

Le Moniteur

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



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

Bulletin mensuel
41^e année
Janvier 2024

Forfait Boulangers Pâtissiers

p. 17



SBEN'ERGY

POUR VOTRE
SAINT
VALENTIN

**OFFRE
PHOTOVOLTAIQUE**

DES SEJOURS EXCLUSIFS
AU CHÂTEAU D'URSPILT

**Offre valable pour tout devis signés de minimum 10 Panneaux.
Disponible du 15/01/24 au 14/02/24 inclus.*



Mesdames, Messieurs, Chers amis,

Votre Président, les administrateurs de la Fédération Francophone vous souhaitent, ainsi qu'à votre famille et à tous vos proches, une merveilleuse et pétillante année 2024. Quelle soit remplie de bonheur, santé et prospérité.

Certaines périodes de la vie nous sont plus propices que d'autres, et chacun d'entre nous sent bien que nous sommes installés dans une phase critique, où l'individualisme doit, impérativement, faire place à la solidarité.

Votre Fédération est une chaîne, dont vous représentez chaque maillon, chacun avec ses compétences. Celle-ci s'appuie sur des valeurs fortes qui se transmettent au comportement quotidien. L'esprit de bien-faire, le respect, l'écoute, l'agilité, l'enthousiasme et l'exigence sont nos valeurs.

Vos Présidents respectifs vont vous adresser une demande de renouvellement de votre confiance à cette équipe, composée de nombreux confrères, qui veillent pour vous et avec vous à la prospérité et au développement stratégique de nos entreprises en parfaite cohérence.

N'hésitez pas à rejoindre cette grande famille de professionnels courageux, déterminés et compétents.

Je vous souhaite de profiter de vos 20 ans pendant au moins 120 ans (YCARE)

Cordialement.

● **A. Denoncin**
Président



UN NOUVEAU SOL COULÉ POUR VOTRE BOULANGERIE OPEZ SANS HÉSITER POUR DEWECO

DEWECO SOLS | Votre expert en sols synthétiques industriels

DEWECO

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



FORMATION Glaces

**GELATO UNIVERSITY
CARPIGIANI**

du **12 au 16 FÉVRIER** 2024 **et** du **18 au 22 MARS** 2024

100€
HTVA
par journée
et par
personne*

COURS DE BASE
LUNDI - MARDI - MERCREDI
Pour ceux qui souhaitent commencer
à fabriquer de la glace et connaître ses bases.

COURS INTERMÉDIAIRE
JEUDI - VENDREDI
Pour ceux qui veulent approfondir leurs bases ou se remettre à niveau.

INSCRIPTION
materiel@bruyerre.be - 071/25.01.22 - ou via votre représentant.
Nombre de places limitées à 25 personnes - réservez sans plus attendre.
*déductibles sur l'achat d'équipement Carpigiani & de glace (vitrine, conservateur).
Non déductibles sur le petit matériel en magasin.



formation donnée par
Salvatore NASELLI
Maître Glacier Carpigiani



Le Moniteur

SOMMAIRE



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

- Boulangier à l'honneur** 6 Félicitations à la boulangerie- pâtisserie MICHELS qui fête ses 50 ans d'existence !
- Concours** 8 Coq de cristal : Sébastien PAPELEUX, lauréat dans la catégorie TARTE AU SUCRE
- Pages spéciales** 10 Pourquoi équiper son commerce d'un système de sécurité ?
- Social** 12 Quelques nouvelles sur le plan social
- Spécialité à l'honneur** 14 Une spécialité Tournaisienne à l'honneur !
- Actualités** 15 La Fedima nomme un nouveau président, un nouveau vice-président et un nouveau trésorier pour un mandat de 3 ans.
- Humour** 15 À la manière de Jean de La Fontaine
- Actualités** 16 Le pain : une belle histoire aux céréales d'Europe
- Fiscal** 17 Forfait 2024 : Boulangerie et Pâtisserie
- Formation** 33 Épicuris : Boulangerie-Pâtisserie - Nos formations sur mesure
- Culture** 34 Rappel de quelques figures de style en français
- Salon** 35 Salon Horeca Gent
- Chronique technique** 36 L'inévitable recherche du goût du pain : Partie 1
- Marketing** 40 Qu'est-ce que le marketing éthique et non éthique ?
- Économie** 43 Budget fédéral : un site interactif lancé pour le rendre plus « compréhensible »
- Santé** 44 Astuces pour éviter les virus cet hiver selon une virologue !
- Recette** 46 Gâteau Opera (Opéra Cake)
- Petites annonces** 47

Administration & gestion

Rue de la Libération, 270 • 6927 TELLIN
Tél. : 0477/41.91.52
Mail : info@ffrboulpat.be
Compte : BE02 1270 7132 3240

Publicité et petites annonces

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

Éditeur responsable

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

Ont collaboré à la rédaction

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

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.

Félicitations à la boulangerie-pâtisserie MICHELS qui fête ses 50 ans d'existence!

La boulangerie-pâtisserie Benoit Michels est située en plein centre de Bouillon sur la place St-Arnould avec une vue imprenable sur le château.

On y propose un large choix de pains, viennoiseries, tartes, chocolats et confiseries. Vous pouvez également y déguster des pâtisseries, ainsi que des glaces, crêpes et gaufres sur place dans le salon de thé à l'étage ou en terrasse à la belle saison.

La brésilienne est sa grande spécialité et les Français, tout proches, se l'arrachent.

« Nous avons volontairement opté pour une gamme de produits plus « passe-partout », avec l'ambition de satisfaire le plus grand nombre. Nous sortons en moyenne entre et 600 et 800 tartes par semaine. Ce faisant, nous nous différencions des pâtisseries qui privilégient des produits que je qualifierais de plus élaborés, mais aussi nettement plus chers et donc moins abordables pour beaucoup. Nous avons fait le choix assumé d'un rapport qualité-prix dans une bonne moyenne. »

Benoît Michels a toujours nourri le désir d'être boulanger. Et encore maintenant, il prend un plaisir fou dans son métier.

« Et tant que ça dure, je continue », affirme-t-il. Sa vie s'écrit comme le parcours d'un fils de boulanger qui a repris avec succès le commerce déjà bien établi de son père. Il a su saisir des opportunités et diversifier ses activités pour le développer, posant des choix réfléchis et agissant avec justesse. Pour Benoît Michels, la vie semble être une succession de choix inéluctables.



Il est tombé dans le pétrin, pour ainsi dire, dès son enfance. Son père a été boulanger pendant 15 ans en face de l'église de La Roche. Mais lorsque le bail du bâtiment a pris fin, il a saisi l'occasion de reprendre une boulangerie à Bouillon. C'est ainsi que, dès son plus jeune âge, Benoît s'est retrouvé plongé dans le monde de la boulangerie, accomplissant ce travail depuis 43 ans.

« C'était mon destin », explique-t-il, bien que cette voie ait été quelque peu imposée par son père. Pour Benoît, devenir boulanger était son souhait profond. Depuis, il s'investit dans ce métier avec passion, même si aujourd'hui il délègue davantage. Son personnel est fidèle et fiable.

Son approche du métier se distingue de nombreux autres boulangers, car il a fait le choix de ne pas multiplier les points de vente. Cela lui permet une gestion plus aisée du travail sur un même site.



Il a également pris des initiatives pour diversifier sa production. En ouvrant sur le marché français, il a su répondre à une demande existante et étendre significativement son chiffre d'affaires, représentant en moyenne 20 % de ses revenus annuels.

« Je fournis la distribution sur les Ardennes françaises, les Intermarché, Casino, Leclerc, Carrefour Market, ... Récemment, le Casino de Bazeilles est passé dans le giron Intermarché, groupe dans lequel nous sommes très bien référencés. Quelques jours avant leur ouverture, ils m'ont contacté en me disant qu'un rayon m'attendait. C'est quelque part le fruit de nos efforts et de notre travail. La cerise sur le gâteau. Et cela fait grand plaisir. »

Ce choix stratégique lui a également permis de maintenir une activité constante pour son équipe toute l'année, surtout dans une région touristique où la demande peut fluctuer selon les saisons.

À travers ses décisions d'entreprise, Benoît a cherché à offrir une qualité de vie décente à son personnel, un objectif motivant ses efforts pour développer son commerce. Son entreprise, qu'il considère comme une petite PME, est quelque chose qu'il sait pouvoir transmettre à un repreneur avec confiance, sachant qu'elle est rentable et bien structurée.

Benoît Michels a également évoqué l'importance de son épouse Manu dans cette aventure, soulignant qu'ils ont travaillé ensemble pour faire croître l'entreprise depuis 1994.

« J'ai la chance d'avoir trouvé une épouse qui m'a suivi, qui m'a accompagné et a presque toujours dit oui à tous mes « projets ». C'est surtout une infatigable bosseuse. Avec Manu, nous nous sommes toujours efficacement réparti les tâches. Pour faire simple, elle gère Bouillon et moi Sensenruth. C'est un métier qui se fait à deux ».

Malgré l'absence d'intérêt de leurs enfants pour reprendre l'affaire familiale, ils sont prêts à accompagner le processus de transition pour un futur repreneur.

En ce qui concerne l'avenir de la boulangerie, Benoît est conscient des défis posés par les normes et les évolutions du marché, particulièrement pour les petites structures. Il reste toutefois optimiste quant à la pérennité du métier, convaincu que la passion et la qualité des produits sont des atouts essentiels pour réussir.

En fin de compte, Benoît Michels reste un passionné, convaincu que la qualité des produits, le bon service et des prix justes sont les clés du succès dans son domaine, tout comme le pensait son père avant lui.

● **Fl. de Thier**

2 adresses

📍 **Boulangerie-pâtisserie, terrasse et salon de thé**
Place Saint-Arnould 9, 6830 **Bouillon**

📍 **Atelier de production, magasin et sandwicherie**
Rue de la Girafe 58, 6832 **Sensenruth**

www.benoitmichels.com



EST EN TOUS POINTS VOTRE PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ !

Offrez à vos clients une solution de paiement simple et sécurisée grâce à WARIKO

Grâce à notre partenariat avec la Fédération, vous bénéficiez de conditions exceptionnelles!

Vous souhaitez plus d'informations concernant nos solutions ?

Appelez-nous au PHONE: 052 22 02 15

Envoyez-nous un e-mail à info@wariko.be

et profitez de l'offre **FEDERATION**



Coq de cristal : Sébastien PAPELEUX, lauréat dans la catégorie TARTE AU SUCRE



Le Concours Coq de Cristal récompense, depuis 29 ans, les produits de bouche agricoles et artisanaux d'excellence de notre terroir. Des jurés professionnels en lien avec le secteur de l'Horeca sélectionnent les lauréats à l'issue d'une dégustation à l'aveugle.

Les catégories de produits sont définies en concertation avec le secteur agricole, en accord avec le marché et les tendances de consommation.

Pour la quatrième année consécutive, les «**Coqs de Cristal**» et les titres d'**Agriculteurs de Valeurs**» ont été remis en présence du Ministre wallon de l'Agriculture, Willy BORSUS, dans le cadre de l'Agre-Sommet au Libramont Exhibition & Congress. Cette remise de prix, à l'initiative de l'Agence wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité (Apaq-W) et

la Foire de Libramont, en collaboration avec Accueil Champêtre en Wallonie, a été présentée par l'ambassadeur Gerald WATELET.

Lors de cette 29^e édition du concours Coq de Cristal, 64 produits issus d'une soixantaine de producteurs de notre Région ont été présentés le 17 novembre à l'École hôtelière de Namur. Les produits lauréats, définis par le jury, sont cette année équitablement répartis à travers toutes les provinces de notre gourmande Wallonie ! En effet, 2 Coqs de Cristal sont chacun remportés par des



Monsieur MATTART Directeur Général de l'Apaq-W remet le Coq de Cristal à Monsieur PAPELEUX



Le Président, le lauréat monsieur PAPELEUX, et monsieur WATELET ambassadeur des Maîtres boulangers-Pâtisseries

depuis sa reprise en 2020 des pains et viennoiseries, des pâtisseries renommées et gâteaux, ainsi que des crèmes glacées. Il développe la boulangerie avec une gamme de pains variés confectionnés avec des farines sans additif au levain et sur longue fermentation. Sébastien a également à cœur de travailler au maximum avec des produits belges et locaux (œufs par exemple). La tarte au sucre est une pâtisserie sucrée comme son nom l'indique, typiquement belge mais aussi connue dans le Nord de la France.



entreprises agricoles luxembourgeoises et namuroises, tandis que les provinces du Brabant wallon, du Hainaut et de Liège remportent chacune un Coq. Ce qui permettra aux consommateurs wallons de faire honneur à minimum un produit d'excellence et de proximité quel que soit le lieu où ils vivent.

Pour la catégorie **TARTE AU SUCRE** (Catégorie réservée aux boulangers-pâtisseries), le lauréat est

Sébastien PAPELEUX, de la pâtisserie Homberger.

Artisan Pâtissier dans la charmante ville de Saint-Ghislain depuis 1980, Sébastien Papeleux propose



Le Président, Monsieur PAPELEUX et Monsieur Le Ministre BORSUS



Jury Coq de cristal 2023



Pâtisserie Homberger



Pourquoi équiper son commerce d'un système de sécurité ?



En 2021, 43 256 cambriolages ont été comptabilisés en Belgique et pourtant de nos jours, un très grand nombre de systèmes de sécurité existent.



Le vol de matériel ou l'intrusion dans un commerce peut avoir des conséquences financières, opérationnelles et psychologiques considérables.

Les vols de matériel peuvent causer des pertes financières importantes pour le commerce. Les vols peuvent impliquer des coûts de remplacement de l'équipement volé, des pertes de stocks, des coûts de réparation ou de remplacement de biens endommagés, ainsi que des coûts associés à l'enquête et à la poursuite des voleurs. Il est évident qu'en tant que commerçant, vous n'avez pas de temps et d'argent à perdre à cause d'une intrusion mal intentionnée.

Les vols peuvent entraîner des perturbations opérationnelles importantes pour le commerce. Par exemple, le vol d'un ordinateur peut entraîner la perte de données importantes, tandis que le vol de matériel de production peut retarder la production et la livraison des produits.

Ensuite, les vols peuvent également avoir des effets psychologiques sur les employés et les propriétaires du commerce. Ils peuvent se sentir agressés, en insécurité et stressés par la situation, ce qui peut affecter leur bien-être émotionnel et leur motivation.

Un système de sécurité est essentiel à la sécurité d'une habitation ou d'un commerce. Premièrement, le système est conçu pour détecter toute intrusion ou tentative d'effraction et avertir immédiatement le

propriétaire. Cela peut aider à prévenir les vols et les cambriolages. De plus, certaines sociétés de sécurité agréées disposent d'une plaque à l'entrée de votre commerce afin d'avertir que vous êtes protégé par des alarmes, etc. La simple présence d'un système d'alarme peut dissuader les cambrioleurs potentiels de tenter leur chance. En effet, les voleurs cherchent souvent des cibles faciles, et un système d'alarme rend la tâche beaucoup plus difficile.

Ensuite, ces systèmes de sécurité sont également compétents pour prévenir le propriétaire et les autorités (via une centrale de télésurveillance agréée) aptes à intervenir en cas d'inondations ou d'incendies, qui peuvent arriver très vite en cas d'inattention.

Dans certains cas (cela dépend du grade de risque estimé), le contrôle à distance est aussi un avantage des systèmes de sécurité. Il permet aux propriétaires de surveiller leur entreprise même lorsqu'ils ne sont pas physiquement présents, cela offre une tranquillité d'esprit. Il existe également le contrôle de serrure, ce contrôle permet de verrouiller ou déverrouiller votre commerce depuis une application installée sur votre smartphone. Avec ce système, vous n'aurez plus à douter d'avoir correctement fermé votre porte.

Un critère à ne pas négliger lorsque vous êtes équipé d'un système de sécurité est la réduction des coûts d'assurance, en effet de nombreuses compagnies d'assurance offrent des réductions aux commerçants qui ont installé un système d'alarme.

Il existe plusieurs types de systèmes de sécurité que les commerçants peuvent utiliser pour protéger leur entreprise et leurs biens. Voici quelques-uns des systèmes de sécurité les plus courants pour les commerces :

Systèmes d'alarme :

Les systèmes d'alarme sont des dispositifs qui détectent les intrusions, les incendies, les inondations ou d'autres



types d'urgence et qui avertissent les propriétaires et les autorités compétentes. Les systèmes d'alarme peuvent être équipés de capteurs de mouvement, de détecteurs de fumée, de caméras de surveillance et de plusieurs autres fonctionnalités.

Caméras de surveillance :

Les caméras de surveillance peuvent être utilisées pour surveiller les activités à l'intérieur et à l'extérieur du commerce. Elles peuvent être placées à des endroits stratégiques pour surveiller les mouvements des clients et pour dissuader les voleurs et les intrus.

Systèmes de contrôle d'accès :

Les systèmes de contrôle d'accès permettent de contrôler qui peut entrer dans le commerce en limitant l'accès aux zones restreintes. Les systèmes de contrôle d'accès peuvent être utilisés pour restreindre l'accès aux zones de stockage, aux salles de serveurs et à d'autres zones sensibles.

Coffres-forts et armoires de sécurité :

Les coffres forts et les armoires de sécurité peuvent être utilisés pour protéger les objets de valeur et les documents importants. Les coffres forts peuvent être équipés de serrures à combinaison, de serrures à clé ou de systèmes de verrouillage électronique.

Systèmes de surveillance de la température :

Les systèmes de surveillance de la température peuvent être utilisés pour surveiller les températures à l'intérieur

OLSECURITY

Systèmes d'alarmes
Détection incendie
Vidéosurveillance

www.olsecurity.be

Rue du Vieux Bac 24, 4140 Sprimont TVA : BE 1000 454 139
+32 (0)494/81.13.52 LU 308 958 839
ol@olsecurity.be IBZ : 20193812

du commerce. Ils peuvent être utilisés pour détecter les incendies, les inondations ou les dysfonctionnements des équipements.

Serrures connectées

Ce sont des serrures de porte qui peuvent être contrôlées à distance à l'aide d'une application mobile ou d'autres dispositifs connectés. Les serrures connectées utilisent des technologies sans fil telles que le Wi-Fi ou le Bluetooth pour communiquer avec les smartphones, les tablettes et d'autres périphériques.

En somme, les systèmes de sécurité pour les commerces sont nombreux et variés. Les propriétaires peuvent choisir parmi une large gamme de dispositifs pour protéger leur entreprise, leurs biens et leurs employés comme ils le souhaitent. Il est important de choisir les systèmes de sécurité en fonction des besoins spécifiques de l'entreprise et des risques potentiels.

● Fl. de Thier

ALARME PLUS

ALARMES
CAMERAS
CONTROLE D'ACCES
PROTECTION INCENDIE
VIDEO ANALYTIQUE

Bureau : 0460/96 30 03
www.alarmeplus.be

Quelques nouvelles sur le plan social

Chers Amis, confrères et collègues,

Je suis heureux que les négociations sectorielles 2023-2024, tant en CP 118 que 201, aient pu aboutir et je remercie toutes les parties qui ont pris part à la réalisation de cet objectif. Ce dernier consiste principalement à permettre à chaque partie et quelles que soient leurs implications au sein de l'entreprise (Patron-Employé-Ouvrier, Étudiant, etc) d'avoir une visibilité sur ses possibilités financières et donc une certaine forme de sécurité liée à l'emploi et la fonction qu'il occupe.

Le système social Belge est un exemple de solidarité qui est fait de compromis et nous permet de comprendre la complexité du vivre ensemble. C'est un peu comme une horloge mécanique qui nous permet de connaître la date, l'heure, la minute, etc... Ce système complexe de pignons, d'axes que des hommes et des femmes travaillant dans le même sens permet de nous renseigner sur le moment.

Face aux défis que certains subissent ou engendrent, il m'apparaît indispensable de maintenir ce type de mécanisme. Chaque responsable de notre secteur a accepté d'être un rouage et d'assumer son rôle et je les remercie vivement. Le maintien d'une certaine sécurité, voire de bon sens, dans un intérêt général m'apparaît être le rempart d'une démocratie. Cette dernière doit permettre à chacun de déterminer la qualité et les fonctions qu'il ou elle souhaite exercer en toute liberté.

2023 est derrière nous et voilà plus de 40 ans passés, malgré les multiples attaques, que nous maintenons grâce à des hommes et femmes notre beau métier et les valeurs qu'elles incarnent.

Je me permets d'avoir une pensée particulière pour les personnes qui nous ont quittés ou sont atteintes d'une maladie ou d'un accident sans qui nous n'aurions pu garder une certaine indépendance et nous permet encore aujourd'hui d'avoir une influence prépondérante sur notre métier.

Après cette introduction et ces réflexions qui me sont propres, voici quelques éléments qui sont d'actualité et doivent vous aider à appréhender l'année 2024.

Dans la CP 118 (production), nous avons négocié une prime salariale unique de 250 € et qui ne subit que 16,5% de charges pour l'entreprise par la remise de chèques consommations soit 291,25 €. Sur base de 38H/Hebdomadaire et à raison de deux années (3623 Heures) ceci représente une augmentation du coût horaire de production de 0,08 €. Nous avons également accordé une augmentation de l'indemnité liée aux déplacements de nos travailleurs. De plus et grâce à nos interventions, la faculté était proposée aux



entrepreneurs d'être exonérés de cette prime sous certaines conditions décrites dans le moniteur de novembre (rubrique social).

Dans la CP 201 (vente au détail), une prime similaire de 75 € soit un coût de 87,35 € pour un temps plein pour 2023-2024 et une adaptation de l'intervention dans les frais de déplacements. Voir moniteur de décembre (rubrique social).

Ces deux primes de type unique concernent la CCT pouvoir d'achat et utilisent les modalités et obligations de la prime CORONA qui ont été définies par le Gouvernement Fédéral.

À l'occasion du 1^{er} janvier 2024 en CP 118, une indexation de 1,83 % sera d'application sur les salaires barémiques et ceux réellement définis contractuellement.

Dans le cas de la CP 201 cette indexation intervient lorsque la tranche pivot est dépassée et est de l'ordre de 2% sur les salaires effectifs.

Cette année 2024 nous permettra de voter mais également de traiter du dossier de la classification des fonctions de notre secteur relatif à la production qui date de plus de 20 ans et sommes vigilants vis-à-vis des propositions que le bureau Optimor et le groupe de travail nous remettront en commission paritaire.

Nous aurons sur demande insistante du Ministre Dermagne également à analyser une base commune à l'activité dans les secteurs de la vente. Ce dossier est également à traiter avec prudence et fermeté car il est question entre autres des conditions de travail, de salaire, d'ouverture, de concurrence, etc. Qui nous le souhaitons resterons traitées par les représentants au sein des Commissions Paritaires.

S'il n'est jamais agréable d'annoncer des augmentations de coûts, le fait de pouvoir prendre part aux différentes négociations doit être un gage de sécurité pour l'avenir de notre métier.

L'ensemble des dirigeants et collaborateurs du secteur social vous remercie pour la confiance et vous transmettons nos bons vœux de réussite pour 2024 et restons à votre écoute.

● **Radermecker Thierry**
Président CSN
Membre CP 118 & 201

Une spécialité Tournaisienne à l'honneur !

C'est ce 11 novembre que la **Guilde du Mutiau**, Confrérie créée en 2014, a décidé de réaliser son 1^{er} concours du Mutiau.

Le Mutiau est une spécialité Tournaisienne à base de tête de Porc et autres bons morceaux, d'épices, d'herbes fraîches liées au bouillon de cuisson. Cette charcuterie se déguste principalement lors du Lundi Perdu mais est réalisée toute l'année par les meilleurs charcutiers de Tournai.

Une catégorie 'Particulier' était ouverte et j'y ai participé.

C'est le 8 janvier, Lundi Perdu, que la Guilde décerne ses différentes distinctions.

La guilde prévoit dans le futur de remettre à honneur d'autres spécialités comme « Le Clovis », « La Faluche » ou « le Palais de Dame ».

À l'occasion de ce concours, une bière a été spécialement créée « La Mutiau » par la Brasserie Cazeau de Templeuve. Dégustée et approuvée par les fins palais.



La Guilde du Mutiau



Le Mutiau



En dégustation de la Mutiau



Le jury en délibération



La Fedima nomme un nouveau président, un nouveau vice-président et un nouveau trésorier pour un mandat de 3 ans.

La Fedima est la Fédération des fabricants et fournisseurs européens d'ingrédients pour les industries de la boulangerie, de la confiserie et de la pâtisserie. Elle est composée d'associations nationales réparties dans 13 pays. La Fedima représente environ 26 133 employés directs à travers l'Europe et un chiffre d'affaires annuel d'environ 6,7 milliards d'euros. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site web de la Fedima : www.fedima.org

Les nouveaux dirigeants seront chargés de guider le Conseil d'administration et les travaux de l'association.



Le nouveau conseil d'administration est composé de Thomas Lesaffre (Lesaffre) en tant que président, Juan Carlos Puente (Zeelandia) en tant que vice-président et Carl Horrobin (ABIM) en tant que trésorier. La direction est responsable de la coordination des activités et du budget de l'association, et son mandat renouvelable correspond aux trois ans du mandat du conseil d'administration.

Représentant 13 associations membres à travers l'Europe, la Fedima a pour objectif de soutenir et de développer le secteur des produits de boulangerie en partageant ses positions et ses priorités au niveau de l'UE, en contribuant aux discussions politiques pertinentes pour le secteur. Le nouveau conseil d'administration, élu lors de l'assemblée générale de Séville (Espagne), s'est également mis d'accord sur la ville d'accueil de la prochaine assemblée générale : Istanbul (Turquie).



À la manière de Jean de La Fontaine

*La voiture électrique ayant roulé tout l'été,
se trouva fort déchargée quand l'hiver fut venu...
Pas un seul kilowatt pour le chauffage,
le siège chauffant et autres avantages.
Elle alla crier secours chez sa voisine au diesel lourd,
la priant de la dépanner,
lui prêter de quoi rouler jusqu'à la saison nouvelle...
« Je m'arrangerai, lui dit-elle,
je paierai votre diesel, intérêt et principal ».*

*La voisine n'est pas rancunière,
c'est une qualité première.
« Que pensiez-vous, au temps chaud ?
dit elle à cette emmerdeuse...
« Nuit et jour, ne vous déplaie,
je roulais, toujours à l'aise... »
« Vous roulez ? J'en suis fort aise,
eh bien... pédalez, maintenant ! »*



Le pain : une belle histoire aux céréales d'Europe

La campagne de deux ans intitulée "Le pain, une belle histoire" a clôturé sa phase stratégique finale le 27 novembre à Breda. Organisé par le Nederlands Bakkerij Centrum, en collaboration avec Food Cabinet et B2Sense, cet événement a présenté les tendances alimentaires et les réponses apportées par la campagne, mettant en lumière les résultats et les enseignements tirés.

La diminution de la consommation de pain depuis 2009 aux Pays-Bas et en Belgique a été freinée par la première campagne lancée en 2018. Cependant, les années de pandémie ont provoqué une nouvelle chute, bien que la consommation se soit redressée en 2022. La campagne a cherché à repositionner le pain, souvent jugé trop ordinaire, en le présentant comme un produit durable, riche en protéines, végétal et abordable.

Les résultats montrent une amélioration de l'image du pain : il est considéré comme nutritif, savoureux et abordable, avec une tendance croissante vers le pain complet, notamment aux Pays-Bas. Cependant, la Belgique présente des variations régionales dans le choix du type de pain, soulignant un besoin de sensibilisation supplémentaire.

La communication efficace a été identifiée comme un élément crucial pour renforcer la perception positive du pain. La simplicité et la familiarité associées au pain sont des éléments clés dans la stratégie de communication, mettant l'accent sur des termes accessibles tels que "sain", "nutritif", "abordable" et "savoureux" pour renforcer la durabilité perçue du pain.

Pour l'avenir, la santé et la durabilité restent des tendances majeures dans le domaine alimentaire, avec une prévision de croissance rapide de la prise en compte de ces critères lors des achats alimentaires. Les céréales complètes, mises en avant dans le "régime du futur" de la Commission EAT-Lancet, offrent de nombreux avantages pour la santé, et leur promotion est jugée urgente.



La campagne, malgré les différences culturelles entre les Pays-Bas, la Flandre et la Wallonie, a été un succès, ayant un impact positif sur les consommateurs grâce à sa pertinence et à sa crédibilité. Bien que les résultats de la campagne soient encourageants, il est prévu de poursuivre les efforts de communication pour consolider l'image positive du pain.

Cette collaboration sans précédent entre diverses parties prenantes belges et néerlandaises a été saluée, soulignant l'importance de cette coopération pour des initiatives futures.



Forfait 2024

Boulangerie et Pâtisserie

Nouveaux accords pour le forfait TVA 2024

Comme chaque année en octobre, la commission fiscale s'est réunie pour récolter les chiffres des différentes provinces concernant les prix d'achat des matières premières et les prix de vente pratiqués.

Sur base de tous nos relevés, de factures probantes et des nouvelles hausses du prix de revient de la plupart des marchandises reprises par le forfait durant toute l'année écoulée, la commission fiscale nationale a proposé des chiffres très réalistes à l'Administration Centrale du "Service Public Fédéral Finances".

Etant donné que toutes les données communiquées comprenaient entre autre, la forte hausse, atteignant des records, du prix du sucre, des matières grasses et aussi du chocolat mais tenaient également compte d'une légère baisse des produits laitiers, l'administration nous a fait parvenir une proposition dans laquelle pratiquement tous les chiffres proposés étaient acceptés sauf les prix de vente.

Nous avons fait une contre-proposition pour tous les prix de vente mais aussi les matières grasses et le chocolat car l'administration n'avait pas tenu compte des dernières augmentations prévues et toutes nos nouvelles propositions ont été acceptées. Donc un accord sur les différents calculs nécessaires à l'élaboration du forfait provisoire pour l'année 2024 est intervenu le 24 novembre.

Comme le prix d'achat relevé de la farine normale est quasi identique à celui d'il y a un an, le prix retenu pour le calcul du forfait provisoire **à partir du 1^{er} janvier 2024, sera maintenu prix minimum de 120 € pour 100 kg de farine normale**. À partir de la même date, en ce qui concerne **le prix maximum de la farine normale il sera également maintenu au prix de 2023, soit à 160 € les 100 kg**. Ces données sont d'une importance capitale lors du calcul du **P ou PP** pour l'application du forfait.

Au niveau du prix de revient des matières premières, les prix proposés tenaient compte de fortes hausses pouvant aller de 10%, à 15% et même pour certains à 20%. Cela est notamment le cas pour les sucres + 0,26 €, les margarines pains + 0,34 €, les améliorants + 0,58 €, la poudre à biscuit + 0,38 €, la poudre à cake + 0,52 €, le pudding + 1,01 €, le chocolat couverture + 1,55 €, les granulés + 2,10 €, le moka + 2,05 € et la cannelle moulue + 4,53 €.

Du côté des prix de vente de tous les produits fabriqués, suite à la répercussion de l'augmentation des prix de revient des matières premières nous avons proposé une augmentation de tous les prix de vente car nous avons constaté chez les boulangers-pâtisseries l'adaptation de leurs prix de vente suite à l'explosion du coût des marchandises. Néanmoins, l'administration nous soumettait des prix de vente encore beaucoup plus élevés et nous avons dû modifier nos chiffres en faisant une contre-proposition que l'administration a accepté.

Pour la fine boulangerie, par rapport au forfait définitif de 2023, les prix de vente obtenus pour les 7 produits se situent légèrement en dessous des propositions de l'administration, à savoir : + 0,11 € pour les pains français 300 g, + 0,15 pour les pains français 400 g, + 0,02 € pour les pistolets, + 0,03 € pour les sandwiches, + 0,06 € pour les couques, + 0,16 € pour les cramiques et + 0,14 € pour les cramiques sans raisin.

Concernant le prix de vente des produits de la pâtisserie aux 100 gr et sur base des mêmes constatations que les prix de vente de la fine boulangerie, par rapport à 2023, nous avons pu obtenir pour les 9 produits repris à l'échelle tarifaire des prix de vente se situant entre les deux propositions. Hormis pour les grands gâteaux crème au beurre dont notre prix de vente accepté s'établit à + 0,05 €, toutes les autres augmentations acceptées par l'administration s'établissent respectivement à : + 0,07 € pour les grands gâteaux crème fraîche, les tartes aux fruits et au riz, + 0,08 € pour les petits gâteaux crème fraîche et les éclairs, + 0,09 € pour les tartelettes au riz, + 0,10 € pour les tartelettes aux fruits et + 0,10 € pour les petits gâteaux crème au beurre.

Le résultat des différents prix retenus pour la pâtisserie produit **une hausse de 0,76 cents à l'échelle tarifaire qui passe donc de 14,21 € retenus au forfait définitif de 2023 € à 14,97 € pour 2024**.

Bien que le total de l'échelle tarifaire augmente de manière très significative, sur base des calculs forfaitaires, on enregistre **une très légère hausse du coefficient de 0,07** par rapport à celui de 4,53 du forfait définitif de 2023 **il passe à 4,60 en 2024**. Cela est dû principalement à la hausse des matières y compris la levure + 0,12 € et à la hausse modérée des prix de vente en fine boulangerie dont le coefficient accuse une très faible hausse mais aussi à l'augmentation des prix de vente des pâtisseries compensées par la hausse conséquente des prix de revient des marchandises nécessaires à leur élaboration, ce qui n'occasionne pas une hausse spectaculaire du coefficient pâtisserie.

En 2024, 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 2,40 comme celui retenu au forfait définitif de l'année passée.

En résumé, le forfait 2024 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. Xhaufaire

Présidente de la Commission Fiscale Francophone

**GYMFI BVBA**

Fijn linctje

HANIWIJKMOLENDuiveltjesbrood
t kampioentje**NEW TREE**

Easy New Tree

B2B MANAGEMENT

Child Focus

WOUTERSDélipure
Pain Arthur**AB MAURI**VollerKoren
VitaFibres**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 € 4,40 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 sacs x 1,5 kg = 202,50 kg = N
 N x prix de vente réel par kg 2,50 € = 506,25 € (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^{er} janvier 2024) = 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 pièces x 0,10 € (prix réel demandé)
 = 2.150 € (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 pains x 0,05 € (prix demandé au 1.1.2024) = 200,00 € (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 € 4,60, 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	12.355,32 €
Autres matières premières	5.739,71 €
Total achats	18.095,03 €

Le coefficient fixé à 4,60 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 € 120 par 100 kg pour 2024. Le prix maximum est fixé à € 160.

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 : 120 sacs	€ 12.355,32
Moyenne prix de revient	
150 sacs x € 120 =	€ 18.000,00
Payé en moins	€ 5.644,68 ou P
Pour le calcul du chiffre d'affaires :	
«O» (€ 18.095,03) + «P» (€ 5.644,68) =	€ 23.739,71

Attention, lors des négociations pour la réglementation forfaitaire, le prix maximum de la farine a été fixé à € 1,60 par kg, soit € 160 par sac. Donc si vous achetez une farine plus chère, celle-ci sera considérée comme une farine de € 1,60 le kg, et le reste du prix de revient payé sera considéré comme « matière première ».

Exemple:

Achat d'une farine à € 1,65 le kg.
Inscrire : 1,60 dans la colonne "FARINE"
0,05 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 : € 1.302,43.

€ 1.302,43 (Z) x 4,69 (coef. entreprise) = € 6.108,40 x 1/2

= € 3.054,20, 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 2,40. 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 = € 391,62 («L»)

Chiffre d'affaires : € 391,62 («L») X 2,40 = € 939,89 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).
€ 127,56
2. Vente presque exclusive de pain (autre que le pain de ménage) ou de pain spécial rond avec baisures (95 % et plus) € 138,24
3. Vente presque exclusive de pain spécial sans baisure, autre que pain spécial français et de pain spécial baguette (95 % et plus)
€ 148,24
4. Vente de pain de ménage, rond avec baisures pour plus de 50%
€ 132,26
5. Vente de pain (autre que le pain de ménage) ou de pain spécial rond avec baisures pour plus de 50 % € 138,13
6. Vente de pain spécial sans baisure, autre que pain spécial français ou pain spécial baguette pour plus de 50 % € 143,63

[EXEMPLE 10]

Déclaration trimestrielle.

Calcul déduction prix de revient matières premières utilisées pour le secteur boulangerie.

Boulangerie catégorie 3, prix de revient € 148,24 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 € 148,24 = € 20.012,40

(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 € 4,40.

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 € 4,40 = € 891,00.

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" = € 18.095,03 + € 5.644,68 = € 23.739,71

(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 € 148,24 = € 20.012,40

"N" = 202,50 x € 4,40 = € 891,00

€ 20.903,40

€ 23.739,71 - € 20.903,40 = € 2.836,31 (matières premières, utiles dans la fine boulangerie et la pâtisserie)

Chiffre d'affaires : € 2.836,31 x 4,69 (coef. entreprise)

= € 13.302,29 (T.V.A. comprise)

16. Mécanismes de l'échelle tarifaire

Le coefficient de 4,60 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	€ 2,40
Petit gâteau à la crème au beurre	€ 2,45
Gâteau à la crème fraîche	€ 1,86
Petit gâteau à la crème fraîche	€ 1,93
Tarte aux fruits	€ 1,22
Tartelette aux fruits	€ 1,40
Tarte au riz	€ 1,09
Tartelette au riz	€ 1,24
Eclair	€ 1,38
Total	€ 14,97



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 € 14,97 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 4,60.

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 € 15,40.

La différence est de : € 15,40 - € 14,97 = € +0,43, soit 9 fractions de 0,05 €.

Votre coefficient devient $4,60 + 0,09 = 4,69$.

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 € 14,97 et dont le dénominateur est égal à la différence entre € 14,97 et le total des prix de vente des produits non fabriqués indiqués dans l'échelle tarifaire.

[EXEMPLE 13]

Formule :
$$\frac{\text{Total prod. fabr.} \times \text{€ 14,97}}{\text{€ 14,97} - \text{Tot. prod. non fabr.}}$$

Si au cours d'un trimestre, un assujetti n'a fabriqué ni tartes au riz ni tartelettes au riz à € 1,09 et € 1,24 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 € 15,40, il doit calculer comme suit le total des prix de l'échelle tarifaire :

$$\frac{\text{€ 15,40} \times \text{€ 14,97}}{\text{€ 14,97} - \text{€ 2,33}} = \text{€ 18,24}$$

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 trimestre¹ 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 :

- a) 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 ;
- b) 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;
- c) 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 fixé, 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 sandwichs 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 sandwichs 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'assujetti 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	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)			
A. Déclarations			
1. Nombre de sacs de farine (100 kg) mis en œuvre pendant la période de déclaration dans le secteur de la boulangerie	135		A
2. Numéro de référence de l'entreprise (v. note explicative n° 2)	3		B
3. Multiplicateur de rendement (v. note explicative n° 2)	133		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.	2,50		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)	202,50		N
B. Recettes, T.V.A. comprise (v. lettres A à N ci-avant)			
1. Vente de pains A 135 x D 133 = 17.955 + N 202,50 = 18.157,50 x E 2,50 =	45.393,75		
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 : 4.000 x € 0,05 =	200,00		
Recette totale T.V.A. comprise	45.593,75		
Recette totale T.V.A. non comprise	x $\frac{100}{106}$ =	43.012,97	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.

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)		
A. Déclarations		
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)	18.095,03	O
2. Prix d'achat en euro des mix complets pour la fabrication de pains de marque (v. note explicative n° 21)	391,62	L
3. Prix d'achat en euro des pâtes «prêtes à l'emploi» achetées (v. note explicative n° 12)	1.302,43	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	5.644,68	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)	148,24	Q
6. Echelle tarifaire applicable aux produits de la pâtisserie (v. note explicative n° 14)		
Prix de vente au comptoir par 100 g (6% T.V.A. comprise)		
Gâteau à la crème au beurre	€ 2,47	
Petit gâteau à la crème au beurre	€ 2,50	
Gâteau à la crème fraîche	€ 2,00	
Petit gâteau à la crème fraîche	€ 2,05	
Tarte aux fruits	€ 1,22	
Tartelette aux fruits	€ 1,45	
Tarte au riz	€ 1,11	
Tartelette au riz	€ 1,23	
Eclair	€ 1,37	
Total :	€ 15,40	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	120	S
b) le multiplicateur applicable à la glace de consommation (v. note explicative n° 15)	1/2	T
c) le prix de vente en euro du litre de glace de consommation	13,63	U
B. Calcul du coefficient		
Echelle tarifaire R	15,40	
-	14,97	
+	0,43	
Coefficient de base (v. note ci-après)	= 4,60	
Coefficient à appliquer	+ 0,09	
	4,69	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 14,97 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 4,60. 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			
1. Recette ordinaire			
Prix d'achat	O	18.095,03	+ P 5.644,68
			23.739,71
ou	O		- PP =
à diminuer de			
	A	135	x Q 148,24 = 20.012,40
			} - 20.903,40
	N(20)	202,50	x 4,40 = 891,00
			} 2.836,31
			x BB 4,69 = + 13.302,29
Prix d'achat	L	391,62	x 2,40 = + 939,89
Prix d'achat	Z	1.302,43	x BB 4,69 = 6.108,40 x 1/2 = + 3.054,20
2. Recettes supplémentaires éventuelles pour la vente de glace de consommation :			
	S	120	x T 1/2 = 60 x U 13,63 = + 817,80
			Recette totale T.V.A. comprise 18.114,18
			Recette totale T.V.A. noncomprise x $\frac{100}{106}$ =
			17.088,85
II¹			
ATTENTION : Les boulangers-pâtisseries qui ne tiennent pas un salon de consommation reportent directement le total II ¹ au cadre VI (récapitulatif)			
Les boulangers-pâtisseries qui tiennent un salon de consommation ne reportent pas le total II ¹ 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.			
			/ II ²
- Ventes au comptoir. Recettes hors T.V.A., imposables à 6 %			/ II ³
- Ventes au salon. Recettes hors T.V.A. à 12 %			/ II ⁴
- Ventes au salon. Recettes hors T.V.A. imposables à 21 %			/
III. Ventes sans transformation de produits achetés			
Recettes, T.V.A. non comprise (v. note explicative n° 16)			
1. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 11 : 994,05 EUR x 1,35 =			1.341,97 III ¹
2. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 12 : 371,84 EUR x 1,65 =			613,54 III ^{2a}
3. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 13 : 150,00 EUR x 1,50 =			225,00 III ^{2b}
4. Prix d'achat des produits du groupe de marchandises 31 : 1.030,79 EUR x 1,50 =			1546,18 III ³
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 :	961,82	x 94 %	= 904,12
Recette totale T.V.A. non comprise :		x $\frac{100}{106}$	= 852,94 III ⁴

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>Recette, T.V.A. comprise (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 style="text-align: right;">Recettes totales, T.V.A. comprise :</p> <p style="text-align: right;">Recette totale, T.V.A. non comprise $\rightarrow x \frac{100}{106} =$</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 style="text-align: right;">Recettes (T.V.A. comprise) : AA X BB =</p> <p style="text-align: right;">Recettes (T.V.A. non comprise) : $\rightarrow x \frac{100}{121} =$</p>			V
VI. Ristournes			
<p>En timbres-ristourne achetés :</p> <p>En ristournes propres :</p> <p>Sur factures : 1.292,52</p> <p style="text-align: right;">1.292,52 $x \frac{100}{106} =$</p>		1.219,36	VI
VII. Récapitulation (v. note explicative n° 19)			
<p>Recettes imposables</p> <p>1) à 6% :</p> <p>TOTAL I = 43.012,97</p> <p>TOTAL II¹ ou II² = 17.088,85</p> <p>TOTAL III¹ = 1.341,97</p> <p>TOTAL III² a + b = 838,54</p> <p>TOTAL III⁴ = 852,94</p> <p>TOTAL IV =</p> <p>TOTAL = 63.135,27</p> <p>Déduction TOTAL V : - 1.219,36</p> <p>A reporter dans la grille 01 de la déclaration 61.915,91 x 6% =</p> <p>2) à 12% :</p> <p>TOTAL II³ =</p> <p>A reporter dans la grille 02 de la déclaration x 12% =</p> <p>3) à 21% :</p> <p>TOTAL II⁴ =</p> <p>TOTAL III³ = 1.546,18</p> <p>TOTAL V =</p> <p>A reporter dans la grille 03 de la déclaration 1.546,18 x 21% =</p> <p>Total des taxes dues - A reporter à la case 54 de la déclaration</p>		<p>Taxes dues</p> <p>= 3.714,95</p> <p>=</p> <p>= 324,70</p> <p>4.039,65</p>	



Boulangerie-Pâtisserie

NOS FORMATIONS SUR MESURE !

Cette offre de formations n'est pas adaptée à vos besoins ? Vous souhaitez approfondir un sujet ou vous préférez l'organiser au sein de votre entreprise ? Consultez-nous.

CALENDRIER

06/02/24	Entremets au chocolat	9:00 à 17:00
12/02/24 & 13/02/24	Démonstration Foricher	Lundi de 10:00 à 16:30 Mardi de 8:30 à 16:00
19/02/24	Bonbonnière et praline	9:00 à 17:00
20/02/24	Démonstration Dossche Mills	13:00 à 17:00
21/02/24	Les desserts express	9:00 à 17:00
12/03/24	Démonstration Sébastien Chevallier	9:00 à 17:00
13/03/24	Quiches et tartes salées	9:00 à 17:00
18/03/24 & 19/03/24	Démonstration Foricher	Lundi de 10:00 à 16:30 Mardi de 8:30 à 16:00
26/03/24	Glaces et sorbets	9:00 à 17:00
27/03/24	Gâteaux légers d'été	9:00 à 17:00
02/04/24 & 03/04/24	Croquembouche	9:00 à 17:00
08/04/24	Démonstration KOMPLET	13:00 à 17:00
09/04/24	Number cake	9:00 à 17:00
16/04/24	Démonstration Thomas Mahou	9:00 à 17:00
25/04/24	Les mousses en verrine	9:00 à 17:00
13/05/24 & 14/05/24	Initiation au sucre d'art	9:00 à 17:00
22/05/24	Brownies et crumbles : déclinaison	9:00 à 17:00
27/05/24	Pain party	9:00 à 17:00
28/05/24	Les macarons	9:00 à 17:00
03/06/24	Pains nutritionnels	9:00 à 17:00
11/06/24	Baguettes salées	9:00 à 17:00



THOMAS MAHOU INBP

THÈME

LA PÂTISSERIE : MÉLANT TRADITION ET INNOVATION

Fabrication de 4 produits :

- > L'éclair pistache, griotte et chocolat
- > Le baba au rhum
- > La tartelette fromage blanc/exotique
- > Le petit gâteau passion/café

16 AVRIL 2024
DE 9:00 À 17:00



SÉBASTIEN CHEVALLIER

Meilleur ouvrier de France

THÈME

LE SNACKING

Sandwiches, Tartines,
Croque-monsieur
et autres produits

12 MARS 2024
DE 9:00 À 17:00



BESOIN D'UN RENSEIGNEMENT ?
CONTACTEZ-NOUS !

Nancy Orban

Conseillère en entreprise

nancy.orban@epicuris.be • +32 497 57 00 85

www.epicuris.be

Rappel de quelques figures de style en français



À une époque où le français se perd, notamment à cause des messages sms ou autres où on se permet d'écrire un peu n'importe comment, je me permets de vous rappeler quelques figures de style que nous avons tendance à oublier.

Le pléonasme est une figure de style qui consiste à employer des mots superflus, c'est-à-dire des mots qui ajoutent une information redondante à une phrase

« Je vais acheter une baguette de pain pour le souper ce soir. »

Dans cet exemple, « baguette de pain » est un pléonasme, car « baguette » et « pain » sont deux termes qui se réfèrent généralement au même objet dans le contexte de la boulangerie

La métaphore : Une comparaison implicite qui établit une relation entre deux éléments sans utiliser « comme » ou « tel. »

« Ses pains sont des rayons de soleil dorés. »

La personnification : Attribuer des caractéristiques humaines à des objets, des animaux ou des concepts.

« La pâte feuilletée murmure doucement en cuisant dans le four. »

La métonymie : Remplacer un mot par un autre en utilisant une relation d'association ou de contiguïté.

« La baguette a été vendue à la minute » (pour « le boulanger a vendu beaucoup de baguettes à la minute »).

La synecdoque : Utiliser une partie d'un objet pour représenter le tout, ou vice versa.

« Toutes les mains à la cuisine ! » (pour « toutes les personnes en cuisine ! »).

L'allégorie : Une narration symbolique où les éléments représentent des idées abstraites.

« La pièce montée symbolise l'union et la célébration. »

L'antithèse : Opposition de deux idées ou mots pour créer un contraste.

« Les croissants sont légers comme l'air, mais riches en saveurs. »

La répétition : Répéter un mot ou une phrase pour insister sur une idée.

« Cette pâtisserie est exquise, exquise jusqu'à la dernière bouchée. »

L'hyperbole : Exagération pour créer un effet dramatique.

« Ce gâteau est une véritable explosion de saveurs ! »

La litote : Atténuation d'une idée pour renforcer son impact.

« Ce petit gâteau n'est pas mauvais du tout » (pour « Ce petit gâteau est délicieux ! »).

La paronomase : Jeu de mots basé sur la proximité phonétique entre deux termes.

« On fait ce qu'on peut, on ne peut pas ce qu'on veut. »

L'anaphore : Répétition d'un mot ou d'une phrase au début de plusieurs vers ou phrases.

« Cannelle dans le pain, cannelle dans la tarte, cannelle dans chaque miette. »

Le chiasme : Une figure de style qui présente un schéma de mots inversé.

« Chocolat blanc, noir, noir, blanc. »

Ces exemples adaptés au monde de la boulangerie-pâtisserie illustrent comment ces figures de style peuvent être utilisées pour décrire les produits, les saveurs et les expériences gustatives d'une manière plus poétique et imagée.



Salon Horeca Gent

De Lupulus à Chimay :

Horeca : un salon tout en grandeur, avec un festival des Brasseries très connues aux nouvelles Brasseries Régionales comme « la Brasserie Deseveaux » de Boussu, primée au Concours Brussel Beer Challenge avec sa Bonde Abbaye de Saint Ghislain.

Côté Boulangerie-Pâtisserie, peu de place y est consacrée directement.

La société Cnudde est présente avec un stand en splendeur afin de fêter ses 40 ans.

La société Debic est toujours présente avec des desserts pré-conçus (Quenelles de Mousse,...) Préparation de crème brûlée et de mousse au chocolat, une crème mascarpone à utiliser pour

préparation sucrée mais aussi pour les mousses salées en lunch ou verrines.

La Société Pidy, toujours active, avec un commercial présent depuis de nombreuses années.

Présence également des grandes sociétés comme La Lorraine, Panistar, ...

À noter, la conversion des Tea-Rooms vers une Snack-LunchRoom grandissante chez nos confrères néerlandophones avec la proposition de salades, snacks chauds et autres plats préparés... d'après certains commerciaux.

● P. Lust
Boul'Reporter



L'inévitable recherche du goût du pain : Partie 1

Cet article se fera en plusieurs parties dans votre moniteur.

Les premières approches du sensoriel au niveau du pain.

L'amélioration de la qualité nutritive va souvent de pair avec l'amélioration de la qualité gustative.

Pourtant ce chapitre sur le goût sera difficile à définir. Puisqu'avec l'évaluation du goût, nous avons affaire à une perception qui se veut personnelle presque individuelle.

Avec raison, on dira que tous les goûts sont dans la nature.

Il n'est en effet pas rare de voir sur la table d'un couple, deux pains différents.

La première étude essayant d'objectiver l'odeur et le goût du pain m'avait laissé sur ma faim¹ tant elle employait des termes difficiles à cerner.

Déjà son nom, la chromatographie gazeuse, elle permet de déterminer les composés volatils aromatiques, recensés au nombre de 240 en 2010², et de les quantifier.

Composés volatils est une bonne expression puisqu'ils se volatilisent progressivement, ce qui fait que le pain frais est plus attractif que le pain rassis.

Malgré la «froideur» des termes (fig.0) essayant de cerner des arômes (par exemple : 3-méthylthiopropanal pour l'arôme de pomme de terre cuite)³, j'aimais reprendre cette ancienne étude de chromatographie puisque c'était la première qui exprimait de manière scientifique que l'espace goût du pain était la fermentation.

Enfin ! C'est ce que je me disais à l'époque des années 1970.

L'évaluation sensorielle, avec des instruments de mesure, est une discipline qui va vivre ensuite de multiples mutations⁴. Il existera la spectrométrie proche infrarouge (SPIR), un outil qui dans un premier temps a servi à mesurer l'humidité des grains, puis, plus tard, à mesurer le taux de sucres et d'acidité⁵, en apiculture on s'en sert pour évaluer si le miel peut être mis en pot.

La dominance temporelle des sensations (DTS), méthode développée au Centre des sciences du goût et de l'alimentation (CSGA) en 2009 en France, permet de prendre en compte la dynamique de la perception au cours d'une dégustation et ainsi d'obtenir une description plus précise des caractéristiques sensorielles d'un produit et leur évolution après la mise en bouche du produit.

C'est un test qui vient en complément de la méthode classique du profil sensoriel⁶. Les firmes d'avant-produits proposant des adjuvants en boulangerie déclare parfois que cela «offre une nouvelle façon de travailler leurs solutions (goût et couleur) afin de favoriser la mémorisation» chez le consommateur-testeur et ainsi «ancrer les produits des clients dans leur marché»⁷.

Cette normalisation industrielle du vivant qu'est la perception gustative a un côté déplaisant, comme une volonté de cerner, voire figer, le goût dans des normes quasi étatiques (AFNOR en France) et internationales (Iso). C'est même à la limite de l'indécence. Jusqu'où

BIBLIOGRAPHIE DE : L'inévitable recherche du goût du pain

- 1 Roger DRAPRON et Daniel RICHARD-MOLARD, *Influence de divers procédés technologiques sur la formation de l'arôme du pain*, in *Le pain*, éd. CNRS 1979.
- 2 Camille VINDRAS-FOUILLET, *Évaluation de la qualité sensorielle de produits pour la sélection participative en agriculture biologique. Cas du blé et du brocoli*, Thèse de doctorat à Agro campus Ouest, présentée le 17-12-2014, p. 37.
- 3 Markus BRANDT, *Bedeutung von Sauerteig für die Brotqualität* soit *Importance du levain pour la qualité du pain*, dans *Handbuch Sauerteig*, 6^e éd. Behr, 2006, p.21-27 ; F. MIGOYA, Nathan MYHRVOLD et coll., *Modernist Bread*, en 5 volumes, Phaidon éditions, 2017, Vol.2, p.35.
- 4 F. SAUVAGEOT, *L'évaluation sensorielle dans les industries de cuisson : une comparaison entre 1995 et 2001*, publié dans la revue *Industries des céréales*, n°126 de janvier 2002.
- 5 Camille VINDRAS-FOUILLET, déjà citée note 2, 2014, p. 28.
- 6 Michel VISALLI et Pascal SCHLICH, Équipe Analyse sensorielle de la société EUROGERM, *Utilisation de la dominance temporelle des sensations pour la caractérisation sensorielle des produits de la filière blé-farine-pain*, publié dans la revue *Industries des céréales*, n°177 d'avril 2012, p. 4.
- 7 VISALLI, déjà cité note précédente, p. 7.


fig.0. Diverses substances aromatiques décelées dans les croûtes et mie de pain

Dans la croûte de pain de seigle	C A (*)	Dans la mie du pain de seigle	C A (*)	Dans la croûte de pain de froment	C A (*)	Dans la mie de pain de froment	C A (*)
3-méthylthio-propanal (pomme de terre cuite)	512	Phenylacetaldehyd (miel)	512	2-Acetyl-1-pyrrolin (grillé)	512	(E)-2,4- Decadienal (gras)	512
Acide acétique (vinaigre)	512	Acide acétique (vinaigre)	512	4-Hydroxy-2,5-dimethyl-3(2H)-furanon (caramel)	512	(E)-2. Nonenal (gras)	512
3-Méthylbutanal (malté)	256	(E)-2,4- Decadienal (gras)	512	(E)-2. Nonenal (gras)	256	4,5-Epoxy-(E)-2-decenal (métallique)	512
(E)-2. Nonenal (gras)	256	(E)-2. Nonenal (gras)	512	3-Méthylbutanal (malté)	128	3-Méthylbutanol (fermenté)	256
(E)-2,4- Decadienal (gras)	256	3-Méthyl d'acide butyrique (suave-fromage)	256	3-Méthyl d'acide butyrique (suave-fromage)	128	2-Phenylethanol (floral)	256
(E)-β-Damascenon (pomme cuite)	128	2,3-Butadion (Diacétyl) (beurre)	256	2,3-Butadion (Diacétyl) (beurre)	128	1-Octen-3-on (champignon)	128
1-Octen-3-on (champignon)	128	3-(méthylthio)propanal (pomme de terre cuite)	128			2,3 - Butadion (Diacétyl) (beurre)	128
4-Hydroxy-2,5-dimethyl-3(2H)-furanon (caramel)	128	Vanilin (vanille)	128			(Z)-2. Nonenal (vert-suiffeux)	128
3-Méthyl d'acide butyrique (suave-fromage)	128	(E)-β-Damascenon (pomme cuite)	128			3-(méthylthio)propanal (pomme de terre cuite)	128
1,2,3-Butadion (Diacétyl) (beurre)	128					3-Méthyl d'acide butyrique (suave-fromage)	128

(*) C A = Composés aromatiques

Repris de Markus BRANDT et Michael GÄNZLE, *Handbuch Sauerteig*, 5^e édition, édition Behr, 2006

va-t-elle s'immiscer? Va-t-elle juger et discriminer des goûts, voire notre goût?

De plus, dans les études expertes du sensoriel alimentaire, celles qui englobent toutes les perceptions, c'est l'aspect visuel qui est souvent prioritaire pour le commerce, puisqu'il est souvent classé comme celui qui détermine l'acte d'achat. On achète avec les yeux, dit-on souvent.

S'opposer au formatage du goût, risque de mettre en place une autre doctrine, alors qu'ici c'est le doctrinaire qu'il faut probablement mettre en cause.

Cela a fait débat dans mon entourage, cette question du goût dans la panification.

D'abord parce que certains amis appuyaient l'idée, non sans raison, que c'est la fermentation qui apporte le goût. Et dès lors que même si l'on recherchait de dire que le goût était plus présent dans certaines farines issues de blés anciens de haute paille, on atténuait l'importance de la fermentation dans la formation du goût. Autre danger, un peu entrevu dans les propos précédents, n'est-ce pas un formatage du goût par l'industrie qui risque d'en découler. Un autre ami me disait que cela était clairement une stratégie de l'industrie agro-alimentaire.

De mon côté, je n'osais nier le fait que la recherche du goût était importante notamment dans la sélection variétale et qu'il ne fallait pas l'abandonner, voire même la promouvoir puisque «le critère de la qualité sensorielle a longtemps été mis de côté»⁸ par les obtenteurs des semences de blé.

Le pain résulte d'un simple mélange avec un rapport de farine et eau limité par la consistance obligatoirement pâteuse, de sel réglementé en dosage et de ferments variant du couple levures/bactéries pour le levain ou de levures sélectionnées. Et pourtant avec ces quatre simples composants en quantité peu variables (petite exception pour le ferment), les consommateurs distinguent bien dans les pains qui leur sont proposés quotidiennement par le marché, des différences au niveau sensoriel. La profession ayant à ce XXI^e siècle, un rapport artisan/industriel donnant un challenge sur le goût peu rencontré par les autres secteurs de l'agro-alimentaire.

Le carcan de la définition du goût

Un des dangers de la normalisation des saveurs est de passer du subjectif à l'objectif, avec le risque de la standardisation du goût.



Je crois d'ailleurs que cette standardisation guette pas mal l'artisan boulanger qui demande à son meunier une farine régulière et infallible. Cela est vécu dans d'autres professions et même dans une qui a su sublimer les sensations gustatives; la vinification.

Si le viticulteur ne prend pas garde à suivre attentivement et respecter la vie naturelle de sa vigne, il risque de se retrouver avec des maladies et des traitements, exactement comme l'humain qui ne se nourrit pas bien, affaiblit son système immunitaire et doit passer à la pharmacie de plus en plus souvent. Il voudra peut-être stabiliser le jus de raisin non fermenté en le pasteurisant et en le réensemencant de levures et enzymes pour éviter les maladies de la fermentation mal conduite. Mais il risque de standardiser son goût et se noyer, avec bien peu de force, dans la concurrence exacerbée qui existe de nos jours. Alors que le viticulteur de renom (souvent biodynamiste) veut le plus possible laisser la vie opérée et compte avec moins de craintes sur les levures indigènes posé sur les grains de raisin pour sa fermentation. Il sera en quête de goûts millésimés par le terroir et les conditions climatiques.

Le paysan, meunier et boulanger en respect de la vie de ce qu'il produit, remarquera aussi le millésime de la récolte en observant des différences suivant les années. La «cuvée» et le climat subit, auront un effet significatif sur la teneur en caroténoïdes⁹. S'ils suivent ce même respect des voies naturelles, les boulangers auront aussi leurs propres levures du grain de froment dans leur levain, du moins si celui-ci est créé uniquement en autofermentation sur la population microbienne présente sur le grain de blé. C'est ce qu'une enquête a déjà révélé en étudiant les levains de paysans-boulangers employant des blés de hautes tiges¹⁰, où on a découvert des levures qui n'avaient pas été recensées jusque-là dans les levains faits de blés modernes. On remarque aussi que parce que les levures ont la faculté de vivre en aérobie (à l'air) et en anaérobie (sans air), on retrouve jusque dans les levains élevés sans autres composants que la farine et l'eau, les levures présentes sur le grain de froment dans les champs¹¹.

⁸ Camille VINDRAS-FOUILLET, 2014, déjà citée note 2, p. 11.

⁹ Camille VINDRAS, déjà citée note 2, p. 120, 194.

¹⁰ Charlotte URIEN, *Diversité des espèces de levures dans des levains naturels français produits à partir de farine issue de l'Agriculture Biologique : une étude pilote pour analyser les pratiques boulangères et les patterns des communautés microbiennes*, Thèse de doctorat de l'Université de Paris-Sud, soutenue le 23-01-2015.

¹¹ Joseph PELHATE, *Ecologie de la microflore des grains et graines* publié dans *Conservation des grains et graines et produits dérivés*, éd. Lavoisier 1982, p. 273-290.



Le formatage du goût venant avec «cette normalisation industrielle du vivant prend aujourd'hui une ampleur et a des conséquences sans précédent du fait des connaissances scientifiques et des moyens économiques et techniques considérables qui sont mis en œuvre pour la réaliser»¹².

On est bien loin de l'écrit de 1943 où Édouard De Pomiane dit que «la science anoblit tout ce qu'elle touche»¹³. On se retrouve aujourd'hui plutôt face à l'instrumentation et la manipulation du vivant.

Nous vivons dans une société qui sous l'aspect compétitif, capitalise avant toute chose et qui marche sur deux jambes, l'économie et la technique¹⁴.

Ceux qui s'autoproclament «les sciences de la vie» ont tendance à cloisonner la connaissance et souvent le langage scientifique n'est plus vulgarisé, ce qui conduit de plus en plus à l'occultation. Pour l'alimentaire, le goût et le nutritif, c'est grave.

Faut-il être en blouse blanche et savoir parler d'ADN pour porter le titre d'expert, mais souvent inexpérimenté sur le terrain et peu soucieux en propagation du savoir-faire et du savoir tout-court.

Ce savoir-faire devient de plus en plus par la compétitivité économique et la nécessaire rentabilité, un savoir mort. Il est en train de quitter le monde du savoir-vivant, puisque parqué dans des durées et manipulations chiffrées enregistrées en électronique et programmé par informatique dégageant de meilleures marges de profit financier que la bien nommée «main-d'œuvre».

Si autrefois on avait le savoir-faire et pas assez de liberté, de nos jours, on a plus de liberté et un savoir-faire qui s'éteint. Voilà pourquoi, j'ai des difficultés avec la verbalisation et l'approche sensorielle se voulant experte. Il est clair aussi, que tous les outils de mesure ont leurs limites, mais ils n'en perdent pas pour autant leurs pertinences.

Plus simplement dans le monde réel, il m'arrive souvent lors de rencontres boulangères de devoir donner un avis sur des pains qui me sont présentés comme une chouette «carte de visite» de personnes ayant boulangé eux-mêmes. Combien de fois alors, ai-je eu difficile de

donner une appréciation, tant je trouvais l'exercice difficile afin de ne pas décevoir ou à l'inverse donner une flatterie gratuite.

C'est clair que la perception était la mienne d'abord et il me fallait souvent exprimer cela en prélude d'avis.

Deuxième exemple de vécu. Lorsque pour le site boulangerie-net, j'ai voulu présenter un livret qui se voulait le lexique sensoriel des pains à croûte¹⁵, j'ai regretté, dans la présentation que je devais faire du livre, que l'exercice du napping®, plus simple à mettre en œuvre, traité parfois de naïf, mais à portée d'un dialogue boulangers/consommateurs non experts, ne soit pas présenté dans ce livre. Le napping® consistant à situer sur un espace à deux dimensions (hauteur et largeur) sur la nappe (ou feuille de papier) et de classer les pains par famille de perception personnels, en fonction de leurs similarités et dissimilarités¹⁶. Il ne fut répondu que le livret était là pour que l'on s'approprie le langage expert et que le napping® n'avait pas cette valeur d'expertise.

L'expert en goût c'est un panel de personnes en dégustation à l'aveugle. Ils doivent avoir une formation spécialisée d'au moins vingt heures et s'astreindre à une discipline. Pas fumer, ni se parfumer, ni consommer des produits forts une heure avant la dégustation, ne pas communiquer avec d'autres pendant l'évaluation et se rincer la bouche à l'eau entre chaque produit dégusté. Les produits testés devant également répondre à des respects de normes aux mêmes stades de température, fraîcheur, surtout si le test se veut comparatif. Le verdict de l'évaluation sensorielle de consommateurs non entraînés peut simplement indiquer une préférence du panel d'au moins 60 personnes, point. L'évaluation des personnes plus expertes ne nécessite qu'un panel de dix personnes émettant un avis avec une description et définition plus précise¹⁷. On ne peut quand même pas qualifier ces exigences de vocabulaire de mauvaises¹⁸. Il est clair que l'approche, surtout instrumentale, est privilégiée par les acteurs de la production industrielle réduisant les variations dues aux jugements individuels¹⁹. Vouloir «encadrer» le goût, peut-être au profit de normes industrielles, ne me fait que craindre une emprise de nivellement de plus.

● M. Dewalque

¹² Bertrand LOUART, *Les êtres vivants ne sont pas des machines*, édition de La lenteur, 2018, p. 5, reprenant Jean-Pierre BERLAN, *La Guerre au vivant*, éd. Agone, 2001.

¹³ Édouard DE POMIANE, *Conserves familiales et Microbie alimentaire*, éd. Albin Michel, 1943, p. 9.

¹⁴ Bertrand LOUART, déjà cité note 12, 2018, p. 5.

¹⁵ LEMPA et LESAFFRE, *Sociétés... Le pain, mot à mot, lexique sensoriel des pains à croûte*, 2015.

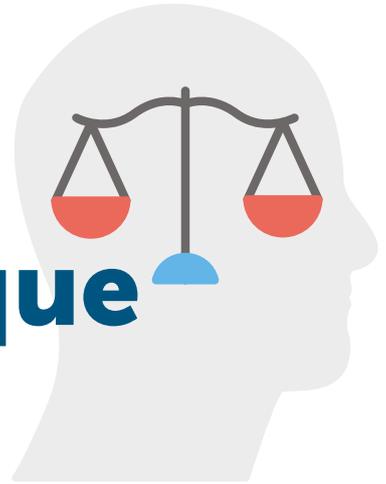
¹⁶ Camille VINDRAS-FOUILLET, 2014, *Évaluation de la qualité sensorielle de produits pour la sélection participative en agriculture biologique. Cas du blé et du brocoli*, Thèse de doctorat à Agro campus Ouest, présentée le 17-12-2014, p. 30.

¹⁷ LEMPA et LESAFFRE, déjà cité note 15

¹⁸ S.KAPLAN, *Pour le pain*, édition Fayard, 2020, p.33 - 49 et p.324 - 336.

¹⁹ Camille VINDRAS, *Évaluation de la qualité sensorielle de produits pour la sélection participative en agriculture biologique. Cas du blé et du brocoli*, Thèse de doctorat à Agro campus Ouest, présentée le 17-12-2014, p. 27.

Qu'est-ce que le marketing éthique et non éthique?



Ethique : Ensemble des principes moraux qui sont à la base de la conduite de quelqu'un. Voici 10 exemples de pratiques de marketing contraires à l'éthique qui peuvent détruire votre réputation

Qu'est-ce que le marketing éthique et non éthique ?

Le marketing éthique implique de faire des déclarations honnêtes et de satisfaire les besoins des clients potentiels et existants. Il renforce la crédibilité et la confiance, développe la fidélité à la marque, augmente la rétention des clients et incite ces derniers à faire connaître les produits ou services que vous commercialisez.

Le marketing non éthique, en revanche, peut envoyer de mauvais signaux sur vos produits et services, détruire la réputation de votre marque et éventuellement entraîner

des problèmes juridiques. Cela explique pourquoi vous devez les éviter comme la peste.

Votre première étape pour vous assurer que vous évitez les pratiques de marketing non éthiques est de reconnaître ces pratiques. Bien sûr, vous ne pouvez éviter quelque chose que si vous pouvez l'identifier. Beaucoup de propriétaires d'entreprises et de personnel de vente se sont engagés par erreur dans des pratiques de marketing contraires à l'éthique simplement parce qu'ils n'ont jamais su ce que sont ces pratiques en premier lieu.

10 exemples de pratiques de marketing contraires à l'éthique qui peuvent détruire votre réputation

Faire des affirmations fausses, exagérées ou non vérifiées

Dans une tentative désespérée de contraindre les clients potentiels et existants à acheter leurs produits ou services, certains spécialistes du marketing utilisent de fausses déclarations, des avantages exagérés ou font des affirmations non vérifiables sur leurs offres. Cela est courant dans le secteur de la perte de poids, où les spécialistes du marketing convainquent les acheteurs potentiels qu'un produit particulier peut les aider à perdre un certain nombre de kilos en deux semaines, sans exercice ni régime !

La déformation des faits pour tromper ou confondre les acheteurs potentiels

C'est une autre pratique de marketing non éthique courante. Un exemple typique est celui d'une entreprise de transformation alimentaire qui prétend que ses produits sont sans sucre ou sans calories alors qu'en réalité ils contiennent du sucre ou des calories. Une

telle entreprise essaie seulement d'induire en erreur les acheteurs potentiels, car il est peu probable qu'ils achètent les produits si l'on fait savoir qu'ils contiennent du sucre ou des calories.

Dissimuler les côtés sombres ou les effets secondaires des produits ou des services

Cette pratique marketing contraire à l'éthique est répandue dans l'industrie des remèdes naturels, où la plupart des fabricants trompent les acheteurs potentiels en leur faisant croire que leurs produits n'ont pas d'effets secondaires parce qu'ils sont « fabriqués à partir de produits naturels ».

Mais en réalité, on a constaté que la plupart de ces produits ont des effets secondaires, surtout lorsqu'ils sont utilisés sur une longue période. En fait, il n'y a pas de produit sans effets secondaires – c'est juste que les effets secondaires peuvent être inconnus. Il vaut mieux dire « Il n'y a pas d'effets secondaires connus » que de dire « il n'y a pas d'effets secondaires ».



Mauvaise publicité pour les produits rivaux

Souligner les côtés sombres des produits de votre rival dans le but de tourner les clients potentiels vers vos propres produits est une autre pratique marketing courante mais contraire à l'éthique. Plutôt que de recourir à cette mauvaise stratégie, vous devriez mettre l'accent sur les aspects qui font que votre offre se distingue du reste du peloton. C'est professionnel et éthique.

Utiliser les femmes comme symboles sexuels pour la publicité

Le taux auquel même les marques réputées ont recours à cette pratique marketing contraire à l'éthique est assez alarmant. Si vous observez les publicités à la télévision, sur les panneaux d'affichage et dans les magazines, il y a quelque chose de commun à la plupart d'entre elles ; une femme à moitié nue est utilisée pour attirer l'attention sur le produit ou le service annoncé.

Bien qu'il puisse être intuitif d'utiliser des mannequins dans les publicités pour les produits de beauté et les cosmétiques, avoir des mannequins à moitié nus dans les publicités pour les générateurs, les machines lourdes, les smartphones et d'autres produits qui ne sont pas fortement liés aux femmes est à la fois insensé et contraire à l'éthique. Cfr Salon de l'auto.

Utiliser des tactiques de peur

C'est une autre pratique de marketing non éthique courante. « Ce prix est une offre à durée limitée. Si vous n'achetez pas maintenant, vous pourriez avoir à payer beaucoup plus pour l'acheter plus tard, car l'offre prendra fin dans deux jours, et le prix augmentera. »

Le seul motif derrière ces déclarations est d'inciter l'acheteur potentiel à prendre une décision sur le champs. Et c'est une erreur. Pourquoi soumettre quelqu'un à une pression indue parce que vous voulez faire de l'argent sur son dos ?

Plagiat de messages marketing

Bien que peu fréquents, certains propriétaires d'entreprises et vendeurs s'engagent à utiliser les messages marketing exacts de leurs concurrents pour commercialiser leurs propres produits ou services. La créativité est une partie énorme du marketing, et l'utilisation des messages de marketing d'autres entreprises vous fait juste passer pour être en faillite créative et frauduleuse.

Exploitation

C'est faire payer beaucoup plus que la valeur réelle d'un produit ou d'un service. Pour que les efforts de marketing restent dans des limites éthiques ; les prix de vos offres doivent être égaux ou inférieurs à la valeur qu'ils donnent à l'acheteur. Si la valeur est inférieure au coût, c'est contraire à l'éthique.

Références dévalorisantes aux races, à l'âge, au sexe ou à la religion

Le marketing éthique doit être dépourvu de toute forme de discrimination. Si vos messages marketing contiennent des lignes qui placent les personnes d'une certaine tranche d'âge, d'un certain sexe, d'une certaine religion, d'une certaine nationalité ou d'une certaine race à un niveau supérieur à celui des autres, alors vous franchissez les limites du marketing éthique.

Spamming

Le spamming consiste à envoyer des courriels non sollicités à des clients potentiels, les encourageant à acheter vos produits ou services.

Un spam est un message électronique non sollicité, souvent publicitaire, envoyé en masse et de façon anonyme. Le spam peut être une menace pour les données personnelles du destinataire, car il peut contenir

MARKETING

des virus ou des tentatives d'hameçonnage. Le spamming est l'envoi massif et automatisé de spams, qui ne respecte pas le consentement du destinataire. Les expéditeurs de spams sont appelés spammers ou polluposteurs. Il s'agit de la pratique marketing non éthique la plus courante en ligne. Le nombre de fois où vous envoyez de tels courriels n'a pas d'importance. Que vous les envoyiez une fois, ou à l'occasion, ou fréquemment, vous restez un spammeur.

JURY D'ETHIQUE PUBLICITAIRE (JEP)

Le JEP, organe d'autodiscipline du secteur publicitaire, a été créé en 1974 par le Centre de la Communication. L'action d'autodiscipline du JEP est fondée sur la collaboration volontaire des annonceurs, des agences et des médias.

- Le JEP agit pour le consommateur
- Le JEP prend à cœur chaque plainte
- Les plaintes sont traitées gratuitement et sans formalisme
- La seule condition pour pouvoir introduire une plainte au JEP est de le faire par écrit et avec une motivation.
- Le JEP est rapide et efficace
- Le JEP assure une confidentialité totale au consommateur
- Le JEP travaille sur un modèle de confiance mutuelle
- Le JEP agit de façon proactive
- La composition du JEP est paritaire et équilibrée
- Le JEP est transparent
- Le JEP est organisé de façon professionnelle
- Le JEP est encadré au niveau européen

Quelques illustrations éloquentes de marketing non éthique



Dénigration de la femme



Publicité dénigrante pour les blondes



Publicité mensongère



Publicité sexiste



Encourage l'alcoolisme



Budget fédéral : un site interactif lancé pour le rendre plus «compréhensible»

Bosa, le service public fédéral Stratégie & Appui, a dévoilé en novembre, en présence de la secrétaire d'État au Budget Alexia Bertrand, un nouvel outil interactif destiné à rendre plus «compréhensible» et «accessible» le budget fédéral. Il est ainsi possible en quelques clics de découvrir comment sont calculées les recettes et dépenses à moyen terme.

Le tableau interactif proposé se compose de deux grands tableaux : l'un pour les recettes, l'autre pour les dépenses. Ceux-ci sont décomposés en plusieurs sous-catégories, permettant de découper le budget selon les secteurs. Il est ainsi possible de découvrir que les recettes fiscales représentent près de deux tiers des recettes globales ou que les pensions composent près de la moitié du montant consacré à la sécurité sociale.

Des informations complémentaires ainsi que des liens externes sont prévus pour expliquer ce que représente chaque catégorie. Le tableau global, qui montre actuellement les chiffres prévus pour 2024, dévoile que le gouvernement fédéral doit trouver 17,4 milliards d'euros pour que le prochain budget soit à l'équilibre. «Ce projet initié par ma prédécesseure Eva De Bleeker et mis en place par les équipes de Bosa présente le budget fédéral de manière pédagogique et créative», se félicite la secrétaire d'État Alexia Bertrand. «Le budget peut sembler être une



matière aride, mais c'est fondamental. Je crois à l'éducation financière et je me rends compte en allant dans les écoles que beaucoup n'ont pas une compréhension de la matière financière de base. Il est donc important d'éduquer et de montrer de façon claire et accessible ce que représente un budget fédéral».

Le site, actuellement disponible sur le portail de Bosa, sera prochainement accessible en version mobile.

Source : RTBF

Distributeur automatique - Vending Machine

info@ledistrib.be - www.ledistrib.be

[f](#) [i](#) [in](#)

Astuces pour éviter les virus cet hiver selon une virologue!

La saison hivernale est bien là, et avec elle son lot de virus! Comme chaque année, l'arrivée de l'hiver annonce le retour du froid, des plats chauds, de la neige (pour les plus chanceux) mais aussi des virus!

En hiver, de nombreux virus circulent. Ils se transmettent surtout par les postillons et le contact des mains ou d'objets contaminés (boutons d'ascenseur, poignées de porte, jouets etc.). Les principales maladies liées à ces virus sont la grippe, le rhume, la rhinopharyngite, la gastro-entérite et la bronchiolite. Il y a aussi le Covid qui circule toujours.

Alors, comment faire pour éviter les méchants virus de l'hiver?

Si l'idée de tomber malade vous angoisse déjà, pas de panique, il existe des gestes faciles à adopter pour se protéger! En voici quelques-uns.

Aérer régulièrement son logement

Même si le froid commence à se faire sentir, cela ne veut pas dire que vous ne pouvez pas aérer votre maison! En effet, il est important d'ouvrir régulièrement ses fenêtres pour faire circuler et renouveler l'air ambiant.



Ouvrir grand vos fenêtres pendant 5 à 10 minutes tous les jours est la manière la plus efficace de renouveler suffisamment l'air des pièces sans refroidir la maison.

Bon à savoir : Si vous ouvrez les fenêtres de chaque côté de la maison, le renouvellement de l'air peut être encore plus rapide (en 2 à 5 minutes). Le courant d'air qui passe d'une pièce à l'autre est très efficace.

Selon la virologue, aérer son logement est essentiel pour éviter d'attraper des virus, car cela permet de renouveler l'air et d'évacuer les microbes.

Se laver fréquemment les mains

Le lavage de mains reste le moyen le plus efficace pour se protéger contre les virus et les germes!

Entre les barres de métro ou de bus, les boutons d'ascenseur, les poignées de porte, et les interrupteurs, nos mains sont en contact permanent chaque jour avec des nids de bactéries et de microbes.



Utilisez un désinfectant pour les mains : en l'absence d'eau et de savon, un désinfectant pour les mains à base d'alcool peut être utile pour tuer les germes.

Bon à savoir : Attention aux sèche-mains ! En effet, les sèche-mains propagent de nombreuses bactéries sur tout ce qui se trouve dans la pièce ! Ce sont de véritables nids à bactéries !

Ne pas se toucher le visage avec les mains

Nous ne nous en rendons pas toujours compte, mais nous nous touchons très fréquemment le visage au cours d'une journée !

Se frotter les yeux, se gratter le nez, se manger les ongles, se toucher les cheveux, sont autant de moments propices à une contamination. Tous ces petits gestes réalisés machinalement nous exposent aux virus.

En moyenne, votre main entre en contact avec votre visage jusqu'à 3 000 fois dans la journée. Or, le nez, les yeux et la bouche sont des portes d'entrée pour les virus et les bactéries.

Éviter le contact avec les personnes malades

Pour éviter de contracter un virus, il est préférable d'éviter au maximum les contacts avec les personnes malades. Pour ce faire, il est préférable de garder ses distances et de porter un masque !

Se faire vacciner

La vaccination contre la grippe saisonnière demeure l'un des moyens les plus efficaces pour prévenir les maladies et protéger son entourage. Mais toutefois, c'est le respect de l'ensemble des gestes de prévention



(vaccination et gestes barrières) qui permet de protéger contre tous les virus de l'hiver.

Les personnes, même vaccinées, doivent continuer à appliquer les gestes barrières pour se protéger des maladies.

Pratiquez une bonne hygiène respiratoire : Toussez ou éternuez dans votre coude ou dans un mouchoir, et jetez immédiatement le mouchoir dans une poubelle.

Renforcez votre système immunitaire

Mangez équilibré, faites de l'exercice régulièrement et réduisez le stress pour maintenir un système immunitaire fort.

Buvez beaucoup d'eau

Restez hydraté pour maintenir vos muqueuses en bonne santé, ce qui peut vous aider à lutter contre les infections.

Nettoyez régulièrement les surfaces

Désinfectez les surfaces fréquemment touchées dans votre maison et au travail, comme les poignées de porte, les interrupteurs, les téléphones, etc.

Sources : passeportsanté,
Citadoc, émission ONPP

Gâteau Opera (Opéra Cake)

Ingrédients

Pour le biscuit Joconde :

- 125 g de poudre d'amandes
- 125 g de sucre glace
- 30 g de farine
- 3 œufs
- 3 blancs d'œufs
- 30 g de sucre granulé
- 20 g de beurre fondu

Pour la ganache au chocolat :

- 200 g de chocolat noir (70 % de cacao)
- 200 ml de crème fraîche épaisse

Pour le sirop d'imbibage :

- 100 ml d'eau
- 100 g de sucre
- 2 cuillères à soupe de café fort
- 2 cuillères à soupe de liqueur de café (facultatif)

Pour la crème au beurre au café :

- 200 g de beurre doux à température ambiante
- 200 g de sucre glace
- 2 cuillères à soupe de café soluble dissous dans 2 cuillères à soupe d'eau chaude

Décoration :

- Cacao en poudre non sucré
- Chocolat noir fondu pour le glaçage

Préparation

Préparez le biscuit Joconde :

Préchauffez votre four à 180°C (thermostat 6) et tapissez une plaque à pâtisserie de papier sulfurisé.

Tamisez ensemble la poudre d'amandes, le sucre glace et la farine.

Dans un autre bol, battez les œufs et ajoutez-les au mélange sec en remuant jusqu'à obtenir une pâte lisse.

Montez les blancs d'œufs en neige en ajoutant progressivement le sucre granulé. Incorporez délicatement les blancs en neige à la pâte.

Ajoutez le beurre fondu à la pâte et mélangez délicatement.

Étalez la pâte sur la plaque préparée de manière uniforme et faites cuire au four pendant environ 10-12 minutes jusqu'à ce que le biscuit soit doré.

Préparez la ganache au chocolat :

Faites fondre le chocolat noir au bain-marie ou au micro-ondes par intervalles de 30 secondes, en remuant entre chaque intervalle. Ajoutez ensuite la crème fraîche et mélangez jusqu'à obtenir une ganache lisse. Réservez.

Préparez le sirop d'imbibage :

Dans une casserole, portez à ébullition l'eau et le sucre, puis retirez du feu. Ajoutez le café fort et la liqueur de café (si vous le souhaitez).

Préparez la crème au beurre au café :

Dans un bol, battez le beurre à température ambiante jusqu'à ce qu'il soit crémeux. Incorporez progressivement le sucre glace, puis ajoutez le café soluble dissous dans l'eau chaude. Battez jusqu'à obtenir une crème lisse.

Assemblez le gâteau Opera :

Coupez le biscuit Joconde en deux ou trois couches égales. Imbibez chaque couche avec le sirop d'imbibage.

Étalez une fine couche de ganache au chocolat sur chaque couche de biscuit.

Empilez les couches les unes sur les autres.

Enrobez le gâteau d'une fine couche de crème au beurre au café.

Laissez le gâteau reposer au réfrigérateur pendant quelques heures pour qu'il se solidifie.

Avant de servir, saupoudrez généreusement de cacao en poudre non sucré et décorez avec des motifs en chocolat fondu.





FÉDÉRATION FRANCOPHONE
DE LA

BOULANGERIE PÂTISSERIE GLACERIE CONFISERIE CHOCOLATERIE

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

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

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

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

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

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

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

Pensez à vous affilier et à cotiser !

Liste des présidents par province

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

Monsieur LEONARD Henri,
province de Liège.
Tél. : 04790/53.46.58
Mail : henri.leonard@longdoz.be

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

Monsieur VANDERAUWERA José,
province du HAINAUT.
Tél. : 0496/33.05.79
Mail : josé.vanderauwera@gmail.com
Brabant Wallon.
Tél. : 0477 41.91.52
Mail : info@ffrboulpat.be

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

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