

Conseil Participatif Good Food : GT évaluation

Projet d'avis relatif à l'évaluation de la stratégie Good Food 2016-2020

Révision suite au CP du 12 mars 2020 – V 24/03/2020

A. Introduction

L'avis ci-dessous est basé sur :

- le GT évaluation du 23 janvier
- les suggestions reçues à la suite du PV de ce GT
- les discussions bilatérales avec l'IBSA et entre administrations responsables de l'évaluation sur base du PV
- la proposition d'avis a été soumise au GT évaluation
- la présente version comprend les apports du conseil participatif du 12/3/2020

Dans le cadre du processus de co-construction de l'évaluation qui a été mis en place par le Conseil Participatif, l'avis se veut à ce stade être le reflet de ce qui a été dit lors du GT évaluation ainsi que des réactions émanant des participants qui ont été formulées par la suite, le tout enrichi des réactions du conseil participatif.

Il est évident que le travail n'est pas abouti. Il s'agit de clarifier de nombreux points petit à petit. Néanmoins les administrations porteuses de l'évaluation souhaitent avancer sur base de ceci, compte tenu de l'échéance (évaluation finalisée début 2021) et de la durée de mise en place des marchés publics nécessaires à la réalisation des études (plusieurs mois de procédures).

Le GT se propose de travailler via des bilatérales et échanges par mail pour préciser ce qui doit l'être tout en assurant une transparence des décisions et, si nécessaire, un processus de consultation rapide du conseil participatif.

Pour rappel, le mandat du GT évaluation est le suivant :

- Phase 1 (janvier – mars) : discuter et proposer une méthodologie d'évaluation de la stratégie Good Food, des priorités d'évaluation, établir les études et enquêtes nécessaires à cette évaluation.
- Phase 2 (avril – décembre) : suivi de la mise en œuvre de l'évaluation – proposition d'un document final d'évaluation en janvier 2021.

B. AVIS

1. Objectif général de l'évaluation

Le processus d'évaluation de la stratégie Good Food 2016-2020 mis en place en 2020 a pour objectif d'identifier, de façon collaborative, les leçons à tirer de l'expérience de cette stratégie et les recommandations pour l'élaboration de la suite de la stratégie.

L'évaluation a aussi un objectif de communication.

La récolte de données qui aura lieu dans le cadre de cette évaluation devra également faire office de baseline pour la stratégie 2.0 (et permettre de réfléchir sur les indicateurs et les données disponibles (ou à développer), pertinents et fiables pour la détermination d'objectifs SMART pour la stratégie 2.0).

2. Priorités de l'évaluation

Compte tenu de l'ampleur et de la diversité des thématiques de la stratégie Good Food et des limites des moyens disponibles (humains, financiers), il est nécessaire de se focaliser sur des priorités lors de l'évaluation.

L'évaluation traitera donc de façon prioritaire des mesures inscrites dans la déclaration de politique régionale 2019-2024, et sur base desquelles le Cabinet a établi sa vision.

Ces priorités sont les suivantes :

- Production
- Offre
- Demande en lien avec la production et l'offre, et sous l'angle de l'inclusion sociale (tous les publics, approche par quartiers)
- Focus sous l'angle climat
- Focus sur les cantines scolaires

3. Pragmatisme de l'évaluation

Compte tenu de la difficulté d'obtenir des données, et de la « jeunesse » de la stratégie, il faut être pragmatique au niveau de l'évaluation et s'en tenir à des données facilement disponibles de façon récurrente. Les indicateurs doivent être établis sur base de données disponibles. La stratégie actuelle comprend quelques objectifs trop complexes à mesurer, mesurables uniquement à très grand frais, ou pour lesquels les données avant/après ne présentent pas suffisamment de recul. Il faut miser sur une évaluation réaliste et utile pour la suite, favoriser des constats qualitatifs là où des chiffres manquent. Si des données quantitatives sont demandées, l'objectif de ces données doit être au préalable établi.

L'évaluation, c'est comprendre ce qui se passe (ce qui marche), ce qui ne se passe pas (ce qui ne marche pas), et le pourquoi de cela (freins, leviers).

La récolte de données qui aura lieu dans le cadre de cette évaluation devra également faire office de baseline pour la stratégie 2.0 (et permettre de réfléchir sur les indicateurs et les données disponibles (ou à développer), pertinents et fiables pour la détermination d'objectifs SMART pour la stratégie 2.0

4. Evaluation qualitative

En matière de constats qualitatifs, il s'agit d'être à l'écoute des acteurs de terrain, notamment il est essentiel d'assurer un retour de la part des producteurs (quasi absents du GT).

Ces constats qualitatifs doivent permettre d'identifier les points forts (ce qui fonctionne), points faibles, pistes d'amélioration, les attentes des acteurs, comment les partenaires « voient la stratégie ».

Pour obtenir des informations qualitatives, la méthode du Focus Group est une méthode qualitative de recherche sociale qui peut fournir des résultats intéressants, en fonction des questions auxquelles on souhaite répondre et sous condition d'une application scientifique de la méthode.

Autre formule à privilégier : les questionnaires d'enquête.

5. Evaluation quantitative

Il faut cependant quelques chiffres clés pour communiquer sur la stratégie et ses progrès. Certains chiffres sont disponibles auprès des grands acteurs (COMEOS, FEVIA, VALIPACK, ...) ou via des données d'études récurrentes (budget des ménages, ...), mais on constate alors, soit la difficulté d'avoir des données bruxelloises (distribution, transformation), soit le décalage de temporalité entre disponibilité des données et période couverte par les données.

6. Propositions d'études à mener

NB : point d'attention transversal : intégrer les questions d'inégalités sociales et de santé

- Rassemblement de données existantes et analyse

Pour mesurer l'effets de certaines actions

- Rassembler les évaluations des projets menés depuis 2016, voir ce qui a marché, moins marché
 - Via infos des subsides (fiche type, la même pour tous, à imposer d'ailleurs ultérieurement en début de projet) et marchés
 - Notamment : évaluer les labels cantines (dont focus jeunes) et restaurants (via les marchés d'accompagnement)
 - Notamment : point d'attention via l'évaluation des projets aux questions de l'accès à une alimentation GF pour tous – à ce sujet aussi demander un retour des acteurs relais, évaluer les changements dans les structures sociales /l'organisation et pour les bénéficiaires finaux

Pour mesurer s'inspirer d'autres méthodes d'évaluation

- Echanger sur les évaluations mise en place par d'autres villes (ex : Gand – mais aussi Bristol – et via Eurocities par exemple)
- En matière de cantines, voir le travail réalisé par « manger demain »

Pour mesurer la mise en œuvre de la stratégie

- Faire un inventaire et rassembler les données disponibles (secteur de la distribution, transformation, production en périphérie, registre des déchets, budget des ménages, banque nationale, études et données de partenaires comme BEE/économie, Hub, Finance Bxl, Citydev... , études des universités, laboratoires de recherche, ...); ceci devrait

répondre autant que possible à l'objectif d'évaluation sur la pérennité des activités commerciales

NB : L'IBSA est à l'écoute des besoins et chaque institution peut à tout moment intégrer ses besoins en statistiques via le Comité technique régional pour la Statistique et l'Analyse (CTRS) notamment.

- Réaliser une cartographie de la production AU pro intra urbaine reprenant l'organisation spatiale des projets sur le territoire (quels types d'AU se développent où, sur un gradient à partir des pôles les plus urbanisés vers le plus faible degré d'urbanisation ?) et son évolution depuis 2016 (via FAU)
- Amplifier la cartographie de l'offre (via bottin Good Food sur le portail – sur base notamment des cartes communales de durabilité)

- Nouvelles études à lancer :

NB : planning : cahier des charges en mars/avril, démarrage des missions juin/septembre

Pour mesurer la mise en œuvre de la stratégie et préparer la suite

- Mener un sondage quantitatif régional grand public (baromètre Good Food 2020) : perceptions, connaissances, comportements
- Assurer un retour d'information - via GT, bilatérales, enquêtes... auprès des acteurs professionnels sur ce qui a marché/pas marché / freins/leviers (production, offre, gouvernance) – saisir les opportunités de rencontres déjà prévues (ex : producteur : 9 mars) – BE/BEE
- Mener une enquête auprès des entreprises qui ont un lien avec l'alimentation (avec l'appui de BECI) : connaissance de GF ? adhésion ? intérêt ? pourquoi ?

Pour mesurer l'effet de certaines actions

- Réaliser une étude de la performance de la stratégie :
 - l'atteinte des objectifs (les effets constatés sont-ils conformes aux objectifs ?) ;
 - la pertinence : les objectifs de l'action correspondent-ils aux attentes des bénéficiaires, aux problèmes identifiés ou aux besoins réels du territoire.
 - la cohérence : la mise en œuvre et les moyens sont-ils en adéquation avec les objectifs ? ;
 - la durabilité (les résultats obtenus vont-ils durer suffisamment longtemps pour être considérés comme véritablement atteints par les porteurs de projets ?)
 - l'efficacité (les effets sont-ils à la hauteur des objectifs ?) ;
 - l'efficience (les effets sont-ils à la hauteur des coûts ?).
 - et identifier les impacts en coût de l'externalisation de tant de services (facilitateurs ...) versus internalisation (BE/BEE). Cette étude interviendra en dernier lieu.
 - Mener une enquête sur l'évolution du secteur des cantines (quanti, quali, avec et hors label) – BE – inclure la question du prix : on paie combien pour obtenir quelle qualité ? où sont les blocages à la transition ?
- Ce qu'il ne nous semble pas réaliste et/ou pertinent de lancer comme études
 - Actualisation des données de production intra urbaine (l'étude date de 2018)
 - Identification de la part de la consommation des bruxellois couverte par la production urbaine et péri-urbaine

NB : la liste des analyses et études nécessitera aussi des adaptations en fonction de l'évaluation de la charge de travail et des finances nécessaires, sur base des fiches détaillées qui seront établies par étude.

Etudes pour établir une baseline et des indicateurs pour la stratégie 2.0 :

- Principe : établir les indicateurs et modèles d'évaluation avant le lancement des actions de la nouvelle stratégie
- S'intégrer à la logique européenne : pacte vert européen + horizon europe 2021/2027 – voir aides européennes pour l'innovation (appui d'Innoviris)
- Travail en GT
- Etablir la baseline de la durabilité (environnementale, économique, sociale) des projets de production (via la grille des critères de durabilité du FAU). Etablir des critères pour la multifonctionnalité
- Evaluer (avec la FEVIA) l'opportunité d'intégrer véritablement (ou pas) l'industrie agro-alimentaire dans la suite de la stratégie : quelle place pour la transition de la transformation ? Identifier la place des produits artisanaux, identifier s'il faut viser les 1ères transformation, les 2^{ème}, ...
- Mener des focus groupes de citoyens, incluant une approche par quartier dans par ex. 3 quartiers spécifiques à définir (en lien avec les indicateurs sociodémographiques) pour mieux cerner les représentations et dynamiques liées à l'alimentation (dans un objectif d'inclusion)
Nb : voir travaux du GT « demande/comportement » qui s'attache notamment à la définition de quartiers type – identifier l'offre des quartiers, en quoi elle répond aux besoins locaux...
- NB : pour les nouveaux objectifs : définir des objectifs vers lesquels on souhaite tendre, même s'ils sont inatteignables à court/moyen terme
- Mener un enquête auprès des agriculteurs de la périphérie pour compléter les données sur les agriculteurs vendant en circuit court (commencée en BF par Steunpunt Korte Keten)- BEE. Ceci est à compléter autant que possible avec des données des distributeurs (quelle quantité est distribuée à Bxl ?), des acteurs de la logistique

7. Méthodologie pour la suite du processus d'évaluation

Ce sont les 2 administrations porteuses de la stratégie qui mènent à bien l'évaluation, sous l'impulsion du Cabinet de tutelle.

Le rôle du GT est d'accompagner l'évaluation. Le temps de chacun étant compté, il doit être sollicité de façon pertinente.

L'expérience de ce 1^{er} GT évaluation a montré la complexité d'une évaluation collaborative, vu l'ampleur de la stratégie et la vision partielle que peut en avoir chaque acteur. Tous les acteurs n'y sont pas non plus représentés, et donc il y a des impasses sur certains sujets et des approches développées sur d'autres sujets sans les principaux intéressés (ex : producteurs).

Ce premier GT a cependant permis de dégager des principes, orientations, priorités.

Pour la suite des travaux du GT, il faudra identifier ce qu'il est intéressant de faire émerger par le travail participatif et laisser plus de temps au échanges.

Le GT se réunirait au maximum tous les 2 mois, et dans l'intervalle les administrations responsables de l'évaluation avancent, et assurent selon les besoins d'échanges des bilatérales et des échanges par mails/téléphone, et assureront les retours vers le GT et le conseil.

Le GT évaluation travaille en parallèle des premiers GT de co-construction de la suite de la stratégie. Les liens et la cohérence entre les 2 seront assurés par les représentants de BE ou BEE présents dans les GT . Les éléments évaluatifs apportés par les GT de co-construction seront donc apportés au GT évaluation.

L'IBSA assurera un appui méthodologique par rapport à certaines études menées (à spécifier).

Un espace de discussion multi acteurs est à prévoir dans la démarche d'évaluation collaborative : il est proposé d'organiser une journée d'échange en octobre 2020 (19 octobre), rassemblant des porteurs de projets / utilisateurs / politiques / experts externes visionnaires.

Annexe

Axe 1, Action 1 – Production professionnelle

Quelles sont les questions à prendre en compte pour l'évaluation ? Quelles sont les priorités ?

1. Evaluation (priorité 1)

l'Axe 1, Action 1 de la stratégie Good Food, qui vise à encourager le développement d'une agriculture urbaine professionnelle durable à Bruxelles, ainsi qu'à fournir aux bruxellois des fruits et légumes produits localement (objectif de 30% de la consommation bruxelloise en fruits et légumes doit être produite à Bruxelles et dans sa périphérie).

L'évaluation des mesures liées à l'Axe 1, Action 1 de la stratégie a pour objectif d'évaluer comment l'AU professionnelle bruxelloise a bénéficié des actions mises en œuvre, et de montrer l'évolution du secteur depuis le début de la stratégie.

Suite à l'étude baseline 2018, sur laquelle a été basée l'évaluation à mi-parcours et qui avait notamment pour but de mesurer la production bruxelloise et de situer cette production par rapport à l'objectif des 30% de la stratégie, il est ressorti que la production (tonnes) était un indicateur très difficilement mesurable dans le cas de la plupart des projets d'AU professionnels bruxellois (autocueillette, vente en paniers bio, etc). De plus, cet indicateur ne s'est pas révélé très représentatif de l'état général du secteur de l'AU de la Région (ne prend pas en compte la spécificité de la multifonctionnalité des projets ; le tonnage est dépendant du type de production (ex : cerfeuil vs pomme de terres)).

Pour cette évaluation 2020, il a donc été décidé de mettre de côté l'indicateur de production en tonnage (et donc la mesure de l'objectif des 30%), et de mettre en évidence l'évolution du nombre des projets d'AU professionnelle depuis début 2016, ainsi que l'évolution des caractéristiques de ces projets. Un point d'attention sera mis sur le soutien qu'ont reçu ces projets dans le cadre de la stratégie Good Food, sur les bénéfices qu'ils en ont retiré, et sur la perception des points positifs et négatifs de la stratégie venant du terrain. Une analyse du type de projet qui sollicite les différents types d'aides sera également menée.

La question principale, subdivisées ou sous-questions, sur lesquelles va se reposer l'évaluation de l'action 1, Axe 1 de la stratégie Good Food sont les suivantes :

Dans quelle mesure les aides (financières, d'accompagnement, de visibilité) mises en place par la Stratégie Good Food répondent-elles aux besoins des porteurs de projets d'agriculture urbaine professionnelle bruxellois ? Quels sont les effets de la stratégie sur l'évolution de l'AU professionnelle bruxelloise ?

Quelle évolution de l'AU professionnelle bruxelloise depuis le lancement de la stratégie Good Food début 2016 ? [Quant + Qual]

Combien de projets d'AU professionnelle ont été lancés, quelles sont leurs caractéristiques (localisation, typologie (marchande, non marchande, multifonctionnelle), pleine terre/hors sol, type de production, bio, nombre d'ha, filières d'écoulement, types de bail, subsidiés ou non), et combien ont périclité ? + Cartographie reprenant l'organisation spatiale des projets sur le territoire (quels types d'AU se développent où, sur un gradient à partir des pôles les plus urbanisés vers le plus faible degré d'urbanisation ?) et son évolution depuis 2016.

Quelle est la proportion des projets d'AU qui ont bénéficié d'une manière ou d'une autre de la stratégie ? [Quant]

Combien d'entre eux ont bénéficié d'un soutien de la stratégie Good Food (subsidés, accompagnement du facilitateur, publicité, bottin Good Food, événements,...) ?

Le soutien prodigué par la stratégie est-il jusqu'à présent positif ? suffisant ? [Qual]

Quels sont les ressentis des acteurs du terrain par rapport à la stratégie ? Quelles sont pour eux les mesures qui ont été un succès, et celles qui ne l'ont pas été ? Pourquoi ?

2. Etat des lieux pour la mise en place de la stratégie 2.0 (priorité 2 : nécessaire mais moins urgent)

Par ailleurs, deux aspects de l'axe 1 de la stratégie n'ont jusqu'à ce jour pas été mesurés. Le premier a trait à la dimension de durabilité économique, sociale et environnementale des projets d'AU.

Comment est définie la durabilité environnementale, sociale et économique d'un projet d'agriculture urbaine ? Quels sont les critères à prendre en compte ? Quel est l'état de durabilité des projets d'agriculture urbaine bruxellois aux points de vue environnemental, social et économique ? Cette dimension est capitale pour que la stratégie puisse évoluer de manière pérenne et être profitable pour les professionnels de l'AU et pour la population bruxelloise. Il s'agit donc de mettre en place des critères de durabilité adaptés à la situation bruxelloise, et d'établir un état des lieux de la durabilité des projets actuels sur lequel se basera les réflexions concernant la nouvelle stratégie, ainsi que l'évaluation qui en sera faite par la suite.

Le deuxième aspect de la stratégie qui n'a pas encore été mesuré est la quantité de production de la périphérie qui est vendue et consommée à Bruxelles. Cette « quantité produite en périphérie » participe à l'objectif des 30%. Or, comme pour la production bruxelloise, l'indicateur de production en tonnage ne semble pas être le plus approprié, et semble très difficilement obtainable compte tenu

du timing et du budget disponibles. De plus, très peu d'information sont actuellement disponibles concernant les filières de commercialisation des producteurs de la périphérie. **Quelle proportion des agriculteurs de la périphérie écoule actuellement sa production vers Bruxelles ? Quelles sont les filières de commercialisation acheminant actuellement vers les consommateurs bruxellois la production de la périphérie** Il s'agira de mettre en place un état des lieux sur la situation actuelle, qui servira comme base pour la mise en place de la nouvelle stratégie et pour son évaluation future.

Données disponibles et études à mener

Les données disponibles à compiler, les études/questionnaires/rencontres planifiées, et les études/questionnaires/rencontres à mettre en place pour répondre aux questions ci-dessus sont les suivants

Quelle évolution de l'AU professionnelle bruxelloise depuis le lancement de la stratégie Good Food début 2016 ? (Public cible : les projets d'AU professionnelle bruxellois depuis 2016)

Combien de projets d'AU professionnelle ont été lancés, quelles sont leurs caractéristiques (localisation, typologie (marchande, non marchande, multifonctionnelle), pleine terre/hors sol, type de production, bio, nombre d'ha, filières d'écoulement, types de bail, subsidiés ou non), et combien ont périclité ? + Cartographie reprenant l'organisation spatiale des projets sur le territoire (quels types d'AU se développent où, sur un gradient à partir des pôles les plus urbanisés vers le plus faible degré d'urbanisation ?) et son évolution depuis 2016.

- Etude baseline 2018
- Accompagnements FAU
- Dossiers des projets subsidiés
- Bottin Good Food
- Rencontre avec tous les projets qui ont été subsidiés par GF depuis 2016 (BEE) [Mars-Juillet 2020]
- Cartographie par le FAU [Mars-Juillet 2020]

Quelle est la proportion des projets d'AU professionnelle ayant bénéficié d'une manière ou d'une autre de la stratégie ? (Public cible : les porteurs de projets d'AU professionnelle bruxellois depuis 2016)

Combien d'entre eux ont bénéficié d'un soutien de la stratégie Good Food (subsidés, accompagnement du facilitateur, publicité, bottin Good Food, événements,...) ?

- Liste des projets subsidiés
- Bottin Good Food
- Projets ayant participé à des événements Good Food (Libramont 2018, Iris 2020, journées Good Food, ...)

Le soutien prodigué par la stratégie est-il jusqu'à présent positif ? suffisant ? (Public cible : les porteurs de projets d'AU professionnelle bruxellois depuis 2016)

Quels sont les ressentis des acteurs du terrain par rapport à la stratégie ? Quelles sont pour eux les mesures qui ont été un succès, et celles qui ne l'ont pas été ? Pourquoi ?

- Echanges lors de la rencontre organisée par le FAU [9 mars 2020]
- Rencontre avec tous les projets qui ont été subsidiés par GF depuis 2016 (BEE) [Mars-Aout 2020]

Quel est l'état de durabilité des projets d'agriculture urbaine bruxellois aux points de vue environnemental, social et économique en 2020? (Public cible : les projets d'AU professionnelle bruxellois en 2020)

- Définition de la durabilité et mise en place d'une grille de critères de durabilité environnementale, sociale et économique par le FAU [Janvier-Mai 2020]
- Confrontation d'un 1er draft de la grille des critères de durabilité avec les acteurs de terrain [9 mars 2020]. Echange avec les acteurs de terrain par la suite pour valider les critères choisis [Mars-Mai 2020]
- Enquêtes auprès des projets d'AU professionnelle pour définir leur(s) durabilité(s) et constituer l'état des lieux pour la mise en place de la nouvelle stratégie [Septembre 2020 – Février 2021] (Marché ?)

Quelle proportion des agriculteurs de la périphérie écoule actuellement sa production vers Bruxelles ? Quelles sont les filières de commercialisation acheminant actuellement vers les consommateurs bruxellois la production de la périphérie ? (Public cible : les agriculteurs de la périphérie, les points de vente de produits de la périphérie en 2020)

- Rassemblement des informations officielles existantes sur la production (Statbel, site des Provinces...)
- Enquêtes auprès des producteurs du BF qui vendent en circuit court, affiliés à Steunpunt Korte Keten
- Enquêtes auprès des producteurs (de fruits et légumes ?) du BW qui vendent en circuit court, affiliés à Made in BW. Questionnaire basé sur celui établi par Steunpunt Korte Keten, ~45 agriculteurs (Marché) [Septembre – Novembre 2020]
- Enquêtes auprès des points de vente identifiés par Steunpunt Korte Keten et Made in BW ? (Marché ?)