

GT Good Food – Modèles économiques

Les points-clés en 2 pages

A. Acteurs en lien avec le GT

Pilote / porteur	Parties prenantes	Publics cibles
RABAD – Réseau des acteurs bruxellois pour l'alimentation durable	Haricots, UCL, Fédeau, SPRB, Mingle Food, Févia, RABAD, MVB, Arpaije, Hub Brussels, BE, La vivrière, Coalition Kaya, Amazone, Village partenaire, Refresh, éthiquable, Bruxelles Environnement	Acteurs du secteur de l'agriculture, de la transformation, de la restauration et de la distribution

B. Thématique traitée et objectifs stratégiques

Thématique traitée : Les activités dans le domaine Good Food sont nombreuses à Bruxelles. Cependant, il est important d'identifier les secteurs alimentaires ayant le plus de potentiel de croissance mais aussi le plus d'impact tant au niveau écologique que sur la création d'emplois.

Objectifs stratégiques poursuivis :

- Déterminer les secteurs économiques prioritaires dans la stratégie Good Food (agriculture, transformation, restauration, distribution)
- Recenser les lacunes de l'approvisionnement, la transformation et la vente des produits Good Food et proposer des solutions.
- Lister des exigences minimales à fixer sur certains types de projets

C. Etat d'avancement et planning

01/06/2021 : GT Modèles économiques

Pas de prochain GT planifié

Prochaine étape : nécessité de cadrer davantage les discussions en se référant à des données chiffrées existantes pour faire évoluer la stratégie Good Food.

D. Les potentiels de croissance des différents secteurs

- Agriculture : peu de potentiel de croissance. Multi-fonctionnalité de l'agriculture et des projets test (audit hors-sol) pourraient être une solution mais besoin d'un meilleur encadrement au niveau de la réglementation (hors scope des compétences régionales).
- Transformation : grand potentiel via notamment des initiatives pour valoriser les résidus de transformation et des nouveaux start-ups/scale-ups (si on parvient à les garder à Bruxelles).
- Distribution : organiser la logistique, créer des halles alimentaires B2B et B2C, renforcer le travail sur les filières locales intra-bruxelloises en lien avec la transformation/agriculture, développement de quartiers où l'offre durable est actuellement réduite (Nord et haut du Canal)
- Restauration : potentiel d'augmenter l'achat en circuit-court

E. Recommandations concernant l'approvisionnement, la transformation et la vente

- Création d'un hub distribution et transformation : mutualisation des commandes, livraisons, matériel,... offrir un market place (vitrine web, partenariat avec la Sowalfin pour collaborer)
- Besoin d'un accompagnement lié au changement d'échelle et à la professionnalisation pour atteindre un niveau de rentabilité
- Accessibilité à des lieux de transformation pour effectuer des tests sans coûts financiers trop importants + espace de stockage

Suggestions hors scope car pas d'activité économique

- Intégrer un volet sur l'alimentation durable dans les programmes scolaires primaires
- Augmenter la communication autour du « Good Food », création d'une boîte à outil de communication

F. Les exigences minimales pour certains projets

- Augmenter le prix des déchets, obliger l'utilisation de récipients consignés
- Restauration : rendre la certification bio gratuite en dessous d'un certain chiffre d'affaires
- Distribution : contrôle du respect de l'indication de l'origine des produits
- Approvisionnement : interdire l'abattage des animaux sans anesthésie en région bruxelloise
- Mieux réglementer la publicité écologique pour éviter le green washing (hors scope : pas de compétence régionale)

G. Propositions d'actions

- Soutenir la création de hub de transformation/distribution via la mise à disposition d'un espace, subsides pour l'achat de matériel,...
- Soutenir les changements d'échelle et à la professionnalisation de certaines activités : via des subsides pour atteindre un modèle rentable (besoin en termes d'espace, d'équipement,...)
- Définir et réglementer la terminologie du mot "local"
- Rendre la certification bio gratuite en dessous d'un certain chiffre d'affaires
- Créer un label ou une réglementation pour l'agriculture hors-sol
- Augmenter le budget de la communication autour du « Good Food »
- Inciter la transversalité entre les régions.

H. Remarque générale

Ce groupe de travail a manqué d'input chiffré afin d'objectiver les débats. Il est important d'exploiter des données chiffrées pour structurer et alimenter les échanges. Ceux-ci devraient être plus accessibles afin de cadrer les discussions et d'établir une priorisation des actions pour la stratégie Good Food.