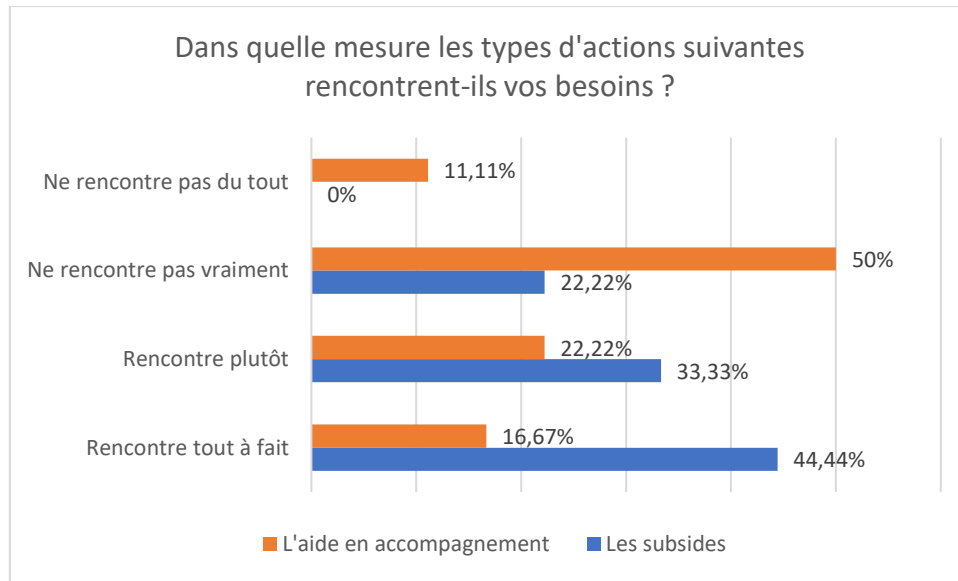


Figure 2 Cohérence des actions et des besoins – Enquête COMASE – Décembre 2020

Au-delà des besoins, nous avons cherché à savoir si les porteurs de projets avaient eu recours à ces mesures de soutien.

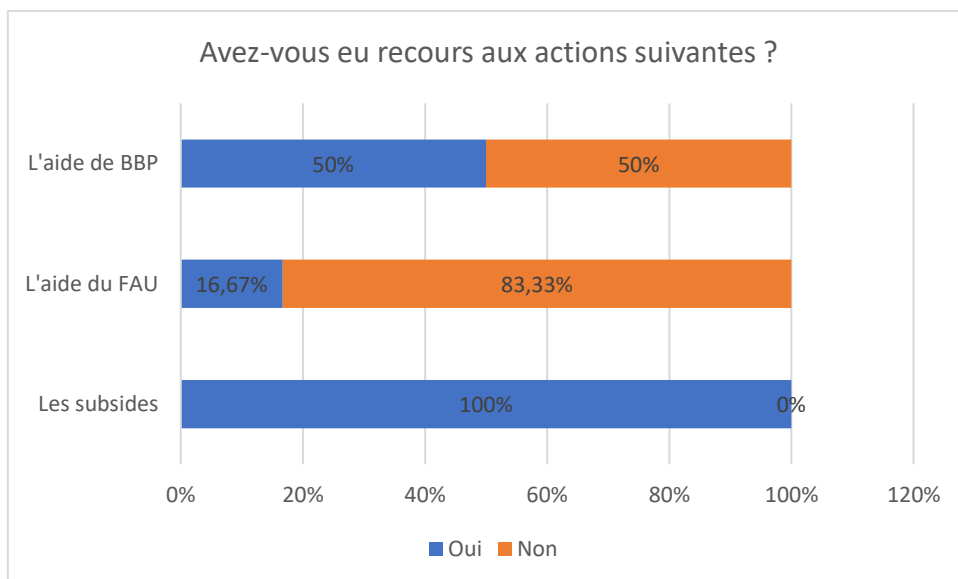


Figure 3 Recours aux actions – Enquête COMASE – Décembre 2020

ce qui représente un taux de participation tout à fait satisfaisant de 67%. Parmi ceux-ci, nous retrouvons 5 projets hors sol et 13 projets pleine terre.



Nos questions suivantes avaient pour objectif de cerner l'impact des différentes modalités de soutien sur les projets.

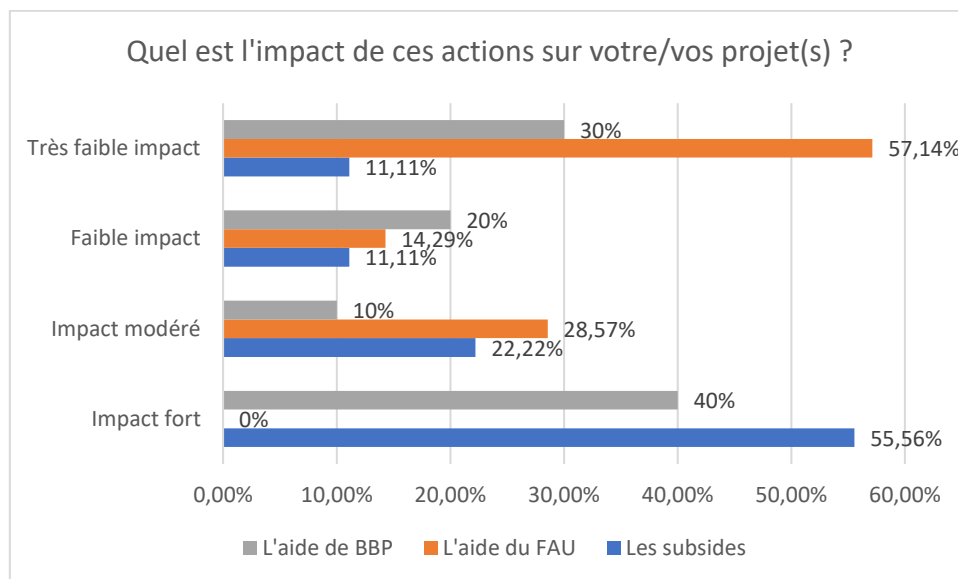


Figure 4 Impact des actions sur les projets – Enquête COMASE – Décembre 2020

Par la suite, nous avons cherché à déterminer l'impact du soutien financier et du soutien en accompagnement sur des éléments précis des projets.

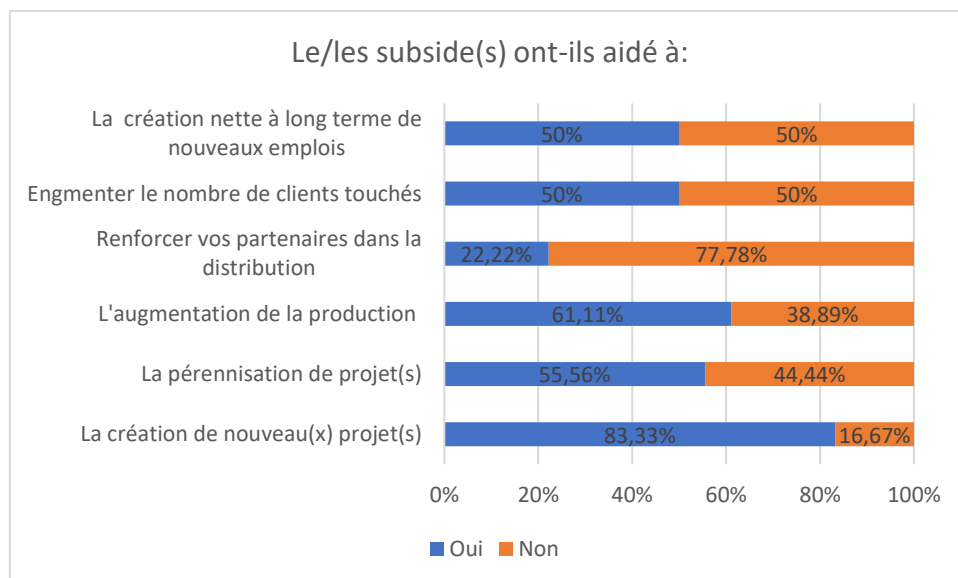


Figure 5 Impact des subsides – Enquête COMASE – Décembre 2020

Le tableau ci-dessous regroupe les données suivantes : l'adéquation entre les mesures d'accompagnement et les besoins, l'impact du soutien financier, les besoins en soutien financier et le taux de satisfaction relatif aux besoins financiers mis à disposition.

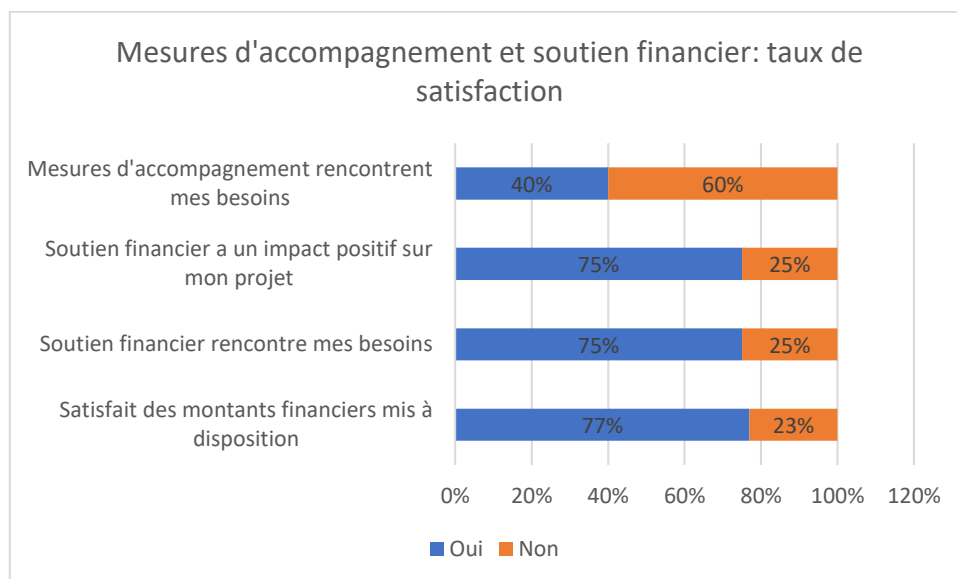


Figure 6 Evaluation du taux de satisfaction des porteurs de projets financés quant aux mesures d'accompagnement/de soutien financier – Enquête COMASE – Décembre 2020

77% des agriculteurs interrogés se disent satisfaits des montants financiers mis à disposition dans le cadre de l'appel à projet (25.000€ maximum).

75% d'entre eux indiquent que ce soutien financier rencontre leurs besoins et que celui-ci a un impact positif sur leurs projets.

D'autre part, dans plus de 60% des cas, les agriculteurs indiquent que les mesures d'accompagnement ne rencontrent pas leurs besoins. 25% sont très satisfaits de l'accompagnement, 25% sont très insatisfaits et 50% n'ont pas d'avis.

De manière générale, la stratégie ne s'est pas dotée d'une capacité à dimensionner, à prioriser ses objectifs et actions en termes de moyens et de chronologie.

Enfin, nous pouvons indiquer que les actions sont complémentaires puisqu'elles participent toutes à l'objectif d'augmentation de l'agriculture urbaine professionnelle. En effet, les actions de sensibilisation auprès des acteurs publics et privés, la mise en place d'un service d'accompagnement, le fait de développer et renforcer l'offre de formation, ... tout cela permet de créer un contexte favorable à l'émergence de nouveaux projets, au soutien de projets en place qui permettront d'augmenter la production agricole. Notre travail d'évaluation ne nous a pas conduit à identifier de contradictions ou de recouvrements entre les actions définies pour rencontrer les objectifs définis dans la stratégie.

2.1.1.5 Efficacité

Nous allons désormais analyser l'efficacité, la capacité à produire des résultats pour le premier axe de la stratégie.



Sur les 13 prescriptions que comprend la partie relative à l'agriculture urbaine, 5 sont réalisées et récurrentes, 2 sont partiellement réalisées et 6 sont en cours.

Nous nous sommes tout d'abord interrogés sur la capacité des actions d'accompagnement et de soutien financier à répondre aux attentes des bénéficiaires, les agriculteurs.

Le soutien apporté aux agriculteurs est justifié par la difficulté d'accès à la terre, aux savoir-faire et aux capitaux, véritables freins au démarrage de projets. Ces freins sont clairement identifiés dans la stratégie initiale. L'accompagnement des porteurs de projets s'est structuré autour de deux acteurs principaux : le projet-pilote financé par le FEDER BoerenBruxselPaysans (BBP) et le Facilitateur en Agricultures Urbaines (FAU).

Le projet BBP a eu pour objectif de faciliter et d'augmenter la production et la transformation alimentaire locale selon des modes de production écologiques, à destination des Bruxellois. Ce projet était présent avant la mise en œuvre de la stratégie Good Food. Un espace test et un accompagnement des nouveaux agriculteurs y étaient prévus. Il a donc été décidé que BBP accompagne les projets en pleine terre tandis que le FAU s'occupe des projets hors sol. Le FAU fournit également une guidance aux pouvoirs publics.

Si cette répartition peut se comprendre pour des raisons historiques, il convient de s'interroger sur la pertinence de celle-ci. Cette organisation ne permettait pas de garantir l'absence de doublons, une diminution de la capacité d'expertise et de complexifier la recherche d'informations pour les porteurs de projets. Il ressort de notre enquête auprès des agriculteurs que 83% d'entre eux ne distinguent pas clairement la différence entre l'intervention du Facilitateur en Agriculture Urbain (FAU) et de BoerenBruxselPaysans (BBP).

Le projet BBP arrivant à son terme en 2021, une réorganisation de l'accompagnement des projets sera nécessaire. Les discussions en cours indiquent que cet accompagnement serait reparti entre le FAU (sous un nouveau marché plus large), l'espace test agricole de graines de Paysans, les Guichets d'Economie Locale (GEL), la Fédération des agriculteurs et le centre d'agroécologie qui sont en cours de création. Si les travaux préparatoires aboutissent à cette forme de répartition, il semble indispensable d'organiser la coordination de ces différents acteurs et de prévoir une communication claire à l'attention des porteurs de projets afin de ne pas complexifier leur recherche de soutien.

En termes de résultats, voici quelques éléments qui sont présentés dans la synthèse des réalisations, les rapports du FAU et de BBP et notre enquête auprès des agriculteurs.

Sur les 42 projets d'agriculture urbaine recensés, 23 ont bénéficié des appels à projets (17 pleine terre et 6 hors sol). Ces 23 projets ont répondu à 1,87 appels à projets en moyenne. Certains participant une seule fois, d'autres jusqu'à quatre fois. Quatre projets ont bénéficié de la guidance du Facilitateur (tous en pleine terre). Trois projets y ont eu recours 2 fois et un projet une fois.



Entre 2018 et 2020, 153 guidances ont été effectuées par le Facilitateur. Cependant, 83% des agriculteurs que nous avons interrogés indiquent ne pas avoir eu recours au service du facilitateur et 55% des répondants ne sont pas au courant des services proposés par le FAU.

Par ailleurs, 15 personnes ont bénéficié de l'espace test, 6 ont accédé à la terre (dont 4 ne venaient pas de l'espace test) grâce à l'accompagnement de BBP. Ce qui représente un total de 19 agriculteurs sur la quarantaine actifs en Région bruxelloise.

Une fois les mesures de soutien passées en revue, nous nous sommes interrogés sur la capacité des actions à permettre effectivement le développement de l'agriculture urbaine professionnelle.

Les résultats présentés dans la synthèse des réalisations 2016-2020 indiquent que la stratégie a contribué à augmenter le nombre d'agriculteurs professionnels passant de 16 entreprises d'agriculture urbaine en 2015 à une quarantaine en 2020. Cette augmentation est remarquable puisque nous pouvons supposer que les nouveaux projets rencontrent un certain taux de sinistralité et, par conséquent, n'arrivent pas tous à terme. Pour favoriser le développement de nouveaux projets et le soutien de projets existants, des appels à projets en agriculture urbaine professionnelle durable ont été lancés chaque année. Cela a permis de subsidier 78 projets pour un montant d'un peu plus de 1.138.000 €. Cette action répond directement à la prescription qui prévoit de « soutenir financièrement le lancement des projets de production ... »¹⁵. Nous pouvons donc évaluer que ces actions de soutien ont eu un impact direct sur la structuration de projets émergents et la pérennisation de projets en cours.

Par ailleurs, l'objectif de produire à Bruxelles et dans sa périphérie 30% de la consommation des Bruxellois en fruits et légumes comprend un sous objectif de 5% à atteindre en 2020. Bien que cet objectif ait été modifié lors du bilan mi-parcours, nous avons cherché à savoir quelle avait été la progression de production. Nous n'avons pas pu identifier de chiffre précis reprenant la mesure de cette production urbaine et périurbaine au début de la stratégie et la mesure actuelle de la production en fruits et légumes. Il n'est donc pas possible d'évaluer ce sous objectif de 5%. Toutefois, la quantité produite de fruits et légumes sur le territoire bruxellois semble assez faible puisqu'elle était de l'ordre du dixième de pourcent de la demande estimée en 2018¹⁶.

Les superficies de culture ont également augmenté. Notamment, l'asbl Terre-en-vue est subventionnée par la Région et par le projet Feder BoerenBruxselPaysan (BBP) dans le cadre de sa mission qui vise à trouver des terres en Région de Bruxelles-Capitale et en périphérie bruxelloise pour y installer durablement des projets professionnels agroécologiques et en assurer le suivi.

Entre 2017 et 2020, l'analyse d'opportunités foncières et de nombreuses prises de contacts avec les propriétaires ont permis de mobiliser des terres pour l'AU à Bruxelles :

- 3.9 hectares ont été mobilisés pour des producteurs urbains professionnels à Bruxelles en 2020 (Terre-en-vue ayant obtenu un droit sur le bien, soit via une acquisition soit via un contrat de

¹⁵ Prescription 6 de la Stratégie.

¹⁶ Bilan global des réalisations Good Food de Bruxelles Economie et Emploi



location) ; 21,6 ha l'ont été en périphérie (Terre-en-vue ayant obtenu un droit sur le bien via un contrat de location) ;

- L'espace test agricole du projet BBP et le Champ du Chaudron se sont développés sur près de 4 hectares.

Malgré l'augmentation du nombre de nouveaux agriculteurs, il apparaît que les contacts avec les agriculteurs conventionnels, acteurs qui occupent la majeure partie des terres agricoles, n'ont pas pu être établis. Au-delà de quelques contacts informels, nous n'avons pas relevé d'actions visant à les inciter à changer de modes de production ou à les inclure dans la dynamique Good Food. Or, la faible disponibilité des terres indique que la priorité devrait être mise sur ces acteurs qui occupent et cultivent des terres mais pas toujours (et même rarement) inscrites dans une démarche nourricière pour les bruxellois. Un positionnement clair de la Région est nécessaire quant à la place que devrait occuper l'agriculture sur son territoire. Il serait également judicieux de mettre en place un observatoire du foncier comme le préconise le plan d'action juridique et urbanistique.

La création du centre d'agroécologie et de la fédération des agriculteurs pourraient permettre d'établir un lien avec les agriculteurs conventionnels et d'assurer une transition agroécologique de leur production.

L'accès à la terre étant identifié comme un des freins majeurs. Un soutien a été accordé à l'asbl Terre-en-vue par la Région, le projet BoerenBruxselpaysans a travaillé sur l'accès à la terre et un groupe de travail spécifique a été mis en place.

Bien que des terres aient été mises à disposition et que les accompagnements mentionnés ci-dessus soient mis en place, il ressort des questionnaires adressés aux agriculteurs et des échanges avec les organismes d'accompagnement que l'accès à la terre reste un frein majeur en raison de la faible disponibilité des terrains. En effet, 54% des agriculteurs interrogés indiquent avoir eu des problèmes d'accès à la terre. 71% des répondants précisent que les actions de la stratégie Good Food n'ont pas ou pas encore permis de trouver de solution à cette problématique. Conséquemment, nous mettons ici en évidence le fait que la cohérence de l'action relative à la mise à disposition de terres peut être remise en question si, à terme, l'accessibilité des terrains n'est pas possible en raison d'une situation structurelle. La prospection réalisée par Terre-en-vue indique qu'il reste 161 ha des terres disponibles. Si la totalité de ces terres pouvait être mobilisée dans une approche nourricière, la capacité à atteindre l'objectif des 5 % serait fortement renforcée. Ceci posé, il convient de souligner les nombreux obstacles à une telle mobilisation court/moyen terme (droits de propriété, conflits d'usage, modèle agricole, ...).

Concernant le maintien des terres au PRAS, il semble que cet objectif soit atteint puisqu'il n'y a pas eu de modifications. Pour la suite de la stratégie Good Food, il conviendra de s'interroger sur le maintien de cet objectif en l'état. Au regard de la quantité de terres nécessaires pour atteindre les objectifs d'augmentation de la production et afin de conserver une cohérence entre les différents objectifs, il semble que le nombre d'hectares de terres cultivables à inscrire au PRAS devrait être revu à la hausse. Cela permettrait également de pérenniser certaines activités agricoles puisque la quantité de terres cultivées actuellement est supérieure aux terres inscrites au PRAS (228 ha contre 232,9 ha en 2020).



Les différentes actions de Good Food ont eu un rôle structurant et de stabilisation pour les (nouveaux) projets, les répondants – qui pour rappel ont tous bénéficié d’un soutien public – indiquent à 77% que les subsides perçus ont eu un impact fort à modéré sur leur projet. Ceci posé, 50 % des agriculteurs interrogés disent ne pas avoir eu recours au service de BBP, 78% n’ont pas eu recours aux services du FAU et 83% indiquent que leur projet aurait pu être initié/perdurer sans le soutien financier de la stratégie Good Food... Nous pouvons donc contraster l’impact effectif reconnu du financement, l’impact beaucoup plus modéré concernant la dimension d’accompagnement, et le fait que l’impact semble plus avoir permis le renforcement que l’émergence proprement dite des projets. Sur ce dernier plan, il convient de souligner que les répondants à ce type de question s’approprient souvent la paternité et la responsabilité de la pérennisation de leur projet, par rapport à l’apport des interventions publiques.

En lien avec le second objectif de cet axe, il nous apparaît pertinent de poser la question des retombées sociales, économiques et environnementales du développement de l’agriculture urbaine professionnelle.

Le concept de résilience n’ayant pas été clairement défini dans la stratégie, il est complexe de déterminer les actions qui ont contribué à tendre vers celui-ci. Au-delà de la définition du concept, aucun indicateur de mesure précis n’a été attribué à cet objectif. Il n’est dès lors pas possible de se positionner quant à « l’augmentation significative » de cet objectif. Nous pouvons toutefois supposer que les actions précédemment évoquées contribuent à l’objectif de résilience et à l’augmentation de la production agricole. Il conviendra pour la suite de la stratégie de définir clairement le concept de résilience, de décliner cet objectif en actions opérationnalisables et d’y adjoindre des critères d’évaluation et des indicateurs mesurables afin d’en assurer le suivi et l’évaluation.

L’objectif de performance environnementale, économique et sociale des nouveaux projets est difficilement mesurable puisqu’ils ne sont pas assortis d’indicateurs et il n’est pas possible de mettre ces critères en regard d’actions de manière systématique. Cependant, certains résultats peuvent alimenter ces critères tels que la création d’entreprises, d’emplois, la diminution de l’impact environnemental par une augmentation de la production et de la consommation locale, un développement de la production durable, ...

En effet, le bilan mi-parcours et la synthèse des réalisations 2016-2020 mettent en évidence des réalisations qui peuvent être regroupées sous ces trois thématiques. Par exemple, la réduction du gaspillage alimentaire, l’augmentation des produits issus de l’agriculture biologique et une diminution de la consommation de viande pour les impacts environnementaux. Une augmentation du budget alloués par les Bruxellois pour les fruits et légumes frais, une conscientisation croissante de l’impact de l’alimentation sur la santé et une augmentation du nombre d’épiceries sociales qui proposent des fruits et légumes frais pour les impacts sociaux et de santé. Une augmentation du nombre d’agriculteurs et d’emplois divers créés grâce à la stratégie Good Food pour les impacts économiques.

En outre, les agriculteurs interrogés nous indiquent que leurs projets ont un impact fort sur les relations sociales et le tissu social. Les résultats sont plus mitigés concernant la mixité sociale et la diversité culturelle.



Le Facilitateur en agriculture urbaine (FAU) a été mobilisé pour la rédaction d'un référentiel durabilité reprenant des critères et indicateurs. Ceux-ci pourraient être repris pour l'ensemble de la stratégie et permettre la sélection, le suivi et l'évaluation des projets sur des bases objectives.

Les prescriptions du premier axe indiquent qu'une sensibilisation à la problématique de l'agriculture urbaine doit être faite auprès des acteurs publics et privés de l'aménagement du territoire. Nous avons évalué, ci-après, dans quelle mesure cette sensibilisation a été opérée.

Parmi les différents rôles qu'il assume, le FAU joue un rôle de promotion et de sensibilisation des acteurs publics et privés notamment via ses guidances. Il ressort des entretiens avec les administrations en charge de l'aménagement du territoire, notamment Perspective et Urban.brussels que la thématique tend à être de plus en plus connue auprès des acteurs publics mais également privés.

Toutefois, la place effectivement réservée à l'AUP dans les projets est moins évidente. Pour les acteurs publics, bien qu'il y ait une réelle réflexion pour intégrer des projets d'agriculture, un arbitrage doit être fait entre les différents besoins régionaux tels que les logements sociaux, les espaces verts ou encore les espaces récréatifs. La place ne sera donc pas systématiquement attribuée à l'agriculture même si les acteurs publics sont bien conscients des objectifs et de l'ambition de la stratégie Good Food.

Concernant les acteurs privés, les problématiques d'entretien de ces espaces sur le long terme sont évoqués.

La participation de Urban aux groupes de travail urbanistiques et juridiques a permis d'enclencher une réflexion sur la place de l'AUP. Des réflexions sont en cours pour modifier un arrêté permettant d'alléger les conditions d'aménagement des potagers sur les toits plats et l'installation de serres de culture, sur l'insertion de projets en AUP via les charges urbanistiques.

Afin de favoriser une intégration des projets en AUP à l'avenir, un plan d'action juridique et urbanistique a été élaboré par les groupes de travail. Celui-ci vise quatre projets : une réflexion sur le plan d'affectation du sol (PRAS), une ouverture du mécanisme du droit de préemption et des charges d'urbanisme et la modification de la législation sur le bail à ferme. Bien qu'il n'y ait pas encore d'effets mesurables sur ces points, la dynamique est enclenchée et devrait contribuer à l'objectif global d'augmentation de la production agricole sur le territoire de la Région.

2.1.1.6 *Efficiences*

Cette section a pour objectif de déterminer si les mesures de soutien financier et les actions d'accompagnement sont efficaces, si les performances sont bonnes au regard des coûts.



Notre lecture des actions nous conduit à nous interroger sur le coût des mesures d'accompagnement. S'il apparaît pertinent et nécessaire d'externaliser ces services en raison des besoins techniques spécifiques qu'ils comportent, la question du coût doit tout de même être analysée.

En outre, dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie, plusieurs études ont été commanditées. Ceci générant un certain coût, nous nous interrogeons sur l'utilisation de celles-ci.

Par exemple concernant l'établissement d'un arbre décisionnel (Budget de 30.000 euros), un outil pour aider les porteurs de projets à s'y retrouver dans le panel des soutiens publics, on note que 95 % des agriculteurs que nous avons pu interroger ne connaissent pas encore cet outil et que 100% d'entre eux ne l'ont jamais utilisé. S'il faut souligner le fait que cet outil est relativement récent, il convient d'en garantir la diffusion et la mobilisation par les acteurs.

Concernant les appels à projets proprement dit, le budget de près de 1.138.000 euros consacré sur cinq ans peut être mis en regard des principaux résultats que sont la création nette de 26 nouveaux projets en agriculture urbaine et la création 260 emplois en 5 ans¹⁷.

Avec un budget BBP de fonctionnement mobilisé entre 2016 et 2020 de 2.700.000 euros (part FEDER + part de co-financement), le faible nombre de personnes (relativement au budget investi) ayant pu bénéficier de l'accompagnement de BBP pose la question de l'efficacité du point de vue de l'augmentation de la production en Région bruxelloise. Quelle est la contribution de ces nouveaux acteurs à l'objectif de résilience et de couverture de la consommation des bruxellois en fruits et légumes ? Les externalités positives générées par ces projets contribuent certainement à sensibiliser et éduquer le public, à augmenter la production et diminuer l'impact environnemental des transports mais, bien que le projet BBP soit un projet pilote n'ayant pas vocation première à contribuer à l'objectif de production, le poids de la contribution productive peut être mise en question.

De plus, les fiches informatives réalisées par le FAU ne semblent pas suffisamment utilisées soit par manque de pertinence du contenu et donc de manque d'intérêt des bénéficiaires finaux soit par manque de communication de ces outils envers les bénéficiaires. Aucun agriculteur interrogé n'a eu recours à ses fiches. Nous pouvons dès lors nous interroger sur la pertinence et l'efficacité de la réalisation de ces outils s'ils ne sont pas utilisés par les bénéficiaires finaux, les agriculteurs.

Sur base des chiffres qui nous ont été communiqués, nous constatons qu'une majorité des guidances réalisées par le FAU n'ont pas été destinées aux porteurs de projets en AUP : sur les 153 demandes, une cinquantaine de demandes d'accompagnement ont été adressées par des particuliers/porteurs de projets en agriculture entrepreneuriale, et 7 guidances ont été assurées à destination de 4 agriculteurs installés. Les autres demandes sont venues d'instances publiques (près de 40%), d'acteurs académiques (4%) et d'associations (8%). Cependant, en termes de budget, les demandes adressées par les instances publiques représentent 69% du budget alloué aux guidances entre janvier 2018 et septembre 2020. Il convient dès lors de s'interroger sur cette répartition et sur la priorisation des dépenses budgétaires.

¹⁷ Synthèse des réalisations 2016-2020, p. 49.



Nous insistons sur le fait que cette analyse ne porte en rien sur la qualité du travail réalisé au niveau du FAU, il s'agit exclusivement de rapporter le budget mobilisé aux résultats et impacts observés.

2.1.1.7 Durabilité (pérennisation de l'impact)

Afin d'évaluer ce critère au niveau de l'Axe 1 de la Stratégie Good Food, nous allons tout d'abord poser la question tant de l'autonomisation financière des projets soutenus que de la capacité de ces derniers à créer des emplois durables.

L'analyse des appels à projets et le suivi des projets existants indiquent qu'au cours des 3 à 5 premières années, les agriculteurs urbains ont besoin d'un soutien afin d'assurer leur viabilité et l'amortissement des investissements de départ. Dès lors, il conviendrait sans doute d'adapter le modèle des appels à projet pour ne pas conditionner le subsidie à la création d'un nouveau projet et permettre le soutien sur une période plus longue des projets qui rencontrent les conditions d'acceptation. Par ailleurs, nous constatons que parmi les porteurs de projets ayant rentré des demandes de subsides entre 2016 et 2020, 38 d'entre eux ne l'ont fait qu'une fois. 16 acteurs ont fait 2 demandes de subsides, 4 acteurs ont rentré 3 fois un dossier, 14 acteurs ont bénéficié 2 fois de subsides et 5 en ont bénéficié 3 fois.¹⁸ Cela permet aussi donc de constater que, dans la majeure partie des cas, les besoins de soutien financier sont importants dans les débuts du projet et décroissent progressivement.

De manière générale, une réflexion est en cours sur les moyens et capacités de financement de l'agriculture (PAC, plafonds à minimis, outil structurel de financement, ...). Il nous apparaît primordial de suivre avec attention l'évolution de ces dispositifs de financement afin de construire la suite de la stratégie de manière cohérente en interne mais également de tirer le meilleur parti des mécanismes de financement externes.

L'évaluation de la durabilité nécessite de prendre en compte la capacité des projets en agriculture urbaine de concourir à la création d'emplois durables.

Le critère de durabilité de l'emploi doit être défini afin de garantir que celui-ci est bien rencontré par les nouveaux emplois créés en agriculture urbaine. Il conviendrait d'analyser chacun de ces emplois à l'aune du référentiel durabilité réalisé par le FAU (et qui doit encore être finalisé par le projet participatif Lagum) pour affirmer qu'ils sont durables ou non. Cet outil a en effet pour but d'estimer le niveau de durabilité d'un projet d'AU professionnel à un moment donné. Nous notons également qu'un premier travail d'analyse de la durabilité des emplois a été entamé par l'étude baseline de 2018. Son objectif étant de mettre en regard les emplois avec une série d'indicateurs.¹⁹ Les personnes ayant participé à l'enquête étaient invitées à évaluer la durabilité de leurs emplois sur base de neuf critères. « Il en ressort que les critères dépendant de paramètres extérieurs au projet – comme les revenus et bénéfices sociaux, la sécurité du travail ou encore les compétences et formations disponibles – retiennent les scores les moins bons. Notamment, plusieurs leviers sur lesquels la Région bruxelloise pourrait agir ont été pointés dans le cadre des enquêtes menées : un cadre légal et administratif ainsi

¹⁸ Bilan des réalisations de Bruxelles Economie et Emploi.

¹⁹ Evaluation de la production agricole primaire professionnelle en Région de Bruxelles Capitale, Laboratoire d'Agroécologie de l'ULB, 2008, p. 40-41.



que des statuts adaptés au secteur de l'agriculture urbaine professionnelle ; l'accès à des subsides (aides PAC par exemple) ; l'accès à l'information, au conseil et à des formations pour acquérir ces compétences et savoirs. »²⁰

Toutefois, nous constatons que la stratégie a contribué à amplifier et pérenniser le nombre d'emplois dans le secteur. Effectivement, nous constatons qu'en 2018 l'ensemble des producteurs d'agriculture urbaine comptabilisait 63 équivalents temps plein (ETP) exploitants une superficie de 11 ha. En 2020, cela représente 80,5 ETP sur 20 ha. Une partie de ces emplois est répartie dans des emplois saisonniers. Il faut également garder à l'esprit qu'il y a une quantité de travail bénévole qui représente une partie significative du travail effectué pour certains agriculteurs. Nous évaluons donc que la stratégie Good Food concoure bien à la création et à la stabilisation d'emplois en agriculture urbaine.

L'impact de la crise COVID-19

Afin de traiter la question de la durabilité dans le contexte actuel, nous avons également porté une attention particulière aux impacts de la crise du COVID-19 sur le développement de l'agriculture urbaine en Région de Bruxelles-capitale et sur les capacités de réaction de la stratégie.

Il ressort des études qui ont été menées que tous les agriculteurs n'ont pas été impactés de la même manière. Les agriculteurs qui font de la vente en circuit court ont vu leurs ventes progresser alors que les agriculteurs qui travaillent avec l'Horeca ou la grande distribution se sont retrouvés dans l'incapacité d'écouler leur production.

Une prime spécifique de soutien pendant la période COVID a été mise en place par BEE. Sur les 30 à 40 acteurs connus par l'administration, 13 ont eu recours à la prime. Il convient de souligner positivement cette capacité de réaction efficace de la part des institutions qui ont pu rapidement proposer des mesures de soutien complémentaires aux agriculteurs.

²⁰ Idem



2.1.2 Production non commerciale – autoproduction citoyenne

2.1.2.1 Contextualisation

L'objectif principal est « l'augmentation de l'autoproduction alimentaire durable via la mise en capacité des citoyens, individuellement (jardin, balcon, toiture, ...) ou collectivement avec un aspect social fort (contrat de Quartier Durable, parcelles collectives, écoles, terrains communaux, ...) pour le développement de projets diversifiés et nourriciers, valorisés dans leurs dimensions sociales, environnementales, pédagogiques.

L'autoproduction contribue à :

- L'adoption de comportements alimentaires plus durables ;
- La résilience de la ville ;
- La réduction des impacts environnementaux de la consommation ;
- La création de liens sociaux et au bien-être des bruxellois. »²¹

Cet objectif général se décline en trois objectifs chiffrés à atteindre pour 2020 :

- Doubler la surface des zones potagères dans les espaces verts régionaux gérés par Bruxelles Environnement pour atteindre 5 ha.
- Passer de 22% (en 2011) à 30% des ménages qui produisent une partie de leur alimentation.
- Maintenir la surface de 88 ha de sites potagers collectifs et familiaux (surface de 2013).

Afin d'atteindre ces trois objectifs, 9 prescriptions/actions sont déclinées.

2.1.2.2 Pertinence

Afin d'analyser la pertinence de la deuxième action de la stratégie qui vise la promotion de l'autoproduction durable, nous posons la question de la pertinence et la cohérence des actions mises en œuvre par rapport aux attentes des bénéficiaires, les citoyens.

L'analyse du contenu de l'objectif principal met en évidence les critères suivants : mise en capacité des citoyens, développer des projets diversifiés et nourriciers à dimensions sociales, environnementales et pédagogiques.

Ceci nous amène à distinguer deux sous-objectifs majeurs pour la partie « promotion de l'autoproduction durable » :

- Le développement d'une culture alimentaire
- L'augmentation de la capacité de production

La stratégie énonce les bienfaits des activités que comprend le développement de cette culture alimentaire : lieux de convivialités, de loisirs favorisant le vivre ensemble, etc. Bien qu'il apparaisse pertinent de travailler à l'amélioration de ces thématiques, nous n'avons pas explicitement relevé, au sein de la stratégie initiale, d'analyses qui identifieraient précisément les besoins de la Région

²¹ Stratégie Good Food « vers un système alimentaire durable en Région de Bruxelles-Capitale » p. 40.



bruxelloise. Par exemple, un inventaire des espaces de loisirs, un éventuel constat d'un déficit de lieux de convivialité, ...

L'autre sous-objectif qui ressort est la capacité d'autoproduction des habitants. Une enquête de 2011 relève que 22% des bruxellois cultivent et que 24% des personnes interrogées qui ne cultivent pas ont déjà pensé à le faire²². De nouvelles enquêtes menées en 2016 et 2018²³ ont relevé des chiffres moins élevés et en légère régression, passant de 18% en 2016 à 15% en 2018 de la population qui indiquent produire une partie de son alimentation. Cela indique une marge de progression importante sur ce plan au sein de la population bruxelloise. Ces études identifient les freins au passage à l'action : le manque de temps et d'espace. Par ailleurs, les constats présents dans la stratégie initiale nous renseignent sur le manque de disponibilité de terrains et l'augmentation de la demande d'occupation de parcelles potagères gérées par Bruxelles Environnement.

Ceci nous conduit à évaluer comme pertinente la mise en place des actions favorisant l'agrandissement des espaces de culture et le développement de formations à l'attention des habitants pouvant faciliter leur passage à l'action.

Bien qu'il apparaisse pertinent de viser une augmentation pour ces deux objectifs, nous n'identifions pas les raisons qui amènent à fixer le seuil de 8% de progression des ménages qui produisent et le doublement des surfaces potagères.

Par ailleurs, le choix des indicateurs de l'autoproduction pose question. En effet, les chiffres précédemment énoncés font référence à un taux de participation. Or, l'objectif principal vise l'augmentation de la production. Nous assimilons les indicateurs ci-dessus davantage à l'axe culture alimentaire. Encore une fois, nous insistons sur la nécessité de joindre des critères et indicateurs pertinents, mesurables aux objectifs.

Nous constatons également dans l'état des lieux présenté dans la stratégie que les actions existantes préalablement à la stratégie Good Food et soutenues par Bruxelles Environnement rencontraient un franc succès (helpdesk, formation des maitres-maraichers, distribution de kits de démarrage, etc.). La stratégie s'inscrit donc dans une forme de continuité de l'action basée sur un retour d'expérience positif.

Le premier objectif qui vise le doublement de la surface de potagers contribue directement à l'objectif général de la stratégie qu'est la résilience de la ville. Comme nous l'avons indiqué plus avant, cet objectif de résilience est appuyé par l'étude de la FAO mettant en évidence la nécessité de produire davantage. Si la nécessité d'assurer la production sur le territoire de la Région n'a pas été clairement mise en évidence dans la stratégie, il ressort toutefois que cela permet de développer des projets éducatifs, d'avoir un impact positif sur l'environnement et sur les relations sociales par la mise en œuvre de projets collectifs.

²² Les maraîchages urbains, écologiques: freins, leviers à la réalisation et état des lieux, Dedicated Research, mai 2011

²³ *Sondage d'évaluation à mi-parcours de la stratégie auprès de la population en Région de Bruxelles-Capitale*, Avril 2018, SONECOM, p. 47.



Les constats présents dans la stratégie initiale indiquent également que seuls 23 ha des 88 ha de potagers sont inscrits en zones vertes. Le risque que les 65 ha restants disparaissent est accru. Il nous apparaît dès lors pertinent de fixer un objectif de maintien de ces espaces.

Lorsque nous analysons plus spécifiquement les neuf prescriptions dans la stratégie initiale, cinq visent l'augmentation de la production des ménages, cinq concourent à doubler la surface des zones potagères et une vise le maintien des sites potagers. Nous constatons une certaine cohérence des prescriptions/actions vis-à-vis des objectifs et nous ne percevons pas d'actions contradictoires.

Il nous semble important de relever qu'aucune prescription/action ne vise la diversité des publics touchés par l'autoproduction. La stratégie initiale ne comporte pas d'étude qui identifie les publics qui adhèrent déjà à l'objectif.

Le sondage réalisé en 2020 révèle que l'autoproduction s'adresse plutôt à un public favorisé, des catégories sociales supérieures et des habitants du Nord-Ouest et du Nord-Est de la Région. Il conviendrait pour la suite de la stratégie de renforcer certaines actions déjà en place (notamment les potagers sociaux) mais aussi de développer de nouvelles des actions qui permettraient de toucher un public plus diversifié sur l'ensemble du territoire de la Région.

2.1.2.3 Efficacité

Dans cette section, nous nous interrogeons sur la capacité des actions à favoriser effectivement le développement de l'autoproduction.

Sur les neuf prescriptions que comprend la stratégie, deux sont en cours, six sont réalisées et récurrentes et une a été partiellement réalisée.

L'objectif qui consiste à doubler la superficie de sites potagers pour atteindre 5 ha n'est pas rencontré.

En effet, la superficie nette d'espaces potagers en 2018 est de 3,42 ha. Nous notons toutefois une progression de 1,12 ha nets entre 2015 et 2018. Durant la période de 2018 à 2020, aucun nouveau projet n'a vu le jour en raison de la pression sur le foncier²⁴. Les demandes d'espaces potagers auprès de Bruxelles Environnement ont explosé en 2020, ce qui renforce la pertinence de l'objectif d'acquisition de surfaces potagères.

Concernant l'augmentation des ménages qui réalisent de l'autoproduction, le sondage réalisé en 2020 démontre que 60% des Bruxellois ou un membre de leur famille cultivent des plantes aromatiques, des fruits ou des légumes (49% cultivent des plantes aromatiques ; 40% cultivent des fruits ou des légumes ; 34% des légumes et 29% des fruits)²⁵. Par rapport aux chiffres issus des enquêtes de 2011-2016-2018, on constate donc une différence positive très importante, celle-ci s'expliquant notamment par l'évolution dans le mode de questionnement, ce afin de s'aligner sur les pratiques internationales sur ce plan. La question porte donc à présent sur les pratiques du ménage et non individuels. Si nous pouvons très certainement percevoir une augmentation, le taux d'augmentation ne peut donc être

²⁴ Synthèse des réalisations 2016-2020

²⁵ Sondage AQRATE 2020.



directement comparé aux chiffres précédemment établis. Les kits de graines, les ateliers cultiver en ville et le réseau des Maîtres Maraîchers rencontrent un franc succès et touchent de plus en plus de public. Nous pouvons donc raisonnablement supposer que ceux-ci contribuent à l'augmentation de l'autoproduction et au développement de la culture alimentaire par la sensibilisation des citoyens.

L'objectif de préservation de 88 ha de potagers collectifs et familiaux n'est pas atteint.

La superficie relevée lors d'une étude de 2018 indique que ces potagers couvrent 79 ha. Il y a donc une légère perte de superficie expliquée par la disparition de certains sites non compensés par la création de nouveaux espaces potagers.

2.1.2.4 Durabilité (pérennisation de l'impact)

Nous évaluons ici la capacité des projets et pratiques mis en œuvre à perdurer.

Comme nous l'avons déjà évoqué dans la partie relative à l'agriculture urbaine professionnelle, la notion de durabilité devrait être définie et accompagnée de critères permettant d'assurer la sélection, le suivi et l'évaluation des projets.

Nous pouvons toutefois relever le fait qu'une partie des actions/prescriptions s'inscrivent dans la continuité d'actions qui existaient préalablement à la stratégie. Ceci indique qu'elles rencontrent un certain succès et s'inscrivent dans la durée.

Concernant la durabilité des projets, , on peut notamment souligner que les potagers/projets de production collectifs ayant reçu un soutien entre 2016 et 2020 restent actifs dans 90% des cas.



2.1.3 Cantines

2.1.3.1 Contextualisation

Une des priorités en lien avec l'accompagnement de la transition de la demande pour tous, et ce prioritairement dès le plus jeune âge, s'appuie sur des cantines (plus) durables.

Au sein de l'Axe 2 de la Stratégie qui ambitionne d'Accompagner la relocalisation et la transition d'une offre plus durable pour tous, l'Action 2 porte sur le fait d'Accélérer la transition des cantines et des restaurants vers une offre plus durable.

Vu notamment l'importance des repas servis dans les cuisines collectives bruxelloises et le pourcentage élevé d'enfants scolarisés qui mangent à la cantine de leur école, il s'agit d'un levier considérable de la transition du système alimentaire.

2.1.3.2 Objectifs initiaux

L'objectif de la transition des cantines vers une offre plus durable vise à modifier les modes de consommation dans les cantines en :

- Augmentant le nombre de cantines impliquées dans une dynamique d'alimentation durable (veggie, bio, labellisé good food, lutte contre le gaspillage, ...)
- Augmentant l'offre de repas durables dans les cantines (propose des alternatives aux protéines animales, des menus cuisinés avec des produits locaux, de saison, ...)

Concernant les objectifs chiffrés sur ce plan pour 2020, la Stratégie en listait 5, à savoir :

- 100% de cantines publiques et 50% de cantines scolaires proposent au moins un menu végétarien par semaine ;
- 40 cantines publiques sont reconnues dans le système de reconnaissance Good Food ;
- 50% des cantines publiques utilisent au moins 5 ingrédients biologiques par mois ;
- 100% des cantines publiques intègrent un ou plusieurs critères de durabilité (veggie, produits de saison, mesures contre le gaspillage...) dans leurs marchés publics relatifs à la gestion de leur cantine ;
- Réduction du grammage de viande de 30% en moyenne par repas dans les cantines qui ont suivi l'accompagnement cantines durables (hors cantines scolaires).

2.1.3.3 Efficacité

Atteinte des résultats

Pour répondre à la question évaluative relative à l'atteinte des objectifs, nous proposons en premier lieu d'aborder la **labellisation**.

L'objectif à atteindre en 2020 avait été initialement fixé à 40 cantines publiques reconnues dans le système de reconnaissance Good Food.



En octobre 2018, 35 cantines étaient labellisées, en précisant qu'il s'agissait majoritairement de crèches et de cantines d'entreprises. Seules deux cantines scolaires étaient labellisées à ce stade. Sur ce dernier plan, un ciblage devait permettre de mieux impliquer ce type de cantines.

Sur base de ce bilan 2018, la décision a alors été prise de revoir l'objectif sur deux plans :

- Le relever en passant de 40 à 150 cantines reconnues Good Food ;
- L'élargir à toutes les cantines et pas uniquement aux cantines publiques.

En octobre 2020, le résultat effectif est de 53 cantines labellisées dont 13 sont des cantines publiques.

L'ensemble de ces éléments posés, il convient de souligner le fait que :

- l'objectif initial de 40 cantines publiques labellisées n'est donc atteint qu'à hauteur de 33% ;
- l'objectif tel que revu en 2018 n'est quant à lui atteint qu'à hauteur de 35%.

S'il convient de distinguer le nombre de cantines en valeur absolue et leur poids en nombre de repas servis, il convient toutefois également de mettre ce résultat de 53 cantines labellisées en regard de la population totale de cantines en Région de Bruxelles-Capitale.

On note ainsi que l'AFSCA en recense 1.657. Le résultat de 53 cantines labellisées représente donc 3,2% du total des cantines.

Concernant **l'intégration de menus végétariens**, ceux-ci sont proposés dans 82%²⁶ des cantines bruxelloises, ce de façon quotidienne pour 25% d'entre elles, de façon régulière pour 36% et parfois pour 22%.

Au niveau des cantines scolaires, ce pourcentage total de cantines proposant des menus végétariens est de 90%²⁷, ce de façon quotidienne pour 36% d'entre elles, de façon régulière pour 31% et parfois pour 24%. On notera encore que la proposition d'alternatives végétariennes est exigée dans 65% des cantines scolaires ayant recours à un fournisseur externe.

Pour rappel, l'objectif initial de la stratégie était d'atteindre 100% de cantines publiques et 50% de cantines scolaires proposant au moins un menu végétarien par semaine. Comme nous l'avons remarqué sur l'approche relative à la labellisation, le focus particulier sur les cantines publiques a évolué pour une approche plus englobante des cantines dans son ensemble.

Si l'indicateur se centrait sur une fréquence hebdomadaire de proposition d'un menu végétarien, cette notion n'apparaît pas spécifiquement dans les résultats de l'enquête menée. Nous proposons donc d'additionner les pourcentages de cantines proposant un menu/plat végétarien de façon quotidienne/régulière. La performance est dès lors la suivante :

- 61% des cantines bruxelloises (tout type confondu) proposent une alternative végétarienne de façon quotidienne/régulière

²⁶ *Etat des lieux des cantines bruxelloises en matière d'alimentation durable et l'impact de la stratégie Good Food*, SONECOM, 30 octobre 2020, p 13.

²⁷ Op. cit., p 16.



- 67% des cantines scolaires bruxelloises proposent une alternative végétarienne de façon quotidienne/régulière.

Le graphique ci-après permet de caractériser les pratiques selon les différents types de cantines. On constate que les cantines scolaires tirent fortement la moyenne vers le haut vu qu'il s'agit du seul type de cantine avec un résultat supérieur au résultat pour l'ensemble des cantines.

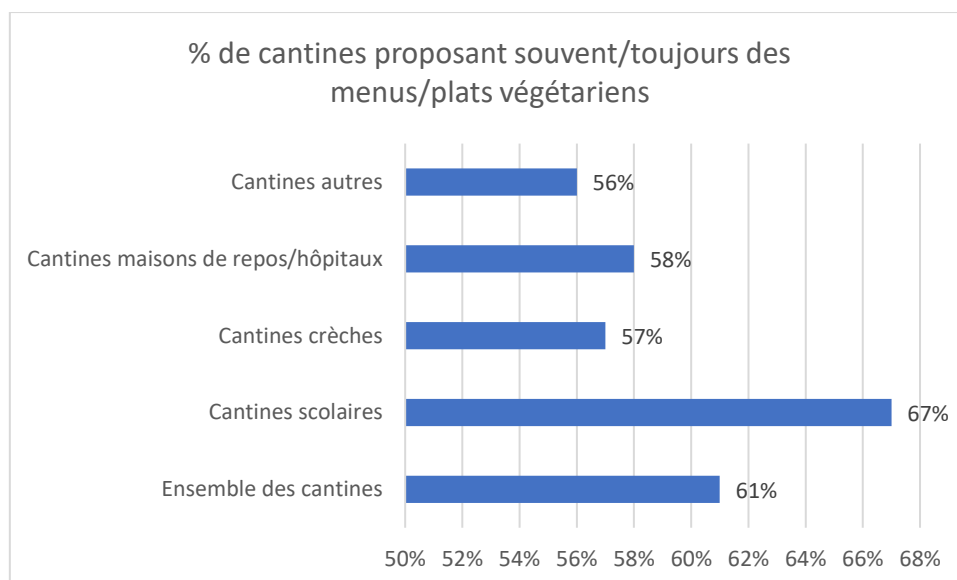


Figure 7 Cantines proposant souvent/toujours des menus/plats végétariens – Etude SONECOM – Octobre 2020

Au niveau des exigences envers leurs fournisseurs, 61% des cantines bruxelloises exigent une alternative végétarienne. Avec 65%, les cantines scolaires sont parmi les plus exigeantes sur ce plan.

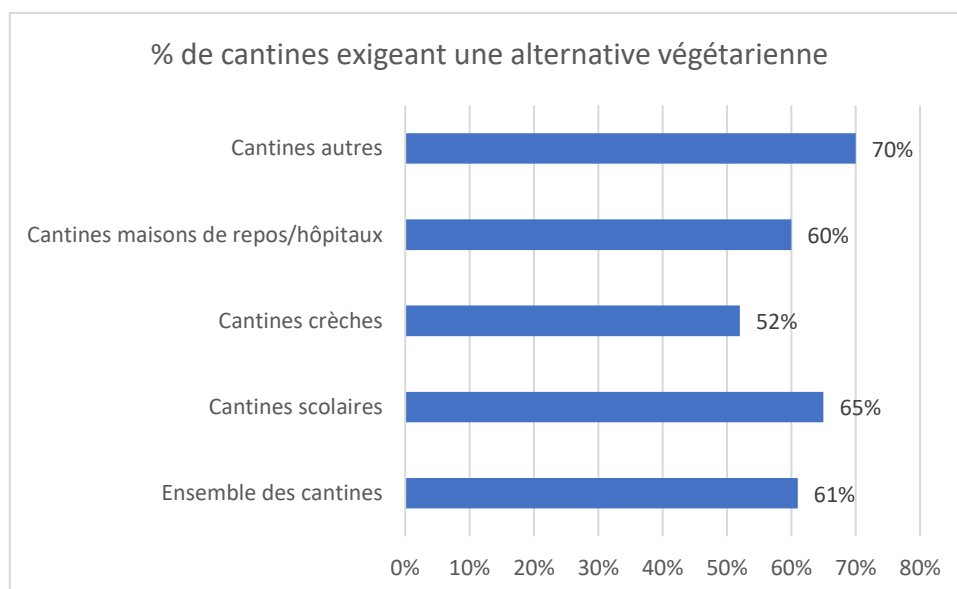


Figure 8 Exigences des cantines concernant une alternative végétarienne – Etude SONECOM – Octobre 2020



Concernant les **produits issus de l'agriculture biologique** de façon spécifique, on constate que ceux-ci sont proposés dans 83%²⁸ des cantines bruxelloises, ce de façon quotidienne pour 13% d'entre elles, de façon régulière pour 26% et parfois pour 44%.

Au niveau des cantines scolaires, ce pourcentage total de cantines utilisant des produits bios est de 82%²⁹, ce de façon quotidienne pour 19% d'entre elles, de façon régulière pour 19% et parfois pour 44%.

Au niveau des crèches, ce pourcentage total de cantines utilisant des produits bios est de 86%³⁰, ce de façon quotidienne pour 16% d'entre elles, de façon régulière pour 35% et parfois pour 35%.

Concernant les exigences quant à la fourniture de produits bios dans les contrats : on note que 46% de l'ensemble des cantines l'exigent. Par ordre décroissant, ce sont les cantines des crèches qui performant le mieux avec 52% et tirent la moyenne globale vers le haut, suivies des cantines scolaires avec 47%, des autres types de cantines à 40%. Seulement 33% des cantines des maisons de repos et hôpitaux l'exigent.

En lien avec l'objectif de 50% des cantines publiques utilisant au moins 5 ingrédients biologiques par mois, nous pouvons indiquer que :

- 39% des cantines bruxelloises (tout type confondu) proposent de façon quotidienne/régulière des produits bios
- 38% des cantines scolaires proposent de façon quotidienne/régulière des produits bios

Le graphique ci-après permet une nouvelle fois de caractériser les pratiques selon les différents types de cantines³¹. On constate ici que ce sont les cantines des crèches qui tirent la moyenne vers le haut vu qu'il s'agit du seul type de cantine avec un résultat supérieur au résultat pour l'ensemble des cantines.

²⁸ Op cit., p 13.

²⁹ Op. cit., p 16.

³⁰ Op. cit., p 19.

³¹ Op. cit., pp 16-23.

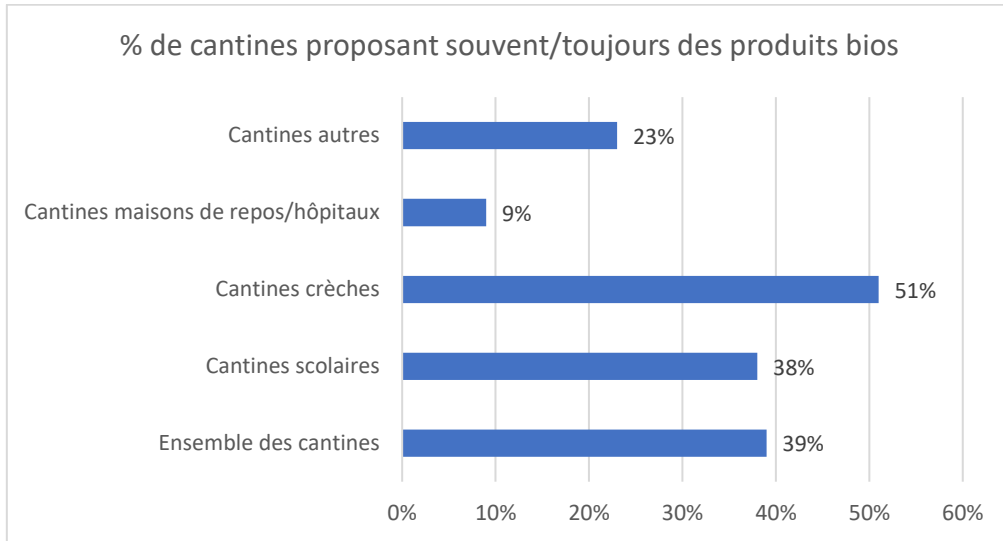


Figure 9 Cantines proposant souvent/toujours des produits bios – Etude SONECOM – Octobre 2020

Vu que l'indicateur portait sur l'utilisation mensuelle de produits bios, il semble opportun également d'analyser les résultats en ajoutant les cantines qui proposent « parfois » des produits bios.

On constate alors, à la lecture du graphique ci-après, que la situation s'équilibre entre les différents types de cantines.

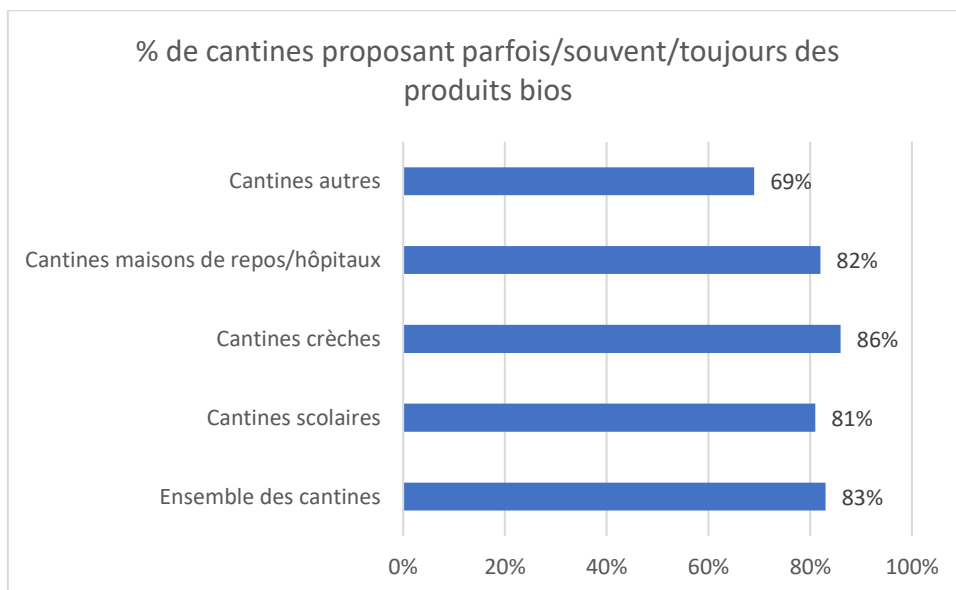


Figure 10 Cantines proposant parfois/souvent/toujours des produits bios – Etude SONECOM – Octobre 2020

Concernant l'intégration d'un ou plusieurs critères de durabilité (veggie, produits de saison, mesures contre le gaspillage...), il convient à nouveau d'analyser tant les pratiques quant aux produits proposés qu'aux exigences prévues pour les fournisseurs.



Outre la dimension végétarienne et les produits bios déjà analysés plus haut, nous reprenons la caractérisation des différents types de cantines bruxelloises sur les trois aliments durables suivants :

- Produits d'origine locale
- Produits de saison
- Produits issus de la pêche/élevage durable

Pour chaque aliment, nous avons établi un même graphique comparatif entre les types de cantines.

Concernant les produits de saison, 84% des cantines bruxelloises indiquent en proposer souvent/toujours. Sur ce plan, les cantines scolaires sont les moins performantes avec 74%.

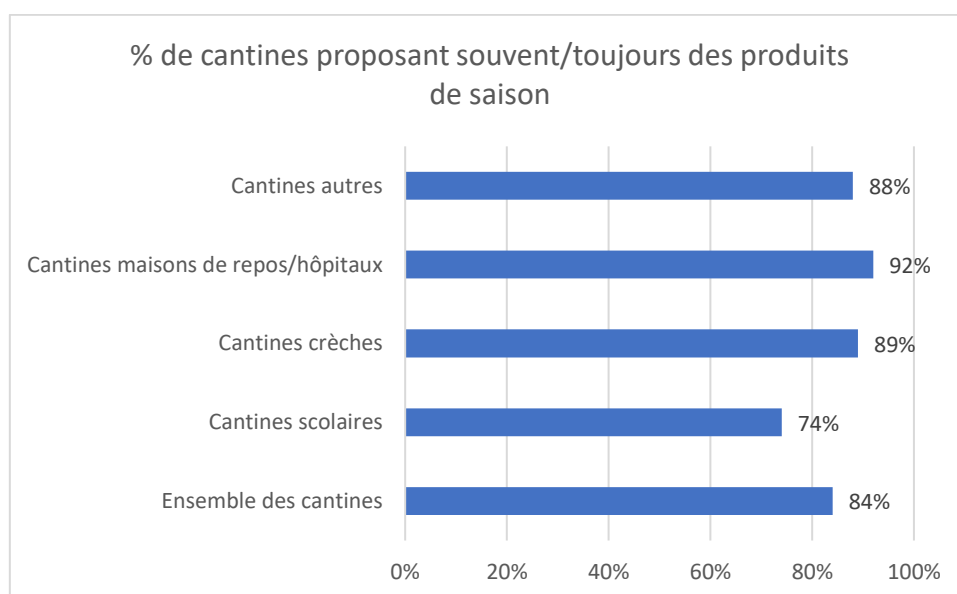


Figure 7 Cantines proposant souvent/toujours des produits de saison – Etude SONECOM – Octobre 2020

Au niveau des produits d'origine locale, 42% des cantines bruxelloises indiquent en proposer souvent/toujours. Avec 53%, ce sont les cantines des crèches qui sont les plus performantes, les cantines scolaires obtenant le même résultat que l'ensemble des cantines.

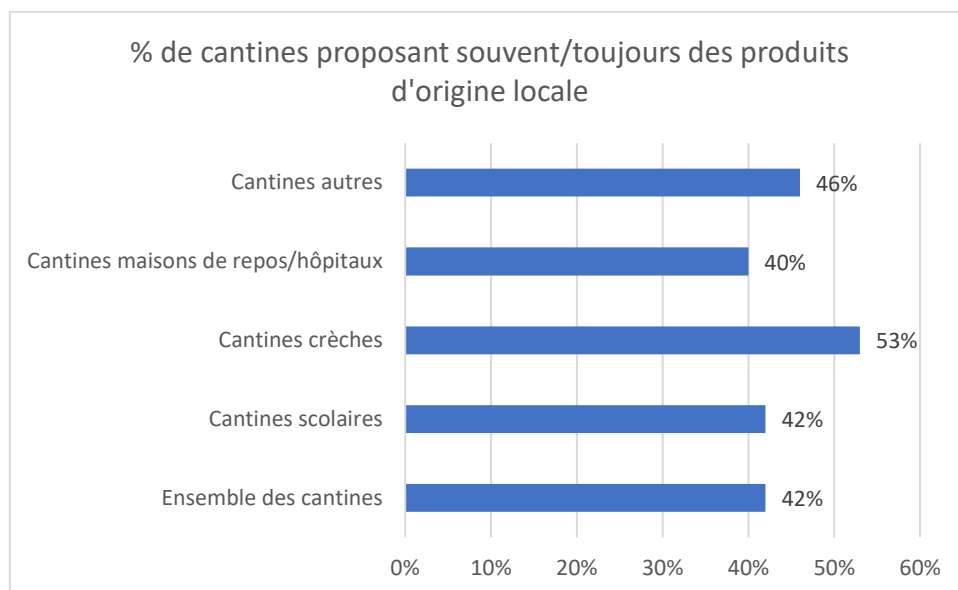


Figure 11 Cantines proposant souvent/toujours des produits d'origine locale – Etude SONECOM – Octobre 2020

Pour ce qui concerne les produits issus de la pêche, de l'élevage durable, 54% des cantines bruxelloises indiquent en proposer souvent/toujours, avec des différences importantes entre les cantines des maisons de repos et hôpitaux qui ne sont que 36% et les autres types de cantines qui sont quant à elles 67%.

Comme pour les produits de saisons, notons encore que les cantines scolaires performant moins bien que l'ensemble des cantines.

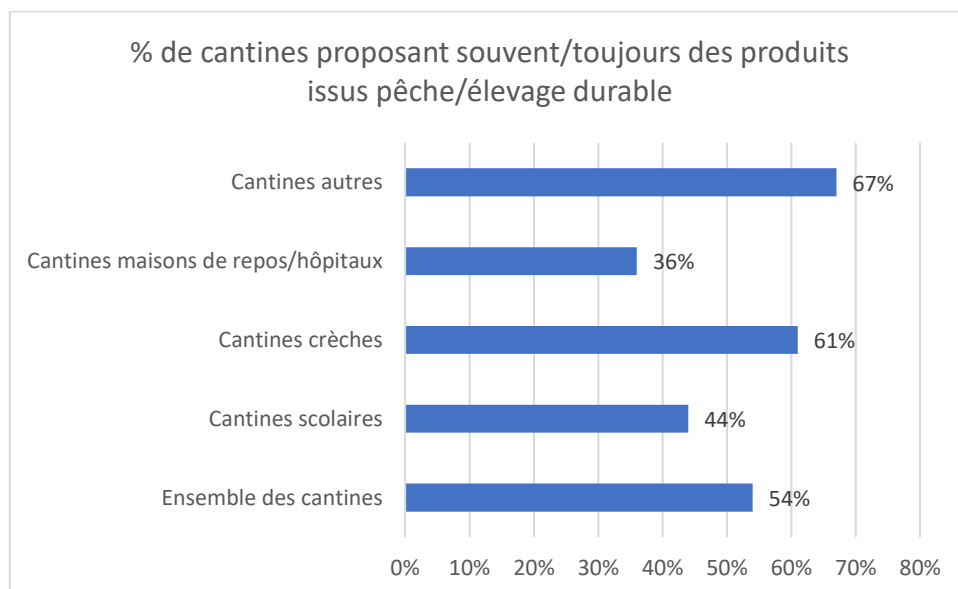


Figure 12 Cantines proposant souvent/toujours des produits issus pêche/élevage durable – Etude SONECOM – Octobre 2020



Concernant l'utilisation de clauses dans les contrats passés par les cantines qui ont un contrat de fourniture de repas, on peut noter, de façon globale, que 62% des cantines bruxelloises indiquent appliquer des critères Good Food dans leur cahier des charges et 38% utilisent le cahier des charges de Bruxelles Environnement comme référence dans la rédaction de leur cahier des charges.

Par ailleurs, l'étude réalisée auprès des différents types de cantines a permis de caractériser les pratiques sur les impositions spécifiques suivantes :

- L'utilisation de produits de saisons
- L'origine locale de produits
- La lutte contre le gaspillage
- La réduction du grammage de viande par plat

Concernant l'exigence de l'utilisation de produits de saison, les cantines bruxelloises l'exigent pour 67% d'entre elles. On observe un différentiel important entre les cantines scolaires qui ne sont que 55% à l'exiger et les cantines de maisons de repos et d'hôpitaux qui sont quant à elles 80% à l'exiger.

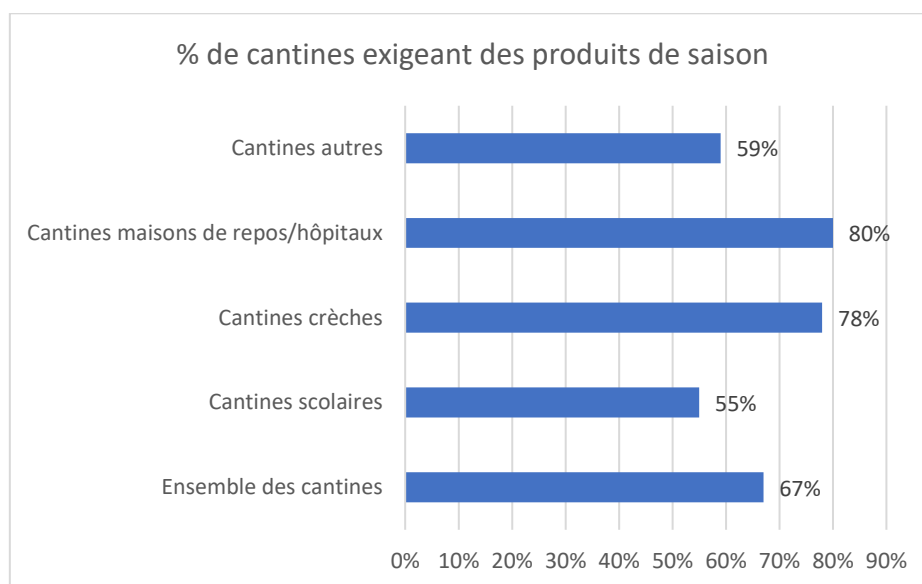


Figure 13 Cantines exigeant des produits de saison – Etude SONECOM – Octobre 2020

Au niveau de l'origine locale des produits, 36% des cantines bruxelloises l'exigent, avec des niveaux relativement comparables selon le type de cantine (différentiel de 8% entre les cantines autres les plus exigeantes et les cantines de maisons de repos/hôpitaux les moins exigeantes sur ce plan).

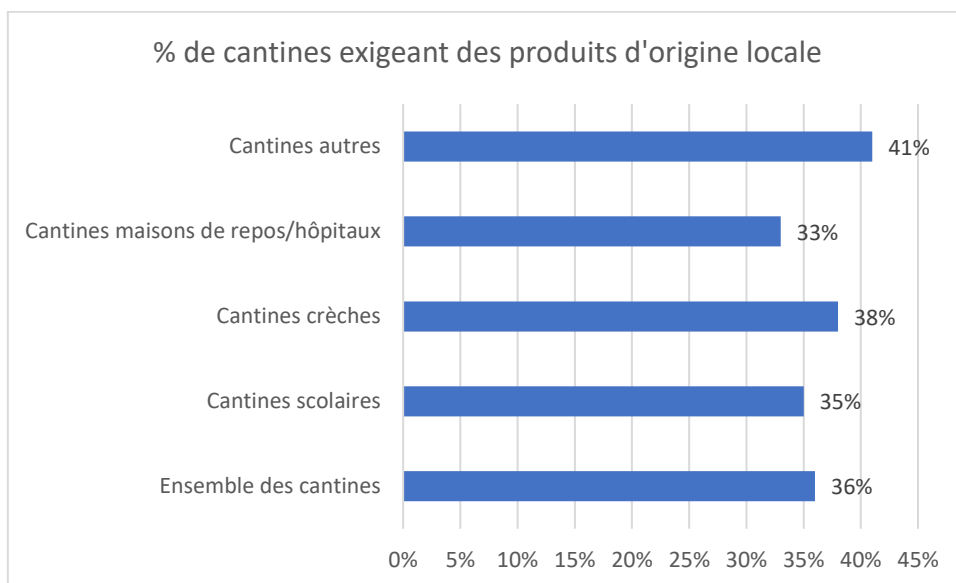


Figure 14 Cantines exigeant des produits d'origine locale – Etude SONECOM – Octobre 2020

Concernant les mesures de lutte contre le gaspillage, un peu plus de la moitié (52%) des cantines bruxelloises l'exigent. Les cantines scolaires semblent être les moins exigeantes (40%) et les autres types de cantines les plus exigeantes (69%).

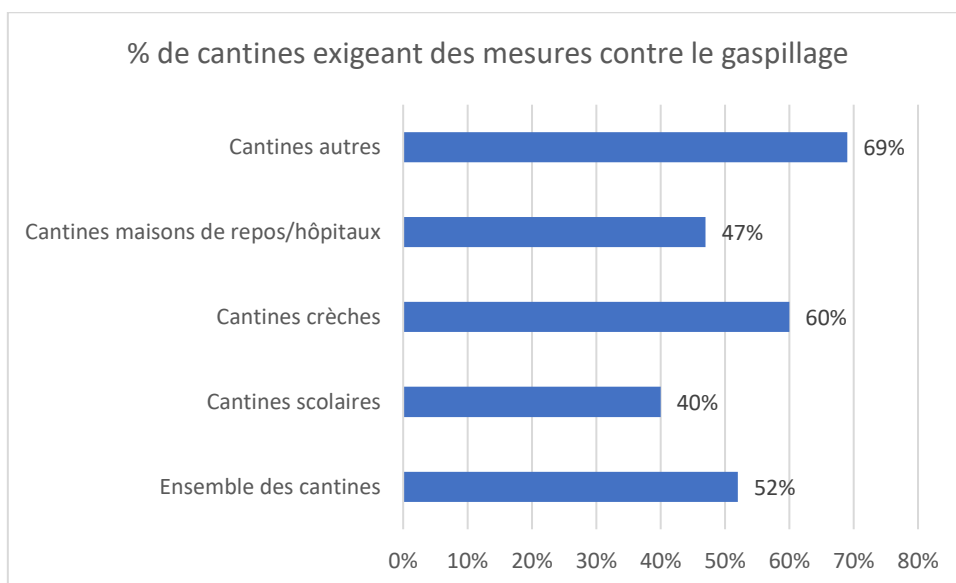


Figure 15 Cantines exigeant des mesures contre le gaspillage – Etude SONECOM – Octobre 2020

Toujours au niveau du gaspillage alimentaire, notons encore que 10% des cantines – auxquels on pourrait ajouter en tout ou partie les 12% répondant *qu'ils ne savent pas* – indique, via l'enquête³², n'avoir mis en place aucune mesure sur ce plan. On soulignera encore que ce pourcentage indiquant n'avoir mis en place aucune mesure sur le plan du gaspillage monte à 15% pour les cantines scolaires.

³² Op. cit., p 13



Enfin, pour ce qui concerne la réduction du grammage de viande/plat, il s'agit, après l'exigence de produits d'origine locale, de l'exigence la moins répandue avec 43% de cantines qui l'exigent. Les cantines scolaires sont de nouveau les moins exigeantes avec 39%.

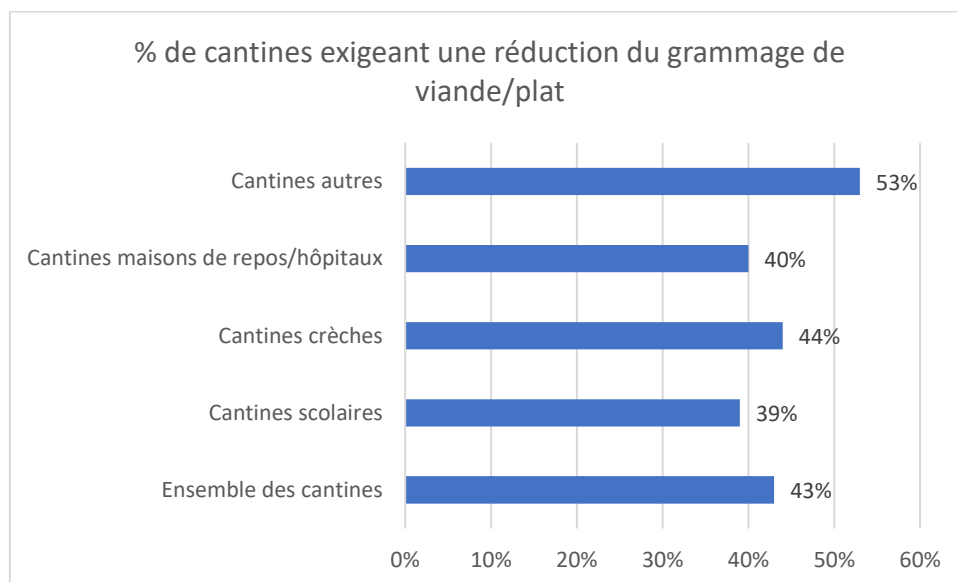


Figure 16 Cantines exigeant une réduction du grammage de viande/plat – Etude SONECOM – Octobre 2020

Nous pouvons également réaliser une lecture transversale. A l'exception de l'exigence relative à la proposition d'alternatives végétariennes vue plus haut, on constate ainsi que le pourcentage obtenu par les cantines scolaires est globalement inférieur à celui pour l'ensemble des cantines, même si souvent de façon relativement limité.

Contrairement aux cantines scolaires, on identifie, au niveau des cantines des crèches, un niveau d'exigence plus élevé à l'égard de leurs fournisseurs, ce à l'exception de la proposition d'alternatives végétariennes vue plus haut.

Vu l'ensemble des éléments ainsi établis, il est à présent possible d'aborder la question de la rencontre de l'objectif relatif au fait que 100% des cantines publiques intègrent un ou plusieurs critères de durabilité (veggie, produits de saison, mesures contre le gaspillage...) dans leurs marchés publics relatifs à la gestion de leur cantine, la présentation des résultats révèle des situations très différentes selon tel ou tel critère. Pour reprendre en synthèse les chiffres pour l'ensemble des cantines au niveau de chaque dimension :

- Une alternative végétarienne (61%)
- L'utilisation de produits de saisons (67%)
- L'origine locale de produits (36%)
- La lutte contre le gaspillage (52%)
- La réduction du grammage de viande par plat (43%)

Vu ces résultats globaux et les résultats plus spécifiques obtenus notamment au niveau des écoles, il semble qu'il subsiste donc encore des marges de progression importantes sur différents critères.



Evolution des pratiques au sein des cantines

Avant d'aborder cette question évaluative de façon concrète, il semble opportun de poser ici la question de l'évolution des pratiques de façon plus large. Si la plupart des objectifs chiffrés portaient sur des valeurs cibles, l'objectif relatif au grammage de viande/plat portait quant à lui sur une notion de trajectoire : une diminution de 30%.

Vu l'ensemble du matériau établi dans le cadre des différentes études/évaluations, nous disposons à présent d'une photographie détaillée quant aux pratiques des cantines. Il s'agira d'être en capacité, en lien avec les (nouveaux) objectifs (actualisés), de préserver ce capital permettant d'observer effectivement les évolutions dans le temps. Car, si via l'enquête réalisée nous disposons en effet de chiffres quant à la caractérisation des pratiques actuelles, nous ne disposons pas d'une même photographie au démarrage de la stratégie. Il n'est donc pas possible, de façon systématique et exhaustive, de contraster les évolutions quant aux pratiques.

A titre exemplatif, une analyse a toutefois pu être réalisée pour ce qui concerne les écoles. Nous avons en effet comparé les résultats de l'étude réalisée en 2018 pour l'ensemble des cantines scolaires avec ceux collectés lors de la dernière enquête en 2020.

Il convient de préciser qu'il y a une légère évolution quant aux questions posées :

- En 2018, la question était de savoir si les écoles *portaient une attention particulière aux aspects suivants...*
- En 2020, la question était de caractériser ce que l'école proposait effectivement.

Contrairement aux chiffres présentés ci-avant, nous reprenons ici également les réponses « parfois » en plus de « souvent » et « tous les jours ». On constate une évolution fortement positive concernant les pratiques relatives :

- aux produits bios (+21% de cantines scolaires en proposant parfois/souvent/toujours en 2020 par rapport à 2018)
- aux produits d'origine locale (+25% de cantines scolaires en proposant parfois/souvent/toujours en 2020 par rapport à 2018).

Concernant les produits de saison, on constate une légère diminution mais en partant d'un niveau très élevé.

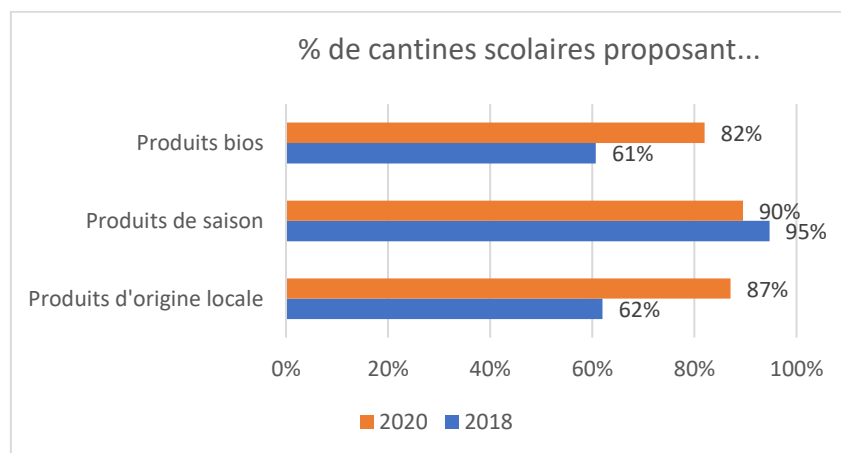


Figure 17 Comparaison des pratiques des cantines scolaires entre 2018-2020 – Enquêtes SONECOM 2016-2018.

Nous revenons à présent sur la question de l'évolution des pratiques de façon plus globale.

Une évaluation de l'impact de la labellisation sur l'évolution des pratiques a été réalisée en 2020 sur toutes les cantines labélisées depuis 2017.

Cette évaluation démontre une amélioration des pratiques pour toutes les dimensions de la Good Food. On constate en moyenne que :

- l'offre de légumes de saison a augmenté de 10%
- le grammage de viande a diminué de 8%
- l'offre de plats végétariens a augmenté de 25% et leurs consommation a augmenté de plus de 80%,
- la proportion de produits bio a augmenté de 112%,
- le gaspillage alimentaire a diminué de 29%

S'il faut saluer cette amélioration – parfois très importante – des pratiques sur toutes ces dimensions, il faut toutefois constater que l'objectif initial de réduction du grammage de viande de 30% en moyenne par repas dans les cantines qui ont suivi l'accompagnement cantines durables n'est ici pas atteint. L'amélioration effectivement atteinte doit sans doute conduire à analyser l'équilibre entre ambition et réalisme quant à la cible de 30% définie.

De plus, il convient de pouvoir contraster la situation entre les cantines labélisées et celles qui ne le sont pas. A la lecture du premier graphique ci-après³³, on constate que, pour chaque dimension, les cantines labélisées sont plus performantes que les cantines non-labélisées, ce à une exception près concernant les produits de saison. Notons toutefois sur ce dernier plan, que la performance est élevée pour l'ensemble des cantines et que la différence est minime : les cantines non-labélisées indiquent en proposer pour 83,9% d'entre elles contre 83,3% des cantines labélisées.

³³ Ces deux graphiques ont été établis sur base des chiffres repris dans le *document Etat des lieux des cantines bruxelloises – Note complémentaire* produit par SONECOM dans le cadre de son étude de novembre 2020

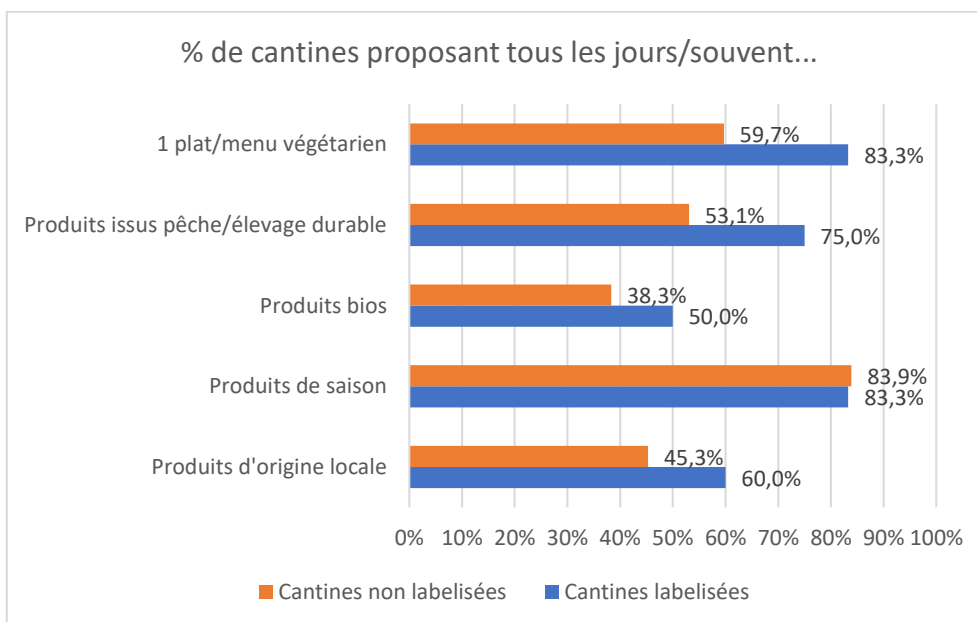


Figure 18 Cantines proposant des produits en lien avec une alimentation durable – Etude SONECOM – Octobre 2020

Il est également intéressant de noter les dimensions pour lesquelles le différentiel entre les cantines labellisées et non-labellisées est le plus important. Par ordre décroissant, nous pouvons ainsi indiquer que les cantines labellisées sont :

- 24% de plus à proposer un plat/menu végétarien
- 22% de plus à proposer des produits issus de la pêche/de l'élevage durable
- 15% de plus à proposer des produits d'origine locale
- 12% de plus à proposer des produits bios

Le graphique ci-après porte quant à lui sur les pratiques dans les marchés/contrats de fourniture de repas ou de produits.

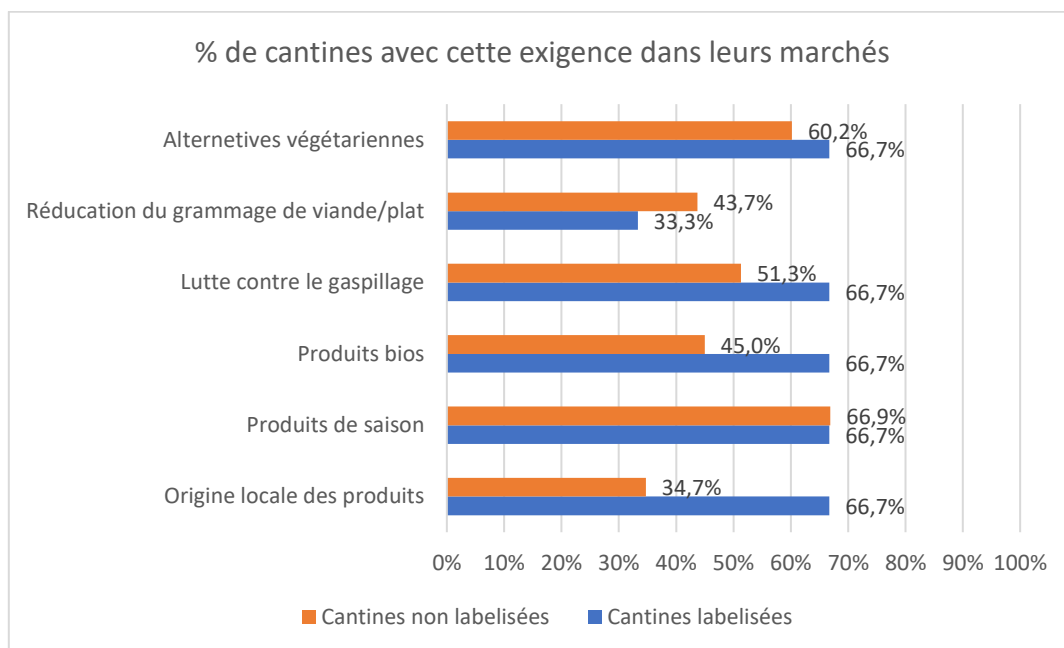


Figure 19 Exigences des cantines dans leurs marchés en lien avec l'alimentation durable – Etude SONECOM – Octobre 2020

Outre la dimension de produits de saison où les performances sont comparables, il faut noter ici la meilleure performance des cantines non-labellisées sur la dimension d'exigence d'une réduction du grammage de viande par plat. Par rapport aux cantines labellisées, les cantines non-labellisées sont 10% de plus à insérer cette exigence. On peut ici faire le lien avec le résultat de (seulement) 8% de réduction obtenu par les cantines labellisées.

Sur les autres dimensions, il est de nouveau intéressant de noter les dimensions pour lesquelles le différentiel entre les cantines labellisées et non-labellisées est le plus important. Par ordre décroissant, nous pouvons ainsi indiquer que les cantines labellisées sont :

- 32% de plus à exiger l'origine locale des produits
- 22% de plus à exiger des produits bios
- 15% de plus à exiger des mesures relatives à la lutte contre le gaspillage
- 7% de plus à exiger des alternatives végétariennes

Notoriété et le niveau d'adhésion au label Good Food

Concernant la notoriété et l'intérêt du label Good Food, l'enquête auprès des cantines³⁴ renseigne la répartition suivante quant à la connaissance de Good Food :

- 49% indiquent ne pas connaître ou alors très faiblement le Label Good Food
- 35% indiquent le connaître moyennement

³⁴ Etat des lieux des cantines bruxelloises en matière d'alimentation durable et l'impact de la stratégie Good Food, SONECOM, 30 octobre 2020, pp 14-15



- 16% indiquent (très) bien le connaître.

Concernant l'intérêt pour le Label Good Food, la moitié répond (très) positivement.

Enfin, il est intéressant d'observer, selon les types de cantines, le pourcentage d'acteurs ne voyant pas ou très peu d'intérêt pour le label Good Food, ce par ordre décroissant :

- Autres cantines collectives : 44%
- Ecoles : 38%
- Crèches : 32%
- Maisons de repos et Hôpitaux : 10%

De la même manière qu'il convenait de ne pas limiter l'approche aux organismes labellisés, il convient également ici, au-delà de la notoriété et de l'intérêt pour le label, d'élargir l'analyse.

L'ambition de la Stratégie ne se limite évidemment pas à faire connaître ou susciter l'intérêt pour le label, il s'agit bien plus de favoriser l'enrôlement dans une démarche d'alimentation durable. Sur ce plan, il faut noter, qu'à des degrés de maturité divers, les cantines indiquent à 75% agir/souhaiter agir pour proposer une alimentation (plus) durable à leurs bénéficiaires. Il y a donc un différentiel très important entre les cantines prêtes à agir et l'inscription effective dans le processus de labellisation qui ne concerne quant à lui que 3,2% des cantines.

De façon plus précise, il convient de noter que

- 57% indiquent déjà agir pour offrir une alimentation durable à leurs bénéficiaires ;
- 8% vont agir en ce sens ;
- 10% indiquent souhaiter agir en ce sens, mais avoir des difficultés quant à la méthode ou en lien avec un manque de ressources.

En continuité avec tout le travail déjà réalisé, une action spécifique à l'attention de cette dernière catégorie de public pourrait s'avérer opportune pour favoriser leur passage à l'acte.

2.1.3.4 *Efficiace*

Avec un budget annuel initial tournant autour des 200.000 euros pour ce programme, soit plus ou moins 8% du budget total, et un budget effectif pour l'année 2020 de 108.796,80 euros ce qui correspond à 4% du budget total, il convient de poser la question de l'efficiace en regard des résultats obtenus.

Comme nous l'avons constaté plus haut, les résultats sont relativement limités sur le plan quantitatif. Ainsi, nous avons notamment souligné un pourcentage effectif de cantines labellisées relativement faible par rapport à la population globale des cantines bruxelloises. Ceci posé, il convient de ne pas limiter l'analyse à ce constat, et de valoriser la dynamique qui entoure le programme propre à l'Axe 4, et qui peut impacter les autres acteurs qu'uniquement ceux étant labellisés.

Il convient donc de poser la question de l'approche à développer pour l'avenir. Si l'objectif est de donner une ambition plus forte au programme, notamment quant au nombre de cantines labellisées,



il ne sera pas soutenable de conserver le ratio actuel entre les moyens mobilisés et le nombre de cantines labellisées.

2.1.3.5 Pertinence

Il s'agit principalement de poser ici la question de l'adéquation entre les besoins des acteurs et l'offre d'accompagnement proposée via le label.

Concernant les cantines accompagnées, nous pouvons reprendre quelques éléments soulevés dans le cadre de leur consultation en 2018³⁵.

Afin d'intégrer certaines spécificités, une approche par type de cantine est notamment proposée. On peut appuyer cette demande en lien avec les constats parfois très contrastés qui ont été établis plus haut quant aux performances actuelles de tel ou tel type de cantines.

Au-delà de l'accompagnement vers la labellisation, certaines cantines formulent le souhait de pouvoir bénéficier de propositions concrètes, d'un échange de bonnes pratiques, afin de poursuivre leur trajectoire d'amélioration.

Sur base des résultats de l'enquête menée auprès de l'ensemble des cantines à présent, une moitié semble intéressée par les propositions d'accompagnement Good Food, sans relation significative avec tel ou tel type de cantines.

Quant aux propositions d'accompagnement, notons les pourcentages suivants de cantines qui voient un intérêt potentiel pour l'offre de :

- Formation « cantine Good Food » (59%)
- Helpdesk pour répondre aux questions pratiques (51%)
- Accompagnement sur site par des spécialistes (41%)
- Formation sur l'insertion de critères durables dans les marchés publics (36%)

Le plus faible pourcentage concernant ce dernier item doit à notre sens être mis en relation avec le sous-ensemble de cantines concernées par les procédures de marchés publics. Si ce n'est déjà le cas, il pourrait être intéressant de s'interroger également sur l'intérêt d'un échange de bonnes pratiques quant aux clauses pour des contrats entre acteurs exclusivement privés.

Concernant par ailleurs la question des besoins éventuellement non-rencontrés actuellement, on peut reprendre la donnée relative aux 10% qui indiquent avoir des difficultés quant à la méthode à mettre en œuvre pour proposer une alimentation plus durable ou qui pointent un déficit de ressources disponibles.

Ceci posé, il semble difficile d'en déduire que l'offre actuellement proposée n'est pas en capacité à répondre à ces besoins vu le support en termes d'outils méthodologiques et d'expertise externe déjà proposé.

On peut identifier deux cas de figure potentiels pour expliquer la situation de ces 10% :

³⁵ *Label Cantine Good Food, Rapport d'évaluation*, Ecores, mai 2018, pp 13-15.



- Un manque de visibilité de l'offre Good Food, de sa diversité et de sa capacité à permettre de lever les obstacles qu'ils identifient actuellement à la mise en œuvre d'une démarche en alimentation durable ;
- La crainte d'une certaine lourdeur quant à la mise en œuvre d'une démarche si on l'aligne sur les exigences propres à la labellisation.

Sur ce dernier plan, il s'agit également de faire écho à certains retours de cantines participantes soulignant les réticences potentielles de certaines cantines à s'inscrire dans la démarche vu la perception d'une difficulté à rencontrer l'ensemble des critères.

2.1.3.6 Durabilité (pérennisation de l'impact)

Afin de répondre à la question de l'irréversibilité des pratiques adoptées dans le cadre de la Stratégie et du Label en particulier, nous proposons de mobiliser des données déjà présentées ci-dessus. Il s'agit ici de revenir sur la comparaison entre la trajectoire propre aux cantines labellisées et la trajectoire de l'ensemble des cantines.

Outre la meilleure performance constatée au niveau des cantines labellisées, il semble également important de souligner la trajectoire d'amélioration des cantines labellisées et ce pour toutes les dimensions Good Food. Or, si nous revenons sur la comparaison entre les pratiques des cantines scolaires en 2018 et en 2020, on remarque que, si certaines dimensions semblent en moyenne s'améliorer (produits bios et d'origine locale), nous avons également constaté une légère détérioration pour la dimension relative aux produits de saison.

Vu que le Label porte sur une durée de 3 ans, il n'est pas possible à ce stade d'analyser de façon spécifique les éventuelles situations d'abandon de la labellisation ou détérioration des performances de cantines labellisées. Nous renvoyons toutefois à la demande d'une forme de suivi au-delà du moment de la labellisation formulée par certaines cantines labellisées.



2.1.4 Culture alimentaire

2.1.4.1 Contextualisation

La stratégie Good Food vise à contribuer à une nouvelle image de Bruxelles, à une nouvelle culture alimentaire durable et désirable dans laquelle chaque Bruxellois.e s'inscrit.e.

Il s'agit de simplifier les messages, les adapter aux publics cibles spécifiques, les diffuser largement à partir d'une multitude de relais locaux, et assurer une visibilité et une cohérence régionale à cette multitude d'actions locales. Dans cette simplification, il s'agit aussi de mettre en avant les aspects santé, bien être et qualité de vie.

L'Axe 4 de la Stratégie Good Food précise que cette nouvelle culture se mettra en œuvre via 2 actions principales, à savoir :

- Développer le concept de « Good Food.brussels »
- Assurer la capitalisation et la dissémination

L'état des lieux initial sur cette question a permis d'identifier les cinq portes d'entrée principales suivantes : le plaisir, la santé, le coût, la facilité, le symbole d'un mode de vie.

2.1.4.2 Objectifs initiaux

Au niveau des objectifs qualitatifs fixés dans cet axe, il s'agit de :

- Développer une communication inclusive, simple et fédératrice ;
- Donner du sens et l'envie de changer les comportements alimentaires ;
- Assurer l'échange et la dissémination des informations.

Un objectif chiffré décliné par public cible a été défini, à savoir :

- En 2020, 10% des Bruxellois (pour chaque public cible : ménages, cantines, restaurants, écoles...) sont engagés dans une démarche « Good Food ».

2.1.4.3 Pertinence

Sur le plan de la pertinence, il convient en premier lieu de souligner l'intérêt de travailler sur cette notion de culture alimentaire, de se poser la question du conditionnement des comportements de différents publics cibles.

Par rapport aux *Besoins* globaux de transition vers un modèle alimentaire plus durable, l'objectif général visant à travailler sur la dimension culturelle paraît tout à fait pertinent.

Ceci posé, il n'est pas simple pour autant de décliner cette approche, car elle est multifactorielle. Il convient donc de pouvoir s'appuyer sur un état des lieux solide et des indicateurs concrets.

A la lecture de l'Etat des lieux de la Stratégie sur cet axe 4, force est de constater qu'il ne comporte que peu de caractérisation précise quant à la culture alimentaire actuelle des Bruxellois.es.

Cet état des lieux permet toutefois d'évaluer positivement la pertinence des objectifs qualitatifs. On y retrouve les éléments de constats justifiant de développer une communication inclusive, simple et



fédératrice, d'une part, et de donner du sens et de l'envie aux changements de comportements, d'autre part.

Il s'agit de combattre la perception de l'alimentation durable, de la décroquer au niveau de la société. Sans cette étape, la massification ne pourra se réaliser. En lien avec une approche comportementale, se poser la question des leviers de motivation au changement de comportement paraît également tout à fait pertinent.

A contrario, les éléments permettant de justifier la cohérence d'un objectif de 10% de bruxellois devant s'inscrire dans une démarche Good Food apparaissent beaucoup plus faibles, voire inexistants.

Avec cet objectif chiffré, il semble qu'il s'agit là plus de la volonté positive de chiffrer une problématique perçue comme plus qualitative, mais ni la cible des 10% (quelle marge de progression par rapport à la situation actuelle ? quelle trajectoire ?), ni la déclinaison spécifique par public cible ne sont justifiées.

Sur ce dernier plan, les publics cibles identifiés ne paraissent d'ailleurs pas les plus pertinents. L'objectif étant de travailler sur une modification des comportements, il s'agit ici de cibler les citoyens/ménages dans leur diversité, et non en lien, à notre sens, avec les modalités/lieux de consommation que sont les cantines, restaurants, écoles, ...

De plus, ce qui permet d'évaluer *l'engagement dans une démarche Good Food* ne semble pas suffisamment défini pour permettre le classement des Bruxellois.es dans telle ou telle catégorie.

Positivement, un matériau très important a été établi via les différentes enquêtes menées depuis le lancement de la Stratégie Good Food. Il s'agit à présent de s'appuyer sur une série de constats quant à la culture alimentaire actuelle pour décliner cette ambition d'inscription dans une démarche Good Food des Bruxellois.es sur différents plans.

En lien avec ces enquêtes, il est possible de structurer la réflexion sur les dimensions (qualité, bios, saine, locale) à intégrer dans la démarche, ce tout en étant attentifs à la distinction entre un concept de démarche considéré comme une transition/trajectoire, et une démarche vue comme une performance dans les pratiques. Nous revenons sur cette distinction plus bas, notamment concernant la diminution de la consommation de viande.

Les enquêtes ont également permis de faire ressortir certaines spécificités sociologiques (genre, moments de vie, lieu de résidence, degré de vulnérabilité, ...). Ces constats doivent permettre un meilleur ciblage des réalités vécues/perçues, et donc de conserver à l'esprit que la *communication inclusive* et l'ambition de *donner du sens* ne peuvent être atteints que sur base d'un équilibre entre :

- un enrôlement et une dynamique globales
- une approche différenciée de certains publics.



2.1.4.4 Efficacité

Atteinte des résultats

En lien avec l'analyse de pertinence ci-avant, il convient à présent d'évaluer l'atteinte de l'objectif.

Pour ce faire, nous proposons de nous appuyer principalement sur les différentes études réalisées à différents moments depuis la mise en œuvre de la Stratégie Good Food, et qui permettent :

- de caractériser la culture alimentaire des Bruxellois.es
- d'évaluer l'impact de la communication mise en œuvre.

Concernant la culture alimentaire des Bruxellois.es et leur engagement dans une démarche Good Food, un premier chiffre peut être mobilisé : en 2018, 31% des Bruxellois.es indiquent avoir changé leur comportement alimentaire pour adopter une alimentation plus durable au cours des 2 dernières années³⁶. Ceux qui déclarent cela sont significativement plus nombreux que les autres à avoir déjà entendu parler de la Stratégie Good Food.

Concernant les pratiques en termes d'achats de façon spécifique, le Baromètre 2020³⁷ permet d'observer que 63% des Bruxellois déclarent qu'au moins la moitié de leurs achats alimentaires sont des produits durables. 34% qu'au moins ¼ de leurs achats sont de ce type et enfin 11% que tous les aliments ou presque qu'ils achètent appartiennent à cette catégorie.

Avec ce taux de 11%, si l'inscription dans une démarche d'alimentation durable correspondait stricto sensu à l'achat exclusif de produits alimentaires durables, nous pourrions indiquer, sur base de ce déclaratif, que l'objectif de 10% est atteint.

Si nous verrons en effet plus bas qu'il convient d'objectiver ce type de propos « déclaratifs », on voit directement l'intérêt de travailler tant sur l'évolution des comportements, de définir les quelques indicateurs clés qui vont permettre de monitorer ces évolutions vers une culture alimentaire plus durable ; que de caractériser une situation afin de la comparer à une cible préétablie.

Nous pouvons reprendre ici notamment les principales conclusions du sondage réalisé en 2016, du sondage réalisé à mi-parcours³⁸ et du Baromètre établi en septembre 2020. En lien avec une série d'objectifs 2020, cela permet d'observer certaines tendances quant à la culture alimentaire des Bruxellois.es.

Si nous évaluons ici l'Axe 4, il nous paraît en effet opportun, en lien avec l'exploitation des enquêtes réalisées, de faire le lien avec certains objectifs chiffrés propres à l'action 1 de l'Axe 3 : Accompagner les citoyens et les familles vers une transition dans les pratiques quotidiennes en matière d'alimentation.

³⁶ Rapport relatif au sondage d'état initial sur les comportements des Bruxellois en matière d'alimentation durable dans le cadre de la stratégie d'alimentation durable, SONECOM, Mars 2016, p 33.

³⁷ Baromètre des comportements en termes d'alimentation durable dans le cadre de la stratégie GoodFood, AQ Rate, Septembre 2020.

³⁸ Rapport relatif au sondage d'évaluation à mi-parcours de la stratégie auprès de la population en Région de Bruxelles-Capitale, SONECOM, Avril 2018.



Nous nous sommes limités ici aux indicateurs pour lesquels il était possible d'observer les évolutions entre 2016, 2018 et 2020. D'autres indicateurs sont mobilisés par ailleurs. Il n'a pas toujours été simple de réconcilier les chiffres entre ces deux photos, ce notamment en lien avec l'évolution des modalités d'interrogation et/ou de présentation des résultats, point sur lequel il conviendra à l'avenir de porter une attention renforcée de notre point de vue.

- Lien entre alimentation et climat
 - Objectif 2020 : 90% font le lien entre alimentation et climat
 - On observe d'abord une régression de 85% (2016) à 70% (2018) qui font le lien entre alimentation et climat, et une légère remontée depuis à 77% (2020)
- Achat de produits dans la Région
 - Objectifs 2020 : 80% a acheté au moins une fois des aliments produits dans la Région
 - Cet indicateur est stable autour de 48% entre 2016 et 2018 quant à ceux qui achètent des aliments produits dans la Région.
 - En 2020, l'enquête renseigne que 51% privilégient des produits d'origine belge

Concernant cet indicateur, il convient de souligner le fait que de nombreuses difficultés méthodologiques ont été constatées quant à la capacité des répondants à bien comprendre la question, et à disposer de l'information quant à l'origine des produits achetés. La réflexion sur la capacité à caractériser l'origine des produits consommés par les Bruxellois.es doit donc se poursuivre, et l'exploitation d'autres sources de données qu'une interrogation des consommateurs pourrait être envisagée (ex. : caractériser l'origine des produits mise en vente par le secteur de la distribution/des commerces alimentaires sur le territoire bruxellois)

- Produits frais hors saison
 - Objectif 2020 : 35% qui achètent des produits frais hors saison
 - Les résultats entre les deux enquêtes interpellent vu le passage d'un pourcentage très négatif de 73% (2016) qui achètent des produits frais hors saison à un résultat de 74% (2018) qui indiquent consommer des produits correspondant à la saison Belge.
 - Les résultats de l'enquête de 2020 indiquent que 60% consomment le plus possible des produits de saison. Ce dernier résultat en lien avec un item comprenant « le plus possible » conduit plutôt à indiquer que l'objectif de 35% de personnes achetant des produits hors saison pourrait plus ou moins correspondre à la situation actuelle.
- Coût de l'alimentation durable
 - Objectif 2020 : 60% pensent que l'alimentation durable n'est pas plus coûteuse
 - Si on a d'abord progressé légèrement de 32% (2016) à 36% (2018) de personnes qui pensent que l'alimentation durable n'est pas plus coûteuse, l'enquête 2020 révèle que seulement 19% des répondants indiquent que le coût n'est pas un obstacle.
- Consommation de viande
 - Objectif 2020 : 60% déclarent diminuer leur consommation de viande



- On progresse légèrement de 40% (2016) à 43% (2018) qui déclarent diminuer leur consommation de viande
- A noter, une proportion plus importante en 2018 qui indiquent avoir fortement diminué leur consommation de viande.

Sur ce plan, il convient de souligner l'approche tendancielle de la modification des habitudes. Quelqu'un qui aurait réduit sa consommation pour arriver à son objectif pourrait ainsi indiquer que sa consommation de viande a été stable. Il conviendrait, avec toutes les difficultés méthodologiques que cela peut représenter, d'essayer d'approcher plutôt les volumes effectivement consommés en moyenne par les consommateurs bruxellois.

Comme indiqué précédemment, nous disposons ainsi d'un matériau précieux pour amorcer un véritable monitoring des pratiques. Pour un certain nombre de dimensions, on peut observer que les évolutions constatées sont minimes, et que l'on constate même certaines régressions. Comme cela avait été tenté en 2016, l'idée de travailler sur une forme d'*indice synthétique* « *Alimentation durable* » nous semble tout à fait judicieux dans le cadre de la prochaine Stratégie.

Au-delà de l'observation des résultats quant aux évolutions effectives des pratiques, il convient également d'évaluer le lien entre le Stratégie et l'enrôlement dans une démarche Good Food.

Comme nous l'avons vu plus haut, ceux qui indiquent avoir changé leur comportement alimentaire pour adopter une alimentation plus durable au cours des 2 dernières années sont plus nombreux dans la population indiquant également avoir déjà entendu parlé de la Stratégie Good Food. Ces chiffres semblent démontrer une certaine corrélation, un impact entre la connaissance de la Stratégie et l'enrôlement dans une démarche vers une alimentation plus durable.

En lien avec ce premier constat, il s'agit donc de s'interroger sur les publics qui sont moins informés de la stratégie. On note ainsi que les jeunes sont proportionnellement les moins nombreux à avoir entendu parler de la Stratégie Good Food. Le niveau de diplôme semble également conditionner le niveau d'information : les personnes ayant un niveau de diplôme bas étant significativement les moins nombreux à en avoir entendu parler.

Concernant les jeunes, il convient toutefois de tempérer l'analyse en lien avec les résultats du Baromètre 2020. Si les 16-34 ans sont un peu moins nombreux à indiquer consommer déjà durable (29% contre 33% pour l'ensemble des tranches d'âge), on y observe également que 62% des jeunes de 16-34 ans indiquent envisager de modifier leur comportement futur par rapport à l'alimentation durable, alors que la moyenne globale est de 49%.

En termes de progression de la notoriété, il convient de noter que 24% ont l'impression que la visibilité de la Stratégie Good Food se renforce. Par ordre d'importance, cette visibilité semble s'être renforcée dans les magasins (34%), les restaurants (23%), puis dans l'offre des cantines (14%). On constate de nouveau des différences significatives selon les profils sociologiques, avec notamment un pourcentage élevé de 55-64 ans (62%) ayant l'impression qu'il n'y a pas du tout plus de Good Food dans les magasins. Les personnes ayant un diplôme bas sont significativement plus nombreux à avoir l'impression qu'il n'y a pas plus de Good Food.



2.1.4.5 Durabilité (pérennisation de l'impact)

Sur ce plan, il convient en premier lieu de souligner le peu de recul entre le démarrage de la Stratégie, le déploiement effectif des actions et l'impact sur les comportements. Les comportements alimentaires sont parfois le résultat d'un long conditionnement qu'il n'est possible de faire évoluer que de façon relativement lente. Sans nier le besoin d'ambition et de volontarisme, cette absence de recul suffisant doit être intégrée afin d'aborder cette question de façon réaliste.

Il n'est donc pas simple (voire même pas opportun ?) de souhaiter évaluer à ce stade la pérennisation des évolutions positives de comportements.

Concernant la pérennisation, il peut être intéressant, en lien notamment avec l'objectif d'inclusion et de massification, d'analyser les différentes catégories sociologiques de la population. Il importe en effet, pour garantir la pérennisation de l'impact, de veiller, au-delà d'un public de convaincus, à une approche permettant de toucher l'ensemble des publics de façon spécifique.

Il importe notamment de s'intéresser aux publics les plus rétifs à une démarche en alimentation durable. On constate ainsi, parmi les 17% qui affirment ne pas être intéressés par une alimentation durable, une surreprésentation des 55 ans et plus, des moins diplômés, des inactifs, et de ceux appartenant aux groupes sociaux moins élevés.

De même, sur les 33% qui déclarent consommer déjà beaucoup d'aliments durables, on retrouve plutôt les 55 ans et plus, ainsi que les habitants le Nord-Ouest ou le Sud de la Capitale.

Sur les 55 ans et plus, il est ainsi intéressant de noter une dualité forte entre les adeptes et les rétifs.

On voit donc bien comment ce type d'approche permet d'affiner la réflexion quant aux actions à mettre en œuvre.

Enfin, toujours sur ce plan de la caractérisation des publics cibles, il est également intéressant de réaliser un focus spécifique sur les participants à une activité liée à l'alimentation durable. Au vu par exemple des résultats de l'enquête 2018³⁹, certaines communes sont significativement plus représentées que d'autres, à savoir Forest, Woluwé-Saint-Lambert et Etterbeek. Une réflexion sur la garantie d'une répartition optimale des actions sur le territoire doit pouvoir se poursuivre, ce à l'image de l'approche cartographique développée pour la localisation des projets relatifs à l'axe 3 de la stratégie.

Outre l'identification des publics plus rétifs, moins proches d'une inscription dans une démarche, la pérennisation de l'impact sur la culture alimentaire passe également par l'enrôlement des publics prêts à s'engager, et notamment les plus jeunes. Sur ce plan, on constate que parmi les 49% (soit la moitié) qui ont l'intention de modifier leur alimentation pour tendre vers une alimentation plus durable, il y a une surreprésentation des 16-34 ans, mais également des actifs, de ceux appartenant aux classes sociales favorisées et de ceux habitant le Centre-ville, l'Ouest ou le Sud-Est de la Capitale.

³⁹ Rapport relatif au sondage d'évaluation à mi-parcours de la stratégie auprès de la population en Région de Bruxelles-Capitale, SONECOM, Avril 2018, p. 35.



L'impact de la crise du COVID-19

Toujours en lien avec la pérennisation de l'impact sur le plan de la culture alimentaire des Bruxellois.es, il est intéressant d'analyser également l'impact de la crise sanitaire sur leurs comportements.

Pour ce faire, nous pouvons exploiter les résultats de l'enquête menée en septembre 2020⁴⁰.

Ils sont ainsi 12% à indiquer être allés « cueillir des légumes chez des maraîchers » de façon plus fréquente durant le confinement, mais seulement 10% d'entre eux indiquent qu'ils vont maintenir cette habitude. Pour 20%, le confinement les a conduits à augmenter leur autoproduction, et 19% indiquent avoir l'intention de conserver cette habitude à l'avenir.

Si nous avons pu noter les difficultés liées à la notion d'achat des produits locaux, notons que 32% indiquent avoir adopté un comportement d'achat intégrant plus fortement cette dimension du fait de la période de confinement (dont 45% devraient maintenir cette nouvelle habitude). Concernant l'achat de produits bios, ils sont 26% à avoir accentué leur pratique en la matière, dont 39% prévoient de maintenir cette pratique à l'avenir. Tout en soulignant positivement ces évolutions, il convient de noter que la proportion de Bruxellois.es indiquant dans le même temps avoir, pour leur part, diminué leur consommation de produits bios et de produits locaux est quasiment équivalente, neutralisant d'une certaine manière l'impact potentiellement positif.

2.1.4.6 Cohérence interne

Il s'agit principalement de traiter ici la question de l'adéquation entre les moyens mis en œuvre en termes de communication et la rencontre des objectifs. Nous aborderons cette question via l'évaluation de différents outils.

Concernant le portail web Good Food, il faut noter son bon taux de notoriété avec 22% des Bruxellois qui indiquent le connaître. Parmi l'ensemble des chiffres relatifs à la notoriété de Good Food, il convient de souligner l'intérêt de disposer de ce portail dans le panorama des outils.

Toujours sur le plan des outils numériques, tant la page Facebook "GoodFoodbrussels" que la newsletter semblent tout à fait cohérentes avec l'objectif d'enrôlement d'un large public.

Après moins de deux ans d'existence, la page Facebook affiche en effet 5.790 abonnés. A titre de comparaison, la page relative à la stratégie alimentaire à Gand en affiche quant à elle 1.828.

Concernant la newsletter, la progression constante du nombre d'abonnés, passant de 1.500 abonnés (2016) à près de 15.000 (2020) est remarquable, a fortiori vu le taux moyen observé en 2020 pour l'ouverture de la newsletter (47,5%, soit 7.125 abonnés) et les clics sur son contenu (32,5%, soit 4.875 abonnés).

⁴⁰ Etude sur les opinions et les comportements des Bruxellois pour la résilience de leur ville dans le contexte de la crise sanitaire du Covid-19, Dedicated, Septembre 2020.



Au niveau des ambassadeurs Good Food, il semble qu'il conviendrait de réfléchir à une approche permettant de démultiplier leur nombre. Avec 23 ambassadeurs en 2020, la stratégie dispose de témoins qui peuvent partager leur expérience via des supports structurés. Tout en conservant cette approche professionnelle de la valorisation de ces expériences, la réflexion porte plutôt sur la responsabilisation d'un nombre plus important d'acteurs afin qu'ils se sentent investis d'un rôle de représentation Good Food. On peut notamment penser à l'ensemble des cantines labellisées qui sont de facto des ambassadeurs, aux différents porteurs de projets, ...

Au niveau des actions de communication, si on peut comprendre la volonté d'investissement importante au moment du lancement de la stratégie, il s'agirait de réfléchir à présent à une communication permettant de valoriser des réalisations/résultats, et d'ainsi favoriser une dynamique, une émulation. Sur ce plan, il importe de conserver à l'esprit l'approche comportementale, le fait que les leviers de motivation pour s'inscrire dans une démarche d'alimentation durable peuvent différer fortement d'un public à l'autre.

Concernant la politique événementielle, les rencontres Good Food organisées annuellement ne semblent pas répondre à la fonction d'une ouverture vers le grand public. Le renforcement du réseau d'acteurs qu'il permet ne peut représenter un résultat suffisant sur ce plan. Il conviendra donc de repenser l'approche événementielle.



2.1.5 Gouvernance

2.1.5.1 Contextualisation

Avant d'aborder de façon spécifique l'Axe 7 de la Stratégie portant sur la gouvernance, il convient de noter plusieurs éléments en préambule.

Dès les premières lignes, la stratégie est présentée comme *le fruit d'une expérience et d'un processus participatif de co-construction*.

Et, au-delà de cette approche en amont, de cette gouvernance quant à l'établissement de la Stratégie, le fait de *mobiliser tous les acteurs* dans le cadre de la stratégie elle-même est reprise comme un des principaux objectifs.

Parmi les principes qui animent et guident la stratégie à travers toutes les prescriptions du programme d'action, on retrouve notamment le principe suivant en lien avec la Gouvernance :

- **Partenariat** : responsabiliser, impliquer des acteurs à tous niveaux en travaillant en partenariats, en travaillant avec le niveau local

Cette axe 7 comprend concrètement deux actions :

- Assurer le pilotage, le suivi, l'évaluation de la stratégie
- Assurer les synergies et la collaboration dans la mise en œuvre de la stratégie

En termes de contextualisation, nous pouvons encore relever la mise en place d'un Conseil consultatif ayant un rôle d'avis afin d'assurer :

- La mise en perspective
- L'implication du terrain
- La co-construction
- L'accompagnement du suivi et de l'évaluation

Enfin, notons encore les quelques points d'attention suivants concernant l'approche à développer sur cet axe :

- Développer les structures nécessaires, travaillant en cohérence et partant de l'existant, sans multiplier les nouvelles structures
- Coordination des politiques régionales
- Collaborations interrégionales et inter-communautés, via instance existantes
- Répartition des rôles au niveau de la mise en œuvre entre Région, communes et associations.



2.1.5.2 Objectifs initiaux

Sur cet axe de gouvernance, les deux seuls objectifs définis au niveau de la Stratégie sont des objectifs qualitatifs, à savoir :

- assurer une coordination des acteurs et des actions en lien avec la mise en œuvre de la stratégie
- assurer la synergie, la collaboration entre les acteurs et entre les politiques.

On peut remarquer l'ambition très vaste et la dimension transversale de ces objectifs qui portent sur la mise en œuvre de la stratégie dans son ensemble.

2.1.5.3 Efficacité

Comme pour les autres axes, il s'agit principalement ici, au-delà du recensement systématique des réalisations, d'évaluer la performance des modalités actuelles de gouvernance.

En cohérence avec la première action de l'axe de gouvernance, nous proposons d'aborder la question de l'efficacité sur trois plans distincts :

- le **Pilotage de la mise en œuvre**
 - o Un fois la Stratégie initiale adoptée, piloter sa mise en œuvre
- **l'Évaluation**
 - o A des termes définis (ex. : mi-parcours), réaliser une évaluation
- le **Suivi de la stratégie**
 - o Sur base des données de sortie des évaluations, adapter la stratégie et/ou ses modalités de mise en œuvre.

L'ordre n'est pas anodin en termes de chronologie. Nous pouvons d'ailleurs représenter ces trois dimensions de façon circulaire.

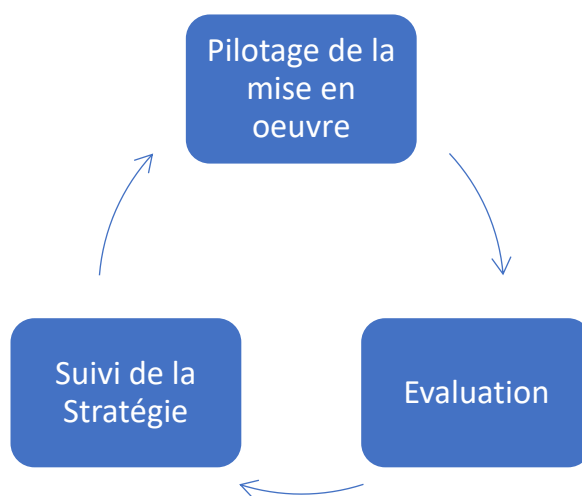


Figure 20 Trois plans distincts quant à la gouvernance d'un plan stratégique



Avant de reprendre ces chiffres en lien avec une analyse plus qualitative, nous pouvons déjà présenter le résultat de l'évaluation, par les membres du Conseil participatif, de la répartition du travail sur ces trois plans.

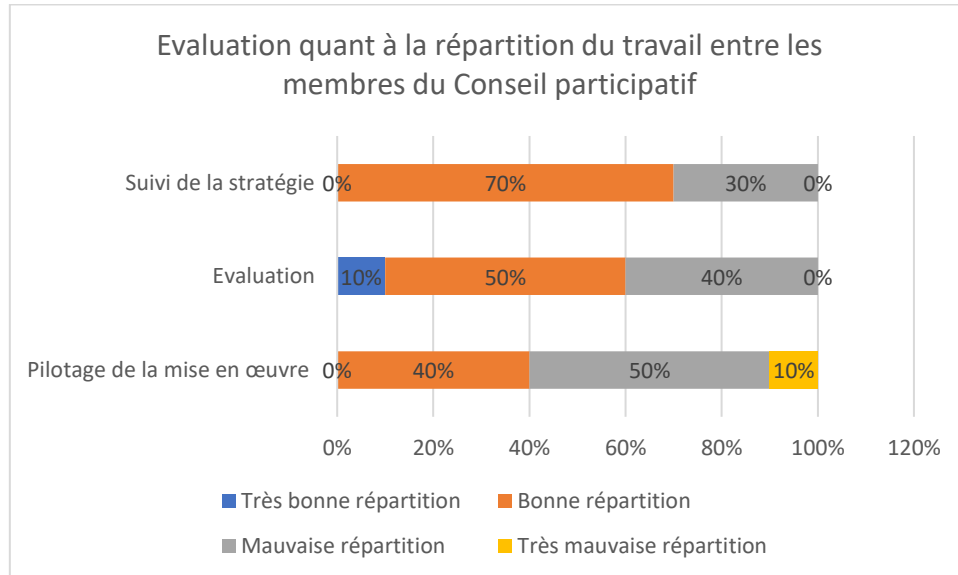


Figure 21 – Satisfaction répartition du travail au sein du Conseil participatif – Enquête auprès des membres du Conseil participatif – Décembre 2020

Pilotage de la mise en œuvre

De façon très globale, il faut souligner l'absence de continuum dans les modalités/outils de suivi de la mise en œuvre. Si un tableau de bord avait été initialement structuré, il n'a pas pu être maintenu pour des raisons tenant notamment aux évolutions dans les outils de pilotage internes au niveau de Bruxelles Environnement.

Cette discontinuité et ce manque de structuration posent deux problèmes principaux :

- Le travail de suivi des réalisations nous paraît rendu très lourd à réaliser sur le plan administratif
- Cela obère la capacité à disposer d'une vue globale de la mise en œuvre effective par les parties prenantes non-impliquées au quotidien dans la mise en œuvre.

Concernant la caractérisation plus précise du pilotage de la mise en œuvre, si un Comité de pilotage spécifique a été instauré comme prévu (prescription 100), les deux prescriptions suivantes peuvent poser question.

Il est ainsi question (prescription 101) du fait que *Bruxelles Environnement et le SPRB pilotent chacun ce qui entre dans leurs missions* et que *celles-ci seront spécifiées au niveau du Comité de pilotage pour les prescriptions de compétences mixtes*.

Si une répartition claire des rôles avait été définie en amont du lancement de la stratégie, cette prescription contribue au sentiment d'une indétermination sur ce plan, ce qu'il convient d'éviter tant que possible.



Plus problématique encore de notre point de vue est la prescription suivante (prescription 102) relative au fait de « *faire un état des lieux de la situation initiale pour pouvoir mesurer l'évolution des objectifs* ». Plusieurs éléments d'analyse s'imposent en effet en lien avec cette prescription.

La Stratégie reprend déjà tant un Etat des lieux que la définition d'objectifs qualitatifs et quantitatifs. Cette prescription renforce donc bien le constat déjà fait par ailleurs d'une faiblesse, en amont du démarrage de la mise en œuvre de la Stratégie, sur le plan de la construction des objectifs et des indicateurs devant renseigner leur atteinte.

Si une stratégie peut toujours intégrer une dimension d'analyse, d'étude sur certains plans, il paraît compliqué de la lancer sans avoir suffisamment défini les *Besoins*, sans avoir suffisamment caractérisé la situation que l'on souhaite impacter. Sans ce prérequis, la définition d'objectifs ambitieux et réalistes est rendue d'autant plus compliquée.

Il convient ici une première fois d'aborder l'apport des instances participatives. En premier, il s'agit de préciser qu'il était prévu que le Conseil consultatif initial intègre les représentants de toute la chaîne de valeurs et qu'il détienne une mission d'organe d'échange d'information, d'élaboration de propositions, d'avis.

Deux rôles/moments plus spécifiques étaient identifiés :

- La réalisation d'un point annuel sur l'avancement de la mise en œuvre de la stratégie
- La remise d'un Avis pour l'éventuelle adaptation de la stratégie sur base de l'évaluation tous les 2 ans et demi

Si nous reviendrons ci-dessous sur la question de l'Evaluation de la stratégie, il s'agit ici de noter le rôle de supervision du suivi de la mise en œuvre. En effet, si le Comité de pilotage devait assurer ce rôle au de façon plus fréquente, le Conseil participatif s'était également vu confier une mission sur ce plan.

On note d'ailleurs, à plusieurs reprises, des interrogations de la part de membres des instances participatives quant à la capacité de disposer d'une vue d'ensemble du suivi de la stratégie. Or, si cette demande paraît justifiée, on peut poser la question du rôle plus ou moins structurant que le Conseil participatif a joué sur ce plan.

En conclusion, on notera également que, si les membres du Conseil ayant participé à notre enquête estiment à 60% qu'il y a une (très) mauvaise répartition des rôles quant au suivi de la mise en œuvre, ils sont, a contrario, 70% à se dire satisfaits quant aux modalités mises en place sur ce plan.

Evaluation de la stratégie

Concernant l'évaluation de la stratégie, il convient à nouveau de faire le lien avec les difficultés causées par le manque de formalisation initiale des indicateurs, qu'il s'agisse des indicateurs de réalisation, de résultats ou d'impacts, point sur lequel nous reviendrons au niveau des conclusions notamment en lien avec les réflexions à mener autour de la base line pour la stratégie 2.0



Ceci posé, il faut d'autant plus souligner l'effort considérable réalisé afin de disposer, dès 2018, d'une première évaluation à « mi-parcours ». Vu les conditions, le fait d'avoir pu organiser, comme prévu au niveau de la prescription 103, différentes études/enquêtes et d'avoir établi un bilan étayé à mi-parcours représente une performance à saluer.

Au niveau du Conseil participatif, il faut noter l'appropriation du travail d'évaluation, notamment concernant l'évaluation de l'axe Gouvernance. Une journée de travail a été organisée en juin 2018 avec une réflexion qui a débouché sur des recommandations concrètes d'évolution des modalités de gouvernance, mais également de la stratégie dans son ensemble. Nous allons d'ailleurs développer ce dernier point au niveau du suivi de la stratégie.

Au-delà du problème de cadrage initial, si nous évaluons de façon très positive le travail réalisé sur le plan de l'évaluation, on remarquera que les membres du Conseil ayant participé à notre enquête estiment à 40% qu'il y a une mauvaise répartition des rôles en leur sein sur le plan de l'évaluation, et sont même 50% et se dire peu satisfaits des modalités sur ce plan.

Suivi de la stratégie

Par suivi de la stratégie, nous attendons ici la capacité de tenir compte des évaluations pour faire évoluer la stratégie. Sur ce plan, une réunion spécifique du Conseil a eu lieu en janvier 2019 concernant la révision de la stratégie Good Food à la suite de l'évaluation à mi-parcours.

On notera qu'un nombre important d'avis ont été établis par les parties prenantes, avec principalement des propositions en lien avec les modalités opérationnelles de mise en œuvre de la stratégie. On soulignera notamment la question des outils de pilotage qui revient ainsi régulièrement, ce sans véritablement trouver de réponse structurante adaptée.

Sur le fond, il n'y a pas de véritable remise en question de la vision globale, ni d'élargissement du scope, hors la dimension de bien-être animal et de la santé.

On notera encore le débat porté par certains quant à l'opportunité de conserver la réduction de la consommation de viande comme thème prioritaire. Cet objectif étant in fine bien confirmé.

Le fait de relever cette dimension nous permet d'aborder la question de la convergence plus ou moins forte entre la Stratégie Good Food et la Stratégie développée par les différentes parties prenantes du secteur de l'alimentation, point sur lequel nous revenons au niveau du critère de durabilité ci-dessous.

Globalement, on peut souligner le rôle actif joué par le Conseil participatif dans le suivi de la stratégie. Notre enquête auprès des membres du Conseil a d'ailleurs révélé que, pour 70% des répondants, il y avait une bonne répartition des rôles quant au suivi de la stratégie et qu'ils en étaient satisfaits.



Concernant l'approche participative, la dimension de coordination et de collaboration des acteurs, il convient en premier lieu de souligner l'importance de la mobilisation des parties prenantes dans le cadre des différentes instances participatives. Ainsi, le Conseil consultatif initial comprenait 28 parties prenantes membres et le Conseil participatif lui ayant succédé 18 organismes membres. Des commissions thématiques et groupes de travail permettant d'élargir encore le nombre et la diversité des organismes associés au travail réalisé par les instances. Outre la volonté initiale, notons également les taux de participation intéressants pour les différentes réunions organisées, révélant un certain niveau d'implication des parties prenantes associées.

Outre cette forte mobilisation, un effort conséquent a été consenti au niveau de la structuration du fonctionnement, ce via la formalisation d'un Règlement d'Ordre Intérieur détaillé, ce dernier ayant fait l'objet d'une validation en bonne et due forme par les membres du Conseil participatif puis du Conseil consultatif.

Ceci n'a pas pour autant clos le débat sur le mode de fonctionnement, la composition, l'organisation des travaux en sous-groupes de travail. Il faut en effet souligner l'impression d'un débat permanent sur le mode de fonctionnement, les parties prenantes impliquées.

En lien avec cette question, on notera que les membres du Conseil participatif ayant répondu à notre enquête ont indiqué, à 70%, que la composition du Conseil leur paraissait (très) adaptée, et aucun n'a indiqué que la composition lui paraissait inadaptée.

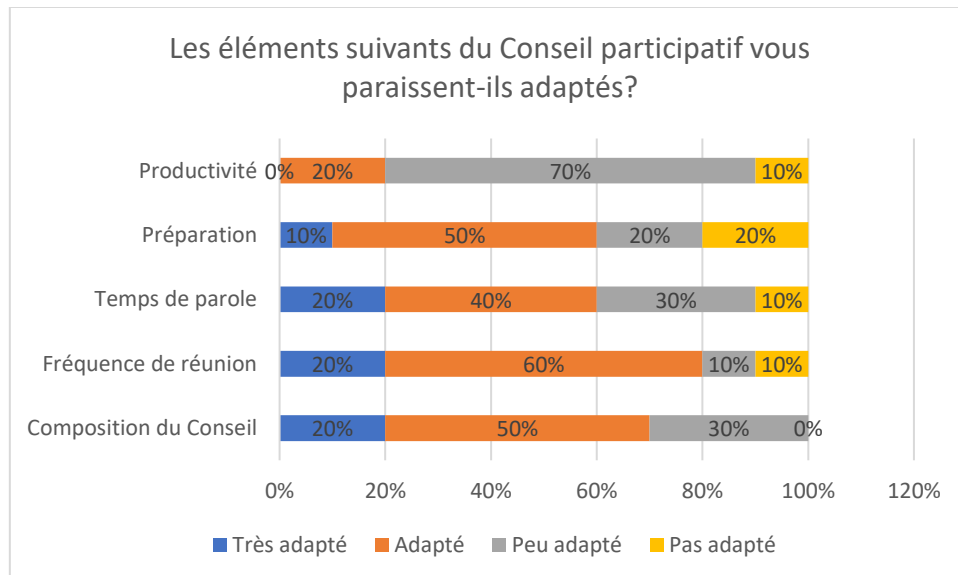


Figure 22 – Satisfactions fonctionnements Conseil participatif - Enquête réalisée auprès des membres du Conseil participatif - Comase - Décembre 2020

Toujours en lien avec l'analyse des résultats de notre enquête, notons que 80% des répondants indiquent que la productivité du Conseil leur paraît peu/pas adaptée, avec pour 44% le sentiment que leur propre apport est faible. Il semble donc que l'énergie dépensée et le temps passé sur les modalités de fonctionnement pèse sur la capacité du Conseil à délivrer plus de valeur ajoutée.



Il faut encore souligner que, si le ROI approuvé en 2016 prévoyait la création *dès 2017* de *minimum* 6 commissions thématiques, seules les trois suivantes ont été créées : production, offre et demande.

Celles relatives à la culture alimentaire, au gaspillage alimentaire, et à la recherche/innovation n'ont quant à elles pas été créées. Il est rapidement apparu que ces dernières commissions relatives aux axes transversaux n'étaient pas adaptées aux modalités effectives de mise en œuvre de la Stratégie.

En lien avec la transformation du Conseil consultatif en Conseil participatif, les commissions thématiques ont été remplacées par des Groupes de travail. Dans une approche qui paraît plus flexible, ces groupes de travail portent sur des thématiques plus spécifiques.

En termes d'évaluation des commissions/groupes de travail par les membres du Conseil, on notera que tout de même 44% des répondants estiment que leur apport est faible.

Pour conclure sur ce critère d'efficacité, nous pouvons encore souligner la mise en œuvre effective d'un réseau d'acteurs, ce au travers d'accords sectoriels, de soutiens aux acteurs de terrain avec un focus particulier tant sur les communes et CPAS que sur le monde associatif. Soulignons que cette dynamique est le résultat tant d'une dynamique initiée dans le cadre de la Stratégie que d'une mobilisation des acteurs de terrain eux-mêmes.

2.1.5.4 Cohérence interne

Sur ce critère, il s'agit d'analyser les modalités de gouvernance actuelles en lien avec les objectifs.

Pour ce faire, nous proposons notamment de mobiliser une série d'informations que nous avons pu collecter au niveau des modalités de gouvernance du « Food Concil » de Gand. Sans en faire un modèle à copier, il nous semble intéressant de contraster les situations.

Il est notamment intéressant de noter que le nombre de membres du Conseil a évolué dans des proportions similaires à celles du Conseil Good Food en passant d'une trentaine de membres au démarrage à 17 membres actuellement. En termes de fréquence, ce Conseil se réunit 3 fois/an.

Il est intéressant de voir l'approche très évolutive de la gouvernance. Des groupes de travail en plus petit nombre ont notamment été mis en place afin de réfléchir à l'opérationnalisation des objectifs stratégiques définis par le Food Concil.

La Ville revendique d'ailleurs une approche très ouverte, en permanente évolution. Cela conduit à consacrer un temps important à la question de la répartition des rôles, au renforcement du mandat. Sur ce plan, nous avons vu plus haut les limites constatées d'une approche en permanente évolution, notamment dans sa capacité à développer une véritable valeur ajoutée. Il y a d'ailleurs un même débat à Gand relatif à un questionnement intense sur l'équilibre à avoir entre la légitimité et l'efficacité. Par ailleurs, il convient encore de préciser ici que ce programme ne dispose que d'objectifs qualitatifs, approche qui permet sans doute une vision plus lâche/ouverte dans le pilotage.

Concernant la composition actuelle du Conseil, il est intéressant de noter que l'approche peut-être un peu moins institutionnelle à Gand, une approche moins basée sur les représentants des secteurs. On



note en effet un mix entre des représentants d'acteurs/de secteurs (ex. : secteur de l'agriculture biologique, Oxfam) et des acteurs plus individuels/autonomes (ex. : restaurateur, consultant, travailleur socio-culturel).

En lien avec ce que nous avons pu établir comme constats par ailleurs sur le plan de la gouvernance, et vu ces différents éléments propres à la gouvernance du « Food Concil » de Gand, il est possible d'indiquer que l'approche développée au niveau de Good Food est relativement cohérente. Ceci posé, il convient de pouvoir répondre à certaines frustrations quant à une appropriation plus forte de la stratégie et de sa gouvernance par d'autres parties prenantes que par les seules administrations en charge de son pilotage.

Si l'approche très structurée qui a été développée en termes de gouvernance ne permet pas l'ouverture permanente sur l'extérieur et la diversité des acteurs, elle a le mérite de garantir la capacité à monitorer des objectifs chiffrés, seuls à même de permettre l'évaluation des résultats et impacts effectifs. La principale marge de progression semble plutôt se situer dans la capacité de coresponsabiliser les parties prenantes autres que les administrations. La définition de la prochaine stratégie pourrait représenter une opportunité pour identifier, dans la stratégie des différentes parties prenantes, les actions qu'ils vont porter et qui pourraient, le cas échéant intégrer, le portefeuille d'actions Good Food 2.0.

2.1.5.5 *Efficiences*

Le budget annuel moyen pour l'axe gouvernance était de 45.000 euros, soit 2% du budget global de la Stratégie.

Au-delà de ce budget, il faut également intégrer les ressources humaines en charge du pilotage – même si celle-ci sont très et même trop limitées nous y reviendrons – et tenir compte du temps consacré par l'ensemble des parties prenantes impliquées dans les différentes réunions des instances.

Sur ce dernier plan, certains acteurs se plaignent de ne pas disposer des mêmes moyens que d'autres pour s'investir, point qui pourrait notamment se régler par une structuration de certains acteurs émergents n'appartenant pas aux structures représentatives existantes.

Ceci posé, l'implication des agents en charge du pilotage a permis de rencontrer une série d'objectifs en lien avec l'axe de gouvernance. Nous pensons plus particulièrement à la mise en place et au fonctionnement du Conseil consultatif/participatif et au travail conséquent relatif à l'évaluation tant à mi-parcours qu'à la fin de l'année 2020.

Ceci posé, il nous semble qu'il convient à l'avenir de capitaliser au maximum sur ce qui a été réalisé entre 2016 et 2020. Si nous pensons globalement que les réalisations en regard des moyens mobilisés peuvent faire l'objet d'une évaluation positive, il s'agirait de garantir l'efficience future.

Pour ce faire, il convient à minima de travailler sur les plans suivants :

- Structurer le pilotage via des outils stables facilitant le travail de reporting



- Etablir des indicateurs clairs et stables, permettant notamment la structuration des collectes de données via les différentes enquêtes/études
- Eviter de passer un temps trop important sur les modalités de gestion du Conseil afin de pouvoir se focaliser sur la supervision de la stratégie quant au fond

2.1.5.6 Durabilité (pérennisation de l'impact)

Afin de répondre à la question du rôle des instances participatives sur la pérennisation de l'impact de la Stratégie Good Food, il convient d'analyser les modalités permettant l'appropriation effective de la stratégie par les parties prenantes. Nous ne traiterons pas de façon spécifique ici de l'appropriation par l'ensemble des citoyens, cette dimension étant plutôt analysée au niveau de l'axe Culture alimentaire.

Il semble évident que l'approche développée initialement devait permettre l'appropriation de la stratégie par les parties prenantes, et, ce faisant, en favoriser la pérennisation.

Au-delà de cette ambition initiale, le taux important de participation aux différentes réunions démontre l'intérêt des parties prenantes à s'impliquer dans le fonctionnement des instances.

Ceci posé, il est intéressant de noter les résultats suivants concernant l'enquête auprès des membres du Conseil :

- 80% estiment que les objectifs de leur organisation et la stratégie Good Food sont (tout à fait) convergents ;
- 70% indiquent que leur organisation intègre la Stratégie Good Food dans leur stratégie et dans la mobilisation de leur réseau ;
- La moitié estime que leur organisation intègre la stratégie Good Food dans leur communication.

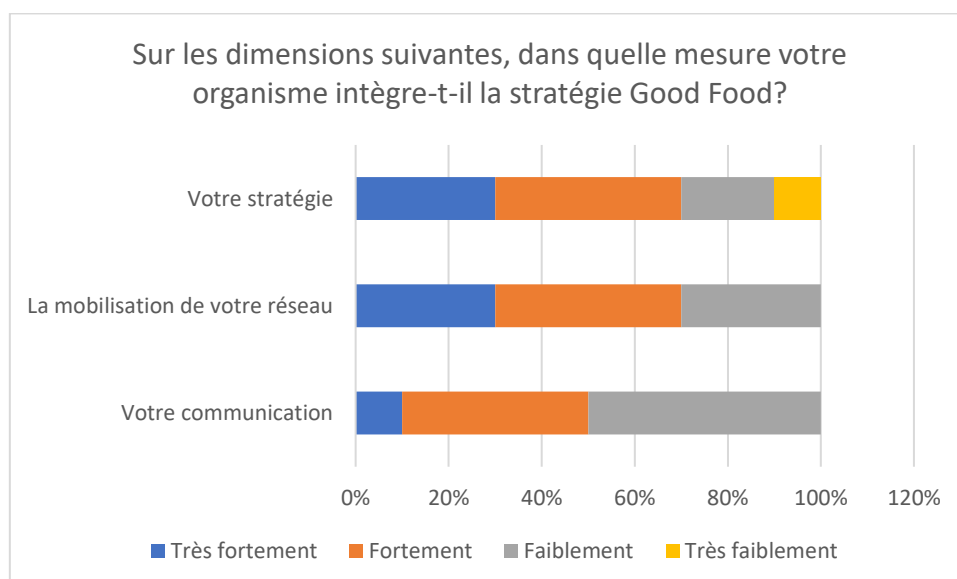


Figure 23 - Appropriation de la stratégie par les parties prenantes - Enquête auprès des membres du Conseil participatif - Comase - Décembre 2020



Si la dimension d'implication des acteurs a bien été rencontrée, il semble que la responsabilisation de ces derniers aurait pu être plus marquée. S'il faut noter l'implication des acteurs dans les actions – 80% indiquent considérer leur organisation comme acteur (très) actif dans la mise en œuvre de la stratégie, il convient en effet de ne pas laisser les parties prenantes dans un rôle d'observateur en ce qui concerne la dimension de pilotage.

2.1.5.7 Cohérence externe

Au niveau du critère d'évaluation de la cohérence externe, il s'agit de réaliser un focus particulier sur les dimensions intégrées dans la Stratégie Good Food.

Dans le cadre de l'interrogation des membres du Conseil, la question de l'importance actuelle de différentes thématiques au sein de la Stratégie Good Food a été posée. Il en ressort que :

- 90% estiment que l'impact environnemental est (très) important
- 70% estiment que la thématique du développement économique est importante
- 55% estiment que la mixité sociale est importante
- La moitié indique que la thématique de la promotion de la santé est peu importante au sein de la stratégie
- 60% estiment que la thématique des inégalités sociales est peu/pas importante
- 67% estiment que la question de la diversité culturelle est peu/pas importante

Au-delà de l'analyse de l'importance de ces différentes dimensions au niveau de la stratégie, la question de leur intégration dans le travail effectué par le Conseil participatif a été posée. On note que :

- 80% estiment que l'impact environnemental est (très) intégrée au travail du Conseil
- 70% estiment que la thématique du développement économique est (très) intégrée au travail du Conseil
- 56% estiment que la mixité sociale est peu/pas intégrée au travail du Conseil
- 60% indiquent que la thématique de la promotion de la santé est (très) intégrée au travail du Conseil
- 50% estiment que la thématique des inégalités sociales est peu/pas intégrée
- 89% estiment que la question de la diversité culturelle est peu/pas intégrée au travail du Conseil

Dernière dimension à souligner en lien avec cette évaluation de la cohérence externe : la transversalité avec les autres niveaux de pouvoir. Il convient sur ce plan de noter que le réseautage s'est également concrétisé de façon effective entre les différentes administrations et niveaux de pouvoir de façon transversale, tant entre administrations bruxelloises, au niveau des communautés, entre régions et avec le niveau européen.



2.1.6 Approche globale

2.1.6.1 Contextualisation

Sans anticiper sur les conclusions et recommandations, il s'agit ici de développer une première lecture plus transversale de la Stratégie Good Food dans son ensemble.

La Stratégie Good Food s'inscrit dans une vision systémique ambitieuse visant à accélérer la transition du système alimentaire vers un système alimentaire (plus) durable.

La définition du système alimentaire durable utilisée dans la présente stratégie est celle du Sustainable Food Laboratory - 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) à leur niveau de renouvellement 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 ».

Il s'agit donc clairement d'intégrer les 3 piliers du développement durable :

- Intégration des aspects sociaux, de santé, d'inclusion, de bien-être ;
- Promotion de l'économie locale ;
- Réduction de l'impact sur l'environnement.

Cette vision systémique s'est traduite par un programme d'action comportant 7 axes :

- 3 axes thématiques
 - o Axe 1 : Augmenter la production alimentaire locale durable (Production)
 - o Axe 2 : Accompagner la relocalisation et la transition vers une offre plus durable pour tous (Offre)
 - o Axe 3 : Accompagner la transition de la demande pour tous (Demande)
- 4 axes transversaux
 - o Axe 4 : Développer une culture alimentaire durable et désirable « Good Food »
 - o Axe 5 : Réduire le gaspillage alimentaire
 - o Axe 6 : Penser et favoriser les systèmes alimentaires de demain
 - o Axe 7 : Assurer la gouvernance de la mise en œuvre de la stratégie



2.1.6.2 Pertinence

Il s'agit ici d'analyser dans quelle mesure les objectifs de la Stratégie Good Food sont fondés sur une objectivation des besoins.

Pour rappel, nous reprenons, ci-après, le schéma d'évaluation qui permet de visualiser ce lien entre l'identification des Besoins du territoire et des acteurs, et la définition des Objectifs. Il s'agit ainsi de rappeler l'importance de la définition des Besoins en amont. Concrètement, il importe d'avoir une vision précise de la situation de départ et de la manière dont on souhaite l'impacter.

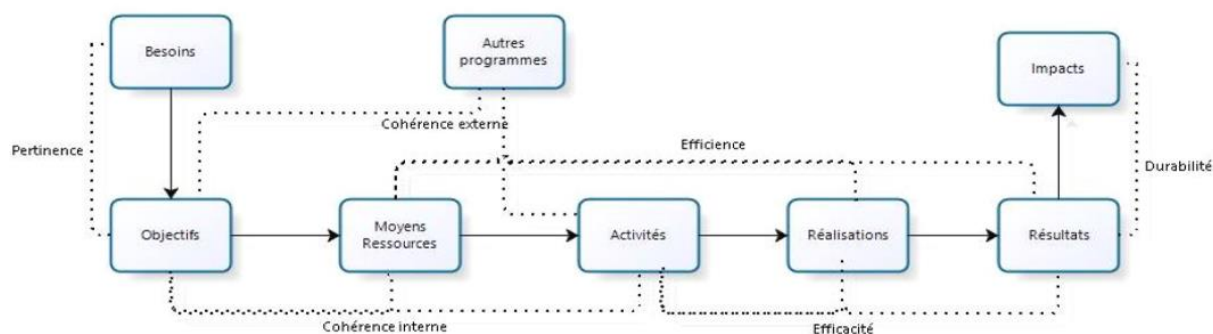


Figure 24 Schéma d'évaluation

Il faut préciser que chaque axe de la stratégie est décliné en actions et que pour chaque action :

- des Enjeux & Constats ont été définis
- un Etat des lieux a été établi
- des Objectifs qualitatifs et/ou chiffrés ont été arrêtés.

Sur ce dernier plan, on recense 39 objectifs chiffrés, ce qui doit nous conduire à souligner cet effort qui permet de ne pas se limiter à des objectifs qualitatifs globaux souvent difficiles à monitorer. On notera d'ailleurs que la stratégie développée au niveau de la Ville de Gand se limite à des objectifs qualitatifs, ce qui ne nous paraît pas recommandable si l'on veut garantir la mesure de l'impact effectif.

Concernant l'objectivation des besoins, il convient de faire à nouveau le lien ici avec la prescription n°102 reprise au niveau de l'Axe Gouvernance, à savoir : *Faire un état des lieux pour identifier la situation initiale de l'alimentation durable en lien avec les objectifs, et pour pouvoir mesurer l'évolution des objectifs.*

Cette prescription révèle les limites de la définition des Besoins réalisée en amont de l'établissement des objectifs.

Il convient ainsi de souligner que parmi les objectifs chiffrés, si certains décrivent clairement la trajectoire entre la situation initiale et la cible (ex. : en 2020, doubler la surface des zones potagères dans les espaces verts régionaux gérés par Bruxelles Environnement, soit 5ha à atteindre), la plupart des objectifs ne sont pas clairement reliés à une photo chiffrée de la situation permettant la définition d'une trajectoire vers la cible. A titre exemplatif, l'objectif de 10% des Bruxellois engagés dans une démarche Good Food pour 2020 ne peut correspondre à une trajectoire vu qu'on ne connaît pas le pourcentage initial de Bruxellois inscrits dans une démarche d'Alimentation durable.



Pour rester sur cet objectif, notons encore la faiblesse de la définition de ce que devrait être *l'inscription dans une démarche Good Food*, rendant d'autant plus complexe le suivi de cet objectif chiffré.

Cette absence de capacité à visualiser clairement la trajectoire entre une situation initiale et un objectif ne permet pas d'objectiver le caractère à la fois ambitieux et réaliste des valeurs ciblées. Sur certains plans, il ne permet donc pas de favoriser l'appropriation de l'objectif par les acteurs et la connexion forte nécessaire entre les prescriptions et la rencontre du ou des objectif(s).

En synthèse, si nous pouvons indiquer que les besoins n'ont pas fait l'objet d'une objectivation systématique et que la pertinence des objectifs n'est dès lors pas toujours démontrée, l'établissement d'objectifs chiffrés et la dimension forte d'évaluation prévue dès le départ dans le Stratégie, ont positivement permis d'amorcer la réflexion sur la nécessité de veiller à cette pertinence.

2.1.6.3 Cohérence interne

Sans anticiper sur la question du rapport entre les moyens mobilisés et les réalisations/résultats que nous abordons ci-après au niveau du critère d'efficacité, il convient ici d'analyser l'adéquation entre les moyens mobilisés et les objectifs définis.

En premier lieu, nous pouvons noter que la stratégie comptait 110 prescriptions, c'est-à-dire des actions devant participer à la rencontre des objectifs. La Stratégie a donc bien été déclinée via un arsenal conséquent d'actions concrètes à mettre en œuvre.

De façon globale, il apparaît également que ces prescriptions sont bien cohérentes avec les objectifs définis. De façon globale, nous n'avons en effet pas identifié d'objectifs qui n'auraient pas fait l'objet d'une déclinaison en prescription concrète, même si cette déclinaison paraît parfois relativement faible.

2.1.6.4 Efficacité

L'efficacité doit nous permettre la mise en relation des réalisations et résultats avec les moyens mobilisés.

Si nous avons réalisé des évaluations ciblées sur base de ce critère sur certains des axes abordés précédemment, il s'agit ici d'analyser l'efficacité de façon globale.

Il convient en premier lieu de caractériser les moyens mobilisés. Et sur ce plan comme sur d'autres, il faut reconnaître l'absence de tableau de bord proprement dit permettant une vision claire du lien entre les différents axes, les différentes prescriptions, et les montants budgétés, engagés et liquidés.

Il ne s'agit ici absolument pas de mettre en cause la maîtrise budgétaire des différentes lignes prévues au niveau de chaque administration, mais bien plus de souligner à nouveau la difficulté du développement d'une approche managériale du Projet Good Food dans son ensemble, ce faute d'outil stable et adapté.

Sur le plan des moyens budgétaires, le tableau ci-après reprend les budgets prévus initialement.



Avec un total de budget initial de près de 13.000.000 euros pour une période de 5 ans, on constate ainsi que les moyens prévus étaient en moyenne d'environ 2.600.000 euros/an avec des variations allant d'un minimum de 2.445.000 euros à un maximum de 2.915.000 euros.

Il convient également de noter les différences très importantes quant à la ventilation entre les différents axes. L'Axe 1 : Production bénéficiant en effet de plus de 40% du budget total. Il est cependant important de noter que le budget alloué à la partie « production professionnelle » de l'axe 1 est de 1.981.000 €, et ne représente « que » 13% du budget total de la stratégie.

	2016	2017	2018	2019	2020	Total	%
Axe 1 : production	920.000 €	1.390.000 €	990.000 €	1.290.000 €	990.000 €	5.580.000 €	43%
Axe 2 : offre	410.000 €	510.000 €	460.000 €	410.000 €	365.000 €	2.155.000 €	17%
Axe 3 : demande	365.000 €	315.000 €	365.000 €	390.000 €	435.000 €	1.870.000 €	14%
Axe 4 : culture	250.000 €	200.000 €	200.000 €	250.000 €	200.000 €	1.100.000 €	9%
Axe 5 : gaspillage	300.000 €	300.000 €	300.000 €	30.000 €	300.000 €	1.230.000 €	10%
Axe 6 : innovation	145.000 €	195.000 €	145.000 €	170.000 €	120.000 €	775.000 €	6%
Axe 7 : gouvernance	55.000 €	5.000 €	55.000 €	5.000 €	105.000 €	225.000 €	2%
Total	2.445.000 €	2.915.000 €	2.515.000 €	2.545.000 €	2.515.000 €	12.935.000 €	100%

Figure 25 Ventilation des budgets initiaux par axes

En reprenant les évolutions d'année en année en termes de pourcentage, on constate également une relative stabilité de cette ventilation entre les différents axes.

	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Axe 1 : production	38%	48%	39%	51%	39%	43%
Axe 2 : offre	17%	17%	18%	16%	15%	17%
Axe 3 : demande	15%	11%	15%	15%	17%	14%
Axe 4 : culture	10%	7%	8%	10%	8%	9%
Axe 5 : gaspillage	12%	10%	12%	1%	12%	10%
Axe 6 : innovation	6%	7%	6%	7%	5%	6%
Axe 7 : gouvernance	2%	0%	2%	0%	4%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Figure 26 Ventilation des budgets initiaux en pourcentages par axes

En lien avec la présentation des budgets initiaux par axe, il faut noter que cette structuration n'a pas structuré le pilotage budgétaire de la stratégie. Ce pilotage s'est décliné au niveau des administrations pilote, en distinguant principalement les lignes de subsides et celles de marchés publics.

Le tableau ci-après permet ainsi, sur base d'une ventilation entre Bruxelles Environnement (BE) et Bruxelles Economie Emploi (BEE) de reprendre la synthèse des consommations effectives sur le plan budgétaire.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Subsides BE	1.133.000 €	2.132.000 €	1.283.000 €	750.000 €	970.000 €	1.051.000 €
Subsides BEE	99.000 €	184.000 €	193.000 €	234.000 €	292.000 €	400.000 €
Marchés BE		1.320.000 €	1.235.000 €	1.445.000 €	1.154.000 €	994.000 €
Marchés BEE			81.000 €	124.000 €	176.000 €	198.000 €



TOTAL	1.232.000 €	3.636.000 €	2.792.000 €	2.553.000 €	2.592.000 €	2.643.000 €
-------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Figure 27 Synthèse des consommations budgétaires effectives

En comparant le tableau budgétaire et les consommations effectives, on constate que les moyens initialement prévus ont bien été engagés, et ce même un peu au-delà puisque le total effectif est finalement supérieur de 1,2 millions d'euros, avec un effet clair de démarrage de la stratégie sur les années 2015/2016.

On peut positivement souligner cette réalité, car il arrive régulièrement que des moyens prévus au niveau d'une stratégie publique ne soient pas mis en œuvre de façon effective. Cette réalité souligne donc également la rencontre de Besoins des acteurs de terrain, notamment dans le cadre des réponses aux appels à projets où l'ensemble des moyens ont bien pu être alloués.

En lien avec les difficultés pointées concernant l'absence d'outils de pilotage de la mise en œuvre de la stratégie, il convient d'indiquer qu'il n'existe pas de tableau de bord budgétaire propre à la stratégie. Cette situation est notamment à mettre en relation avec la gestion partagée par plusieurs administrations ayant des modalités de gestion budgétaire propres.

Un autre constat concerne le fait que plus de 87%⁴¹ des prescriptions sont réalisées ou en cours de réalisation. Nous pouvons donc déjà indiquer que si les moyens budgétaires ont bien été mobilisés, cela a effectivement conduit à la mise en œuvre des prescriptions.

Concernant les moyens humains, nous pouvons reprendre le tableau ci-après qui caractérise la situation en ETP pour l'année 2020.

Entité	Missions Good Food	Equivalent temps plein (2020)
BE département consommation durable, Division ville durable	Coordination générale et mise en œuvre de la majorité des actions en ce compris les aspects de gestion administrative/communication	4,6 ETP
BE, Service agriculture urbaine, Division Espaces Verts (service créé en 2019):	Agriculture urbaine pro et citoyenne dans les espaces verts et coordination du projet FEDER Boeren Brussel Paysan.	4,3 ETP (+0,8 ETP sur BBP)
SPRB, BEE, Cellule Agriculture	Mise en œuvre des mesures de l'action 1 de l'axe 1 (14) ainsi que quelques mesures axe 2, 4 et 7.	3,8 ETP (+ 4 ETP sur schoolscheme)
TOTAL		12,7 ETP (hors financement projets externes)

Figure 28 Répartition des moyens humains

Avant d'analyser ces moyens humains, il convient de souligner le fait qu'il s'agit de la photo prise en 2020. Il s'agit ici du résultat d'une montée en puissance avec une situation initiale peu structurée/structurante, notamment en AU, où un véritable service n'a été créé qu'au second

⁴¹ Ce chiffre ne tient pas compte des 9 prescriptions ajoutées début 2019 à la suite de l'évaluation à mi-parcours et qui n'ont pour la plupart pas encore pu être mises en œuvre.



semestre 2019, ainsi que dans l'équipe agriculture Good Food de BEE, qui n'existait pas au lancement de la stratégie en 2016 et qui est au complet depuis fin 2018.

Lorsque l'on considère l'enjeu budgétaire, nous pouvons établir un ratio théorique moyen d'un ETP pour gérer 1,2 million d'euros sur 5 ans. Si ce ratio pourrait paraître faible dans d'autres types de projets (suivi de travaux publics notamment), il faut souligner ici l'intensité de pilotage que la mise en œuvre des prescriptions de la stratégie requière. Au-delà de la gestion des subsides octroyés et de l'attribution des marchés, il importe en effet de disposer des ressources nécessaires à la supervision des modalités effectives de mise en œuvre des actions et moyens. Cela nécessite de disposer à la fois d'agents administratifs pour la gestion des subsides/marchés publics, d'agents pouvant se rendre sur le terrain afin d'évaluer la cohérence des actions mises en œuvre et d'agents en capacité de prendre le recul nécessaire pour exploiter l'ensemble des données produites, de produire du savoir pour améliorer la stratégie et sa mise en œuvre.

Qu'il s'agisse de la gestion des appels à projets ; des externalisations ; du pilotage global de la mise en œuvre, de la gouvernance et de l'évaluation, l'efficience est en partie garantie par la capacité des pilotes à disposer du temps nécessaire pour réaliser ce travail. Le fait que les agents ne disposent que de peu/pas de temps pour se rendre sur le terrain au contact des acteurs semble également problématique.



3 Conclusions et recommandations

3.1 Synthèse par axe évalué

3.1.1 Agriculture urbaine professionnelle

Forces

Les actions mises en œuvre ont permis d'avoir un impact sur la création de projets agricoles, sur la création d'emplois et la pérennisation de ceux-ci.

On passe ainsi de 16 à 40 agriculteurs entre 2015 et 2020. Ceci est à souligner compte tenu notamment du fait que la création de projets rencontre toujours un certain taux de sinistralité. La progression quant au nombre de projets pérennes paraît donc à ce stade conséquent.

Le mécanisme des appels à projets s'est avéré être un bon outil puisqu'il a permis de soutenir financièrement 23 projets dont certains à plusieurs reprises. Si cet outil est pertinent pour le lancement de la stratégie et la dynamique d'émergence de nouveaux projets, il conviendra de s'interroger sur l'adéquation de ce mécanisme en fonction des objectifs et moyens futurs.

Nous notons aussi une certaine pérennisation quant au développement de l'emploi puisque l'ensemble des producteurs d'agriculture urbaine comptabilisait 63 équivalents temps plein (ETP) en 2018 et en compte 80,5 ETP en 2020. En termes d'hectares, on progresse de 10 ha en 2018 à 20 ha en 2020.

Vu l'impact de la crise du COVID-19 sur une partie des agriculteurs qui distribuent leur production directement à l'Horeca, il faut souligner la capacité de réaction de l'administration qui a pu mettre en place des mécanismes d'aide complémentaire afin de soutenir ces acteurs.

L'ensemble de ces résultats contribuent à l'augmentation de la résilience de la Région Bruxelles-Capitale.

Les prescriptions fixées dans la stratégie initiale sont cohérentes et ne sont pas contradictoires. La majorité d'entre elles sont réalisées et récurrentes ou en cours de réalisations.

Enfin, les subsides semblent répondre aux besoins des agriculteurs.

Faiblesses

La déclinaison des objectifs n'est pas suffisamment structurée en critères et indicateurs clairs permettant d'effectuer le pilotage, le suivi et l'évaluation des objectifs. La structure actuelle ne permet pas non plus de dégager suffisamment une priorisation des objectifs.



Concernant l'objectif de résilience, la nécessité d'augmenter la production pour faire face à une éventuelle pénurie d'approvisionnement n'est pas clairement établie. La pertinence des seuils fixés pose donc question.

Il serait sans doute opportun de réaliser une étude qui resitue la Région dans un périmètre plus large, qui identifie les collaborations possibles et les carences afin de mettre en place des actions cohérentes aussi bien vis-à-vis de la Région bruxelloise que des deux autres Régions.

Une analyse plus approfondie des besoins en accompagnement des agricultures devrait être réalisée. En effet, les agriculteurs ayant participé à notre enquête indiquent que les mesures d'accompagnement ne rencontrent pas leurs besoins.

Il apparaît également qu'ils ne sont pas suffisamment au courant des outils mis à leur disposition ni de la différence entre les interventions des différents acteurs (entre le FAU et BBP par exemple).

Une approche intégrant les agriculteurs conventionnels, acteurs qui mobilisent la majeure partie des terres agricoles mais qui s'inscrivent très peu dans une démarche nourricière, est encore à mettre en œuvre.

Opportunités

Tout au long de l'analyse, nous avons relevé la nécessité de définir les concepts qui y sont mobilisés, notamment, la résilience, la durabilité, la notion d'emploi durable, etc.

Ceci permettra d'être plus précis et systématique pour établir les indicateurs/objectifs, mais aussi d'identifier des actions claires et mesurables qui pourront être mises en œuvre pour atteindre ces objectifs.

Il semble opportun de fixer de nouveaux seuils à atteindre pour chaque objectif. Il faudra veiller à ce que ces seuils soient réalistes et atteignables et que les objectifs soient déclinés en sous-objectifs clairs. Une analyse précise des moyens nécessaires pour atteindre ces nouveaux objectifs devra également être faite.

Il conviendrait également de réinterroger la place de la culture de pleine terre du point de vue de l'objectif de productivité en raison de la faible disponibilité des terrains. La prospection réalisée par Terre-en-vue indique qu'il reste 161 ha des terres disponibles. Si la totalité de ces terres pouvait être mobilisée dans une approche nourricière, la capacité à atteindre l'objectif des 5 % serait fortement renforcée. Ceci posé, il convient de souligner les nombreux obstacles à une telle mobilisation court/moyen terme (droits de propriété, conflits d'usage, modèle agricole, ...).

L'agroécologie, concept mobilisé de façon de plus en plus intense dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie, nous semble être une pratique agricole qui devrait notamment participer à soutenir le dialogue avec les agriculteurs conventionnels qui, malgré des pratiques divergentes, sont en lien avec la culture de la terre et pourraient y être sensibilisés par le partage d'informations.

La solution actuellement évoquée vise à élargir le périmètre de production. Nous pensons opportun de s'interroger sur le fait d'investir davantage dans le soutien des autres moyens de production (c'est-



à-dire les productions hors sol, qui peuvent valoriser des espaces non utilisables pour d'autres fonctions, comme des caves et des toitures), ceci dans le but d'augmenter plus rapidement la masse de production en fruits et légumes.

Afin de conserver une certaine cohérence avec les objectifs de production fixés, il conviendrait de rehausser l'objectif de préservation des terres au PRAS afin que cela corresponde aux espaces nécessaires pour rencontrer les nouveaux objectifs de la stratégie.

Les actions de sensibilisation auprès des acteurs publics et privés ont bien été menées mais pourraient être intensifiées afin d'avoir un impact sur le nombre de projets en agriculture urbaine.

Le référentiel durabilité nous semble être un excellent outil pour la sélection, le suivi et l'évaluation des futurs projets. Il conviendrait de l'utiliser, lorsqu'il sera finalisé, afin de fixer des définitions pour l'ensemble des concepts de la stratégie.

Un grand nombre d'études et d'analyses ont été réalisées au cours de la stratégie. Ceci étant très positif car cela permet d'avoir un grand nombre d'informations pour alimenter la réflexion concernant la stratégie 2.0. Il faudra toutefois veiller à une meilleure utilisation des données afin de les exploiter au maximum, de rentabiliser le coût de celles-ci et de profiter au mieux de la plus-value que cela génère pour la construction, l'amélioration de la stratégie mais aussi pour le suivi et l'évaluation.

Menaces

Bien que l'espace test agricole soit maintenu pour les trois prochaines années, la fin du projet BBP enlève un acteur clef du dispositif de soutien. Il faudra veiller à la cohérence et la pertinence de la répartition des rôles entre le ou les acteurs qui reprendront ses missions. Le risque étant une perte de savoirs, de capacités d'action et un manque de lisibilité et d'accessibilité pour les porteurs de projets.

Nous notons également l'avantage concurrentiel dont bénéficient les agriculteurs conventionnels via les aides de la PAC contrairement aux porteurs de projets AU travaillant sur petites surfaces, et qui s'inscrivent dans l'agroécologie. Si aucune évolution n'est à venir en la matière, cela risque d'impacter, d'avoir un effet décourageant sur le lancement de nouveaux projets en AU.

La crise Covid ayant eu un impact sur une partie des producteurs qui écoulent leurs produits directement au secteur de l'Horeca, il nous semble pertinent d'apporter une attention particulière au soutien en termes d'accompagnement ou de financement qui pourraient être mis en place afin de garantir que ces projets puissent survivre à la crise. Si nous avons pu constater une bonne capacité de réaction de l'administration pour mettre en place rapidement un soutien financier, une réflexion pourrait être menée sur l'opportunité de mettre en place une structure qui permettrait d'assurer une continuité du soutien d'accompagnement et financier.

Un certain nombre d'études ont été réalisées en cours de route. Celles-ci ne permettent pas toujours d'avoir une vue claire sur la situation. Il faudra veiller à toujours utiliser les mêmes indicateurs pour la mesure des actions afin de pouvoir dégager des résultats objectifs. Ces études ayant un certain coût, il convient d'opérer une réflexion sur les futures études à mener et de ne pas multiplier celles-ci afin



de ne pas amputer la stratégie de moyens qui permettraient la mise en place d'un plus grand nombre d'actions et, par conséquent, d'atteindre plus d'objectifs.



3.1.2 Production non commerciale – autoproduction citoyenne

Forces

En lien avec les éléments présentés au niveau de l'état des lieux dans la stratégie, il faut souligner que les actions existantes préalablement à la stratégie Good Food et soutenues par Bruxelles Environnement rencontraient déjà un franc succès (helpdesk, formation des maitres-maraichers, distribution de kits de démarrage, etc.).

Sur la période 2016-2020, on constate une augmentation significative de la participation à l'autoproduction et une participation accrue aux activités de sensibilisation.

La stratégie s'inscrit donc dans une forme de continuité de l'action basée sur une retour d'expérience positif

Ces actions peuvent être considérées comme durables.

Faiblesses

La structuration de la stratégie ne nous paraît pas toujours pertinente. Dans le cas présent, nous identifions certains éléments de l'autoproduction qui se rattachent fortement à des notions de culture alimentaire.

L'autoproduction contribue indéniablement à l'accroissement des quantités produites sur le territoire de la Région. Toutefois, il nous paraît complexe de pouvoir en mesurer l'étendue ; de surcroît quand cette production est réalisée chez les particuliers.

Concernant les projets collectifs, bien que nous percevions les bénéfices que ceux-ci procurent, il serait pertinent de faire l'analyse des externalités positives qu'ils génèrent et de mettre celles-ci en regard des besoins territoriaux de la Région, ceci dans le but de pouvoir développer/soutenir de futurs projets dans les lieux qui en ont le plus besoin. Par exemple, déterminer les quartiers qui sont le plus en manque d'espaces de convivialité.

Nous n'avons pas identifié de raisons objectives qui permettraient de fixer le seuil à atteindre parmi la population qui fait de l'autoproduction. La mesure de la participation s'est faite sur des indicateurs différents, lors du premier sondage sur la participation individuelle et, lors du second sondage, sur la participation des ménages. Il serait adéquat de fixer des indicateurs pour la suite de la stratégie et d'effectuer toutes les mesures sur base de ces mêmes indicateurs afin d'obtenir un suivi précis et objectif

Il n'est actuellement pas possible de se positionner sur la durabilité des pratiques individuelles.

Opportunités

L'augmentation de la participation à l'autoproduction et l'enquête de 2011 indiquent qu'une marge de progression existe au sein du public à mobiliser (24% des personnes interrogées qui ne cultivent



pas ont déjà pensé à le faire). Ceci nous indique que l'objectif fixé initialement pourrait être revu à la hausse.

Un des freins au développement de la pratique de l'autoproduction est le manque de temps. La crise du COVID ayant forcé les citoyens bruxellois à rester chez eux, cela nous paraît être une belle opportunité pour pouvoir augmenter significativement la participation à l'autoproduction.

Le sondage de 2020 révèle que l'autoproduction implique plutôt un public favorisé, des catégories sociales supérieures et des habitants du Nord-Ouest et du Nord-Est de la Région.

Il conviendrait pour la suite de la stratégie de renforcer certaines actions déjà en place (notamment les potagers sociaux) mais aussi de développer de nouvelles actions qui permettraient de toucher un public plus diversifié sur l'ensemble du territoire de la Région.

Menaces

Afin de s'assurer que la dynamique ne s'essouffle pas, il conviendrait de mener une étude long terme auprès de participants afin de savoir si la pratique s'ancre dans le temps, si l'expérience est maintenue sur plusieurs années.

Au même titre que le développement de l'agriculture professionnelle, l'autoproduction fait face au manque de place. Les listes d'attentes auprès de Bruxelles Environnement pour l'occupation d'une parcelle potagère en témoigne. Il conviendra donc de s'interroger sur les capacités de développement de cette activité et sur les limites qu'elle pourra rencontrer.

Une légère perte de superficie des surfaces potagères, expliquée par la disparition de certains sites non compensés par la création de nouveaux espaces potagers, est constatée. Sur les 88 ha de surfaces recensées au début de la stratégie, seuls 23 ha de potagers sont inscrits en zone verte. Le risque que les 65 ha restants disparaissent est accru. Il nous apparaît dès lors pertinent de renforcer les actions qui permettraient de maintenir ces espaces.



3.1.3 Cantines

Forces

L'évaluation de l'impact du label démontre un différentiel important entre la performance des cantines labellisées et celles qui ne le sont pas.

Il faut également noter les évolutions positives pour les cantines labellisées, ce au-delà de la situation au moment de leur labellisation.

L'évaluation de l'impact de la labellisation sur l'évolution des pratiques démontre en effet une amélioration des celles-ci pour toutes les dimensions de la stratégie Good Food. Par le contrôle et l'émulation qu'il induit, le label semble donc bien garantir la pérennisation d'une trajectoire vers des cantines plus durables.

Ceci démontre que l'inscription dans la labellisation garantit un effet structurant pour une trajectoire vers des cantines plus durables.

Faiblesses

Les objectifs initialement ciblés sur les cantines publiques ont d'une certaine manière été tant élargis à l'ensemble des cantines que revus à la hausse.

Si cela ne pose pas de problème en soit, il convient de noter que ni les objectifs initiaux ni les objectifs actualisés n'ont été atteints. L'opportunité de diluer la poursuite de l'objectif relatif aux cantines publiques dans une approche tout type de cantines ne paraît donc pas démontré.

Il nous semble en effet que la dimension d'exemplarité des cantines publiques détient toujours une valeur symbolique importante tant pour favoriser la transition d'un maximum de cantines, que pour renforcer l'approche sur le plan de la culture alimentaire.

Ceci posé, il faut également souligner, de manière globale, la moins bonne performance des cantines scolaires par rapport à la totalité des cantines sur le plan de l'alimentation durable, à l'exception notable de la dimension relative aux menus végétariens.

Une telle situation devrait donc bien encourager leur inscription dans la logique du label afin travailler sur leurs marges de progression, tant par rapport à ce qu'elles proposent que ce qu'elles exigent de leur fournisseur.

Il y a une véritable question posée quant à l'efficacité du Label, ce au vu du pourcentage de cantines labellisées par rapport au nombre total de cantines. Sans remettre en cause le bien-fondé du label et son impact positif comme indiqué ci-avant, un objectif ambitieux de développement du nombre de cantines labellisées ne pourrait être défini que sur base d'une structure de coût reconfigurée.



Opportunités

En exploitant les différentes enquêtes/analyses, l'évaluation de la performance a permis d'identifier clairement des différences entre les types de cantines quant à leur performance sur les différentes dimensions Good Food.

Il semble donc opportun de réfléchir à des approches (encore) plus adaptées à cette typologie et de veiller également à décliner des actions spécifiques en lien avec les marges de progression sur telle ou telle dimension Good Food.

Certaines cantines labellisées soulignent d'ailleurs cette opportunité d'une approche plus différenciée selon le type de cantine.

L'exploitation des données relatives aux performances actuelles démontre l'importance du monitoring des pratiques. Il convient en effet d'être en capacité d'identifier tant les phénomènes de progression/stabilisations/régression, que les marges de progression sur lesquelles travailler en priorité.

Nous disposons à présent d'une photo très détaillée de la situation actuelle. Cela doit permettre de définir une ambition plus précise, une trajectoire et un pilotage pour les prochaines années.

Le fait notamment de constater que les cantines indiquent à 75% agir/souhaiter agir pour proposer une alimentation (plus) durable à leurs bénéficiaires représente une opportunité à saisir, et ainsi accompagner la concrétisation de cette volonté de changement, en lien direct ou non avec une démarche de labellisation.

Menaces

Sans proposer ici de revoir les exigences propres au label à la baisse, il convient de mettre en relation la performance des cantines labellisées avec le niveau d'exigence du label.

Le risque est en effet d'avoir un différentiel très/trop important entre un petit noyau de cantines à la pointe et l'ensemble des cantines bruxelloises. Le fait qu'à peine plus de 3% des cantines bruxelloises soient labellisées doit poser la question de la capacité à garantir une véritable transition pour une majorité de cantines, ce dans l'optique d'une véritable massification.

Il convient donc de veiller à garantir un dialogue structurel entre les cantines labellisées, considérées comme ambassadeurs, et non-labellisées, car l'objectif est bien la transition d'un maximum de cantines, et non la labellisation pour la labellisation.

Vu la durée de 3 ans de la labellisation, l'année 2021 va représenter une année charnière pour une série de cantines labellisées. Il importe de réussir cette phase critique quant au renouvellement, ce même (et surtout) s'il s'agira d'une année de transition vers la stratégie 2.0.



3.1.4 Culture alimentaire

Forces

Le fait d'intégrer cette dimension de culture alimentaire, cette approche basée sur les comportements, détient une valeur ajoutée certaine afin de garantir une véritable et massive transition.

On notera également que ceux qui indiquent avoir changé leur comportement alimentaire pour adopter une alimentation plus durable sont plus nombreux dans la population indiquant également avoir déjà entendu parler de la Stratégie Good Food. Ces chiffres semblent démontrer une certaine corrélation, un impact entre la connaissance de la Stratégie et l'enrôlement dans une démarche vers une alimentation plus durable

Tout en soulignant les limites d'une approche exclusivement basée sur du déclaratif, le baromètre 2020 fait apparaître des chiffres relativement encourageants en termes de consommation avec 63% des Bruxellois déclarant qu'au moins la moitié de leurs achats alimentaires sont des produits durables. 34% qu'au moins ¼ de leurs achats sont de ce type et enfin 11% que tous les aliments ou presque qu'ils achètent appartiennent à cette catégorie.

Avec ce pourcentage de 11%, si l'inscription dans une démarche d'alimentation durable correspondait stricto sensu à l'achat exclusif de produits alimentaires durables, nous pourrions indiquer, sur base de ce déclaratif, que l'objectif de 10% est atteint.

Faiblesses

Tout en soulignant l'intérêt d'essayer de définir un objectif chiffré, la description initiale des *Besoins*, de la situation initiale quant aux pratiques Good Food/Alimentation durable des Bruxellois, n'était pas suffisamment étayée par assurer la pertinence de l'objectif de 10% de Bruxellois s'inscrivant dans une démarche Good Food à l'horizon 2020.

L'analyse des pratiques est basée de façon relativement importante sur des enquêtes et donc sur du déclaratif. Il conviendrait d'analyser dans quelle mesure il ne serait pas également possible de croiser ces données avec des données propres aux pratiques effectives.

Nous pensons notamment aux enquêtes santé menées et qui traitent de façon spécifique les habitudes nutritionnelles. Pour la consommation de fruits et légumes, l'étude de 2018 identifiaient notamment une meilleure performance globale des résidents en Région de Bruxelles-Capitale. Certaines parties prenantes à la stratégie pourrait également de façon plus systématique alimenter la réflexion par une série de chiffres qu'ils établissent au niveau de leur secteur.

Opportunités

Si les jeunes de 16-34 ans semblent moins informés sur la stratégie que la moyenne de la population et qu'ils sont un peu moins à indiquer consommer déjà durable, on observe également que 62% d'entre eux indiquent envisager de modifier leur comportement futur, alors que la moyenne globale n'est que de 49% au niveau de l'ensemble de la population.



Toujours en termes d'opportunité liée aux publics cibles, il importe d'intégrer une série de spécificités sociologiques, notamment pour identifier les cibles les plus rétives à l'inscription dans une démarche Good Food.

On note ainsi que parmi les 17% qui indiquent ne pas être intéressés par une alimentation durable, on retrouve plus spécifiquement les 55 ans et plus, les moins diplômés, les inactifs et les groupes sociaux moins élevés.

Le concept d'ambassadeurs nous apparaît comme un concept intéressant à décliner. Au-delà des actions concrètes autour des ambassadeurs officiels, la possibilité de généraliser le concept nous semble devoir être étudiée.

Au niveau des actions de communication, si on peut comprendre la volonté d'investissement importante au moment du lancement de la stratégie, il s'agirait de réfléchir à présent à une communication permettant de valoriser des réalisations/résultats, et d'ainsi favoriser une dynamique, une émulation. Sur ce plan, il importe de conserver à l'esprit l'approche comportementale, le fait que les leviers de motivation pour s'inscrire dans une démarche d'alimentation durable peuvent différer fortement d'un public à l'autre.

Enfin, il existe des convergences très fortes entre l'Axe 3 : Accompagner la transition pour tous et l'Axe 4 de Culture alimentaire.

Si nous comprenons que ce dernier détient une portée plus transversale, il apparaît opportun de travailler à une intégration de ces deux axes, notamment en lien avec les objectifs/indicateurs à (re)définir au niveau de la Culture alimentaire.

Menaces

Si cette dimension a toujours été présente dans différentes actions mises en œuvre, l'approche inclusive de la population bruxelloise dans sa diversité est à présent encore mieux documentée sur certains plans. Il est ainsi notamment possible de ne pas se limiter à d'éventuelles idées préconçues sur telle ou telle catégorie socio-économique, sur telle ou telle zone du territoire régional.

Ceci posé, il convient de préserver l'équilibre entre les trois piliers de l'alimentation durable, et donc, tout en poursuivant la dimension sociale et inclusive, de ne pas réduire les ambitions sur le plan de la réduction de l'impact environnemental et la promotion de l'économie locale.



3.1.5 Gouvernance

Forces

Il faut en premier lieu souligner l'effort très important réalisé afin de garantir l'approche participative et de réaliser les différentes prescriptions prévues.

Tant par la place qu'elle occupe déjà dans la Stratégie que par une mise en œuvre effective importante, la dimension d'évaluation nous semble également représenter une force, ce même s'il a manqué de structuration sur certains plans en amont, comme pour la définition d'une série d'indicateurs. L'évaluation in itinere a depuis lors permis de disposer d'énormément de données à exploiter à l'avenir.

L'évaluation intermédiaire a permis un véritable travail d'analyse et d'adaptation de la stratégie et des modalités de sa mise en œuvre.

Faiblesses

Si l'axe de Gouvernance est clairement identifié comme un axe transversal dans la stratégie, il convient véritablement de ne pas le considérer comme un axe parmi d'autres alors qu'il doit permettre le pilotage et la supervision de la mise en œuvre de l'ensemble des axes.

La stratégie n'a pas pu bénéficier d'outils cohérents et stables quant à son pilotage. Outre le déficit de précision dans la définition d'une série d'objectifs/d'indicateurs, il s'agit ici également de souligner la difficulté, notamment pour les administrations en charge du pilotage, d'avoir dû travailler sans un tableau de bord alimenté de façon systématique sur toute la période.

Opportunités

Tout le travail réalisé en termes de gouvernance a permis la mise en place d'un réseau d'acteurs qu'il convient de pérenniser et d'approfondir.

Sur ce plan, il convient de garantir un rôle plus structurant du Conseil participatif quant au suivi de la mise en œuvre de la Stratégie, ce en lien avec un renforcement des équipes en charge de cette dimension.

Sur ce dernier plan, il s'agit à la fois de répondre à un sous-dimensionnement n'ayant pas permis des conditions sereines pour le pilotage de la stratégie, mais également de renforcer la capacité des équipes à piloter les externalisations.

En lien avec cette dernière dimension, nous identifions des opportunités afin de mieux articuler les différentes enquêtes/études. Certaines évolutions, notamment quant aux modalités d'interrogation dans le cadre de différentes enquêtes, ne facilitent pas la comparaison dans le temps d'un même indicateur, dimension pourtant cruciale afin de monitorer des objectifs, d'observer une trajectoire.

En lien avec la réflexion relative à la transition entre « une approche consultative » et « une approche véritablement participative », il est opportun de proposer des modalités permettant une co-responsabilisation plus forte des parties prenantes autres que les administrations. Sur ce plan, la réflexion pourrait notamment porter sur l'identification des actions envisagées par les parties



prenantes afin qu'elles puissent, le cas échéant, intégrer le portefeuille de projets de la Stratégie Good Food 2.0.

Enfin, dans le cadre de l'élaboration de la prochaine stratégie, la question de la cohérence externe avec l'ensemble des plans et programmes en cours d'élaboration au niveau bruxellois représente un enjeu critique.

Menaces

S'il est normal/opportun que des organes de gouvernance tels que le Conseil, définissent clairement leur mode de fonctionnement, il convient également, une fois le débat clôturé (adoption d'un ROI notamment), de ne pas le rouvrir en permanence.

Sur cette question de la composition du Conseil, il semble également opportun de se poser la question de la structuration du tissu de nouveaux acteurs, ou d'acteurs alternatifs, qui ne s'inscrivent pas dans des associations/fédérations existantes. Il existe en effet une menace de voir une série d'acteurs souhaiter être impliqués dans la gouvernance, ce sans en passer par des représentants. Ceci risquant de conduire à une inflation du nombre d'acteurs à impliquer.

Enfin, il importe, en amont du lancement de la prochaine stratégie, de veiller à une répartition structurante des rôles et responsabilités entre les administrations et autres parties prenantes devant assurer le pilotage de la mise en œuvre, ce tant au niveau global, que prescription par prescription. Cette structuration devant accompagner toute la période de mise en œuvre de façon explicite.



3.2 Réflexions relatives à la baseline pour la Stratégie 2.0

Nous reprenons ici quelques éléments de réflexion quant à la base line pour la stratégie 2.0.

Il s'agit ici d'une synthèse de l'approche proposée. Nous renvoyons à l'évaluation proprement dite pour plus de précisions quant au contenu potentiel des indicateurs à établir.

De façon globale, nous pensons qu'il convient d'approfondir le travail relatif à l'établissement et la documentation d'objectifs chiffrés. Comme indiqué plus haut, seule cette approche permet de garantir un pilotage effectif des impacts.

Pour être en capacité de réaliser ce travail, il convient sans doute d'aborder également la question de l'ambition de la Stratégie sur les différents axes.

En conservant une approche systématique et donc sans abandonner des thématiques, nous pensons toutefois qu'il convient de mieux définir une série de priorités identifiées comme les plus à même de favoriser la rencontre des objectifs globaux.

Toujours sur le plan d'une simplification du schéma d'intervention en déclinaison de la stratégie globale, certains regroupements d'axes, d'objectifs doivent être envisagés. Nous pensons notamment aux axes 3 et 4, mais également à l'intégration de l'axe Gaspillage au sein des axes relatifs à l'Offre et à la Demande. Il s'agirait en quelque sorte d'un recentrage sur les axes thématiques, réservant les éventuels axes transversaux à des actions très ciblées.

Pour chaque indicateur, il convient de garantir la (capacité de) collecte des données (via quelle modalité, à quelle fréquence, ...)

A titre exemplatif, un des objectifs chiffrés concernait l'utilisation d'au moins 5 ingrédients biologiques par mois au sein des cantines publiques. Nous n'avons pas identifié cette donnée via l'analyse des différentes enquêtes menées auprès des cantines. Il convient en effet de garantir la capacité à collecter cette information si on souhaite la monitorer.

Seul un cadrage précis sur ce plan en amont permet de focaliser un maximum les énergies sur les réalisations qui doivent permettre la rencontre des objectifs définis. Il s'agit également, de cette manière, de disposer d'un cahier des charges clair pour piloter l'externalisation de certaines enquêtes/études.

Au niveau de l'agriculture urbaine professionnelle, nous n'allons pas redévelopper ici l'analyse présentée en détail au niveau de l'évaluation proprement dite, notamment concernant l'objectif de 30%. Il convient simplement de rappeler ici l'évolution que cet objectif chiffré a déjà connue et la nécessité de poursuivre l'analyse sur ce plan afin de mieux intégrer les capacités effectives à court, moyen et long terme sur le territoire régional et sa périphérie.

De notre point de vue, il ne s'agit pas de limiter l'ambition quant au développement de l'agriculture urbaine sur le territoire bruxellois, mais peut-être de l'aborder à travers une réflexion plus poussée encore quant aux mix agricoles entre le volume à produire en pleine terre, par les agriculteurs urbains



et conventionnels, bruxellois et de la périphérie, et d'autres techniques en milieu urbain, qui ont notamment la capacité de valoriser des espaces non valorisables pour d'autres fonctions.

Pour ce qui a trait à l'autoproduction, il convient à nouveau ici de souligner la difficulté que représente différentes données chiffrées parfois complexes à comparer. Plusieurs pourcentages ont été produits concernant les Bruxellois réalisant de l'autoproduction, certains correspondant à une interrogation portant sur le comportement/ménages et une autre portant sur le comportement/individu. Ceci posé, il semble que l'objectif de 8% d'augmentation n'est en l'occurrence peut-être pas assez ambitieux. Tout en intégrant les questions de faisabilité, il conviendrait, à notre sens, de revoir à la hausse les objectifs chiffrés sur ce plan, ce notamment en lien avec le pourcentage relativement important de Bruxellois qui envisagent de passer à l'acte sur ce plan de l'autoproduction.

Concernant l'axe des cantines de façon spécifique, il convient de clarifier les objectifs quant aux types de cantines. Il nous semble en effet opportun de développer une approche et des objectifs spécifiques aux différents types de cantines définis. Comme évoqué au niveau du bilan à mi-parcours, un focus particulier sur les cantines scolaires apparaît (toujours) comme un axe prioritaire d'action.

En lien avec les données établies, nous proposons également de décliner certains objectifs trop globaux. Par exemple, le fait d'avoir pour objectif que 100% des cantines publiques intègrent un ou plusieurs critères de durabilité ne nous paraît pas optimal. Il serait préférable de décliner les critères et de fixer de nouveaux objectifs en lien avec l'état des lieux réalisé en 2020.

Nous pensons également opportun de réfléchir à une autre approche concernant le grammage de viande. Outre l'analyse des résultats conduisant à poser la question de l'ambition sur ce plan, l'approche consistant à fixer un objectif de réduction doit être questionnée. En effet, ne faudrait-il pas plutôt fixer un objectif de grammage par repas, et analyser la progression vers cette cible ? Une cantine qui serait déjà très proche, voire même déjà à l'objectif serait ainsi tout de même évaluée positivement, au contraire d'une approche centrée exclusivement sur un pourcentage de diminution.

Au niveau du label, nous proposons également de fixer un objectif de pourcentage de cantines labellisées par rapport au nombre total de cantines plutôt qu'un nombre absolu.

Au niveau de la culture alimentaire, les différentes études réalisées nous permettent également d'envisager un travail quant à l'établissement d'un ou plusieurs nouveaux indicateurs pour remplacer l'objectif (trop) global de 10%.

Sur ce plan, il convient d'envisager un croisement entre les données issues d'enquêtes basées sur du déclaratif et des données permettant de caractériser de façon effective les modes de consommation des Bruxellois. Sur ce dernier plan, nous avons déjà cité en exemple l'Enquête de Santé organisée périodiquement par la Direction Scientifique et Epidémiologie et santé publique.

Enfin, nous proposons également de mieux intégrer l'axe 4 avec l'Axe 3, vu que ce dernier reprendait un certain nombre d'objectifs chiffrés quant aux pratiques des citoyens en matière d'alimentation durable.





3.3 Annexes

3.3.1 Table des illustrations

Figure 1: Schéma-type d'évaluation des politiques publiques.....	4
Figure 2 Cohérence des actions et des besoins – Enquête COMASE – Décembre 2020.....	11
Figure 3 Recours aux actions – Enquête COMASE – Décembre 2020.....	11
Figure 4 Impact des actions sur les projets – Enquête COMASE – Décembre 2020.....	12
Figure 5 Impact des subsides – Enquête COMASE – Décembre 2020.....	12
Figure 6 Evaluation du taux de satisfaction des porteurs de projets financés quant aux mesures d'accompagnement/de soutien financier – Enquête COMASE – Décembre 2020.....	13
Figure 7 Cantines proposant souvent/toujours des menus/plats végétariens – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	28
Figure 8 Exigences des cantines concernant une alternative végétarienne – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	28
Figure 9 Cantines proposant souvent/toujours des produits bios – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	30
Figure 10 Cantines proposant parfois/souvent/toujours des produits bios – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	30
Figure 11 Cantines proposant souvent/toujours des produits d'origine locale – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	32
Figure 12 Cantines proposant souvent/toujours des produits issus pêche/élevage durable – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	32
Figure 13 Cantines exigeant des produits de saison – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	33
Figure 14 Cantines exigeant des produits d'origine locale – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	34
Figure 15 Cantines exigeant des mesures contre le gaspillage – Etude SONECOM – Octobre 2020....	34
Figure 16 Cantines exigeant une réduction du grammage de viande/plat – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	35
Figure 17 Comparaison des pratiques des cantines scolaires entre 2018-2020 – Enquêtes SONECOM 2016-2018.....	37
Figure 18 Cantines proposant des produits en lien avec une alimentation durable – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	38
Figure 19 Exigences des cantines dans leurs marchés en lien avec l'alimentation durable – Etude SONECOM – Octobre 2020.....	39
Figure 20 Trois plans distincts quant à la gouvernance d'un plan stratégie.....	52
Figure 21 – Satisfaction répartition du travail au sein du Conseil participatif – Enquête auprès des membres du Conseil participatif – Décembre 2020.....	53
Figure 22 – Satisfaction fonctionnement Conseil participatif - Enquête réalisée auprès des membres du Conseil participatif - Comase - Décembre 2020.....	56
Figure 23 - Appropriation de la stratégie par les parties prenantes - Enquête auprès des membres du Conseil participatif - Comase - Décembre 2020.....	59
Figure 24 Schéma d'évaluation.....	62
Figure 25 Ventilation des budgets initiaux par axes.....	64



Figure 26 Ventilation des budgets initiaux en pourcentages par axes	64
Figure 27 Synthèse des consommations budgétaires effectives	65
Figure 28 Répartition des moyens humains.....	65