

Le Moniteur



PB-PP
BELGIE(N)-BELGIQUE
P 302 015

Bulletin mensuel
42^e année
Février 2025

Moniteur de la Fédération Francophone de
la Boulangerie - Pâtisserie - Confiserie - Chocolaterie - Glacerie

ED. RESP. A. DENONCIN - 270 RUE DE LA LIBÉRATION 6927 TELLIN



Forfait Glaciers

p. 19

Tartelettes



DÉCOUVREZ

nos recettes parfaites
pour le printemps




puratos
Food Innovation for Good



**Mesdames,
Messieurs,
Chers amis,**

L'année 2025 commence de la meilleure manière possible, avec beaucoup d'espoir pour l'avenir de nos belles professions.

Nos PASTRY LIONS ont participé à la Coupe du Monde de la Pâtisserie à Lyon, un événement d'envergure où la Belgique était absente depuis huit ans. Ils ont réalisé une magnifique prestation en se classant 5^e sur 18 et en remportant le prix spécial « Éco-responsable ».

Il nous revient de les féliciter et de les remercier pour l'excellence de leur prestation et ce beau résultat, qui portent haut les couleurs de la Belgique.

En ce mois de janvier, une autre équipe belge, composée d'artisans glacières, était en compétition à la GELATO EUROPE CUP en Italie. La Belgique était absente depuis 22 ans à cette prestigieuse sélection. En se positionnant à la 4^e place, notre équipe accède à la finale mondiale en 2026.

Nous leur adressons également nos félicitations et nos remerciements pour leur engagement et ce beau résultat, à l'image de l'excellence belge.

En tant que Fédération, représentante de nos magnifiques métiers, nous sommes très fiers de nos leaders, de leurs coachs et de leurs accompagnants, tous des talents dévoués, alliant création et authenticité.

Je suis certain que cet exemple inspirera et motivera les jeunes pâtisseries-glacières, qui devront faire preuve de courage, d'abnégation et de volonté pour se dépasser et honorer leurs aînés.

Bonne lecture.

● **A. Denoncin**

Président



**VOTRE GROSSISTE
EN BOULANGERIE, PÂTISSERIE,
GLACERIE, CHOCOLATERIE**

**3 MAGASINS OUVERTS
AUX PROFESSIONNELS
ET AUX PARTICULIERS**

**À ROCHEFORT, À LIÈGE,
AU LUXEMBOURG
& LIVRAISON AUX PROFESSIONNELS**

**DENIS**
ÉTABLISSEMENTS

- **MATIÈRES PREMIÈRES**
- **DÉCORATIONS**
- **SUPPORTS/EMBALLAGES**
- **PERSONNALISATION**
- **USTENSILES & MACHINES**
- **SAV RÉACTIF**



INFORMATIONS - FOLDERS - CONTACT SUR WWW.ETSDENIS.BE

1 CADEAU BONGO "BULLE DE BONHEUR À DEUX"



Gratuit à l'achat d'un total de 100 kg
parmi les produits ci-dessous
Le Gavroche, Credo Meergranen ou
VollerKoren.

Offre valable du 1^{er} janvier au 28 février 2025.
Ne peut pas être combinée avec d'autres actions.



AB | MAURI

Tel.: 09 232 46 18
www.abmauri.be

Le Moniteur

SOMMAIRE



Journal d'informations des professionnels de
la Boulangerie – Pâtisserie – Confiserie – Chocolaterie – Glacerie

- Formation** 6 Masterclass Chocolaterie et Boulangerie
- Activités de la fédération** 7 Rapport du CA francophone du 18 janvier 2025 à Namur, résumé.
- Promotion** 8 Promouvoir l'artisanat et engager notre communauté : retour sur des initiatives phares et perspectives pour 2025
- Concours** 10 La Belgique s'illustre à la Coupe du Monde de la Pâtisserie 2025 : 5^e place et prix de l'Écoresponsabilité
- Fêtes et convivialités** 14 La Saint-Aubert à Namur, le dimanche 23 mars : INVITATION
- Communication fournisseurs** 15 KOMPLET Benelux vous surprend en ce début d'année avec une nouveauté irrésistible!
- Réflexion** 16 La charge mentale des boulangers-pâtisseries car c'est bien plus qu'un métier manuel, il est utile de le rappeler
- Recette** 18 Les bostocks aux amandes de Gaston Lenôtre
- Fiscal** 19 Forfait glaciers 2025
- Chronique technique** 30 Episode 2 de la réflexion sur le pétrissage
- Concours** 34 L'Allemagne, la France, l'Italie et la Belgique remportent la GELATO EUROPE CUP 2025
- Concours** 36 Interview de Maryne Poppe : « Une aventure intense et inspirante »
- Environnement** 38 Boulangers-pâtisseries : comment réduire votre empreinte carbone et contribuer à lutter contre le réchauffement climatique
- Santé** 40 Boulangers-pâtisseries, protégez vos équipes et vos clients : des gestes simples pour un hiver en pleine santé !
- Nutrition** 42 Le sucre RAPADURA : un trésor naturel pour la santé et la pâtisserie
- Actualité** 44 La Wallonie investit massivement pour une eau de qualité pour tous
- Psychologie** 46 Psychologie en coulisses : Pourquoi certaines personnes trouvent toujours des défauts chez les autres

Administration & gestion

rue des Bourgeois 5 bte11 - 5000 NAMUR
Tél. : 0477/41.91.52
Mail : info@ffrboulpat.be
Compte : BE02 1270 7132 3240

Publicité et petites annonces

Florence de Thier,
florence@2thier.com, 0485/16.49.36

Éditeur responsable

A. Denoncin • 270 rue de la Libération, 6927 TELLIN

Ont collaboré à la rédaction

A. Denoncin, Fl. de Thier, J. Vanderauwera, H. Léonard, D. Cigagna, F. Lefranc, J. Mathias, M. Dewalque, G. Xhauftaire.

Impression : Snel Grafics, Herstal - Photos : Shutterstock.com

Les auteurs des articles sont seuls responsables des opinions exprimées et publiées même si elles ne sont pas partagées par l'éditeur. La responsabilité des articles incombe à leurs auteurs.

Masterclass Chocolaterie et Boulangerie

L'efp, centre de formation professionnelle à Bruxelles, accueille trois Masterclass en chocolaterie et boulangerie, en collaboration avec Alimento.

De grands noms de la gastronomie viendront, durant une journée, transmettre leurs savoirs aux professionnels.

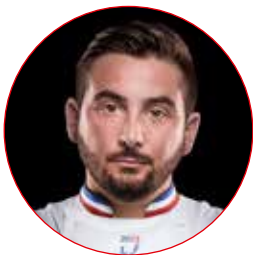
Chocolaterie



13 février : Emmanuele Forcone, champion du monde de pâtisserie en 2015

«La confection de sujets en chocolat de Pâques»

Sujet en chocolat : Lapin, cactus, calimero, zèbre, oie, poule, girafe, hibou, koala, ...



10 avril : Mathieu Lerenard, Meilleur Ouvrier de France

«Ganache, bonbon en chocolat et confiserie»

Pâte de fruits finition glacée avec personnalisation feuille d'or, barre chocolatée caramel et praliné, demi-sphère brillante, guimauve (noisette, chocolat, vanille) dans une forme originale, ganache lait Bolivie finition moulée, praliné noisette-amande type rocher, turbinés de perles craquantes, amande ou noisette, finition brillante et laquage naturel, pâte à tartiner sans broyage noisette du piémont et amande valencia, caramel à tartiner maison, montage de Pâques.

Boulangerie



25 mars : Jérôme Schwalbach, Meilleur Ouvrier de France

«Produits originaux de ma boutique»

Burger végétarien, brioche feuilletée nature et pralinée, pain et pain d'épices au levain liquide, beignets et pains burgers avec la même pâte, gamme de pizza romaines, focaccia, petit épeautre bio, tourte de seigle 100 % bio, croissants au levain liquide et lait de ferme, pain de campagne longue conservation. Comment faire conserver et faire vivre un levain liquide et dur ? Intolérance au gluten ; les causes et les solutions.

« En plus de la formation professionnelle des futurs boulangers et pâtisseries, nous accordons de l'importance à la formation continue. En effet, dans nos métiers, les produits, les techniques et les modes évoluent. Nous pensons qu'apprendre au contact des meilleurs favorise l'excellence au quotidien et renouvelle la passion pour ces métiers. Nous sommes honorés de pouvoir accueillir de grands chefs dans notre centre »

Laura Raso, pôle Alimentation de l'efp.

Détails et inscriptions

Inscription à la démonstration gratuite et uniquement pour les professionnels du secteur, dans la limite des places disponibles : Démonstration-en-chocolaterie-et-boulangerie





Rapport du CA francophone du 18 janvier 2025 à Namur, résumé.

Exposé par M. Schoonbroodt de la société Le Distrib.

1 Approbation Le PV du 18 novembre 2024

2 Activités de la Fédération

- Publication 2Bake : facture de la photographe.
- Nom de domaine de la Fédération renouvelé.
- Logo du rédactionnel de l'AFSCA.
- Salon ARTISAN à Courtrai en septembre 2025.
- Conseil supérieur, retraite de M. Hoosmartens.
- Commission CAI : Contrat d'Apprentissage Industriel.
- Arrêté Royal PAIN, évolution.
- Epicuris, AG, siège social, rue du Parc, numéro 50, à Alleur/Evolution.
- Formation pour boulangers, passage du forfaitaire à la compta régulière.
- Paiement électronique : rencontre avec les dirigeants Smart4 Invest.
- Association des glaciers, démission de M. Streibel. Proposition de M. Kairet.
- Appel de M. Spineux pour une remise de commerce.
- Publication dans 7 Dimanche
- La tarte au sucre de Waterloo.
- Les nombreuses publicités pour la galette des rois.

3 Délégués aux commissions

- Economique : relevé des multiples hausses de coût (2 articles dans le moniteur).
- Fiscal : acceptation de nos dossiers forfaitaires, « boulangers » et « glaciers » par l'administration
- Social :
 - Classification des fonctions. Accord pour boulanger-pâtisser-chocolatier-glacier, soit polyvalent chez les artisans.
 - Probable augmentation des salaires en CP201 au premier trimestre 2025. Prochain contrôle social Horeca, Boulangerie, Boucherie.
 - Une personne par entreprise apte à apporter les premiers soins ?

4 Confédération

- Poursuite de la nouvelle construction à Berchem Ste-Agathe.

- Accord d'Alimento pour une étude de la motivation des jeunes pour le métier.
- Accord au Fonds social sur la répartition Syndicats/ Patronat.
- Prochain CA confédéral le 27 mars suivi de l'AG à 15h30.

5 Apaq-W

- Évaluation de la campagne 2024 le 22 janvier.
- Budget de la campagne 2025/ Sélection de la société de communication.

6 AFSCA.

- Distribution des nouveaux guides dans les associations.
- Attente des guides germanophones.
- Absence de budget, faute de ministre responsable.

7 Bureau et Moniteur

- Rentrée des cotisations des membres.
- Nouvelle demande de BEOBANK concernant les avoirs
- Rapport financier du trésorier
- Les indemnités kilométriques trimestrielles

8 Concours

- Trophée Wanet : 12 inscriptions, Pré-sélections le 28/1 au CERIA et le 4/2 à Tournai, 12/2 à Villers-le-Bouillet, 8/4 finale à Libramont.
- Meilleur Artisan : suite à un désistement, reporté vers septembre.

9 Divers

- Décès de Mme Yvette Vielvoye de Sprimont
- Salon Saveurs et Métiers, les 2, 3, 4 février à Namur-Expo.
- Horecatel les 9, 10, 11, 12 mars au WEX à Marche en Famenne.
- La Saint-Aubert à Tournai, le 2 février.
- Reprise du moulin CERES par DOSSCHE MILLS.

10 Le prochain CA se tiendra le 10 mars 2025.

● H Léonard

Promouvoir l'artisanat et engager notre communauté : retour sur des initiatives phares et perspectives pour 2025

L'année écoulée a été marquée par des initiatives ambitieuses qui ont rassemblé artisans, consommateurs et institutions autour d'un objectif commun : promouvoir l'excellence artisanale des boulangers-pâtisseries en Wallonie. Entre l'élection des 100 boulangeries-pâtisseries préférées des Wallons, le concours "1 an de Pain Gratuit" et une campagne médiatique festive, la Fédération Francophone de la Boulangerie-Pâtisserie a une fois de plus prouvé son engagement envers le secteur.

Une visite inoubliable d'Adrien Devyver chez Grains de Vanille



Pour clore l'année en beauté, Adrien Devyver, animateur et influenceur bien connu des Belges, s'est rendu dans la boulangerie-pâtisserie artisanale Grains de Vanille. Située au cœur de la province de Namur, cette enseigne emblématique incarne à merveille le savoir-faire local.

Lors de sa visite, Adrien a découvert et partagé avec enthousiasme les secrets de préparation des spécialités de fin d'année, notamment les bûches festives et les pains spéciaux pour accompagner les repas de réveillon. Ses vidéos, publiées sur sa page Instagram, ont été visionnées plus de 120 000 fois en seulement quelques jours. Les interactions enthousiastes des abonnés témoignent d'un véritable engagement pour l'artisanat boulanger-pâtisseries.

Cette collaboration a permis de mettre en lumière l'engagement des artisans et d'encourager les consommateurs à privilégier les produits locaux et faits maison pour leurs repas de fête.



Présence digitale : retour sur les chiffres 2024

L'année 2024 a été marquée par une activité sans précédent sur nos plateformes sociales et notre site web. Voici quelques chiffres clés.

➔ Pour notre site web :

- Sessions totales : 337 650 en 2024 contre 273 996 en 2023, soit une progression de 23 %.
- Sessions avec engagement : 197 747 en 2024 contre 167 873 en 2023, soit une hausse de 17,8 %.

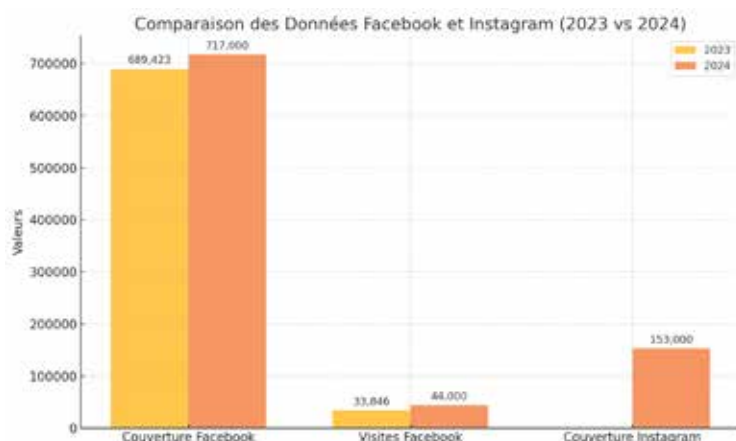
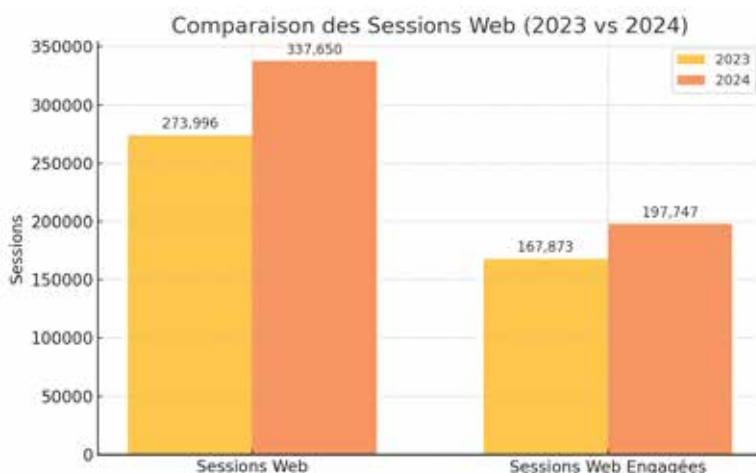
f Pour notre page Facebook :

- Nombre de vues (dernier trimestre 2024) : 1,2 million (nouvel indice).
- Couverture de la diffusion : 717 000 personnes touchées, soit une augmentation de 4 % par rapport à 2023.
- Visites de la page : 44 000 consultations, une augmentation de plus de 30 %.
- Nouveaux abonnés : +1 175 en 2024.

in Pour notre compte Instagram :

- Nombre de vues (dernier trimestre 2024) : 193 000 (nouvel indice).
- Couverture de la diffusion : 153 000 personnes touchées en 2024, un très bon début.
- Nouveaux followers : +465 en 2024.

Ces résultats illustrent l'efficacité de nos campagnes, mais surtout l'intérêt grandissant des consommateurs pour des produits authentiques et locaux.



Un quiz pour démystifier le pain et mieux connaître nos consommateurs

Depuis fin janvier, nous avons lancé un quiz interactif en ligne visant à démystifier les idées reçues sur le pain tout en collectant des informations précieuses sur les habitudes de consommation de nos clients. Ce format ludique permet de sensibiliser le public aux bienfaits du pain artisanal tout en engageant nos abonnés.

Premiers chiffres prometteurs :

- **Participants** : plus de 110 participations enregistrées au cours des premières semaines.
- **Temps moyen par quiz** : 4 minutes, signe d'un engagement actif.

Les résultats complets de ce quiz seront analysés et présentés dans l'édition de mars, avec un focus sur les tendances de consommation relevées. Ces données nous permettront d'ajuster nos campagnes et de répondre toujours mieux aux attentes des consommateurs.

Un avenir sous le signe de l'artisanat

Ces initiatives récentes confirment l'engagement de la Fédération Francophone de la Boulangerie et de la Pâtisserie envers ses membres et ses consommateurs. Avec un début d'année déjà riche en projets et des perspectives ambitieuses, 2025 s'annonce comme une année prometteuse pour continuer à promouvoir l'excellence de notre patrimoine gastronomique. Rendez-vous en mars pour découvrir les statistiques complètes du quiz et les nouvelles initiatives qui marqueront l'année !



La Belgique s'illustre à la Coupe du Monde de la Pâtisserie 2025 : 5^e place et prix de l'Écoresponsabilité

La Coupe du Monde de la Pâtisserie est un rendez-vous international incontournable, mettant en lumière les talents les plus brillants de la pâtisserie mondiale. Au cours de cette compétition d'exception, trois experts – un maître glacier, un spécialiste du sucre et un virtuose du chocolat – unissent leurs compétences pour surmonter des défis techniques propres à leurs spécialités.



Jean-Philippe Darcis et son équipe, composée de Raoul Andriessen, Dieter Charels et Marijn Coertjens.



Un défi monumental pour un événement international

Organisée dans le cadre du Salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation (Sirha), la Coupe du Monde de la Pâtisserie est une compétition d'envergure mondiale, réunissant 18 équipes des quatre coins du globe. Sous le thème *Le patrimoine national*, les participants avaient neuf heures pour réaliser une série d'épreuves spectaculaires : 3 entremets glacés, 10 desserts de restaurant, un show en chocolat comprenant 26 créations dégustées, ainsi que des sculptures artistiques en glace, sucre et chocolat.

L'équipe belge a relevé ce défi avec brio. Leur entremet glacé, intitulé *Alors on saxophone !*, a séduit le jury par son audace et ses saveurs équilibrées, combinant sorbet d'abricot rôti, glace au yaourt et citron vert, parfait à l'abricot, coulis de gingembre-cerise et une base croquante. Leur dessert de restaurant, inspiré par la bière belge aux cerises, a habilement marié le chocolat et le spéculoos à des touches de tradition locale.

Après huit ans d'absence, la Belgique a fait un retour remarqué à la Coupe du Monde de la Pâtisserie, tenue les 24 et 25 janvier 2025 à Lyon. Les Pastry Lions – Marijn Coertjens, Dieter Charels et Raoul Andriessen – sous la direction de Jean-Philippe Darcis, ont obtenu une brillante 5^e place et décroché le prestigieux prix de l'écoresponsabilité. Une performance qui réaffirme la position de la Belgique parmi les grands noms de la pâtisserie mondiale.





Le clou du spectacle a été leur show en chocolat, un véritable hommage à l'innovation et à la créativité belge. Présenté sous forme de tubes à essai en chocolat, cette création audacieuse intégrait une combinaison savoureuse de cacao, yuzu, fraises des bois, manjari et d'autres ingrédients soigneusement sélectionnés, le tout sublimé par une mise en scène steampunk avec des papillons sucrés et de la barbe à papa.



Un palmarès qui inspire

Le Japon, champion en titre, a conservé sa première place avec 14.026 points, grâce notamment à une pièce maîtresse en chocolat qui a ébloui les jurés. La France, hôte de la compétition, a décroché la médaille d'argent avec 13.621 points, suivie par la Malaisie et la Chine. La Belgique, quant à elle, a totalisé 11.504 points, consolidant ainsi son retour parmi l'élite.



1. Le Japon



2. La France



3. La Malaisie



La Belgique

CONCOURS

La Coupe du Monde de la Pâtisserie n'est pas une inconnue pour la Belgique. Depuis 1991, année de sa première participation, le pays a engrangé une médaille d'or en 1995, trois médailles d'argent (1993, 1999 et 2007) et trois médailles de bronze (2003, 2009 et 2011). Ce palmarès témoigne d'une tradition pâtissière solidement ancrée, portée par des artisans de talent.

L'écoresponsabilité au cœur de la pâtisserie

L'un des aspects les plus marquants de cette édition a été le prix de l'écoresponsabilité décerné à l'équipe belge. Ce prix souligne l'engagement de la Belgique à promouvoir des pratiques durables dans un secteur où l'exigence en matière de qualité et d'esthétique est particulièrement élevée. En adoptant une approche respectueuse de l'environnement et en privilégiant des matières premières locales et durables, les Pastry Lions ont démontré qu'il est possible d'allier excellence gastronomique et responsabilité écologique.

Un avenir prometteur pour la Belgique

Cette 5^e place et ce prix spécial ne marquent pas seulement une réussite pour l'équipe belge, mais placent également la Belgique sur le devant de la scène internationale. À travers leurs créations, les Pastry Lions ont non seulement prouvé leur maîtrise technique et artistique, mais aussi leur capacité à raconter une histoire, celle du patrimoine belge, mêlée à une vision innovante et contemporaine.

En renforçant sa présence lors d'un événement aussi prestigieux, la Belgique réaffirme sa vocation à être une source d'inspiration dans l'univers de la pâtisserie, tout en rappelant l'importance de la durabilité et de l'innovation dans les métiers de bouche.



1^{er} : JAPON
2^e : FRANCE
3^e : MALAISIE
Prix Spécial Éco-Responsable :
BELGIQUE
4^e : CHINE
5^e : BELGIQUE

6^e : ITALIE
7^e : CORÉE DU SUD
8^e : SINGAPOUR
9^e : ROYAUME-UNI
10^e : ARGENTINE
11^e : PHILIPPINES
12^e : MAROC

13^e : PARAGUAY
14^e : CHILI
15^e : COLOMBIE
16^e : ÎLE MAURICE
17^e : MEXIQUE
18^e : EGYPTÉ

Crédits photos : ©Studio Julien Bouvier et Nicolas Reynaud



Les impressions de Jean-Philippe Darcis

L'histoire de la Coupe du Monde de la Pâtisserie 2025 pour la Belgique a commencé bien avant la compétition. Tout a démarré il y a deux ans, lorsqu'avec Patrick Aubrion et Raphaël Giau, nous avons entrepris de relancer la sélection belge. Depuis plusieurs années, la Belgique était absente de cet événement prestigieux. Une ASBL existait, mais son activité était au point mort. Nous avons donc décidé de reprendre les choses en main en créant le Belgium Pastry Club, avec un objectif clair : redonner envie aux jeunes talents belges de concourir et replacer notre pays parmi les meilleurs.

L'aventure n'a pas été simple. Il a fallu structurer l'association, créer un site internet, gérer les réseaux sociaux et surtout, trouver des sponsors. Un immense travail a été accompli par Patrick Aubrion, secrétaire général et trésorier, tandis que Raphaël Giau en assumait la présidence et moi la vice-présidence. Lorsque M. Supplignon, président du G11 et organisateur de la Coupe du Monde de la Pâtisserie, nous a donné son aval, nous avons dû aller très vite. En raison des délais, nous avons pu constituer une équipe sans passer par une sélection nationale, ce qui ne sera plus le cas à l'avenir puisque nous organiserons désormais une sélection nationale, la prochaine ayant lieu en juin au CERIA à Bruxelles.

Nous avons rapidement identifié des pâtissiers capables de relever le défi. Marijn Coertjens s'est immédiatement montré intéressé, et nous avons contacté Raoul Andriessen, professeur au PIVA et récent vainqueur du Dutch Pastry Award. Ensuite, Jordi Van Kimseke a rejoint l'équipe après avoir participé aux premières phases de sélection. L'année dernière, en 2024, nous avons franchi l'étape de la Coupe d'Europe de la Pâtisserie à Paris, décrochant notre place pour la Coupe du Monde... de justesse ! Nous avons été repêchés grâce à Stéphane Leroux, preuve de l'importance du réseau et des relations dans ces compétitions.

Nos deux candidats manquaient cependant d'expérience en compétition en direct, où tout doit être réalisé sur place en un temps limité. Malgré ces défis, ils ont réalisé un travail remarquable et se sont qualifiés. La préparation pour Lyon a commencé un an avant l'événement. C'est un travail titanesque : les candidats s'entraînent plusieurs jours par semaine, dorment en pensant à la Coupe du Monde, sacrifient énormément de temps et d'énergie. En tant que coach, mon rôle est de leur apporter mon expérience des concours, de leur donner des conseils et de les encadrer. Je les voyais une à deux fois

par semaine, parfois plus, selon l'avancement de la préparation.

Deux mois avant la compétition, nous avons connu un coup dur : Jordi Van Kimseke a dû abandonner pour raisons de santé. Nous avons donc dû trouver un remplaçant en urgence. Heureusement, Dieter Charels, professeur au PIVA et collègue de Raoul, a accepté de relever le défi. Avec seulement un mois et demi de préparation, il a fait preuve d'un engagement exceptionnel. Notre équipe s'est donc retrouvée composée de trois pâtissiers d'expérience, tous âgés de plus de 40 ans, extrêmement motivés et prêts à se surpasser.

L'ambiance au sein de l'équipe a été formidable. Les deux derniers mois ont été intenses, avec un travail acharné pour atteindre le niveau espéré. Nous avons placé la barre haute et nous étions conscients de la difficulté de la compétition. Mon objectif en revenant dans le concours était une place entre la 5^e et la 10^e position, et nous avons parfaitement rempli notre mission en décrochant la 5^e place mondiale ainsi que le prestigieux Prix de l'Écoresponsabilité.

Le niveau de la Coupe du Monde est incroyable et ne cesse d'augmenter. À l'avenir, il faudra encore renforcer la formation des pâtissiers belges, notamment dans le travail du sucre et du chocolat. Cela nécessite des moyens, des sponsors et un soutien institutionnel. Nous espérons pouvoir obtenir un appui des pouvoirs publics, car l'artisanat belge mérite d'être mis en avant sur la scène internationale.

Nous avons pris des risques audacieux dans nos créations, notamment avec notre dessert sur assiette à base de bière belge, qui n'a malheureusement pas convaincu le jury. Ce détail nous a probablement coûté un podium, ce qui a été une petite déception pour l'équipe. Mais au final, nous sommes extrêmement fiers de cette 5^e place et du chemin parcouru. Ce succès est avant tout celui des candidats, qui ont réalisé un travail extraordinaire. Mon rôle était simplement de les encadrer et de les soutenir.

Cette aventure humaine a été exceptionnelle. La Belgique a prouvé qu'elle avait encore sa place parmi les grands noms de la pâtisserie mondiale, et nous allons continuer à travailler pour aller encore plus loin dans les prochaines éditions.

● Fl. de Thier



La Saint-Aubert à Namur, le dimanche 23 mars : INVITATION

À VOS AGENDAS

L'union Royale des patrons boulangers-pâtisseries-chocolatiers-biscuitiers et glacières de la province de Namur a le plaisir de vous inviter à son banquet annuel au restaurant **Panorama** à la citadelle de Namur, un nouveau cadre chaleureux à découvrir.

Accueil des convives à 18 h.



LE MENU

L'apéritif et ses mises en bouches

Prosecco la Pano

ou

la bière artisanale la Philomène



*Wanton aux crevettes, agrumes, tomates cerises
daïkon et sauce Dam Dam*



*Volaille pattes jaunes cuite à basse température,
légumes de saison, son jus corsé aux herbes
accompagnés de pommes dauphine maison.*

Autour de l'ananas, coco et pistache



Café - Thé



Sélection des vins par le maître sommelier

ANIMATION MUSICALE

DJ Francois un ancien résident de la discothèque La Bricole pour celles et ceux qui l'ont connue.

Et la présence de notre magicien **Yves Berwaert** mentaliste... surprises garanties !

Encore une soirée à ne pas manquer.

Ambiance assurée au Panorama à la citadelle de Namur.

Venez faire la fête et profiter d'un bon moment entre amis.

Pour seulement 110€ par personne.

Le paiement fait office de réservation

Sur le compte BE96 0689 0303 8705

ATTENTION : 100 places maximum



KOMPLET Benelux vous surprend en ce début d'année avec une nouveauté irrésistible!

Découvrez
le Kiddy
Pistazie
Softy.

La nouvelle gourmandise de notre gamme Softy est arrivée !

Plongez dans l'univers raffiné de notre crème onctueuse à la pistache, élaborée avec 15 % de véritable pistache pour un goût authentique et intense.



Pourquoi adopter le Kiddy Pistazie Softy ?

- **Polyvalence** : Idéal pour fourrer et aromatiser vos créations pâtisseries.
- **Performance** : Une stabilité parfaite à la cuisson et à la congélation pour des résultats impeccables à chaque utilisation.
- **Originalité** : Une touche d'élégance et de saveur unique pour sublimer vos desserts.

Nos équipes ont également développé pour vous des recettes exclusives mettant en avant cette innovation gourmande.

Contactez dès maintenant votre commercial pour les découvrir et donner une nouvelle dimension à vos créations pâtisseries.

● **Arnaud Lorent**

T. 0471/36.55.23

(Hainaut, Brabant-Wallon, Namur).

● **Gérald Michel**

T. 0478/45.54.39

(Liège, Verviers, Namur, province de Luxembourg).

Laissez-vous séduire par cette nouveauté et démarquez-vous avec le Kiddy Pistazie Softy !

Avec **Kiddy Pistazie Softy**, votre créativité n'a pas de limites.

La charge mentale des boulangers-pâtisseries car c'est bien plus qu'un métier manuel, il est utile de le rappeler

Lorsqu'on pense au boulanger-pâtisseries, l'image qui vient souvent à l'esprit est celle d'un artisan derrière son fournil, les mains plongées dans la pâte, façonnant pains et viennoiseries. Pourtant, ce métier va bien au-delà du travail manuel. Les boulangers-pâtisseries, en plus de leurs compétences artisanales, portent une charge mentale importante qui est souvent sous-estimée. Entre la gestion d'un commerce, les attentes des clients, les contraintes administratives et les innovations nécessaires pour rester compétitif, leur quotidien est un véritable exercice d'équilibriste.

Un métier aux multiples casquettes

La boulangerie-pâtisserie est bien plus qu'un métier de production. Elle implique de jongler avec plusieurs rôles simultanément :

- 1 **Artisan** : la maîtrise des techniques de panification et de pâtisserie est évidemment au cœur du métier. Mais cela demande une vigilance constante pour maintenir une qualité irréprochable, tout en répondant aux évolutions des goûts et aux tendances (produits bio, sans gluten, etc.).
- 2 **Chef d'entreprise** : gérer une boulangerie, c'est aussi diriger une entreprise. Cela inclut :
 - La gestion des stocks et des approvisionnements.
 - Le recrutement, la formation et la supervision d'une équipe.
 - Le suivi des finances, des marges et de la rentabilité.
 - La planification stratégique, comme l'introduction de nouveaux produits ou l'élargissement des services (livraison, partenariats locaux, etc.).
- 3 **Communicant** : dans un secteur très concurrentiel, le boulanger-pâtisseries doit se démarquer. Cela passe par une communication efficace : animer les réseaux sociaux, répondre aux avis clients, participer à des événements locaux et soigner son image.
- 4 **Innovateur** : pour rester attractif, il faut innover régulièrement, que ce soit en créant des recettes originales ou en adoptant de nouvelles techniques. Cette recherche de nouveauté demande du temps, de la créativité et une veille constante sur les tendances du marché.

L'organisation du travail en boulangerie est particulièrement exigeante, notamment à cause des horaires atypiques. Se lever avant l'aube est une routine pour beaucoup, et les jours de repos sont rares, particulièrement en période de fêtes où la demande explose.

Mais derrière ce rythme soutenu se cache une pression moins visible : la peur de ne pas être à la hauteur. Offrir chaque jour des produits frais et de qualité, répondre aux attentes de la clientèle et affronter les imprévus (panne de four, retard de livraison) peuvent générer une charge mentale importante. Cette pression est d'autant plus grande lorsque les marges sont serrées et que chaque erreur peut impacter l'équilibre financier du commerce.

Malgré ces responsabilités multiples, le métier de boulanger-pâtisseries reste parfois perçu comme un simple travail manuel. Cette vision réductrice peut être frustrante pour les artisans, qui investissent une énergie considérable dans des tâches invisibles pour le grand public, comme la gestion administrative ou la recherche de nouvelles recettes.

De plus, la reconnaissance financière n'est pas toujours à la hauteur des efforts fournis. Beaucoup de boulangers-pâtisseries travaillent de longues heures pour des revenus modestes, dans un contexte économique parfois difficile.





Des solutions pour alléger la charge mentale

✓ Mutualiser certaines ressources avec d'autres artisans

Plutôt que de tout gérer seul, il est possible de créer des coopératives locales entre artisans boulangers-pâtisseries pour partager des ressources clés, telles que :

- Un responsable administratif ou comptable à temps partiel, mutualisé entre plusieurs commerces.
- Des achats groupés pour réduire les coûts des matières premières et éviter le stress des approvisionnements.
- L'organisation commune de livraisons pour les clients ou entreprises locales, optimisant les coûts et le temps.

✓ Automatiser la gestion des prévisions de production

La charge mentale provient souvent des incertitudes : combien produire pour répondre à la demande sans surproduction ? Des logiciels spécifiques au secteur permettent aujourd'hui d'analyser les données de ventes passées (périodes creuses, pics saisonniers) et d'ajuster la production en temps réel. Cela réduit le gaspillage et limite les pertes financières, tout en diminuant la pression liée à l'anticipation.

✓ Intégrer des rituels de récupération mentale

Adopter des mini-pauses actives dans la journée peut transformer la manière dont les artisans gèrent leur énergie. Cela peut inclure :

Des exercices de respiration ou de méditation en fin de journée pour « couper » avec le stress.

La création d'un espace de décompression dans le commerce, où l'équipe peut se détendre quelques minutes (même avec une simple boisson chaude ou des fauteuils confortables).

Planifier des « moments creux » pour des activités récréatives comme tester de nouvelles recettes dans un esprit ludique, sans obligation de performance.

✓ Créer une banque d'idées collaborative

Beaucoup de boulangers se sentent isolés lorsqu'ils cherchent à innover ou résoudre un problème. Une plateforme locale ou en ligne où les artisans peuvent échanger des astuces, des idées de recettes ou des solutions concrètes aux défis du quotidien permettrait de mutualiser les expériences. Ce genre d'initiative peut être soutenu par une fédération ou un collectif d'artisans.

✓ Former un apprenti sur des tâches spécifiques de gestion

Plutôt que de confier uniquement les tâches manuelles aux apprentis, il est possible de les former à certaines fonctions administratives ou logistiques (gestion des commandes, inventaire, organisation d'événements locaux). Cela permet non seulement de les responsabiliser, mais aussi de libérer l'artisan des tâches les plus lourdes mentalement.



✓ Proposer un fonctionnement participatif avec l'équipe

Au lieu de porter seul la charge de toutes les décisions, impliquer l'équipe dans certains choix stratégiques, comme :

- Définir ensemble les horaires les plus pratiques pour le flux de travail.
- Proposer des idées pour gérer les périodes de forte affluence.
- Décider des nouvelles recettes à mettre en avant, ce qui donne un sentiment de collaboration et décharge le patron de l'entièreté des responsabilités.

✓ Penser au mentorat inversé

Les jeunes employés ou apprentis peuvent apporter un regard neuf sur le métier. En leur donnant un espace pour proposer des idées novatrices (communication digitale, marketing sur Instagram, design des vitrines), cela peut non seulement apporter des solutions modernes, mais aussi alléger l'artisan de la gestion de domaines où il est moins à l'aise.

✓ Collaborer avec un designer ou un architecte d'intérieur

Le stress peut être amplifié par un espace de travail mal conçu.

● Fl. de Thier



Les bostocks aux amandes de Gaston Lenôte

De délicieuses tranches de brioche imbibées de sirop et garnies de frangipane.



INGRÉDIENTS

Pour 6 bostocks aux amandes

- 1 brioche
- 60 g amandes effilées
- sucre glace

Pour la crème pâtissière

- 3 jaunes d'œufs
- 50 g sucre en poudre
- 1/2 gousse vanille
- 10 g farine
- 10 g maïzena
- 250 ml lait

Pour la crème d'amande

- 125 g beurre
- 150 g sucre glace
- 150 g poudre d'amandes
- 1 œuf
- 2 jaunes d'œufs
- 15 g maïzena
- 15 g rhum brun

Pour le sirop aux amandes

- 150 g eau
- 150 g sucre en poudre
- 45 g sucre glace
- 35 g poudre d'amandes
- 10 gouttes eau de fleur d'oranger

PRÉPARATION

Préparez la crème pâtissière à la vanille

- Dans un cul de poule, fouettez vivement les jaunes d'œufs avec le sucre en poudre et les graines de la demi gousse de vanille fendue et grattée.
- Ajoutez la farine et la maïzena et fouettez vivement.
- Faites chauffer le lait dans une casserole, versez le sur le mélange précédent en fouettant vivement.
- Reversez le tout dans la casserole et faites cuire en remuant constamment jusqu'à l'ébullition.
- Versez la crème pâtissière dans un récipient propre, filmez la au contact et réservez au réfrigérateur jusqu'à refroidissement complet.

Préparez la crème d'amande

- Crémez le beurre pommade avec le sucre en poudre.
- Ajoutez la poudre d'amandes et mélangez vivement.
- Ajoutez l'œuf et les deux jaunes d'œufs et mélangez à nouveau.
- Enfin incorporez la maïzena et le rhum en mélangeant doucement.
- Réservez.

Préparez le sirop aux amandes

- Dans une casserole, portez à ébullition l'eau, le sucre en poudre, le sucre glace, la poudre d'amandes et l'eau de fleur d'oranger.

Préparez les bostocks aux amandes

- Coupez la brioche mousseline en tranches de 1,5cm d'épaisseur et trempez les entièrement dans le sirop aux amandes chaud.
- Placez les tranches de brioche sur une grille pour qu'elles s'égouttent.
- Fouettez la crème pâtissière froide pour lui redonner sa souplesse et mélangez la à la crème d'amande.
- Posez les tranches de brioche sur une plaque à pâtisserie recouverte de papier sulfurisé.
- Four à 180° chaleur tournante.
- Étalez la frangipane sur les tranches de brioche en couche généreuse, parsemez des amandes effilées et enfournez pour 20 minutes de cuisson.





Forfait 2025

Glaciers

NOUVEAUX ACCORDS POUR LE FORFAIT TVA 2025

Comme chaque année, la commission fiscale francophone s'est réunie pour rassembler toutes les données nécessaires à l'établissement du forfait provisoire pour l'année 2025.

Sur base de tous nos relevés qui, comme pour les boulangers, comprenaient des nouvelles hausses des prix de revient de la plupart des marchandises reprises par le forfait mais tenaient compte également du prix record du cacao, du chocolat et de la crème fraîche; l'administration nous a fait parvenir une proposition où tous les prix de revient des matières premières, sauf 5 et tous les prix de vente étaient acceptés.

Nous avons demandé l'adaptation de ces prix de revient sur base de ceux acceptés pour les boulangers et c'est avec ces nouveaux prix que l'administration a effectué les différents calculs nécessaires à l'élaboration du forfait provisoire pour l'année 2025.

PRIX DES MATIERES PREMIERES

Toutes les matières premières sont en hausse suite à l'indexation normale mais comme pour les boulangers, certaines sont en augmentation de manière considérable. C'est notamment le cas pour les framboises + 0,25€, les améliorants + 0,55€, les fruits cocktail + 0,56€, les pistaches + 0,60€, les fruits de la passion + 0,66€, **la crème fraîche + 0,95€, le moka + 3,40€, le chocolat couverture + 9,35€, le cacao + 10,86€ et les copeaux + 11,86€.**

Concernant les prix de revient des différentes sauces, mise à part celle aux fraises restée à l'identique, toutes sont en augmentation et certaines sont également en forte hausse comme le caramel + 0,07€, les groseilles + 0,22€ et le chocolat + 0,52€.

Sur base de tous les prix de revient retenus, tenant compte de l'augmentation de la vanille mais surtout de la forte hausse de la crème fraîche, cela se concrétise par une augmentation **du prix de revient moyen au litre de composition**, tant en fabrication propre qu'au moyen de produits préparés; par rapport à l'année précédente où il était en baisse, cette année **il est donc en hausse de 0,114€ au litre.**

PRIX DE VENTE

Pour les prix de vente des coupes types, par rapport au forfait définitif pour 2024, pour les nouveaux accords, elles sont toutes en augmentation de + 0,08€ pour la brésilienne et le parfait, + 0,10€ pour la dame blanche, le café glacé, l'ananas et la fraise melba et + 0,13€ pour la coupe amarena. Les nouveaux prix de vente des 7 coupes types correspondent aux propositions que nous avons soumises à l'administration et qui ont été acceptées sans aucune modification.

Il en va de même pour **le prix de vente d'un litre de glace**, le prix proposé et retenu est de **36€ en 2025.**

Malgré l'augmentation de tous les prix de vente retenus pour le forfait provisoire de 2025, tous les coefficients applicables sont en diminution suite à la très forte hausse des matières premières qui sont très importantes dans l'élaboration des différentes recettes et coupes types.

Comme la hausse du prix de vente au litre de glace n'est que de + 1,00€ et comme le prix de revient de fabrication au litre est en hausse, de ce fait, **le coefficient glace diminue de - 0,15** par rapport au forfait définitif de 2024 et passe donc de 11,88 **à 11,73 pour le forfait provisoire de 2025.**

Pour **la portion de crème fraîche**, bien que son prix de vente **augmente de + 0,05€** cette année, celui-ci est largement compensé par la forte hausse du prix de revient de la crème fraîche et la diminution du coefficient glace appliqué au matières premières, d'où une baisse significative de **- 0,48 du coefficient crème fraîche** et qui passe donc de 4,71 du forfait définitif de 2024 **à 4,23 en 2025.**

Tous les prix de revient des parfums sont en augmentation et pour certains celle-ci est très conséquente comme pour le moka et surtout le cacao + 10,86€. Le prix de revient des parfums au litre de glace est donc en hausse de + 0,526€ mais celle-ci est pratiquement compensée par la hausse de 1€ du prix de vente du litre de glace d'où la baisse insignifiante **de 0,01 du coefficient parfums** par rapport à celui de 2,19 du forfait définitif de 2024 et passe donc **à 2,18 en 2025.**

Pour les garnitures, que ce soit les fruits ou les sauces nécessaires à l'élaboration des coupes types, le prix de revient de tous ces produits accuse une forte hausse de + 21,83€ par rapport à l'année passée. En conséquence, malgré la hausse du prix de vente du litre de glace et des 7 coupes types, **le coefficient garnitures subit une importante diminution de - 0,26** et passe donc de 1,00 du forfait définitif de 2024 **à 0,74 pour le forfait provisoire en 2025.**

Pour rappel, dans le calcul du chiffre d'affaires sur base du **coefficient fixé à 11,73 en 2025, concernant son adaptation en plus ou en moins de 0,10 point, celle-ci s'effectue toujours par tranche de 0,60€** en tenant compte du fait que toute tranche inférieure à 0,60€ est comptée pour une tranche complète.

En 2025, suite à l'accord sur nos propositions par l'Administration fiscale, **tous les autres coefficients sont maintenus à l'identique.**

En résumé, le forfait 2025 garde donc la même structure que le précédent forfait si bien que vous trouverez ci-après le tableau comparatif, ainsi que la réglementation forfaitaire enrichie d'exemples chiffrés et le modèle d'une feuille de calcul chiffrée.

● G. Khaufflaire

Présidente de la Commission Fiscale Francophone

Tableaux comparatifs entre le forfait 2025 provisoire et le forfait 2024 définitif

Forfait 2025
provisoire

Coefficient glace	11,73
Prix de vente par litre	€ 36,00
Coefficient parfums	2,18
Coefficient garnitures.....	0,74
Coefficient crème fraîche.....	4,23
Coefficient marchandises.....	1,40
Coefficient boissons froides	
- comptoir et commerce ambulant	1,50
- salon de consommation	3,20
Coefficient boissons froides, apéritif et boissons spiritueuses.....	3,20
Clause d'exclusion.....	€ 54,00
Coefficient produits de boulangerie et pâtisserie au salon de consommation.....	1,80

Forfait 2024
définitif

Coefficient glace	11,88
Prix de vente par litre	€ 35,00
Coefficient parfums	2,19
Coefficient garnitures.....	1,00
Coefficient crème fraîche.....	4,71
Coefficient marchandises.....	1,40
Coefficient boissons froides	
- comptoir et commerce ambulant	1,50
- salon de consommation	3,20
Coefficient boissons froides, apéritif et boissons spiritueuses.....	3,20
Clause d'exclusion.....	€ 52,00
Coefficient produits de boulangerie et pâtisserie au salon de consommation.....	1,80



1. Remarques préliminaires

Les dispositions qui suivent sont applicables uniquement aux glaciers (fabricants de glace à l'exclusion des acheteurs-revendeurs de glace) soumis au régime du forfait prévu par l'article 56, § 1^{er} du Code de la taxe sur la valeur ajoutée. Outre ces dispositions, sont également applicables à ces assujettis, les dispositions légales et réglementaires en matière de TVA et, en particulier, l'arrêté royal n° 2 du 7 novembre 1969 relatif à la détermination des bases forfaitaires de taxation pour la taxe sur la valeur ajoutée.

2. Opérations visées par la réglementation forfaitaire

Le chiffre d'affaires est fixé forfaitairement pour les produits suivants, livrés ou servis :

- glace de consommation (glace vanille ou glace avec parfums);
- spécialités à base de glace de consommation;
- gaufres ou crêpes;
- crème fraîche;
- marchandises qui sont revendues sans transformation;
- boissons froides et chaudes.

D'autre part, un régime particulier d'imposition est prévu, au chapitre 6, pour les assujettis qui exploitent un salon de consommation.

3. Prix d'achat

La détermination forfaitaire du chiffre d'affaires est établie au départ du prix d'achat des matières premières, produits et marchandises. On entend par prix d'achat le montant sur lequel la TVA a été ou aurait dû être calculée lors de l'achat, de l'acquisition intracommunautaire ou de l'importation de ces biens.

Les inscriptions faites dans les facturiers d'entrée sont totalisées par période de déclaration et par rubrique. Ces totaux doivent être reportés sur la feuille de calcul qui est jointe à la déclaration (v. n° 23 ci-après).

CHAPITRE 1

[Vente au cours d'une tournée comme ambulante, au comptoir ou dans un salon de consommation]

4. Taux de taxe applicable - Distinction

La livraison des produits visés sous les n° 2 à 5 ci-après, est soumise au taux de 6 %, lorsqu'elle a lieu soit au cours d'une tournée comme ambulante, soit au comptoir.

Le taux de 21 % est néanmoins applicable lorsque ces produits sont servis dans un salon de consommation.

Lorsqu'une partie de ces produits est vendue au cours d'une tournée ou au comptoir tandis que le reste est servi dans un salon de consommation, l'assujetti doit alors ventiler son chiffre d'affaires sous le contrôle de l'administration, suivant un pourcentage qu'il fixe annuellement en proportion des ventes effectuées pour consommation immédiate au salon par rapport aux autres ventes.

... [EXEMPLE]

... 30 % comptoir <=> 70 % salon de consommation.

CHAPITRE 2

[Glace de consommation]

5. Chiffre d'affaires

A. GLACE VANILLE ET PREPARATIONS DE BASE POUR LES GLACES AVEC PARFUMS

Le chiffre forfaitaire en raison, de la vente de la glace vanille et de la glace avec parfums s'obtient en multipliant le prix d'achat de tous les produits qui sont utilisés à la préparation de la glace vanille ou de la préparation de base des glaces avec parfums, par le coefficient **11,73**.

Ce coefficient s'applique seulement lorsque le prix de vente forfaitaire, TVA comprise, d'un litre de glace, tel qu'il est calculé de la façon prévue au n° 6 s'élève à **€ 36,00**.

Il doit être adapté soit en plus, soit en moins, lorsque le prix de vente est plus élevé ou plus bas. Cette adaptation s'élève à 0,10 point par tranche de **€ 0,60** ; une tranche inférieure à € 0,60 est comptée pour une tranche complète.

... [EXEMPLE]

... Prix de vente d'un litre :
 ... € 35,00 TVA comprise d'où 36,00 - 35,00 = 1,00
 ... Soit 2 tranches, coefficient 11,73 (11,73 - 0,20)
 ... € 40,00 TVA comprise d'où 40,00 - 36,00 = 4,00
 ... Soit 4 tranches, coefficient 12,43 (11,73 + 0,70)

Par produit de base pour la préparation de la glace vanille ou de la glace avec parfums, on vise entre autres : le lait, la crème, le sucre, la vanille, les produits améliorants, les stabilisateurs, les œufs, etc. Sont visés également les produits semi-finis (mix), même s'ils contiennent des parfums ou des colorants.

B. CHIFFRE D'AFFAIRES COMPLEMENTAIRE PROVENANT DE LA VENTE DE GLACE AVEC PARFUMS

Lorsque l'assujetti ajoute à la préparation de base certains produits pour donner à la glace une couleur ou un goût déterminé, il doit calculer un chiffre d'affaires complémentaire. Celui-ci est obtenu en multipliant le prix d'achat des produits utilisés à cette fin, par le coefficient **2,18**.

Sont visés ici : les essences, les colorants, les fruits, le cacao, les sauces, le chocolat, le moka, les « compounds »,... à l'exclusion de la vanille.

... [EXEMPLE]

... Prix d'achat des parfums : € 1.428,36
 ... Recette TVA non comprise : € 1428,36 x 2,18 = € 3.113,82

Ces produits doivent être inscrits dans la colonne 10 du facturier d'entrée.

Lorsque les produits subdivisés ne sont pas incorporés dans la préparation de la glace avec parfums, mais sont livrés ou servis en même temps que la glace vanille ou la glace avec parfums, ils sont visés sous le n° 7 ci-après.

6. Calcul forfaitaire du prix de vente d'un litre de glace

Sur la feuille de calcul, l'assujetti doit mentionner :

- l'indice de la plus petite pince (indice le plus élevé);
- le prix de vente, cornets et galettes compris, de trois boules de glace (TVA incluse);

Le prix de vente d'un litre de glace est fixé au moyen de ces données, en utilisant la formule suivante, par laquelle il est tenu compte d'une perte de 12,5 % lors du service :

N° (indice) de la pince la plus petite (numéro le plus élevé) = K
 Prix de vente de 3 boules, galette et TVA incluses = L

$$\text{Formule : } \frac{K \times L \times 87,50}{3 \times 100}$$

[EXEMPLE]

Prix de vente 3 boules : € 3,30

Indice plus petite pince : n° 40

$$\text{Prix de vente par litre : } \frac{40 \times 3,30 \times 87,50}{3 \times 100} = € 38,50$$

(87,5 : 100 = 12,5 % perte)

Le coefficient de l'entreprise s'élève donc à :

Prix de vente par litre € 38,50

Prix de vente de base forfait - € 36,00

Différence + € 2,50

2,50 = 5 tranches de € 0,60

Le coefficient devient donc : 11,73 + 0,50 = 12,23

CHAPITRE 3

[Spécialités à base de glace de consommation et garnitures]

7. Chiffre d'affaires

Lorsque les produits visés sous le n° 5, b, ne sont pas utilisés par le glacier à la préparation de glace avec parfums, mais sont livrés ou servis en même temps que la glace vanille ou la glace avec parfums, il vend une spécialité à base de glace de consommation (p. ex. dame blanche, brésilienne, pêche melba, etc.).

Le chiffre d'affaires forfaitaire en raison de la vente de ces spécialités, est obtenu en multipliant le prix d'achat total de ces produits par le coefficient **0,74**.

[EXEMPLE]

Prix d'achat spécialités et garnitures : € 1.689,36

Recette TVA non comprise :

$$€ 1.689,36 \times 0,74 = € 1.250,13.$$

Ces produits doivent être inscrits dans la colonne 11 du facturier d'entrée

Si les mêmes produits sont utilisés à la fois à la préparation de glace avec parfums et à la préparation des spécialités susvisées, l'assujetti doit, sous le contrôle de l'administration, ventiler ses achats dans son facturier d'entrée (colonnes 10 et 11), en fonction de l'affectation réelle.

CHAPITRE 4

[Gaufres et crêpes]

8. Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires forfaitaire provenant de la vente de gaufres et de crêpes fabriquées par le glacier, s'obtient en multipliant le prix d'achat total des matières premières (farine, lait, matières grasses et améliorants, sucre, œufs, sel, levure, etc.) ou des gaufres et crêpes surgelées par le coefficient mentionné sous le n° 5, a, éventuellement adapté comme il est dit sous ce numéro.

Par conséquent, les produits précités doivent être inscrits :

- 1) dans la colonne 8 du facturier d'entrée;
- 2) dans la case prévue sur la feuille de calcul pour l'inscription des produits et des matières premières servant à la préparation de la glace de consommation.

[EXEMPLE]

Prix d'achat matières premières :

a) préparation glace

b) préparation gaufres et crêpes Ensemble € 1.470,27

Recette TVA non comprise :

$$€ 1.470,27 \times 12,23 = € 17.981,40.$$

CHAPITRE 5

[Crème fraîche]

9. Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires forfaitaire provenant de la vente de crème fraîche s'obtient en multipliant le prix d'achat total de la crème qui est utilisée à sa préparation par le coefficient **4,23**.

Ce coefficient tient compte du fait que le sucre est déjà compris dans le chiffre d'affaires provenant de la vente de glace de consommation.

[EXEMPLE]

Prix d'achat crème fraîche : € 785,48

Recette TVA non comprise :

$$€ 785,48 \times 4,23 = € 3.322,58.$$

CHAPITRE 6

[Marchandises revendues sans transformation]

10. Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires forfaitaire provenant de la vente de marchandises revendues sans transformation est obtenu en multipliant le prix d'achat total de ces marchandises par le coefficient **1,40**.

Il s'agit notamment des produits de la confiserie, des biscuits, des toffées, des pralines, du chocolat, des friskos et similaires.



[EXEMPLE]

Prix d'achat marchandises sans transformation : € 92,96

Recette TVA non comprise :

€ 92,96 x 1,40 = € 130,14.

Sont toutefois exclus :

- les gaufres et crêpes surgelées, qui sont considérées comme des matières premières (v. n° 4 ci-avant);
- les produits de la boulangerie et de la pâtisserie (v. n° 7 ci-après);
- les boissons chaudes et froides (v. n° 8 ci-après).

Les produits de la boulangerie et de la pâtisserie achetés par l'assujetti sont présumés être livrés ou utilisés dans le salon de consommation.

Le glacier qui vendrait au comptoir de tels produits en grande quantité ne répond plus aux conditions pour être soumis à la présente réglementation forfaitaire.

Le total est soumis au taux de 6 %.

CHAPITRE 7

[Produits de la boulangerie et de la pâtisserie]

11. Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires forfaitaire pour les produits de la boulangerie ou de la pâtisserie servis **au salon** est calculé en multipliant le prix d'achat total par le coefficient **1,80**.

[EXEMPLE]

Prix d'achat de produits de la boulangerie et pâtisserie : €

136,34 Recette TVA non comprise :

€ 136,34 x 1,80 = € 245,41.

Ce montant doit éventuellement comprendre le pourboire réclamé pour les ventes au salon de consommation.

Le total est soumis au taux de 12%.

CHAPITRE 8

[Boissons]

12. Chiffre d'affaires provenant de la vente de boissons froides (excepté vins, apéritifs et boissons spiritueuses taxées à 21 %) au cours d'une tournée comme ambulants et/ou au comptoir

a) Le chiffre d'affaires provenant de la vente de boissons froides (autres que celles visées sous le point b ci-dessous) est obtenu en multipliant par le coefficient **1,5** le prix d'achat total affecté du pourcentage annuel des ventes en tournée et/ou au comptoir (v. 1, 4).

Ce montant est soumis au taux de **6 %**.

b) Le chiffre d'affaires provenant de la vente de bière d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 0,5 % vol. et les autres boissons d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 1,20 % vol. est obtenu en multipliant par le coefficient **1,5** le prix d'achat total affecté d'un pourcentage annuel des ventes en tournée et/ou au comptoir (v. 1, 4).

Ce montant est soumis au taux de **21 %**.

13. Supprimé

14. Chiffres d'affaires provenant des boissons froides servies au salon de consommation

Le chiffre d'affaires provenant des boissons froides, servies au salon de consommation est obtenu en multipliant par le coefficient **3,2** le prix d'achat total, affecté du pourcentage annuel de la consommation dans le salon. Ce montant doit être augmenté du prix d'achat des autres boissons/bières d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 0,5 % vol. et les autres boissons d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 1,2 % vol., multiplié par le coefficient **3,2**.

Ce montant doit éventuellement comprendre le pourboire réclamé pour les ventes au salon de consommation.

Le total est soumis au taux de **21 %**.

15. Chiffre d'affaires provenant des boissons chaudes (café, thé, bouillon et potages achetés préparés) servies dans un salon de consommation

Le chiffre d'affaires forfaitaire provenant des boissons chaudes servies, s'obtient en multipliant le prix de vente, TVA et service compris, d'une consommation par le nombre de consommations de l'espèce qui ont été servies.

Il est tenu compte des rendements ci-après :

- Café :
- 70 filtres par kg;
 - 142 expressos par kg;
 - 175 tasses par kg;
 - 1 consommation par filtre prêt à l'emploi

Thé : 1 consommation par portion (sachet).

Potage acheté préparé : 1 consommation par sachet.

Bouillon : 100 consommations par litre de concentré de bouillon.

L'assujetti doit mentionner sur la feuille de calcul, les quantités de café, de filtres prêts à l'emploi, de thé, de bouillon et de potages achetés préparés, achetées au cours du trimestre.

Etant donné que le chiffre d'affaires forfaitaire est fixé TVA comprise, il y a lieu de le multiplier par la fraction 100/121 pour déterminer le montant imposable.

Le montant total est soumis au taux de TVA de **21 %**.

CHAPITRE 9

[Opérations dont le chiffre d'affaires n'est pas déterminé forfaitairement]

A. PRODUITS LIVRES OU SERVIS

16. Définition

Lorsque l'assujetti, dans le cadre de son activité professionnelle, livre ou sert des biens autres que ceux visés sous les n° 2 à 7, le chiffre d'affaires provenant de ces opérations n'est pas déterminé forfaitairement.

Il s'agit notamment de petits plats préparés, de sandwiches fourrés, de hot-dogs et d'autres produits préparés, livrés ou servis dans un salon de consommation. Il s'agit également de la livraison d'objets d'ornement et de fantaisie employés lors de l'emballage de dragées ou de la confiserie.

Ces opérations sont, selon le cas et les produits visés, soumises au taux de TVA de 6, 12 ou 21 % lorsque les produits sont vendus au cours d'une tournée ou au comptoir et au taux de 12 % lorsqu'il s'agit de produits d'alimentation qui sont servis dans un salon de consommation.

Les assujettis qui exploitent un salon de consommation sont renvoyés au n° 20 ci-après.

17. Chiffre d'affaires

- Lorsque les recettes provenant de ces produits n'excèdent pas € 1.500,00 par trimestre, TVA comprise, elles peuvent être estimées globalement par l'assujetti dans la feuille de calcul.
- Lorsque les recettes excèdent € 1.500,00 par trimestre, TVA comprise, l'assujetti est tenu, conformément à l'article 14, § 2°, 3°, de l'arrêté royal n° 1 du 29 décembre 1992, de les inscrire au jour le jour dans le journal de recettes. Le montant total est reporté dans la feuille de calcul.

Dans le premier cas, le chiffre d'affaires est estimé séparément aux taux de 6 %, 12 et 21 %.

Dans le second cas, les recettes journalières doivent être en principe inscrites séparément par taux.

Les recettes provenant des petits pains, des sandwiches fourrés, des hot-dogs, etc., livrés ou servis, doivent seulement être déclarées à concurrence de **trois quarts**.

Le chiffre d'affaires ainsi déterminé comprend la TVA. Pour obtenir le montant imposable, les totaux sont multipliés respectivement par la fraction 100/106, 100/112 ou 100/121.

Le montant estimé ou inscrit dans le journal de recettes doit comprendre le pourboire réclamé pour les produits servis dans le salon de consommation.

B. AUTRES OPERATIONS

18/1. Définition

Le montant des autres opérations (p. ex. vente d'un bien d'investissement, etc.) qui, en règle générale, donnent lieu à l'établissement d'une facture ou de tout autre document de même valeur, est fixé au moyen du facturier de sortie. Ce

montant doit être inscrit dans les cases 01, 02 ou 03 de la déclaration périodique à la TVA, en plus des sommes à reporter dans ces cases et provenant de la feuille de calcul à annexer à cette déclaration.

18/2. Vente de sacs en plastique

Indiquer le nombre de sacs et la somme payée par le client au point III.B. en page 3 de la feuille de calcul.

CHAPITRE 10

[Ristournes sur factures clients]

19. Définition

La soustraction des ristournes sur les factures accordées à des clients assujettis ou à des consommateurs importants comme les communautés religieuses, les pensions, les écoles et similaires, n'est permise que si le montant de la ristourne est clairement indiqué sur la facture et calculé sur le prix de vente au détail, TVA comprise.

Un montant égal aux 100/106^e du total des ristournes est soustrait du montant imposable.

CHAPITRE 11

[Modalités d'application]

20. Clause d'exclusion

A. Le glacier qui sert dans son salon de consommation d'autres repas que les repas « légers » (qui ne peuvent être servis qu'avec du pain) mentionnés ci-après, doit remettre une addition ou un reçu pour tous les repas qu'il sert (et les boissons accompagnant ces repas), même pour ceux qui sont repris dans la liste limitative ci-dessous. C'est pourquoi, **ce glacier ne pourra pas bénéficier de la réglementation forfaitaire**. Afin de ne pas devoir délivrer une addition ou un reçu, le glacier devra donc limiter les repas qu'il sert à ceux mentionnés ci-dessous. Attention, ces repas ne peuvent être servis qu'avec du pain. Il s'agit des repas « légers » suivants :

- potages;
- croques (monsieur, madame, hawaïen,...) et autres toasts de toute sorte;
- croquettes (de crevettes, de viande, de volaille, de fromage,...);
- vol-au-vent, boudins, satés;
- sandwiches (y compris hamburgers, hot-dogs, pittas,...);
- salades froides (de viande, de poisson,...);
- assiettes anglaises;
- omelettes, œufs brouillés, œufs sur le plat et autres œufs préparés;
- crêpes, desserts et glaces, gaufres, gâteaux, brioches, croissants, yaourts et milk-shakes.

Le glacier qui ne fournit pas de repas dans son salon de consommation ou qui se limite aux repas « légers » (servis avec du pain) mentionnés ci-dessus, peut bénéficier du système forfaitaire.

B. Ne peuvent pas suivre la réglementation forfaitaire pour la détermination de leur chiffre d'affaires provenant des spécialités livrées ou servies (v. 3), les assujettis qui, pour les sept spécialités désignées ci-après, pratiquant des prix de vente par portion, crème fraîche et TVA comprise, dont le total excède € **52,00**, pourboire non compris.



Dans ce cas, l'assujetti peut, s'il le souhaite, demander l'application d'un forfait individuel à l'inspecteur principal de l'office de contrôle dont il dépend.

Les sept spécialités sont : ananas (pêche ou banane) melba, dame blanche; brésilienne, fraises melba, parfait, café glacé et coupe amarena.

Les prix de vente par portion pratiqués pour chacune des spécialités doivent être mentionnés sur la feuille de calcul.

Les prix 2020 sont :

Dame blanche.....	€ 5,65
Brésilienne.....	€ 5,60
Café glacé.....	€ 5,60
Ananas melba.....	€ 5,75
Fraise melba.....	€ 6,60
Parfait.....	€ 5,95
Coupe amarena.....	€ 6,88
Total.....	€ 42,03

Si une ou plusieurs des spécialités visées n'ont pas été livrées ou servies pendant la période de déclaration, le total des prix de vente par portion pour l'ensemble des spécialités est obtenu au moyen de la formule suivante :

Total des prix de vente par portion des spécialités réellement livrées ou servies : = R

Nombre de spécialités réellement vendues ou servies : S

Formule : $R \times \frac{7}{S}$

21. Prélèvements pour usage privé et pertes

La présente réglementation forfaitaire tient compte des prélèvements effectués par le glacier pour son usage privé et de toutes les pertes possibles, par exemple, les pertes en cours de fabrication, celles résultant du fait que certains produits sont invendus, celles résultant du rasage imparfait des boules, etc.

CHAPITRE 12

[Caractère particulier de la réglementation forfaitaire]

22. Définition

Etant donné le caractère particulier de cette réglementation qui détermine forfaitairement le chiffre d'affaires de l'assujetti en partant de ses achats (v. article 9, 1° de l'arrêté royal n° 2 du 7 novembre 1969), les dispositions de l'article 77, § 1^{er}, 2° à 7° du Code de la TVA ne sont pas applicables à la TVA acquittée par cet assujetti.

CHAPITRE 13

[Déclarations périodiques et notifications]

23. Définition

Une feuille de calcul dont le modèle est établi par l'administration, doit être annexée à chaque déclaration périodique.

Toute modification apportée au cours du trimestre ou de l'année par l'assujetti, soit au prix qu'il pratique, soit dans le format des pinces qu'il utilise, doit être mentionné sur la feuille de calcul, avec indication de la date de mise en application.

Doit en outre être portée à la connaissance du contrôleur en chef de la TVA compétent, le plus tôt possible, toute modification dont il résulte que l'assujetti ne peut plus invoquer le régime forfaitaire.

CHAPITRE 14

[Comptabilité]

24. Définition

Les glaciers soumis au régime forfaitaire doivent tenir :

1. un facturier d'entrée dont le modèle est prescrit par l'administration et qui doit mentionner d'une façon sincère et complète tous les achats effectués, qu'il s'agisse d'achats en gros ou en détail;
2. éventuellement, un facturier de sortie où doivent être inscrites les livraisons donnant lieu à la délivrance d'une facture;
3. éventuellement, un journal de recettes pour l'inscription des recettes provenant de fournitures de biens ou de services faites aux particuliers et pour lesquelles aucune base forfaitaire de taxation n'est établie.

Lorsque, lors d'un contrôle effectué chez l'assujetti, l'administration constate des manquements aux obligations comptables susvisées, elle n'est plus liée par la présente réglementation pour la détermination du chiffre d'affaires.

Cette même règle est valable lorsqu'il apparaît que les recettes réalisées réellement par l'assujetti s'écartent sensiblement des recettes calculées forfaitairement.

Lorsque l'assujetti utilise dans le cadre de ses activités économiques, pour n'importe quelle raison, une caisse enregistreuse, il doit conserver le double des tickets de caisse et/ou les rouleaux de contrôle et présenter ces pièces pour information au fonctionnaire compétent en matière de l'administration de la taxe sur la valeur ajoutée, sans se déplacer.

CHAPITRE 15

[Notes de crédit]

25. Définition

Conformément à la législation en vigueur, les notes de crédit reçues des fournisseurs doivent être inscrites comme les factures, dans le facturier d'entrée.

Le montant des notes de crédit ne peut être soustrait du prix d'achat que dans les seuls cas suivants :

1. retour des marchandises ou d'emballages sur lesquels la TVA avait été perçue lors de la livraison;
2. rectification d'une erreur dans la facturation;
3. diminution de prix accordée après l'envoi de la facture, quand la qualité ou l'état des objets vendus ne répond pas à l'intention commune des parties;

4. intervention pécuniaire du fabricant ou du grossiste dans les diminutions de prix accordées par le glacier pour des actions publicitaires bien déterminées.

La déduction des notes de crédit a toujours lieu hors TVA. Ces notes de crédit doivent être réparties, dans le facturier d'entrée, entre les colonnes réservées à l'inscription des prix d'achat des produits achetés et leur montant doit être précédé du signe « moins » s'il n'est pas écrit à l'encre rouge.

Facturier d'entrée

Indications générales du document (facture, bordereau d'achat, note de crédit, document d'importation, ...)				Opérations (montant hors TVA) pour lesquelles le déclarant est tenu au paiement de la TVA		Acomptes relatifs aux acquisitions intracommunautaires	Analyse du document									
Numéro d'ordre	Date	Fournisseur	Montant total	Acquisitions intracommunautaires de biens	Autres opérations		Prix d'achat des matières premières				Prix d'achat des produits achetés en vue de la vente sans transformation					
						Matières premières pour la glace de consommation, pour les gaufres et crêpes : lait, sucre, crème, « pudding », vanille, amellorants, stabilisateurs, farine, sel, levure, œufs, matières grasses, produits tout préparés, gaufres et crêpes surgelées... (3)	Crème fraîche (3)	(essences, colorants, fruits, sauces, chocolat, moka, « pralin », autres parfums,...) (3) (4) 10 : pour la glace parfumée 11 : pour les garnitures (4)	Produits utilisés	Confiserie chocolat - toffées - pralines - biscuits (3)	Produits de la boulangerie et de la pâtisserie (3)	Boissons, exceptés le café, le thé, le bouillon, le potage acheté préparé et les boissons visées dans la colonne 15 (3)	Bières d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 0,5 % vol. et les autres boissons d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 1,2 % vol. (3)	Autres achats éventuels (3)		
1	2	3	4	5 (*) 86	6 (*) 87	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17

- (1) Les montants des notes de crédit repris dans cette colonne sont précédés du signe « moins » ou inscrits en rouge.
- (2) Le montant à inscrire dans la grille 81 de la déclaration est égal au total des colonnes 8 à 17, après soustraction des notes de crédit.
- (3) Ne peuvent être déduites des colonnes 8 à 17 que les notes de crédit délivrées dans les cas ci-après : retour de marchandises, rectification d'une erreur dans la facturation, rabais de prix pour non-conformité, retour d'emballages déjà taxés, intervention du fournisseur dans des réductions de prix accordées par le détaillant. Pour l'inscription dans ces colonnes, le montant des notes de crédit est précédé du signe « moins » ou inscrit en rouge.
- (4) Le prix d'achat des produits qui peuvent être utilisés dans la fabrication de la glace de consommation parfumée et des garnitures doit être ventilé, sous le contrôle de l'administration, en fonction de l'utilisation réelle de ces produits.

Facturier d'entrée (suite)

Analyse du document					TVA.						
Biens d'investissement Services, biens divers et autres			Notes de crédit reçues		Privé	TVA. inscrite sur le document repris à la colonne 7 (7)	TVA. due à la suite de :				TVA. déductible
Nature	Biens d'investissement (Montant sans TVA.) (1) (4)	Services, biens divers et autres (Montant sans TVA.) (1) (5)	Acquisitions intracommunautaires	Autre opérations	Acquisitions intracommunautaires		Opérations fournies par des cocontractants (6)	Importations en provenance	Notes de crédit reçues		
						18				19	20 (*) 82

- Le total de cette colonne (après déduction des notes de crédit) doit être inscrit dans la grille 83 de la déclaration.
- (1) Le total de cette colonnes doit (après déduction des notes de crédit) être inscrit dans la grille 82 de la déclaration.
 - (2) Il s'agit entre autres de fournitures faites par des exploitants agricoles soumis au régime particulier instauré par l'article 57 du Code TVA., et des travaux immobiliers ou opérations y assimilées pour lesquelles la taxe doit être acquittée par le cocontractant (art. 20 § 1 de l'arr. roy. n° 1).
 - (3) Ne concerne que les opérations réalisées en Belgique.
 - (*) Renvoi à la grille de la déclaration périodique dans laquelle il faut inscrire le total de la colonne.
- Remarque importante : S'il y a lieu, les assujettis peuvent ouvrir des colonnes supplémentaires, notamment pour satisfaire aux obligations imposées par la loi du 17 juillet 1975 relative à la comptabilité et aux comptes annuels des entreprises.



Feuille de calcul

TVA N° :

Nom et adresse de l'assujetti :

FEUILLE DE CALCUL

GLACIERSdu trimestre

Ne pas joindre à la déclaration à la T.V.A. Conserver comme pièce comptable.

I. DECLARATIONS

1. Format des pinces utilisées		
2. Format de la pince la plus petite (le plus grand indice) :	40	A
3. Prix de vente normal pour 3 boules, TVA comprise :	3,30	B
4. Prix de vente forfaitaire d'un litre de glace $B \times A \times 87,5$ (voir note n° 1) : 3 x 100	38,50	C
5. Coefficient à appliquer (v. note n° 1)	12,23	D
6. Nombre de kg de café achetés	12	H
7. Nombre de portions de thé achetées	150	J1
8. Nombre de sachets de potage achetés préparés	–	J2
9. Nombre de litres de bouillon achetés	–	K
10. Nombre de filtres prêts à l'emploi achetés	100	L
11. Prix d'achat des boissons froides soumises au taux de 6%	178,48	M1
12. Prix d'achat des boissons froides soumises au taux de 21%	59,49	M2
13. Pourcentage du chiffre d'affaires réalisé (v. note n° 2)		
- au comptoir et/ou par un glacier ambulant (TVA 6%)	30%	Q
- dans le salon de consommation (TVA 21%)	70%	R
	100%	
14. Prix de vente, TVA et supplément pour crème fraîche inclus, d'une portion de chacune des spécialités suivantes. Si une ou plusieurs spécialités n'ont pas été vendues, v. note n° 3		
a) € 5,65 - Ananas (pêche ou banane) Melba		
b) € 5,50 - Dame blanche		
c) € 5,90 - Fraise Melba		
d) € 6,40 - Coupe Amarena		
e) € 5,55 - Brésilienne		
f) € 5,60 - Parfait		
g) € 5,50 - Café glacé		
Total a) + b) + c) + d) + e) + f) + g) : € 40,10		

II. DETERMINATION FORFAITAIRE DU CHIFFRE D'AFFAIRES VENTE AU COMPTOIR ET/OU PAR UN AMBULANT

A. TAUX DE TVA 6%		
1. Glace de consommation, gaufres et crêpes (v. notes n° 4 et 10)		
Montant des achats :	€ 1.470,27 x 12,23 D =	17.981,40
2. Parfums (v. notes n° 5 et 10)		
Montant des achats :	€ 1.428,36 x 2,18 =	3.113,82
3. Spécialités (v. notes n° 5 et 10)		
Montant des achats :	€ 1.689,36 x 0,74 =	1.250,13
4. Crème fraîche (v. notes n° 6 et 10)		
Montant des achats :	€ 785,48 x 4,23 =	3.322,58
Recettes totales, TVA non comprise		25.667,93
Vendu au comptoir et/ou par un glacier ambulant :		
S 25.667,93 x Q 30% =		7.700,38
5. Produits du négoce à l'exclusion des boissons et des produits de la boulangerie et de la pâtisserie (v. note n° 10)		
Montant des achats :	€ 92,96 x 1,40 =	130,14
6. Vente d'autres boissons que celles visées dans la rubrique B ci-après		
M ¹ 178,48 x Q 30% =	53,54 x 1,50 =	80,32
TOTAL :		7.910,84

TVA N° :

Nom et adresse de l'assujéti :

FEUILLE DE CALCUL
GLACIERS

du **1** trimestre **2 0 2 5**

Ne pas joindre à la déclaration à la T.V.A. Conserver comme pièce comptable.

B. Taux de TVA 21%

Boissons froides (*) (voir note explicative n° 10)

Montant des achats : M² **59,49** x Q 30% : **17,85** x 1,50 =

26,77

II

VENTES AU SALON DE CONSOMMATION

TAUX DE TVA 12%

1. Produits mentionnés sous A, 1 à 4, vendus au salon

S **25.667,93** x R 70% = **18.212,96**

2. Les produits de la boulangerie et de la pâtisserie (voir note explicative n° 10)

Montant des achats : € **136,34** x 1,80 = **245,41**

Recettes totales 1 et 2 TVA non comprise

18.212,96

X₁

3. Pourboire compté (voir note explicative n° 8) : X₁ **18.212,96** x 15% =

2.731,94

TOTAL :

20.944,90

III

TAUX DE TVA 21%

1. Boissons froides (voir note explicative n° 10)

Montant des achats :

M¹ **178,48** x R 70% x 3,2 = **399,80**

M² **59,49** x R 70% x 3,2 = **133,26**

533,06

X₂

2. Pourboire compté (voir note explicative n° 8) : X₂ **533,06** x 15% =

79,96

3. Boissons chaudes - Prix de vente, TVA et pourboire compris (voir note explicative n° 7)

• Café

Filtre = T¹ x H¹ x 70 =

Expresso = T² 1,36 x H² 12 x 142 = **2.317,44**

Tasse = T³ x H³ x 175 =

• Thé = U¹ 1,36 x J¹ 150 = **204,00**

• Potage = U² x J² =

• Bouillon = V x K x 100 = **174,00**

• Filtre = W 1,74 x L 100 =

2.695,44 x $\frac{100}{121}$ =

2.227,64

TOTAL :

2.804,66

IV

(*) Les bières d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 0,5% vol. et les autres boissons d'un titre alcoométrique acquis supérieur à 1,2% vol.

TVA N° :

Nom et adresse de l'assujetti :

FEUILLE DE CALCUL

GLACIERSdu trimestre

Ne pas joindre à la déclaration à la T.V.A. Conserver comme pièce comptable.

III. LIVRAISONS NON COUVERTES PAR LE FORFAIT**A.** Chiffre d'affaires, TVA comprise, provenant de la livraison de petits plats préparés, hot-dogs, etc., et objets d'ornement et de fantaisie (v. note n° 9) :

- lorsque les recettes n'excèdent pas, par trimestre, € 1.500, à estimer :
- dans le cas contraire, suivant le journal des recettes.

a) à 6%	x $\frac{100}{106}$ =	V
b) à 12%	245,41	x $\frac{100}{112}$ =	219,12	VI
b) à 21%	699,31	x $\frac{100}{121}$ =	577,94	VII

B. Sacs en plastique - Taux de TVA 21 %

- nombre de sacs en plastique achetés
- somme payée par le client
- recette (TVA comprise)

..... (AA)
 (BB)
 AA x BB =

- recette (TVA non comprise)

x $\frac{100}{121}$
 VIII

VI. RECAPITULATION (voir note explicative n° 11)**A. Sommes pour lesquelles il est dû 6% :**

TOTAL I : **7.910,84**
 TOTAL V : **7.910,84**

A soustraite : ristournes sur facture clients :

..... x $\frac{100}{106}$ =

€ 7.910,84 x 6% = **€ 474,65**

A reporter dans la grille 01 de la déclaration

B. Sommes pour lesquelles il est dû 12% :

TOTAL III : **20.944,90**
 TOTAL VI : **219,12**

€ 21.164,02 x 12% = **€ 2.539,68**

A reporter dans la case 02 de la déclaration

C. Sommes sur lesquelles il est dû 21% :

TOTAL II : **26,77**
 TOTAL IV : **2.804,66**
 TOTAL VII : **577,94**
 TOTAL VIII :

€ 3.409,37 x 21% = **€ 715,97**

A reporter dans la case 03 de la déclaration

Total = **€ 3.014,33**

A reporter dans la case 54 de la déclaration

Episode 2 de la réflexion sur le pétrissage

Le difficile passage de pétrissage «à bras» au pétrissage «à la mécanique»

L'argumentation pour transférer l'effort humain du pétrissage manuel sur la machine pourrait être simplement humaniste, quand on voit le nombre de gestes et la pénibilité engagée pour soulever la pâte, afin de réaliser des pâtes bien battues. Il fallait en effet pour « enlever » une pâte d'environ cent kilos, un geste se pratiquant une vingtaine de fois, par portion de cinq kilos, pour donner ce que l'on appelle, un tour. Comme on pratiquait six à huit tours chez les meilleurs, on imagine aisément qu'une transpiration en résultait. De nos jours, elle ferait sans doute pâlir les vendeurs de régime actuels visant une perte de poids. Car chiffré par le Syndicat de la Boulangerie de Paris (fig.5), la dépense énergétique, c'est 200 grammes en moins par personne lors du pétrissage et si vous remettez cela dans la journée, c'est 300 grammes de perte de poids¹.

On va faire un grand écart dans la manière de pratiquer la panification en la faisant entrer dans la mécanisation du pétrissage, le premier engrenage vers une « industrialisation » que l'on qualifierait de légère, voir d'indispensable de nos jours.

Après la pénibilité, le deuxième argument que l'on mentionne pour passer du pétrissage manuel au pain « à la mécanique » est l'hygiène. Fin de XIX^e siècle les sociétés d'encouragement à l'industrialisation nationale

« qui font la donne » en ces temps vont insister lourdement sur ce point.

En 1780, dans leurs discours prononcés à l'ouverture de la première école de boulangerie à Paris, les deux Antoine, Parmentier et Cadet de Vaux, soulignaient le besoin de science pour faire progresser l'art de la boulangerie². Une des interventions d'A.A. Parmentier portera même le titre « Pourquoi le professorat y est-il confié à des chimistes ? » et on reprochera que leurs cours soit « trop expert » en signifiant qu'ils parlaient « une langue étrangère ». Cours qui connurent pourtant un grand succès.

A partir de la seconde moitié du XIX^e siècle, un réquisitoire tendancieux va entacher ces propos. Il se voulait savant et vulgarisateur, car la science sera moins neutre qu'on pourrait le penser, surtout quand il s'agit de se positionner dans le débat entre l'artisanat et l'industrie.

Les aspects hygiénistes à l'époque ont le vent en poupe, la science gagne des duels sur la maladie en luttant contre certains virus (par exemple : vaccin contre la rage). On veut même délégitimer le pétrissage manuel. C'est que les boulanger(e)s ont la poussière de farine qui « s'attache au gosier, à l'estomac et aux bronches », les rendant « sujets à la toux, à l'enrouement et la difficulté de respirer »³. La parole sacralisée des docteurs va même jusqu'à dire que cette attitude du

fig.5. La description de la dépense physique du pétrissage manuel

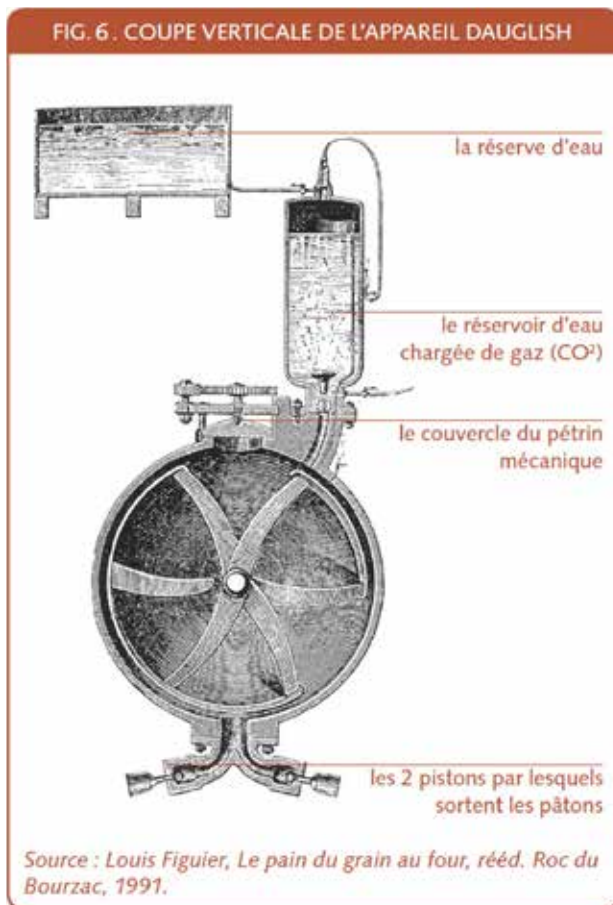
	Première pétrissée	Deuxième pétrissée
Temps utile consacré au travail, exprimé en minutes.	28'	35'
Nombre de mouvements employés pour sectionner la pâte.	97	90
Nombre d'efforts employés pour soulever la pâte.	342	346
Perte en poids de l'ouvrier, exprimé en grammes)	200 g	304 g

D'après AMMANN, 1925.

¹ Louis AMMANN, *Meunerie et Boulangerie*, Encyclopédie agricole, Paris 1925. p. 374 ; A. MONTEUVIS, *Le pain blanc, ses dangers, son remède : le pain naturel*, A. Maloine, Paris, 1914, p. 234.

² A.A. PARMENTIER et A.A. CADET DE VAUX, *Discours prononcés à l'ouverture de l'école gratuite de boulangerie*, imprimé chez Ph.D.Pierres, Paris, le 8 mai 1780, p. 56-58 et p. 61-62.

³ B. RAMAZZINI, augmenté par Ph. PÂTISSIER et Antoine-François FOURCROY, *Traité des maladies des artisans*, traduction française enrichie de *De morbis artificum diatriba* de 1713, Librairie Baillière, Paris, 1822, p. 192.



boulangers risque de créer un scandale public de contamination de la tuberculose⁴. On dira même qu'à la boutique du boulanger, on va « rencontrer dans son pain, les germes nocifs qu'a pu y incorporer l'ouvrier, suant, soufflant et souvent tuberculeux à soixante-dix pourcent »⁵. À l'heure où la tuberculose est un fléau appelé encore « peste blanche » qui a emporté dix millions de personnes en France au XIX^e siècle⁶, l'hygiénisme n'y va pas de main morte avec le pain des boulangers, qui est pourtant un produit cuit.

Bien avant « l'ère Pasteur » de la fin du XIX^e s., Antoine Boland trouve ces prétendus dénigrement ou rumeurs trop légères⁷. Louis Ammann, lui aussi en désaccord avec cette accusation, met en avant la cuisson du produit qui débarrasse le pain du bacille dit de Koch (*Mycobacterium tuberculosis*) que Robert Koch découvrit en 1882⁸. À l'inverse, d'autres, à la Ligue Sociale d'acheteurs, fondée en 1902, et à la Ligue internationale de l'Aliment Pur, fondée en 1910

provoquent, en publiant l'image de « l'ouvrier si souvent tuberculeux... qui à chaque "han" projette des milliers de bacilles »⁹.

Les publicités pour les pétrins mécaniques reprennent allégrement cet argument sanitaire.

Dans l'Angleterre de l'époque dite victorienne (des années 1830 à la fin du XIX^e siècle), un nouveau procédé, l'« Aerated Bread », est mis au point par le docteur John Daughlish (*1824 - †1866). Sir Benjamin Ward Richardson (*1828 - †1896), qui deviendra plus tard le directeur de l'Aerated Bread Company, était un docteur influent, qui participait à l'élaboration des politiques sanitaires et donnait des conférences très suivies. Ardent défenseur du procédé, il affirmait que celui-ci permettait de se dispenser des levures et autres additifs, tout en réduisant considérablement le temps de production.

Voyons la recette de cet aerated bread ou pain aéré. On va introduire une eau saturée en gaz carbonique directement dans un pétrin fermé, le tout est presque en vacuum et le mélange dure sept minutes dans un pétrin sphérique. Les pâtons sortent en dessous par deux pistons et tombent directement dans un moule et tout aussi directement, vont dans le four (fig.6).

Pas de fermentation et une durée fortement raccourcie de la panification, où cuisson d'une heure comprise, on arrive à une durée totale de panification d'une heure et demie.

La publicité d'alors avance que « toutes les influences destructrices de la fermentation sont évitées », puisqu'« il n'y a pas de décomposition chimique de la farine, et donc pas de perte de matière, alors que la levée de la pâte est effectuée de manière tout aussi efficace ». Le pain issu de la méthode Daughlish contient « tout le gluten et les albumines du blé, dont chacun est diminué dans les méthodes traditionnelles de fermentation ». Mais on est moins fort en langue sur la production du gaz carbonique parfois obtenu à l'époque en faisant réagir de l'acide sulfurique sur du blanc de Meudon (type de craie)¹⁰, utilisant ainsi le principe du *baking-powder* ou *soda-bread* écossais qui a inspiré John Daughlish.

Des plaidoiries (pour et contre le procédé Daughlish) qui lorsqu'ils sont analysés avec le recul, laissent apparaître des exagérations dans les textes alimentant la polémique.

Vérifions un peu ; la fermentation n'utilise que quelques pourcent (de 1 à maximum 2 %), de sucres, alors que

⁴ François JARRIGE, *Le travail de routine, autour d'une controverse sociotechnique dans la boulangerie française du XIX^e siècle*, publié dans *Annales. Histoire, Sciences sociales*, 2010/3, p. 648-650, 671.

⁵ Jacques BOYER, *Pain frais sans geindre*, *Revue Touche à tout*, n°7, 2^e semestre 1911, p. 44.

⁶ Stéphane HENRY, *Vaincre la tuberculose (1876-1939). La Normandie en proie à la peste blanche*, Presse Universitaire Rouen - Havre, 2013, p. 47.

⁷ A. BOLAND, *Traité pratique de Boulangerie*, Librairie scientifique Lacroix, 1860, p. 360.

⁸ L. AMMANN, déjà cité note 1, p. 376.

⁹ D^r A. MONTEUUIS, déjà cité note 1, p. 235.

¹⁰ J. TURGAN, *Les grandes usines, Boulangerie Centrale de l'Assistance Publique de la Seine*, imprimé chez Michel Lévy frères, Paris, 1863, p. 122.



Caricature mettant en image les effets de la consommation du pain aéré (« aerated bread ») du docteur Dauglish.

J. Dauglish surestimait la matière perdue à 3 à 5 %, pour réaliser la fermentation¹¹. Sans parler que l'écartement de la fermentation est considéré ici, à l'opposé de la transformation positive que celle-ci apporte à la pâte au niveau nutritif.

Dès 1861, l'*Aered Bread Company* (A.B.C.) est créée et son pain a été introduit dans de nombreux hôpitaux. En 1863, à Londres, la compagnie aura jusqu'à une centaine de points de vente couplés aux tea-rooms que la firme initie. Même le « médical » pain du pasteur Graham (pain de farine intégrale) se fait parfois avec ce procédé.

Un tel système se prête également à un haut degré d'automatisation. Ce n'est « rien que la farine, l'eau, un peu de sel et de gaz, pas de sueur ! Il a été souhaité par beaucoup » disent les promoteurs.

À la même époque à Paris, rue Richelieu dans le 1^{er} arrondissement, l'investissement du viennois August Zang (*1807 - †1888) ne dit pas autre chose dans sa publicité datée du milieu du XIX^e siècle ; « la main de l'homme n'y a pas touché »¹².

Auguste Zang cet homme d'affaires autrichien déposera aussi un brevet en 1842 pour l'invention d'une méthode de panification perfectionnée dans laquelle la levure, le pétrin mécanique et le four en chauffe indirecte avaient probablement leur place.

L'industrialisation de la boulangerie devient vite une concurrence implacable pour les petits boulangers

traditionnels. Ils vont réagir au moyen d'affiches et autres publicités, en particulier à Londres dans le voisinage de l'usine A.B.C., incitant les gens à « acheter le pain contenant du genièvre » à un moment où la levure de distillerie à laquelle on ajoutait des baies de genévrier était réputée avoir des propriétés médicinales.

Pourtant l'alcool formé par la levure est largement dissipé à la cuisson. Le discernement justifié ne sera bien sûr pas l'apanage des belligérants sur ce thème, trop de conflits d'intérêts les mèneront jusqu'à l'amplification de la rumeur vue ici en caricature (fig.7).

Le marché lui, en sera déstabilisé et les boulangers devront même revoir leurs prix à la baisse, surtout dans les pays qui s'industrialisent rapidement, l'Australie par exemple.

Arrivé depuis juin 1849 à Londres après ses exils politiques à Paris et Bruxelles, Karl Marx (*1818 - †1883) est séduit par le procédé de l'*aerated bread*. Il n'est pas étonnant que K. Marx s'intéresse à ce procédé et à l'industrialisation de la panification. La planification économique pour la collectivité va souvent aller de pair avec l'industrialisation pour les vues du fondateur de la charte du premier parti communiste.

A l'époque, pour assumer sa tâche de père nourricier de sa famille (3 enfants), Karl Marx est correspondant londonien du journal autrichien « *Die Presse* » qui a été fondé en juin 1848 par ...August Zang. Ce dernier avait revendu en période révolutionnaire (1848) sa boulangerie viennoise de Paris pour investir dans ce journal et en devenir le rédacteur en chef, jusqu'en 1867, date à laquelle il revendit de nouveau ses parts pour les placer dans d'autres investissements.

Karl Marx évoque dans un article « *Die Brot Fabrication* » de « *Die Presse* » du 30 octobre 1862, le procédé du professeur J. Dauglish en ces termes : « La généralisation de la méthode du docteur Dauglish va transformer les maîtres boulangers anglais d'aujourd'hui en simples employés de quelques grandes usines à pain. Ils n'auront plus à s'occuper de la production elle-même, mais seulement de la vente au détail : ce qui ne représentera pas, pour la plupart d'entre eux, une grave métamorphose, étant donné qu'ils sont déjà pratiquement les employés des grands meuniers. La victoire du pain mécanique marquera un tournant dans l'histoire de la grande industrie »¹³. Émile Fleurent écrira de même, dans une même recherche de baisse du prix du pain, « qu'il exhorte les boulangers à devenir dépositaires du pain qui sera fabriqué dans une usine centrale montée à l'aide de leurs capitaux »¹⁴.

¹¹ Benjamin W. RICHARDSON, *On the Healthy Manufacture of Bread: A Memoir on the System of Dr. Dauglish*, Baillière, Tindall, & Cox, 1884, p. 68.

¹² Jim CHEVALIER, *August Zang and the French Croissant*, Charleston, 2^e éd. 2014, p. 31.

¹³ Karl MARX, article, *Die Brot Fabrication*, du journal viennois *Die Presse* du 30-10-1862, p. 5.

¹⁴ E. FAVRAIS, *Manuel du boulanger et de pâtisserie boulangère*, Librairie Bernard Tignol, Paris, 1904, p. 51.

Dans son écrit majeur, « Le Capital », Karl Marx écrit encore que les boulangeries « appliquent encore des procédés primitifs. [...] Abstraction faite de la fabrication du pain à la mécanique encore toute récente, il n'y a pas d'industrie en Angleterre qui ait conservé un mode de production aussi suranné que la boulangerie »¹⁵.

Probablement moins que l'argument pour la levure qui remplace le fastidieux travail au levain avec la durée de ses trois rafraîchis précédant la pâte, c'est également pour la lutte contre le travail de nuit que le pétrin mécanique doit remplacer le pénible travail avec les bras. Tout au long du XIX^e siècle, le monde de la boulangerie est tiraillé entre deux visions du travail, l'une qui se fie aux sens et l'expérience et l'autre venant de l'ingénierie cherchant à imposer des mesures déterminées ouvragées par des instruments¹⁶.

Si la révolution industrielle prend place, ce n'est pas tellement vrai pour la boulangerie, qui restera « un secteur artisanal largement à l'écart du grand mouvement de la rationalisation »¹⁷.

Anselme Payen, le « découvreur » de la diastase, écrit en 1859 : « Un jour viendra sans doute, où nos descendants qui liront la technologie du XIX^e siècle, se demanderont si réellement à l'époque du progrès industriel on préparait le premier de nos aliments par le travail dont nous sommes témoins, en plongeant les bras dans la pâte, la soulevant et la rejetant avec des efforts tels qu'ils épuisent l'énergie des geindres à demi-nus et font ruisseler la sueur dans la substance alimentaire. Espérons que le temps est peu éloigné où les nombreux essais, entrepris depuis plus de soixante ans se résumeront en un procédé pratique »¹⁸.

Louis Ammann, professeur à l'école d'agriculture de Paris-Grignon, signale dans son livre du début du XX^e siècle qu'« un boulanger qui a un pétrin mécanique

a dû l'installer de nuit et ne fonctionne pour ainsi dire qu'en secret, les clients déserteraient ma boutique, dit le boulanger, s'ils savaient consommer du pain à la mécanique ». Un autre boulanger voit un de ses clients l'abandonner, ce client souffre de maux d'estomac et il attribue ses douleurs, d'après l'avis du médecin, à l'ingestion de pain « fait à la mécanique »¹⁹.

L'argument de la perte de savoir-faire est aussi exprimé dans le journal de la boulangerie française de mars 1914, dans un article intitulé « Le pétrissage mécanique et le recrutement des ouvriers » : « Nous commençons à manquer d'ouvriers et ils sont de moins en moins capables. Bientôt, ils ne voudront plus pétrir à bras ! Il faut que nous arrivions à avoir des professionnels connaissant le travail. Aujourd'hui, le grand changement, c'est que la Province ne fait presque plus d'apprentis, car les ouvriers apprennent tout de suite à conduire le pétrin mécanique sans avoir boulangé à bras »²⁰.

À cheval sur les deux siècles et en tant que fils du boulanger de la rue Ferrandière à Lyon, l'écrivain Henri Béraud signale l'évolution en ces termes : « quand la terre s'est mise à tourner plus vite », nous avons « vu naître le pétrin mécanique » entre l'aspirateur et le froid artificiel, désormais « l'habitude allait appartenir au passé »²¹.

Et c'est souvent « l'ornière de la routine » que l'on évoque pour expliquer que le transfert de ce travail pétrisseur du manuel vers le mécanique prendra plus d'un siècle. Encore un débat qui, par manque de recherches et de discernement, est resté de bout en bout partisan. Au point qu'en 1937, Émile Dufour écrira avec un certain dépit « qu'un fleuve d'encre a coulé au sujet du pétrin mécanique et il est inutile d'y revenir, la chose étant résolue »²².

● M. Dewalque

¹⁵ Karl MARX, *Le Capital*, livre premier des éd. Sociales de 1976, édition originale en 1867, p. 228, 186.

¹⁶ François JARRIGE, déjà cité note 4, p. 668, 676.

¹⁷ François JARRIGE, déjà cité note 4, p. 647.

¹⁸ Anselme PAYEN, *Précis de chimie industrielle*, tome second, Librairie L.Hachette, Paris, 1859, p. 140.

¹⁹ Louis AMMANN, déjà cité note 1, p. 378.

²⁰ Hubert CHIRON, *Les différentes étapes de la mécanisation du pétrissage en France*, dans revue *Industries des céréales*, 83 de septembre 1993, p. 7.

²¹ Henri BÉRAUD, *La gerbe d'or*, Les éditions de Paris, 1928 réédité en 1950, p. 163-166.

²² Émile DUFOUR, *Traité pratique de panification française et parisienne*, Paris, 4^e édition 1957, p. 150.

L'Allemagne, la France, l'Italie et la Belgique remportent la GELATO EUROPE CUP 2025

La première Allemagne, la deuxième la France, la troisième l'Italie et la quatrième Belgique sont les lauréats de la Gelato Europe Cup qui participeront à la 11^e édition de la Gelato World Cup au Sigep World 2026.

La Gelato World Cup est une compétition prestigieuse qui réunit les meilleurs artisans glaciers du monde entier. Les participants s'affrontent dans différentes épreuves, mettant en avant leur savoir-faire, leur innovation et leur amour pour le gelato. C'est une véritable célébration de la culture du gelato et de la gastronomie !

Chaque équipe a réalisé 6 élaborations avec un thème dédié.

Dans l'ordre : l'Allemagne a apporté le thème de l'Amazonie, la Haute Couture de la France, le Luna Park de l'Italie et la Belgique Luna.

Organisée par SIGEP World et Gelato e Cultura srl, la Gelato Europe Cup sélectionne les meilleures équipes européennes de glaciers et de pâtisserie pour participer à la onzième Gelato World Cup, la plus importante compétition internationale par équipes dédiée au secteur, prévue à SIGEP 2026.

Le championnat d'Europe s'est déroulé avec ces épreuves de compétition : Plateau Glace recyclée, gâteau de crème glacée à portion unique dans un bol en verre, Boîte Mystère à la crème, Boîte Mystère aux fruits et bâtonnets de crème glacée.



Maryne Poppe (Tendance Glacée), Jose Romero (Pepe's) et Fabio Marasti (La gourmandice), ont représenté l'équipe belge au concours Gelato World Cup et ont remporté leur place pour la finale mondiale de la Gelato World Cup 2026, en finissant 4^e derrière l'Italie, la France et l'Allemagne.

Tous les trois font partie de l'association royale des glaciers francophones.

De plus, ils ont terminé 3^e du prix du jury presse pour le bac de récupération.

C'est le fruit de mois de travail acharné et de passion pour l'art du gelato. Ils ont mis tout leur cœur et leur créativité dans cette compétition internationale, et sont évidemment très fiers de cette réalisation.

Cela faisait 22 ans que la Belgique n'avait pas été représentée à cette compétition !



Maryne Poppe

Jose Romero

Fabio Marasti



Interview de Maryne Poppe : «Une aventure intense et inspirante»

Florence de Thier (FdT) : Maryne, peux-tu nous décrire ton ressenti lorsque l'équipe belge a décroché sa place pour la finale mondiale ?

Maryne Poppe (MP) : C'était un mélange d'émotions ! On a vraiment donné tout ce qu'on pouvait, mais on savait aussi qu'on n'avait pas les mêmes entraînements ni le même entourage que les autres équipes. C'était donc un soulagement énorme. J'aurais été déçue de ne pas être sélectionnée, mais en même temps, on savait qu'on partait avec un handicap en termes de préparation.

FdT : C'est donc une double victoire, d'autant plus que la Belgique n'avait pas participé depuis 22 ans...

MP : Oui, tout à fait. Mais je pense que jusqu'ici, on ne s'était pas vraiment intéressés à cette compétition en Belgique. Peut-être que cette qualification nous redonnera confiance pour l'avenir et incitera d'autres glaciers

à tenter leur chance. Pour l'instant, on n'a pas encore eu beaucoup de retours là-dessus.

FdT : Penses-tu mettre en avant cette qualification sur ton site ou dans ta communication ?

MP : Je ne sais pas encore. C'est une bonne idée, car c'est aussi un argument commercial, mais je veux voir comment l'intégrer.

FdT : Quelle a été l'épreuve la plus difficile pour toi ?

MP : Il y en a une où nous n'avions pas bien compris le règlement. Nous avons dû modifier notre préparation à la dernière minute. Il s'agissait de la verrine glacée : nous pensions qu'il fallait une glace ou un parfait glacé, alors qu'en réalité, c'était les deux. Comme nous ne nous étions pas entraînés avec cette version, ça a été un vrai challenge. Heureusement, ça s'est bien passé malgré tout !

FdT : Parmi les six réalisations que vous avez présentées, laquelle t'a rendue la plus fière ?

MP : Probablement notre gâteau, dans lequel nous avons intégré un damier à l'intérieur, en référence à la fusée du thème Luna. Ce genre de détail demande de la précision et du travail, donc j'en suis particulièrement fière.

FdT : Justement, pourquoi avoir choisi le thème Luna ?

MP : À l'origine, nous voulions partir sur *Objectif Lune* de Tintin, en lien avec les saveurs que nous avons sélectionnées. Nous avons même prévu d'inclure une illustration de l'album sur le bac de présentation. Mais les ayants droit de Tintin ne nous ont pas donné leur accord, donc nous avons dû revoir notre copie et retirer tout ce qui faisait référence directement à la bande dessinée. Malgré cela, l'inspiration est restée présente dans nos créations.

FdT : Comment s'est passée la collaboration avec José Romero et Fabio Marasti ?

MP : Très bien ! Nous avons chacun apporté nos forces et nos spécialités, ce qui a créé un bel équilibre. On se connaissait déjà par le biais de concours précédents, et Fabio fait partie de la même association que moi.





FdT : En parlant de l'Association royale des glaciers francophones, quel rôle a-t-elle joué dans votre parcours ?

MP : L'association nous soutient et nous permet d'échanger avec d'autres artisans, ce qui est toujours enrichissant. D'ailleurs, elle évolue : Henri Tavolier reste président, mais il commence à nous passer la main progressivement. Pour l'instant, je gère surtout la communication et les réseaux sociaux.

FdT : Vous avez aussi remporté la 3^e place du prix du jury presse pour le bac de récupération. Peux-tu nous en dire plus sur cette récompense ?

MP : Une des épreuves consistait à créer un bac de glace en lien avec la récupération. Nous avons travaillé autour du chocolat en utilisant le mucilage et la cascarilla, c'est-à-dire les parties du cacao habituellement jetées. Ce prix était décerné par la presse, et nous ne nous y attendions pas du tout, donc ça a été une belle surprise !

FdT : L'Italie, la France et l'Allemagne ont terminé devant vous. Trouves-tu leur victoire méritée ?

MP : Oui, clairement. Ils étaient mieux préparés et avaient plus de moyens, notamment l'Allemagne et l'Italie. Ce n'est pas seulement une question de technique : ils avaient une mise en scène impeccable, avec des brochures, des verrines, et des éléments très travaillés autour de leur thème. Le travail du sucre réalisé par la France était également magnifique.

FdT : Quel moment de la compétition t'a le plus marquée ?

MP : La remise des prix, sans hésitation. Ce n'est pas tous les jours que l'on vit une telle reconnaissance à l'échelle internationale.

FdT : Quelles leçons tires-tu de cette Gelato Europe Cup en vue de la Gelato World Cup 2026 ?

MP : Il est clair que nous devons nous préparer beaucoup plus sérieusement. Nous avons déjà commencé à compléter notre équipe et à affiner notre stratégie.

FdT : Justement, quelles sont les prochaines étapes pour vous ?

MP : Nous devons finaliser la constitution de l'équipe. Il nous faut encore des spécialistes en sculpture sur glace, en sucre et en chocolat. Il y aura aussi une épreuve salée, donc nous devons nous organiser en conséquence. Une fois l'équipe au complet, nous nous concentrerons sur les entraînements et le choix des thèmes. C'est moi qui ferai la sculpture sur glace normalement.

FdT : Selon toi, qu'est-ce qui fait la différence dans ce type de compétition ?

MP : Ce n'est pas uniquement une question de technique. Ce qui compte, c'est l'originalité des saveurs, la gestion du temps et la capacité à associer différentes textures et goûts.

FdT : La gestion du stress joue-t-elle un rôle important ?

MP : Bien sûr, mais c'est un stress de courte durée. Sur deux jours de compétition, on reste focalisés sur notre travail, et le public n'est pas si proche de nous, donc cela aide à garder sa concentration.

FdT : Cette expérience t'a-t-elle inspirée pour de nouvelles créations chez Tendance Glacée ?

MP : Oui, forcément ! Quand on participe à un tel événement, on découvre de nouvelles techniques et on repart avec plein d'idées à explorer.

FdT : Pour finir, quel message voudrais-tu adresser aux jeunes artisans glaciers qui rêvent de participer à une compétition de ce niveau ?

MP : J'aimerais qu'on soit plus nombreux à oser tenter ces concours. C'est une occasion incroyable de valoriser notre métier et de le faire mieux connaître. Et au-delà de la compétition, c'est une formidable opportunité d'apprentissage et de dépassement de soi.

EPOXY
& Travaux

Les sols en résine époxy sont durables, résistants, sans joints, faciles à entretenir et respectent les normes d'hygiène et de sécurité les plus strictes.

EPOXY & TRAVAUX // Tél. 0490/16.69.45
info@epoxy-travaux.be // www.epoxy-travaux.be



Boulangers-pâtisseries : comment réduire votre empreinte carbone et contribuer à lutter contre le réchauffement climatique



En tant que boulanger-pâtisseries, vous jouez un rôle central dans la vie de votre communauté. Mais au-delà de nourrir vos clients avec des produits de qualité, vous avez aussi l'opportunité de contribuer activement à la protection de la planète. Le secteur de la boulangerie-pâtisserie, bien qu'essentiel, peut être à l'origine d'une empreinte carbone significative à cause de la consommation d'énergie, des emballages ou encore des approvisionnements.

Voici des pistes concrètes pour diminuer votre impact environnemental tout en valorisant votre engagement auprès de vos clients. Et pourquoi pas l'afficher sur votre vitrine ?

1. Optimisez l'énergie dans votre atelier

Les fours et équipements de cuisson représentent une part importante de votre consommation énergétique. Voici comment réduire leur impact :

- **Investissez dans des équipements énergétiquement performants** : privilégiez des fours et machines étiquetés « classe énergétique A » ou plus. Ces appareils modernes consomment moins tout en offrant une performance optimale.
- **Adoptez des gestes simples** : préchauffez vos fours uniquement lorsque c'est nécessaire, regroupez vos cuissons pour éviter des cycles inutiles, et veillez à bien éteindre vos équipements en fin de journée.
- **Recourez aux énergies renouvelables** : si possible, installez des panneaux solaires pour alimenter une partie de vos besoins énergétiques.



2. Sélectionnez des ingrédients responsables

L'approvisionnement en matières premières représente une part importante de l'empreinte carbone. Vous pouvez agir à différents niveaux :

- **Privilégiez le local et le saisonnier** : s'approvisionner auprès de producteurs locaux réduit les distances de transport et favorise l'économie de votre région. Préparez vos tartes et viennoiseries avec des fruits de saison.
- **Optez pour des produits issus de l'agriculture biologique** : ces produits sont cultivés sans pesticides chimiques et ont souvent un impact moindre sur l'environnement.
- **Réduisez les déchets alimentaires** : planifiez vos productions pour éviter les surplus, et transformez vos invendus en produits alternatifs (comme du pain perdu ou des biscuits).

3. Réduisez les emballages

Les emballages représentent une source majeure de déchets. En tant que boulanger-pâtisseries, vous pouvez adopter des alternatives plus écologiques :

- **Utilisez des emballages biodégradables ou compostables** : de plus en plus de fournisseurs proposent des sachets, boîtes et films alimentaires réalisés à partir de matériaux recyclés ou naturels.
- **Encouragez les contenants réutilisables** : proposez à vos clients de venir avec leurs propres sacs ou boîtes réutilisables. Vous pouvez aussi introduire un système de consigne pour vos boîtes.
- **Limitez les emballages superflus** : réduisez au maximum le double-emballage et utilisez des formats adaptés à la taille des produits.



4. Gérez vos déchets intelligemment

La gestion des déchets est un aspect crucial pour limiter votre impact environnemental :

- **Compostez vos biodéchets** : les restes de pâte, épiluchures de fruits ou autres déchets organiques peuvent être compostés pour produire un fertilisant naturel.
- **Recyclez efficacement** : séparez vos déchets recyclables (carton, plastique, verre) et assurez-vous qu'ils soient collectés par un prestataire approprié.
- **Travaillez avec des associations** : faites don de vos invendus à des organismes de lutte contre le gaspillage alimentaire.

5. Sensibilisez votre équipe et vos clients

Votre engagement sera encore plus impactant si vous impliquez vos collaborateurs et vos clients :

- **Formez vos équipes** : expliquez à vos employés l'importance de ces gestes et donnez-leur les outils pour adopter des pratiques écoresponsables au quotidien.
- **Communiquez vos efforts** : utilisez vos vitrines, votre site web ou vos réseaux sociaux pour informer vos clients de vos initiatives environnementales. Cela renforcera leur fidélité et valorisera votre image.
- **Proposez des produits engagés** : lancez des gammes spéciales mettant en avant des ingrédients locaux, biologiques ou issus du commerce équitable.



6. Soutenez des initiatives locales et globales

Enfin, n'hésitez pas à participer à des actions collectives :

- **Collaborez avec des producteurs engagés** : soutenez des fermes locales ou des coopératives agricoles qui partagent vos valeurs.
- **Rejoignez des programmes environnementaux** : certaines organisations proposent des certifications ou des partenariats pour aider les petites entreprises à adopter des pratiques durables.
- **Compensez votre empreinte carbone** : envisagez de soutenir des projets de reforestation ou d'énergie verte pour compenser les émissions que vous ne pouvez pas éviter.

En adoptant ces gestes simples mais efficaces, vous pouvez transformer votre boulangerie-pâtisserie en un modèle d'écoresponsabilité. Non seulement vous participerez activement à la lutte contre le réchauffement climatique, mais vous répondrez aussi aux attentes croissantes de vos clients, de plus en plus sensibles aux questions environnementales. Chaque effort compte, et ensemble, nous pouvons bâtir un avenir plus durable pour les générations futures tout en continuant à régaler nos clients avec passion et créativité.

● Fl. de Thier

Boulangers-pâtisseries, protégez vos équipes et vos clients : des gestes simples pour un hiver en pleine santé !

En tant que boulangers-pâtisseries, vous êtes au cœur de la vie de quartier, en contact quotidien avec vos clients et vos équipes. L'hiver, avec ses petits désagréments comme le rhume, peut vite perturber la dynamique de votre atelier ou de votre boutique. Quelques gestes simples, inspirés des astuces santé, peuvent vous aider à passer la saison froide sereinement tout en continuant à offrir à vos clients des produits de qualité dans un environnement sain.

Adoptez des pratiques d'hygiène irréprochables.

Le lavage fréquent des mains est essentiel, surtout lorsque vous manipulez de la pâte, des ustensiles ou des produits destinés à la vente. Installez des distributeurs de savon et des serviettes jetables à des endroits stratégiques de votre atelier pour encourager vos équipes à adopter ce réflexe. Pensez aussi à désinfecter régulièrement les surfaces de travail et les comptoirs pour éviter la prolifération des germes.

Veillez à la qualité de l'air dans votre boulangerie.

Un environnement sain passe aussi par un air renouvelé. Même si les températures sont basses, aérez votre espace de travail et votre boutique tous les jours. Cela permet non seulement de prévenir les infections, mais aussi de maintenir une ambiance agréable pour vos équipes et vos clients. Si l'air est sec à cause des fours en fonctionnement, envisagez l'utilisation d'un humidificateur pour éviter les irritations respiratoires.

Préservez vos forces et celles de vos collaborateurs.

Vos équipes sont votre force. Encouragez-les à prendre soin d'elles, notamment en boostant leur immunité grâce à une alimentation riche en vitamine C. Pourquoi ne pas prévoir des fruits frais à disposition dans votre atelier ? Une orange ou un kiwi en pause peut faire la différence en renforçant leurs défenses naturelles.



Intégrez les bienfaits de la nutrition à vos créations.

Faites de la santé un argument de communication auprès de vos clients ! Proposez des pains ou pâtisseries enrichis en super-aliments comme les graines de chia, le gingembre ou les agrumes. Ces ingrédients ne sont pas seulement tendances, ils sont également reconnus pour leurs bienfaits sur l'immunité.

Restez à l'écoute de votre clientèle.

Enfin, rappelez-vous que vos clients recherchent aussi des produits sains, surtout en hiver. Pourquoi ne pas leur partager vos astuces bien-être à travers vos réseaux sociaux ou votre vitrine ? Une affiche rappelant l'importance des gestes simples, associée à une offre spéciale « immunité », pourrait séduire et fidéliser votre clientèle.

En adoptant ces gestes simples, vous transformez non seulement votre boulangerie en un espace de bien-être, mais vous montrez aussi que vous êtes un acteur engagé pour la santé et le confort de tous. Cet hiver, soyez les artisans d'une communauté en pleine forme !

● Fl. de Thier

Sources : Passeportsanté, On n'est pas des pigeons



Les conseils de PASSEPORT SANTÉ : 5 astuces infaillibles pour renforcer vos défenses et dire adieu au rhume !

Si l'on vous demande quelle est la maladie la plus fréquente en hiver, vous risquez probablement de répondre « le rhume ». Même s'il est bénin, il apporte son lot de désagréments : yeux qui pleurent, nez qui coule ou au contraire bouché, éternuements, fatigue et parfois même fièvre.

En prenant certaines précautions, vous parviendrez probablement à éviter cette infection particulièrement contagieuse.

1. Protégez-vous !

Le rhume s'attrape par la salive et les sécrétions nasales. Il est donc conseillé de ne pas embrasser ou s'approcher de trop près d'une personne qui a le nez qui coule. Lorsque vous êtes dans une salle d'attente, empêchez votre enfant de toucher et de mettre à la bouche des jouets qui ont peut-être été contaminés.

2. Usez et abusez de vos mouchoirs

Abandonnez le mouchoir en tissu qui est un vrai nid à microbes et achetez des mouchoirs en papier. Choisissez-les de très bonne qualité, afin qu'ils soient le plus doux possible. Vous éviterez ainsi de vous retrouver avec un nez tout irrité.

Qui dit mouchoir jetable dit usage unique. Une fois votre mouchage effectué, ne gardez pas votre mouchoir usagé au fond de votre poche et jetez-le à la poubelle. Bien entendu, il est hors de question de le prêter, même pour dépanner...

3. Lavez votre nez et vos mains

Que ce soit en spray à l'eau de mer ou en dosette de sérum physiologique, le lavage du nez est indispensable. En faisant ce geste vous enlevez l'excès de mucus qui se trouve dans vos fosses nasales et vous libérez des bactéries qui y logent.

Le lavage des mains est lui aussi primordial puisqu'il permet d'éviter la propagation de ce virus très contagieux. Il se fait plusieurs fois par jour, notamment après s'être

mouché. Inutile d'utiliser un gel antibactérien, un savon classique fait l'affaire. Il est nécessaire en revanche de se frotter les mains, y compris entre les doigts, les ongles, les pouces, pendant 15 à 20 secondes.

4. Attention à votre chambre

La qualité de l'air de votre chambre est primordiale et plusieurs précautions s'imposent afin que cette pièce reste saine. Même s'il fait froid dehors, ouvrez les fenêtres une dizaine de minutes. Il est en effet indispensable de renouveler l'air quotidiennement et toute l'année.

Prenez soin de ne pas surchauffer votre chambre, afin de ne pas la transformer en bouillon de culture. Enfin, un air trop sec est mauvais pour les voies respiratoires. Par conséquent, il faut veiller à maintenir suffisamment d'humidité dans votre chambre, en déposant une tasse d'eau sur un radiateur (s'il est en fonte) par exemple.

5. Faites une cure de vitamine C

D'après les travaux de Carol Johnston de l'Université Arizona State East, la prise de vitamine C durant un rhume peut raccourcir la durée de la maladie d'un à deux jours. C'est en effet un antioxydant qui permet de maintenir la fonction immunitaire.

Pour profiter des bienfaits de la vitamine C, mettez des fruits et des légumes dans votre alimentation. Vous pouvez également faire une cure à raison de 1 000 mg de cette vitamine deux fois par jour.



Le sucre RAPADURA : un trésor naturel pour la santé et la pâtisserie

Le sucre RAPADURA est un ingrédient qui séduit de plus en plus d'amateurs de produits naturels et de professionnels de la pâtisserie. Ce sucre complet, non raffiné, est issu du jus de canne à sucre, simplement chauffé et séché pour éliminer l'eau, sans subir de processus de raffinage. Voici tout ce qu'il faut savoir sur ses caractéristiques, ses bienfaits nutritionnels et son utilisation en pâtisserie.

Contrairement à ce que certains pourraient penser, le RAPADURA n'est pas une marque, mais bien une sorte de sucre artisanal. Originaire d'Amérique latine et d'Asie, il se distingue par sa fabrication traditionnelle qui préserve ses éléments naturels.

- **Fabrication** : le jus de canne à sucre est extrait, filtré, puis chauffé pour évaporer l'eau. Le résidu obtenu est ensuite broyé pour former une poudre fine ou granuleuse.
- **Aspect** : sa couleur brun foncé et sa texture légèrement collante rappellent la mélasse, qu'il conserve en grande partie.
- **Saveur** : le RAPADURA offre un goût riche et caramélisé, avec des notes de noisette et de réglisse, ce qui en fait un véritable atout dans de nombreuses préparations.

Le sucre RAPADURA est souvent considéré comme une alternative plus saine au sucre raffiné, en raison de sa richesse en nutriments et de son mode de production naturel.

➔ Une richesse en minéraux :

Le RAPADURA conserve les nutriments naturellement présents dans la canne à sucre, notamment :

- **Fer** : utile pour prévenir l'anémie.
- **Magnésium** : bénéfique pour le système nerveux et musculaire.
- **Potassium** : essentiel pour la régulation des fluides corporels.
- **Calcium** : important pour la santé des os et des dents.





Ces minéraux, bien que présents en faibles quantités, offrent un petit bonus nutritionnel par rapport au sucre blanc raffiné, qui est totalement dépourvu de micronutriments.

➔ Un index glycémique modéré :

Le RAPADURA a un index glycémique (ig) modéré, ce qui signifie qu'il élève la glycémie plus lentement que le sucre blanc. Cela le rend légèrement moins agressif pour les pics de sucre dans le sang.

➔ Un produit naturel :

Non raffiné et sans additifs, le RAPADURA est une option plus naturelle pour les consommateurs soucieux de réduire leur consommation d'aliments transformés.



Le sucre RAPADURA en pâtisserie

Le RAPADURA est un ingrédient de choix pour les pâtisseries à la recherche d'authenticité et de saveurs profondes. Voici pourquoi et comment l'utiliser.

✓ Une saveur riche et unique :

Le goût intense et caramélisé du RAPADURA sublime les préparations, en particulier celles qui se marient bien avec des saveurs chaudes et épicées :

- **Biscuits et sablés** : il donne une texture croustillante et un parfum gourmand.
- **Gâteaux épicés** : parfait pour les pains d'épices ou les cakes aux fruits secs.
- **Tartes aux fruits** : son arôme enrichit les garnitures à base de pommes, de poires ou de prunes.
- **Pains et brioches** : il ajoute une touche rustique et une belle coloration à la pâte.



✓ Une texture plus moelleuse :

Grâce à sa teneur naturelle en mélasse, le RAPADURA apporte de l'humidité aux préparations, rendant les gâteaux plus moelleux et savoureux. Cependant, sa texture granuleuse peut ne pas convenir aux préparations très aérées comme les meringues.

✓ Un substitut facile au sucre blanc :

Le RAPADURA peut remplacer le sucre blanc ou brun dans les recettes en respectant une proportion équivalente (1:1). Il est néanmoins important de noter qu'il peut foncer légèrement la couleur des préparations et renforcer leur saveur.

✓ Parfait pour la caramélisation :

Sa forte teneur en mélasse le rend idéal pour les glaçages, les sauces caramel ou les crèmes brûlées, où il apporte une richesse supplémentaire.

Quelques conseils pratiques :

- **Tamiser avant utilisation** : en raison de son humidité naturelle, le RAPADURA peut former des grumeaux qu'il est utile d'éliminer.
- **Tester progressivement** : son goût prononcé peut ne pas plaire à tous, surtout dans des recettes délicates. Commencez par l'incorporer partiellement.
- **Associer avec des ingrédients naturels** : pour renforcer son côté rustique, utilisez-le avec des farines complètes, des fruits secs ou des épices.

● **Fl. de Thier et L.Nélis**

La Wallonie investit massivement pour une eau de qualité pour tous



Pour assurer un approvisionnement en eau durable et de qualité, le Gouvernement wallon déploie une stratégie ambitieuse centrée sur trois axes majeurs: des investissements massifs dans les infrastructures d'eau potable et d'assainissement, la protection renforcée des ressources en eau, et la mise en place rapide de normes strictes pour les substances perfluorées (PFAS).



Le Schéma Régional des Ressources en Eau (SRRE 3.0) incarne une vision innovante et proactive pour assurer une gestion efficace et durable des ressources en eau. Issu des enseignements du SRRE 2.0, ce troisième opus renforce les acquis tout en apportant des améliorations significatives face aux nouveaux enjeux climatiques et démographiques.

Ce nouveau programme ambitionne une gestion intégrée de la ressource en eau, articulée autour de cinq piliers: connaissance, adaptation, protection, anticipation de la demande, et innovation.

Afin d'optimiser la gestion des ressources en eau, le SRRE 3.0 déploie un ensemble d'initiatives pour enrichir les connaissances scientifiques et techniques:

- un monitoring des substances émergentes
- une étude approfondie des risques et vulnérabilités climatiques, incluant la résilience des prises d'eau de surface, pour anticiper les impacts liés au changement climatique.
- l'identification de nouvelles ressources en eau,
- le diagnostic précis de l'état des ressources et des besoins des opérateurs
- la modélisation quantitative et qualitative des masses d'eau souterraine.
- une veille technologique et scientifique

Des meilleures infrastructures d'eau potable et d'assainissement

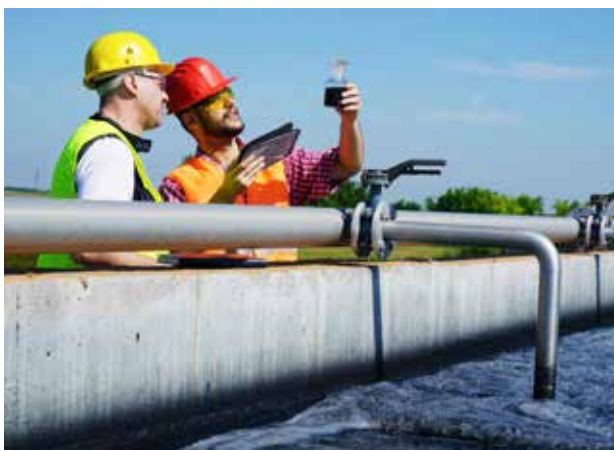
- Des investissements considérables ont été prévus pour renforcer les infrastructures d'eau potable et d'assainissement
- Investissements pour la distribution de l'eau: 6,5 millions d'euros incluant notamment la rénovation des conduites vieillissantes, la création de nouvelles liaisons stratégiques pour renforcer la sécurisation de l'approvisionnement, ainsi que l'intégration de technologies innovantes pour optimiser les performances et réduire les pertes d'eau. Ces améliorations visent à garantir un réseau plus résilient face aux défis climatiques et aux besoins croissants des populations et secteurs économiques.
- Investissements pour l'assainissement de l'eau: Un investissement de 25 millions d'euros, complété par un prêt de 10 millions d'euros, permettra de réaliser tout ou une partie de 119 dossiers d'égouttage, soutenant ainsi les communes dans leurs travaux de réfection des voiries. Le contrat de gestion prévoit par ailleurs des investissements annuels moyens de 150 millions d'euros dans les infrastructures d'assainissement.
- Investissements pour la réutilisation de l'eau usée: dans le cadre du Plan de Relance de la Wallonie,



une enveloppe de 2 millions d'euros supplémentaires est dédiée à la mise en œuvre et au développement d'installations pilotes pour la réutilisation de l'eau à des fins industrielles ou agricoles, ainsi qu'à la prospection de sites pour la mise en place de réseaux décentralisés. Cette innovation vise à renforcer l'approvisionnement en eau tout en réduisant la pression sur les ressources naturelles.

Une protection renforcée des ressources en eau

La préservation des ressources en eau passe par des actions concrètes, ciblées et ambitieuses sur l'ensemble du territoire wallon. La protection des zones de captage d'eau potable constitue une priorité : le Gouvernement s'engage à finaliser l'établissement des zones de protection des captages, à renforcer leur protection et à développer les contrats de captages et de nappes. De plus, l'extension des zones de protection intégrera des outils de gestion modernisés, comme la cartographie dynamique et l'analyse prédictive, afin de renforcer l'efficacité des dispositifs existants.



Des normes PFAS strictes

La Wallonie adoptera début 2025 un arrêté pour fixer des normes PFAS strictes. Il permettra de :

- Faire entrer en vigueur la norme pour la teneur en PFAS-20 qui ne dépasse pas 100 µg/l (« Sommes PFAS ») ;
- Confirmer les méthodes d'analyse des paramètres « Somme PFAS » ;
- Fixer une valeur guide pour les 4 PFAS les plus préoccupants (PFOA, PFNA, PFHxS et PFOS (PFAS-4), identique à celle fixée par la Flandre et Bruxelles ;
- Fixer les limites de quantification (LOQ) pour ces analyses, tel que préconisé par l'Europe
- Adopter une circulaire pour la gestion des Acides Trifluoroacétique (TFA) dans l'eau de distribution



Par ailleurs, notons que le Gouvernement Wallon continue à prendre des actions avec le monde agricole, en soutenant un programme visant à réduire la pollution d'origine agricole par les nitrates. Une subvention de 1,6 million d'euros a également été octroyée à l'ASBL Protect'eau pour accompagner les exploitants agricoles dans la transition vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement.

● Wallonie.be

Psychologie en coulisses : Pourquoi certaines personnes trouvent toujours des défauts chez les autres



Dans l'univers des boulangeries et pâtisseries, où le travail d'équipe est primordial et où l'excellence est une quête quotidienne, il peut arriver de croiser des personnes qui critiquent constamment leurs collègues ou leurs concurrents.

Mais qu'est-ce qui motive ce besoin de pointer systématiquement les défauts des autres? Est-ce réellement une question de perfectionnisme ou cela reflète-t-il des enjeux plus personnels?

Voici un éclairage sur les mécanismes psychologiques qui se cachent derrière ces comportements.

1. La peur de se montrer vulnérable

Dans un métier exigeant comme celui de boulanger-pâtissier, montrer ses failles peut être perçu comme un signe de faiblesse. Ceux qui critiquent les autres sans relâche pourraient en réalité chercher à détourner l'attention de leurs propres incertitudes. En soulignant les erreurs des autres, ils protègent leur image, préférant masquer leurs propres fragilités.

2. Une difficulté à s'accepter soi-même

Le miroir de la critique reflète souvent un manque d'acceptation de soi. Un professionnel insatisfait de ses propres créations pourrait projeter ses doutes sur ses collègues ou concurrents, pointant leurs défauts pour se rassurer sur ses propres compétences.

3. Un besoin de contrôler l'incontrôlable

Les imprévus en boulangerie – une pâte qui ne lève pas, un four capricieux – peuvent générer une grande frustration. Face à ce manque de contrôle, certaines personnes déplacent cette tension sur leur entourage, critiquant leurs méthodes ou leurs résultats.

4. Une insécurité sur ses compétences

Le secteur de la boulangerie-pâtisserie est en constante évolution. Les nouvelles techniques et tendances peuvent être intimidantes pour certains. Cette insécurité peut se traduire par une critique acerbe des innovations ou du succès des autres, pour mieux cacher son propre sentiment d'incompétence.

5. Le besoin de validation

Chercher à impressionner en critiquant peut parfois être un moyen détourné de gagner la reconnaissance des autres. Paradoxalement, en dévalorisant leurs collègues, certains espèrent renforcer leur propre position dans l'équipe ou auprès des clients.

6. Une quête de perfection excessive

Dans un métier où le détail est roi, certains tombent dans le piège du perfectionnisme. Mais en exigeant des autres des standards impossibles, ces individus peuvent se retrouver isolés, oubliant que l'erreur fait partie du processus d'apprentissage.

7. La peur du rejet

Enfin, la critique permanente peut aussi être une manière de se protéger du jugement des autres. En soulignant les défauts des uns, ces personnes espèrent inconsciemment éviter que l'attention ne se tourne vers leurs propres faiblesses.

Comprendre ces mécanismes peut transformer l'ambiance dans une équipe ou un atelier. La critique constructive a sa place, mais elle doit être portée par une intention d'amélioration et non de dénigrement.

En reconnaissant ces comportements, on peut apporter plus d'empathie dans ses interactions. Que vous soyez chef d'équipe ou apprenti, rappelez-vous : un environnement bienveillant nourrit à la fois la créativité et l'excellence.

Après tout, une bonne équipe en boulangerie, comme un bon pain, repose sur des ingrédients essentiels : respect, confiance, et une pincée de patience.

● Fl. de Thier



FÉDÉRATION FRANCOPHONE
DE LA

BOULANGERIE PÂTISSERIE GLACERIE CONFISERIE CHOCOLATERIE

**Être membre de la Fédération,
c'est bénéficier d'une foule d'avantages de grande valeur**

La Fédération francophone s'est donnée pour mission de représenter, conseiller et défendre ses membres au mieux mais veille aussi à ce que les décisions, à tous les niveaux de pouvoir, prennent en compte les intérêts de ses artisans.

Les sections provinciales et régionales assurent, quant à elles, la représentation au quotidien de ses membres en proposant de nombreuses activités mais aussi en soutenant et proposant des initiatives locales.

Avoir la garantie de voir son métier défendu et protégé, tant au niveau politique que social et humain est la plus-value essentielle de l'appartenance à la Fédération.

Les informations du terrain sont entendues, relayées en haut lieu et la Fédération met tout en œuvre pour apporter les solutions attendues.

Appartenir à la Fédération, c'est désirer voir notre métier perdurer !

Votre Fédération s'emploie chaque jour à assurer la promotion de votre métier et de votre savoir-faire.

Pensez à vous affilier et à cotiser !

Liste des présidents par province

Président Francophone

Monsieur DENONCIN Albert,

Tél. : 0477/41.91.52

Mail : a.denoncin@skynet.be

Monsieur WILLEMET,
province de Luxembourg.
Mail : info@auprefleuri.be
Tél. : 0477/98.11.06

Monsieur LEONARD Henri,
province de Liège.
Tél. : 0479/53.46.58
Mail : henri.leonard@longdoz.be

Monsieur LEFRANC Frédéric,
province de NAMUR.
Tél. : 081/43.35.99
Mail : unionroyalepatissiersnamur@gmail.com

Monsieur VANDERAUWERA José,
province du HAINAUT.
Tél. : 0496/33.05.79

Mail : josé.vanderauwera@gmail.com
Brabant Wallon.
Tél. : 0477 41.91.52
Mail : info@ffrboulpat.be

Monsieur LARDENNOIS André,
BRUXELLES.
Tél. : 02/660.56.07
Mail : lardennois.a@gmail.com

Association Royale des Artisans
Glaciers Francophone Belges a.s.b.l.
Président : Henri TAVOLIERI
Mail : aragfb.asbl@gmail.com