

LA BANQUE ALIMENTAIRE DE NAMUR – LUXEMBOURG

Asbl Banque Alimentaire des Provinces de Namur et de Luxembourg (BANL)



Éditorial – Votre Banque Alimentaire, c’est quoi au juste ?

La Banque Alimentaire est une structure dont la mission principale est de générer un impact social ou environnemental positif, tout en étant financièrement viable. Voici quelques caractéristiques clés de ce rôle :

1. Mission sociale ou environnementale

Les responsables d'une entreprise sociale placent la mission sociale ou environnementale au cœur de la stratégie de la structure. Cela peut inclure des objectifs tels que la réduction de la pauvreté, la protection de l'environnement, l'amélioration de l'accès à l'éducation ou à la santé, etc.

2. Modèle économique durable

Même si l'objectif principal est social ou environnemental, l'« entreprise » doit être financièrement viable. Les responsables doivent donc s'assurer que l'entreprise génère suffisamment de revenus pour couvrir ses coûts et réinvestir dans sa mission.

3. Gestion des parties prenantes

L'équipe doit gérer efficacement les relations avec diverses parties prenantes, y compris les employés, les bénéficiaires, les investisseurs, les donateurs, les partenaires communautaires et les gouvernements. Il s'agit de collaborer avec eux pour maximiser l'impact social de la Banque Alimentaire.

4. Innovation sociale

L'équipe dirigeante est souvent à l'avant-garde de l'innovation sociale, cherchant de nouvelles façons de résoudre les problèmes sociaux ou environnementaux de manière plus efficace et plus durable.

Sommaire

Édito : Votre Banque Alimentaire, c’est quoi au juste ?
pp. 1 - 3

Social return on investment 2024
pp. 4 - 6

La Ramasse à la BANL
pp. 7 - 8

Le gaspillage alimentaire en Belgique
pp. 9 - 10

L’humour à la BANL
p. 11

Ma vie à la BANL
p. 12

5. Équilibre entre objectifs sociaux et financiers

Elle doit trouver un équilibre entre les objectifs sociaux et les impératifs financiers. Cela peut impliquer de prendre des décisions difficiles pour s'assurer que les deux aspects de la Banque sont alignés et se renforcent mutuellement.

6. Transparence et responsabilité

La transparence et la responsabilité sont essentielles. On doit être transparent sur la manière dont les fonds sont utilisés et sur l'impact de la structure. Cela inclut la mise en place de systèmes de suivi et d'évaluation pour mesurer l'impact social et environnemental.

7. Leadership inspirant

Les responsables doivent être capables d'inspirer et de motiver les équipes ainsi que les autres parties prenantes pour atteindre les objectifs. Cela nécessite des compétences en leadership, en communication et en gestion des ressources humaines.

8. Adaptabilité et résilience

Travailler dans une entreprise sociale peut comporter des défis uniques. On doit être adaptable et résilient pour naviguer dans un environnement souvent incertain et complexe.

En résumé, être responsable d'une entreprise sociale implique de gérer une organisation avec une double mission : générer un impact social ou environnemental positif tout en assurant la viabilité financière. C'est un rôle qui nécessite une passion pour le changement social, des compétences en gestion, et une capacité à innover et à inspirer les autres.



Que font les responsables et l'ensemble des collaborateurs à la BANL ?

Les responsables et tous les collaborateurs de la banque alimentaire occupent diverses fonctions stratégiques et opérationnelles essentielles pour assurer le bon fonctionnement et l'impact de l'organisation. Voici quelques-unes de leurs principales responsabilités :

1. Gestion Générale et Administration

- **Direction Générale** : Les responsables supervisent l'ensemble des opérations de la banque alimentaire, veillent à l'atteinte des objectifs stratégiques, et représentent l'organisation auprès des parties prenantes.
- **Ressources Humaines** : Gérer le recrutement, la formation, le développement professionnel et le bien-être du personnel et des bénévoles.

2. Planification et Stratégie

- **Stratégie de l'Organisation** : Développer et mettre en œuvre des plans stratégiques à long terme pour répondre aux besoins croissants des bénéficiaires.
- **Gestion des Projets** : Superviser et coordonner les projets spécifiques, y compris les initiatives de collecte de fonds, les campagnes de sensibilisation et les partenariats.

3. Collecte de Fonds et Relations avec les Donateurs

- **Développement de Fonds** : Mettre en place et gérer des initiatives de collecte de fonds, y compris des campagnes de financement, des subventions et des partenariats avec des entreprises.
- **Relations avec les Donateurs** : Maintenir et développer les relations avec les donateurs individuels, les entreprises et les fondations.

4. Gestion Logistique et Opérations

- **Approvisionnement en Aliments** : Gérer l'approvisionnement, l'entreposage et la distribution des denrées alimentaires.
- **Logistique** : Optimiser les opérations logistiques pour assurer une distribution efficace et en temps voulu des produits alimentaires.

5. Conformité et Gestion des Risques

- **Réglementation** : Assurer la conformité avec les lois et réglementations en vigueur, y compris les normes de sécurité alimentaire.
- **Gestion des Risques** : Identifier et gérer les risques opérationnels, financiers et de réputation.

6. Communication et Relations Publiques

- **Communication** : Développer des stratégies de communication pour sensibiliser le public et promouvoir les activités de la banque alimentaire.
- **Relations Médias** : Gérer les relations avec les médias et coordonner les efforts de relations publiques.

7. Analyse et Reporting

- **Évaluation des Programmes** : Suivre et évaluer l'efficacité des programmes et des initiatives.
- **Reporting** : Produire des rapports réguliers pour les parties prenantes internes et externes, y compris les conseils d'administration, les donateurs et les organismes de réglementation.

8. Partenariats et Collaboration

- **Réseautage** : Collaborer avec d'autres organisations à but non lucratif, les agences gouvernementales et les entreprises privées pour maximiser l'impact des programmes de la banque alimentaire.
- Ces rôles nécessitent des compétences variées, allant de la gestion des opérations et de la logistique à la collecte de fonds, en passant par la communication et les relations publiques. Les cadres d'une banque alimentaire doivent être des leaders efficaces, capables de motiver et de gérer des équipes diversifiées, tout en étant orientés vers la mission et les objectifs de l'organisation.



• • « Social return on investment 2024 » Fédération Belge des Banques Alimentaires

La Fédération Belge des Banques Alimentaires

Les 9 Banques alimentaires dans notre pays sont réunies dans la *Fédération Belge des Banques Alimentaires*. Ces 9 *Banques Alimentaires* sont responsables de la distribution logistique de denrées alimentaires et autres produits à 696 associations locales affiliées.

Rendement social dans l'exercice 2024

“L'impact social” ou le rendement social de la Fédération Belge des Banques Alimentaires pour l'année 2024 a été calculée sur base de la méthode “Social Return On Investment” (SROI).

La méthode Social Return On Investment (SROI) aide à voir de façon systématique les avantages d'activités qui, à première vue, ne génèrent pas ou très peu de gains financiers, mais qui, après une analyse plus approfondie, ont un grand rendement social. La Return on Investment (ROI) constitue la base de la SROI, mais la SROI va plus loin : elle montre aussi le rendement social qui n'apparaît pas dans les rapports financiers conventionnels.

Social Return On investment (SROI) donne une approche plus holistique du “rendement” et montre aussi l'impact sur le plan social, humain, écologique, etc. Ces derniers n'apparaissent pas dans les analyses coûts-avantages traditionnelles, parce qu'ils ne peuvent être exprimés en termes monétaires. Une pierre angulaire pour calculer le SROI sont les “procurations financières”: les valeurs monétaires qui sont attribuées aux “social impacts” ou avantages sociaux. Les procurations financières sont des estimations ou des approximations de la valeur réelle.

En attribuant une valeur monétaire à cette valeur sociale (non monétaire), on parvient à voir dans quelle mesure les coûts ou “inputs” dépassent les avantages.

Pour calculer la SROI de la *Fédération Belge des Banques Alimentaires* un appel a été fait aux “procurations financières” de la “Social Value Engine” du Royaume Uni, qui ont été créées en collaboration avec des partenaires académiques et qui sont basées sur des données scientifiques. La “Social Value Engine” a été accréditée par le réseau global “Social Value International”. Les calculs sont faits par *Vives Hoge School*.

Le compte SROI commence par l'identification des “**outputs**”: **la direction, les activités quantifiables et les résultats d'une organisation ou entreprise.**

Ceux-là sont liés aux “**outcomes**”: **les changements et les effets qui sont les résultats des activités de l'organisation ou de l'entreprise.**

En dernier lieu, un “proxy financier, une valeur monétaire, est attribuée aux “outcomes”.

Social Return On Investment (SROI) donne une description de la façon dont une organisation crée de la valeur, elle comprend un rapport qui indique combien de rendement social (en euro) est créé par chaque euro investi.



Pour la *Fédération Belge des Banques Alimentaires*, 10 “outputs” et “outcomes” ont été identifiés, pour lesquels suffisamment d'éléments étaient disponibles et pour lesquels aussi des “proxy financiers” pouvaient être trouvés et calculés. Pour les “proxies”, ont été sélectionnés les critères les plus pertinents qui reflètent et s'approchent d'un service, d'une valeur ou d'un coût.

Les effets ou impacts se trouvent dans les domaines suivants:

- Une plus grande sécurité alimentaire;
- Une diminution des dépenses des ménages, suite à la nourriture gratuite reçue;
- Un meilleur bien-être mental, suite à la diminution du stress et de l'anxiété;
- Une diminution de l'émission de gaz à effet de serre, suite à la diminution des déchets alimentaires;
- Des surplus alimentaires sont redistribués: une valorisation de qualité des surplus alimentaires;
- Des opportunités durables pour des bénévoles (permanents) ;
- Un engagement précieux et enrichissant pour les bénévoles dans les supermarchés locaux;
- Un emploi valorisant et une formation dans l'environnement de travail pour les collaborateurs avec contrats sociaux;
- Des réseaux durables : les associations sociales locales affiliées renforcent les réseaux sociaux et les structures qui aident les habitants;
- Une collaboration et des partenariats : une coopération efficace par l'optimisation du flux de travail et des aspects opérationnels.

Les “outputs” et “outcomes” forment la base pour le calcul du rendement social total. Pour arriver au résultat final, il faut d'abord examiner dans quelle mesure tous les effets (donc pour chaque “outcome”) sont le résultat de l'activité de la *Fédération Belge des Banques Alimentaires* ou plutôt de l'intervention d'autres organisations ou stakeholders (attribution). Est-ce que les résultats auraient été les mêmes sans les activités de la *Fédération Belge des Banques Alimentaires*? (deadweight). Combien de temps se prolongent les effets?(drop off). Ce sont les 3 déflateurs qui sont exprimés en pourcentages (%), soit le pourcentage des résultats sociaux qui pour chaque “outcome” doit être déduit.

Le **deadweight** est un changement qui, en tout cas, se produirait dans la même période. S'il n'y avait pas eu d'activités (ou investissements), on aurait les mêmes résultats. Par exemple, quelle aurait été la situation dans le domaine de la sécurité alimentaire, sans la *Fédération Belge des Banques Alimentaires*? Environ 35% de l'aide alimentaire provient du FSE+ (auparavant FEAD). Cette aide aurait, en tout cas, été donnée aux groupes vulnérables. 35% du rendement social de cet “outcome” spécifique est donc déduit du résultat final.

Avant de pouvoir calculer le ratio, nous avons encore besoin d'une image précise **des coûts ou “inputs”**. Quels sont les coûts ont été faits pour obtenir ces “outcomes”, ce rendement social?

On tient compte des **“inputs” réels monétaires** et des **“inputs” en nature**:

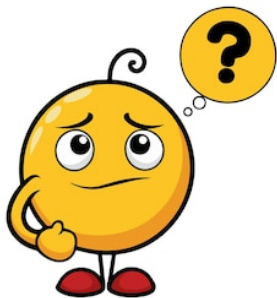
- frais de gestion (“inputs” monétaires);
- produits du FSE+ à la valeur commerciale moyenne par kg;
- coût total des travailleurs avec contrat social (ce qu'ils coûtent à la société);
- contribution des bénévoles à l'heure (“input” en nature).

Le rendement social est diminué des déflateurs. Pour chaque “outcome”, les déflateurs vont diminuer le produit social d'un certain pourcentage. Cette différence (rendement social total) est divisée par les “inputs” ou coûts. Le résultat obtenu est le ratio SROI.

En 2024, la *Fédération Belge des Banques Alimentaires* a créé une valeur ajoutée sociale 444 Mio euros. Chaque euro investi a rapporté un rendement social de 8,89 euros. Il s'agit toutefois d'une sous-estimation, étant donné qu'on n'a pas pu tenir compte de certains éléments :

- **Le rôle que jouent les associations caritatives sur le plan social.** La plupart des associations caritatives affiliées donnent non seulement de l'aide alimentaire gratuite, mais prennent aussi des mesures sociales d'accompagnement (par exemple: un lieu de rencontre, assistance dans la gestion budgétaire, assurance sociale, soins médicaux, assistance socio-sociale, garde d'enfants, etc.). Ces services ont un impact social important. Étant donné que nous ne disposons pas d'informations exactes de l'offre par association caritative, du nombre de bénéficiaires (par catégorie de services) et de l'impact au niveau de l'individu, du groupe et de la communauté, le rendement social de ces associations ne peut être monétisé. Le rôle et la contribution des associations caritatives au niveau des mesures sociales d'accompagnement et leur participation dans la distribution de l'aide alimentaire sont bien pris en compte dans les déflateurs. Ceux-là vont corriger l'importance de l'impact à l'aide de différents facteurs.
- **La valeur sociale créée par les bénévoles des 696 associations caritatives** n'a pas été prise en compte, parce qu'on ne dispose pas de chiffres exacts. Le nombre de bénévoles occupés dans les associations affiliées peut être estimé à plus de 10.000.
- **Les travailleurs avec contrat social qui ont la possibilité de trouver un emploi dans l'économie régulière.**
- Par ailleurs, pour ce calcul, **la durée des “outcome impacts”** dans le “Social Value Engine” a été réduite à 1 année supplémentaire. La plupart des “outcomes” ou effets ont une durée plus longue qu'une année supplémentaire, mais l'impact diminue chaque année qui passe. Cette valeur décroissante est indiquée par les déflateurs, ce qui facilite la comparaison entre les différentes “années d'exploitation”, mais a aussi pour effet que le rendement social réel est sous-estimé. Les travailleurs avec contrat social -par exemple- bénéficieront des effets des compétences acquises et continueront à avoir plus de confiance que pendant une année. Le drop-off (la diminution de l'impact dans l'année supplémentaire) est estimé à 10%. Dès qu'elles ont été acquises et intégrées, les aptitudes et compétences personnelles ne disparaissent pas vite. Concrètement, cela signifie que le rendement social de cette “outcome” diminue de 10% dans l'année d'impact supplémentaire après 2023.

Pour des questions supplémentaires et des documents détaillés concernant le calcul de la valeur ajoutée sociale et des déflateurs, on peut s'adresser à : peter.vanbossuyt@foodbanks.be ou alexia.sabbe@vives.be



La Ramasse à la BANL...

Qu'est-ce donc ?

Dans le contexte d'une banque alimentaire, la « **ramasse** » désigne la collecte des denrées auprès des commerces, des producteurs ou autres donateurs, pour ensuite les redistribuer aux personnes dans le besoin, identifiées par la BANL

1. En quoi ça consiste ?

- La ramasse, c'est aller **chercher directement** les produits chez les fournisseurs, souvent le jour même où ils sont mis de côté ou préparés par les enseignes.
- Les produits peuvent être :
 - proches de la date de péremption mais encore consommables,
 - invendus (pain, fruits, légumes, produits laitiers, plats préparés...),
 - des articles déclassés pour défaut d'emballage ou surstock.
- Objectif : éviter le gaspillage et alimenter les associations partenaires.
- La qualité : la BANL veille à ne jamais distribuer des produits qui n'ont pas un excellent label de qualité.

2. Organisation pratique

- **Planning** : la banque alimentaire ou l'association planifie un calendrier de ramasse, souvent quotidien ou plusieurs fois par semaine. Chez nous : du lundi au vendredi.
- **Équipe** : un ou deux bénévoles partent en camionnette ou véhicule utilitaire.
- **Circuit** : une tournée prédéfinie avec un ordre de passage optimisé pour éviter les trajets inutiles et respecter la chaîne du froid.
- **Matériel** : glacières, bacs, cagettes, gants, feuilles de ramasse (pour noter les quantités).

3. Chez qui va-t-on ?

- **Supermarchés et grandes surfaces** (Colruyt, Carrefour, Delhaize, Intermarché, Lidl et bien d'autres...)
- **Boulangeries et pâtisseries**
- **Primeurs, maraîchers, marchés locaux**
- **Producteurs agricoles**
- **Industries agroalimentaires** (restes de production, lots invendus)
- **Grossistes** (fruits et légumes, épicerie, viandes)
- **Restaurants collectifs** (cantines d'entreprise ou scolaires, si partenariat)
- **Autres donateurs**

En pratique, la ramasse commence souvent assez **tôt le matin** pour récupérer les produits avant qu'ils soient jetés et les ramener rapidement au local de tri de la banque alimentaire, où ils sont triés, stockés et redistribués dans la journée ou le lendemain au plus tard. Tout est fait pour garantir la qualité des produits distribués grâce à une équipe de bénévoles enthousiastes de quelque 40 personnes qui assurent la relève toute la semaine.

Voici une **journée type de ramasse** à la BANL, racontée étape par étape, comme si on accompagnait un bénévole.

8h00 – Arrivée au local

- Le bénévole arrive au dépôt de la banque alimentaire.
- Il enfile son gilet, prend le planning de tournée et vérifie le matériel : glacières ou bacs isothermes, gants, feuilles de ramasse pour noter les quantités, camionnette avec carburant, sacs et cagettes vides...

8h15 – Première ramasse : supermarché

- Direction : un des grands supermarchés partenaires.
- En réserve, le responsable a déjà mis de côté des produits invendus :
 - Fruits et légumes
 - Produits laitiers proches de la date limite
 - Viennoiseries et pains de la veille et autres produits.
- Les bénévoles signent une fiche de transfert et chargent le camion.
- Les produits frais sont immédiatement placés dans des glacières.

– Deuxième ramasse : boulangerie

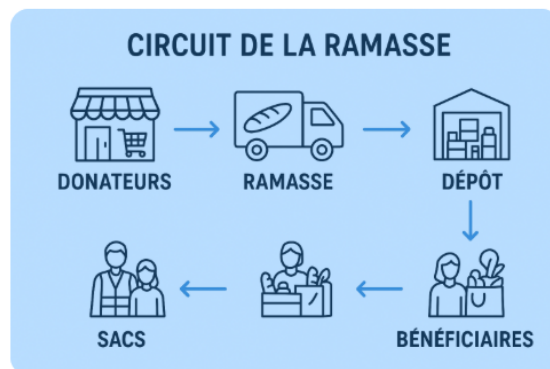
- La boulangerie locale donne ses invendus de la veille.
- On récupère des baguettes, des croissants, parfois des sandwiches.
- Ici, pas de fiche officielle, mais on note sur le carnet de ramasse ce qui est pris.

– Troisième ramasse : grossiste en fruits et légumes

- On récupère des cagettes entières de légumes et fruits. Ici aussi on veille à la qualité de ce que l'on récolte afin que les bénéficiaires reçoivent des produits de qualité.
- Le grossiste préfère donner que jeter.
- On trie sommairement sur place pour éviter de ramener des produits vraiment impropres.

11h00 – Retour au dépôt

- Déchargement immédiat.
- Tri plus précis :
 - Produits en bon état pour distribution directe
 - Produits à consommer le jour même
 - Ce qui est vraiment abîmé part au compost ou à la poubelle.



– Mise en stockage dans nos installations frigorifiques

- Les produits secs vont en réserve.
- Les produits frais vont en chambre froide ou au congélateur.
- Certains articles sont mis directement dans les paniers pour la distribution prévue dans la journée.

12h00 – Fin de la tournée de ramasse

- Le bénévole nettoie les bacs et les glacières.
- Il remplit le rapport de ramasse (poids total, provenance, type de produits).
- Les équipes de distribution prennent le relais.

Dans beaucoup de banques alimentaires, **la ramasse se fait tous les matins**, car la fraîcheur et la rapidité de traitement sont essentielles. Certaines structures font même des tournées l'après-midi pour les dons de dernière minute.

Voici à quoi ressemble la montagne de gaspillage alimentaire annuel en Belgique



UN VRAI TERRIL

Paru dans le journal Le Soir du 9 septembre dernier :

« Chaque année, l'Union européenne génère près de 60 millions de tonnes de déchets alimentaires – soit **132 kg par personne par an** - et 12,6 millions de tonnes de déchets textiles dont 5,2 millions de tonnes de vêtements et chaussures, soit, pour les derniers cités, **12 kg de déchets par personne par an**.

Un énorme gaspillage de ressources et une source importante de pollution et d'émissions CO₂ que l'Europe veut voir décroître. »

Pour la Belgique, plus ou moins 11 millions d'habitants, ceci représente quelque 1.452.000 tonnes de déchets alimentaires et plus de 132.000 tonnes d'autres détritiques dus à la production et à la consommation effrénée. Stupéfiant en termes de gaspillage !

« Ce mardi 9 septembre, le Parlement européen devrait adopter définitivement, nous disait le journal Le Soir, une directive sur les déchets qui concrétise cette volonté. De quoi s'agit-il exactement ?

Partant du constat que les législations précédentes n'ont pas permis de diminuer suffisamment le niveau du gaspillage alimentaire, l'Europe impose aux États membres de nouveaux objectifs contraignants de réduction à atteindre d'ici au 31 décembre 2030. Ces objectifs concernent les ménages - qui représentent à eux seuls 54 % du gaspillage alimentaire - mais aussi toute la chaîne alimentaire (à l'exception des fermes et de la production primaire). Les États devront réduire le gaspillage alimentaire de 10% dans la transformation et la fabrication et de 30% dans le commerce de détail, la restauration et les ménages. Ces objectifs seront calculés par rapport à la quantité générée en moyenne entre 2021 et 2023. A noter que le don des invendus alimentaires propres à la consommation sera facilité. La Belgique aura fort à faire. Selon les chiffres d'Eurostat datant de 2022, elle dépassait largement la moyenne européenne avec 150 kg de déchets alimentaires par tête d'habitant. »

Responsabiliser les producteurs

Pour le textile, il ne s'agit pas d'objectifs, mais de la mise en place d'un régime obligatoire et harmonisé de responsabilité élargie des producteurs (REP). Ce mécanisme - déjà

d'application en Belgique pour d'autres types de déchets (emballages ménagers, piles, matelas, pneus, appareils électroniques...) - a pour but d'obliger les firmes qui mettent du textile sur le marché à prendre en charge les coûts de collecte, de tri et de recyclage de leurs produits. En vue d'encourager la commercialisation de textiles plus résistants et circulaires, le montant qu'ils devront payer sera modulé en fonction de la recyclabilité et la durabilité du produit. Moins il sera durable, plus la contribution sera élevée.

Le texte de la directive vise en particulier les pratiques des acteurs de l' « ultra fast fashion » (Temu, Shein...) qui inondent le marché de vêtements pas chers mais d'une qualité très médiocre, favorisant la surconsommation. Les États membres pourront pénaliser financièrement ces textiles à rotation rapide. Ce surcoût pourrait inciter les entreprises à produire de façon plus responsable ou - si ces dernières décident de le répercuter dans leur prix de vente sans changer de pratiques - encourager les consommateurs à se tourner vers d'autres produits de meilleure qualité. « Cette réforme constitue aussi une opportunité économique », estime le député européen Yvan Verougstraete (Les Engagés). « Le développement de filières de collecte, de tri et de recyclage lié à cette législation devrait créer plus de 8.500 emplois locaux et non délocalisables. »

Un dossier qui avance

En Wallonie, les acteurs de l'économie sociale (Terre, Oxfam, Les Petits Riens) implorent depuis de nombreux mois la Région de mettre en place ce système de façon à sortir de la crise dans laquelle ils sont plongés. L'afflux massif de vêtements de mauvaise qualité (donc souvent invendables en seconde main) de l'« ultra fast fashion » les oblige à gérer des masses de plus en plus grandes de déchets et plombe leurs résultats. L'obligation européenne de collecte sélective des textiles au 1^{er} janvier 2025 n'a fait qu'aggraver la situation, en augmentant encore les volumes à traiter. En attendant que cette REP soit mise en place, le secteur vient d'obtenir de la Wallonie une aide de 151 euros par tonne triée.

Le secteur du textile se prépare déjà depuis plusieurs années à cette perspective. Une association - Retexbel - regroupant les trois fédérations patronales concernées (Comeos, Creamoda et Fedustria) a été créée en vue d'en faire le futur organisme de gestion de cette REP (à l'instar de Fost Plus pour les emballages ménagers par exemple). Des négociations sont également en cours entre les trois Régions pour définir la manière dont la directive sera transposée et les objectifs qui seront fixés au futur organisme de gestion au niveau de la collecte, du tri, du réemploi. Au cabinet du ministre wallon de l'Environnement, Yves Coppieters (Les Engagés), on insiste sur la nécessité de mettre en place une REP harmonisée au niveau européen de manière à ne pas créer des distorsions concurrentielles entre États membres. Ceux-ci ont jusqu'à 2028 pour mettre en place la REP. »

Bref, selon certains calculs générés par l'intelligence artificielle, voici quelques chiffres pour justifier la photo en début d'article :

👉 Exemple concret : Quelques éléments pour estimer le **volume en mètres cubes** d'un tel terril :

1. Ordres de grandeur

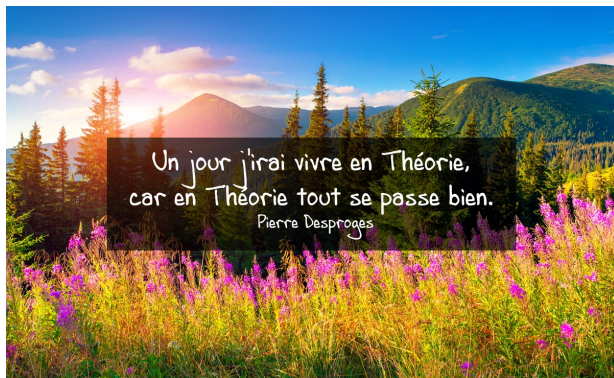
- Petit terril : quelques **centaines de milliers de m³**.
- Terril moyen : **1 à 10 millions de m³**.
- Très gros terril (ex. Nord-Pas-de-Calais) : jusqu'à **30 à 40 millions de m³**.

2. Conversion en tonnes

- La densité apparente varie :
 - Schistes stériles : ~1,6 à 2 t/m³
 - Charbon brut : ~1,2 à 1,5 t/m³

Dans ce cas de figure, 1 million de m³ de matériaux « lourds » = environ **1,5 à 2 millions de tonnes**.
Pour les déchets ménagers, la moyenne est de 0,005 M³ par kilo soit pour notre pays 7,260 millions de tonnes. Je vous laisse imaginer le terril que ça doit faire !

Et vous, vous en pensez quoi ?



L'humour au travail

—

Tout un programme

L'humour au travail, même dans un environnement sérieux comme celui de la Banque Alimentaire, joue un rôle essentiel pour le bien-être et l'efficacité des équipes. Il désigne l'utilisation intentionnelle de plaisanteries, de légèreté ou de moments drôles dans un cadre professionnel. Il ne s'agit pas seulement de faire rire, mais de créer un climat plus détendu, humain et agréable, sans nuire au professionnalisme ou au respect mutuel.

Pourquoi l'humour est-il important à la Banque Alimentaire ?

À la Banque Alimentaire, où le travail peut être **émotionnellement exigeant** (soutien aux personnes en précarité, logistique, pression liée à la solidarité), l'humour prend une **valeur particulière**. Il ne s'agit pas de banaliser les enjeux, mais d'apporter un **souffle positif** dans un environnement de travail engagé :

1. **Climat de travail souvent chargé émotionnellement** : Travailler dans une organisation qui lutte contre la précarité alimentaire peut être éprouvant. L'humour permet d'alléger les tensions et de maintenir une atmosphère humaine et chaleureuse.
2. **Diversité des profils** : Employés, bénévoles, partenaires et bénéficiaires viennent d'horizons très variés. L'humour est un langage commun qui renforce la cohésion.
3. **Travail d'équipe essentiel** : L'entraide et la bonne entente sont fondamentales dans une structure associative. L'humour renforce les liens sociaux.

Avantages de l'humour au travail :

1. **Amélioration du moral**
→ Il aide à garder une attitude positive, même face à des situations difficiles ou stressantes.
2. **Renforcement de la cohésion d'équipe**
→ Le rire partagé crée des liens, favorise la complicité et développe la confiance entre collègues.
3. **Réduction du stress et de la fatigue**
→ L'humour agit comme une soupape. Il permet de dédramatiser, relâcher la pression et éviter l'épuisement émotionnel.
4. **Stimulation de la motivation**
→ Un environnement détendu et agréable donne envie de s'investir davantage, que l'on soit salarié ou bénévole.
5. **Favorise une communication ouverte**
→ L'humour peut briser la glace, rendre les échanges plus fluides et désamorcer les conflits potentiels.
6. **Amélioration de la créativité**
→ Un esprit détendu est plus apte à penser « hors des sentiers battus », ce qui peut être utile pour trouver des solutions concrètes aux défis logistiques ou humains.
7. **Image positive de l'organisation**
→ Un environnement où l'on sent de la joie, de la solidarité et de la bonne humeur attire davantage de bénévoles et renforce la confiance des partenaires.

En résumé, **l'humour est un outil précieux** à la Banque Alimentaire. Bien dosé et respectueux, il contribue à un environnement de travail sain, humain et efficace, en accord avec les valeurs de solidarité et de dignité.

Ma vie à la Banque Alimentaire



Point de vue d'un bénévole sur le terrain

« Travailler (ou être bénévole) dans une banque alimentaire ou une association caritative, ce n'est pas seulement distribuer des denrées. C'est découvrir chaque jour des visages, des histoires, des regards remplis d'espoir ou parfois de honte. C'est un monde à part, souvent invisible pour ceux qui n'en ont pas besoin.

Je me souviens de mon premier jour : j'étais nerveux, intimidé par l'ampleur de la tâche. Très vite, j'ai compris que mon rôle allait bien au-delà des sacs de riz ou des boîtes de conserve. J'étais là pour écouter, soutenir, rassurer. Les bénéficiaires venaient au travers des Associations caritatives avec leurs fardeaux, et nous tentions, humblement, de les alléger un peu.

Certains jours étaient plus durs que d'autres. Voir une mère repartir en larmes parce qu'il manquait du lait pour son bébé, ou un vieil homme s'excusant de "prendre la nourriture des autres", ça vous marque. Mais il y avait aussi ces sourires de gratitude, ces petits "merci" qui donnaient tout leur sens à notre action.

Au fil du temps, cette expérience m'a transformé. J'ai appris l'humilité, la solidarité, mais surtout, j'ai vu combien la précarité peut toucher n'importe qui, à n'importe quel moment. Personne n'est à l'abri, et c'est pour cela qu'il est si important d'agir ensemble. »

DEVENIR BÉNÉVOLE ?

...POURQUOI PAS VOUS ?



L'impression de cette newsletter vous est offerte par Ricoh.

RICOH
imagine. change.