

# Le Moniteur

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



PB-PP|B-10  
BELGIE(N)-BELGIQUE  
P 302 015

Bulletin mensuel  
38<sup>e</sup> année  
Janvier 2021

## Forfait Boulangers Pâtisseries

p.17

**BONNE  
ANNÉE!  
2021**

# Vous fournir l'énergie, notre pain quotidien...



## Total, votre partenaire multi-énergie.

En tant que membre de la Fédération Francophone de la Boulangerie-Pâtisserie, bénéficiez d'avantages exclusifs sur l'offre gaz, électricité, mazout et carburants.

**ÉCONOMISEZ JUSQU'À :**

**15%**  
sur votre facture  
gaz et électricité

**30€**  
HTVA/1.000L  
de mazout

**9,1c€**  
ttc/L sur votre  
carburant

Pour toute question sur ce sujet, contactez-nous :

Gaz et électricité | Mazout | Cartes carburant | Pellets

yourenergy@total.com | Tél.: 02 224 96 00 | [www.totalcards-adhesion.be](http://www.totalcards-adhesion.be) (code promo: BENERGY)







## Cher(es) membres,

En cette fin d'année, particulière, vous en conviendrez, la Fédération francophone se joint à moi afin de vous délivrer un message d'espoir pour l'année à venir. En effet, les formules classiques manqueraient sans doute un peu de délicatesse. Nombre d'entre vous ont subi des dommages qui ont impacté, le moins durablement possible nous l'espérons, des baisses significatives de leur chiffre d'affaires et ont aussi perdu la proximité des contacts sociaux si importants dans notre métier.

Au vu des nombreux témoignages reçus de votre part, vous avez mis tout en œuvre pour continuer à fournir à vos clients le bien essentiel qu'est le pain, sous toutes ses formes ainsi que les pâtisseries qui ont le don de réchauffer les cœurs.

Vous avez contribué à rassurer tous vos clients en les informant et vous avez encore, dès l'entrée de votre boulangerie :

- affiché le rappel des gestes barrières,
- dispensé du gel hydro alcoolique,
- indiqué le nombre maximum de clients admis à l'intérieur, facilitant le respect de la distanciation minimale,
- implémenté un marquage au sol,
- et même, pour certains d'entre vous, organisé un système de commande et de livraison informatisé.

Grâce au respect des mesures et à vos facultés d'adaptation, vous avez prouvé à quel point notre secteur est réactif et apte à se réinventer. La Fédération, au travers de ses communications papiers et digitales, vous a accompagné durant toute cette période qui sera plus que vraisemblablement prolongée encore quelques mois.

Vous nous avez aussi rappelé l'importance de la solidarité dans ces moments pénibles et, en ce sens, être membre de la Fédération francophone, des comités provinciaux et régionaux, est un atout majeur pour faire face, ensemble, à cette pandémie et à ses conséquences durables sur nos habitudes de consommation.

La crise actuelle génère un flux d'informations sans précédent et, parmi elles, plusieurs idées reçues au sujet de la contamination alimentaire par le coronavirus. Ouvrez le dialogue avec vos clients pour dissiper les inquiétudes et rappeler quelques notions de base :

- votre pain est cuit à haute température, dans le respect des règles d'hygiène, éliminant ainsi toute trace de virus,
- la transmission du virus par voie digestive est écartée à ce jour par les scientifiques,
- vous respectez les règles sanitaires de base tant aussi dans votre fournil.

L'intelligence humaine se reconnaît à sa faculté d'adaptation. Vous en avez fait preuve sans nul doute. Continuez à être créatif et n'hésitez pas à partager, avec nous, vos bonnes pratiques. Nous nous devons de rester positifs malgré les difficultés liées au secteur et croyez-moi, en tant que Président, nous mettons tout en œuvre avec le concours des comités représentatifs, pour soutenir le secteur auprès des instances dirigeantes.

L'évolution des consciences humaines vous permet, aujourd'hui plus que jamais, de mettre en avant votre savoir-faire en offrant à vos clients des produits à haute valeur ajoutée en mettant en avant la qualité de vos matières premières et de votre savoir-faire.

Au nom des membres du Conseil d'Administration, des comités provinciaux et régionaux, du mien et de mon épouse, nous vous souhaitons de joyeuses fêtes de fin d'année en prenant soin de vous-même et de vos proches. N'oubliez pas non plus, dans vos vœux, de penser à notre mémoire collective, à nos anciens qui nous ont transmis tant de passion et qui sont les premières victimes de cette pandémie. Soyez heureux !

Votre Président.

● A. Denoncin





# Large gamme de machines multifonctions



**TELME**  
GELATO & PASTRY MACHINES



- Pasteurisateur
- Turbine à glace
- Combiné
- Machine à crème fraîche



**DENIS**  
ETABLISSEMENTS

Ets DENIS sa

PAE Rue de la Pierre Bleue, 1  
B-5580 ROCHEFORT  
Tél. 00 32 (0)94 21 12 43  
Fax 00 32 (0)94 21 12 38  
www.etsdenis.be  
info@etsdenis.be

Ets DENIS sa

Quai Vercour, 121  
B-4000 LIEGE  
Tél. 00 32 (0)4 252 28 18  
Fax 00 32 (0)4 254 10 89  
canamali@etsdenis.be

DENISLUX sarl

Rue Dr. Elvire Engel, 4  
L-8346 GRASS - STEINFORT  
Tél. 00 352 39 94 55  
Fax 00 352 39 94 58  
info@denislux.lu

**Beco**<sup>®</sup>

**ATELIERS  
HYGIÉNIQUES**

Installations neuves - Rénovation

Murs - Plafonds - Portes - Plinthes de Protection  
Fournis et/ou Placés



PANELCO sprl

Tél. 055/38.51.33 • Fax 055/38.51.34 • info@becopanel.be

[www.becopanel.be](http://www.becopanel.be)

**Le  
Moniteur**

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

**Vous avez une idée d'article  
pour le Moniteur ?  
Une information insolite, utile,  
une expérience à partager ?**

**Merci de contacter  
Florence de Thier au 0485 164  
936 ou sur [florence@2thier.com](mailto:florence@2thier.com)**



# Le Moniteur

SOMMAIRE



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

- Concours** **6** Agriculteurs de Valeurs & Coqs de Cristal 2020
- Actualités** **8** Le spéculoos, patrimoine immatériel bruxellois
- Marketing** **10** Le neuromarketing, un atout aux nombreuses contraintes
- Promotion** **14** La boulangerie-pâtisserie inscrite dans l'achat local
- Philosophie** **16** Philosophie
- Fiscal** **17** Forfait 2021 : Boulangerie et Pâtisserie
- Technique** **33** Un blé nommé « Miracle » encore au XX<sup>e</sup> siècle
- Fournisseurs** **39** Vita+et les chaleureux boulangers Vita+ de Wallonie
- Social** **42** Le salaire à appliquer au 1<sup>er</sup> janvier 2021 en CP 118.03
- Petites annonces** **47**

## Administration & gestion

Bld Louis Mettwie, 83/42 • B-1080 Bruxelles  
Tél. : 02/469.12.22 • Fax : 02/469.21.40  
Mail : info@ffrboulpat.be  
Compte : BE02 1270 7132 3240

## Publicité et petites annonces

Florence de Thier,  
florence@2thier.com, 0485 164 936

## Éditeur responsable

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

## Ont collaboré à la rédaction

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

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.



# Agriculteurs de Valeurs & Coqs de Cristal 2020

## Nos agriculteurs méritent une double récompense !

**Aujourd'hui, plus que jamais, la crise du Covid-19 remet en lumière nos fondamentaux et rappelle à l'ensemble de notre société l'importance de l'autonomie alimentaire et la relocalisation de l'économie. Notre agriculture et nos agricultrices et agriculteurs occupent une place centrale dans notre société. Cela mérite bien une récompense... voire deux d'un coup cette année !**

Pour la première fois dans l'histoire de l'agriculture wallonne, **les "Agriculteurs de Valeurs" et les "Coqs de Cristal" ont été proclamés conjointement, en présence du Ministre wallon de l'Agriculture, Willy Borsus.** Cette remise de prix virtuelle, à l'initiative de l'Agence wallonne pour la Promotion d'une Agriculture

de Qualité, en collaboration avec Accueil Champêtre en Wallonie et la Foire de Libramont s'est tenue dans le cadre de l'Agr-e-Sommet au Libramont Exhibition & Congress. L'animation de cette remise de prix a été assurée par notre ambassadeur Gerald Watelet.

### Agriculteurs de Valeurs, 4 familles au service de la durabilité

Une des vocations de la Foire de Libramont est de **mettre en valeur les êtres humains et les idées qui contribuent au développement de l'agriculture.** Les "Agriculteurs de valeurs" sont une récompense ou un signe de reconnaissance et d'encouragement pour **les hommes et les femmes qui produisent notre alimentation et façonnent nos paysages,** soulignant le rôle joué par la profession sur les plans économique, social et environnemental.



#### Agricultrice de Valeurs

**Valérie Van Wynsberghe**  
 Ferme de la Sauvenière  
 Chemin de Philippeville, 9  
**5620 HEMPTINNE-LEZ-FLORENNES**



#### Agricultrice de Valeurs

**Françoise Demande - Leboutte**  
 Ferme de la vache sans tache  
 Rue de Belvaux, 4  
**5377 SINSIN**



#### Agriculteur de Valeurs

**Quentin et Carole Degive**  
 Domaine de Quantole  
 Rue de la Barrière, 30  
**4460 HORION-HOZEMONT**



#### Agriculteur de Valeurs

**Gautier Dublet et Maureen Kesch**  
 Ferme de Vert'Denne  
 Rue Noël 1944, 50  
**6900 MARCHÉ-EN FAMENNE**



## Coq de Cristal, 8 produits d'excellence

Le Concours Coq de Cristal récompense, depuis 26 ans, les **produits de bouche agricoles et artisanaux d'excellence de notre terroir**, à l'issue d'une dégustation à l'aveugle par des jurés professionnels en lien avec le secteur de l'Horeca.

Près de **80 produits** issus d'une **septantaine de producteurs** de notre Région ont été présentés le 14 octobre au Cefor à Namur.

**Quatre des huit Coqs de Cristal sont remportés par des entreprises agricoles hennuyères**, suivies de la province de Namur qui en emporte deux, et des provinces de Brabant wallon et de Luxembourg qui reçoivent chacune un prix.

En cette période particulière et à l'approche des fêtes, les artisans et producteurs crient haut et fort à l'égard des consommateurs : **"Nous sommes toujours là pour vous". "Nos étals sont remplis de produits de qualité qui méritent votre attention"**. Découvrez-les sans plus attendre et faites-leur dès lors honneur...



### Pâte lactique à croûte fleurie au lait de vache

**Ferme du Beauregard**  
Bertrand D'haemer  
Rue Beauregard, 12  
7830 HELLEBECQ



### Beurre non salé

**Ferme de la Chapelle**  
Vincent, Pierre & Nicolas  
Christiaens  
Rue Paul Pastur, 15  
6560 GRAND-RENG



### Rillettes de canard

**Ferme Frison**  
Benoit Frison  
Chemin du Bonla, 12  
7823 GIBECQ



### Miel wallon

**Les ruchers à Pas de Loup**  
Raphaël Steyer  
Le Pas de Loup, 41  
6791 GUERLANGE



### Boudin noir

**Ferme Martin**  
Aurélien & Gianni Martin  
Rue de Graide, 25c  
5555 NAOMÉ



### Côte à l'os non maturée

**Les fermes de chez nous**  
Sébastien Geens & Manuel  
Tilmant  
Rue Royale, 4  
5080 EMINES



### Glace au lait de vache au chocolat

**Ferme de la Goyette**  
Lucienne, Daniel & Valentine  
Courtain  
Rue Fontaine-l'Évêque, 14  
1471 LOUPOIGNE



### Pommes de table d'arbres hautes et moyennes tiges

**Saisons-Bio**  
Alain Dierickx  
Rue de la Rochette, 55  
6720 HABAY-LA-NEUVE



# Le spéculoos,

## patrimoine immatériel bruxellois

**Symbole gourmand de la Saint-Nicolas, le spéculoos se voit aujourd'hui inscrit au Patrimoine Culturel Immatériel de la Région Bruxelloise, conférant à son savoir-faire artisanal ses lettres de noblesse.**

Bien que les biscuits caramélisés n'aient pas été inventés à Bruxelles, il existe un lien étroit entre eux.

Une centaine de personnes sont directement associées à la fabrication et à la vente à Bruxelles du spéculoos moulé à l'effigie du Grand Saint.

Composé traditionnellement de sucre roux, de farine, de beurre et d'un mélange d'épices (cannelle, clous de girofle, cardamome, etc.), le biscuit au goût caramélisé est distribué depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle au moins à l'occasion de la Saint-Nicolas.

Le biscuit populaire rejoint ainsi la liste qui reprend notamment la procession de l'Ommegang, le fritkot, le théâtre de marionnettes Toone, la Saint Verhaegen ainsi que la culture de la bière et du chicon.

Alors qu'un très gros producteur de biscuits industriels va éradiquer le terme spéculoos de ses emballages,

Bruxelles fait l'inverse.

Deux jours avant l'arrivée de Saint-Nicolas, le gouvernement a accepté la demande de la Maison Dandoy et de l'ASBL Tartine et Boterham d'inscrire le spéculoos à l'inventaire du patrimoine culturel immatériel.

C'est le secrétaire d'État en charge du Patrimoine, Pascal Smet (one.brussels-SPA) qui l'a fait savoir lors d'une visite de la pâtisserie Goossens à Woluwe-saint-Pierre.

A quoi sert cette inscription ? Elle est en réalité surtout symbolique. Même si la Région bruxelloise souhaite ici valoriser un savoir-faire local bien présent, protéger une tradition et soutenir la centaine d'artisans bruxellois directement associés à la fabrication et à la vente du spéculoos à Bruxelles.







## La pâtisserie Goossens à Woluwe-saint-Pierre. une institution en la matière

A deux pas de la maison communale de Woluwe-Saint-Pierre, le couple Goossens anime avec énergie et cette boulangerie-pâtisserie artisanale. Serge travaille la nuit dans l'atelier tandis que Nathalie accueille les clients au magasin! En marge d'une gamme de près de vingt sortes de pains (sept céréales, épeautre,...), Serge avoue sa passion sans bornes pour la pâtisserie. Il fait par exemple son propre praliné et utilise du beurre de Charentes pour ses viennoiseries.

Et les speculoos de chez Goossens ont la cote !

### Interview de Serge Goossens

**Florence de Thier (Fdt) :** *Depuis quand existe votre boulangerie-pâtisserie ?*

**Serge Goossens (SG) :** *Depuis Juin 1992 sous mon nom Goossens.*

**Fdt :** *Si vous deviez la décrire auprès de clients potentiels, qu'en diriez-vous ?*

**SG :** *Nous sommes une petite entreprise familiale, qui met en valeur le travail manuel, saisonnier (par exemple les fraises pendant la saison, le speculoos à partir du 11 novembre jusque-là Saint-Nicolas, les cougnous après Saint-Nicolas jusqu'au Nouvel An, etc) et artisanal.*

**Fdt :** *Quelle est votre vraie plus-value ?*

**SG :** *En plus des atouts cités plus haut, nous réalisons des gâteaux personnalisés sur demande, et une de nos grandes forces est de pouvoir contrer les grandes surfaces et les superettes de proximité. La production des produits de A à Z avec des matières de première qualité est également une de nos plus-values.*

**Fdt :** *Vous êtes une référence en matière de speculoos! D'ailleurs c'est chez vous qu'est venu le secrétaire d'État en charge du Patrimoine, Pascal Smet !*

**SG :** *Nous avons été contactés par Gery, le responsable du site Tartine & Boterham qui cherchait une location pour le reportage sur la mise en valeur du speculoos qui allait être inscrit au*



*patrimoine Bruxellois. Nous avons accepté cette demande car nous lui sommes reconnaissants pour le travail qu'il fait pour mettre les pâtisseries artisanales bruxelloises en valeur. Le but était de mettre la lumière sur la fabrication manuelle des speculoos en valeur et pas sur ma personne (apparemment cela a pris un autre tournant 😊).*

**Fdt :** *Que pensez-vous de cette nouvelle (speculoos inscrit au patrimoine Bruxellois) ?*

**SG :** *Pour moi c'est une belle reconnaissance pour le produit et pour notre métier, mais je vois le speculoos plutôt comme un produit (certes en différentes formes et goûts) national que régional.*



# Le neuromarketing,

## un atout aux nombreuses contraintes

**Le neuromarketing est la pratique qui lie les neurosciences cognitives au marketing, à la communication, et à la publicité. Il s'agit, pour les marques, de l'outil ultime pour analyser le comportement du consommateur (à travers la réponse émise par son cerveau) au milieu d'un rayon de magasin, sur une page Internet, ou tout simplement face à une publicité. Le but étant évidemment de rendre la communication de plus en plus efficace pour les marques.**

Le but de cette discipline émergente est de mieux comprendre les comportements des consommateurs grâce à l'identification des mécanismes cérébraux qui interviennent lors d'un achat ou face à une publicité.

Le neuromarketing part de deux postulats :

Le pouvoir de l'inconscient. Les décisions économiques consistent dans une large mesure en des processus qui se déroulent inconsciemment dans notre cerveau.

Nous sommes moins rationnels que nous le pensons. Les émotions jouent un rôle déterminant dans le processus d'achat. Même si nous n'en sommes pas forcément conscients, la plupart de nos décisions ne sont pas prises en tant qu'agents purement rationnels, mais influencées par nos émotions.

Ainsi, nous achetons souvent pour l'une de ces raisons :

- Nous aimons particulièrement une marque,
- Un produit nous donne une impression d'appartenance,
- Nous avons peur du FOMO (Fear Of Missing Out – l'impression de passer à côté de quelque chose).

En tant qu'entreprise, vous devez être capable de susciter de telles émotions chez vos clients.

Pour cela, il faut avant tout comprendre vos prospects : quelles sont leurs besoins, leurs désirs, leurs craintes ou leurs valeurs. Quelles sont les émotions qui jouent un rôle majeur dans leur processus d'achat ? Comment pouvez-vous les aider à satisfaire leurs désirs ?







Grâce au neuromarketing, des informations peuvent être recueillies sur la manière dont les décisions d'achat sont prises. Ces connaissances permettent d'adapter vos stratégies marketing de manière ciblée.

Par définition, les marketeurs cherchent à comprendre et à influencer le comportement d'achat de leurs prospects. Le neuromarketing permet d'apporter de nouvelles pistes de réflexions.

Depuis la publicité classique (affiches, flyers, pub TV), le marketing a fait un très long chemin.

Aujourd'hui, il n'est plus envisageable d'organiser une campagne marketing efficace sans une analyse complète de différents indicateurs de performance permettant de mesurer le comportement des prospects.

Le neuromarketing va encore plus loin que l'analyse de type taux de clics ou taux de conversions : il s'agit d'appliquer le savoir des neurosciences pour comprendre et influencer vos clients potentiels.

### Le neuromarketing vient d'où ?

Si certains estiment que le neuromarketing est une pratique plutôt récente, datant du début des années 2000, la vérité c'est qu'elle bien plus ancienne et, comme souvent, vient des Etats-Unis.

En effet, dès 1979, de premières études menées par des marques Américaines prouvaient, grâce à l'E.E.G. (Electro Encéphalographie) que les publicités provoquant le plus d'activité cérébrale étaient les mieux mémorisées. Par la suite, un questionnement scientifique sur l'influence de chaque hémisphère du cerveau s'est posé...

Les bases du neuromarketing étant posées, les marques ont alors pu l'exploiter dans un but unique : rendre la marque plus attractive, la pub plus efficace, et donc l'entreprise plus rentable.

Depuis le début des années 2000, les grands groupes Internationaux n'hésitent pas à user de cette nouvelle

méthode Marketing. Parmi eux, de nombreuses marques de notre quotidien : Coca-Cola, Pepsi, IBM, Sony, Apple, McDonald's, Google, Facebook, SNCF pour ne citer qu'eux.

### Comment marche le neuromarketing ?

Essentiellement, le neuromarketing cherche à influencer le comportement des consommateurs en provoquant des émotions positives.

En pratique, le neuromarketing cible trois valeurs distinctes : La mémorisation, l'émotion et l'attention. Pour mesurer ces facteurs, plusieurs méthodes existent:

- **IRM** : L'Image par Rayonnement Magnétique est la technique la plus précise de neuromarketing puisqu'elle permet de visionner la totalité du cerveau. De plus, dans le cadre de l'analyse d'un Spot TV par exemple, la méthode permet d'avoir en parallèle un film du cerveau du témoin et de le mettre en parallèle afin de savoir quelle période du film rend le témoin le plus sensible et bien calibrer la présentation du produit notamment.
- **EEG** : Il s'agit de l'Electro-Encéphalogramme, qui mesure les champs électriques à la surface du cerveau chaque milliseconde grâce à un casque muni de plusieurs électrodes.
- **Eye tracking** : Il s'agit d'une méthode permettant de se mettre à la place des yeux du consommateurs in situ. En effet, souvent utilisée par les enseignes de la distribution, cette méthode consiste à installer un témoin dans un faux supermarché afin qu'il fasse des courses. Équipé de lunettes et de capteurs cérébraux, il va alors être possible de savoir quels produits, quelles couleurs, quels emplacements, attirent particulièrement l'œil du consommateur dans le rayon. Cette méthode est également utilisée pour le digital, elle permet de savoir les éléments les plus remarquables sur une page Internet.



### L'avenir du neuromarketing ?

A ce jour, et en raison des coûts très importants de ces méthodes, le neuromarketing est limité à des annonceurs de taille importante. Et pour l'avenir, le neuromarketing a deux principales limites qui permettent de lui prédire un développement difficile et un véritable ancrage dans les process des annonceurs presque impossible:

#### Une limite juridique

Cette limite dépend des pays.

#### Une limite éthique

Par définition, le neuromarketing permet d'influencer les consommateurs dans le but de les pousser à l'achat. Il s'agit donc d'une forme de manipulation.

La question se pose alors du consentement du consommateur et de son droit à la vie privée.

Le neuromarketing est aujourd'hui très mal accepté, autant par le consommateur qui y voit une forme d'instrumentalisation, que par le scientifique qui y voit lui une trahison du serment d'hippocrate (la base de la déontologie médicale). De fait, l'utilisation du neuromarketing est difficile à assumer et surtout dangereuse pour une marque, avec un risque de défiance de la part des consommateurs. Si cette limite éthique est avérée en Europe, elle l'est moins aux Etats-Unis où le neuromarketing a déjà été utilisé lors des campagnes électorales Bush-Kerry (2004) ou Omaba-Clinton (Primaire de 2008).

#### Une limite scientifique

L'erreur serait de voir le neuromarketing comme une science exacte. En effet, si les différentes méthodes permettent d'avoir une vision totalement rationnelle de la réussite d'un site internet ou d'une publicité, elle ne prend pas en compte l'environnement de l'acheteur qui agit sur ses décisions. En effet, être enfermé dans une cabine d'IRM ne permet en aucun cas d'avoir une prévision de ce qui pourrait se dérouler au sein d'un rayon de supermarché à 17h un samedi après-midi. De fait, les décisions des consommateurs seraient totalement impactées. De plus, la principale limite du neuromarketing s'appelle L'INCONSCIENT ! En effet, aucun être n'est totalement rationnel dans ses décisions d'achat et l'inconscient se mêle quotidiennement de nos décisions, de la plus banale à la plus complexe. Pour résumer, le bouton « Acheter » n'existe pas dans nos cerveaux !

Mais rassurez-vous : même sans réaliser vous-même une étude complexe ( vous ne disposez pas d'outils comme l'IRM), il existe quelques bonnes pratiques que vous pouvez appliquer :



- L'importance de la taille et du poids d'un élément. Plus un élément visuel est grand, plus il attirera l'attention. Cela semble évident et pourtant il existe encore de trop nombreux exemples de mauvaises pratiques.
- La lecture « en F » est une réalité. Selon une étude du Nielsen Group, nous lisons toujours en F, de gauche à droite et avec une attention de plus en plus limitée à mesure de la longueur du texte. Ainsi, il est important de toujours mettre les informations les plus importantes en haut à gauche de votre contenu et d'espacer celui-ci avec plusieurs paragraphes (affiches, votre site web, etc)
- Utilisez la psychologie des couleurs pour évoquer des émotions

Les couleurs sont un très bon moyen d'influencer positivement la perception de votre marque.

Même s'il ne s'agit pas d'une science exacte et que l'expérience personnelle et le contexte culturel sont importants, la psychologie des couleurs peut facilement être utilisée pour suggérer différentes émotions.

Le vert sera utilisé pour donner une impression de confiance et rappeler la nature (parfait pour les produits alimentaires par exemple).

Le jaune donne un côté jeune, actif, espiègle à vos produits. C'est la couleur de l'énergie et du dynamisme.

Le rouge est associé à la passion, à l'amour, mais aussi au danger. Parfait pour des campagnes pour la St-Valentin ou des campagnes de prévention.

Trouver des couleurs qui correspondent à l'émotion que vous voulez provoquer chez vos prospects est donc un aspect déterminant de votre activité.



- Créer un sentiment d'urgence

Un sentiment d'urgence favorise le processus décisionnel menant à l'achat.

Vous connaissez probablement ce sentiment : il ne reste plus que quelques heures pour bénéficier d'une réduction, alors vous sautez le pas sans trop réfléchir par peur de passer à côté d'une bonne affaire.

- Rareté

Ce qui est rare et exclusif attire les gens, c'est bien connu.

Pour créer ce sentiment d'urgence et de rareté favorisant une conversion, vous pouvez par exemple :

Proposer des offres limitées dans le temps : « Offre valable, plus que 2 jours », « Plus que 3 heures restantes pour profiter de votre offre » etc.

Limiter le nombre de produits vendus : « Plus que 2 merveilleux ! »

Informer du comportement d'autres utilisateurs : « 10 clients ont acheté ce pain les deux derniers jours », etc.

### Devons-nous avoir peur du neuromarketing ?

Aujourd'hui, difficile de dire si le neuromarketing représente une réelle menace pour le consommateur. En effet, si le niveau d'analyse du consommateur est poussé à l'extrême, l'humain dispose encore de nombreuses armes pour se prémunir des affres du neuromarketing.

Pour conclure, si le neuromarketing est actuellement en plein développement et de plus en plus exploité par les marques, il n'est pas pour autant beaucoup plus dangereux pour le consommateur qu'une technique marketing traditionnelle dans le sens où le consommateur a toujours « le dernier mot » dans le processus d'achat. En effet, il dispose encore de plusieurs armes pour lutter contre les méthodes Marketing et tenter de conserver un minimum d'indépendance et de lucidité lors de son achat. La question qu'il semble plus adéquate de se poser est plutôt quelle sera la prochaine avancée scientifique qui permettra au marketing de rendre le consommateur totalement acquis à la cause de la publicité, d'ici là il a encore un peu de répit...

● **Fl. de Thier**

Sources : le cours que je donne à l'IFAPME, [sedinblue](#), [webmarketing-com](#)

NE SOYEZ PAS UNE **CARPETTE**  
OPTEZ POUR **DEWECO**

**DEWECO** SOLS | Votre expert en sols synthétiques industriels

**DEWECO**

B-Kontich | +32 3 455 56 36  
info@deweco.be | deweco.be





La boulangerie-pâtisserie inscrite dans l'achat local

Nous avons déjà parlé, dans le moniteur de décembre, de la baseline "#jecuisinelocal durable et de saison" conçue par l'APAQ-W qui se décline à travers les campagnes de communication de cette organisation. Voici, si vous ne les avez pas lus, des articles parus dans le cadre du plan de relance local.

Le renouveau de la boulangerie locale

Sud Presse - 04 déc. 2020 Page 19

Si le secteur de la boulangerie-pâtisserie connaît, depuis plusieurs années, une érosion de son nombre de représentants, les signes encourageants d'une reprise, davantage axée sur le local, sont là.

« Le secteur représente en Wallonie environ 1.400 boulangeries et quelque 10.000 emplois, ce qui n'est pas rien. Il y a un maillage extraordinaire sur toute la région, même si les boulangers-pâtisseries sont de moins en moins nombreux à exercer leur profession et cela, en raison de plusieurs facteurs », explique Albert Denoncin, président de la Fédération francophone de la Boulangerie. « Le premier facteur, c'est que, pendant de nombreuses années, il n'y a pas eu de formation suffisante. Il y a 10 ans, les études techniques en boulangerie-pâtisserie ont été supprimées. L'année dernière, un enseignement technique a été recréé, à titre expérimental, durant 3 ans ».

Le second facteur, ce sont les conditions de travail. Même si elles ont évolué ces dernières années, un boulanger-pâtisseries travaille durant les week-ends et les fêtes. « C'est dès lors plus compliqué de trouver à la fois des jeunes qui ont envie de se lancer et des parents qui encouragent leurs enfants à aller vers cette filière. Ajoutons le problème des banques. C'est devenu très compliqué pour un jeune de 22-23 ans, qui voudrait se lancer avec un certain volume de fabrication et de vente, d'emprunter des sommes d'argent importantes. Sans compter qu'à cause du bruit et des odeurs, les ateliers de boulangerie ont bien souvent dû quitter les villes pour les zonings. De plus, la rentabilité dans la boulangerie-pâtisserie n'est pas la même que dans d'autres secteurs. Ce sont probablement des facteurs qui jouent sur la question de la reprise ou de la création d'une boulangerie », note le président.

Gestion et production

L'avenir de la profession, il le voit pourtant de manière positive. « Je suis confiant si les nouveaux venus

Article from 'DemainLocal' magazine featuring 'Le renouveau de la boulangerie locale' with photos of bakers and text about the sector's challenges and future.

maîtrisent à la fois la gestion et la production. On est actuellement dans l'émulation et l'excellence. Peut-être qu'on verra, à l'avenir, davantage de petites boulangeries que de moyennes. On constate une modernisation de l'outil et, s'il y a encore des gens courageux pour se lancer dans le métier, je crois qu'ils préféreront le faire sans sacrifier leur vie personnelle comme c'était souvent le cas auparavant ». Quant au fait qu'on voit fleurir çà et là de nouveaux boulangers qui ont eu une autre vie professionnelle avant et qui se reconvertissent, Albert Denoncin y voit, lui, une « génération qui fait davantage cela par plaisir que pour réellement gagner sa vie ».

Le secteur a aussi connu un renouveau dès 2005. En cause ? La libéralisation du prix du pain qui, pendant 60 ans et jusqu'à cette année-là, avait été bloqué. « Cela a permis un renouveau de la boulangerie, un retour des céréales anciennes et de la fermentation lente... On constate aussi un retour du consommateur vers la



qualité. Il cherche de plus en plus des pains de qualité, fabriqués par des artisans ». Et la crise du Covid a encore amplifié cela, puisqu'elle a entraîné une hausse des volumes de production d'environ 15 %.

### Ambassadeur de l'agriculture

« Je suis très heureux de cette prise de conscience du consommateur. Nous nous battons, depuis des années, pour mettre en valeur les produits locaux et nous avons des résultats. On oublie trop souvent que la boulangerie est un des premiers ambassadeurs de l'agriculture dont elle utilise de nombreux produits comme les céréales et les œufs ». Rappelons que le secteur travaille aussi

avec une charte des Maîtres Boulangers-Pâtisseries qui s'engagent notamment à assurer une fabrication quotidienne dans le respect des règles de l'art mais aussi à mettre en œuvre des recettes traditionnelles du terroir. « Pour moi, c'est important de fabriquer son produit soi-même, tous les jours. Je préfère un véritable maître boulanger à l'ancienne qui respecte bien les directives de la charte qu'un jeune moderne qui achète tous ses produits congelés. J'ai travaillé 43 ans en tant qu'indépendant et je n'ai jamais fait des bûches 8 jours avant Noël. On faisait les nuits et tout était consommable, décor compris », conclut-il, heureux que son secteur vive un renouveau qui semble bien amorcé.

### « Je suis tout le temps en train de regarder de nouvelles recettes »

La passion de Damien Taillard pour la boulangerie remonte à son enfance. « Mes parents étaient enseignants. Quand j'étais gamin, je jouais dans la cour derrière chez moi et j'allais voir là tout près le boulanger travailler. J'ai fait 2 ans à l'unif en géographie puis j'ai dit à mes parents que j'arrêtais pour faire la boulangerie et, depuis, je suis toujours aussi amoureux de mon métier », explique celui qui est installé à Flémalle (région liégeoise) et à Liège.

« Il y a 35 ans que je travaille et j'aime toujours autant ce que je fais. J'ai remporté le concours du meilleur Artisan Boulanger-Pâtisier en 1997, je lis beaucoup, j'ai suivi des cours à Paris et je travaille toujours comme avant, à l'ancienne, avec des fermentations naturelles.

Il y a 10 ans, je me suis lancé un nouveau défi, celui d'enseigner, mais je suis toujours très actif en boulangerie-pâtisserie. J'ai notamment ouvert à Liège, il y a 6 ans, ajoute celui qui essaye de travailler un maximum avec des produits locaux. « Je vais chercher mes pommes, mes fraises et mes framboises chez le producteur, le lait en cruche... Je travaille avec du chocolat belge. Je prône vraiment le local ». Quant à savoir si son secteur est capable d'innover, il en est certain. « Moi, j'aime les nouvelles choses et je suis tout le temps en train de regarder de nouvelles recettes. Récemment, j'ai fait du spéculoos aux pommes et, aujourd'hui, de la tarte au café », note Damien Taillard, résolument passionné par son métier.

### « La satisfaction du client, notre priorité »

Lauréat du concours du Meilleur Artisan-Boulangier en 1998, Frédéric Mortagne ne cesse de se battre depuis lors pour proposer des produits de qualité, travaillés à l'ancienne.

Mouscronnois d'adoption (il est originaire de Templeuve), Frédéric Mortagne est boulanger-pâtisier depuis 1992. « J'ai démarré en tant qu'apprenti, un peu par hasard, en test. J'essayais plusieurs métiers et j'ai accroché à la boulangerie-pâtisserie, au point que c'est devenu une passion. J'apprécie le côté artistique et gustatif de ce métier. Et puis, le pain, c'est chaud et vivant, contrairement à d'autres métiers », explique-t-il.

Après avoir terminé son apprentissage en 1984, il travaille en tant qu'ouvrier jusqu'en 1992, moment où il devient chef pâtisier dans un restaurant. Puis, un jour, il décide de se lancer en tant qu'indépendant. « J'ai toujours voulu avoir ma propre affaire et être patron. Aujourd'hui, on forme une belle équipe avec 3 ouvriers à temps plein, un apprenti et moi dans l'atelier, ainsi que mon épouse, une vendeuse et 5-6 étudiants dans le magasin. Sa spécialité? « Je suis d'origine française et donc, c'est la baguette traditionnelle », explique ce passionné de... panification. « J'aime l'idée de prendre le temps et de laisser faire les éléments. La fermentation,

c'est ce qui donne tout le goût au pain, il n'y a pas de miracle. La viennoiserie est aussi un de nos produits phares. Ici, je ne vends rien qui ne soit pas fabriqué maison. Je travaille à l'ancienne. En boulangerie-pâtisserie, il faut se différencier des autres. Avec une même recette, 5 boulangers-pâtisseries réalisent 5 produits différents. Tout réside dans le savoir-faire », ajoute Frédéric Mortagne.

### Régularité et soin

Ce boulanger est un ardent défenseur de la qualité et du goût. « C'est mon cheval de bataille. Mes gars le savent. Je veux de la régularité et un soin du produit ».

Son avenir, il le voit sereinement. « Je vois que les clients reviennent davantage chez l'artisan. La satisfaction du client est une priorité. Quel bonheur quand les gens me disent « Waouw ta baguette », qu'ils aiment mes pains au chocolat ou qu'ils apprécient tel gâteau ». Et que peut-on lui souhaiter pour les années à venir? « Aujourd'hui, il faut se renouveler en permanence pour ne pas reculer. J'ai 55 ans et j'ai envie de terminer comme ça, tranquillement », ajoute celui qui est aussi formateur à l'IFAPME et détenteur de nombreux prix.

● L.B.



# Philosophie

J'avais passé une heure à la banque avec mon père, car il devait transférer de l'argent.

Je n'ai pas pu résister et j'ai demandé...

*Papa, pourquoi ne pas activer ta banque internet ?*

*Pourquoi ferais-je ça ?*

*Eh bien, tu n'aurais pas à passer une heure ici pour des choses comme le transfert.*

*Tu pourrais même faire tes courses en ligne. Tout serait si facile !*

J'étais tellement excitée de l'initier dans le monde du Net Banking.

Il m'a demandé :

*Si je fais ça, je n'aurai pas à sortir de la maison ?*

*Oui, oui ! J'ai dit. Je lui ai dit comment même l'épicerie pouvait être livrée à la porte maintenant et comment Amazon livre tout !*

Sa réponse m'a laissé sans voix

Il a dit :

*Depuis que je suis entré dans cette banque aujourd'hui, j'ai rencontré quatre de mes amis, j'ai discuté un moment avec le personnel qui me connaît très bien maintenant.*

*Tu sais que je suis seul... c'est la compagnie dont j'ai besoin.*

*J'aime me préparer et venir à la banque. J'ai assez de temps, c'est la touche physique dont j'ai envie.*

*Il y a deux ans, je suis tombé malade, le propriétaire du magasin chez qui j'achète des fruits est venu me voir et s'est assis à mon chevet*

*Quand ta maman est tombée il y a quelques jours pendant sa promenade matinale, notre épicier local l'a vue et a immédiatement pris sa voiture pour la ramener chez nous car il sait où j'habite.*

*Est-ce que j'aurais cette touche "humaine" si tout devenait en ligne ?*

*Pourquoi voudrais-je que tout me soit livré et que je me force à interagir avec juste mon ordinateur ?*

*J'aime connaître la personne à qui j'ai à faire et pas seulement la vendeuse. Ça crée des liens de relations.*

*Amazon livre-t-elle tout ça aussi ? Je ne veux pas que tu me manques.*

“  
**La technologie n'est pas la vie...  
Passez du temps avec les gens...  
Pas avec les appareils.**  
”

Source : facebook





# Forfait 2021

## Boulangerie et Pâtisserie

### Nouveaux accords pour le forfait TVA 2021

Comme chaque année en septembre, la commission fiscale francophone s'est réunie pour récolter les chiffres des différentes provinces concernant les prix d'achat des matières premières et les prix de vente pratiqués durant l'année. Suite au dernier confinement dû à la pandémie covid-19, la commission fiscale nationale n'a pu se réunir durant le mois de novembre et c'est donc par échange de courriels successifs avec les différents membres que nous avons pu établir des moyennes nationales pour chaque marchandise achetée, nécessaire à la composition du forfait et chacun des 9 produits types de l'échelle tarifaire.

Pour les mêmes raisons, il ne nous était pas possible de rencontrer les personnes habilitées à négocier les forfaits mais l'Administration Centrale du « Service Public Finances » nous a permis, comme l'année passée, de proposer nos chiffres afin que ceux-ci soient analysés.

Sur base d'un travail consciencieux de notre part, tous les chiffres proposés ont été vérifiés, acceptés et les nouveaux calculs ont été effectués au sein de l'administration afin de nous permettre d'obtenir un nouveau forfait provisoire pour l'année 2021.

En comparant les moyennes proposées pour l'année 2021 aux chiffres retenus pour le forfait, applicables depuis 2020, l'accord intervenu le 17 décembre nous permet de formuler certaines constatations.

Au niveau du prix de revient des matières premières, mise à part une dizaine de marchandises dont les prix d'achat restent statu quo par rapport à l'année passée : certains comme la margarine pain + 0,02 €, la poudre à cake + 0,02 € et la poudre à biscuit + 0,06 € pour lesquels nous avons constaté une légère hausse, tous les autres prix d'achat des marchandises ont subi une augmentation beaucoup plus importante.

Cela est notamment le cas pour les granulés + 0,20 €, le chocolat couverture + 0,27 €, la cannelle + 0,30 € mais ce sont principalement les matières suivantes : la moyenne des 8 fruits + 0,05 €, la margarine fine boulangerie-pâtisserie + 0,30 €, les adjouvants + 0,30 € et le saindoux + 0,33 € qui sont des marchandises très importantes pour le calcul du coefficient et qui influencent donc fortement celui-ci.

Dans un même souci de correspondance à la réalité des prix, une diminution a toutefois dû être constatée sur les produits laitiers avec - 0,03 € pour le lait, - 0,04 € pour la crème fraîche et aussi - 0,30 € pour le beurre.

En ce qui concerne **le prix d'achat de la farine normale**, celui-ci ne subit pas de modification **en 2021, il s'élève**

**donc pour 100 kg de farine à 85 € pour le prix minimum et toujours à 115 € pour le prix maximum.**

Du côté des prix de vente de la fine boulangerie, par rapport à 2020, sur base des moyennes relevées nous avons proposé des chiffres en augmentation, à savoir : + 0,01 € pour les pistolets et les sandwiches, + 0,02 € pour les couques et les pains français de 300 et 400 gr, + 0,03 € pour les cramiques sans raisins et + 0,04 € pour les cramiques avec raisins.

Concernant le prix de vente des produits de la pâtisserie aux 100 gr, suite aux constatations par rapport au forfait applicable en 2020, nous avons dû proposer pour les 9 produits repris à l'échelle tarifaire une légère augmentation correspondant à l'indexation.

Les augmentations acceptées par l'administration s'établissent respectivement à : + 0,01 € pour les grands gâteaux crème au beurre, + 0,02 € pour les petits gâteaux crème au beurre, les petits gâteaux crème fraîche, les tartelettes aux fruits, les tartes et tartelettes au riz et les éclairs, + 0,03 € pour les grands gâteaux crème fraîche et les tartes aux fruits.

Le résultat des différents prix retenus pour la pâtisserie produit **une hausse de 0,19 cents à l'échelle tarifaire** qui passe donc de 12,25 € à **12,44 € pour 2021.**

Bien que le total de l'échelle tarifaire n'augmente pas de manière très significative et compte tenu principalement de la hausse des prix des matières premières essentielles à la fabrication des produits de fine boulangerie et des pâtisseries (fruits, margarines et adjouvants) mais aussi de la faible augmentation des prix de vente pour ces 2 catégories de produits finis, sur base des calculs forfaitaires, on enregistre donc de manière égale entre la fine boulangerie et la pâtisserie **une très légère hausse du coefficient de 0,04** pour passer de 5,11 en 2020 à **5,15 en 2021.**

**En 2021**, suite à l'accord sur nos propositions par l'Administration fiscale, **tous les autres coefficients sont maintenus à l'identique** y compris celui des « Mix complets pour la fabrication de pain de marque » qui demeure à 2,55.

En résumé, le forfait 2021 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. Xhauffaire**

Présidente de la Commission Fiscale Francophone





**GYMFI BVBA**

Fijn linctje

**HANIWIJKMOLEN**Duiveltjesbrood  
t kampioentje**NEW TREE**

Easy New Tree

**B2B**

Child Focus

**WOUTERS**Délipure  
Pain Arthur**GB PLANGE**

Vollerkoren

**1. Remarques préliminaires**

Les dispositions qui suivent sont applicables uniquement aux assujettis soumis au régime du forfait prévu par l'article 56, §1er, 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 T.V.A. 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. Répartition des opérations visées par la réglementation forfaitaire**

Il y a trois catégories d'opérations que les boulangers et les boulangers-pâtisseries effectuent dans le cadre de leurs activités habituelles et dont les recettes sont déterminées forfaitairement :

- les livraisons de produits de la boulangerie;
- les livraisons de produits autres que le pain ou le pain spécial, de la boulangerie fine, de la pâtisserie et de divers produits accessoires de leur fabrication, tels les pralines, le massepain, le chocolat, la glace de consommation, etc.;
- les livraisons sans transformation de produits achetés.

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

**CHAPITRE 1 [Boulangerie]****3. Notion**

Pour l'application de la réglementation forfaitaire, il y a lieu de considérer comme produits de la boulangerie :

- PAIN** : Obtenu par la cuisson d'une pâte pétrie et fermentée préparée à partir de farine de céréales panifiables, d'eau potable, de levure ou de levain et de sel.
- PAIN SPECIAL** : Préparé à partir des mêmes ingrédients que le pain, mais auxquels ont été ajoutés des ingrédients complémentaires déterminés par la loi (quantité et qualité).

**4. Règle**

Le chiffre d'affaires (T.V.A. comprise) provenant des livraisons de produits de la boulangerie est obtenu forfaitairement :

- en multipliant par un multiplicateur forfaitaire indiqué ci-après le nombre de sacs de farine (100 kg) que l'assujetti déclare, sous le contrôle de l'administration, avoir affectés pendant la période de déclaration à la fabrication de ces produits;
- en multipliant le résultat obtenu sous a) par le prix de vente réel (T.V.A. comprise) par kg fixé pour des grands pains de ménage ; grand pain boulot, galette, platine et carré ; le grand pain spécial ; le grand pain spécial boulot, galette, platine et carré.

**5. Multiplicateur forfaitaire**

Pour le calcul forfaitaire du chiffre d'affaires provenant des livraisons de produits de la boulangerie, les assujettis doivent déclarer,

dans l'annexe à la déclaration périodique et sous le contrôle de l'administration, celle des catégories indiquées ci-après qui leur est applicable. Le multiplicateur applicable à la catégorie dans laquelle ils sont rangés doit être utilisé pour le calcul du nombre de pains fabriqués dont il est question sous 4, litt. a.

**Catégories et Multiplicateurs**

- Vente presque exclusive de pain de ménage (95% et plus) **134**
- Vente presque exclusive de pain (autre que le pain de ménage), rond, ovale ou rectangulaire sans biserie et/ou de pain spécial rond avec bisesures (95% et plus) **134**
- Vente presque exclusive de pain spécial sans biserie, autre que pain spécial "français" ou baguette (95% et plus) **133**
- Vente de pain de ménage rond avec biserie pour plus de 50% **134**
- Vente de pain (autre que le pain de ménage), rond, oval ou rectangulaire sans biserie et/ou de pain spécial rond avec bisesures pour plus de 50% **130**
- Vente de pain spécial sans biserie, autre que pain spécial "français" ou baguette, pour plus de 50% **133**

Pour déterminer la catégorie dans laquelle son exploitation se range, l'assujetti prendra en considération le nombre de kilos de farine qu'il a affecté pendant la période de déclaration à la fabrication des différentes sortes de pain. Lorsque, pendant la période de déclaration, l'assujetti n'a pas affecté à la fabrication de l'une des sortes de pains visées ci-dessus, plus de 50 % de la quantité totale de farine qu'il a utilisée à la fabrication de produits de la boulangerie, le choix du multiplicateur est déterminé par la sorte de pains pour laquelle la quantité la plus importante de farine a été utilisée (p. ex., si l'assujetti a utilisé la farine à concurrence de 25 % pour le pain de ménage, 35 % pour le pain (autre que ménage) ou le pain spécial rond avec bisesures et 40 % pour le pain spécial sans biserie, le multiplicateur à indiquer est celui de la catégorie 6 : plus de 50 % de pain spécial sans biserie.

Pour notre exemple, nous prenons un boulanger qui ne fabrique que du pain spécial sans biserie. Il tombe donc sous la catégorie 3.

**[EXEMPLE 1]**

Calcul trimestriel. Chiffre d'affaires pain.

Boulangerie avec production de 100% de pains spéciaux, sans biserie.

Catégorie 3, multiplicateur 133 kg de pains

• acheté : 150 sacs

• transformé dans le secteur boulangerie : 90 % ou 135 sacs

• Si un grand pain spécial, pesant 800 g est vendu 2 € ; pour le calcul du chiffre d'affaires, le prix de vente réel par kg sera de 2,50 €

Calcul chiffre d'affaires: 135 sacs de farine x 133 multiplicateur de rendement applicable à la catégorie 3 = 17.955 kg de pains x 2,50 € prix de vente réel "tout compris" par kg = 44.887,50 € (T.V.A. comprise).



## 6. Supprimé

### 7. Augmentation du chiffre d'affaires résultant de l'emploi d'adjuvants dans la fabrication de pain et de pain spécial

L'augmentation du chiffre d'affaires (T.V.A. comprise) qui résulte de l'adjonction d'adjuvants dans la fabrication du pain (max. 1,5 kg pour 100 kg de farine) et de l'adjonction d'adjuvants supérieure à 4,5 kg pour 100 kg de farine dans la fabrication de pain spécial (max. autorisé 6 kg d'adjuvants par 100 kg) est calculée forfaitairement en multipliant le nombre de kilos de produits adjuvants, quelle qu'en soit la nature, qui ont été employés pendant la période de déclaration, par le prix de vente réel [T.V.A. comprise] pour le pain ou le pain spécial.

Si, lors de la fabrication d'un pain ou d'un pain spécial on n'affecte pas de produits ajoutés, il ne peut y avoir de diminution pour ces produits. Si des produits ajoutés sont utilisés, peut importe la quantité ajoutée, alors maximum 1,5 kg par sac (100 kg) peut être accepté dans ce forfait. Pour chaque kilo d'adjuvant ajouté, on comptera un pain en plus. De l'achat total des matières premières (farine + autres), on pourra déduire € 3,66 par kilo de produits améliorants utilisés.

#### [EXEMPLE 2]

Augmentation du chiffre d'affaires par l'utilisation de produits ajoutés (max. 1,5 kg par sac de 100 kg)  
 $135 \text{ sacs} \times 1,5 \text{ kg} = 202,50 \text{ kg} = N$   
 $N \times \text{prix de vente réel par kg } 2,50 \text{ €} = 506,25 \text{ €}$   
 (T.V.A. comprise).

Attention, le calcul du chiffre d'affaires ne représente qu'un seul calcul sur la feuille de calcul. Sur la première ligne, l'on met : 135 (sacs farine, secteur boulangerie) x 133 (rendement catégorie 3) = 17.955 (nombre de kg de pains) + 202,50 (N) = 18.157,50 (total des kg de pains produits) x 2,50 € (prix de vente tout compris au 1<sup>er</sup> janvier 2021) = 45.393,75 € (chiffre d'affaires vente de pain, TVA comprise).

### 8. Augmentation du chiffre d'affaires provenant de la rétribution du coupage et de l'emballage du pain

L'augmentation du chiffre d'affaires (T.V.A. comprise) provenant de la rétribution du coupage et de l'emballage du pain est calculée forfaitairement en multipliant le nombre de sacs à pain achetés tel qu'il est indiqué sur la facture d'achat par le supplément de prix demande pour la vente d'un pain coupé et emballé.

A défaut d'indication sur les factures d'achat ce nombre de sacs achetés est fixé à 75 ou 105 par kg, selon qu'il s'agit de grands ou de petits sacs. Lorsque la facture d'achat contient une indication fautive ou inexacte du nombre de sacs achetés, l'administration pourra taxer d'office la recette supplémentaire, comme prévu par l'article 66 du Code de la T.V.A.

Quand un prix de vente « tout compris » est appliqué pour les pains cités au n° 4 b) de la réglementation forfaitaire (pour lesquels il n'est pas demandé de supplément de prix pour le coupage et l'emballage de ces pains) le nombre de sacs à pain ne doit plus être repris dans la feuille de calcul ou dans le facturier d'entrée.

#### [EXEMPLE 3]

Calcul trimestriel coupage et emballage si supplément de prix demandé.  
 Achat de 21 .500 sacs à pain  
 Avec 2,40 € prix du pain + 0,10 € prix de la coupe et de l'emballage.  
 $21.500 \text{ pièces} \times 0,10 \text{ € (prix réel demandé)}$   
 $= 2.150 \text{ € (T.V.A. comprise)}$ .

Si un prix de vente « tout compris » est appliqué aux pains (2,50 € comme dans l'exemple 1) rien n'est à calculer ici pour la coupe et l'emballage.

### 9. Augmentation du chiffre d'affaires provenant de la perception d'une rétribution pour la livraison du pain à domicile

La recette supplémentaire (T.V.A. comprise) est obtenue en multipliant le nombre de pains (petits et grands) livrés à domicile pendant la période de déclaration, par le montant de rétribution perçue par unité de pain livrée à domicile.

#### [EXEMPLE 4]

Calcul trimestriel chiffre d'affaires de livraison à domicile.  
 Livraison à domicile de 4.000 pains.  
 $4.000 \text{ pains} \times 0,05 \text{ € (prix demandé au 1.1.2021)} = 200,00 \text{ €}$   
 (T.V.A. comprise).

### 10. Modification des prix de vente du pain pendant la période de déclaration

Lorsque les prix de vente du pain dont il a été tenu compte pour le calcul du chiffre d'affaires ont été augmentés pendant la période de déclaration, le chiffre d'affaires calculé sur base de l'ancien prix doit être augmenté d'un certain montant. Ce montant est égal à une fraction du produit obtenu en multipliant la différence entre l'ancien et le nouveau prix par les mêmes nombres que ceux qui ont servi au calcul du chiffre d'affaires sur base de l'ancien prix. Le numérateur de cette fraction est égal au nombre de jours pendant lesquels le nouveau prix a été appliqué pendant la période de déclaration, le dénominateur est 90.

#### [EXEMPLE 5]

Nombre de pains x montant de la hausse x nombre de jours d'application, divisé par le nombre de jours du trimestre (90 jours)

### 11. Détermination de la recette totale

Comme le chiffre d'affaires calculé forfaitairement est établi taxe comprise, il y a lieu, pour déterminer le montant imposable, de prendre les 100/106 du chiffre d'affaires forfaitaire.

### 12. Modifications éventuelles de la réglementation forfaitaire

Si des modifications sont apportées dans le courant de l'année à l'un ou l'autre élément constitutif de la présente réglementation forfaitaire en ce qui concerne la livraison des produits de la boulangerie ordinaire (p.e. changement dans le poids et le prix des produits de la boulangerie ordinaire), l'administration se réserve le droit d'adapter cette réglementation en cours d'année, après consultation des groupements professionnels. (AR. n° 2, art. 7, 2e alinéa) .



## CHAPITRE 2

### [Produits de boulangerie autres que le pain, fine boulangerie, pâtisserie et fabrications accessoires]

#### 13. Notion

Pour l'application de la réglementation forfaitaire, il y a lieu de considérer dans ce secteur :

- les produits de la boulangerie autres que le pain, c'est-à-dire les produits dont le poids ne dépasse pas 300g et qui contiennent les mêmes ingrédients de base que les pains et pouvant contenir les seuls ingrédients complémentaires autorisés pour ces pains (pistolets, ficelles, ...);
- les produits de la boulangerie fine, c'est-à-dire les produits contenant les mêmes ingrédients que les pains et que les produits sous a) avec présence ou ajout de certaines quantités de sucres, de matières grasses, œufs, fruits secs ou confits, cacao, chocolat, confiture, marmelade, gelée (sandwichs, cramiques, ...);
- la pâtisserie, quelle que soit la sorte de pâte utilisée dans la préparation (pâte feuilletée, pâte levée, pâte à choux, pâte "biscuit", pâte brisée, etc.);
- les fabrications diverses, comme les pralines, le massepain, les caramels, la glace de consommation, etc.

#### 14. Règle

##### A. METHODE DE PREPARATION CLASSIQUE

Le chiffre d'affaires (T.V.A. comprise) provenant des livraisons de produits de la boulangerie autres que le pain, de produits de la fine boulangerie, de la pâtisserie et des fabrications accessoires est obtenu forfaitairement en multipliant par un coefficient qui est, en principe, fixé à € 5,15, le prix d'achat des matières premières, produits et marchandises, y compris les produits servant au graissage des platines, achetés par l'assujetti pendant la période de déclaration et déduction faite du prix d'achat des matières premières, produits et marchandises affectés à la fabrication des produits de la boulangerie.

- le prix d'achat du café, thé et crème glacée qui sont destinés à être consommés dans le salon de consommation.
- le prix d'achat de produits destinés à être vendus sans transformation.
- le prix d'achat des pâtes prêtes à l'emploi.
- le prix d'achat des mix pour la fabrication de pains de marque.

Le total des matières premières achetées et repris dans la feuille de calcul sous la lettre "O".

##### [EXEMPLE 6]

Déclaration trimestrielle	
Achat farine : 150 sacs - prix	9.355,36 €
Autres matières premières	4.539,71 €
<b>Total achats</b>	<b>13.895,07 €</b>

Le coefficient fixé à 5,15 varie en fonction des fluctuations d'une échelle tarifaire qui est établie à partir d'une série de produits-types. Le mécanisme du coefficient et de l'échelle tarifaire est réglé sous le n° 16.

Le prix d'achat des matières premières servant de base aux calculs est le montant sur lequel la T.V.A. a été ou a dû être perçue lors de l'achat ou de l'importation. Dans la mesure où le prix d'achat réel hors T.V.A. de la farine achetée, quelle qu'en soit la qualité, diffère du prix de revient normal, hors TVA de la farine (11/680) (avec de la farine et/ou mélange de farines (11/680) sans addition de denrées alimentaires et à l'exclusion de mix pour pains de marque), le prix d'achat des matières premières doit être adapté de la manière ci-après :

- lorsque le prix d'achat réel est inférieur au prix de revient normal de la farine 11/680, le prix de base est, à la fin de chaque période de déclaration, augmenté de la différence entre le prix d'achat total de la farine que le boulanger a achetée au cours de cette période et le prix de revient normal d'une même quantité de farine (11/680) (avec de la farine et/ou mélange de farines (11/680) sans addition de denrées alimentaires et à l'exclusion de mix pour pains de marque);
- lorsque le prix d'achat réel est supérieur au prix de revient normal de la farine 11/680, le prix de base est, à la fin de chaque période de déclaration, diminué de la différence entre le prix d'achat total de la farine que le boulanger a achetée au cours de cette période et le prix de revient normal d'une même quantité de farine (11/680) (avec de la farine et/ou mélange de farines (11/680) sans addition de denrées alimentaires et à l'exclusion de mix pour pains de marque).

Pour l'application de la règle établie à l'alinéa qui précède, le prix de revient normal, hors T.V.A., de la farine (11/680) (avec de la farine et/ou mélange de farines (11/680) sans addition de denrées alimentaires et à l'exclusion de mix pour pains de marque) est fixé à € 85 par 100 kg pour 2021. Le prix maximum est fixé à € 115.

Nous attirons votre attention sur le fait qu'en parlant de farine, nous nous référons bel et bien aux « différentes sortes de farines prévues dans l'AM. fixant le prix de la farine de froment du 9 août 1984 ».

##### [EXEMPLE 7]

Déclaration trimestrielle.	
Calcul prix d'achat moyen P ou PP de la farine.	
Achat farine : 150 sacs	€ 9.355,36
Moyenne prix de revient	
150 sacs x € 85 =	€ 12.750,00
Payé en moins	€ 3.394,64 ou P
Pour le calcul du chiffre d'affaires :	
«O» (€ 13.895,07) + «P» (€ 3.394,64) =	€ 17.289,71

Attention, lors des négociations pour la réglementation forfaitaire, le prix maximum de la farine a été fixé à € 1,15 par kg, soit € 115 par sac. Donc si vous achetez une farine plus chère, celle-ci sera considérée comme une farine de € 1,15 le kg, et le reste du prix de revient payé sera considéré comme « matière première ».

Exemple:

Achat d'une farine à € 1,23 le kg.  
Inscrire : 1,15 dans la colonne "FARINE"  
0,08 dans la colonne "MATIERES PREMIERES".

##### B. PREPARATIONS A PARTIR DE PATES "PRETES A L'EMPLOI"

Le chiffre d'affaires (T.V.A. comprise) provenant des livraisons de produits fabriqués avec des pâtes "prêtes à l'emploi", est fixé forfaitairement à 50% du montant obtenu en multipliant le prix d'achat de ces pâtes (à inscrire séparément dans le facturier d'entrée) par le coefficient fixé, éventuellement adapté (cf. A) ci-dessus).



Par pâte "prête à l'emploi" il faut entendre: la pâte, qu'elle soit ou non moulée et/ou garnie, surgelée ou spécialement conditionnée en vue de sa conservation, et qui doit encore subir une cuisson et éventuellement une finition.

Sur la feuille de calcul, ces achats sont repris sous la lettre "Z" .

[EXEMPLE 8]

Déclaration trimestrielle.  
 Prix d'achat total de pâtes prêtes à l'emploi : € 302,43.  
 € 1.302,43 (Z) x 5,18 (coef. entreprise) = € 6.746,59 x 1/2  
 = € 3.373,29, recette T.V.A. comprise.

C. MIX COMPLETS POUR LA FABRICATION DE PAINS DE MARQUE

Le chiffre d'affaires (T.V.A. comprise) provenant des livraisons de pains de marque fabriqués avec des mix complets est calculé forfaitairement en multipliant le prix d'achat réel total (frais de promotion inclus) de ces mix par 2,55. Ce prix d'achat figurera dans une colonne distincte du facturier d'entrée.

Sont considérés comme mix complets pour la fabrication de pains de marque pour l'application de cette réglementation forfaitaire: les mix prêts à l'emploi livrés par le fournisseur pour la fabrication de pains de marque auxquels le boulanger peut ajouter au maximum un nombre de kg de farine identique à celui du mix livré et auxquels ce dernier peut encore ajouter uniquement de la levure et de l'eau. Pour les mix complets pour la fabrication de pains de marque la livraison de sacs à pain mentionnant la dénomination légale du pain de marque est obligatoire.

Ne sont pas considérés comme des mix complets pour la fabrication de pains de marque les "mélanges de farines" (farine composée), ceux-ci étant composés par le fournisseur à partir de différentes sortes de farines.

[EXEMPLE 9]

Déclaration trimestrielle  
 Total des achats de mix pour la préparation de pains de marque = € 193,36 («L»)  
 Chiffre d'affaires : € 193,36 («L») X 2,55 = € 493,07 recette T.V.A. comprise

15. Déduction du prix de revient des matières premières utilisées dans la boulangerie - calcul

A. PAIN, PAIN SPÉCIAL

Le prix de revient des matières premières utilisées dans la fabrication de pains énumérés ci-avant sous n°3, litt. a et b. est calculé forfaitairement en multipliant le nombre de sacs (100 kg) de farine utilisés pour la fabrication de ces pains (voir n° 4) par un des multiplicateurs fixés ci-après, en tenant compte de la catégorie dans laquelle l'assujetti s'est rangé (voir n°5) :

1. Vente presque exclusive de pain de ménage (95 % et plus). € 90,61
2. Vente presque exclusive de pain (autre que le pain de ménage) ou de pain spécial rond avec batures (95 % et plus) € 98,95
3. Vente presque exclusive de pain spécial sans bature, autre que pain spécial français et de pain spécial baguette (95 % et plus) € 106,66
4. Vente de pain de ménage, rond avec batures pour plus de 50% € 94,27
5. Vente de pain (autre que le pain de ménage) ou de pain spécial rond avec batures pour plus de 50 % € 98,85
6. Vente de pain spécial sans bature, autre que pain spécial français ou pain spécial baguette pour plus de 50 % € 103,10

[EXEMPLE 10]

Déclaration trimestrielle.  
 Calcul déduction prix de revient matières premières utilisées pour le secteur boulangerie.  
 Boulangerie catégorie 3, prix de revient € 106,66 par sac. (Ce prix de revient est une recette pour la préparation de (1 sac) 100 kg de farine en pain spécial.)  
 135 sacs (secteur boulangerie) x € 106,66 = € 14.399,10 (prix de revient matières premières secteur boulangerie).

B. PRODUITS ADJUVANTS AFFECTÉS À LA FABRICATION DE PAIN ET DE PAIN SPÉCIAL.

Le prix de revient global des produits adjuvants que l'assujetti déclare, sous le contrôle de l'administration, avoir affectés à la fabrication de pains et de pains spéciaux (voir n° 7), est calculé forfaitairement en multipliant le nombre de kilos de produits adjuvants, quelle que soit leur nature (matières grasses, produits améliorants ou autres adjuvants), qu'il a utilisés pendant la période de déclaration, par € 3,66.

La quantité maximale déductible est fixée à 1,5 kg de produits adjuvants par 100 kg de farine affectée à la fabrication de pain et de pain spécial.

[EXEMPLE 11]

Déclaration trimestrielle  
 Calcul déduction prix de revient des produits ajoutés dans le secteur de la boulangerie (N maximum 1,5 kg par sac de 100 kg).  
 "N" = 202,50 kg x € 3,66 = € 741,15.

Sur la feuille de calcul, l'on calcule le chiffre d'affaires sur le total des matières premières (la farine comprise) utilisées dans la boulangerie fine et la pâtisserie. En résumé, ces achats sont calculés comme suit :

"O" = € 13.895,07 + € 3.394,64 = € 17.289,71  
 (total achats après correction du prix de la farine) voir ex. 7

A diminuer avec les matières premières utilisées dans le secteur boulangerie :  
 "A" = 135 x € 106,66 = € 14.399,10  
 "N" = 202,50 x € 3,66 = € 741,15  
 € 15.140,25

€ 17.289,71 - € 15.140,25 = € 2.149,46 (matières premières, utiles dans la fine boulangerie et la pâtisserie)

Chiffre d'affaires : € 2.149,46 x 5,18 (coef. entreprise) = € 11.134,20 (T.V.A. comprise)

16. Mécanismes de l'échelle tarifaire

Le coefficient de 5,15 fixé au n°14 est lié à l'échelle tarifaire suivante de produits vendus au comptoir :

Prix de vente par 100 g (T.V.A. comprise)	
Gâteau à la crème ou beurre	€ 2,14
Petit gâteau à la crème au beurre	€ 1,97
Gâteau à la crème fraîche	€ 1,65
Petit gâteau à la crème fraîche	€ 1,65
Tarte aux fruits	€ 0,96
Tartelette aux fruits	€ 1,14
Tarte au riz	€ 0,87
Tartelette au riz	€ 0,96
Eclair	€ 1,10
<b>Total</b>	<b>€ 12,44</b>



L'assujetti doit faire connaître, au cadre II de l'annexe à la déclaration périodique, les prix de vente moyens par 100 g (T.V.A. comprise) qu'il a pratiqués au comptoir pendant la période de déclaration, pour les produits-types figurant dans l'échelle tarifaire. Lorsque le total des prix pratiqués par l'assujetti pour ces produits-types fait apparaître une différence en plus ou en moins avec le total € 12,44 indiqué ci-avant, une correction de 0,01 par tranche entamée de € 0,05 doit être ajoutée ou retranchée, selon le cas, au coefficient de 5,15.

Cette correction doit être effectuée, qu'il s'agisse d'une différence en plus ou en moins.

#### [EXEMPLE 12]

Le total de l'échelle tarifaire dans votre entreprise est de € 12,57.

La différence est de : € 12,57 - € 12,44 = € 0,13, soit 3 fractions de 0,05 €.

Votre coefficient devient  $5,15 + 0,03 = 5,18$ .

Si au cours de la période de déclaration, un assujetti ne fabrique pas certains produits repris dans l'échelle tarifaire, le total à prendre en considération est obtenu en multipliant le total des prix de vente par 100 g (T.V.A. comprise) pratiqués pendant cette période, par cet assujetti pour les produits qu'il a fabriqués, par une fraction dont le numérateur est € 12,44 et dont le dénominateur est égal à la différence entre € 12,44 et le total des prix de vente des produits non fabriqués indiqués dans l'échelle tarifaire.

#### [EXEMPLE 13]

Formule : 
$$\frac{\text{Total prod. fabr.} \times \text{€ 12,44}}{(\text{€ 12,44} - \text{Tot. prod. non fabr.})}$$

Si au cours d'un trimestre, un assujetti n'a fabriqué ni tartes au riz ni tartelettes au riz à € 0,87 et € 0,96 les 100 g selon l'échelle tarifaire) et si le total des prix de vente par 100 g, T.V.A. comprise, pratiqués par l'assujetti pour les autres produits-types, s'élève à € 12,57, il doit calculer comme suit le total des prix de l'échelle tarifaire :

$$\frac{\text{€ 12,57} \times \text{€ 12,44}}{(\text{€ 12,44} - \text{€ 1,83})} = \text{€ 14,74}$$

Si un assujetti fabrique plusieurs sortes d'un même produit-type (p.ex. différentes sortes de gâteaux à la crème au beurre), il y a lieu de retenir comme prix de vente moyen par 100 g à inscrire à l'échelle tarifaire, la moyenne pondérée des prix de vente par 100 g des produits de fabrication courante.

Pouvons-nous attirer votre attention particulière sur le fait que dans ces produits-types aucune spécialité, comme par exemple de la pâtisserie préparée avec beaucoup de liqueur, etc. n'est reprise. Lorsque ces produits sont vendus à des prix plus élevés que ceux sans liqueur, il est clair que la recette supplémentaire qui en résulte, est imposée suivant le prix d'achat sur la facture des liqueurs qui est multiplié par le coefficient de votre entreprise.

Pour éviter tout problème, il est nécessaire d'en faire une copie lors du contrôle de l'échelle tarifaire.

Nous tenons également à attirer votre attention sur le fait qu'à plusieurs reprises, nous avons constaté (entre autres avec les tartelettes aux fruits exotiques sur une pâte sablée) que des produits n'étaient pas conformes aux descriptifs des produits types. Si lors d'un enregistrement, de telles divergences devaient avoir lieu, veuillez en prendre note afin de communiquer ces prises de prix divergentes lors d'un éventuel contrôle ultérieur. Pour plus de clarté, nous vous donnons ci-après une description des produits de l'échelle tarifaire.

## 17. Définition des produits-types repris dans l'échelle tarifaire

Gâteau à la crème au beurre (ou biscuit à la crème au beurre) : gâteau (généralement rond, mais existant aussi sous d'autres formes : carré, triangulaire, cœur, bûche, etc.), souvent coupé en deux pour être fourré de crème pâtissière, de gelée d'abricot, etc. La finition est différente d'après le type, le parfum, etc. (p.ex. garniture au moka, massapain, fruits confits, chocolat, glacé au sucre, etc.). Les spécialités telles que gâteaux à la crème au beurre au Grand Marnier, Cointreau ou autres liqueurs **n'entrent PAS** en ligne de compte pour un enregistrement dans la liste des produits-types de l'échelle tarifaire.

Petit gâteau à la crème au beurre : même composition et mêmes formes que le gâteau à la crème au beurre, mais de plus petites dimensions.

Gâteau à la crème fraîche : gâteau garni de fruits et de crème fraîche, souvent enrobé de paillettes de chocolat, d'amandes effilées, de biscuits moulus et souvent fourrés de crème fraîche, de crème pâtissière ou de gelée de fruits.

Petit gâteau à la crème fraîche : ce genre de gâteau existe sous différentes formes : ronde, allongée, en forme de cygne, etc. (ex. le chou à la crème fraîche) .

Tarte aux fruits : tarte cuite dans des tourtières cannelées ou des tourtières unies et garnie de fruits. Cette tarte n'est pas nécessairement ronde; elle est parfois recouverte de pâte à tarte levée, pourvue de quelques encoches ou garnie de bandelettes de pâte qui forment un grillage. La tarte à la confiture tombe également sous cette catégorie.

Tartelette aux fruits : cuite comme la tarte, mais dans de petites formes. On classe aussi sous cette dénomination la tarte cuite sur grande platine et coupée ensuite en carrés (carrés confiture).

Tarte et tartelette au riz : tarte (tartelette) ronde, bien fournie en crème de riz et souvent saupoudrée de sucre en poudre.

Eclair : petit gâteau fourré à la crème pâtissière, de forme généralement allongée, saupoudré de sucre ou glacé au chocolat.

## 18. Vente de glace de consommation fabriquée par l'assujetti

En cas de vente de glace de consommation à un prix supérieur à **quatre fois** le prix des matières premières affectées à la fabrication de cette glace, l'assujetti doit indiquer, dans l'annexe à la déclaration périodique, le nombre de litres de glace de consommation qu'il a fabriqués, ainsi que le prix de vente au litre (T.V.A. comprise).

Le chiffre d'affaires calculé pour les produits de boulangerie autres que le pain et la boulangerie fine, la pâtisserie et les fabrications accessoires est majoré du prix de vente au litre de glace de consommation (T.V.A. comprise) multiplié par :

- le cinquième du nombre de litres de glace de consommation vendus, lorsque le prix de vente au litre de celle-ci est supérieur à quatre fois le prix des matières premières sans dépasser cinq fois ce prix;



b) le tiers du nombre de litres de glace de consommation vendus, lorsque le prix de vente au litre de celle-ci est supérieur à cinq fois le prix des matières premières sans dépasser six fois ce prix;

c) la moitié du nombre de litres de glace de consommation vendus, lorsque le prix de vente au litre de celle-ci est supérieur à six fois le prix des matières premières.

[EXEMPLE 14]

Déclaration trimestrielle.

Prix matières premières par litre de glace = € 2,23

Prix de vente par litre de glace = € 13,63

Plus de six fois les matières premières

Nombre de litres fabriqués au cours du trimestre 120

120 litres x 1 / 2 = 60 x € 13,63 (prix de vente par litre)

= € 817,80 (T.V.A. comprise).

19. Détermination du montant imposable

Etant donné que le chiffre d'affaires global est calculé forfaitairement en comprenant une taxe de 6 %, il y a lieu, pour déterminer la recette globale imposable, de prendre les 100/106 du chiffre d'affaires global forfaitaire (voir toutefois, pour les assujettis qui exploitent un salon de consommation, les règles particulières établies au chapitre 6 ci-après).

CHAPITRE 3

[Vente sans transformation de produits achetés]

20. Produits revendus, autres que ceux visés au point 21

Le chiffre d'affaires provenant des livraisons faites sans transformation par les boulangers et les boulangers-pâtisseries de produits qui ont fait l'objet d'un achat ou d'une importation, et qu'ils vendent habituellement dans leur commerce est obtenu forfaitairement en appliquant les coefficients ci-après au total des prix d'achat des produits qui ont fait l'objet d'un achat ou d'une importation pendant la période de déclaration.

Dans ces prix d'achat, la valeur normale des produits livrés gratuitement au boulanger-pâtisseries doit être comprise. Il y a trois groupes différents. Le prix d'achat à prendre en considération pour le calcul forfaitaire est le montant sur lequel la T.V.A. a été ou a dû être acquittée lors de l'achat ou de l'importation. Le chiffre d'affaires provenant de ces livraisons est établi taxe non comprise et il constitue, dès lors, le montant imposable.

Groupe de marchandises 11 (taux de 6 %) Coefficient 1,35

- levure et farine;
- confiserie, chocolat, toffees, drops, pralines, biscuits, spéculoos, biscuits desserts, dragées, massepain travaillé (pommes, poires, etc.) acheté sous cette forme, (la pâte d'amande transformée par le boulanger en petites figurines ou utilisée lors de la fabrication de la boulangerie fine ou de la pâtisserie est à considérer comme matière première) (voir n 14, a);
- confitures, café (ne sont pas visés le café, le thé et les autres boissons destinés au salon de consommation);
- figurines, drapements, bougies et autres objets non comestibles fournis en même temps qu'un gâteau, comme garniture de celui-ci;

• crème glacée achetée (surgelée et autre). Ne sont pas visées, la crème glacée achetée pour être vendue au salon de consommation (voir chapitre 6), les pâtes surgelées à considérer comme matières premières.

Nous demandons également tout particulièrement votre attention pour les produits cuits prêts-à-l'emploi (p.ex. vidés, cornets, tartelettes, meringues, biscuits vanille, boules, savarins, etc.). Pour ces produits, le prix d'achat peut être inscrit dans la colonne du facturier d'entrée avec la vente des produits achetés sans transformation, c'est-à-dire le groupe taxé de 6 % de T.V.A., après quoi le prix d'achat sera multiplié par le coefficient 1,35.

[EXEMPLE 15]

Prix d'achat € 994,05.

Recette : € 994,05 x 1,35 = € 1.341,97, T.V.A. non comprise.

Groupe de marchandises 12 (taux de 6%) Coefficient 1,65

Produits surgelés et précuits de la boulangerie, fine boulangerie et pâtisserie.

Dans ce groupe, une colonne distincte est prévue pour tous les produits surgelés et précuits, tels que pain français, piccolo, pain Kaiser, sandwiches, ciabatta, boules, donuts, tartes au maton ainsi que tous les autres produits surgelés qui sont vendus.

Il est donc de toute première importance que vos factures d'achat soient ventilées de la bonne manière et inscrites dans la bonne colonne de votre facturier d'entrée.

[EXEMPLE 16]

Prix d'achat : € 371,84

Recette : € 371,84 x 1,65 = € 613,54, T.V.A. non comprise

Groupe de marchandises 13 (taux de 6 %) Coefficient 1,50

Autres boissons que celles visées au groupe de marchandises 31 destinées à la vente au comptoir.

[EXEMPLE 17]

Prix d'achat : € 150,00

Recette : € 150,00 x 1,50 = € 225,00, T.V.A. non comprise

Groupe de marchandises 31 (taux de 21 %) Coefficient 1,50

Jouets et articles de fantaisie tels que les emballages spéciaux d'une valeur supérieure au tiers de l'ensemble (emballage et contenu). Boissons froides (par exemple les canettes vendues au comptoir. 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. destinées à la vente au comptoir.

[EXEMPLE 18]

Prix d'achat € 1.030,79

Recette : € 1.030,79 x 1,50 = € 1.546,18, T.V.A. non comprise.

21. Vente de pain, de produits de la boulangerie autres que le pain et de produits de la fine boulangerie et de pâtisserie achetés à des tiers

Deux colonnes (numérotées 13a et 13b) sont ajoutées au facturier d'entrée : elles serviront à l'inscription, par facture :

- colonne 13a : prix d'achat, hors T.V.A.;
- colonne 13b : prix de vente total, T.V.A. comprise, réalisé par l'assujetti.



Le chiffre d'affaires relatif à la revente du pain, des produits de la boulangerie autres que le pain et des produits de la fine boulangerie et de la pâtisserie est déterminé déduction faite des pertes réelles sur ces ventes.

Toutefois, le montant des pertes à déduire ne peut excéder 6 % du prix de vente total (pertes non déduites).

Si le fournisseur reprend tous les invendus, aucune perte ne peut être prise en considération. Le montant imposable, provenant de la vente de ces produits, s'obtient en multipliant le montant total (T.V.A. comprise) des ventes par la fraction 100/106.

#### [EXEMPLE 19]

Prix de vente ou recette

€ 961,83 x 94% x 100/106 = € 852,94, TVA non comprise.

## CHAPITRE 4

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

#### 22. Opérations visées

Il s'agit d'opérations soumises à la T.V.A., autres que celles traitées sous les chapitres 1 à 3 ci-avant, qui sont effectuées par l'assujetti dans le cadre de son activité habituelle et qui sont imposables au taux de 6 %.

Sont ainsi visées, les cuissons faites par l'assujetti pour le compte de particuliers, les livraisons de produits d'alimentation qui n'appartiennent pas au groupe de marchandises 11, etc.

#### 23. Règle

Lorsque les recettes (T.V.A. comprise) provenant des opérations mentionnées au n° 22, n'excèdent pas € 1 500,00 par trimestre<sup>1</sup> elles peuvent être estimées globalement dans la feuille de calcul annexée à la déclaration périodique. Lorsque ces recettes excèdent ce montant, l'assujetti est tenu, conformément à l'article 12, 3° de l'arrêté royal n° 1, du 23 juillet 1969, de les inscrire au jour le jour dans le journal de recettes (opérations au taux de 6 %). A la fin de chaque période de déclaration, le montant total de ces inscriptions est reporté dans la feuille de calcul.

#### 24.1. Autres opérations

Le montant provenant des autres opérations (p.ex. vente d'un bien d'investissement, etc.) qui donnent généralement lieu à l'établissement d'une facture ou d'un autre document en tenant lieu, est déterminé sur base du facturier de sortie. Ce montant doit être inscrit dans les grilles 01, 02 ou 03 de la déclaration périodique à la T.V.A. en plus des sommes à reporter dans ces cases et provenant de la feuille de calcul à annexer à cette déclaration.

#### 24.2. Vente de sacs en plastique

Indiquer le nombre de sacs et la somme payée par le client au point V. en page 4 de la feuille de calcul.

## CHAPITRE 5 [Ristournes]

#### 25. Règle

La recette globale peut être diminuée du montant des ristournes ou diminutions de prix consenties par l'assujetti dans les cas ci-après :

- délivrance gratuite aux clients de timbres-ristournes ou bons-primés achetés par l'assujetti. Dans ce cas, la diminution est autorisée à concurrence de la valeur indiquée sur les timbres ou bons. Sauf preuve contraire à fournir par l'administration, le paiement de la valeur faciale par l'assujetti à l'éditeur des timbres ou bons constitue une présomption de la délivrance gratuite de ces timbres ou de ces bons aux clients ;
- délivrance gratuite aux clients de timbres-ristournes émis par l'assujetti lui-même. La diminution est autorisée à condition que l'assujetti puisse établir le montant de la ristourne au moyen des carnets de ristournes qu'il a remboursés et qui portent la date et le montant du remboursement, le nom et l'adresse du client et la signature de celui-ci;
- ristournes spéciales accordées sur les factures relatives à des fournitures de marchandises à des restaurants, pensions, communautés religieuses, etc., lorsque le chiffre d'affaires provenant de ces fournitures est déterminé forfaitairement. Les factures doivent mentionner clairement le montant de la ristourne et celle-ci doit être calculée sur le prix de vente au détail (TVA. comprise).

Le montant des ristournes est soustrait uniquement du montant imposable à la T.V.A. de 6 %, même si les marchandises sont soumises à des taux différents. Les ristournes sont généralement calculées sur le prix T.V.A. comprise. Pour obtenir le montant à soustraire, il faut donc multiplier le total des ristournes par la fraction 100/106. Il va de soi que la recette globale ne peut être diminuée du montant des timbres-ristournes ou bons-primés fournis gratuitement à l'assujetti par le fournisseur en vue de les distribuer aux clients.

#### [EXEMPLE 20]

Ristournes autorisées aux clients :

- selon le livre de vente : € 1 292,52
- à soustraire: € 1.292,52 x 100/106 = € 1.219,36.

## CHAPITRE 6

### [Vente dans un salon de consommation]

#### 26. Règle

Le taux de T.V.A. est de 12 % pour les livraisons de nourriture et de glace de consommation dans un salon de consommation, sauf pour les boissons pour lesquelles le taux de T.V. A. de 21% est applicable. Pour les livraisons au comptoir, le taux est de 6 % pour les produits d'alimentation générale et de glace de consommation, et de 21 % pour les boissons visées ou groupe de marchandises 31.

Sont effectuées dans un salon de consommation, les livraisons qui sont faites dans un local ou dans un endroit aménagé pour la consommation sur place. Lorsqu'une partie des produits du secteur de la boulangerie autres que le pain, la boulangerie fine, la pâtisserie et les fabrications accessoires, est livrée par l'assujetti dans un salon de consommation, il y a lieu de ventiler le chiffre d'affaires forfaitaire de ce secteur.

Pour déterminer la recette « ventes au comptoir », l'assujetti fixe, sous le contrôle de l'administration, le pourcentage de sa production totale qu'il a écoulé au comptoir pendant la période qui fait l'objet de la déclaration. Il procède de la même manière pour déterminer la recette « ventes au salon de consommation ». L'assujetti applique ces pourcentages à la recette globale forfaitaire du secteur de la boulangerie produits autres que le



pain et la boulangerie fine de la pâtisserie et des fabrications accessoires pour déterminer respectivement la recette "ventes au comptoir" et la recette "ventes au salon de consommation". La recette « ventes au comptoir » ainsi déterminée est soumise au taux de 6% (à l'exception des boissons visées au groupe de marchandises 31 -voir alinéas 1 et 2 ci-avant).

La recette « ventes au salon de consommation » afférente au secteur de la boulangerie autres que le pain, la boulangerie fine, la pâtisserie et les fabrications accessoires, est majorée de la recette provenant de la vente éventuelle de crème glacée achetée (surgelée ou autre) pour être servie au salon de consommation (voir n° 27 ci-après).

L'assujetti ajoute à la recette « ventes au salon de consommation », majorée comme il vient d'être dit d'un pourcentage qu'il fixe sous le contrôle de l'administration et qui représente le bénéfice supplémentaire qu'il prend éventuellement sur les produits servis au salon de consommation. Si le pourboire est obligatoire, il s'ajoute au montant obtenu au terme de l'opération précédente. Le résultat ainsi obtenu est soumis au taux de 12%.

L'assujetti doit faire connaître dans la feuille spéciale « salon de consommation » les prix de vente moyens par 100 g (T.V.A. comprise - pourboire non compris) qu'il a pratiqués DANS LE SALON DE CONSOMMATION pendant la période de déclaration, pour les produits figurant dans l'échelle tarifaire. En outre, nous renvoyons les assujettis qui exploitent un salon de consommation au n° 30 ci-après relatif aux clauses d'exclusion.

### 27. Vente de crème glacée achetée

Les recettes provenant de ces opérations sont calculées forfaitairement, en appliquant le coefficient 1,35 au total des prix d'achat de la glace qui a fait l'objet d'un achat d'une acquisition intracommunautaire ou d'une importation durant le trimestre. Ce montant doit être augmenté du pourcentage de bénéfice supplémentaire qu'il prend éventuellement sur les produits servis au salon de consommation (voir n° 26, 8e alinéa).

### 28. Vente de boissons froides

Les boissons visées sont celles servies dans le salon de consommation. Le chiffre d'affaires provenant de ces livraisons est obtenu forfaitairement en appliquant le coefficient 3,2 au total des prix d'achat des boissons froides qui ont fait l'objet d'un achat ou d'une importation pendant la période de déclaration.

Si le service dans le salon de consommation est rétribué par un pourboire obligatoire, celui-ci s'ajoute au chiffre d'affaires forfaitaire et le total, établi taxe non comprise, est soumis au taux de 21%.

### 29. Vente de boissons chaudes

Les boissons visées sont le café, le thé, le potage et le bouillon servis par l'assujetti dans le salon de consommation.

Pour déterminer forfaitairement le montant des recettes provenant des livraisons de boissons chaudes, il y a lieu, pour chacune des quatre catégories de boissons, de multiplier le prix de vente - pourboire et T.V.A. Compris - d'une consommation par le nombre de consommations déterminé en appliquant les rendements ci-après :

- Café :
- 70 filtres par kilo de café;
  - 142 expressos par kilo de café;
  - 175 tasses par kilo de café;
  - une consommation par filtre prêt à l'emploi.

Thé en portions individuelles : une consommation par portion.

Potage acheté préparé : une consommation par sachet.

Bouillon : 100 consommations par litre de concentré de bouillon.

L'assujetti doit faire connaître, dans la feuille de calcul périodique, les quantités de café, de filtres prêts à l'emploi, de portions de thé, de potage acheté préparé et de bouillon, achetées au cours de la période de déclaration.

Etant donné que la recette calculée forfaitairement comprend la T.V.A., il y a lieu de calculer les 100/121 de cette recette pour déterminer le montant imposable et d'appliquer à ce montant la T.V.A. au taux de 21%

### 30. Opérations soumises au taux de 12% dont le chiffre d'affaires n'est pas déterminé forfaitairement

Il s'agit de la fourniture de plats préparés, de sandwiches fourrés, etc., qui sont consommés sur place par les clients, dans un local ou dans un endroit aménagé pour la consommation sur place (salon de consommation).

Lorsque les recettes "T.V.A. comprise" provenant de ces opérations n'excèdent pas € 1 500,00 par trimestre, elles peuvent être estimées globalement dans la feuille de calcul. Lorsque ces recettes excèdent ce montant, l'assujetti est tenu, conformément à l'article 12, 3°, de l'arrêté royal n°1 du 23 juillet 1969, de les inscrire au jour le jour dans le journal de recettes (opérations au taux de 21 %). A la fin de chaque période de déclaration, le montant total de ces inscriptions est reporté dans la feuille de calcul.

Lorsque les plats préparés, les sandwiches fourrés et les autres préparations comprennent de la fine boulangerie ou de la boulangerie ordinaire, il n'y a lieu de déclarer que les trois quarts de la recette enregistrée ou estimée pour ces préparations. Si le service dans le salon de consommation est rétribué par un pourboire obligatoire, celui-ci s'ajoute au montant imposable des opérations soumises au taux de T.V.A. de 12 %.

### Clause d'exclusion

Le boulanger et le boulanger-pâtissier qui, dans son salon de consommation, fournit des repas autres que des repas "légers" (qui ne peuvent être servis qu'avec du pain et repris dans la liste limitative ci-après), doit délivrer une note ou un reçu pour tous les repas qu'il sert (et pour les boissons consommées à l'occasion de ces repas), y compris pour ceux repris dans la liste limitative ci-après, et est dès lors exclu du présent régime forfaitaire.

- Potages
- Croques (monsieur, madame, hawaïen, ...) et autres toasts en tout genre;
- Croquettes (de crevettes, de viande, de volaille, de fromage,...);
- Vol-au-vent, boudins, satés ;
- Sandwiches (y compris hamburgers, hot-dogs, pittas, ...);
- Pâtes (spaghettis, lasagnes, ...), pizzas, quiches et autres tartes salées ;
- 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, yoghourts et milk-shakes.



Le boulanger ou le boulanger-pâtissier qui ne fournit pas de repas dans son salon de consommation ou qui se limite à la fourniture de repas « légers » (servis avec du pain et repris dans la liste limitative ci-avant) peut bénéficier du régime forfaitaire en question.

## CHAPITRE 7

### [Modalités d'application]

#### 31. Exploitation normale

1. Pour l'établissement des rendements mentionnés sous le chapitre 1 (boulangerie), il a été tenu compte d'une entreprise qui fabrique les produits de la boulangerie ordinaire dans une proportion normale entre les grands pains et les petits pains. Sont censés ne pas satisfaire à ce critère, les assujettis qui emploient pour la fabrication de petits pains (500 g, 450 g, 400 g) plus de 50 % de la farine affectée à la fabrication des produits de la boulangerie ordinaire (pain et pain spécial).
2. Pour l'établissement du coefficient mentionné sous le chapitre 2 (produits de la boulangerie, autres que le pain, la boulangerie fine, la pâtisserie et les fabrications accessoires), il a été tenu compte d'une entreprise qui fabrique ces produits dans une proportion normale et les vend à des prix normaux. Sont censés ne pas satisfaire à ces critères, les assujettis dont le chiffre d'affaires réel pour ces produits est supérieur d'au moins 5% au chiffre d'affaires calculé forfaitairement d'après la présente réglementation. Ces assujettis sont exclus du régime forfaitaire général, mais ils peuvent éventuellement obtenir un régime forfaitaire individuel conformément à l'article 4 de l'arrêté royal n° 2 du 7 novembre 1969.
3. Pour établir les coefficients visés sous le chapitre 3, il a été tenu compte du fait que les boulangers vendent sans transformation des produits achetés dans une proportion qui diffère de celle que l'on constate chez un détaillant en ces produits. Si les boulangers vendent ces produits dans une proportion anormale pour une boulangerie, ils ne peuvent pas calculer le chiffre d'affaires provenant de la vente de ces produits selon ces coefficients. Dans ce cas, leur activité comprend deux branches : une boulangerie et un autre secteur. La réglementation forfaitaire instaurée éventuellement pour ce dernier secteur peut être suivie pour autant que l'éventail des marchandises offertes en vente soit suffisamment représentatif des marchandises vendues dans ce secteur. En tout état de cause, les produits de la boulangerie, de la fine boulangerie et de la pâtisserie obéissent toujours aux règles du présent forfait et plus particulièrement à celles édictées au n°22.

*Exemple* : pour pouvoir appliquer les coefficients établis pour le secteur de l'alimentation générale, le boulanger doit offrir en vente la plupart des produits que l'on retrouve normalement dans une épicerie (denrées coloniales, produits d'entretien, etc.).

#### 32. Pertes

Le présent régime forfaitaire a été établi en tenant compte des produits de la boulangerie consommés par le ménage du boulanger (art. 12, § 1er, 3°, du Code de la T.V.A.) et de pertes et utilisations de toutes espèces telles que : pertes résultant de la farine adhérente aux sacs, pertes en cours de fabrication, pertes résultant du fait que certains produits sont brûlés, manqués, abîmés lors de l'emballage automatique ou invendus, farine à rouler, etc. Aucune déduction n'est donc permise à ce titre.

## CHAPITRE 8

### [Caractère particulier de la réglementation]

#### 33. Règle

Etant donné le caractère particulier de cette réglementation qui détermine forfaitairement le chiffre d'affaires de l'assujetti en partant de ses achats (voir l'article 9 de l'arrêté royal no 2 du 7 novembre 1969), les dispositions de l'article 77, § 1er, 2° à 7°, du Code de la T.V.A. ne sont pas applicables à la T.V.A. acquittée par cet assujetti.

## CHAPITRE 9

### [Déclarations périodiques et notifications]

#### 34. Formalités

Une feuille de calcul, dont le modèle est établi par l'administration, doit être remplie et conservée comme pièce comptable. Les boulangers et les boulangers-pâtissiers qui écoulent des produits achetés ou des produits de leur fabrication dans un salon de consommation sont tenus de remplir la feuille spéciale "Salon de consommation" et de la conserver comme pièce comptable.

L'assujetti doit, au préalable, informer l'inspecteur principal de l'office de contrôle de la T.V.A. dont il relève, de toute modification qu'il compte apporter aux prix de vente des produits types repris à l'échelle tarifaire visée au n° 16. S'il pratique des ventes dans un salon de consommation, cette obligation s'étend à l'échelle tarifaire visée au n° 26.

Il doit, en outre, faire connaître le plus tôt possible à ce fonctionnaire toute modification de sa situation qui entraîne son exclusion du régime forfaitaire.

## CHAPITRE 10 [Comptabilité]

### 35. les assujettis 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 réelles réalisées 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 la bande de contrôle et communiquer ces documents, sans déplacement, à toute réquisition des agents de l'administration qui a la taxe sur la valeur ajoutée dans ses attributions.



CHAPITRE 11 [Notes de crédit]

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

Le montant hors T.V.A. des notes de crédit ne peut être soustrait du prix d'achat des marchandises servant à calculer forfaitairement le chiffre d'affaires que dans les seuls cas suivants :

1. retour de marchandises ou d'emballages sur lesquels la T.V.A. 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 pour le motif que 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 l'assujéti pour des actions publicitaires bien déterminées. Ces notes de crédit doivent être réparties, dans le facturier d'entrée, entre les colonnes réservées à l'inscription des prix d'achat des matières premières et des marchandises achetées en vue de la vente sans transformation, 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 es tenu au paiement de la TVA		Acompte relatifs aux acquisitions intracommunautaires	Analyse du document					Achat de pains ; de produits de la fine boulangerie et de la pâtisserie		
Numéro d'ordre	Date	Fournisseur	Montant total	Acquisition intracommunautaire de biens	Autres opérations		Achat des matières premières					Prix d'achat, hors T.V.A	Prix de vente, T.V.A comprise	
1	2	3	4	5(*)86	6(*)87	7	8	9	10a	10b	11	12	13a	13b

Facturier d'entrée (suite)

Analyse du document										T.V.A						
Prix d'achat des produits achetés en vue de la vente sans transformation				Biens d'investissement - Services, biens divers et autres			Notes de crédits reçues		Privé	Autres T.V.A inscrite sur le document repris à la colonne 4 (6)	T.V.A due à la suite de :					
Groupe de marchandises 11 (1)	Groupe de marchandises 12 (1)	Groupe de marchandises 13 (1)	Groupe de marchandises 31 (1)	Nature	Biens d'investissement (Montant sans T.V.A) (1) (3)	Services, biens divers et autres (Montant sans T.V.A) (1) (4)	Sacs à pains - Nombre indiqué sur la facture d'achat, éventuellement rectifié par une note de crédit - A défaut, nombre forfaitaire (75 ou 105 par kg) (1) (4)	Acquisitions intracommunautaires	Autres opérations	Autres T.V.A inscrite sur le document repris à la colonne 4 (6)	Acquisitions intracommunautaires	Opérations fournies par des cocontractants (5)	Importations en provenance de pays non-membres de la CEE	Notes de crédit reçues	T.V.A déductible	
14a	14b	14c	15	16	17	18	19	20	21(*)85	22	23	25(*)55	25(*)56	26(*)57	27(*)63	28(*)59

(1) Les montants de notes de crédit doivent être, en vue de la soustraction autorisée par la réglementation forfaitaire (voir n°36) 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 15 (à l'exclusion, de la colonne 13b), après soustraction des notes de crédit.  
 (3) Le total de cette colonne doit (après déduction des notes de crédit) être inscrit dans la grille 83 de la déclaration.  
 (4) Le total des colonnes 18 et 19 doit (après déduction des notes de crédit) être inscrit dans la grille 82 de la déclaration

(5) 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.17bis de l'A.R n°1)  
 (6) Ne concerne que les opérations effectuées 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

T.V.A. n° :          

Nom et adresse de l'assujetti :

.....

.....

.....

FEUILLE DE CALCUL

## BOULANGERS ET BOULANGERS-PÂTISSIERS

du  trimestre    

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

**Déclaration préalable :**Achat total de farine pendant la période de référence (sacs de 100 kg) : **150**

I. Secteur de la boulangerie (v. note explicative n° 1)			
<b>A. Déclarations</b>			
1. Nombre de sacs de farine (100 kg) mis en œuvre pendant la période de déclaration dans le secteur de la boulangerie	<b>135</b>		A
2. Numéro de référence de l'entreprise (v. note explicative n° 2)	<b>3</b>		B
3. Multiplicateur de rendement (v. note explicative n° 2)	<b>133</b>		D
4. Prix de vente par kg au début de la période de déclaration du grand pain de ménage, grand pain boulot, galette, platine, et carré ; le grand pain spécial ; le grand pain spécial boulot, galette, platine et carré.	<b>2,50</b>		E
5. Augmentations éventuelles des prix de vente pendant la période de déclaration			
- montant de l'augmentation en euro			H
- nombre de jours pendant lesquels l'augmentation a été appliquée			AA
6. Nombre de sacs à pain achetés pendant la période de déclaration (v. note explicative n° 4)			K
7. Nombre de kg d'ingrédients complémentaires mis en œuvre pendant la période de déclaration pour la fabrication de pain et de pain spécial (Max. 1,5 x A) (v. note explicative n° 20)	<b>202,50</b>		N
<b>B. Recettes, T.V.A. comprise (v. lettres A à N ci-avant)</b>			
1. Vente de pains A <b>135</b> x D <b>133</b> = <b>17.955</b> + N <b>202,50</b> = <b>18.157,50</b> x E <b>2,50</b> =	<b>45.393,75</b>		
2. Coupage et emballage du pain (v; notes explicatives n° 6 et 9) K ..... x ..... =			
3. Augmentation du prix du pain en euro pendant la période de déclaration (v. note explicative n° 7)			
4. Livraison de pains à domicile (v. notes explicatives n° 8 et 9) Nombre de pains : <b>4.000</b> x € <b>0,05</b> =	<b>200,00</b>		
Recette totale T.V.A. comprise	<b>45.593,75</b>		
Recette totale T.V.A. non comprise	$x \frac{100}{106} =$	<b>43.012,97</b>	I



Feuille de calcul

T.V.A. n° :

Nom et adresse de l'assujetti :

.....

.....

.....

FEUILLE DE CALCUL

**BOULANGERS  
ET BOULANGERS-PATISSIERS**

du  trimestre

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

<b>II. Secteur des produits de la boulangerie autres que le pain, des produits de la boulangerie fine, de la pâtisserie et des fabrications accessoires (v. note explicative n° 10)</b>		
<b>A. Déclarations</b>		
1. Prix d'achat en euro des matières premières achetées pendant la période de déclaration à l'exception des pâtes «prêtes à l'emploi» et mix pour la fabrication de pains de marque (v. note explicative n° 11)	<b>13.895,07</b>	O
2. Prix d'achat en euro des mix complets pour la fabrication de pains de marque (v. note explicative n° 21)	<b>193,36</b>	L
3. Prix d'achat en euro des pâtes «prêtes à l'emploi» achetées (v. note explicative n° 12)	<b>302,43</b>	Z
4. Différence, en euro, pour les kg de farine achetés, entre le prix d'achat normal de la farine considérée comme farine 11/680, et le prix d'achat réel (v. note explicative n° 13) :		
- si le prix d'achat normal de la farine 11/680 est supérieur au prix payé	<b>3.394,64</b>	P
- si le prix normal de la farine 11/680 est inférieur au prix payé		PP
5. Multiplicateur de prix de revient applicable aux matières premières affectées au secteur de la boulangerie ordinaire (v. note explicative n° 2)	<b>106,66</b>	Q
6. Echelle tarifaire applicable aux produits de la pâtisserie (v. note explicative n° 14)		
<b>Prix de vente au comptoir par 100 kg (6% T.V.A. comprise)</b>		
Gâteau à la crème au beurre	€ <b>2,13</b>	
Petit gâteau à la crème au beurre	€ <b>2,01</b>	
Gâteau à la crème fraîche	€ <b>1,78</b>	
Petit gâteau à la crème fraîche	€ <b>1,73</b>	
Tarte aux fruits	€ <b>0,94</b>	
Tartelette aux fruits	€ <b>1,12</b>	
Tarte au riz	€ <b>0,82</b>	
Tartelette au riz	€ <b>0,94</b>	
Eclair	€ <b>1,10</b>	
Total :	<b>€ 12,57</b>	R
7. Si la glace de consommation fabriquée par l'assujetti est vendue à un prix supérieur à 4 fois le prix des matières premières, il faut indiquer ici :		
a) le nombre de litres de glace de consommation écoulés pendant la période de déclaration	<b>120</b>	S
b) le multiplicateur applicable à la glace de consommation (v. note explicative n° 15)	<b>1/2</b>	T
c) le prix de vente en euro du litre de glace de consommation	<b>13,63</b>	U
<b>B. Calcul du coefficient</b>		
Echelle tarifaire R	<b>12,57</b>	
-	<b>12,44</b>	
+	<b>0,13</b>	
Coefficient de base (v. note ci-après)	<b>= 5,15</b>	
Coefficient à appliquer	<b>+ 0,03</b>	
	<b>5,18</b>	BB
<p><i>Note : Lorsque le total des prix pratiqués par l'assujetti pour ces produits-types fait apparaître une différence en plus ou en moins avec le total 12,44 indiqué ci-avant, une correction de 0,01 par tranche entamée de 0,05 euro doit être ajoutée ou retranchée, selon le cas, au coefficient de 5,15. Cette correction doit être effectuée qu'il s'agisse d'une différence en plus ou en moins.</i></p>		



## Feuille de calcul

T.V.A. n° :          

Nom et adresse de l'assujetti :

.....

.....

.....

FEUILLE DE CALCUL

## BOULANGERS ET BOULANGERS-PÂTISSIERS

du  trimestre    

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

C. Recettes, T.V.A. comprise			
<b>1. Recette ordinaire</b>			
Prix d'achat	O	<b>13.895,07</b>	+ P <b>3.394,64</b>
			<b>17.289,71</b>
ou	O		- PP =
à diminuer de			
	A	<b>135</b>	x Q <b>106,66</b> = <b>14.399,10</b>
			} - <b>15.140,25</b>
	N(20)	<b>202,50</b>	x <b>3,66</b> = <b>741,15</b>
			} <b>2.149,46</b>
			x BB <b>5,18</b> = + <b>11.134,20</b>
Prix d'achat	L	<b>193,36</b>	x <b>2,55</b> = + <b>493,07</b>
Prix d'achat	Z	<b>1.302,43</b>	x BB <b>5,18</b> = <b>6.746,59</b>
			x 1/2 = + <b>3.373,29</b>
<b>2. Recettes supplémentaires éventuelles pour la vente de glace de consommation :</b>			
	S	<b>120</b>	x T <b>1/2</b> = <b>60</b> x U <b>13,63</b> = + <b>817,80</b>
			Recette totale T.V.A. comprise <b>15.818,36</b>
			Recette totale T.V.A. noncomprise x $\frac{100}{106}$ =
			<b>14.922,98</b>
<b>ATTENTION :</b> Les boulangers-pâtisseries qui ne tiennent pas un salon de consommation reportent directement le total II <sup>1</sup> au cadre VI (récapitulatif)			
Les boulangers-pâtisseries qui tiennent un salon de consommation ne reportent pas le total II <sup>1</sup> au cadre VI, mais partent de ce total, pour remplir la feuille spéciale «salon de consommation» annexée à la présente, qui leur est réservée. Après avoir rempli cette feuille spéciale, ils reportent ci-après les résultats.			
			- Ventes au comptoir. Recettes hors T.V.A., imposables à 6 % / II <sup>2</sup>
			- Ventes au salon. Recettes hors T.V.A. à 12 % / II <sup>3</sup>
			- Ventes au salon. Recettes hors T.V.A. imposables à 21 % / II <sup>4</sup>
<b>III. Ventes sans transformation de produits achetés</b>			
<b>Recettes, T.V.A. non comprise (v. note explicative n° 16)</b>			
			1. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 11 : 994,05 EUR x 1,35 = <b>1.341,97</b> III <sup>1</sup>
			2. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 12 : 371,84 EUR x 1,65 = <b>613,54</b> III <sup>2a</sup>
			3. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 13 : 150,00 EUR x 1,50 = <b>225,00</b> III <sup>2b</sup>
			4. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 31 : 1.030,79 EUR x 1,50 = <b>1546,18</b> III <sup>3</sup>
			5. Revente en EUR de pain, de produits de la boulangerie autres que le pain et les produits de la fine boulangerie et de la pâtisserie (v. note explicative n° 17) :
			Recette T.V.A. comprise : <b>961,82</b> x <b>94 %</b> = <b>904,12</b>
			Recette totale T.V.A. non comprise : x $\frac{100}{106}$ = <b>852,94</b> III <sup>4</sup>



Feuille de calcul

T.V.A. n° :

Nom et adresse de l'assujetti :

.....

.....

.....

FEUILLE DE CALCUL

**BOULANGERS  
ET BOULANGERS-PÂTISSIERS**

du  trimestre

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

IV. Opérations autres que celles visées sous I à III - Taux de T.V.A. 6%			
<p><b>Recette, T.V.A. comprise</b> (v. note explicative n° 18)</p> <p>a) A évaluer si le total ne dépasse pas € 1500 par trimestre</p> <p>b) Dans le cas contraire, suivant le journal de recettes</p> <p>- cuisson pour le compte de particuliers : .....</p> <p>- autres recettes 6% .....</p> <p>Recettes totales, T.V.A. comprise : .....</p> <p>Recette totale, T.V.A. non comprise <math>\rightarrow x \frac{100}{106} =</math> .....</p>		/	IV
V. Sacs en plastique - Taux T.V.A. 21%			
<p>Nombre de sac en plastique achetés : ..... (AA)</p> <p>Somme payée par le client : ..... (BB)</p> <p>Recettes (T.V.A. comprise) : AA ..... X BB ..... = .....</p> <p>Recettes (T.V.A. non comprise) : <math>\rightarrow x \frac{100}{121} =</math> .....</p>		.....	V
VI. Ristournes			
<p>En timbres-ristourne achetés : .....</p> <p>En ristournes propres : .....</p> <p>Sur factures : <b>1.292,52</b></p> <p><b>1.292,52</b> <math>x \frac{100}{106} =</math> .....</p>		<b>1.219,36</b>	VI
VII. Récapitulation (v. note explicative n° 19)			
<p><b>Recettes imposables</b></p> <p>1) à 6% :</p> <p>TOTAL I = <b>43.012,97</b></p> <p>TOTAL II<sup>1</sup> ou II<sup>2</sup> = <b>14.922,98</b></p> <p>TOTAL III<sup>1</sup> = <b>1.341,97</b></p> <p>TOTAL III<sup>2</sup> a + b = <b>838,54</b></p> <p>TOTAL III<sup>4</sup> = <b>852,94</b></p> <p>TOTAL IV = .....</p> <p>TOTAL = <b>60.969,40</b></p> <p>Déduction TOTAL V : - <b>1.219,36</b></p> <p>A reporter dans la grille 01 de la déclaration <b>59.750,04</b> x 6% =</p> <p>2) à 12% :</p> <p>TOTAL II<sup>3</sup> = .....</p> <p>A reporter dans la grille 02 de la déclaration ..... x 12% =</p> <p>3) à 21% :</p> <p>TOTAL II<sup>4</sup> = .....</p> <p>TOTAL III<sup>3</sup> = <b>1.546,18</b></p> <p>TOTAL V = .....</p> <p>A reporter dans la grille 03 de la déclaration <b>1.546,18</b> x 21% =</p>		<p><b>Taxes dues</b></p> <p style="text-align: right;"><b>3.585,00</b></p> <p style="text-align: right;"><b>324,70</b></p> <p style="text-align: right;"><b>3.909,70</b></p>	
<p>Total des taxes dues - A reporter à la case 54 de la déclaration <b>3.909,70</b></p>			



# Un blé nommé « Miracle » encore au XX<sup>e</sup> siècle

Voici un peu contée comme un tramway nommé « Désir », un blé nommé « Miracle ».

Les tiges s’y multiplient et dès lors on va le semer en espérant faire gonfler la rentabilité des récoltes. Puis lorsque l’humain cru pouvoir orienter par l’héritage issu des croisements de mêmes recherches de prospérité agricole, il referra parler de lui ce blé multi épis.

Il y a d’abord dans les années 1949-1950, Trofim Lyssenko qui du temps de l’URSS reçu ce blé de Staline et le lança en grande culture avec échecs retentissants et dramatiques.

Il faut dire que ce pseudo-scientifique voulait s’appuyer sur des méthodes qui se voulaient exclusivement prolétariennes et notamment la transplantation embryonnaire pensée par Ivan Mitchourine plutôt pépiniériste que céréaliculteur.

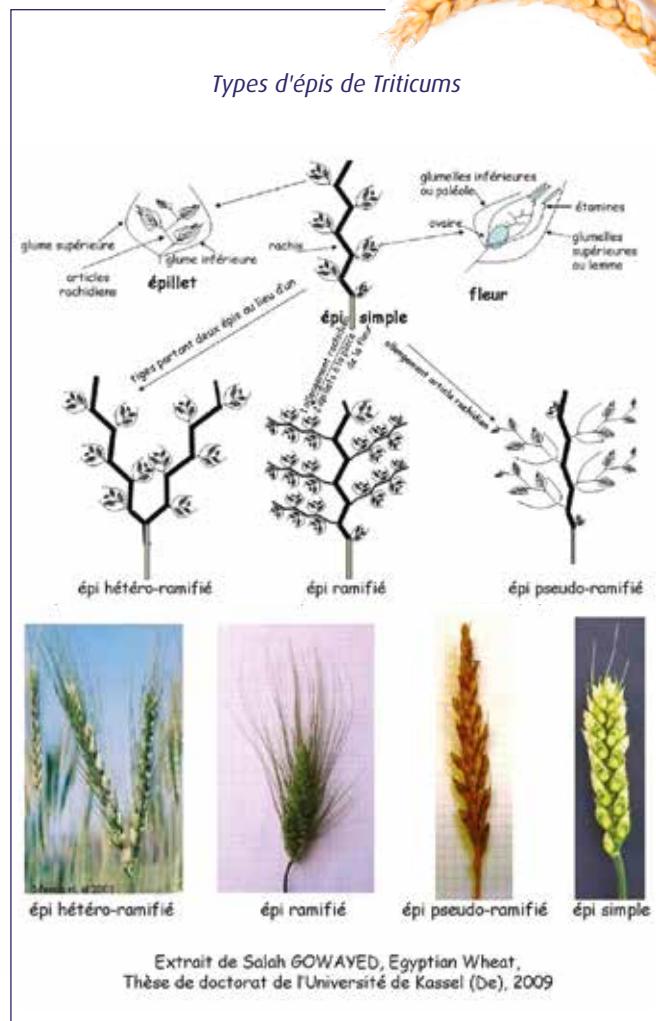
Ensuite, il y aura dans la même époque en France, le même espoir d’abondance que nourrissait Henri-Charles Geffroy, le créateur de « la Vie Claire », sur ce blé venant de sarcophages de reines égyptiennes dont la germination aurait traversé des siècles.

Le blé miracle est souvent la dénomination d’épi ramifié, cela se présente principalement sur les blés poulards (tétraploïde), mais d’autres comme le grand épeautre (hexaploïde) peuvent les connaître aussi.

Il existe plusieurs possibilités de ramifier, soit

- en hétéro-ramifié,
- en ramifié,
- en pseudo-ramifié,

comme le signale le doctorant égyptien Salah Gowayed qui en fit un inventaire<sup>1</sup>.



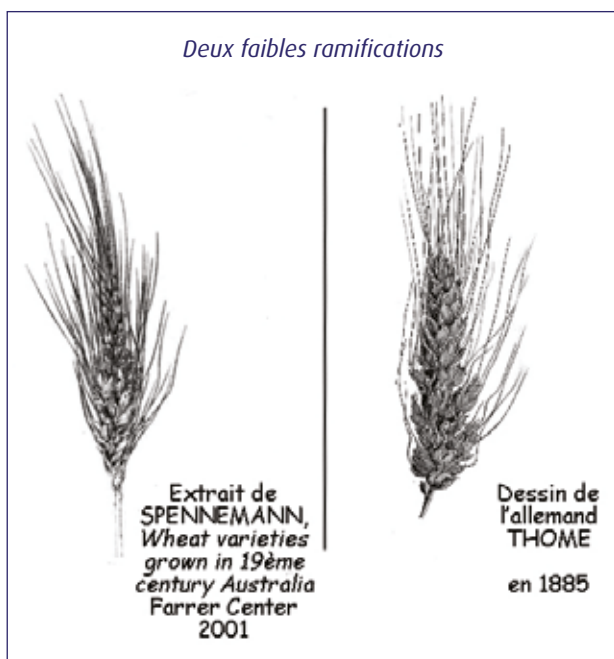
<sup>1</sup> Salah GOWAYED, Egyptian Wheat, Thèse de doctorat de l’Université de Kassel (De), 2009

### Sa réputation ancienne

Pline l'ancien (1<sup>er</sup> siècle) en fait mention dans son Histoire Naturelle - Livre 18, XXI. 1.- On trouve cette citation, « *les froments les plus productifs sont le froment rameux, et celui qu'on appelle à cent grains* »<sup>2</sup>.

Olivier de Serres écrivait au tout début du XVII<sup>e</sup> siècle que ces branches faisaient « ensemble comme un gros bouquet porté par un seul tronc »<sup>3</sup>.

En 1784, Alexandre H. Tessier écrit de ce blé, il « *ne se sème que par curiosité dans beaucoup de pays, et par conséquent en petites quantités* »<sup>4</sup>.



Au XIX<sup>e</sup> siècle, Nicolas-Charles Seringe (°1776 †1858), dit<sup>5</sup>, qu'il « *est actuellement - en 1818- très certain, comme l'avait déjà pensé Mr. De Candolle (°1778 †1841) que le Triticum Compositum -le blé miracle- n'est qu'une simple variété du Triticum Turgidum<sup>6</sup>, dont la base se ramifie plus ou moins. J'en ai trouvé -en Suisse- des individus à peine rameux et dont les épillets de la partie supérieure étaient absolument conformés comme ceux du Tri.Turgidum* ».

Henri De Vilmorin en 1880 donne les synonymes du blé de Miracle<sup>7</sup>; Blé rameux; blé de Smyrne; blé de momie; blé d' Égypte; blé Eldorado; Egyptian wheat (Angleterre); grano a grappoli (Italie) puis commente ainsi; « *Les poulards sont la classe de blés où les épis se ramifient le plus fréquemment. Cette -monstruosité- a déjà été observée dans l'antiquité* ». D'où d'autres synonymes s'ajoutent aux autres : blé branchu, blé fourchu, blé des pharaons, blé de 100 grains, blé aux septuples têtes, blé de Pline et blé Osiris<sup>8</sup>, en latin, triticum spica multiplici -à épis multiples-<sup>9</sup> preuve, s'il en fallait qu'il impressionne et nous en verrons des exemples plus bas.

Henri de Vilmorin continue ses observations de 1880 : « *Les blés à épis rameux ont toujours eu le don de frapper vivement l'imagination des ignorants et des cultivateurs novices qui s'imaginent en obtenir des rendements prodigieux, tandis qu'ils ne donnent en général qu'un produit assez médiocre, surtout au point de vue de la qualité. Un très grand nombre de poulards ont produit des variétés rameuses : il en résulte que le nom de blé de miracle ne s'applique pas toujours exactement à la même variété dans les différents endroits* ».



<sup>2</sup> PLINE l'ancien, *Histoire Naturelle*, Livre 18, XXI. 1.

<sup>3</sup> R.STEGASSY et J.- P. BOLOGNINI, p. 159-160.

<sup>4</sup> M. BENOIT, Julia de FONTENELLE, F.MALEPEYRE, *Nouveau Manuel du Boulanger, Négociants en grains, Meunier, Constructeur de moulins* Tome 1, éd. Librairie encyclopédie Roret, 1846, p. 8.

<sup>5</sup> Nicolas Charles SERINGE, *Monographie des céréales de la Suisse*, Berne (ch), 1818, p. 105.

<sup>6</sup> Augustin Pyrame DE CANDOLLE dans la revue d'agriculture et de jardinage 1839-40, p.7.

<sup>7</sup> Henri de VILMORIN, *Les meilleurs blés, Description et culture des principales variétés de froments d'hiver et de printemps*, Paris, Maison Vilmorin-Andrieux, 1880, p.134.

<sup>8</sup> Claude Charles MATHON et Maurice STROUN, *études mitchouriniennes sur les céréales*, édité par l'Association des Amis de Mitchourine, août 1954, p.20.

<sup>9</sup> Extrait de Gaspard BAUHIN, *Pinax theatri botanici...dit en abrégé, Théâtre d'agriculture.*, 1671, p.21.





## L'expérience du blé fourchu de Lyssenko

Encore au milieu du XX<sup>e</sup> siècle, le blé miracle semble frapper l'imagination des dirigeants de l'URSS.

Joseph Vissarionovitch Djougachvili dit Staline avait lui-même reçu du blé branchu de kolkhoziens géorgiens en 1946, il va en transmettre quelques graines de blés, dénommés fourchus ou branchus à son protégé de l'Académie Lénine des sciences agricoles de l'URSS, Trofim D. Lyssenko<sup>10</sup>.



Extrait de Trofim LYSSENKO, *Agrobiologie, génétique, sélection et production des semences*, Editions de l'Académie de l'URSS, éditions en langues étrangères, Moscou, 1953

En 1947, Lyssenko affirme alors disposer d'une variété de blé aux rendements exceptionnels.

Le 27 octobre 1947, Lyssenko écrit une lettre à Staline rendant compte des expériences réalisées qui laissent entrevoir des rendements cinq fois supérieurs à ceux des blés habituels : « Pour l'instant, je ne vais plus fantasmer sur ce sujet. Mais cette fantaisie m'a tellement séduit que je vous prie de nous autoriser à mener ce travail en 1948, et ensuite, si l'expérience réussit, de nous aider à la poursuivre ».

Par une lettre du 31 octobre 1947, Staline répond sur un ton amical, ajoutant à son autorisation quelques conseils agronomiques.

Au printemps 1948, Lyssenko prétend pouvoir augmenter considérablement le rendement de la culture du blé grâce à cette variété de blé ramifié

Les espoirs portés par le blé ramifié font alors l'objet d'un « *tapage publicitaire intense* ».

S'il aura permis à Lyssenko de restaurer sa position alors fragilisée, le blé ramifié n'accomplit pas les miracles officiellement attendus .

Pourtant ce blé ramifié, Lyssenko le connaissait déjà bien avant 1946 : une photographie publiée en 1937 montre son père exhibant un tel blé et plus tard, en 1940, son journal « Vernalisation » y consacrait aussi un article.

Le blé « *ne fourcha pas* » écrira bien plus tard Jaurès Medvedev, bien que tout le monde aurait pu voir dans une campagne médiatique les mains de Lyssenko avec ces épis énormes.

La récolte était pourtant promise à des épis pesant trois, quatre ou cinq fois plus. On dit avoir travaillé pour obtenir par hybridation de nouvelles variétés de blés d'hiver et de printemps hautement productifs grâce au recours des méthodes de l'agrobiologie mitchourienne. Mais la réalité sera attristante les épis étaient plus petits, le rendement moindre, les épis obtenus sensibles aux maladies, et la quantité de gluten insuffisante pour faire le pain déjà fortement issu de procédés industrialisés. La critique de J. Medvedev indique qu'il aurait dû répéter des expériences préalables avant de se lancer en grandes cultures avec des résultats aléatoires.

## L'agrobiologie dite mitchourienne

Ivan V. Mitchourine est plutôt pépiniériste - arboriculteur.

Trofim D. Lyssenko revendique l'héritage de ses travaux et déclare les méthodes de recherches qu'il effectue de mitchouriniennes.

Les résultats des recherches de Mitchourine furent appréciées par N. V. Vavilov le grand scientifique de la génétique en Russie puis de l'URSS<sup>11</sup> .



Ivan Vladimirovitch Mitchourine - ° oct. 1855 / † juin 1935

<sup>10</sup> Article Wikipédia sur T. D. LYSSENKO à Blé ramifié

<sup>11</sup> Article Wikipédia sur I. V. MITCHOURINE

Entre Nikolaï Ivanovitch Vavilov et Trofim Denisovitch Lyssenko va se dérouler une confrontation des théories scientifiques.

Ce sera surtout Lyssenko qui par la soif du pouvoir va vouloir s'installer en voulant promouvoir à tout prix une recherche spécifique aux préceptes communistes, la biologie prolétarienne.

Ce sectarisme sera approuvé par le pouvoir totalitariste de Staline.



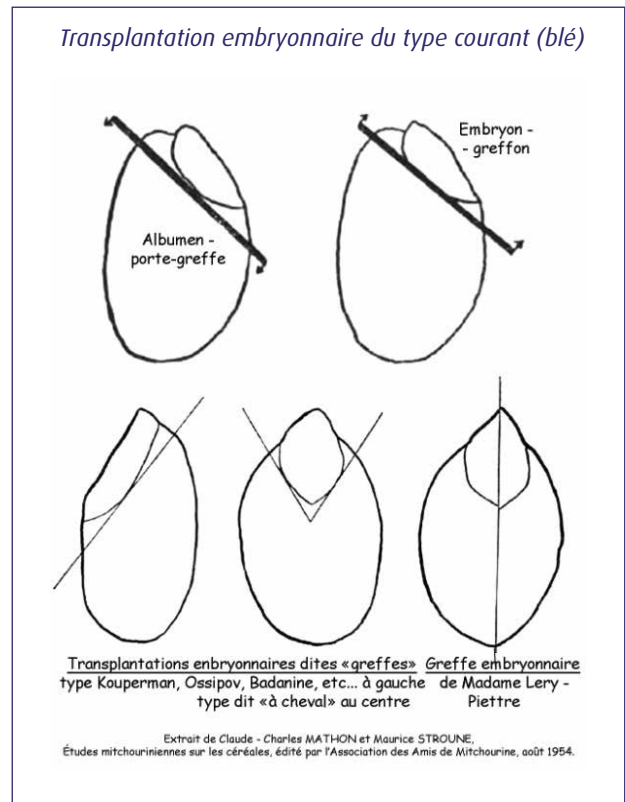
Vavilov décédera de faim le 26 janvier 1943 à l'âge de 55 ans dans la prison de Saratov<sup>12</sup>.

T.D.Lyssenko, après avoir mis en pratique la technique de la vernalisation -yarovisation en russe dès 1928, technique préconisée et non inventée par Trofim Lyssenko<sup>13</sup> va promouvoir ce qu'il dénomme de génétique mitchourinienne en allant jusqu'à effectuer des croisements sous forme de transplantation embryonnaire plus proche du bouturage que de l'échange pollen.



Le débat entre ce que Lyssenko appelle la science bourgeoise et la biologie prolétarienne va tourner à débat plus politique que scientifique. Il conduira à l'arrestation de multiples chercheurs dont Vavilov dans une période de terreur ou s'imposent le culte de la personnalité et la dictature.

N. I. Vavilov se dira lui-même à la fin de sa vie lors de sa présentation à une prison « *Académicien Vavilov si l'on parle au passé, si l'on parle comme nos juges : du fumier* ».



Elle sera encore citée avec les autres techniques de fécondation classique pour les céréales.

Celle de la fécondation croisée orientée, prônée par la sélection généalogique depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle.

La technique classique est décrite dans le schéma ci-dessous.

Dans les techniques classiques -non issues de transplantation embryonnaire- employées en URSS, on dit obtenir des résultats différents si l'on castrait les épis au deuxième rang d'épi ou au huitième rang.

Mitchourine prétendait que la nature des plantes et de tous les organismes, y compris l'homme, dépendait « à 90 % » de son environnement (et qu'elle était donc modifiable par celui-ci) et à seulement 10 % de leur patrimoine génétique.

<sup>12</sup> Jaurès MEDVEDEV, *Grandeur et chute de Lyssenko*, éd. Gallimard, 1971, p. 100-107

<sup>13</sup> Denis BUICAN, *Lyssenko et le Lyssenkisme*, édition P.U.F., collection Que sais-je ?, 1988, p.11.



Dans la sélection où la main de l'homme intervient, on fait bailler, on castré et ensache



Ses théories s'intéressaient donc à ce qu'on appelle aujourd'hui l'épigénétique.

La théorie mitchourinienne de Lyssenko déclarait impropre la théorie de G.Mendel et celle de Thomas H. Morgan qui apporta les derniers éléments sur le rôle des chromosomes dans l'hérédité.

En 1963, les multinationales américaines du commerce des grains vendront du grain des greniers américains aux soviétiques<sup>14</sup>. Une forme publique d'échec de politique agricole pour l'URSS. C'était aussi la faute au fourvoiement des politiques agricoles sous l'ère Lyssenko qui fut notamment responsable de la chute du dernier protecteur de celui-ci, Nikita Khrouchtchev<sup>15</sup>.



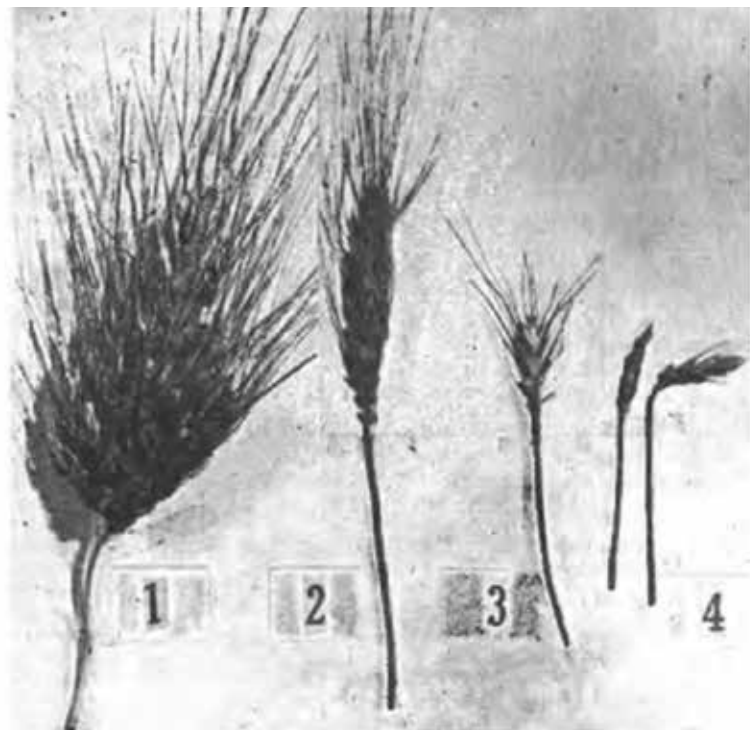
Du coup, on n'enseignera la génétique que suivant les préceptes de la biologie prolétarienne excluant toutes les autres écoles et l'enseignement devra lors de la chute de Lyssenko en 1964 refaire de nouveaux programmes de cours et rattraper trente années de retard au niveau connaissance fondamentale de la biologie et de la génétique.

Les militants des partis communistes étrangers et notamment européens se référant aux autres succès de l'époque

Notre expérience

**Taille et proportion du blé poulard branchu de la Moyenne vallée de la Garonne selon la vitesse du développement.**  
(La première date est celle du semis, la seconde celle de l'épiaison)

1. (28 déc. 1952 - 2 juin 1953) En jour continu: développement freiné au photostade par les températures.
2. (14 avril 1953 - fin sept. 1953) En jour naturel
3. (9 nov. 1952 - fin août 1953) Vernalisation préalable; en jour naturel; développement accéléré. Croissance quasi nulle au thermostade
4. (Comme 3.) Mais en jour continu. Développement accéléré au thermostade et au photostade.



Extrait de Claude - Charles MATHON et Maurice STROUNE, *Études mitchouriniennes sur les céréales*, édité par l'Association des Amis de Mitchourine, août 1954.

<sup>14</sup> Dan MORGAN, *Merchants of grain*, 1979, traduit en français par *Les géants du grain*, édité aux éditions Fayard 1980, p. 86.

<sup>15</sup> Denis BUICAN, op.cit., p. 103 & 104. J.MEDVEDEV, op.cit., p. 272.





de l'URSS dans l'espace et dans l'atome ne s'imaginaient pas faire des pas derrière un pseudo-scientifique. Ils vont reprendre les théories de Lyssenko et se lanceront dans des essais. Ainsi les études mitchouriennes éditées par les amis de Mitchourine dans le début des années 1950 par Claude-Charles Mathon et Maurice Stroune avouent que dans leurs essais, ils remarquent une diminution des dimensions de l'épi et une disparition plus ou moins complète des ramifications<sup>16</sup>.

### L'espoir de Henri-Charles Geffroy

Dans les années 1950, Henri-Charles Geffroy<sup>17</sup> naturopathe et fondateur de la Vie Claire reçut de son ami Pierre Sauvageot le blé Osiris, un blé rameux, il en distribua 12.000 sachets de graines par l'intermédiaire de son réseau de magasins et d'adeptes de la vie saine.



Voilà encore un blé dit venu d'un sarcophage d'une reine égyptienne en 1935 et daté de 7 siècles. Encore une fois, le blé fait rejaillir des espoirs de rentabilité phénoménale, puisque ce « blé aux septuples têtes » rendrait 1.200 grains par grain semé.

De quoi enjoinde aussi à l'expérience et de compter alors 532 grains par grain semé.

Pierre Sauvageot qui préface sur 24 pages le livre de H.C.Geffroy, « *Osiris, le miracle du blé* » se doute des attaques que va subir cette réanimation du « blé de



la momie » et prépare les réponses. Et comme prévu, les critiques viendront. Vivi Täckholm professeur à l'Université du Caire s'exprime dans un article « *Encore le blé des momies* » et dans la même gazette de Lausanne, P.Pilet interroge le 23 décembre 1950, « *les graines antiques venant de sépultures peuvent-elles encore germer ?* »

C'est fou ce que ce blé rameux a pu faire fantasmer et comme la nature a pu réduire les rêves.

● M. Dewalque

<sup>16</sup> C. C. MATHON et M. STROUN, op.cit., p.44.

<sup>17</sup> Henri-Charles GEFROY et Pierre SAUVAGEOT, *Osiris, le miracle du blé*, édition de La Vie Claire, 1949, p.7-8.



# Vita+ et les chaleureux boulangers Vita+ de Wallonie

ont collecté 7.080,80 € pour « Viva for Life » !

Les fours ont bien chauffé pour notre action « Vita+ for Life » ! Cette année, Vita+ et ses boulangers en Wallonie ont de nouveau soutenu « Viva for Life ». Pour chaque pain Vita+ Céréales Complètes, Flocons d'Avoine et Graines Germées vendu entre le 2 novembre et le 13 décembre 2020, nous leur avons en effet reversé 5 cents.

Les fonds récoltés pendant cette période sont désormais connus et s'élèvent à **7.080,80 €** ! C'est de nouveau un très beau résultat. Comme chaque année, nous avons vraiment apprécié l'engagement et l'enthousiasme dont ont fait preuve les boulangers Vita+. Nous les remercions du fond du cœur ! Ensemble, nous avons modestement contribué à faire de cette édition de « Viva for Life » une nouvelle édition réussie.

Nous avons communiqué au sujet de l'action Vita+ pour « Viva for Life » sur la page Facebook, le compte Instagram et le site web de Vita+, ainsi que dans les boulangeries participantes.







## Beobank Home Secure PRO

# Une solution qui protège votre entreprise, c'est rassurant.



A partir de  
**31,5€** HTVA  
/mois  
Équipement et  
télésurveillance  
inclus<sup>3</sup>

Chez Beobank, votre entreprise est bien entourée. En plus des solutions pour la gestion financière de vos activités, nous vous proposons également un système d'alarme pour votre entreprise: **Beobank Home Secure PRO**. Pour cela, nous collaborons avec **EPS**, expert européen dans le domaine des systèmes d'alarme, sans fil, avec télésurveillance 24h/24 et 7j/7.

A partir de 31,50€/mois, un système d'alarme télésurveillé est mis à votre disposition, sans achat d'équipement<sup>2</sup>. L'installation est effectuée par un professionnel et, en cas d'alarme, les interventions<sup>1</sup> sont effectuées par les agents de gardiennage **G4S**.

Vous voulez en savoir plus? Rendez-vous sur [beobank.be](http://beobank.be)

**beobank** PRO

PRENEZ RENDEZ-VOUS DANS L'UN DE NOS PRO CENTERS: Bruxelles | Liège | Hainaut | Namur-Luxembourg

[WWW.BEOBANK.BE](http://WWW.BEOBANK.BE)

<sup>1</sup> Selon la formule choisie.

<sup>2</sup> Tarif HTVA au 01/12/2018 pour un équipement de base d'un local en formule Comfort Pro, hors frais d'installation et de mise en service de 75€ HTVA, hors options et frais de communication éventuels. Beobank Home Secure Pro est un service opéré par Euro Protection Surveillance SA - Société Anonyme au capital de 5.000.000€ - RPM Bruxelles - TVA BE 0679 698 103 Boulevard International 55 D, 1070 BRUXELLES - IBAN BE23 1096 6746 2291 - BIC CTBKBEBXXX. Autorisation d'exercer en tant qu'entreprise de systèmes d'alarme délivrée par le Ministre de l'Intérieur conformément à la loi du 2 octobre 2017 réglementant la sécurité privée et particulière. Services proposés aux professionnels sous réserve des conditions et limites figurant dans les conditions générales. Engagement 12 mois minimum.  
E.R.: C. Guilloret - Beobank NV/SA - Bd. Gén. Jacques 263g 1050 Bruxelles - TVA BE 0401.517.147 - RPM Bruxelles - IBAN BE77 9545 4622 6142.



# 5 conseils pour sécuriser votre commerce

Cambriolages, vols à l'étalage ou fraudes, nombre de commerçants paient ces fléaux au prix fort. Pour se protéger, des mesures préventives peuvent faire la différence...



Difficile d'avoir une idée précise sur l'ampleur des vols dans les magasins. En 2019, les statistiques de la police faisaient état de plus de 21 786 vols en magasin, c'est-à-dire presque 60 par jour<sup>1</sup>. Sans oublier que de nombreux larcins passent inaperçus ou ne font pas l'objet d'une plainte... Vols à l'étalage commis par des "clients" (la majorité des cas), "détournements" effectués par le personnel, fraudes liées aux fournisseurs ou cambriolages: autant de méfaits qui pèsent lourdement dans le portefeuille des commerçants. Un "manque à gagner" estimé à hauteur de 900 millions d'euros en 2018<sup>2</sup>. Alors que les criminels font preuve d'inventivité (sur le web comme sur le terrain), l'heure est plus que jamais à la sécurité!

## 1. Faites le point

L'objectif ? Réaliser un audit approfondi pour identifier les zones sensibles de votre boutique. Points d'accès, lieux de stockage, caisse, angles morts, cabines d'essayage, etc. Autant de postes qui méritent une attention particulière. Sans oublier vos "joyaux" de la couronne: vos éléments de grande valeur et synonymes de cible préférentielle pour les voleurs. Cet état des lieux complet de votre commerce est indispensable pour cibler les moyens de protection les plus adaptés.

## 2. Investissez dans la vidéo-surveillance

Ces systèmes sont de plus en plus sophistiqués: caméras miniatures, accès facilité par Internet, etc. Même si le coût peut s'avérer conséquent... L'effet potentiel est double: dissuasion et "action". Et pour cause, le voleur aura tendance à ne pas passer à l'acte s'il se sait surveiller. Par ailleurs, en cas de larcin, l'enregistrement permettra de confronter le chapardeur ou aider la police à résoudre la situation. Un atout valable lorsque c'est votre personnel qui



"se sert" dans la caisse ou détourne des marchandises de votre stock.

## 3. Attaquez-vous aux vols à l'étalage

Vous disposez de plusieurs outils efficaces: le tout est de déterminer ceux qui correspondent à vos besoins et à votre budget. En tête ? L'antivol. Il en existe de nombreux types en fonction des marchandises à protéger. Vous devrez aussi vous équiper de portiques de sécurité. Si certains équipements sont bien visibles pour dissuader les voleurs, d'autres sont plus discrets pour créer un effet de surprise et prendre le voleur sur le fait.

## 4. Protégez-vous des cambriolages

Ce n'est pas parce que vous êtes fermé que le risque de vol disparaît. Bien au contraire ! D'où l'importance d'équiper correctement votre boutique: rideau métallique, volets sécurisés, coffres, barreaux de fer ou portes blindées. Autant d'équipements qui représentent un investissement important... Mais le jeu en vaut souvent la chandelle. En fonction de la taille de votre commerce

et surtout de votre enveloppe "sécurité", vous pouvez aussi faire appel à une société de gardiennage.

## 5. Appliquez certaines bonnes pratiques

Tout d'abord, réduisez au maximum vos liquidités en magasin, notamment en encourageant vos clients à régler électroniquement. Ensuite, n'oubliez pas de faire le point sur vos assurances. Êtes-vous suffisamment couvert pour toutes les situations ? L'appui de votre conseiller peut s'avérer très utile. Enfin, n'hésitez pas à faire appel à un spécialiste en sécurité pour vous guider dans vos démarches de "protection".

Protégez votre activité professionnelle avec Beobank Home Secure PRO. Plus d'infos sur [beobank.be](https://www.beobank.be)

<sup>1</sup> Statistiques de la criminalité 2019 de la Police Fédérale.

<sup>2</sup> Gondola Magazine 2019.

# Le salaire à appliquer

au 1<sup>er</sup> janvier 2021 en CP 118.03

*Chers amis, chers confrères*

*Tout d'abord, veuillez trouver ci joint les salaires minimaux applicables pour nos producteurs (ouvriers CP 118.03) dès ce 1 janvier 2021.*

*Je voudrais remercier les membres de la commission ainsi que nos responsables pour le travail accompli durant cette année 2020 au niveau social.*

*Le travail effectué nous a permis à tout un chacun en exercice de pouvoir poursuivre nos activités et/ou de nous défendre pour percevoir certaines indemnités.*

*Si le cas de chacun est particulier tant au niveau économique que social, il n'en reste pas moins que nos équipes de vente mais également de production nous permettent au quotidien de faire face aux exigences de nos clients, les consommateurs et devons les remercier en cette période difficile.*

*Ces services effectués sont reconnus comme étant essentiels à juste titre car ils permettent en cette période de pandémie d'offrir réconfort mais surtout un service personnalisé à nos clients.*

*Durant cette année, peu de changement si ce n'est par l'application des CCT que nous avons conclues en 2019. Nous avons bien défendu nos positions face à nos partenaires sociaux qui réclamaient beaucoup de*

*particularités pour les travailleurs. Nous nous préparons courant 2021 pour l'établissement des nouvelles CCT qui régiront notre secteur et vous informerons dès que cela sera utile de l'évolution de ces dernières.*

*Cette année fut particulière en terme de communication et je n'ai pas souhaité vous rajouter une couche supplémentaire face aux défis que chacun aura du produire pour permettre à son entreprise de passer le cap.*

*La Fédération Francophone a souhaité vous soutenir par des informations sûres et fiables tant au travers du Moniteur que par le biais du site internet et je remercie toutes les personnes qui ont œuvré dans ce sens. Cette orientation est la seule nous permettant de rester crédibles vis à vis de l'extérieur mais également en interne, faites donc remonter toutes les informations et/ou demandes par nos différentes structures mais également par votre présence lors des assemblées générales.*

*Je termine en souhaitant à tout un chacun mes meilleurs vœux et que l'année 2020 se termine pour un mieux afin que nous puissions nous revoir le plus vite dès 2021 en bonne santé.*

Merci à tous  
Radermecker Thierry  
Président CSN

## CP 118.03 Boulangerie industrielle et artisanale, pâtisserie artisanale, salons de consommation annexés à une pâtisserie artisanale

Entrée en vigueur : 1 janvier 2021

Indexation 1,00% sur les salaires barémiques ainsi que sur les salaires effectifs.



### SALAIRES BARÉMIQUES

<b> Salaire d'accès* (les 6 premiers mois) </b>	<b> 90,00% </b>
-------------------------------------------------	-----------------

Après 6 mois on a droit à une prime unique et individualisée pour compenser la perte de salaire par l'octroi du salaire d'accès.

(\* ) pas d'application pour les grandes boulangeries et pâtisseries, ne pas pour stagiaires, apprentis industriels et étudiants.



Catégorie	Entreprises occupant moins de 10 travailleurs		Entreprises occupant 10 travailleurs ou plus: petites boulangeries et pâtisseries	
	38 h/semaine	39 h/semaine	38 h/semaine	39 h/semaine
1 Fonctions techniques	13,30	12,96	13,48	13,13
2	13,72	13,37	13,91	13,55
3	14,62	14,25	14,80	14,42
4	15,10	14,71	15,26	14,87
5	15,98	15,57	16,17	15,76
6	17,28	16,84	17,49	17,04
7 Fonctions non techniques	12,50	12,18	12,64	12,32
8	13,44	13,10	13,64	13,29
9	14,25	13,88	14,44	14,07
10	14,45	14,08	14,61	14,24
11	14,62	14,25	14,80	14,42
12	14,62	14,25	14,80	14,42
13	14,73	14,35	14,92	14,54
14 Fonctions d'entretien et de réparation	14,62	14,25	14,80	14,42
15	15,70	15,30	15,91	15,50
16	18,01	17,55	18,22	17,75

#### Entreprises occupant 10 travailleurs ou plus: grandes boulangeries et pâtisseries

Catégorie	Premiers six mois d'ancienneté		Après six mois d'ancienneté	
	38 h/semaine	39 h/semaine	38 h/semaine	39 h/semaine
1 Fonctions techniques	13,10	12,76	13,48	13,13
2	13,50	13,15	13,91	13,55
3	14,42	14,05	14,80	14,42
4	14,88	14,50	15,26	14,87
5	15,72	15,32	16,17	15,76
6	17,01	16,57	17,49	17,04
7 Fonctions non techniques	12,31	11,99	12,64	12,32
8	13,20	12,86	13,64	13,29
9	14,02	13,66	14,44	14,07
10	14,22	13,86	14,61	14,24
11	14,42	14,05	14,80	14,42
12	14,42	14,05	14,80	14,42
13	14,49	14,12	14,92	14,54
14 Fonctions d'entretien et de réparation	14,42	14,05	14,80	14,42
15	15,45	15,05	15,91	15,50
16	17,73	17,28	18,22	17,75



### Étudiants

18 ans et plus	90,00%
17 ans	80,00%
16 ans	70,00%
15 ans	60,00%

### Flexi-salaire

L'indemnité flexi-job = flexi-salaire + 7,67% pour le flexi-pécule de vacances.

Le flexi-pécule de vacances (= 7,67% du flexi-salaire) doit être payé en même temps que le flexi-salaire.

	salaire horaire
Flexi-salaire minimum	9,55 EUR
Indemnité flexi-job minimum flexi-pécule de vacances y compris	10,28 EUR

### INDEMNITÉS

#### Prime annuelle

Octroi selon les mêmes modalités que la prime de fin d'année.

prime annuelle	55,00 EUR
----------------	-----------

### Complément d'ancienneté

Intégré au barème.

### Prime d'équipe

Dans les grandes boulangeries et pâtisseries.

Matin	0,11 EUR
Après-midi	0,11 EUR

### Prime de nuit

**+20,00%**

### Prime du week-end

Dans les grandes boulangeries et pâtisseries:	3,18 EUR
Dans les petites boulangeries et pâtisseries:	4,28 EUR

### Prime de froid

Si la température est inférieure à 8 degrés C.	+5%
Dans les chambres froides ou camions frigorifiques pour produits surgelés (-18 degrés)	+10%

### Ouvrier dénommé "extra"

+20%

Ouvrier engagé lors des festivités et/ou des week-ends suite au surcroît de production qu'occasionnent ces jours dans les petites et moyennes entreprises.

Dernière modification : 27.02.2020

## CP 118.03 Boulangerie industrielle et artisanale, pâtisserie artisanale, salons de consommation annexés à une pâtisserie artisanale

Entrée en vigueur : 1 mars 2020

Indexation du flexi-salaire.



### SALAIRES BARÉMIQUES

**Salaire d'accès\* (les 6 premiers mois) 90,00%**

Après 6 mois on a droit à une prime unique et individualisée pour compenser la perte de salaire par l'octroi du salaire d'accès.

(\* ) pas d'application pour les grandes boulangeries et pâtisseries, ne pas pour stagiaires, apprentis industriels et étudiants.



Catégorie	Entreprises occupant moins de 10 travailleurs		Entreprises occupant 10 travailleurs ou plus: petites boulangeries et pâtisseries	
	38 h/semaine	39 h/semaine	38 h/semaine	39 h/semaine
1 Fonctions techniques	13,17	12,83	13,35	13,01
2	13,58	13,23	13,77	13,42
3	14,48	14,11	14,65	14,27
4	14,95	14,57	15,11	14,72
5	15,82	15,41	16,01	15,60
6	17,11	16,67	17,32	16,88
7 Fonctions non techniques	12,38	12,06	12,51	12,19
8	13,31	12,97	13,50	13,15
9	14,11	13,75	14,30	13,93
10	14,31	13,94	14,47	14,10
11	14,48	14,11	14,65	14,27
12	14,48	14,11	14,65	14,27
13	14,58	14,21	14,77	14,39
14 Fonctions d'entretien et de réparation	14,48	14,11	14,65	14,27
15	15,54	15,14	15,75	15,35
16	17,83	<b>17,37</b>	18,04	17,58

Entreprises occupant 10 travailleurs ou plus: grandes boulangeries et pâtisseries				
Catégorie	Premiers six mois d'ancienneté		Après six mois d'ancienneté	
	38 h/semaine	39 h/semaine	38 h/semaine	39 h/semaine
1 Fonctions techniques	12,97	12,64	13,35	13,01
2	13,37	13,03	13,77	13,42
3	14,28	13,91	14,65	14,27
4	14,73	14,35	15,11	14,72
5	15,56	15,16	16,01	15,60
6	16,84	16,41	17,32	16,88
7 Fonctions non techniques	12,19	11,88	12,51	12,19
8	13,07	12,73	13,50	13,15
9	13,88	13,52	14,30	13,93
10	14,08	13,72	14,47	14,10
11	14,28	13,91	14,65	14,27
12	14,28	13,91	14,65	14,27
13	14,35	13,98	14,77	14,39
14 Fonctions d'entretien et de réparation	14,28	13,91	14,65	14,27
15	15,30	14,91	15,75	15,35
16	17,55	17,10	18,04	17,58

**Étudiants**

18 ans et plus	90,00%
17 ans	80,00%
16 ans	70,00%
15 ans	60,00%

**Flexi-salaire**

L'indemnité flexi-job = flexi-salaire + 7,67% pour le flexi-pécule de vacances.

Le flexi-pécule de vacances (= 7,67% du flexi-salaire) doit être payé en même temps que le flexi-salaire.

	salaire horaire
Flexi-salaire minimum	9,55 EUR
Indemnité flexi-job minimum flexi-pécule de vacances y compris	10,28 EUR

**INDEMNITÉS****Prime annuelle**

Octroi selon les mêmes modalités que la prime de fin d'année.

prime annuelle	55,00 EUR
----------------	-----------

**Complément d'ancienneté**

Intégré au barème.

**Prime d'équipe**

Dans les grandes boulangeries et pâtisseries.

Matin	0,11 EUR
Après-midi	0,11 EUR

**Prime de nuit**

**+20,00%**

**Prime du week-end**

Dans les grandes boulangeries et pâtisseries:	3,15 EUR
Dans les petites boulangeries et pâtisseries:	4,24 EUR

**Prime de froid**

Si la température est inférieure à 8 degrés C.	+5%
Dans les chambres froides ou camions frigorifiques pour produits surgelés (-18 degrés)	+10%

**Ouvrier dénommé "extra"**

**+20%**

Ouvrier engagé lors des festivités et/ou des week-ends suite au surcroît de production qu'occasionnent ces jours dans les petites et moyennes entreprises.

# MOULIN MEYERS S.A.

**Le moulin Meyers est désormais repris par les moulins du Val-Dieu**

Le moulin de votre région  
qui vous offre ses farines tous  
types et sa collaboration directe.

Rue gulpen, 15  
4852 HOMBURG  
☎(087) 78 53 70







## 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 !

***Pensez à vous affilier et à cotiser !***

### Liste des présidents par province

Monsieur DENONCIN Albert,  
province de Luxembourg.  
Tél. : 0477/41.91.52  
Mail : a.denoncin@skynet.be

Monsieur LEONARD Henri,  
province de Liège.  
Tél. : 04/351.76.46  
Mail : henri.leonard@longdoz.be

Monsieur LEFRANC Frédéric,  
province de NAMUR.  
Tél. : 081/43.35.99  
Mail : fredval.lefranc@live.fr

Monsieur VANDERAUWERA José,  
province du HAINAUT.  
Tél. : 0496 33 05 79  
Mail : josé.vanderauwera@gmail.com

Monsieur SZALIES Arnaud,  
Brabant Wallon.  
Tél. : 02/387.36.93  
Mail : aszalties@skynet.be

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