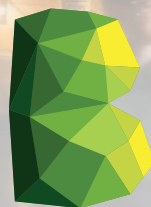


Itinéraires BIO

Le magazine de tous les acteurs et actrices du Bio !

| Avant-goût de l'Itinéraires BIO 84
| Septembre-Octobre 2025



BIO WALLONIE

Le bio aujourd'hui & demain

Foodtrucks Cap sur la route du Bio

Foodtrucks : cap sur la route du Bio

Avant-goût de l'itinéraire BIO 84 • septembre/octobre 2025 © Olivier Rinhard

Introduction

Charlotte Ramet, Biowallonie

Cet été, le pôle Alimentation durable de Biowallonie s'est intéressé à la restauration proposée par les camions-restaurants, plus communément appelés par leur nom anglais : « les foodtrucks ». Ce secteur, unique en son genre, semble à la fois concurrentiel et solidaire, volatile et ancré. Pourtant assez récente, cette offre nous paraît avoir toujours existé. Souvent associée à des événements festifs et culturels, elle peut aussi être présente sur des marchés ou des parkings d'entreprises... les possibilités semblent infinies !

Autour du foodtruck, les gens se rassemblent un moment pour déguster des plats en tous genres : snacks ou repas complets ; sains ou gras ; avec une fourchette ou directement avec les doigts ; des recettes traditionnelles ou inspirées du monde entier... il y en a pour tous les goûts !

Et le Bio dans tout ça ? Quelle place a-t-il dans l'approvisionnement des foodtrucks ? Sont-ils déjà engagés dans une démarche d'alimentation durable ? Voilà les questions que nous voulions creuser !

L'étude de marché publiée par l'APAQ-W en 2023¹ révélait le top 3 des attentes des consommateur·rice·s envers les foodtrucks : la fraîcheur des aliments, la rapidité du service et le rapport qualité-prix. 51 % de la clientèle des foodtrucks citait également l'utilisation de produits locaux comme une attente, et davantage encore pour l'utilisation de produits de saison (53 %). On y découvre également que, contrairement au secteur Horeca qui jouit d'une image positive générale en Belgique francophone, le secteur des foodtrucks n'en bénéficie pas. En effet, 16 % des répondant·e·s déclaraient avoir une image négative du secteur, contre seulement 38 % ayant une image positive, notamment chez les personnes de moins de 35 ans.

Dans ce dossier, nous vous présentons d'abord le paysage des foodtrucks qui nous a été dépeint par la Fédération belge de ce secteur. Nous passons ensuite en revue ce qu'on entend par s'engager dans une démarche durable et les actions concrètes que les foodtrucks peuvent mettre en place.

Parmi ces actions, nous présentons notamment celle qui se trouve au cœur de la mission de notre ASBL : la valorisation des produits bio locaux et en quoi cette action contribue à un monde meilleur et durable. En effet, il est important de considérer *les modes de production* derrière les produits proposés en restauration, car ce sont ceux-là qui ont le plus d'impact.

Nous avons profité de ce dossier spécial pour aller à la rencontre des concernés et mettre en avant les foodtrucks qui adoptent déjà des démarches durables : préparations faites maison, produits locaux, de saison et bio, alternatives végétariennes... leurs engagements ne manquent pas et pourront certainement en inspirer d'autres ! Enfin, nous clôturons ce dossier par deux interviews d'équipes organisatrices d'événements qui ont à cœur de limiter leur empreinte environnementale, restauration comprise.

Nous croyons que tous les maillons professionnels ont un rôle à jouer pour relever les enjeux de notre monde... alors, les foodtrucks sont-ils aussi partants ?

¹ <https://www.apaqw.be/sites/default/files/uploads/Observatoire/2023/obs-edm-horeca210923.pdf>



TECHNIQUE

À la découverte de l'univers des foodtrucks chez nous

Stéphanie Goffin, Biowallonie

En débutant nos recherches sur l'univers des foodtrucks, nous avons directement constaté que cela allait être très compliqué de dégager un paysage avec des chiffres-clés et des tendances... car c'est un univers assez méconnu, plutôt récent, qui échappe à certains « radars » (pas d'accès à la profession, pas d'affiliation obligatoire à une fédération...), mais également très hétéroclite.

Selon l'AFSCA, il y aurait plus de 5.500 entités de restaurations ambulantes en Belgique. C'est près de sept fois plus que les chiffres annoncés par la Fédération belge des professionnel·le·s du secteur des foodtrucks. Selon elle, on peut considérer qu'il y a environ 800 foodtrucks en Belgique en 2025. La vérité doit se situer quelque part entre les deux... mais où ? Difficile à dire !

Nous avons donc décidé de dégager un paysage du secteur sur base d'une interview de la Fédération belge des Foodtrucks, qui a pour mission de promouvoir, structurer et professionnaliser le secteur en Belgique. C'est Fabrice Willot, le président de la Fédération, qui a répondu à nos questions.

COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS UN FOODTRUCK ?

“Pour être considéré comme un foodtruck, c'est assez simple, il faut des roues.

Pas spécialement un véhicule... mais des roues. Cela signifie, par exemple, qu'une caravane peut être considérée comme un foodtruck, sans nécessairement avoir une voiture attenante. Un autre élément important pour rentrer dans la définition, c'est le travail du produit. Il faut qu'il y ait un travail du produit dans le foodtruck. Si tout est préparé en amont, dans une cuisine ou un atelier distinct, ce n'est plus un foodtruck. Bien sûr, il peut y avoir un travail partiel en dehors du véhicule, mais il faut au moins un aspect de réalisation culinaire. Par exemple, si vous vendez des biscuits réalisés totalement en atelier, vous êtes un marchand ambulant, plus un foodtruck. ”

À QUAND REMONTE L'ÉMERGENCE DES FOODTRUCKS EN BELGIQUE ET COMMENT CE SECTEUR A-T-IL ÉVOLUÉ JUSQU'À AUJOURD'HUI ?

“Ce concept nous vient tout droit des États-Unis où la crise immobilière de la fin des années 2000 a fait que plusieurs restaurateurs ont dû quitter leur établissement, et ont commencé à proposer de la restauration dans des camions. Les touristes étrangers, dont des Belges, ont apprécié ce nouveau modèle de restauration où il était possible de manger de la bonne qualité à un prix avantageux, le tout en pleine rue. C'est ainsi que ce concept s'est exporté chez nous début 2010, au départ davantage dans le Brabant wallon, et ensuite un peu partout sur le territoire. La Fédération est née en 2013. À ce moment, il y avait environ 80 membres et puis on a assisté à une croissance exponentielle.

Au commencement, on était sur de la restauration très qualitative, avec des bons produits dans des véhicules anciens... type Citroën HY etc. C'était un concept assez « bobo ». Ensuite, des propositions moins qualitatives ont progressivement vu le jour... avec des grossistes qui se sont spécialisés dans la distribution de produits industriels pour foodtrucks.

De l'émergence du secteur jusqu'à aujourd'hui, on peut dire qu'il y a eu un avant et un après-Covid. D'abord, une croissance exponentielle jusqu'au Covid. Pendant la crise, on a assisté à une perte de plus de 50 % des foodtrucks et, paradoxalement, il y a eu énormément de nouveaux foodtrucks durant cette même période... Ces derniers ont profité de la « généralisation » des plats à emporter et du fait que les communes étaient plus ouvertes à accueillir des foodtrucks sur leur territoire. Ensuite, après le Covid, il y a de nouveau eu une vague d'abandons dans le secteur. ”



SELON VOUS (ET VOTRE DÉFINITION), COMBIEN DE FOODTRUCKS SONT-ILS ACTIFS EN BELGIQUE ? ET COMMENT SONT-ILS RÉPARTIS ?

“ Dans notre Fédération, on comptabilise environ 800 foodtrucks. 75 % sont situés en Wallonie et à Bruxelles et seulement 25 % en Flandre. ”

Au départ, tout se concentrait dans le Brabant wallon, les provinces de Luxembourg et de Hainaut étaient assez peu desservies. **Quant à la province de Liège, elle a longtemps interdit les foodtrucks sur son territoire.** Et puis le concept s'est répandu un peu partout, comme indiqué sur les cartographies (Figure 1). Aujourd'hui, c'est d'ailleurs la province de Hainaut qui concentre le plus de foodtrucks. „

“ Après, un foodtruck, ça se déplace...mais de combien ? ”

Avant 2017, les foodtrucks se déplaçaient sur au moins 80 kilomètres... mais, petit à petit, les distances parcourues ont diminué, avec notamment l'augmentation de la concurrence. **Aujourd'hui, ils se déplacent en moyenne à 30 kilomètres autour de chez eux...**

Du coup, certains se déplacent à l'étranger, notamment au Luxembourg et en France. Et vice-versa, des foodtrucks de là-bas viennent aussi un peu chez nous. Mais c'est du win-win. Par contre, en Flandre, il y a davantage une concurrence des foodtrucks hollandais... qui n'ont pas la même réglementation et qui peuvent un peu casser le marché. „



0>25 26>50 51>75 76>100 101>125 126>150 151>175 176>200

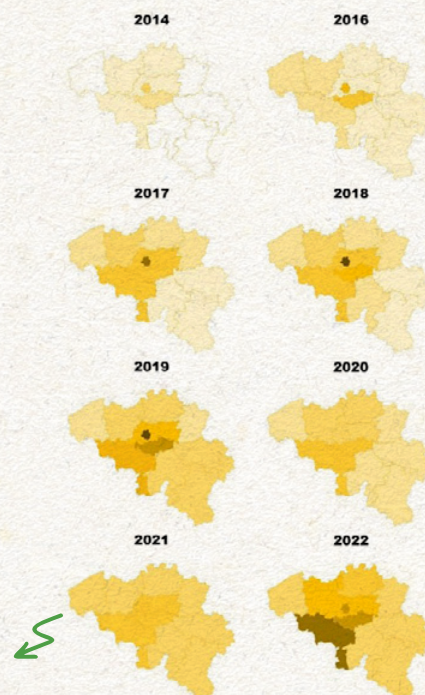


Figure 1 : Augmentation de foodtrucks par province

QUE PEUT-ON DIRE SUR LE PROFIL DES GÉRANT·E·S DE FOODTRUCKS ?

“ C'est un métier qui nécessite énormément d'énergie ”

et, donc, la plupart des gérants sont relativement jeunes et ont entre 30-45 ans. Il y a quelques seniors, mais c'est rare. **Bien souvent, ce sont des personnes en reconversion professionnelle.** C'est principalement un boulot à temps plein, qui s'exerce seul. Parfois, un·e conjoint·e ou un·e ami·e joue un rôle de support. Dans 95 % des cas, ce sont des indépendants, mais il y a quelques SPRL, SA ou encore ASBL.

Par rapport aux autres segments de l'Horeca, c'est un métier très « féminin ». Chaque année, les femmes étaient majoritairement représentées (55 %). Cette année, la tendance s'est inversée de peu. „

QUELLE EST L'OFFRE PRINCIPALE DES FOODTRUCKS EN BELGIQUE ?

“ L'offre de loin la plus représentée est, sans surprise, le burger ! ”

Et ça tombe bien, il met à l'honneur des produits qu'on a chez nous ! La deuxième marche du podium revient à la cuisine italienne avec les pâtes, les pizzas, les arancini. Ce type de foodtrucks est particulièrement présent dans le Hainaut. Et la troisième place revient à la cuisine asiatique, qui se fait talonner par la cuisine latino-américaine, dont l'offre est grandissante. „



QUELS SONT LES DÉBOUCHÉS PRINCIPAUX DES FOODTRUCKS ?

“On distingue six points de vente différents pour les foodtrucks :

- Un emplacement en rue, sur une place...
- Les événements privés (anniversaires, mariages, baptêmes...)
- Les événements publics (festivals, courses à pied, brocantes...)
- Les marchés
- Des emplacements près de bureaux d'entreprises, à la pause midi (rentables si min. 400 employé·e·s)
- Les parkings de zonings commerciaux
 - Ce dernier point de vente, dit «retail park», est une nouvelle tendance qui s'avère assez rentable pour les foodtrucks. Il s'agit de ces nouveaux espaces qui regroupent plusieurs magasins autour d'un parking. Bien souvent, il n'y a pas d'offre de restauration... et les foodtrucks en profitent pour pallier ce manquement.

De manière générale, la part la plus importante du chiffre d'affaires d'un foodtruck vient des événements privés.

Autre donnée intéressante : le chiffre d'affaires des foodtrucks se concentre sur deux périodes : le printemps (mars à juin) et la fin de l'été, le début de l'automne (septembre à octobre). En été, il y a bon nombre de festivals, mais ça reste une période plus creuse pour le secteur. ”



QUELLES SONT LES BONNES PRATIQUES, EN TERMES D'ALIMENTATION DURABLE, QUE L'ON PEUT DÉGAGER DANS LE SECTEUR ?

“On va dire que la tendance semble aller dans le mauvais sens...”

À savoir que le concept s'est d'abord construit sur les modèles très qualitatifs avec des bons produits, du savoir-faire des chef·fe·s et qu'il a ensuite évolué avec une offre plus « industrielle »...

Certains critères d'une alimentation durable, comme « la valorisation des produits locaux », ne s'adaptent pas toujours au concept même de nombreux foodtrucks, par exemple pour les cuisines asiatiques ou latines. Beaucoup de foodtrucks sont monoconceptuels et c'est plus compliqué dans une démarche durable, où l'on s'adapte à la saison, etc.

Le Bio, il y en a certainement qui utilisent des produits bio, mais quasi aucun ne se certifie... C'est très minoritaire sur l'ensemble du secteur.

Le critère végétarien, c'est quelque chose qu'on peut voir, avec une offre ou une proposition alternative pour les végétarien·ne·s... mais très peu en font leur activité principale.



Selon les recherches de Biowallonie, on voit tout de même des concepts de foodtrucks dont le durable fait pleinement partie de l'ADN. Ils sont certes minoritaires, mais ils existent. En outre, la clientèle, les consommateur·rice·s ou les services événementiels de festivals sont de plus en plus en demande. Dès lors, nous vous invitons à en rencontrer certains, à découvrir leur réalité, leurs défis et leurs opportunités à travers la suite de ce dossier.

FOOD TRUCK ACADEMY

La Fédération belge des Foodtrucks est à l'origine de la **Food Truck Academy**. Comme son nom le laisse présager, il s'agit d'une académie qui dispense des formations (payantes) dédiées aux foodtrucks et plus spécifiquement à ceux qui démarrent l'activité.

Vous pouvez bénéficier de **conseils pratiques**, d'une formation avec **un expert** reconnu et d'un plan d'action concret **pour lancer votre foodtruck**.

L'objectif premier : ne pas laisser un foodtruck faire partie des 50 % qui abandonnent dans les 12 premiers mois d'activité à cause d'un manque de préparation et de connaissances des normes et réglementations en vigueur.

La formation est **limitée à six participant·e·s** pour garantir une expérience interactive et personnalisée.

Pour plus d'information, voir sur le site : www.foodtruckacademy.be.

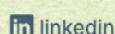


Fabrice Willot

Formateur / Expert Food Truck

★★★★★ 4,4/5

Passionné de gastronomie, Fabrice a rejoint "Belgian Food Truck Federation" en 2013. Expert reconnu, il anime conférences, formations et webinaires. Fabrice aide et conseille les marques et les porteurs de projets à réussir dans l'univers food trucks.



Foodtruck et alimentation durable, un duo compatible ?

Hélène Castel, Biowallonie

Lorsqu'on parle d'alimentation durable, on considère l'ensemble des impacts environnementaux, sociaux et économiques des choix que l'on pose lorsqu'on achète et valorise des denrées alimentaires. De nombreuses questions nous viennent alors à l'esprit et, selon nos propres sensibilités et moyens, on empruntera plutôt l'un ou l'autre chemin. Pas à pas, nos actions communes contribueront à consolider un système alimentaire durable.

L'alimentation durable en bref, c'est quoi ?

Plutôt que de vous exposer une définition parmi toutes celles qui existent, nous trouvons plus intéressant de lister les différentes dimensions qui relèvent du concept de l'alimentation durable et sur lesquelles nos pratiques ont un impact :

- La santé humaine, tout au long de la chaîne, des producteurs•rice•s aux consommateurs•rice•s ;
- La santé et le bien-être des animaux ;
- La santé environnementale avec tout ce qu'elle implique, que ce soit en ce qui concerne la faune et la flore, mais aussi l'eau, les sols... ;
- Le bien-être du personnel dans votre propre entreprise mais également dans celles avec qui vous collaborez ;
- Le développement de l'économie locale ;
- La juste rétribution tout au long de la chaîne de valeur ;
- L'accessibilité au plus grand nombre ;
- ...

Plusieurs questions se posent pour pouvoir mesurer l'impact des produits choisis et tenter de le diminuer :

→ Si vous décidez de composer un plat avec :

des légumes frais



Sont-ils locaux et de saison ?

Puis-je m'approvisionner en circuit-court ?

Sont-ils labellisés bio ?

de la viande



Est-elle issue d'un élevage local ?

Comment m'assurer qu'il ne s'agit pas d'un élevage intensif ?

Le bien-être animal est-il respecté ?



→ Quelles plus-values et garanties ?



Respect de
la saisonnalité



Moins énergivore; Stockage réduit; Pas de serres chauffées; Produits plus goûts et moins chers

Production locale et
achat au plus proche
des producteur·rice·s



Transports limités; Soutien à l'économie locale; Juste rétribution.



Label BIO



Pas de pesticides chimiques;
Impact positif sur la santé des producteur·rice·s, des consommateur·rice·s, de la faune, de la flore, de l'eau, du sol et des habitants avoisinant la zone maraîchère;
Teneur en vitamines et minéraux supérieure;
En bio, on peut consommer les épluchures et économiser ainsi 15 à 30% du produit.



Animaux nourris à 100% bio, Accès au plein air; Espèces robustes avec moins de traitements médicamenteux;
Positif pour leur bien-être;
Meilleure qualité nutritionnelle de la viande et moins de perte en eau à la cuisson.

Pour aller plus loin et tout savoir sur le Bio, regardez notre webinaire en scannant le QR Code.



EN DÉTAIL

Si l'on ne considère que l'empreinte carbone du repas, voici les différentes actions à prendre et qui, additionnées, auront un impact positif croissant :



Pour vous aider à faire les meilleurs choix, consultez la page : <https://impactco2.fr/outils/alimentation>

Sur la carte, chaque ingrédient compte ! S'engager vers plus de durabilité requiert des efforts qu'il vaut mieux réaliser petit à petit. Pour garder le cap, il est important de commencer par des points qui vous touchent et motivent davantage. La démarche englobe divers aspects, détaillés ci-dessous.

En tenant compte des spécificités de votre foodtruck

Acheter bio, local et de saison, le trio gagnant

Le type d'agriculture représente au moins $\frac{3}{4}$ des émissions de gaz à effet de serre de notre assiette, d'où l'intérêt de favoriser l'agriculture biologique EN PLUS du local. N'hésitez pas à mentionner les producteurs auprès de qui vous vous approvisionnez.



Choisir des produits de la mer durables

Évitez les espèces menacées en vous basant sur le guide du WWF ou aidez-vous des labels MSC pour les produits de la pêche, ASC et Bio pour les produits d'élevage, afin de réduire la pression sur les stocks et limiter la dégradation des océans.



Proposer des alternatives végétariennes

Pour varier les protéines, il existe de nombreuses variétés de légumineuses et céréales bio produites en Wallonie, une abondance d'œufs, mais également une offre diversifiée de fromage. Vous trouverez même de la mozzarella de bufflonnes bio wallonne.



Faire ses préparations maison

Cuisiner à base de produits frais et bruts, c'est savoir ce que l'on met dans les assiettes et valoriser son talent culinaire. Communiquez sur vos préparations maison : c'est un vrai plus pour vous démarquer, et c'est être en adéquation avec les attentes des consommateurs.



Travailler en circuit-court

S'approvisionner au plus proche des producteurs, c'est soutenir une meilleure rémunération. Souvent, le concept du foodtruck permet des collaborations étroites étant donné les produits qui reviennent régulièrement au menu. Favoriser le circuit-court vous garantit aussi un prix plus juste contrairement à la grande distribution qui s'octroie des marges élevées (41% pour 24 fruits et légumes étudiés !). Pour les produits étrangers, on peut s'aider des labels de commerce équitable qui assurent des conditions de travail décentes.



Réduire

Vous pouvez agir en amont en favorisant une offre courte, avec moins de produits différents, à un niveau des commandes plus élevé. Suscitez la participation des consommateurs.



Retrouvez tous nos outils pratiques **via le QR-code suivant**, ainsi qu'à la page 27 de ce dossier



EN DÉTAIL

, quels sont les points sur lesquels vous pouvez agir ?

Proposer des boissons durables



Proposer des boissons locales et/ou labellisées (bio, commerce équitable,...) non cotées en bourse privilégie une économie à taille humaine.

Mettez à la carte des boissons faites maison (eaux aromatisées, kéfir, kombucha...) aura un impact positif sur l'accessibilité tout en promettant une marge bénéficiaire intéressante. Tout le monde en ressort gagnant !

Réduire ses déchets



Mis à part certains événements où il est possible d'utiliser de la vaisselle réutilisable, le modèle même du foodtruck implique souvent d'utiliser de la vaisselle jetable. Toutefois, il existe des emballages et contenants plus durables que d'autres. Renseignez-vous pour faire le meilleur choix ! Pensez aussi à la fingerfood pour les réduire au maximum.

Promouvoir l'inclusion



Pour rendre vos menus non seulement inclusifs mais aussi attractifs, proposez des alternatives pour tous types de régimes, qu'ils soient liés à des restrictions de santé (allergies, intolérances), des choix de vie, des pratiques culturelles ou religieuses. Sans vous imposer trop de contraintes, réfléchissez en amont à des manières simples d'adapter un plat pour qu'il puisse convenir au plus grand nombre.

Maximiser le bien-être au travail



Les conditions de travail et une juste rémunération contribuent fortement au bien-être au travail et à la motivation des équipes. Y être attentif·ve, c'est aussi œuvrer en faveur d'un monde plus durable.

Privilégier du matériel durable



Que ce soit pour du petit mobilier, les tenues de travail ou les équipements et matériels horeca, privilégiez les options durables via des artisans locaux, des matériaux qui respectent l'environnement ou recyclés, le marché de l'occasion...



Le gaspillage alimentaire

Les événements où vous connaissez les quantités à servir à l'avance. Préférer des ingrédients polyvalents, permet une meilleure gestion au moment de la préparation et limite le gaspillage. Adapter les portions en leur proposant des portions de tailles différentes.

PORTRAITS



Inspirations : des foodtrucks aux démarches durables

Pinpon, un foodtruck stylé aux valeurs bien ancrées

Stéphanie Goffin, Biowallonie

Isabelle, la gérante du foodtruck Pinpon nous reçoit à la cantine du Mundo-N à Namur, dont elle a repris la gestion il y a un an. Derrière le comptoir nettoyé après le service, dans une ambiance bien calme au milieu des chaises repliées sur les tables, Isabelle nous conte l'histoire de son deuxième métier, la gestion du foodtruck « la Pinpon mobile ». On plonge directement dans un nouvel univers, où les mots « simplicité », « amitié » et « aventure » résument ce qui va suivre.

Un peu d'histoire, car on aime les histoires

Isabelle travaille dans le monde de la mode depuis plusieurs années, quand l'envie de changer de vie lui prend. Elle en parle à son mari, antiquaire dans le quartier des Marolles à Bruxelles, qui, comble du hasard, vient justement d'entendre une cliente âgée souhaitant remettre son restaurant. Après quelques discussions — et beaucoup de folie, Isabelle se retrouve à reprendre la cuisine de ce restaurant très connu dans le quartier. Elle y fait ses premiers pas non sans couacs et avec une multitude d'anecdotes cocasses à partager. Le jour où le restaurant est à revendre, Isabelle ne peut pas l'acquérir. Toutefois, son aventure dans la restauration ne s'arrête pas là. Thomas, un de ses amis, vient d'ouvrir un restaurant sur la place du Jeu de Balle, dans les anciennes casernes de pompiers : Pin Pon. Après quelques années auprès de Thomas et Charli, les deux patrons de cette institution bruxelloise, Isabelle a à nouveau envie de changement... et, là encore, un signe ! Thomas a vu une petite annonce d'un camion de pompiers à vendre en Suisse. Tout cela annonce le début d'une nouvelle aventure : la naissance de la Pinpon mobile... On est alors en 2015.

Cuisiner en toute simplicité ce qui est proposé sur le marché

Voilà le concept de la Pinpon mobile. Isabelle se rend sur le marché, achète ce que les petits producteurs et artisans ont à proposer et, ensuite, elle revient à son camion, installe une table, une taque, des planches et cuisine les produits devant les passants... avec le camion de pompiers en arrière-plan.

C'est donc une cuisine minute, improvisée, sans aucune préparation en amont.

Isabelle nous raconte que, à l'époque, sur le marché du dimanche matin, Place Flagey, ses omelettes aux légumes du moment faisaient un tabac. Après les marchés, il y a eu les festivals, les fêtes privées, les portes ouvertes chez les maraîchers... Autant de lieux qui avaient en commun une ambiance intimiste.

Les démarches en alimentation durable

Tout d'abord, sur les marchés, les fournisseurs choisis sont uniquement les petits producteurs, les petits artisans. Isabelle insiste : « **Je ne peux cuisiner pour les clients que ce que je veux voir dans ma propre assiette.** » La qualité pour le client est non négociable. Dans cette optique, les légumes racines ainsi que les œufs sont d'office choisis en bio. À ses débuts, il y avait d'ailleurs une série de petits marchés bio à Bruxelles.

Parmi les autres démarches durables, il faut souligner aussi le concept de cuisine-minute qui limite fortement le gaspillage alimentaire.

Enfin, le choix des événements intimistes permet bien souvent de venir avec de la vraie vaisselle et très rarement d'avoir recours à du jetable. Cela arrive parfois car c'est trop compliqué de s'en passer totalement. Mais son choix se porte alors pour les versions biodégradables.

Les réussites et les défis

Le camion étant particulièrement singulier et esthétique, il est arrivé que des clients appellent davantage pour le camion que pour la cuisine. À certains festivals ou certaines autres

festivités qui rassemblent plusieurs foodtrucks, le travail des produits sur des tables à l'extérieur fait souvent penser, à tort, qu'il s'agit de préparations en amont pour d'autres foodtrucks. Dès lors, les clients ne font que passer et ne s'arrêtent pas pour regarder l'offre de la Pinpon mobile. Ou pire même, ils font la file le long des tables pour se rendre au foodtruck d'à côté !

« Lors d'un marché, un monsieur a acheté un chou-rave et est venu jusqu'à la Pinpon mobile pour me demander comment le cuisiner. » Isabelle a adoré lui montrer et lui faire découvrir ce légume ! Les échanges de ce type sont des pépites pour Isabelle, qui fait ce métier pour le contact humain, l'amour de la cuisine simple et authentique.

D'ailleurs, elle nous signale qu'elle ne cherche nullement à impressionner les gens. Elle choisit de cuisiner comme on cuisinerait à la maison, avec l'objectif de proposer un prix accessible à toutes les bourses. L'intitulé des menus est aussi très simple. À la Pinpon mobile, on ne donne pas de noms aux plats autres que les ingrédients qui les composent : « Salade de lentilles, carottes, fenouil, betteraves et feta » ou « Brioche perdue, lard, fromage, œuf et crudités ».





Le plat phare de Pinpon

Brioche perdue, lard, fromage, œuf et crudités

- Pain brioché bio du Pain Quotidien
- Lard de la Ferme de Reumont ou de la coopérative Paysans-Artisans
- Œuf bio
- Le fromage est le Condor, un **fromage artisanal au lait cru bio wallon**. Il s'agit de lait de vache à pâte pressée non cuite.

✉ Contact

f Pinpon mobile

Pourquoi choisir ses œufs labellisés bio ?

Signalés par un « O » au début du code imprimé sur leur coquille, les œufs bio attestent des conditions d'élevage favorables au bien-être des poules pondeuses, grâce à :

- une alimentation 100 % bio (donc sans OGM) ;
- un accès obligatoire à un espace de plein air et aménagé avec une végétation suffisante et des équipements contre les intempéries et prédateurs et de la lumière naturelle à l'intérieur des bâtiments ainsi qu'un repos nocturne de 8 h min. sans lumière artificielle ;
- la restriction d'utilisation des traitements médicamenteux.

Toutes ces pratiques impliquent que les œufs bio sont de meilleure qualité nutritionnelle : une teneur plus élevée en acides gras polyinsaturés (oméga 3 et oméga 6) et un rapport oméga 3-oméga 6 plus favorable pour la santé (développement du cerveau, mécanisme anti-inflammatoire et système cardiovasculaire).



Conseil : achetez vos œufs en circuit court, car la grande distribution retient une marge très élevée (supérieure à 95 % en 2023 et de 400 % en 2022) en comparaison avec les œufs conventionnels.



Retrouvez aussi le portrait de Feel Food : un foodtruck certifié bio par ingrédients, dont les œufs, à la page 20 de l'itinéraire BIO n°63.



EN DÉTAIL

PORTRAITS



© Brutti | David et Mathias

Brutti, un foodtruck d'amis et d'Italie

Hélène Castel, Biowallonie

Entre tapas de qualité et « street food » gastronomique, le foodtruck Brutti nous amène directement au cœur du meilleur de l'Italie. C'est en 2024 que trois amis, issus d'univers différents, décident de se lancer dans un projet de foodtruck autour de leur passion commune pour la cuisine italienne. Mais pas n'importe comment. Ce qu'ils veulent, c'est proposer un concept de street food italienne qui se démarque et qui soit le plus responsable possible. Avec un maximum de produits de qualité, si possible locaux, et un minimum de gaspillage.

Un concept jeune mais rôdé

Mathias, Chef de la Cantinetta à Liège, David, batteur d'un groupe liégeois et ayant déjà travaillé dans un foodtruck, et Jérémie, spécialisé dans le marketing digital, ont lancé leur foodtruck Brutti. On vous rassure, rien d'affreux chez eux comme le laisserait penser la traduction du terme. Au contraire, ils proposent trois concepts culinaires différents qui nous font voyager à travers l'Italie et qui peuvent être complémentaires, selon les envies de la clientèle :

- L'Aperitivo milanais : composé d'un grand buffet apéro et de cocktails ;
- Le Cicchetti de Venise : une formule « walking dinner » à base de tapas à l'italienne, de trois à sept services selon la formule choisie ;
- Le Crapuloso de Sicile : une formule « street food » composée de pains siciliens pucce produits par l'artisan boulanger l'Arche de Pain, garnis à la porchetta, roquette, mayonnaise à la truffe maison, compotée d'oignons rouges locale et copeaux de parmesan. Avec, bien sûr, une version végé, la Famoso, où la porchetta laisse place à une délicieuse mozzarella fumée.



© Brutti

Chez Brutti, microfestivals mis à part, on ne travaille que sur des événements où les quantités sont décidées à l'avance pour éviter au maximum le gaspillage. À la suite d'une mauvaise expérience lors d'un gros festival, ils ont décidé de ne se consacrer qu'aux événements privés et professionnels. Un choix qui leur assure des quantités prévisibles et qui a un impact non négligeable sur la rentabilité, que ce soit pour les quantités mais aussi pour le personnel. Ici, pas de déchets ni d'heures de travail qui ne sont pas rentabilisées. Ce qui leur permet de proposer des produits de qualité, tout en assurant un prix intéressant pour la clientèle. Le combo parfait pour répondre aux valeurs du projet. Le prix est bien sûr fixé selon la formule et le nombre de convives : il oscille entre 5 €/tapas/personne et 15 €/personne pour le Crapuloso qui représente un plat.

La saison bat son plein principalement à la période printemps-été. Ils doivent donc s'organiser en conséquence et ont décidé de conserver leur job principal pour compenser le manque de rentrées lors de la basse saison.

Une cuisine d'ailleurs, des produits d'ici

Dès le début du projet, les fondateurs de Brutti voulaient réduire au maximum leur impact environnemental. Pour ce faire, ils ont choisi des producteurs au plus proche de leur atelier, dans la région de Liège, et font d'ailleurs quelques achats en vélo cargo. Ils travaillent par exemple avec les légumes bio des Jardins de Longpré. Mais également avec l'Arche de pain, leur boulanger depuis le début de l'aventure, qui utilise des farines bio « Les Grands Blés ».

Ou encore, des ingrédients italiens produits localement pour tout ce qui est ricotta, mozzarella et scarmoza¹. Pour certains produits spécifiques comme la porchetta et les salaisons, ils font venir des produits bio d'Italie via des commandes groupées avec d'autres restaurants liégeois pour minimiser l'impact des transports. Sélectionnés avec attention, ces produits italiens viennent directement de producteurs que l'équipe de Brutti connaît personnellement.



© Brutti

Un service rapide et facilement adaptable

Concrètement, la plupart des préparations se font en amont dans un atelier. Les dernières étapes de cuisson, assemblage et dressage se font sur le site de l'évènement, dans le foodtruck, et éventuellement avec une tonnelle comme cuisine annexe.

Dans le foodtruck, ils cuisent principalement à la plancha et au four et sont en moyenne à trois dans le camion, voire parfois jusqu'à cinq. **Un des avantages avec les événements réglés à l'avance, c'est qu'il n'y a pas besoin de personnel dédié à la caisse, tout le monde peut alors se concentrer sur les préparations et le service.** Pendant la grosse saison, ils ont recours à du personnel supplémentaire, lors de mariages par exemple, pour assurer le service en salle.

Au sujet des quantités, quoiqu'ils interviennent majoritairement lors de petits événements comme des fêtes de famille avec une quarantaine de convives, au besoin, ils peuvent également sortir plus de 1.000 tapas sur une soirée et jusqu'à 150-200 pains Crapuloso et Famoso par heure. De quoi satisfaire tous types de festivités professionnelles et privées.

Pour aller plus loin en termes de durabilité

En plus de l'attention portée au gaspillage alimentaire, aux achats locaux et au transport, chez Brutti, le choix des emballages était également crucial. Ils ont donc décidé d'utiliser

des emballages en bambou compostable qu'ils récupèrent à la fin des événements, pour pouvoir les composter eux-mêmes à Liège.

Par ailleurs, les formules Aperitivo et Cicchetti sont adaptées en fonction de la saison. Seul le Crapuloso conserve sa roquette en permanence, qui provient de Belgique en saison et est importée le reste du temps.

Et s'ils pouvaient aller encore plus loin en matière de durabilité, de quoi rêveraient-ils ?

- Trouver d'autres ingrédients italiens produits localement, pour la porchetta par exemple. Pour le moment, ils n'ont pas trouvé d'équivalent chez nous en termes de qualité et à prix accessible.
- La version électrique de leur foodtruck, quand il y aura des modèles plus adaptés et accessibles, ce qui n'est pas encore le cas à l'heure actuelle.
- Être suffisamment autonomes en électricité. **Aujourd'hui, ils ont la possibilité de charger des batteries à domicile sur panneaux solaires, ce qui permet de ne pas utiliser de générateur pour le four.** Toutefois, le débit nécessaire pour la plancha ne permet pas encore une autonomie à 100 %.
- À terme, ils aimeraient réaliser leur bilan carbone.



Pourquoi utiliser de la farine certifiée bio ?

- Des semences 100 % bio
- Une culture sans OGM, sans pesticides de synthèse ni d'engrais chimiques
- Un procédé de mouture interdisant l'irradiation

Et pour aller plus loin : pourquoi choisir du pain certifié bio ?

Celui-ci vous assure d'être exempt d'arômes artificiels, de colorants de synthèse, d'édulcorants et d'exhausteurs de goût de synthèse... Le principe de précaution étant d'application, tout procédé de transformation ou additif alimentaire considéré comme ayant des effets néfastes sur la santé humaine **est interdit**, contrairement aux produits conventionnels.



✉ Contact

🌐 www.brutti.be

📷 [brutti.foodtruck](https://www.instagram.com/brutti.foodtruck)

PORTRAITS



La Cuisine de Georgette : un foodtruck à la cuisine 100 % végétale

Stéphanie Goffin, Biowallonie

Quelle est l'histoire de la Cuisine de Georgette ?

Julie et Océane gèrent un parc d'accrobranche « Couleur Aventure ». Elles sont plongées en permanence dans la nature, qu'elles adorent et respectent. Toutes deux sont véganes et elles avaient envie de faire découvrir leur régime alimentaire à d'autres. Nullement l'envie de faire du militantisme ou de la propagande pour le régime végan, mais plutôt l'envie de sensibiliser et de montrer qu'on peut faire mille et une combinaisons plus gourmandes les unes que les autres, sans produits d'origine animale dans l'assiette.

C'est ainsi qu'est venue l'envie d'ouvrir un restaurant. Après la crise du Covid, elles trouvent un local disponible à Amay, dans la région de Huy, et elles y ouvrent leur premier restaurant. Elles vont le tenir pendant deux ans mais décideront de le fermer car la gestion d'un établissement Horeca, cumulée à celle du parc d'accrobranche était trop chronophage. Toutefois, l'idée de faire découvrir leur cuisine était toujours bien présente, ce qui les amena doucement à envisager une activité de restauration à temps partiel. Et quoi de mieux qu'un foodtruck pour y parvenir ?

C'est ainsi qu'en 2022, la Cuisine de Georgette voit le jour sur deux roues !

Que propose le foodtruck ?

La Cuisine de Georgette propose de la petite restauration 100 % végétale et très variée. Vous pouvez y manger des poké bowls, des burgers, des boulettes, du chili, des planches apéritives...Le tout cuisiné 100 % maison et dans le respect des saisons.

Pour chaque événement ou client·e, Julie et Océane demandent de choisir deux plats dans le panel des possibles. Et c'est parti !

Elles se rendent aussi bien sur les événements privés (baptême, anniversaire, mariage...) que sur des événements publics (festival, journée pour le bien-être animal...).

Elles préparent tout en amont dans une cuisine, chargent ensuite le foodtruck, se rendent au lieu défini, et réchauffent sur place les mets choisis !

Quelles démarches d'alimentation durable sont-elles mises en place ?

Tout d'abord, le concept, c'est de proposer une cuisine 100 % végétale, c'est-à-dire qui minimise son impact sur l'environnement.

Ensuite, en ce qui concerne leur approvisionnement, la démarche est très engagée : **Nous favorisons les producteurs locaux et, autant que possible, bio. Le pain provient de la boulangerie bio « Un pain en avant » à Saint-Georges-sur-Meuse, tous les légumes viennent de « Le Maire Bio » à Verlainne.**

Elles sont également très attentives au gaspillage alimentaire, **en calculant au plus juste les portions en fonction du nombre de convives annoncé. Elles privilégient d'ailleurs les événements où ce nombre est connu.**

Enfin, tous les petits gestes sont importants pour elles, comme porter une attention au matériau pour la vaisselle et les serviettes : du 100 % recyclé. Mais encore, **les déchets organiques sont récoltés et servent de compost pour leur potager.**

Bref, on peut affirmer que l'alimentation durable fait partie intégrante du projet.

Quels sont les principaux défis à relever ?

La plus grande difficulté rencontrée, c'est la réaction de certain·e·s client·e·s, tantôt de la virulence, tantôt de la réticence. Le concept de cuisine végane amène quasi systématiquement des levées de boucliers, surtout en Wallonie. D'ailleurs, aujourd'hui, le foodtruck communique plutôt sur une cuisine végétale, que sur une cuisine végane : « On a déjà été fort critiquées à certains endroits et ça use ! Notre but n'est absolument pas de faire de la propagande, mais bien de faire découvrir notre cuisine, notre régime alimentaire. **On souhaite juste montrer qu'il est possible de manger de bonnes choses en réduisant sa consommation de viande. Il est d'ailleurs fréquent que des personnes adorent notre cuisine en la dégustant simplement, sans savoir que c'est 100 % végétal** », nous précise Océane.

« Pour l'avenir, on espère qu'il y aura simplement moins de réticences et plus de demandes pour une offre comme la nôtre en Wallonie », comme c'est le cas dans la plupart des pays.





Le plat phare du foodtruck

Le poké bowl

Les partages de la cheffe :

- Utilisez **du quinoa cultivé chez nous**, comme base, à la place du riz.
- Ajoutez une petite salade avec des **fruits de saison** pour une note sucrée.
- Agrémentez de houmous **fait maison**, de **légumes de saison** comme des patates douces ou des carottes grillées au four et assaisonnées de sel, poivre, paprika.
- Assaisonnez d'une bonne vinaigrette **maison**.
- Ajoutez des falafels, des boulettes de lentilles ou du tofu mariné au soja et grillé à la poêle.



Contact

 www.lacuisinedegeorgette.be

 La Cuisine de Georgette Huy

PORTRAITS



KéKia : des poké bowls avec des produits de chez nous

Alexia Wolf, Biowallonie

Le poké bowl, c'est ce bol de riz garni de poisson cru mariné, qui a débarqué chez nous il y a quelques années en direct de Hawaï. Ce plat frais et coloré, bien souvent composé de thon, de saumon, d'avocat ou encore de mangue, ne rime pas forcément avec durabilité. Pourtant, Vincent, avec son concept de foodtruck de bistronomie naturelle « KéKia », a décidé de relever le défi.

Des produits bio et locaux dans un poké

Ses pokés, Vincent les agrément de produits de qualité. Il se fournit notamment via **Agricovert** (une coopérative de producteurs locaux et bio basée à Gembloux) ou **Interbio**. Mais pour valoriser des produits locaux dans un poké, il a fallu faire preuve d'inventivité. Vincent est en effet parti **en quête d'alternatives aux produits qui les composent habituellement**. Il propose ainsi un poké avec, pour base, du **quinoa, produit par Graines de Curieux**. Mais sa plus grande fierté, c'est sa substitution du saumon par la truite arc-en-ciel.

Quand Agricovert lui a parlé d'**Olivier Mathonet, artisan pisciculteur à Malmédy**, Vincent l'a contacté et un partenariat s'est rapidement créé. KéKia affiche ainsi à sa carte un poké au tartare de truite, très apprécié par la clientèle. Vincent a pu observer que, durant la crise énergétique causée par la guerre en Ukraine, les prix de la truite n'ont que peu augmenté, au contraire de ceux du saumon qui ont explosé.

Si les garnitures qui composent les pokés sont indétrôlables, **Vincent veille à intégrer des fruits et légumes de saison dans ses préparations. C'est ainsi que des produits apparaissent ponctuellement à la carte**, comme les asperges, les fraises ou encore les tomates.

Vincent continue sa réflexion autour des produits locaux. Il a par exemple essayé de remplacer les fameux « edamame » par des fèves des marais. Un succès sur le plan gustatif mais qui n'est malheureusement pas encore envisageable d'un point de vue logistique en raison du temps que prend l'étape de décorticage des fèves... Affaire à suivre !

Chez KéKia, les produits bio et locaux ne sont pas uniquement dans le poké. On y sert en effet **les boissons Froui ou encore les jus Pajottenland** pour que l'expérience soit complète.

Une passion à transmettre à la clientèle

Vincent travaille avec des produits de qualité et estime indispensable d'en parler avec la clientèle. Le secteur du foodtruck est dominé par une offre de burgers et il n'est pas aisé de se démarquer. **L'offre de pokés plus durables proposée par KéKia est justement un argument de taille pour se distinguer...** Ça tombe bien, Vincent est intarissable sur le sujet. Il parle donc volontiers aux clients

des bons produits et des producteurs avec lesquels il travaille. Son enthousiasme et son engagement sont en tout cas très communicatifs.

De la place pour la durabilité en foodtruck ?

Vincent ne le cache pas, jongler avec plusieurs fournisseurs demande **d'avantage de travail en amont**. Ses prix de revient sont également plus importants et cela se reflète dans les prix de ses pokés, qui oscillent entre 10 et 16 €. Cependant, il souligne qu'il n'a jamais reçu de plaintes pour ses prix. Proposer des produits de qualité au juste prix et qui séduisent les convives, c'est donc possible !

Où trouver KéKia ?

Tous les jeudis soirs, Vincent vous attend à Nil-Saint-Vincent, un rendez-vous important pour lui car il permet de créer du lien avec et entre les habitants de son village. Il est également présent le midi à proximité d'espaces de travail partagés et, bien sûr, à l'occasion de **festivals durables, tels que Esperanzah! et LaSemo**.



Contact

www.kekia.net

KéKia





Krokot : un restaurant de croquettes pardi, mais un foodtruck aussi

Stéphanie Goffin, Biowallonie

Antoine et Alex travaillent tous les deux dans un restaurant à Bruxelles quand ils décident de participer à un concours pour la meilleure croquette de crevettes. La croquette reçoit beaucoup d'éloges et cela les motive à en faire un métier ! Et voilà qu'en octobre 2022, ils se lancent dans la confection de croquettes de qualité à emporter. Et puis progressivement, le projet évolue vers l'ouverture d'un restaurant et ensuite vient s'ajouter le développement d'un foodtruck pour y proposer leur offre sur les festivals pendant la bonne saison.

Quelle est la particularité de Krokot ?

Des bons produits bien de chez nous, du frais, du Bio, du 100 % fait maison, des prix accessibles, une offre végétarienne, une carte de bières artisanales, des vins naturels et en biodynamie...

À la carte, une large gamme de croquettes (au parmesan, au vol-au-vent, au gorgonzola, au shiitake, au bacalhau, à la carbonnade, au tartare maison, à la crevette grise), un lunch bistrannique local et de saison, et des burgers autour des croquettes.

Le restaurant et indirectement le foodtruck ont obtenu le label Good Food pour valoriser encore mieux aux yeux des client·e·s leurs engagements envers une alimentation durable.



Quelques mots sur le foodtruck

Le véhicule est loué pour pouvoir proposer l'offre du restaurant lors des diverses festivités, surtout pendant l'été.



Contact



www.krokot.brussels



[Krokot.bxl](https://www.instagram.com/krokot.bxl)



Le label Good Food Resto

Un label pour les restaurateurs bruxellois (y compris les foodtrucks) qui s'engagent à proposer une alimentation durable.



Plus-values

- Label indépendant
- Label 100 % gratuit
- Un gage de confiance pour les client·e·s
- Un réseau de restaurants motivés
- Trois niveaux d'engagement (1 Toque, 2 Toques, 3 Toques)



Les prérequis

Critère n° 1 : Respecter la législation

Critère n° 2 : Communiquer sur les démarches d'alimentation durable et le label Good Food

Critère n° 3 : Ne pas utiliser de produits de cinquième gamme

Critère n° 4 : Proposer une offre végétarienne

Des critères « optionnels » subdivisés en quatre catégories permettant d'accumuler des points :

Approvisionnement

Critère n° 5 : Favoriser l'approvisionnement en circuit court

Critère n° 6 : Cuisiner des produits certifiés bio

Critère n° 7 : Utiliser des œufs durables

Critère n° 8 : Se fournir en viande de manière raisonnée

Critère n° 9 : Se fournir de manière raisonnée en produits de la mer ou d'eau douce

Critère n° 10 : Proposer des boissons bio et/ou issues du commerce équitable et/ou bruxelloises et/ou faites maison

Critère n° 11 : Cuisiner à partir d'inventus alimentaires récupérés chez un tiers

Fait maison

Critère n° 12 : Cuisiner des fruits et légumes frais et bruts

Critère n° 13 : Proposer des produits faits maison

De saison

Critère n° 14 : Préparer des fruits et légumes frais belges et de saison

Critère n° 15 : Proposer une préparation sucrée avec des fruits ou des légumes belges et de saison

Pertes alimentaires

Critère n° 16 : Valorisation des pertes alimentaires

PORTRAITS



B Foodtruck, plus qu'un foodtruck, un partenaire événementiel

Hélène Castel, Biowallonie

Si vous cherchez un foodtruck qui peut répondre à la plupart de vos envies gustatives, et même y ajouter des services événementiels (photographe, animations...), que ce soit pour vos événements privés ou professionnels, c'est exactement ce qu'Alison et Émile, les fondateurs de B Foodtruck, vous proposent.

La naissance du projet

Pour comprendre comment ils en sont arrivés là, il faut remonter quelques années en arrière. Avant de lancer leur activité de foodtruck, ils étaient déjà tous deux dans l'entrepreneuriat, Alison dans l'alimentation et la nutrition et Émile dans la communication et les réseaux sociaux. C'est pendant la crise du Covid qu'ils se sont rendu compte que leurs métiers n'étaient pas considérés parmi les activités prioritaires. Il leur fallait donc se tourner vers un projet dont ils pourraient vivre. C'était le bon moment pour se lancer dans l'aventure du foodtruck. Sur un coup de tête, ils ont acheté un camion sur Internet, avant de se rendre compte qu'il ne passait pas au contrôle technique. Mais il en fallait plus pour arrêter les deux entrepreneurs : ils ont revendu le camion et acheté une remorque qu'ils ont aménagée et leur activité de foodtruck était lancée en avril 2021, sur la place de Libramont. B Foodtruck était né.

Leur concept ? Proposer des bols sains et gourmands. Une idée venue de leur propre envie et inexploitée dans la région. **Les client·e·s composent eux·elles-mêmes leur bol, selon leurs souhaits**, en variant la base, les crudités et avec des options végétariennes comme le fromage berloui (version belge du fromage à griller Halloumi). Le tout en provenance de productrices et producteurs locaux avec des achats en circuit ultracourt.

La force de B Foodtruck : de l'écoute à l'action

L'offre de B Foodtruck a très vite plu, d'autant que les restaurants étaient fermés et les plats à emporter avaient la cote. Le foodtruck ouvrait midi et soir, pour le plus grand plaisir des riverain·e·s.

C'est au bout de quelques mois d'ouverture que la première demande d'événement est arrivée. L'envie d'avoir une alternative au classique burger-frites était bien là, avec la volonté d'avoir en plus les boissons et zakouskis. C'est à ce moment-là que l'activité événementielle est née et qu'au fil des demandes, des services supplémentaires sont venus s'ajouter au concept de base.

Leur force ? Saisir l'opportunité partout où elle se présente. Alison et Émile répondent favorablement aux demandes que ce soit pour aller plus loin qu'un concept existant ou pour proposer quelque chose qui n'existe pas. Et il est clair que leur projet se démarque. On pense par exemple à leur offre de petits-déjeuners.

Ils ont alors décidé de se concentrer uniquement sur les événements pour pouvoir gérer au mieux le gaspillage alimentaire. Et pour répondre à la demande croissante, ils ont investi chaque année dans un nouveau camion, ce qui leur permet aujourd'hui d'avoir une flotte de cinq foodtrucks et un camion de matériel événementiel.

La grosse plus-value de B Foodtruck, c'est de pouvoir proposer des événements gérés de A à Z, avec leur propre service de restauration, leurs valeurs, leur offre diversifiée, le tout en assurant un rapport qualité-prix concurrentiel. Le montant de base pour faire appel aux services de B Foodtruck est de 1.700 € htva. D'ailleurs, l'entreprise est davantage tournée vers le BtoB.

Aujourd'hui, ce sont principalement Alison et son équipe de deux gestionnaires d'événements à temps plein, Laura et Justine, qui sont dans l'organisation de tous les événements. Sur le terrain, cela représente une équipe d'environ 60 personnes en rotation.



Un projet grandissant, des valeurs bien ancrées

Malgré la croissance rapide du projet, Alison nous explique que la durabilité a toujours été au cœur de leur projet.

→ Le choix des produits

Le modèle actuel de B Foodtruck, avec des demandes ponctuelles et conséquentes, complique l'approvisionnement en direct des producteurs·rice·s. Ils passent donc par des grossistes qui ont une large gamme de produits locaux.

Et pour les produits comme le riz, le café, etc. ils s'assurent alors qu'ils soient labellisés bio et équitables. Chaque année, ils parcourent plusieurs salons alimentaires pour découvrir les nouveautés et les produits locaux.

→ L'esprit collaboratif et source d'emploi

Ils travaillent avec de nombreux services traiteurs et ateliers qui leur amènent des produits semi-finis et ce sont les cuissons et l'assemblage qui sont réalisés dans l'atelier et les foodtrucks de B Foodtruck. Les fiches-recettes sont produites par l'entreprise et des tests sont réalisés en amont pour assurer que cela réponde à leurs attentes.

Cette manière de fonctionner leur permet de faire 10 événements et 10 recettes différentes par semaine. Mais également de garantir une rapidité de service : « dans un epas d'entreprise pour 150 personnes, en 1 heure, tout le monde a mangé ». Tout est au bain-marie et déjà chaud lorsque les foodtrucks arrivent sur place.

→ La saisonnalité

En ce qui concerne la saisonnalité, ils varient les crudités dans les bols. Certaines recettes, comme celle de la paëlla, ne changent pas. Toutefois, **ils demandent toujours aux client·e·s de prendre au moins un bol de saison dans l'offre complète** et ensuite de varier avec d'autres recettes.

Le principe, c'est d'avoir un bol avec lequel on peut venir se resservir de petites portions de plusieurs plats.

→ Des alternatives pour l'inclusion

Des options végétariennes, véganes, sans gluten, sans lactose, etc. sont toujours faisables également sur demande. Dans leur bar à hot-dogs, les saucisses sont halal pour que tout le monde puisse manger sans contrainte.

Depuis le début de leur activité, ils offrent également des options sans alcool ; bien que le mouvement se développe seulement maintenant, ils ont toujours eu à cœur de proposer des alternatives qui puissent répondre aux attentes de toutes et tous.

→ Une vaisselle réutilisable

Et les déchets ? En 2022, ils ont gagné un appel à projet zéro déchet en Wallonie, qui leur a permis d'investir dans des contenants réutilisables. Il s'agit de bols en mélamine, un plastique très dur et léger, qui peut être nettoyé à l'infini et est incassable. Par la suite, **ils ont également investi dans des belles assiettes et couverts en inox**, toujours dans une optique de réduire leurs déchets tout en pouvant offrir un service premium. Ces investissements leur ont permis d'économiser en moyenne 20.000 bols et 40.000 couverts par an.

→ D'autres démarches associées

En 2023, ils ont gagné l'appel à projet Go Circular qui leur a permis de remplacer leurs 15 frigos et congélateurs par des chambres froides économes en énergie et de diviser leur consommation électrique par cinq ! Et pour continuer dans cette dynamique, ils ont emménagé dans de nouveaux locaux avec 90 panneaux photovoltaïques.

Mais ce n'est pas tout, afin de compenser les émissions carbone inévitables produites lors des déplacements de leurs foodtrucks, **ils investissent aussi dans des projets de plantation d'arbres en France et en Belgique, via l'organisation « Eco Tree ».**

Au Grand-Duché de Luxembourg, l'entreprise bénéficie aussi du label Green Events qui implique de soumettre au préalable une demande au Ministère de l'Environnement, du Climat et de la Biodiversité et de répondre à certains critères précis afin de pouvoir afficher le logo et communiquer auprès de sa clientèle sur ses démarches durables, qui sont de plus en plus demandées.

Contact

 www.bfoodtruck.com

 B Foodtruck (Breadnbowls)

PORTRAITS



Le Vagabond : un décor rétro et des burgers simplement bons

Stéphanie Goffin, Biowallonie

Derrière le nom « Le Vagabond » se cachent trois foodtrucks des années 70 : « Le Vagabond 73 », « Le Vagabond 76 » et « Le Vagabond 78 ». Tous ont été entièrement aménagés pour servir des burgers 100 % maison, de qualité, sains et de proximité, lors d'événements divers et variés.

L'aventure commence en 2015, quand Jonathan Martinez, passionné de grillades à l'américaine, démarre son premier foodtruck. Il fait partie des précurseurs de ce mode de restauration à Namur. Depuis, l'entreprise a traversé une décennie avec des périodes moins faciles comme durant la crise du Covid, mais aussi des périodes chargées en événements comme en 2023. Aujourd'hui, ce sont trois foodtrucks, une équipe prête à vous servir partout en Belgique et même au Grand-Duché de Luxembourg.



Leur concept ?

Proposer des burgers de qualité aux recettes originales, selon un menu décliné en deux saisons. Une offre en burgers, disponible du 1^{er} avril au 30 octobre, et une autre, disponible du 1^{er} novembre au 31 mars. En hiver, vous pourrez notamment déguster des burgers avec du fromage à raclette ou avec du sanglier.

Les démarches durables ?

Un approvisionnement local pour commencer. La viande de bœuf provient exclusivement d'éleveurs wallons. Le pain des burgers est confectionné dans les ateliers du Maître-Boulangier de la « Pâtisserie Minne », à Jambes. Les maîtres-boulangers vous

garantissent un choix de matières premières locales. Les sauces proviennent d'un saucier bien connu chez nous : Bister. Enfin, **peu de boissons cotées en Bourse au menu** ; vous trouverez principalement des limonades belges ou encore de la bière artisanale.

Du Bio ?

Pour le dessert, Jonathan travaille avec les glaces Hopopop, artisanales et bio.

Tous les produits sont **100 % frais** et les burgers **faits maison** devant vos yeux.

L'offre est **inclusive**, avec notamment une offre pour les végétariens : un burger composé d'une galette de haricots rouges. Il est également possible d'obtenir une offre

pour les personnes allergiques au gluten ou souhaitant de la viande halal.

Une petite portion pour les enfants est également au menu !

 **Contact**

 www.levagabond-foodtruck.com

 **LeVagabond78**

TECHNIQUE

Des événements qui favorisent la restauration durable

Charlotte Ramet, Biowallonie

En tant que prestataire de services de restauration, vous pouvez vous démarquer de la concurrence en mettant en avant vos démarches durables. De plus en plus d'événements communiquent sur leur volonté de diminuer leur empreinte environnementale. Cela concerne aussi l'offre alimentaire, qui est par exemple la deuxième responsable de la pression écologique des événements culturels après la mobilité.

Nous avons interrogé deux festivals sur ce sujet. Retrouvez en détails la façon dont leurs équipes procèdent lors du recrutement de foodtrucks, leurs attentes et ce qu'implique cette collaboration.

Interview 1

Esperanzah!

« Le combat n'a de sens que si on le mène ensemble »

Charlotte Ramet, Biowallonie

Organisé depuis 2002, le festival Esperanzah! en est cette année à sa 23^e édition ! La durabilité fait partie intégrante de l'ADN du festival, précurseur dans plusieurs initiatives. Une partie des festivaliers et festivalières est certainement sensible aux solutions durables mises en place et peut même attendre le festival au tournant ! Il s'agit d'un « acquis », sur lequel Esperanzah! ne communique d'ailleurs pas de manière prépondérante.

Accueillant jusqu'à 10.000 personnes sur le site les jours les plus fréquentés, le festival n'a pas l'ambition de grandir, d'autant plus que l'espace disponible à l'Abbaye de Floreffe est limité. Ceci est en phase avec le développement durable qui prône plutôt la décroissance.

Chaque édition d'Esperanzah! a toujours été, l'occasion d'aller plus loin, avec comme condition que toute action prise réponde de manière transversale, cohérente et pérenne aux divers enjeux. Il ne s'agit pas de jeter de la poudre aux yeux mais de changer, pas à pas et de façon systémique, les comportements pour un avenir meilleur, tout cela par l'intermédiaire de la musique qui rassemble les foules et les cœurs de tous horizons.

Le festival a, par exemple, donné gratuitement accès à l'eau sur le site dès 2004 et mis en place le tri des déchets dès 2007.

La restauration sur place n'échappe pas à ces valeurs, en particulier au vu du nombre conséquent de repas servis sur les trois jours : en moyenne de 6.000 à 7.000 repas par jour. Nous nous intéressons ici plus spécifiquement aux critères clés entourant l'offre des foodtrucks sur le festival.

1

Le saviez-vous ? Il existe un système de certification bio ponctuelle, par événement.

Pour plus d'information, consultez notre outil : « Choisir son système de certification bio en restauration ». La certification bio impose un contrôle réalisé par un organisme externe indépendant et agréé. Être labellisé bio est donc une garantie non seulement pour votre clientèle mais aussi pour les équipes organisatrices des événements auxquels vous postulez.

OUTIL



© Emmanuel Lefebvre

La sélection des foodtrucks

Pour répondre aux estomacs affamés, **une vingtaine de points de restauration (foodtrucks ou tonnelles aménagées) sont prévus**, dont d'office une offre de glaces et une autre de cafés (équitable et/ou biologiques, bien entendu !).

Parmi eux, certains reviennent depuis sept ou huit ans et les plus anciens depuis 20 ans ! **Le professionnalisme, la confiance et le partage sont leurs premiers atouts.** Ils ont l'avantage de bien connaître leur métier, ils sont résistants, fiables et solidaires avec le festival face aux aléas rencontrés lors de certaines éditions. Avec eux, pas de problème de rupture de stock pendant le festival !

En dehors des habitués, il reste alors cinq ou six emplacements à combler. Chaque année, le festival reçoit de nombreuses candidatures spontanées. L'équipe en charge a donc mis en place **une procédure de sélection que nous partageons avec vous sur la Figure 1.**

* **Les conditions générales reprennent les différentes obligations, telles que le tri des déchets, les horaires d'ouverture, etc.** Elles font l'objet d'une **caution dite « environnement » de 500 €**, que la plupart des foodtrucks récupèrent en fin de festival.

* **Le dossier de cohérence questionne les démarches durables entreprises par le foodtruck**, notamment la façon dont les produits sont choisis, la relation avec les producteurs, l'origine des produits, leur prix d'achat, les conditions d'élevage pour les produits carnés, les prix de vente sur le festival et leur répartition (marge, salaire, coût-dénrée, transport...).

L'équipe de sélection est attentive à faire varier le plaisir des mangeurs, en diversifiant au maximum l'offre : exception faite pour le burger cette année, **il n'y a pas deux foodtrucks qui proposent la même offre. Vous ne trouverez pas non plus de fritkot**, l'offre unique de frites étant considérée comme de la « concurrence déloyale »¹.

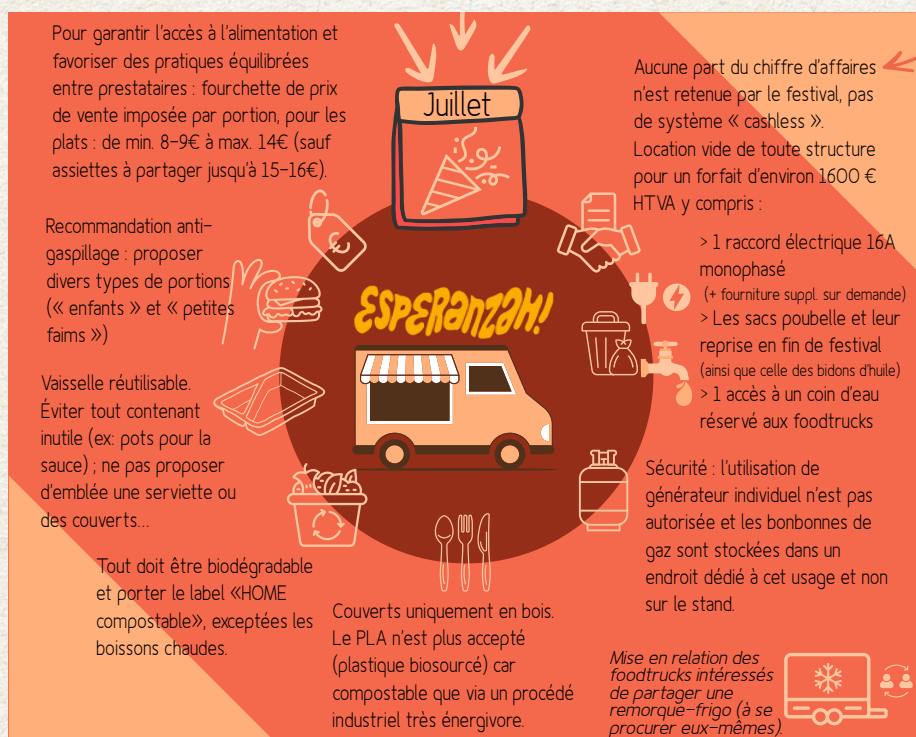
Pour limiter l'empreinte carbone, le festival restreint l'utilisation de la viande de bœuf, évite celle de denrées rares comme le saumon et impose de proposer au moins un plat végétarien et, dans la mesure du possible, un plat végétal. Également dans un esprit d'inclusion, l'équipe fera aussi attention à ce qu'il y ait des propositions halal et des plats sans gluten.



Figure 1 : Nouvelle façon de procéder

Conditions et obligations pour les foodtrucks à Esperanzah!

L'installation sur le site donne lieu à un horaire et un ordre d'arrivée bien précis sur des zones spécifiques tirées au cordeau. Il est arrivé qu'un foodtruck ait communiqué une longueur incorrecte de son camion, ce qui a demandé des ajustements importants et eu des conséquences non négligeables sur l'organisation globale !



¹ En effet, d'une part, un cornet de frites, même très qualitatif, sera vendu à un prix inférieur à 4 €. D'autre part, sa préparation est plus simple en comparaison avec des plats complets. Étant fortement appréciée par les festivaliers et festivalières, cette offre unique est donc jugée comme une concurrence déloyale dans ce cadre. Pour plus d'infos sur le secteur des friteries et leurs opportunités en matière de durabilité, nous vous invitons à lire notre dossier spécial dans *Itinéraires BIO* n°80. https://www.biwallonie.com/wp-content/uploads/2025/01/BrochureA4_ItinérairesBIO80_DOSSIER_Web.pdf

La collaboration avec les prestataires de restauration

Un accompagnement continu

Chaque année, comme pour tout aspect du festival, **l'équipe en charge de la restauration pousse tous les prestataires à aller plus loin dans leurs démarches durables**. Par exemple, certains foodtrucks ne comprennent pas toujours ce qu'est le circuit court. Des suggestions d'amélioration sont alors formulées et cela peut déboucher sur des petites victoires. **Les difficultés du secteur sont compréhensibles, mais il n'est pas impossible d'évoluer progressivement.**

Alors que certains nouveaux foodtrucks vont parfois très loin dans leur concept

durable (que ce soit pour les achats bio ou l'offre végétale par exemple), **d'autres habitués du festival ont encore besoin d'être accompagnés et conseillés**. Bien qu'ils ne soient pas tous durables à 100 %, ils sont encouragés à avancer dans cette voie pour refléter au mieux les valeurs du festival.

On peut noter aussi une **solidarité entre les foodtrucks**, qui communiquent entre eux pour pouvoir s'appuyer sur les expériences de chacun et mutualiser certains équipements.



© Mathieu Bolly

MATHEU BOLLY
1301 2022



© Olivier Richard

Des relations humaines avant tout

L'équipe procède de manière ponctuelle au **contrôle des factures pour s'assurer que les exigences sont respectées** dans les faits. Dans le cas contraire, la sanction serait de ne pas être repris l'année suivante. Il arrive que **l'équipe redonne une chance en communiquant clairement sur les attentes et en aidant le prestataire**, s'il est volontaire, à trouver des fournisseurs et produits plus durables.

Au-delà de cocher des cases, **il s'agit avant tout de relations humaines que l'équipe veut les plus sincères et agréables possibles**. Les démarches durables peuvent être les plus avancées qui soient, si les échanges sont mauvais, que ce soit en interne (entre le ou la responsable du foodtruck et son personnel) ou avec l'équipe du festival, la collaboration ne sera pas réitérée. Ou encore : si les contacts sont établis par une personne tierce (cela peut être le cas avec des chaînes), le partenariat ne se conclura pas, car c'est risquer que les engagements sur papier ne soient pas connus

ni mis en pratique par le personnel présent au festival.

Il est important pour l'équipe organisatrice de pouvoir tisser des liens et connaître les personnes derrière l'enseigne. Lors de la sélection, la préférence sera ainsi donnée aux

structures uniques. Les foodtrucks soulignent d'ailleurs souvent qu'**Esperanzah! se démarque par son bon accueil et son équipe soutenante, humaine et disponible — bien qu'exigeante !**



Avant-goût de l'Inéennes BIO 84 - septembre/octobre 2025

Interview 2

LaSemo

Semer des graines et faire germer des idées

Charlotte Ramet, Biowallonie

Signifiant « la graine » en espéranto, LaSemo a initialement été un regroupement scout en 2008 dans l'optique de « faire la fête autrement », en se questionnant sur les thématiques du développement durable et en limitant son impact environnemental. L'événement, qui a débuté à Hotton et qui prend désormais place dans le parc d'Enghien, a connu un tel succès que la volonté a rapidement été de l'ouvrir au grand public.

Pluridisciplinaire, le festival propose une programmation culturelle diversifiée avec une présence importante du secteur associatif, afin d'attirer un public tout aussi large et intergénérationnel. L'objectif est d'éveiller les consciences et de faire réfléchir sur ses propres pratiques.

LaSemo se veut un « laboratoire d'idées », chaque édition étant l'opportunité de lancer différentes initiatives en lien avec la durabilité. Qu'elles aboutissent à des réussites ou non, le but est de rester en mouvement perpétuel et d'inviter les festivalier·ère·s à s'en inspirer et à participer à cette transition dynamique. Chaque « chantier » fait l'objet d'une évaluation pour favoriser la remise en question et analyser ce qui a fonctionné ou non.

Alors que LaSemo a doublé sa capacité depuis cinq ans et qu'il accueille aujourd'hui 15.000 personnes par jour (hormis artistes et staffs), les photos prises après les festivités témoignent pourtant de la propreté impressionnante des lieux. Cet aspect est d'ailleurs souligné par le public, lui-même déjà sensibilisé et prêt à respecter les règles établies pour vivre et partager au mieux les valeurs du festival.

L'inclusion constituant aussi l'esprit de LaSemo, plusieurs initiatives facilitent l'accès à divers publics précarisés ou à besoins spécifiques, grâce à des partenariats avec des associations (Article 27, la Croix Rouge, Arc-en-ciel...).

La durabilité est toutefois vue comme un défi car elle implique automatiquement des coûts humains et financiers supplémentaires. La gestion des foodtrucks durables ne fait pas exception. Par exemple, la mise en place de la vaisselle réutilisable cautionnée sur l'ensemble du site a demandé un investissement tant en termes de frais liés à la location et au lavage qu'en termes d'efforts et d'encadrement pour soutenir et assurer le bon fonctionnement de cette nouvelle initiative.

La sélection des foodtrucks

À LaSemo, ce sont maintenant **près de 45 foodtrucks qui ravissent les papilles des festivaliers et festivalières**. Le panel de prestataires a dû en effet être augmenté en parallèle au développement du festival ces dernières années. **Il a fallu alors réaliser un travail conséquent de démarchage**, car, d'une part, le festival ne jouissait pas encore de sa notoriété actuelle auprès des foodtrucks et, d'autre part, ce secteur étant fort mouvant, de nombreux contacts établis précédemment étaient obsolètes.

Actuellement, **le recrutement se fait via la plateforme Pastoo**, une ASBL au service des événements culturels durables. **Désormais, et grâce au bouche-à-oreille, les foodtrucks postulent d'eux-mêmes**. Ils s'y inscrivent, précisent leurs besoins logistiques et remplissent un formulaire expliquant certains points en rapport avec la durabilité : concept, provenance des produits, offre alimentaire, utilisation de la vaisselle réutilisable...



© Nathalie Nizette



© Michel Barsby

À la lecture des réponses, il est assez facile pour l'équipe de discerner les vraies démarches engagées et écoresponsables.

Tout en tenant compte des objectifs financiers, la sélection s'effectue en suivant le fil rouge émanant des valeurs du festival : **proposer une alimentation saine et des repas complets, avec un menu à 50 % végétarien et/ou végan**. Et il ne s'agit pas de proposer un plat en retirant simplement la viande, comme c'était le cas avant, mais bien de remplacer celle-ci par une protéine végétale. Depuis l'année dernière, l'équipe a voulu en effet s'attaquer à ce critère qui est **l'un des plus impactants sur le plan du bilan carbone**.

Un nouveau chantier est d'ailleurs **actuellement en réflexion : calculer l'empreinte carbone de tous les plats**. D'un côté, les mangeur·euse·s pourraient faire leur choix en prenant en compte cette donnée de manière tout à fait consciente. De l'autre, cela pourrait également stimuler les foodtrucks à s'engager davantage.

Cette évolution fait d'ailleurs suite aux retours du public réclamant une offre végétarienne et végane élargie. Le festival compte maintenant plusieurs foodtrucks 100 % végétariens et/ou végétariens.¹

Cet objectif de végétaliser les assiettes exclut donc d'emblée les offres trop « carnées » telles que des offres uniques de pains-saucisses ou brochettes de viande. Le respect de la saisonnalité est aussi favorisé dans le processus de sélection.

Concernant les offres les plus plébiscitées comme les burgers ou les pâtes, l'équipe fonctionne avec des quotas, afin que l'offre reste concurrentielle et variée. C'est aussi dans cette optique, et à la suite de plaintes des foodtrucks, que les fritkots ne sont plus acceptés. Enfin, avec un public composé à 20 % d'enfants, l'équipe est attentive à proposer une offre sucrée (glaces, gaufres, crêpes...).

Certains prestataires sont des habitués du festival et, bien qu'ils ne soient pas tous totalement investis dans la durabilité, il est rassurant pour le festival de compter sur leur présence. L'équipe en charge de la gestion des foodtrucks à LaSemo est consciente

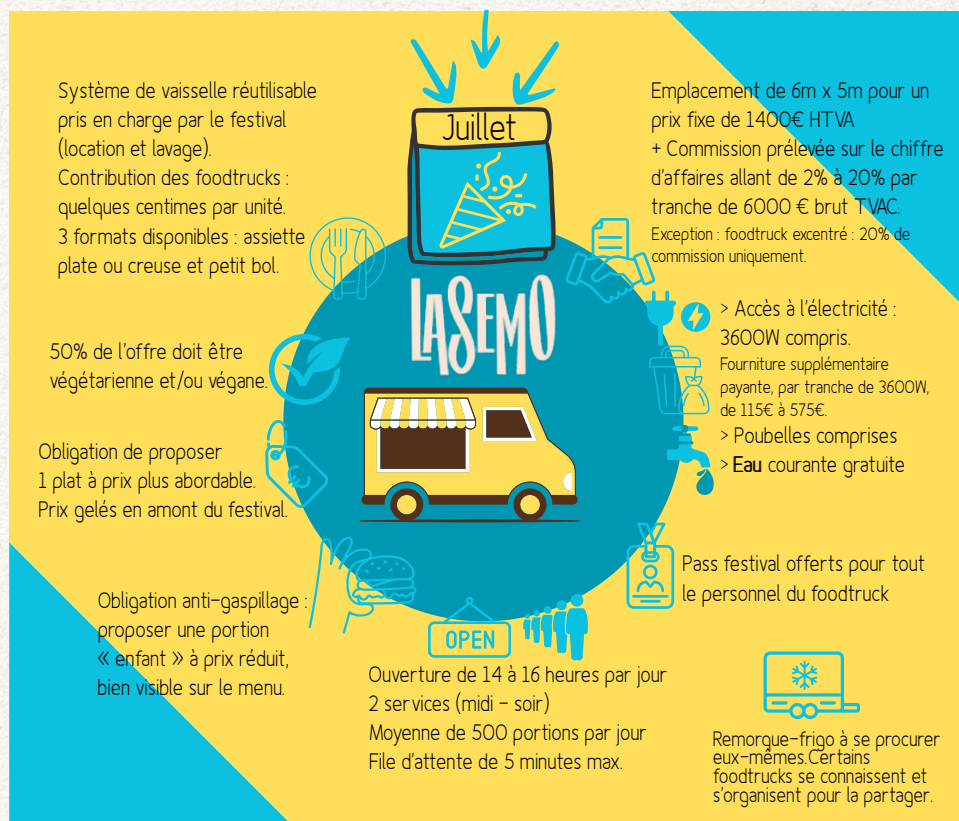


qu'il y a encore une marge de progrès pour atteindre une alimentation entièrement durable sur le festival.

Elle réfléchit d'ailleurs à adopter un autre système pour prendre davantage en compte la durabilité de l'offre, notamment l'utilisation

de produits bio et locaux. La question qui subsiste concerne la tâche fastidieuse que représenterait le contrôle de la mise en application de ces exigences. Il y faudrait une personne dédiée à temps plein.

Conditions et obligations pour les foodtrucks à LaSemo



¹ De nombreux festivals vont encore plus loin avec une restauration 100 % végétarienne et/ou végane en Flandres (Paradise City) ou à l'étranger We Love Green et SMMMILE Festival en France ; Awakenings et DGTL Amsterdam aux Pays-Bas ; Glastonbury Festival, le Green Gathering, le Shambala Festival et le Vegan Camp Out au Royaume-Uni ; Way Out West en Suède.

La collaboration avec les prestataires de restauration

Avec l'expérience, il est apparu essentiel pour l'équipe de communiquer de manière transparente avec les prestataires, par exemple sur ce qu'implique l'utilisation de la vaisselle réutilisable pour éviter toute mauvaise surprise sur place. Les foodtrucks sont par ailleurs amenés à transmettre leurs menus et prix un mois avant l'évènement, comme spécifié dans la convention de collaboration. LaSemo se réserve le droit de notifier toute incohérence, que ce soit en termes d'offre ou de prix de vente. Après d'éventuelles modifications, tout est alors fixé pour le jour J, sur la plateforme de paiement (système « cashless ») où toutes les ventes seront répertoriées.

Concernant la végétalisation d'une partie du menu, le but n'étant pas de générer des frustrations ni de contraindre les foodtrucks, en 2024, un stagiaire, lui-même végétarien, a été assigné afin de les accompagner à modifier leur offre. Heureusement, il semble que

les foodtrucks soient de plus en plus réceptifs à ce genre de demandes qui deviennent progressivement la norme. Les professionnel·le·s de la restauration sont de plus en plus conscient·e·s des enjeux et sont enclin·e·s à fournir les efforts nécessaires.

Comme pour tout type de collaboration sur le festival, l'équipe en charge de la gestion des foodtrucks leur transmet un **formulaire afin de débriefer sur leur expérience et de proposer des améliorations**.

LaSemo, en accord avec ses valeurs, témoigne que **les organisateur·rice·s d'évènements ont un rôle à jouer dans la transition et détiennent le pouvoir de faire bouger les choses**. La durabilité a certes un coût, mais les bénéfices qu'en tire la société ont aussi une valeur, même si elle est intangible. **En amenant les prestataires, quels qu'ils soient, et le public, quel que soit son âge, à se poser des questions, le festival sème des graines pour un avenir plus durable.**



Retour d'expérience

L'incitant financier : pas toujours efficace pour changer les pratiques.

Auparavant, le festival a testé une façon de promouvoir la durabilité en accordant des réductions graduelles en fonction des critères respectés et de leur niveau d'impact. Par exemple : proposer une offre 100 % bio donnait droit à une ristourne importante sur le prix de l'emplacement. Cependant, l'expérience a démontré que ce système ne menait pas forcément à des changements de pratiques, certains foodtrucks préférant payer le prix plein plutôt que de fournir des efforts supplémentaires, considérés comme compliqués et énergivores. De plus, cela requerrait aussi à l'équipe beaucoup de temps de vérification.

Listings

Nous avons listé pour vous (de manière non exhaustive) des **événements qui favorisent la durabilité dans leur offre de restauration**. Anticipez ces demandes en développant vos démarches durables et mettez ainsi toutes les chances de votre côté !

Si vous êtes intéressé·e de participer à l'une ou l'autre festivité, n'hésitez pas à solliciter les responsables spontanément, car nombreux sont les festivals dont le réseau de foodtrucks est limité.



Scannez le QR-code pour accéder aux liens web.

AVRIL	• Festival en Vrac — Court-Saint-Étienne
MAI	• Jam in Jette — Jette • Food Truck Festival au Spin — Froid-Chapelle • Namur en Mai — Namur
JUIN	• Couleur Café — Bruxelles • Color Wood — Fleurus • Paradise City — Steenokkerzeel • La Nature festival — Vielsalm
JUILLET	• Les Ardentes — Liège • Rock Werchter — Rotselaar • LaSemo — Enghien • Les Francocolies — Spa • Esperanzahl — Floreffe
AOÛT	• Le Micro Festival — Liège • Food Square Festival — Namur • Food Truck Festival — Charleroi • Food Truck Festival — Brugelette • Festival international des Arts de la rue — Chassepierre • Tchestia Fiesse — Serinchamps
SEPTEMBRE	• Vegan Street Festival Brussels — Bruxelles • Food and Drink Art Festival — Liège

Ressources pour améliorer la durabilité de votre foodtruck

 Acheter bio, local et de saison  & Travailler en circuit-court	Contactez Biowallonie. restauration@biowallonie.be Nous vous mettons en relation avec des fournisseurs de produits bio locaux, selon vos besoins et votre réalité. Visionnez notre webinaire sur l'approvisionnement bio local . Consultez le Calendrier des fruits et légumes de saison en Belgique .	 Réduire ses déchets	Guide Horeca zéro déchet , qui détaille de nombreux conseils sur la façon dont vous y prendre. Campagne d' information et conseils concernant les contaminants alimentaires . Carte et répertoire des acteurs spécialisés pour assurer l'entretien des contenants réutilisables.
 Choisir des produits de la mer durables	Aidez-vous du Guide des espèces du WWF sur les produits de la mer . Dans la mesure du possible, n'achetez que des produits de la mer classés dans la catégorie verte.	 Proposer des boissons durables	Lisez notre dossier consacré aux boissons bio fabriquées chez nous ! Vous y trouverez des infos sur le secteur, des portraits ainsi qu'un listing des grossistes (p.44).
 Proposer des alternatives végétariennes	Retrouvez l'essentiel des infos sur les menus végétaux (définitions, ingrédients à privilégier et enjeux). Piochez dans les multiples recettes proposées par Proveq .	 Promouvoir l'inclusion	Lisez l'article d'Horeca Magazine dédié à la thématique des allergies et intolérances . Formez-vous sur le sujet via l' e-learning de l'AFSCA , disponible gratuitement et à tout moment.
 Faire ses préparations maison	D'autres inspirations de recettes adaptées aux saisons .	 Maximiser le bien-être au travail	Le mode d'emploi du bien-être au travail en restauration : astuces pour faire de votre établissement un lieu où il fait bon travailler, sans plomber votre chiffre d'affaires.
 Réduire le gaspillage alimentaire	Bonnes pratiques pour réduire les pertes alimentaires en restauration.	 Privilégier du matériel durable	Guide des labels de durabilité (emballages, papier, produits d'entretien, appareils électro...) Carte des boutiques de récupération en Wallonie et à Bruxelles (tous produits).
 Se référer aux labels	Guide des labels de durabilité : les labels alimentaires (ASC, MSC, équitables...) et leur fiabilité sont détaillés.	 Communiquer sur vos démarches durables	Il existe divers systèmes de certification bio qui vous autorisent à communiquer sur vos approvisionnements bio.



Scannez le QR code pour accéder aux liens.



BIOWALLONIE

NOS SERVICES GRATUITS POUR LE SECTEUR HORECA



NOTRE ÉQUIPE

Biowallonie est la structure d'encadrement du secteur bio, en Région wallonne et à Bruxelles. Notre pôle Alimentation durable s'adresse plus spécifiquement aux acteurs et actrices de la restauration, pour durabiliser leur offre alimentaire, en valorisant les produits bio de notre terroir.



NOTRE ACCOMPAGNEMENT

Nous mettons à votre disposition notre expertise pour vous aider à introduire du Bio local dans votre établissement.



NOS ÉVÈNEMENTS COLLECTIFS

Nous vous proposons, tout au long de l'année, des événements spécialement dédiés à l'Horeca :

- Découverte de l'offre bio wallonne – Visites de fermes ou d'ateliers de transformation bio
- Ateliers techniques en cuisine – Moments d'échanges avec vos pairs
- Cadre professionnel et convivial.



VOS ÉVÈNEMENTS PERSONNALISÉS

Vous voulez sensibiliser vos équipes ? Nous vous concoctons un programme sur mesure dédié à vos employé•e•s, avec une visite de terrain, une sensibilisation et une dégustation. Le tout bio wallon.

Agenda de nos événements

Infos et inscriptions



Contactez-nous !

0474/381.124 – restauration@biowallonie.be – www.biowallonie.be



Inscrivez-vous à notre lettre d'information dédiée à l'Horeca !
www.biowallonie.com/lettres-dinformation/



Suivez-nous sur @biowalloniehoreca

