

LA LIBERTÉ DE CHOISIR COMME LEVIER POUR UNE AIDE ALIMENTAIRE TOURNÉE VERS LE CLIENT

Brochure d'inspiration
pour et par des points de distribution alimentaires



Pour citation

Auteurs: Annick Verstraete, Didier Reynaert et Johanna Greiss

Traduction: Pierre de Villers

Rédaction finale: Peter Van Bossuyt

Impression: VangoPrinting

Mise en page: Atelier Plan B - GrafischHuis.net

Photographie: Terry Rogiers

Copyright © 2023 Belgische Federatie van Voedselbanken

Publication: 2023

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, stockée dans un système d'archivage ou diffusée, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique, mécanique, par photocopie, enregistrement ou autre, sans l'autorisation écrite préalable du détenteur des droits.

Cette brochure a été réalisée dans le cadre de l'appel à projets "Solidarités alimentaires, un pas vers l'inclusion" de la Fondation Roi Baudouin.

Chère lectrice, cher lecteur,

Par le biais de l'aide alimentaire, la Fédération Belge des Banques Alimentaires répond à un besoin fondamental pour les personnes qui doivent vivre avec un budget limité. Des familles et des personnes seules sont chaleureusement accueillies en tant que clientes dans l'une des 676 associations affiliées. Pour beaucoup, entrer dans un point de distribution de denrées alimentaires représente un seuil difficile à franchir. L'idée d'être dépendant pour sa subsistance tout en n'étant pas capable de faire ses propres choix, crée un sentiment de honte et de stigmatisation.

Ces dernières années, la Fédération a pu constater que de plus en plus d'associations affiliées prenaient des initiatives en sens divers, afin de préserver l'estime de soi de leurs bénéficiaires par le biais d'une approche plus centrée sur le client. La liberté de choix semble constituer un levier important à cet égard.

Un tel levier peut varier fortement en fonction de l'environnement ou de l'offre. Plusieurs centres de distribution ont déjà franchi un certain nombre d'étapes en matière de liberté de choix, tandis que d'autres attendent encore avant de leur emboîter le pas.

Des chercheurs de l'Université d'Anvers et de la Haute Ecole de Gand ont visité une série de points de distribution de nourriture à la demande de la Fédération. Ils ont découvert des systèmes de liberté de choix très différents et ont discuté de leurs avantages et inconvénients avec les bénévoles. Ils ont également écouté les clients pour appréhender le sens qu'ils donnent à ces différentes formes de liberté de choix.

Les résultats ont été rassemblés dans cette brochure, dans le but de fournir des conseils pratiques et inspirants aux associations concernées. Cette brochure d'inspiration a été conçue par et pour les points de distribution alimentaire. Une brochure d'inspiration qui ne se contente pas de parler d'initiatives concrètes, mais qui en explique également les raisons. Cette brochure se veut une incitation à tenter l'expérience.

Je tiens à remercier de tout cœur les auteurs de l'Université d'Anvers et de la Haute Ecole de Gand. J'espère que cette publication jouera un rôle moteur pour accueillir de manière encore plus conviviale le nombre croissant de personnes qui font appel à notre aide. Je remercie également la Fondation Roi Baudouin, qui a rendu possible la publication de cette brochure inspirante.

Jef Mottar

Administrateur délégué de la Fédération Belge des Banques Alimentaires

Table des matières

Davantage tourné vers le client	4
De l'absence à l'embarras du choix	5
Module 1: L'infrastructure	7
Module 2: L'organisation des opérations	10
Module 3: L'événement social	15

Davantage tourné vers le client

Fin 2022, 209.405 personnes ont demandé des denrées alimentaires gratuites auprès de l'un des 676 points de distribution reconnus par la Fédération Belge des Banques Alimentaires (FBBA). Il s'agit d'un chiffre sans précédent. Les points de distribution alimentaire aident les personnes en leur fournissant gratuitement de la nourriture et parfois d'autres aides matérielles telles que des vêtements et des produits d'hygiène.



Malgré l'aide nécessaire qu'apportent les points de distribution alimentaire et en dépit de l'engagement enthousiaste des bénévoles, ce travail s'accompagne d'un certain nombre de problèmes. Par exemple, les bénéficiaires de l'aide alimentaire se sentent souvent stigmatisés et honteux lorsqu'ils font la queue pour récupérer un colis alimentaire. De plus, quand l'aide alimentaire prend la forme de colis préalablement composés, elle restreint la liberté des personnes de choisir les denrées en fonction de leurs besoins et préférences individuels, de leur régime et de leurs habitudes.

“Rentrer à la maison avec un sac de courses rempli de nourriture est moins embarrassant pour vos propres enfants que de rentrer à la maison avec une boîte en carton.”

(UN CLIENT DE LA PROVINCE D'ANVERS)

En réponse à ces problèmes, de plus en plus d'associations distribuent des vivres de manière alternative, en donnant aux clients une plus grande liberté dans le choix des denrées. Il s'agit d'une évolution remarquable. D'une part, parce que les initiatives dépendent fortement de ce qui est mis à leur disposition par le biais de dons alimentaires. D'autre part, parce que l'absence de liberté de choix semble être un aspect important de l'expérience de la pauvreté.

Le fait de ne pas pouvoir choisir ce que l'on trouve valable, par exemple en raison de la pauvreté, limite la participation sociale dans presque tous les domaines : ne pas pouvoir participer à des activités de loisirs, ne pas pouvoir partir en vacances, ne pas pouvoir acheter de cadeaux pour les anniversaires... ou ne pas pouvoir se procurer sa propre nourriture. Indépendamment du choix spécifique que pose une personne, la liberté de choisir peut également être considérée comme intrinsèquement précieuse parce qu'elle présuppose que l'on peut disposer de sa propre vie. Les personnes en situation de pauvreté sont souvent confrontées au fait qu'elles ne peuvent pas décider elles-mêmes de ce qu'elles veulent faire de leur vie. Cette situation est perçue comme humiliante et stigmatisante. Cette brochure s'adresse principalement aux associations qui souhaitent offrir plus de choix à leurs clients, mais qui ne savent pas comment s'y prendre ou comment améliorer leur approche actuelle. La brochure a donc pour but d'inspirer et de motiver. La manière d'offrir une liberté de choix dépend de nombreux facteurs. De plus, les points de distribution alimentaire diffèrent par leur taille, leur emplacement, le profil de leurs clients, la disponibilité des bénévoles..., ce qui signifie également que la liberté de choix est toujours interprétée différemment.

La liberté de choix est un moyen de se tourner davantage vers le client, mais elle ne mène pas automatiquement à l'orientation client.

De l'absence à l'embarras du choix

L'aide alimentaire répond à un besoin fondamental des personnes vivant avec un budget limité. La méthode de distribution des denrées alimentaires évolue. Dans un nombre croissant de points de distribution, les traditionnels colis tout préparés font place à une distribution qui offre plus de choix et qui répond mieux aux besoins des clients.

Les points de distribution alimentaire peuvent être classés en organisations qui ne laissent aucune liberté de choisir, en organisations qui opèrent avec une liberté de choisir limitée et en organisations qui offrent une grande liberté de choisir. A travers cette classification, nous ne cherchons pas à porter un jugement de valeur sur la manière dont l'aide alimentaire est organisée. Rien ne dit que les points de distribution offrant une grande liberté de choix soient nécessairement plus qualitatifs ou plus respectueux. En outre, il existe de nombreuses raisons pour lesquelles une organisation peut ou non choisir de garantir une plus grande liberté de choix, comme la nourriture disponible, qui peut varier d'un moment à l'autre, ou l'espace dont on dispose.

Les organisations qui ne laissent pas de liberté de choix

Ces organisations travaillent avec des colis préparés à l'avance. Certaines organisations choisissent cette solution en raison de la spécificité du groupe cible. Par exemple, un centre d'accueil pour les sans-abri distribue des colis contenant des produits qui n'ont plus besoin d'être cuisinés.

Parfois, les points de distribution alimentaire choisissent de ne pas offrir de liberté de choix pour des raisons organisationnelles, mais s'engagent très explicitement à adopter une approche orientée vers le client, en mettant l'accent sur la rencontre ou la socialisation

Les organisations qui offrent une liberté de choix limitée

Ces organisations travaillent avec des colis mais prennent en compte le profil des clients.

Un choix limité peut prendre de nombreuses formes:

- les clients choisissent entre différentes compositions de colis lors de leur inscription : normal, végétarien ou viande;
- les clients reçoivent les colis en fonction du nombre de membres de la famille et de préférences communiquées à l'avance;
- les clients s'inscrivent puis se présentent à une personne en charge du choix. Cette dernière enregistre leurs préférences. Un colis est composé sur cette base dans l'entrepôt;
- les clients reçoivent un colis préassemblé, mais décident de ce qu'ils emportent.



Les organisations qui fonctionnent avec une grande liberté de choix

Ces organisations optent pour le modèle du magasin. Selon plusieurs bénévoles et clients, le modèle de magasin est perçu comme un modèle de distribution alternatif, où les gens se sentent davantage clients. Ils peuvent choisir eux-mêmes et l'offre est variée. Un tel modèle peut être (partiellement) payant ou non. Certains modèles de magasin combinent des produits payants et des produits gratuits.

Quelques exemples de systèmes (partiellement) payants:

- les clients paient 3 euros par passage au magasin;
- les clients paient une petite contribution: 1 euro pour du pain ou des fruits et des légumes, 0,5 euro pour l'un ou l'autre;
- en plus des produits gratuits, les clients peuvent acheter un certain nombre de produits à bas prix pour un budget mensuel prédéterminé.

Quelques exemples de systèmes gratuits:

- un système de jetons pour les produits gratuits;
- un système de points attribués en fonction de certains critères. Une carte indique le nombre de points qu'une personne peut dépenser dans le magasin pour sa famille;
- un système de cartes de couleur, selon la composition du ménage.

Le modèle du magasin peut reposer sur différents dispositifs:

- un magasin où l'on sert les clients;
- un accueil avec café et distribution de nourriture comme dans un magasin.

Les bénévoles accompagnent les clients pendant qu'ils font leurs courses ;

- un magasin avec caddies.

Prendre l'initiative d'offrir une certaine liberté de choix ne dit encore rien sur la manière dont le personnel est attentif aux besoins sociaux des clients.

Cette brochure s'adresse principalement aux initiatives qui offrent de la nourriture (partiellement) gratuite. Nous proposons trois modules pour amorcer une liberté de choix dans l'aide alimentaire, tout en soulignant l'importance de la coopération avec d'autres acteurs sociaux ou avec les autorités locales.



Les raisons d'offrir une certaine liberté de choix peuvent varier:

- pouvoir choisir est moins embarrassant pour les clients;
- la liberté de choix les respecte davantage, car les besoins inhérents à la religion et à la culture sont pris en compte;
- laisser le choix réduit le gaspillage alimentaire chez les clients et l'offre est répartie plus équitablement.

Les organisations qui optent spécifiquement pour un modèle de magasin, disposent de moteurs supplémentaires:

- ce modèle répond à des besoins individuels;
- il est le plus proche de ce que les gens vivent dans la "normalité";
- il favorise une simplification administrative et souvent organisationnelle;
- il permet d'exposer une plus grande variété de produits.

Module 1 : L'infrastructure

Si vous souhaitez développer une activité de distribution de denrées alimentaires où l'accent est mis sur la liberté de choix, l'infrastructure est un élément essentiel. C'est pourquoi nous en abordons certains aspects clés dans ce premier module.

Garantir la liberté de choisir demande un espace suffisant

Bien que le modèle de magasin ne soit qu'une forme de garantie de choix, il constitue probablement l'option la plus évidente pour un point de distribution de denrées alimentaires. Mais la mise en place d'un modèle de magasin nécessite une infrastructure suffisamment spacieuse. Cet espace est nécessaire pour présenter les produits alimentaires disponibles de manière attrayante. Il faut également de l'espace pour pouvoir circuler avec un caddie ou un panier et choisir les produits.

Les points de distribution de nourriture ne sont souvent ouverts qu'à certaines heures. Pendant ces courtes périodes, ils doivent pouvoir accueillir un grand nombre de personnes. Pour éviter les longues files d'attente,



Si vous souhaitez faire évoluer votre point de distribution alimentaire vers un modèle de magasin, vérifiez d'abord si vous disposez d'une infrastructure suffisante.

Si ce n'est pas le cas, vous pouvez chercher une alternative plus spacieuse. Pour ce faire, les autorités locales peuvent souvent vous donner un coup de main.

une telle initiative alimentaire nécessite de disposer de suffisamment d'espace pour que les gens puissent circuler dans le magasin au même moment. Dans de plus en plus de points de distribution, les clients sont répartis sur différents créneaux horaires ou doivent choisir leur créneau horaire à l'avance. On évite ainsi les longues files d'attente.

En plus de l'espace de distribution, il importe de disposer d'un espace de stockage suffisamment grand et équipé de rayonnages, ainsi que de réfrigérateurs et/ou de congélateurs.

Prévoyez une offre de nourriture suffisamment large

Pour offrir une plus grande liberté de choix, il convient d'abord de diversifier l'offre alimentaire. Faire appel aux vivres proposés par les diverses sources d'approvisionnement traditionnelles (FEAD, Banque Alimentaire, etc.) reste une condition nécessaire à la distribution de denrées alimentaires. Mais ces sources sont trop limitées pour élargir le choix de manière structurelle.

Pour diversifier davantage l'offre de denrées alimentaires, il est important de disposer d'un réseau local. Outre les produits fournis par le FEAD et la Banque Alimentaire, une organisation de la province de Flandre orientale reçoit de la nourriture par l'intermédiaire de Food-savers. Elle va également chercher elle-même des vivres deux fois par semaine chez Albert Heijn (principalement du pain, des biscuits...), chez Delhaize et dans une boulangerie locale. Le mercredi, elle se procure du pain, des légumes et des fruits sur un marché local de produits frais. Certains points de distribution alimentaire achètent également eux-mêmes des articles alimentaires ou non-alimentaires. Ces produits sont fournis gratuitement ou proposés à la vente à bas prix.

Les points de distribution alimentaire doivent également faire preuve de créativité pour faire connaître la variété des produits proposés au groupe cible et éviter le gaspillage alimentaire.

La diversité de l'offre alimentaire est importante pour garantir la liberté de choix. Travailler avec un réseau local de sources d'approvisionnement constitue donc une condition préalable très importante. Sensibiliser les visiteurs à goûter des produits inconnus peut également contribuer à une consommation alimentaire plus variée et plus saine.

Présentez les produits d'une manière attrayante

Lorsque l'on dispose de suffisamment d'espace, il s'agit également d'habiller cet espace de la manière la plus attrayante possible. Les utilisateurs aiment avoir le sentiment d'acheter en magasin lorsqu'ils se rendent dans un point de distribution alimentaire. Cela nécessite souvent des équipements supplémentaires tels que des réfrigérateurs ou des congélateurs dans lesquels les visiteurs peuvent retirer eux-mêmes les produits. Ou encore des rayonnages sur lesquels les produits peuvent être exposés.

Si attrayants que soient certains produits proposés, ils ne seront généralement pas choisis s'ils sont inconnus. Dans ce cas, vous pou-

vez convaincre le client en lui proposant, par exemple, une recette pour cuisiner le produit. Certains points de distribution proposent même des dégustations ou des ateliers de cuisine pour persuader les utilisateurs d'emporter et de préparer chez eux des produits sains qu'ils ne connaissent pas.



Au centre Vincent de Paul de Blankenberge, le client s'inscrit puis peut déambuler dans le magasin avec son caddie. Il peut choisir parmi l'offre du FEAD, parmi les vivres fournis par la Banque Alimentaire, et enfin parmi les produits collectés par l'association elle-même. Puis, il passe commande de produits frais et surgelés au comptoir réfrigéré et dépose quelques légumes et du pain dans son caddie. Une fois à l'extérieur du magasin, une table est disponible pour transférer le tout dans son/ses propre(s) sac(s). Une véritable expérience d'achat en magasin.

“Lorsque nous recevons des produits dont nous savons qu'ils ne sont pas connus de tous, nous en faisons une soupe et les proposons aux utilisateurs par le biais de dégustations, afin de les encourager et de les sensibiliser. Certains sont ouverts à cette démarche, d'autres pas du tout”.

(UNE BÉNÉVOLE DE 'T KOMISJKEN À GRAMONT).

Travailler sur le module "Infrastructure" en tenant compte des préoccupations mentionnées ci-dessus semble évident, mais c'est rarement le cas. La mise en place d'un site de qualité s'accompagne souvent d'un certain nombre de seuils. Le seuil le plus important réside sans aucun doute dans l'absence d'infrastructure solide et spacieuse. De nombreuses initiatives alimentaires dépendent de ce qui est disponible au sein de la commune

pour leur infrastructure. D'autres organisent la distribution de denrées alimentaires dans une église désacralisée, ou d'autres encore disposent de suffisamment d'espace pour un magasin mais pas pour le stockage, ce qui les oblige à refuser régulièrement des denrées alimentaires. Les conditions idéales ne sont donc pas toujours réunies. Dans de telles situations, les "Bons conseils" ci-dessous peuvent s'avérer utiles.



Bons conseils

1. Si votre point de distribution alimentaire n'offre pas suffisamment d'opportunités pour mettre en place un modèle de magasin, étudiez les possibilités de collaboration avec d'autres initiatives alimentaires dans votre commune, voire dans les communes voisines. Souvent, la mise en place conjointe d'une plateforme de distribution et d'un espace de stockage apporte déjà une solution.

2. Si vous ne disposez pas de l'espace nécessaire pour stocker vous-même vos aliments, des fournisseurs peuvent vous aider. Par exemple, le centre Springplank (Tremplin) de Saint-Nicolas travaille avec un boulanger local qui congèle ses surplus à son intention. Un congélateur a été installé chez lui. Le boulanger y recueille les restes de pain et, à des moments opportuns, le centre vient vider le congélateur et en distribue le contenu dans le cadre de sa propre opération. Springplank n'a donc pas besoin d'espace supplémentaire pour entreposer des congélateurs et peut utiliser l'espace disponible à d'autres fins.

Module 2: L'organisation des opérations

Pour mettre en œuvre une plus grande liberté de choix, il faut prêter attention aux ressources et aux processus nécessaires pour l'organiser. On peut penser à l'assistance informatique, au personnel, au système de distribution ou à la base de données Clients. Nous examinons ci-dessous quelques aspects importants liés à l'organisation des opérations.

L'aide de plusieurs bénévoles est nécessaire

Les points de distribution alimentaire fonctionnent avec de nombreux bénévoles. Un modèle avec liberté de choix offre une plus grande diversité de tâches et nécessite donc également un groupe de bénévoles capables de les assumer.

Les denrées alimentaires doivent être collectées aux bonnes heures. Pour ce faire, il faut que les collaborateurs aient un permis de conduire et qu'une voiture soit disponible. Le centre Vincent de Paul de Malines Nord peut faire appel à une bonne infrastructure avec des camionnettes et des chauffeurs. Il a développé un réseau pour venir en aide à d'autres associations moins bien équipées pour le transport des produits. La coopération peut donc s'avérer utile dans ce domaine.

Il faut également des collaborateurs pour exploiter le magasin ou le point de distribution alimentaire. Par exemple, selon le modèle de paiement ou de distribution, un prix ou un marquage devra être apposé sur tous les produits. Il convient de présenter les produits de manière attrayante et de réapprovisionner régulièrement les rayons avec de nouveaux produits...

Un certain nombre d'organisations travaillent avec un système informatique pour la caisse ou la tenue des registres. Un tel système nécessite des bénévoles qui ont des compétences numériques.



“Nous avons relativement beaucoup de bénévoles qui viennent nous aider régulièrement, mais leur nombre est insuffisant pour que nous puissions proposer des courses en magasin pour chaque famille plus souvent que toutes les 4 semaines”.

(UN BÉNÉVOLE DU CENTRE VINCENT DE PAUL DE MALINES NORD)



Travailler avec des bénévoles signifie:

- Bien réfléchir au nombre et au profil des volontaires. C'est un élément décisif pour le bon fonctionnement du point de distribution.
- Se mettre bien d'accord avec les bénévoles. Ces derniers doivent avoir une bonne vision de leur rôle, mais il est également important d'écouter leurs suggestions pour garantir le bon déroulement des opérations.
- Chaque talent compte. Il est nécessaire de comprendre ce que les bénévoles peuvent faire afin de tirer le meilleur parti de leurs capacités.
- Donner aux bénévoles la possibilité de se perfectionner et leur offrir une formation, afin qu'ils restent impliqués et qu'ils puissent contribuer au bon déroulement des opérations.
- Répartir les bénévoles par équipes. Les clients se sentent parfois opprimés par la présence d'un trop grand nombre de bénévoles lorsqu'ils font leurs courses. Travailler avec une équipe qui installe le magasin le matin et avec une autre qui s'occupe des clients l'après-midi peut s'avérer utile pour répartir les tâches.

Plus on a de bénévoles, plus on est efficace et plus on trouve agréable d'instaurer une plus grande liberté de choix dans son point de distribution alimentaire.

Une bonne répartition des tâches est importante. Et la présence de nombreuses petites mains rend le travail plus léger.

Élaborez un système de distribution équitable et solidaire

Offrir une liberté de choix va de pair avec la recherche d'un moyen de distribuer les produits aux clients d'une manière équitable et solidaire. Cela nécessite un système de règles claires pour distribuer équitablement les produits rares.

Travailler avec une liberté de choix limitée

Au centre Open Plaats de Gand, des conseillers aident à choisir pour parvenir à une composition équilibrée des colis. Les visiteurs s'inscrivent à la réception et prennent un numéro dans l'espace de rencontre. Quand arrive leur tour, ils suivent le responsable jusqu'au magasin. Là, ils indiquent les produits FEAD (selon une clé de répartition) et les produits surgelés et réfrigérés qu'ils veulent prendre. Ils se rendent ensuite au magasin de fruits et légumes, où ils peuvent indiquer ce qu'ils souhaitent. Par ailleurs, le ou la responsable sait ce qu'il ou elle peut donner à chaque personne.

On peut également dresser une fiche par client. Les renseignements sur les clients proviennent souvent du référent (CPAS) et comprennent, outre la composition de la famille, des informations sur les conditions de vie,

telles que l'état de santé (diabète, ...), la jouissance ou non d'un congélateur, les habitudes alimentaires (végétarien, poisson, viande (de porc), ...) ou la présence ou non d'animaux de compagnie. Ces informations servent de base à la composition d'un colis.

A l'asbl De Buurt à Mortsel, les préférences des clients sont prises en compte en nombre limité. Pour parvenir à une distribution équitable, en fonction de l'importance de l'offre et de la taille de la famille, deux colis par client sont préparés à l'avance (pain et produits secs/légumes). Le troisième colis de produits frais et surgelés est préparé en présence du client. Les clients sont invités à retirer de ce colis les produits alimentaires qu'ils n'aiment pas ou qu'ils n'utiliseront pas et à les laisser sur place.



Le modèle du magasin

Ce modèle a souvent recours à des jetons ou à des cartes de couleurs. Plusieurs solutions existent pour classer ces cartes et jetons:

- Une classification basée sur l'origine des produits : produits FEAD, produits fournis par la Banque Alimentaire, excédents alimentaires collectés.
- Une classification basée sur le type de

produits, comme les aliments secs, le pain, les légumes, la viande, les produits d'hygiène.

- On peut toujours choisir d'ajouter des produits qui ne nécessitent pas de jeton. Il peut s'agir de produits qui ont été livrés en grandes quantités ou que vous souhaitez faire goûter à vos clients.

Pour tendre vers une distribution encore plus équitable, vous pouvez inscrire sur les jetons un nombre correspondant au nombre de membres de la famille et donc à la quantité que les clients sont autorisés à prendre par catégorie de produits.

Pour que les clients sachent clairement ce qu'ils peuvent emporter, vous pouvez faire figurer les couleurs des jetons sur les rayonnages lorsque vous aménagez le magasin.

Il existe également des points de distribution alimentaire qui choisissent de travailler avec un système de points. Un badge indique le nombre de points que chaque client peut utiliser dans le magasin en fonction de la composition de sa famille. Chaque produit correspond à un nombre de points. Souvent, aucun point n'est associé à certains produits de base ou à des produits présents en grande quantité. Au centre De Spingplank à Saint-Nicolas, qui fonctionne avec un tel système de points, un préposé accompagne le client et comptabilise les points.

Chez Kaba à Bruges, la distribution de nourriture se fait sur la chaussée. L'association dispose d'un food truck bien équipé qui se rend à Zeebrugge deux demi-journées par semaine et se retrouve à d'autres endroits de la ville deux autres matins. En moyenne, une trentaine de clients se présentent chaque fois au camion.

Gratuité ou demande de contribution?

Le fonctionnement des Banques Alimentaires repose sur la distribution gratuite de denrées. Les produits alimentaires et non-alimentaires sont mis gratuitement à la disposition des clients. Ceci est également clairement indiqué dans la convention conclue entre les Banques Alimentaires et leurs associations affiliées. En outre, les Banques Alimentaires elles-mêmes sont également liées par un certain nombre d'obligations à cet égard. Par exemple, l'Europe stipule clairement que les produits du FEAD et les fruits et légumes

“Nous pensons qu’une alimentation saine est très importante. C’est pourquoi nous proposons un large éventail de fruits et de légumes. Mais s’ils continuent à choisir des aliments mauvais pour la santé, qui sommes-nous pour leur dicter ce qu’ils doivent manger?”

(UN COLLABORATEUR DU KABA À BRUGES)

provenant des criées doivent être distribués gratuitement.

Un certain nombre d’organisations choisissent de demander une petite contribution de fonctionnement. D’une part, parce que les personnes en situation de pauvreté trouvent plus digne de pouvoir payer quelque chose pour les produits de leur choix. D’autre part, cette petite contribution peut aider à financer le fonctionnement et à garantir une liberté de choix plus grande qui réponde aux besoins du groupe cible.

Au centre De Oever de Harelbeke, chaque client paie 2 euros par distribution de nourriture. Les clients sont divisés en groupes. Les membres du groupe de célibataires et de petites familles jusqu’à 3 personnes peuvent venir à la distribution alimentaire une fois par mois. Un deuxième groupe est constitué des familles plus nombreuses, à partir de 3 personnes, qui viennent à la distribution alimentaire deux fois par mois. Dans d’autres organisations, un tarif forfaitaire est utilisé. À Ypres, 3 euros sont facturés par caddie, quel qu’en soit le contenu.

Chez Kaba à Bruges, on a choisi d’attribuer un vrai budget aux clients. Les gens reçoivent gratuitement une partie du budget et paient pour l’autre partie. Pour une personne seule au début de l’année 2023, cela représentait 90 euros par mois pour le budget gratuit et 40 euros pour le budget payant. Le budget payant permet d’acheter principalement des produits non alimentaires à bas prix. Les



clients voient toujours le prix réel de tous les produits. Celui-ci est indiqué sous le prix demandé. Il est important que le budget soit dépensé chaque mois. Il ne peut pas être économisé pour le mois suivant. Pour le reste, les gens décident eux-mêmes comment dépenser leur budget. Ils choisissent également le nombre de visites par mois.

Veillez à proposer des aliments frais et sains

La liberté de choix offre la possibilité de faire découvrir aux clients des produits moins connus ou de mettre en avant des produits sains. Cependant, une crainte subsiste de voir les clients choisir majoritairement des produits mauvais pour la santé. Pour faire découvrir certains produits, les bénévoles peuvent proposer des recettes. Ils peuvent également engager la conversation avec les visiteurs. Supposons que quelqu’un ait déjà pris des biscuits et des sucreries et qu’il lui reste des points à dépenser, le bénévole peut l’inciter à choisir d’autres produits que du chocolat, mais sans lui forcer la main.

Déterminer dans quelle mesure il est possible de guider le client vers une alimentation plus saine, reste un difficile exercice d’équilibre. D’une part, de nombreux efforts sont déployés pour proposer davantage de produits sains dans l’assortiment; d’autre part, le respect du choix des clients reste une nécessité.

Le contexte dans lequel les gens vivent ne leur permet pas toujours de choisir les produits les plus sains. Une gazinière se prête un peu mieux à la préparation de repas frais qu’un simple four à micro-ondes.

Investir dans des aliments plus sains peut se faire en s’associant avec divers commerçants locaux ou en allant chercher gratuitement des légumes à la criée. Mais comme les centres de distribution ne peuvent pas se procurer des légumes avec une longue durée de conservation, ils achètent souvent eux-mêmes des aliments tels que pommes de terre, oignons, carottes et œufs directement auprès d’un agriculteur des environs.

Au centre Vincent de Paul de Malines Nord,



les bénévoles essaient de donner des conseils sur la préparation des légumes. En outre, ils utilisent des dépliants et des affiches fournis par la Mutualité sur des thèmes comme “Mangez plus de fruits et de légumes”, “Faites plus d’exercice” et “Buvez plus d’eau”.

Si l’on veut adopter une approche tournée vers le client, il est important que ce dernier sache qu’il aura un choix suffisant à tout moment.

Prévoyez un étalement suffisant des heures de visite en magasin

Lorsque l’on travaille avec un modèle de magasin, il est important de concevoir un système dans lequel l’heure de la visite ne détermine pas l’offre en magasin.

C’est pourquoi certains magasins choisissent de ne pas proposer tous les produits à disposition en même temps. Pour éviter que tous les clients ne viennent en même temps pour avoir les meilleurs produits, les rayons sont systématiquement réapprovisionnés tout au long de la journée. Travailler sur le module “Organisation des opérations” nécessite un examen approfondi des besoins du groupe cible et de la capacité de l’organisation. Instaurer la liberté de choix n’est pas une tâche facile. Les organisations se heurtent parfois au fait qu’en offrant la liberté de choisir, elles se retrouvent avec des excédents alimentaires, et que le gaspillage alimentaire passe ainsi du client individuel à l’organisation. Pour éviter le gaspillage alimentaire, certains centres de distribution travaillent ensemble. Ce qui reste va à une association dans une

paroisse ou une commune voisine, qui organise une distribution le lendemain. Cette dernière livre son surplus à une troisième association qui referme le cercle. Un tel système de transmission a notamment été mis en place par le centre De Buurt à Mortsel.

D’autres associations livrent leurs surplus à un restaurant social ou les congèlent elles-mêmes et les fournissent aux clients lors de la distribution alimentaire suivante. Une meilleure planification des achats ou une réception plus sélective des marchandises peut également permettre d’éviter les pertes de nourriture en fin de journée.

Offrir une liberté de choix répond certainement à la demande des clients, mais s’avère chronophage. Un concept de magasin prend beaucoup de temps pour que tout soit conforme aux règles de sécurité alimentaire. Par exemple, la date de congélation doit être indiquée sur tous les surgelés et les produits laitiers doivent être contrôlés quotidiennement. Cela demande beaucoup d’efforts de la part des bénévoles. Il faut également collecter la nourriture partout, la mettre en rayon, l’étiqueter ou indiquer les prix sur les rayonnages...

Bons conseils

1. Soyez créatifs. Les points de distribution alimentaire font souvent preuve d’une grande créativité pour diversifier l’offre de nourriture. Prenez contact avec les commerçants locaux et d’autres initiatives locales. Créez votre propre réseau.

2. Il peut être intéressant de proposer des heures d’ouverture en dehors des heures de bureau, afin de permettre aux personnes qui travaillent de venir faire leurs courses.

3. Entretenez de bons rapports avec les bénévoles. Plus vous disposez de bénévoles, plus il est facile d’en recruter pour des tâches bien définies.

Module 3: L'événement social

La liberté de choix est un aspect important du soutien à l'inclusion sociale des clients des points de distribution alimentaire. Ainsi, la liberté de choix peut renforcer l'autonomie et l'estime de soi des clients, améliorer leurs compétences sociales et, plus généralement, leur permettre de mieux contrôler leur propre vie. Dans ce troisième module, nous établissons un lien entre la liberté de choix et "l'événement social". Cela concerne notamment la manière dont la liberté de choix est facilitée par les bénévoles, la possibilité de se rencontrer, l'élargissement du réseau social des clients et l'incitation à l'estime de soi, à l'indépendance et au contrôle de sa propre vie.



Veillez à ce que le contact individuel soit respectueux. Si nécessaire, accompagnez ce contact individuel de conseils sur le choix des produits.

L'importance d'un contact individuel respectueux

Dans toute forme d'assistance alimentaire, le contact individuel avec les clients revêt une importance cruciale et repose sur le respect mutuel. C'est particulièrement vrai dans les points de distribution de denrées alimentaires où la liberté de choix est de mise. L'accompagnement individuel vers ou dans le centre de distribution alimentaire, par exemple, ne se limite pas à aider les clients à se retrouver dans l'assortiment. En effet, en conversant avec les bénévoles et en formulant leurs propres besoins, les clients peuvent également renforcer leur estime d'eux-mêmes et leurs compétences sociales. En outre, un système de choix permet aux bénévoles d'avoir une relation différente avec les clients.

Au centre Springplank (Tremplin) de Saint-Nicolas, chaque client se voit désigner un bénévole lorsqu'il choisit ses produits. Ce contact est très précieux pour les utilisateurs, mais aussi pour les bénévoles. En général, il peut aussi aider les clients à mieux exprimer leurs propres besoins et à se responsabiliser. Cette expérience peut également s'avérer impor-

tante au-delà de la distribution de denrées alimentaires.

L'accompagnement individuel des clients dans les points de distribution de denrées alimentaires nécessite beaucoup de travail. Pour y parvenir, un point de distribution alimentaire a besoin d'un nombre suffisant de bénévoles.

Travaillez dans le respect des cultures

Pour les bénévoles comme pour les clients, se nourrir n'est pas seulement un besoin humain fondamental. Cela remplit également une fonction culturelle et sociale. Les personnes issues de milieux culturels différents mangent des aliments différents.



Les préférences alimentaires conduisent à des modèles de choix alimentaires. Les denrées nécessaires à la préparation des repas sont donc d'une importance variable pour les personnes ayant des habitudes alimentaires culturelles différentes. Si les gens d'ici aiment avoir du lait à la maison, il n'en va pas de même pour d'autres cultures. Il faut prévoir une offre pour eux aussi.

Un groupe d'utilisateurs de plus en plus diversifié exige également une plus grande diversité dans les denrées alimentaires.

En outre, la nourriture est un moyen d'exprimer le lien et l'amitié, de renforcer l'interaction sociale, de témoigner de la sympathie...

A l'asbl Welzijnsschakel de Boom, les bénévoles essaient de répondre aux préférences individuelles et culturelles, par exemple en proposant des aliments halal. Lors des fêtes, seule de la viande halal est proposée. L'objec-

tif est de prendre en compte la vie culturelle et sociale des clients, dans laquelle la nourriture joue un rôle important. Répondre aux besoins des clients nécessite certainement de prendre des mesures supplémentaires. Les besoins des clients doivent être discutés à l'avance, documentés et facilement identifiables par les bénévoles lors de l'élaboration de l'offre. Cela demande davantage de temps et d'organisation.

A Harelbeke, De Oever propose du poisson en conserve comme alternative parce que la nourriture halal fournie par la Banque Alimentaire n'est pas souvent choisie par les clients. Même s'il est clairement indiqué qu'il s'agit d'aliments halal, les clients n'ont pas toujours confiance.

Lorsque vous réfléchissez à l'aménagement de votre infrastructure de distribution alimentaire, pensez à aménager un espace d'accueil. Cet endroit peut être riche de sens pour de nombreux visiteurs.

Un espace d'accueil offre davantage d'opportunités

Devoir faire la file pour recevoir son colis est souvent vécu par les utilisateurs comme une humiliation. Les visiteurs préfèrent ne pas montrer aux autres qu'ils ont recours à l'aide alimentaire. L'aménagement d'un espace d'accueil offre davantage d'opportunités. En tant que bénéficiaire, vous ne devez plus attendre votre tour dans la rue.

En même temps, toutes sortes de choses peuvent être proposées dans l'espace d'accueil pendant que les visiteurs attendent leur tour. Il peut s'agir d'un point de rencontre spontané avec d'autres visiteurs, éventuellement autour d'un café. Un travailleur social peut également être présent pour soutenir les personnes dans un lieu relativement familier. En bref : faites de cet espace un lieu où les gens aiment venir et se sentent en sécurité.

Chez Open Thuis à Gand, les visiteurs sont accueillis dans l'espace de rencontre où ils reçoivent leur numéro de suivi. Après avoir visité le magasin, ils y reçoivent une tasse de café. Dans l'espace de rencontre, on a du temps pour une conversation et plusieurs externes sont présents à différents moments (équipe emploi, CPAS, avocat pro deo...).

L'occasion d'échanges sociaux

Les points de distribution alimentaire permettent souvent à leurs clients de sortir de leur isolement social. Les personnes et les familles en situation de pauvreté peuvent entrer en contact avec d'autres compagnons d'infortune et avec des bénévoles (avec ou sans expérience de la pauvreté). Les points de distribution alimentaire peuvent offrir à leurs clients la possibilité de bénéficier d'un conseil individuel, d'une interaction sociale et de la construction d'un réseau social. Par exemple, certaines associations offrent à leurs clients un accueil avec un café et une discussion, une oreille attentive... avant qu'ils ne reçoivent de la nourriture.

Certaines organisations ne considèrent l'aide alimentaire que comme une partie d'une offre de soutien social plus large. Outre l'aide alimentaire, elles proposent également d'autres formes d'assistance : utilisation d'un lave-linge, d'une douche, d'un ordinateur, fourniture de produits d'hygiène et de couches, coupe de cheveux par un coiffeur bénévole...

Au fil des ans, l'asbl Welzijnsschakel de Boom a développé, en plus de l'accompagnement et du soutien social, un large éventail d'offres, telles que des vêtements d'occasion, un club de lecture, des activités manuelles avec les enfants, l'organisation de fêtes ou la distribution de cadeaux (Saint-Nicolas, Noël), des visites subventionnées au cirque et des réductions sur l'inscription des enfants à des stages de sport. De cette manière, elle encourage la vie en société et l'intégration sociale des clients et de leurs familles.

À Anvers, Moeders Voor Moeders offre non seulement une écoute dans les situations difficiles et un lieu de rencontre avec cafétéria, mais aussi, par exemple, une garde d'enfants



avec la possibilité de donner le bain et de s'occuper des bébés. En outre, des vêtements sont fournis aux mères. Pour cet organisme, il est important que l'aide alimentaire soit intégrée à un large éventail de soutiens matériels et immatériels. Moeders Voor Moeders souhaite accompagner ses clients dans leur vie de tous les jours. Il s'agit d'une partie importante de sa mission.

Dans la province d'Anvers, un centre d'accueil (principalement destiné aux sans-abri) est ouvert à tous ceux qui ne peuvent pas (ou plus) bénéficier de l'aide traditionnelle. Outre l'aide alimentaire, il offre de nombreux autres types de soutien, tels que l'accès à un PC et à un téléphone, des journaux et magazines, des brochures d'information, des jeux de société, un abri et la possibilité de contacter sans obligation des travailleurs sociaux pour diverses demandes d'assistance. Le fait que le centre soit ouvert à tous rend l'accès à l'aide peu contraignant pour les clients et respecte leur anonymat. Ce centre joue un rôle important d'interface entre les services sociaux publics et les groupes cibles difficiles à atteindre.

Bons conseils

1. Fournissez des informations et des conseils sur les produits sains et leur préparation, afin de les promouvoir, de rendre plus attrayants les légumes moins familiers et d'élargir ainsi le choix et les connaissances des clients en matière d'alimentation.

2. Répondez aux besoins des clients. Un plus grand choix permet de soutenir - et de valoriser - les personnes d'autres confessions.

3. Respectez toujours les souhaits des clients. En fin de compte, c'est à eux de choisir.

Contexte de la recherche

Dans une étude exploratoire, menée par des chercheurs de la Haute Ecole de Gand et de l'Université d'Anvers pour le compte de la Fédération Belge des Banques Alimentaires, les collaborateurs des centres de distribution alimentaire ont expliqué pourquoi et comment ils essayaient de donner plus de choix à leurs clients. Ils ont fait part des difficultés qu'ils ont rencontrées à cet égard et des expériences et conseils qu'ils peuvent transmettre à d'autres associations intéressées qui souhaitent travailler avec (plus de) choix. Les clients ont également été interrogés sur la signification qu'ils donnent aujourd'hui aux formes de liberté de choix qui leur sont offertes.

L'analyse des données recueillies a permis d'identifier trois éléments constitutifs autour desquels les distributeurs de denrées alimentaires s'efforcent d'offrir un choix.

L'étude a été conçue en partant du constat que les initiatives alimentaires fonctionnent comme une "aide d'urgence contestée". Elles fournissent une aide matérielle d'urgence nécessaire aux personnes en situation de précarité sociale, mais considèrent que cette aide d'urgence n'est qu'une solution temporaire dans l'attente de mesures structurelles de réduction de la pauvreté. L'aide alimentaire n'est donc pas une fin en soi, mais une réponse à l'absence de mesures visant à éliminer les causes de la pauvreté.

Sources

Fédération Belge des Banques Alimentaires, Rapport annuel 2022.

Garthwaite K (2016) Stigma, shame and 'people like us': an ethnographic study of foodbank use in the UK. *Journal of Poverty and Social Justice* 24(3): 277-289.

Leßmann, O. (2011). Freedom of choice and poverty alleviation. *Review of Social Economy*, 69(4), 439-463.

Sen, A. (1988). Freedom of choice: Concept and content. *European Economic Review*, 32(2), 269-294. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0014-2921\(88\)90173-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0014-2921(88)90173-0)

Sen A (1985) Well-being, agency and freedom: The Dewey lectures 1984. *The journal of philosophy* 82(4): 169-221.

Van der Horst H, Pascucci S and Bol W (2014) The "dark side" of food banks? Exploring emotional responses of food bank receivers in the Netherlands. *British Food Journal*.

