

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
Novembre 2024

Bonne Saint-Nicolas à tous!



BLACK FRIDAY 29.11.24



-12%

Sur plus de 60 produits :

Vita+, Améliorants, Levain Sapore, Softgrain, Mixes pour crème pâtissière, une sélection de chocolat Belcolade, Mimetic, ...

€100
BON DE RÉDUCTION*

**UNIQUEMENT SUR
NOTRE WEBSHOP !
WWW.PURATOS.BE**



Pour plus d'information :



Ces réductions sont valables uniquement sur une seule commande effectuée en ligne le jour du Black Friday.
Réduction maximale de 500€ HTVA par client. Non cumulable avec d'autres promotions.

* Pour toute commande de min. 2.000€ HTVA, vous recevrez un voucher de 100€ valable sur le webshop du 1er janvier 2025 au 31 mars 2025 pour toute commande de min. 500€.



Mesdames, Messieurs, Chers amis,

La campagne de promotion en faveur des Maîtres boulangers-pâtisseries, menée par votre fédération, l'APAQ-W, et avec la participation de nos ambassadeurs Sandrine DANS et Gérard WATELET, est une grande réussite. Il suffit de prendre connaissance du nombre de consommateurs enthousiastes qui ont participé et bénéficié d'un chèque cadeau dans leur boulangerie préférée.

Le concours « Trophée WANET », le seul concours qui célèbre le « Meilleur Jeune Boulanger-Pâtissier », est programmé pour 2025. Inscrivez vos candidats avant le 1^{er} décembre. Vous trouverez les informations dans ce Moniteur.

Ce dernier mois, vos représentants ont participé à de nombreuses réunions dans le cadre de l'enseignement, suite à l'Arrêté Gouvernance du mois de juin. Avec les pouvoirs organisateurs, nous avons analysé les risques de modification du paysage de la localisation des formations. Celle-ci pourrait être modifiée en fonction de nombreux critères, qui imposent une restructuration ou un regroupement d'écoles pour maintenir les classes.

Concernant notre travail au niveau fiscal, tous les chiffres et informations ont été transmis à l'administration centrale pour l'élaboration du forfait 2025. Une réunion de finalisation devrait avoir lieu fin novembre.

Au niveau social, nous apprenons qu'une augmentation des salaires de 3,5 % d'indexation aurait lieu le 1^{er} janvier. À prendre en considération dans le calcul de vos prix de vente.

Bonne lecture des différents thèmes sélectionnés pour vous.

Cordialement.

● **A. Denoncin**
Président



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

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

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



- **VOTRE BOUTIQUE DE A À Z
FOODTRUCK, AMÉNAGEMENT, ...**
- **SAV RÉACTIF
INSTALLATION, MAINTENANCE,
DÉPANNAGE, ENTRETIEN, OCCAS'**
- **CONTENANTS MULTIPLES
EN PLASTIQUE, EN CARTON, ...**
- **PERSONNALISATION
POTS À GLACE, SACS À PAIN, ...**
- **MATIÈRES PREMIÈRES
MULTIPLES CONDITIONNEMENTS**



INFORMATIONS - FOLDERS - CONTACT SUR WWW.ETSDENIS.BE



EXPERT EN SOLS COULÉS

**Votre sol coulé hygiénique installé en 1 jour
et 100% chargeable après 2 heures.**

**INFO@DEWECO.BE
03/455.56.36
WWW.DEWECO.BE**

**VISITEZ NOTRE
SHOWROOM!**

Prins Boudewijnlaan 7 A04, Kontich

Le Moniteur

SOMMAIRE



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

Activités de la Fédération

7

Rapport A.G Francophone du 23 octobre 2024 à Thimister
Résumé

Promotion

8

Une fin d'année riche en succès et en opportunités pour
les Maîtres Boulangers-Pâtisseries

Salon

10

1^{ère} édition de la journée de la boulangerie artisanale
le 30 septembre 2024 organisée par 2 BAKE srl

Recette

12

La pavlova du chef pâtissier Alexandre Favre

Concours

13

Trophée Wanet

Nutrition

14

Mettez en avant les protéines & le pain dans votre magasin !

Hygiène

16

La culture de la sécurité alimentaire

Consommation

18

Les grandes tendances alimentaires de 2025 :
à quoi s'attendre ?

Social

21

Adaptation du Revenu Minimum Moyen Garanti

Psychologie

22

L'importance de l'appartenance à un groupe social : pourquoi
rejoindre une fédération est essentiel pour les boulangers-
pâtisseries

Marketing

24

Préparez votre boulangerie-pâtisserie pour la Saint-Nicolas :
stratégies et conseils pour un succès garanti

Formation

26

Ne vous reposez pas sur vos acquis, continuez à vous former !

Le saviez-vous ?

28

Des choses fascinantes que vous ne saviez peut-être pas sur
le cerveau

Santé

30

Les problèmes de vision chez les boulangers-pâtisseries

Chronique technique

34

Le dessous des cartes du blé, plus de paix que de guerres ?

Social

39

Un précompte professionnel sur les indemnités d'invalidité
dès le 1^{er} janvier 2025

Chocolat

40

Mais pourquoi aime-t-on tellement le chocolat ?

Actualités

43

PFAS : surveillance accrue du TFA

Actualités

44

Lancement du pacte en faveur de la simplification
administrative

Divers

46

Inspiration, vous avez dit inspiration ?

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.

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.

UNE MONTAGNE DE TRAVAIL ET PAS ASSEZ DE BRAS ?

Le Fonds social vous donne un précieux coup de main, à vous et à votre personnel.

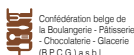
Pas directement, mais au moyen de primes !

Il n'est pas toujours facile de trouver du personnel qualifié. Quand vous proposez un contrat d'employé à un chômeur de longue durée ou à un travailleur peu qualifié, nous vous octroyons une prime forfaitaire.

Soutenir vos salariés financièrement grâce à une intervention du Fonds social pour la garde de leurs enfants ? C'est fort appréciable. Vous voulez en savoir plus ?

INTRODUISEZ VOTRE DEMANDE DE PRIME :
sociaalfonds201.be/fr et sociaalfonds202-01.be/fr

FONDS SOCIAL N° 201 et N° 202.01





Rapport A.G Francophone du 23 octobre 2024 à Thimister (résumé)

1 Le PV du 19 juin est approuvé

2 Activités

- Analyse IBEFE Bassins d'Enseignement Qualifiant
- Association des Glaciers : collaboration
- Portes ouvertes à l'école Au Four et au Moulin
- Institut Pain et santé : collaboration/ avenir
- Formation SEGEC : attentes du secteur
- Transition comptabilité Forfait/Régulière
- Démo Moulin Bourgeois/ IFAPME : création formation de Meunier

3 Rapport délégués aux commissions

a. Fiscale :

- Réunion pour forfait 2025
- Francophone : à Liège
- Nationale, à Bruxelles : préparation pour l'Administration

b. Économique :

- Évolution du prix de l'énergie et des matières premières
- Constats avec les relevés forfaitaires

c. Social :

- Augmentation des salaires en CP 118.03 et CP 201
- Évolution de la nouvelle classification

4 Confédération

- Avancement du nouveau bâtiment
- Les placements et extraits de comptes
- L'ancien mobilier
- Modification de l'A.R PAIN
- Les dotations
- Le nouveau Guide AFSCA

5 Apa-q-W

- Évolution de la campagne de fin d'année
- Le budget 2025

6 AFSCA

- Remplacement de Mr Pradolini par Mr Anciaux
- Arrivée à Namur des nouveaux Guides
- Le nouvel arrêté EAU
- Les procédures de vente à distance
- La température du service de la glace
- La gestion des plaintes et amendes

7 Siègne social : Décision de l'AG du transfert à Namur

8 Bureau et Moniteur

- Finition de l'aménagement des nouveaux locaux à Namur
- Prochain CA dans ces locaux le 18 novembre
- L'état des cotisations
- La situation financière
- Les publicités dans le moniteur

9 Concours

- WANET : inscriptions en cours
- Meilleur Artisan : session en février 2025
- World Skills : la formation du candidat
- Croissant d'or : annonce dans le moniteur

12 Divers : NUL

13 La prochaine AG se tiendra le 12 février 2025 Au Four et au Moulin à Mons

● H. Léonard

Une fin d'année riche en succès et en opportunités pour les Maîtres Boulangers-Pâtisseries

Alors que l'année 2024 touche à sa fin, il est temps de faire le bilan des initiatives qui ont marqué notre secteur et de se projeter vers les actions à venir. Le mois d'octobre a été particulièrement significatif avec notre grand concours annuel «Un an de pain gratuit». Cette opération a non seulement permis de célébrer notre savoir-faire artisanal, mais elle a également renforcé les liens de confiance entre vous et vos clients.

Un concours qui fédère

La participation à ce concours a été exceptionnelle, témoignant de l'engagement de chacun d'entre vous. Les résultats, dévoilés début novembre, ont révélé **cinq heureux gagnants**, un dans chacune des provinces wallonnes, qui auront la chance de bénéficier d'un **an de pain gratuit**. De plus, chaque boulangerie participante a pu célébrer un client chanceux avec un bon d'achat de 30 €.

Cette opération a non seulement mis en avant notre **savoir-faire artisanal**, mais a également renforcé les liens de **confiance entre vous et vos clients**.

Le retour tant attendu des calendriers

Nous avons le plaisir d'annoncer le retour des calendriers pour 2025, une demande exprimée par nombre d'entre vous. Avec **120 000 exemplaires** imprimés, ces calendriers invitent vos clients à découvrir les produits et spécialités de saison, grâce à nos ambassadeurs, **Sandrine Dans et Gerald Watelet**. Chaque mois mettra en avant des créations inspirées par les **ingrédients de saison**, renforçant ainsi le lien entre votre artisanat et la **richesse des produits locaux**. Nous vous encourageons à les distribuer largement, car ils constituent un excellent moyen de rappeler à vos clients l'**importance de votre savoir-faire** tout au long de l'année.





Une campagne pour les fêtes

La période des fêtes est cruciale pour nos boulangeries-pâtisseries, et pour soutenir vos ventes, nous avons élaboré une campagne médiatique ambitieuse. Du 9 au 16 décembre, un **spot radio sera diffusé sur VivaCité**, rappelant aux consommateurs qu'ils peuvent **passer commande** chez leurs Maîtres Boulangers-Pâtisseries pour leurs repas festifs. Parallèlement, des annonces seront présentes sur le **site RTBF Actus** **durant les trois premières semaines de décembre**, véhiculant un message clair : « Pour vos repas de fêtes réussis, n'oubliez pas de commander chez vos Maîtres Boulangers-Pâtisseries ».

En outre, un **concours sur RTBF Actus** permettra à cinq gagnants de remporter chacun un chèque-cadeau de 150 €, offrant ainsi une belle opportunité d'**attirer de nouveaux clients**.

De plus, **entre le 6 et le 14 décembre, le célèbre Adrien Devyver** visitera un Maître Boulanger-Pâtissier pour partager sur Instagram la préparation des **spécialités de fin d'année**. Ce moment sera également l'occasion d'un concours où cinq bons d'achat seront offerts.



Enfin, nos ambassadeurs **Sandrine Dans et Gerald Watelet** partageront leurs vœux sur nos réseaux sociaux tout au long du mois de décembre. Ces messages chaleureux contribueront à mettre en lumière nos actions et notre engagement envers votre profession.



Un bilan positif

Cette année s'est également distinguée par l'élection des **100 boulangeries-pâtisseries préférées pour 2024**, qui a battu tous les records avec plus de 27 000 votes enregistrés. Les lauréats provinciaux ont été révélés lors d'une cérémonie au Centre d'enseignement secondaire Asty Moulin à Namur. Cet événement a souligné l'importance de votre rôle dans le tissu économique local et a permis de **célébrer l'excellence artisanale**.

Vers l'avenir

Alors que nous nous préparons à accueillir la nouvelle année, il est essentiel de continuer à bâtir sur ces succès collectifs. Votre engagement et votre passion sont les moteurs qui propulsent notre campagne Maîtres Boulangers-Pâtisseries 2024. Grâce à vous, nous avons pu renforcer la notoriété du label tout en soutenant vos activités face aux défis du secteur.

Nous tenons à vous remercier sincèrement pour votre dévouement et votre participation active. Ensemble, continuons à faire rayonner notre métier et à **offrir à nos clients des produits d'exception qui font la fierté de notre profession**.

Ensemble vers une nouvelle année pleine de promesses !

1^{ère} édition de la journée de la boulangerie artisanale le 30 septembre 2024 organisée par 2 BAKE srl

Lors de cette 1^{ère} édition à Genappe, ont eu lieu des démonstrations, des expositions de matériels dont des nouveautés, des dégustations, etc. Le tout accompagné d'un buffet gourmand, d'une tranche de rire et d'un cover band en live.



Les démonstrateurs, ces artistes !



Romain DIVO, originaire de Lorraine, travaille aux Moulins Bourgeois depuis 2020 et excelle dans la réalisation du pâté en croûte. Il anime également des ateliers de création de boulangerie. Il est accompagné d'**Ismaël SOILIH**, un Compagnon du Devoir passionné, qui a rejoint les Moulins Bourgeois il y a un an après avoir acquis une riche expérience en boulangerie lors de son tour de France. Ismaël termine son parcours en tant que boulanger conseil et trouve son inspiration dans ses voyages et ses rencontres.

Démonstration des produits



- Baguette de tradition
=> Division, façonnage et cuisson.
- Brioche moelleuse au levain de lait
- Tourte de meule T80
=> Cuisson des pâtons réalisés en amont et pétrissage d'une nouvelle pâte pour expliquer le résultat obtenu.
- Pain suisse strié, pain au chocolat et croissant
=> Cuisson et finition. Pétrissage, tourage et détaillage d'une nouvelle pâte pour expliquer le résultat obtenu.

Démonstration Spiral France

Démonstration de quiches, tourtes et fabrication de «American Cookies» avec notre partenaire **SPIRAL France**.





Chers clients,

Nous tenons à vous adresser nos plus sincères remerciements pour votre participation à notre journée de la démonstration artisanale de Boulangerie, qui s'est tenue le lundi 30 septembre. Grâce à votre présence et votre enthousiasme, cet événement a été un véritable succès.

Nous espérons que vous avez apprécié découvrir nos savoir-faire, partager des moments gourmands et échanger avec nos artisans passionnés. Votre soutien et vos retours positifs nous encouragent à continuer de vous offrir des produits de qualité adaptés à vos besoins.

Encore une fois, merci pour votre fidélité et votre confiance. Nous avons hâte de vous retrouver très prochainement pour de nouveaux moments gourmands!

Bien à vous,

Manuel Nardella

Administrateur 2 Bake SRL

Les partenaires




• 1ÈRE ÉDITION •

La journée de la boulangerie artisanale

LE LUNDI 30 SEPTEMBRE 2024

À LA FERME DE LA HAGOULLE
Rue de Rêves 38, 1476 Genappe

organisée par

2BAKE SRL
VOTRE PARTENAIRE EN ÉQUIPEMENT

BOUTILLERIE • PÂTISSERIE • CHOCOLATERIE • SUCRERIE



La pavlova du chef pâtissier Alexandre Favre



Une meringue aérienne...

- Pour réaliser ce dessert de saison, il vous faudra monter 100 g de blanc d'œuf bio frais dans une cuve de batteur (fouet) en ajoutant petit à petit les 80 g de sucre roux. Une fois la meringue bien ferme, ajoutez 80 g de sucre glace tamisé et mélangez à la main avec une spatule.
- Pochez ensuite votre meringue (la forme souhaitée) sur une plaque de four avec une feuille de papier cuisson. Saupoudrez de sucre glace. Enfourez la meringue à 110 degrés pendant 50 minutes. Elle va souffler, caraméliser, et restera bien tendre à l'intérieur.

Une chantilly vanille et des fruits frais

- Réalisez ensuite la chantilly vanille en plaçant la cuve et le fouet du batteur au réfrigérateur pour qu'ils soient bien froids. Fendez les 3 gousses de vanille, puis récupérez les graines. Installez la cuve et le fouet puis versez-y le litre de crème UHT à 30% de matière grasse très froide, les 80 g de sucre semoule, les grains de vanille. Fouettez jusqu'à obtenir la texture désirée.
- Après cuisson, placez au centre de votre meringue un mélange de fruits frais (fraises, mangue) assaisonnés à votre envie avec du fruit de la passion et du citron vert ainsi que la chantilly vanillée.

Ce dessert est très apprécié lors des fêtes de fin d'année.



Alexandre Favre est une figure montante de la scène pâtissière française, Alexandre Favre a été choisi par Yazid Ichemrahen en tant que Chef Pâtissier Exécutif du plus parisien des Palaces, le Royal Monceau.

2
0
2
5

Trophée
Wanet

UN VRAI COUP DE FOUET POUR TA CARRIÈRE !

Le Trophée Wanet, c'est être bon et devenir encore meilleur en se confrontant à d'autres compétiteurs qui, comme toi, sont passionnés par la boulangerie-pâtisserie. Ce concours te permettra d'acquérir de nouveaux savoirs et des conseils uniques que tu ne trouveras nulle part ailleurs !

CONDITIONS

Pour tous - Être âgé de moins de 23 ans au 1^{er} janvier 2025 et ne jamais avoir remporté de médaille lors d'une précédente édition.

Pour l'alternance - Avoir obtenu un certificat d'apprentissage ou avoir suivi avec succès l'année préparatoire et suivant régulièrement les cours de 1^{ère} ou de 2^{ème} année de formation pour adultes au moment de l'inscription. Les candidats suivant la 3^{ème} année d'apprentissage l'année du concours peuvent être admis, moyennant accord de la Commission Professionnelle Technique.

Pour les écoles - Les candidats des écoles doivent être inscrits en 5^{ème}, 6^{ème} ou 7^{ème} année.

UNE QUESTION ?

Contacte-nous !
Une seule adresse :
ifapme.concours@ifapme.be

Infos et inscriptions



[www.ifapme.be/
trophee-wanet](http://www.ifapme.be/trophee-wanet)

INSCRIS-TOI !



Mettez en avant les protéines & le pain dans votre magasin!

Les protéines sont incontournables. Elles sont essentielles au maintien d'une bonne santé et d'une bonne condition physique. Toutefois, les consommateurs associent souvent les sources de protéines à la viande, aux œufs ou à des shakes protéinés coûteux. Tout en recherchant des alternatives durables et végétales, nous perdons de vue que le véritable champion des protéines est sur nos tables depuis longtemps : le pain ! Le pain permet d'intégrer en toute simplicité des protéines végétales dans notre alimentation, l'idéal pour tout style de vie. Il est grand temps de donner à notre tartine la place qu'elle mérite. Mettez en avant les protéines & le pain dans votre magasin!

Le pain comme sources de protéines

Saviez-vous que les produits céréaliers, comme le pain, assurent près d'un quart de nos apports quotidiens en protéines? Deux tranches de pain complet apportent plus de protéines qu'un œuf. Cependant, si vous demandez aux Belges d'où proviennent leurs protéines, seuls 35% mentionnent le pain. Le pain est donc la source de protéines oubliée qui a toute sa place dans un mode de vie sain et plus végétal.

Pain & sport

Pour tous les sportifs, quel que soit leur niveau, le pain est une solution facile et abordable pour augmenter les apports en protéines. De plus, les glucides du pain fournissent une quantité suffisante d'énergie pour soutenir un entraînement intensif. Après l'effort, les protéines du pain sont particulièrement importantes

pour la récupération de l'organisme et des muscles. Que vous pratiquiez la course à pied, le padel ou que vous souleviez des poids, la source de protéines à ne pas négliger pour vos séances d'entraînement se trouve tout simplement dans votre boîte à tartines.

Une histoire forte

Pour mieux faire connaître le pain & les protéines, nous avons publié « l'histoire forte », dans le cadre de la campagne « le pain, une belle histoire », sous la forme d'une vidéo et de messages sur les réseaux sociaux avec une comparaison des teneurs en protéines. Ces messages seront largement diffusés dans les médias sociaux au cours des semaines 43 à 46 (du 25 octobre au 15 novembre). Ils sont à présent complétés par une infographie qui démontre en quoi le pain & le sport s'accordent si bien.

**Pain
& sport**
- une histoire forte ! -





Le pain : un trésor de protéines

Étonnant, non ? C'est pourtant vrai. Deux tranches de pain complet contiennent plus de protéines qu'un oeuf. C'est bon à savoir car les protéines jouent un rôle extrêmement important. Les protéines sont présentes dans chaque cellule de votre corps ; dans vos muscles, vos organes, vos os et votre sang. Elles vous permettent de courir, sauter, voler dans les airs, plonger, tomber, vous relever et repartir. Que vous soyez bodybuilder, cycliste, ou simplement quelqu'un qui fait un jogging de temps en temps ou encourage son équipe favorite depuis son canapé.



7,8 GRAMMES
DE PROTÉINES

VS



6,1 GRAMMES
DE PROTÉINES



Pour tout sportif, quel que soit son niveau, le pain est un excellent aliment de base. Les glucides du pain fournissent une quantité suffisante d'énergie pour soutenir un entraînement ou une séance d'exercices intenses.



PAIN COMPLET ET SPORT :
LE DUO GAGNANT

Après l'effort, les protéines du pain sont particulièrement importantes pour la récupération de l'organisme et des muscles, aux côtés des glucides, vitamines et minéraux. Parallèlement, il est bien sûr essentiel de s'hydrater suffisamment. Avec deux tranches de pain complet et un verre d'eau, vous récupérez vos forces en un rien de temps.



Comme quoi, un sportif moyen n'a pas du tout besoin de shakes ou de barres protéinées coûteux. Par ailleurs, le pain complet apporte bien plus de fibres, ce qui est toujours bénéfique, que vous soyez sportif ou pas. Sans oublier qu'il est facile à emporter.



+



+



**Une tartine garnie raisonnablement + une bouteille d'eau
vous donnent des forces avant et après l'entraînement.**

**Savez-vous ce qui est aussi
« une histoire forte » ?**

**Le Belge moyen puise près d'un quart
de ses protéines dans les produits
céréaliés, comme le pain.**

Pour de nombreuses personnes,
le pain est, après la viande (ou ses
alternatives), la principale source
de protéines. La différence ?
Nous y prêtons rarement attention
lorsqu'il s'agit du pain !

La culture de la sécurité alimentaire

La culture de la sécurité alimentaire, ce n'est pas facile à comprendre en une phrase. En même temps, c'est très important et l'AFSCA constate souvent, lors de ses inspections, que les opérateurs où de nombreuses non-conformités sont constatées manquent précisément de cette culture de la sécurité alimentaire.

Elle peut être évidente dans les cas extrêmes, mais la culture d'une entreprise est souvent intangible et donc difficile à démontrer et à mesurer. Les opérateurs peuvent donc se poser de nombreuses questions. Sur cette page, vous trouverez les réponses aux questions suivantes qui vous permettront de commencer à prendre en main la culture de la sécurité alimentaire dans votre entreprise :

Qu'est-ce qu'est la culture de la sécurité alimentaire?

La « culture de la sécurité alimentaire » (Food Safety Culture ; FSC) fait référence aux valeurs, croyances, comportements et normes partagés au sein d'une entreprise qui contribuent à la sécurité de la production, de la transformation et de la manipulation des denrées alimentaires et donc à la sécurité alimentaire. Il ne s'agit pas seulement de se conformer aux règles et aux procédures, mais surtout des actions individuelles et collectives à tous les niveaux d'une organisation pour créer un environnement de travail dans lequel la sécurité alimentaire est toujours une priorité.

Qui doit avoir une culture de sécurité alimentaire?

L'implémentation et le développement continu d'une FSC sont indispensables pour tous les opérateurs afin d'assurer le niveau le plus élevé possible de sécurité alimentaire. Il s'agit d'une obligation légale du règlement (CE) 852/2004 pour tous les acteurs de la chaîne agroalimentaire, à l'exception de la production primaire, et ce, tant pour les grandes que pour les petites entreprises. Ce n'est pas seulement une obligation pour les entreprises qui transforment des denrées alimentaires, mais aussi pour les supermarchés, les commerces de détail et l'Horeca, qu'ils soient grands ou petits.

La FSC doit imprégner tous les niveaux de l'entreprise, avec une implication totale de la direction et des

employés de l'atelier, car chacun a, à son niveau, un rôle et une responsabilité dans la garantie de la sécurité alimentaire.

La direction doit faire de la sécurité alimentaire sa priorité numéro une. Pour y parvenir, elle doit mettre en place les politiques et les ressources nécessaires, fixer les normes pour soutenir et promouvoir une FSC solide.

L'ensemble du personnel, des responsables qualité au personnel de production et d'entretien, doit être bien formé et conscient de l'importance d'une FSC bien développée.

Quels sont les éléments clés d'une culture de sécurité alimentaire?

Les opérateurs doivent mettre en place et maintenir une FSC appropriée, mais la stratégie à adopter n'est pas universelle et peut varier en fonction de la taille et de la nature de l'entreprise. Il y a toutefois des éléments importants pour atteindre cela, notamment l'engagement de la direction, le leadership, la sensibilisation, la communication et à la disponibilité des ressources. Ils se manifestent de la manière suivante :

L'ensemble du personnel (employés, direction) doit être conscient des risques liés à la sécurité alimentaire et de l'importance de la sécurité alimentaire et de l'hygiène. Cette sensibilisation au « comment » et au « pourquoi » des bonnes pratiques contribue à l'engagement et à l'implication du personnel, ce qui favorise la durabilité de la culture de la sécurité alimentaire et, par conséquent, la sécurité alimentaire.

Pour cela, il est indispensable que la direction assume son rôle de leader et que la sécurité alimentaire soit intégrée dans toutes les actions et décisions. La direction doit avoir un rôle moteur et montrer l'exemple en matière de sécurité alimentaire en mettant en pratique ce qu'elle dit et en impliquant les employés. Les instructions de travail et les processus de production



peuvent facilement être définis et mesurés, mais il est important d'encourager une action correcte, un comportement et des normes de groupe pour la manipulation et la réflexion sur la sécurité alimentaire.

Pour avoir et maintenir une forte FSC, il est essentiel de mettre à disposition des ressources (temps, personnel, infrastructures, formations, ...) suffisantes pour garantir que l'importance de la sécurité alimentaire est comprise par tous et que chacun est en mesure d'accomplir ses tâches en toute sécurité.

Dernièrement, il est fondamental d'établir une communication claire et ouverte entre tous les employés de l'entreprise (au sein du même département mais également entre les différents départements). Cela assure que tout le monde soit sur la même longueur d'onde.

Quelle est l'importance de la culture de la sécurité alimentaire?

Une FSC appropriée est cruciale pour garantir la sécurité des produits alimentaires de manière durable. Elle aide à prévenir les incidents liés aux aliments, protège la santé des consommateurs et renforce la confiance des clients dans la marque. De plus, lorsque la sécurité alimentaire est intégrée dans la culture de l'entreprise, elle devient une partie intégrante des processus quotidiens permettant de prévenir les erreurs, d'optimiser les processus et de réduire le gaspillage et les coûts liés aux rappels de produits. En outre, une forte FSC profite non seulement à la sécurité alimentaire, mais aussi à la qualité des aliments.



Quel est votre rôle en tant qu'opérateur?

Le développement d'une telle FSC ne se fait pas du jour au lendemain. Cela constitue un processus continu qui demande un effort quotidien de la part de tous les employés. La FSC ne doit pas être considérée comme une simple composante du programme de sécurité alimentaire, mais plutôt comme un fondement qui englobe toutes les pratiques, valeurs et normes liées à la sécurité alimentaire.

En tant qu'opérateur ou employé d'une entreprise du secteur alimentaire, vous jouez un rôle crucial dans la promotion et le maintien d'une FSC appropriée. Voici quelques responsabilités clés :

- ✓ **Suivre les procédures standards** : Assurez-vous de toujours suivre les procédures de sécurité alimentaire établies, y compris l'utilisation correcte des équipements de protection individuelle, le respect des règles d'hygiène et la réalisation des contrôles.
- ✓ **Participation active à la formation** : Participez aux formations et sessions de perfectionnement offertes. Cela vous aide à rester à jour avec les dernières réglementations et techniques.
- ✓ **Signaler les problèmes** : Signalez immédiatement toute irrégularité, problème ou danger potentiel que vous rencontrez. Cela permet, entre autres, d'optimiser des processus et prévenir les incidents de sécurité alimentaire.
- ✓ **Collaborer et soutenir** : Travaillez en équipe avec vos collègues et soutenez-vous mutuellement pour maintenir des normes élevées de sécurité alimentaire.

De plus, pour maintenir une forte FSC et donc maintenir un niveau élevé de sécurité des denrées alimentaires, il est essentiel de procéder à une évaluation régulière de sa FSC. Pour que ces évaluations soient efficaces, il est tout d'abord nécessaire de déterminer le degré de maturité de la FSC en place. Cela implique d'identifier à la fois les points forts et les domaines nécessitant des améliorations.

Les grandes tendances alimentaires de 2025 : à quoi s'attendre?



1. L'alimentation fonctionnelle

L'accent sera de plus en plus mis sur les aliments qui apportent des bienfaits spécifiques pour la santé. Les consommateurs rechercheront des produits enrichis en nutriments, comme les vitamines, les minéraux, et les probiotiques, qui contribuent au bien-être général. Les aliments qui améliorent la santé mentale, comme ceux riches en oméga-3 ou en adaptogènes, connaîtront également un essor.

2. L'essor des protéines alternatives

Alors que l'intérêt pour les protéines d'origine végétale continue de croître, de nouvelles sources de protéines sont également en développement. En 2025, nous verrons davantage de produits à base de champignons, d'algues, et même d'insectes. Ces protéines alternatives séduiront les consommateurs soucieux de l'impact environnemental de leur alimentation, offrant une diversité de textures et de saveurs.

3. La montée de la personnalisation alimentaire

La technologie permettra aux consommateurs de suivre plus précisément leur santé et de choisir des régimes alimentaires adaptés à leurs besoins spécifiques. Les plateformes de personnalisation, qui prennent en compte des facteurs comme les intolérances, les

allergies, et les objectifs de santé, seront de plus en plus populaires. Les produits alimentaires « sur mesure », basés sur les données personnelles de santé, devraient également s'imposer.

4. Le retour à des pratiques de fermentation traditionnelles

La fermentation artisanale continuera de captiver les consommateurs en quête d'authenticité et de bienfaits pour la santé. Le kombucha, le kéfir, et le kimchi, notamment, resteront en vogue. On assistera à l'émergence de nouvelles variétés de produits fermentés, mais aussi à des déclinaisons de recettes qui célèbrent les saveurs locales et les traditions.





5. L'innovation dans les emballages durables

Avec la prise de conscience croissante des enjeux environnementaux, les consommateurs exigeront davantage de transparence et d'engagement en matière de durabilité. Les entreprises répondront en adoptant des emballages biodégradables, compostables ou même comestibles. Les solutions zéro déchet, comme les emballages réutilisables ou rechargeables, seront également encouragées.

6. Les saveurs du monde revisitées

La mondialisation culinaire évolue : au lieu de simples importations de plats exotiques, les cuisines seront fusionnées de manière créative. On verra des combinaisons inattendues qui mélangent des saveurs d'Asie, d'Afrique et d'Amérique latine, souvent avec une touche de terroir local. Cette tendance répond à une demande d'expériences gustatives nouvelles et surprenantes.

7. La transparence sur l'origine et la traçabilité des aliments

Les consommateurs veulent savoir d'où viennent leurs aliments et comment ils sont produits. La traçabilité devient un critère de choix majeur, et les producteurs et distributeurs investissent dans des technologies permettant de suivre le parcours de chaque ingrédient. Les étiquettes s'enrichiront de détails sur les conditions de production, le respect des normes éthiques, et les pratiques agricoles responsables.

8. Les boissons fonctionnelles et sans alcool

Les alternatives aux boissons alcoolisées, mais riches en saveurs et en bienfaits, seront de plus en plus prisées. Les boissons « sans alcool mais avec fun », comme les cocktails sans alcool enrichis en adaptogènes ou en cbd, attireront une clientèle soucieuse de sa santé tout en recherchant le plaisir de boire socialement. Les thés, les infusions et les élixirs aux effets apaisants ou stimulants resteront également populaires.

En explorant ces tendances, les professionnels de l'alimentation peuvent anticiper et répondre aux nouvelles attentes des consommateurs. Adapter leur offre permettra de renforcer leur attractivité et de se démarquer dans un secteur en pleine évolution.

Focus sur les tendances alimentaires de 2025 qui peuvent influencer et inspirer les artisans boulangers et pâtisseries.

Des produits enrichis pour un bien-être renforcé

Les consommateurs recherchent de plus en plus des aliments qui offrent des bienfaits pour la santé. En boulangerie-pâtisserie, cela peut se traduire par l'incorporation d'ingrédients fonctionnels, comme des farines enrichies en fibres ou des graines riches en oméga-3 (lin, chia, etc.). Vous pouvez également proposer des pains ou des viennoiseries enrichis en protéines végétales, en ajoutant par exemple des légumineuses en poudre ou des graines.

La popularité des protéines végétales et des produits alternatifs

Dans un contexte où les protéines alternatives sont en pleine expansion, les boulangers-pâtisseries peuvent explorer des recettes de pains, biscuits ou gâteaux incluant des protéines végétales, des algues ou même des légumineuses. Pour les clients soucieux de l'environnement ou végétaliens, proposer des options sans œufs ni produits laitiers permet de répondre à leurs attentes tout en diversifiant l'offre.

La personnalisation et les options sans allergènes

Avec l'augmentation des allergies alimentaires et des régimes spécifiques, proposer des produits sans gluten, sans lactose, ou sans sucre ajouté est un atout.

En 2025, les consommateurs apprécieront également la possibilité de personnaliser leurs commandes en fonction de leurs besoins ou préférences. Nous avons vu, dans notre revue, l'importance de la personnalisation en marketing.

Un retour à la fermentation artisanale

La fermentation continue de gagner en popularité grâce à ses bienfaits pour la santé intestinale. Le levain, par exemple, est déjà bien apprécié, mais les boulangers peuvent aller plus loin en proposant des produits inspirés d'autres types de fermentation, comme le pain de seigle fermenté ou des pâtisseries utilisant des produits lactofermentés. Cela offre une nouvelle palette de saveurs tout en répondant aux attentes des



>>> Suite au verso

consommateurs en matière d'authenticité et de bienfaits pour la santé.

Des emballages écologiques et durables

Les artisans boulangers-pâtisseries sont de plus en plus sensibles à la question des emballages durables. Investir dans des solutions comme des sacs compostables ou des emballages réutilisables permet non seulement de réduire l'impact environnemental, mais aussi d'attirer une clientèle attentive à l'écologie. Le retour de la consigne et des emballages rechargeables pourrait aussi séduire les clients soucieux de réduire leur production de déchets.

Des saveurs originales inspirées des cuisines du monde

Les clients sont curieux et recherchent des saveurs nouvelles. En 2025, une tendance forte sera l'intégration de saveurs exotiques dans les pâtisseries traditionnelles. Par exemple, un croissant fourré à la crème de yuzu ou un pain aux épices douces comme la cardamome et la vanille de Madagascar. Cela peut aussi se traduire par l'utilisation d'épices rares ou de fruits exotiques, créant ainsi une fusion entre traditions locales et inspirations mondiales.

La transparence et la traçabilité des ingrédients

Les consommateurs se montrent de plus en plus exigeants sur la qualité et l'origine des ingrédients utilisés. Les boulangers-pâtisseries peuvent mettre en avant l'origine de leurs matières premières, notamment en privilégiant les produits locaux et les circuits courts. Utiliser des étiquettes qui détaillent la provenance des farines, des fruits, et même des œufs ou du beurre utilisés permet de valoriser le savoir-faire artisanal et de rassurer les clients sur la qualité des produits.

Des boissons sans alcool pour accompagner les pâtisseries

Proposer des boissons fonctionnelles et sans alcool en complément des produits peut enrichir l'expérience client. Par exemple, proposer des thés, des infusions, ou des boissons fermentées comme le kombucha, qui s'accordent bien avec des pâtisseries peu sucrées, peut attirer une clientèle soucieuse de sa santé. Les boissons aux effets apaisants ou énergisants peuvent aussi compléter les offres de viennoiseries et de snacks à emporter.

● **Fl. de Thier**

(sources : Mintel, Euromonitor international, et Nielsen, food navigator, food business news, et the food institute, ehl insights, Enquêtes de McKinsey, Deloitte, ou Pwc)

Ces tendances représentent autant d'opportunités pour les boulangers-pâtisseries d'innover, de se démarquer, et de répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus exigeante et diversifiée. En intégrant certains de ces concepts à leur offre, ils peuvent enrichir leur gamme tout en affirmant leur engagement pour des pratiques alimentaires modernes et durables.





Chers collègues, confrères et amis,

Après cette période marquée par les différentes obligations électorales et les remous politiques, remplie de beaucoup de bruit et de désinformations, il me semble important de vous informer des réalités sociales de notre secteur.

En effet, comme signalé dans le moniteur d'octobre 2024, dans l'éditorial du Président Denoncin, le montant des salaires bruts réellement payés dès le 1/10/24 pour nos vendeuses (CP 201) a été augmenté de 2 %.

La personne ou l'organisme qui s'occupe des salaires doit vérifier, soit au moment de la sortie du travailleur, soit à la fin de l'année, si l'employé(e) a bien reçu ce RMMG.

Cela signifie que le Revenu Minimum Moyen Garanti (RMMG) est adapté, comme indiqué ci-dessous.

Vendeur(se) Entreprise de moins de 20 travailleurs

Age	ancienneté	-6mois	+6mois	+12mois
Age 21		2062,52€	2115,11€	2174,62€

Étudiant(e) groupe 1 Entreprise de moins de 20 travailleurs

Âge	%	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
16	80	1 566,94 €	1 610,90 €		
17	84	1 645,29 €	1 691,44 €		
18	88	1 723,64 €	1 771,99 €	1 798,24 €	1 910,22 €
19	92	1 801,99 €	1 852,53 €	1 879,98 €	1 997,05 €
20	96	1 880,33 €	1 933,08 €	1 961,72 €	2 083,88 €
21	100	1 958,68 €	2 013,62 €	2 043,46 €	2 170,71 €



Gérants

Le barème du gérant de succursale doit atteindre au minimum le salaire barémique du premier vendeur de la catégorie 4 (qualifié) et doit être ajusté. Il faut également tenir compte des avantages de toute nature et de la partie variable de sa rémunération.

Conseils

La singularité de votre entreprise et des contrats que vous avez conclus nécessite une attention particulière et un suivi auprès de votre service social ou DRH. Les données que nous vous transmettons et négocions pour vous sont des minimums.

CP 118.03

Pour notre personnel de production, l'indexation des salaires intervient actuellement au 1^{er} janvier de chaque année et concerne uniquement l'adaptation liée à l'inflation. Courant décembre, nous serons informés du pourcentage qui devrait se situer entre 3,5 % et 4 %.

Il faut noter que cela ne concerne pas l'augmentation barémique qui sera négociée pour les deux prochaines années avec les partenaires sociaux.

Nous travaillons actuellement sur la nouvelle grille de classification des fonctions, car la précédente date du siècle dernier (1996-1999). Cette nouvelle classification, de type scientifique, sera composée de 18 fonctions et a été réalisée par la société Optimor ainsi que le groupe de travail technique, qui a été constitué de manière paritaire. Ce dernier a eu l'occasion de visiter une série d'entreprises de chaque côté linguistique. Les membres de la commission paritaire analysent en ce moment le descriptif des fonctions proposées afin de correspondre au plus près de la réalité de notre secteur aujourd'hui. Nous vous tiendrons informés de manière détaillée lors de nos réunions, de nos assemblées générales, mais également à travers le Moniteur et bientôt sur notre site internet.

Voici, après cette période tourmentée, les dernières informations concrètes et réelles du travail effectué par vos représentants, que je remercie pour leur engagement.

Cordialement,

● **Thierry Radermecker**

Représentant Confédéral au sein des CP 118 & 201
Président de la Commission Sociale Nationale

L'importance de l'appartenance à un groupe social : pourquoi rejoindre une fédération est essentiel pour les boulangers-pâtisseries

Rejoindre une fédération de boulangers-pâtisseries ne répond pas seulement à un besoin pratique ou économique ; cela répond à un besoin humain fondamental d'appartenance. En tant qu'être social, chaque individu a besoin de se sentir connecté à un groupe, de partager des expériences, d'être soutenu et reconnu.

L'être humain est, par nature, un être social. Depuis les temps les plus anciens, l'appartenance à un groupe a joué un rôle fondamental dans la survie, le bien-être et le développement de chaque individu. Ce besoin d'appartenance ne se limite pas à la simple sécurité physique, il répond aussi à des aspirations psychologiques et sociales profondes. Pour les boulangers-pâtisseries, rejoindre une fédération professionnelle ne se limite pas aux avantages matériels comme la protection juridique ou l'accès à des informations cruciales pour leur métier ; cela répond avant tout à un besoin humain essentiel : celui d'appartenir à une communauté.

L'appartenance à un groupe : un besoin humain fondamental

L'une des théories les plus connues en psychologie, la pyramide des besoins de Maslow, place l'appartenance à un groupe au cœur des besoins psychologiques de chaque individu, juste après les besoins physiologiques

et de sécurité. Ce besoin d'appartenir à un groupe est essentiel pour se sentir accepté, reconnu et soutenu.

Les groupes sociaux offrent à l'individu un sentiment de sécurité émotionnelle. En tant que membre d'un groupe, la personne sait qu'elle peut compter sur les autres pour obtenir du soutien, qu'il soit moral, pratique ou matériel. Cela est d'autant plus vrai dans des métiers exigeants comme celui de boulanger-pâtisseries, où la charge de travail et les défis quotidiens peuvent être épuisants. Appartenir à une fédération, c'est rejoindre une communauté de pairs partageant les mêmes préoccupations, les mêmes défis et les mêmes passions.

La solidarité et le soutien psychologique

Le sentiment d'isolement peut être un facteur de stress majeur, en particulier pour les boulangers-pâtisseries qui travaillent souvent de longues heures, parfois dans des conditions difficiles. En rejoignant une fédération, vous





brisez cet isolement. Vous faites partie d'un réseau de personnes qui partagent vos réalités quotidiennes et qui peuvent comprendre vos difficultés.

La solidarité est l'un des piliers fondamentaux de tout groupe social. Faire partie d'une fédération vous permet de bénéficier de ce soutien collectif. Vous savez que vous n'êtes pas seul, et cela peut avoir un impact considérable sur votre bien-être mental et émotionnel. Les discussions avec des confrères, le partage d'expériences, ou même simplement le fait de savoir que d'autres vivent des situations similaires peuvent soulager un grand nombre de tensions. Ce soutien psychologique est inestimable dans des métiers où le rythme peut être éprouvant.

Reconnaissance et valorisation

L'un des aspects les plus gratifiants de l'appartenance à un groupe est le sentiment de reconnaissance. En tant que boulangers-pâtisseries, vous travaillez dur pour produire des produits de qualité, mais ce travail est parfois peu reconnu ou valorisé à sa juste mesure. En rejoignant une fédération, vous obtenez non seulement un soutien, mais aussi une reconnaissance de vos compétences et de votre professionnalisme.

Être membre d'une fédération permet de valoriser le métier que vous exercez. Cela renforce l'image de votre profession, en la représentant au sein d'une communauté plus large et en faisant entendre la voix des boulangers-pâtisseries auprès des institutions et du grand public. En tant que membre, vous participez à cette valorisation collective et bénéficiez d'une reconnaissance accrue de la part de vos pairs et du monde extérieur.

La force du nombre : ensemble, nous sommes plus forts

Un proverbe africain dit : « seul, on va plus vite, mais ensemble, on va plus loin. » cette vérité s'applique

parfaitement aux boulangers-pâtisseries. En appartenant à une fédération, vous ne travaillez plus seulement pour vous-même, mais aussi pour le collectif. Cela vous donne accès à des ressources que vous ne pourriez pas obtenir seul : des formations, des conseils juridiques, des opportunités de réseautage, et bien plus encore.

Les fédérations jouent un rôle clé dans la défense des droits et des intérêts des professionnels du secteur. Individuellement, il peut être difficile de faire face à des défis tels que des changements dans la législation, des évolutions technologiques ou des conditions économiques défavorables. Mais ensemble, au sein d'une fédération, les boulangers-pâtisseries ont une voix plus forte et peuvent influencer les décisions qui touchent leur métier. Cette force collective permet de mieux protéger la profession et d'obtenir des avancées significatives pour tous les membres.

Se tenir informé et évoluer

Outre l'aspect social et psychologique, l'appartenance à une fédération permet aussi de rester informé des évolutions du métier. Le monde de la boulangerie-pâtisserie évolue constamment, que ce soit au niveau des techniques de production, des réglementations sanitaires ou des tendances de consommation. En tant que membre d'une fédération, vous avez accès à des informations précieuses qui vous permettent de rester à jour et de vous adapter à ces changements.

Les fédérations offrent également des opportunités de formation continue. Ces formations sont essentielles pour vous permettre de rester compétitif sur le marché, d'améliorer vos compétences et d'innover dans votre travail. Ainsi, rejoindre une fédération n'est pas seulement une manière de se protéger, mais aussi une manière de progresser professionnellement.

● **Fl. de Thier**

Préparez votre boulangerie-pâtisserie pour la Saint-Nicolas: stratégies et conseils pour un succès garanti



La Saint-Nicolas est bien plus qu'une simple fête : en Belgique, elle marque le début des festivités de fin d'année et est synonyme de traditions bien ancrées, de moments en famille, et de gourmandises irrésistibles. C'est une occasion unique pour les artisans boulangers et pâtisseries de mettre en avant leur savoir-faire et d'offrir à leurs clients des produits authentiques et réconfortants.

Pour optimiser vos ventes et fidéliser votre clientèle, il est crucial de bien vous préparer.

1. Réinventez les classiques avec des collaborations et des éditions limitées

Au lieu de simplement proposer les classiques speculoos, cougnous et figurines de Saint-Nicolas, pensez à revisiter ces produits par le biais de collaborations ou d'éditions limitées. Par exemple :

Speculoos aux saveurs innovantes : En collaboration avec des producteurs locaux, proposez des speculoos aux épices inhabituelles (gingembre confit, poivre, cardamome verte) ou des speculoos enrobés de chocolat noir artisanal. Ce twist original ravira les amateurs de nouveautés et attirera les curieux.

Cougnous haut de gamme : Introduisez des cougnous élaborés avec des ingrédients premium comme des pépites de chocolat grand cru, des zestes d'orange confite bio ou même des inclusions de caramel salé. Une alternative pourrait être de créer des mini-cougnous assortis dans un coffret dégustation, parfait pour offrir en cadeau ou pour les clients qui veulent tester plusieurs saveurs.

Figurines de Saint-Nicolas revisitées : Vous pourriez collaborer avec des artistes locaux pour concevoir des figurines de Saint-Nicolas plus modernes ou symboliques, en jouant sur des variations de formes, comme des silhouettes abstraites, ou des motifs spécifiques à votre région. Créez une série limitée avec un design unique chaque année pour attirer les collectionneurs et les amateurs de pièces exclusives.

2. Mettez en avant l'authenticité de votre savoir-faire

Les consommateurs belges valorisent de plus en plus les produits locaux et artisanaux. Exploitez cet engouement pour l'authenticité en mettant en avant le fait maison. Créez une ambiance chaleureuse et mettez en avant le travail manuel et les ingrédients de qualité que vous utilisez. Pourquoi ne pas installer une vitrine ouverte sur votre atelier pour montrer à vos clients le processus de fabrication de vos spécialités de Saint-Nicolas?

Communiquez également sur les spécificités régionales de vos produits.





3. Jouez la carte de la personnalisation (la personnalisation est un concept vu dans un de nos numéros)

Dans le domaine de la pâtisserie, la personnalisation est un atout de taille. Proposez à vos clients la possibilité de personnaliser leurs cougnous ou leurs spéculoos, que ce soit avec un prénom, un petit message, ou même une touche artistique ajoutée par vos soins. Cela rendra l'expérience d'achat unique et permettra à vos clients d'offrir des cadeaux personnalisés, qui seront d'autant plus appréciés.

Les entreprises locales ou les écoles peuvent également être intéressées par des commandes en gros de produits personnalisés. Proposez des options de gravure sur les spéculoos ou d'emballage sur mesure pour répondre à leurs besoins spécifiques.

4. Adaptez vos produits aux tendances alimentaires

Pour répondre à la demande croissante en produits sains ou éthiques, proposez des variantes sans gluten, sans lactose, ou véganes de ces classiques. Les clients aux régimes spécifiques apprécieront de pouvoir se régaler sans contrainte, et cela vous démarquera comme une boulangerie attentive aux besoins diversifiés de sa clientèle.

5. Créez une ambiance festive et immersive

Transformez votre boulangerie en un lieu féérique qui évoque l'esprit de la Saint-Nicolas. Une décoration soigneusement pensée peut inclure des guirlandes lumineuses, des figurines de Saint-Nicolas, et même des odeurs de cannelle et de chocolat pour éveiller tous les sens de vos clients. Vous pourriez également organiser des animations comme des dégustations gratuites ou des ateliers de décoration de biscuits pour enfants.

L'ambiance que vous créez dans votre boulangerie-pâtisserie doit plonger vos clients dans un univers magique, faisant de chaque visite une expérience inoubliable. En créant cette atmosphère, vous encouragez non seulement vos clients à revenir, mais vous attirez également de nouveaux curieux qui seront séduits par l'aspect festif de votre établissement.

6. Exploitez les réseaux sociaux pour amplifier votre visibilité

Les réseaux sociaux sont un excellent levier pour augmenter votre visibilité durant la période de la Saint-Nicolas. Partagez des photos et des vidéos de vos



créations en cours de préparation, des coulisses de votre atelier, et des produits finis. Pensez à interagir avec votre communauté en leur posant des questions, en les invitant à partager leurs propres souvenirs de Saint-Nicolas, ou en organisant des concours.

Vous pourriez aussi créer un hashtag dédié pour l'occasion et encourager vos clients à partager leurs achats en vous identifiant. Ce type de contenu généré par les utilisateurs est précieux pour renforcer votre notoriété et encourager de nouveaux clients à visiter votre boulangerie.

7. Valorisez les partenariats locaux et les événements en communauté

La Saint-Nicolas est l'occasion rêvée pour créer des partenariats avec d'autres commerçants locaux ou avec des écoles, des associations et des entreprises de votre région. Pourquoi ne pas proposer des offres exclusives pour les commandes groupées ou organiser des événements en collaboration avec des crèches et des écoles locales ?

Un atelier de décoration de spéculoos pour enfants, par exemple, peut devenir un événement très attendu, qui fera parler de votre boulangerie et renforcera votre lien avec la communauté. N'oubliez pas d'en faire la promotion bien à l'avance, via vos réseaux sociaux, votre site web et des affiches dans votre boulangerie.

8. Fidélisez vos clients avec des gestes attentionnés

La Saint-Nicolas est une période de générosité. Offrir un petit cadeau ou une réduction sur un prochain achat peut être une excellente façon de remercier vos clients fidèles. Un petit spéculoos en cadeau, une carte de fidélité spécialement créée pour les achats de la Saint-Nicolas, ou une offre spéciale sur les figurines de chocolat peuvent contribuer à rendre l'expérience d'achat encore plus agréable.

Je vous souhaite à tous de belles ventes !

● **Fl. de Thier**

Ne vous reposez pas sur vos acquis, continuez à vous former!

Dans un métier où la tradition est importante, il est tentant de se reposer sur ce qui a toujours fonctionné. Pourtant, en tant que boulangers-pâtisseries, vous avez le pouvoir d'influencer les goûts et les habitudes de consommation de vos clients. En investissant dans la formation continue, vous vous assurez de rester au sommet de votre art et de pouvoir répondre aux défis de demain. Non seulement vous y gagnez en compétences, mais vous renforcez également la pérennité de votre boulangerie. Alors, osez la formation et continuez à évoluer pour offrir le meilleur à votre clientèle fidèle et à ceux qui découvriront votre talent.

Adaptez-vous aux tendances et répondez aux attentes changeantes des consommateurs



Les tendances alimentaires évoluent sans cesse : alimentation saine, sans gluten, végétalienne, ou encore des produits à faible teneur en sucre. Les clients d'aujourd'hui sont plus conscients de ce qu'ils consomment et recherchent des produits qui correspondent à leurs valeurs et besoins. En participant régulièrement à des formations, vous pouvez anticiper ces changements, adapter vos produits, et ainsi fidéliser une clientèle plus large.

En plus, la demande croissante pour des ingrédients d'origine éthique ou locale vous invite à repenser vos approvisionnements et recettes. Une formation spécifique sur les produits durables ou locaux, par exemple, pourrait vous aider à proposer des offres qui répondent à ces nouvelles attentes, tout en vous permettant de valoriser votre artisanat.

Explorez de nouvelles techniques et démarquez-vous de la concurrence



La maîtrise des bases est essentielle, mais l'ajout de techniques modernes et innovantes peut vous différencier de vos concurrents. Des formations sur des techniques comme le travail du chocolat en trois dimensions, ou encore les viennoiseries revisitées sont autant d'opportunités pour enrichir votre savoir-faire.

En vous formant aux côtés de chefs boulangers et pâtisseries reconnus, vous pouvez aussi apprendre de nouvelles méthodes et découvrir des astuces qui vous permettront de gagner en efficacité et en qualité. De plus, ces expériences vous offriront des sources d'inspiration pour créer des produits uniques, et renouveler ainsi votre offre.



Renforcez votre image et attirez une nouvelle clientèle



Les consommateurs sont sensibles aux efforts que vous mettez dans l'évolution de votre métier. Afficher fièrement vos certifications de formation, ou parler de vos apprentissages récents dans vos communications (en magasin, sur les réseaux sociaux) peut renforcer votre image et rassurer votre clientèle sur la qualité et la fraîcheur de vos produits. Une offre renouvelée et diversifiée attirera également une clientèle curieuse, qui cherche des produits de boulangerie uniques ou rarement disponibles ailleurs.

Participez à des démonstrations pour rester inspiré et motivé

Assister à des démonstrations réalisées par des boulangers-pâtisseries reconnus, que ce soit en personne ou via des vidéos en ligne, est une excellente manière de rester inspiré et motivé. Ces démonstrations sont souvent l'occasion de découvrir des techniques nouvelles ou des astuces de professionnels qui vous

feront gagner du temps en production, tout en améliorant la qualité de vos produits. De plus, elles permettent de se connecter avec d'autres professionnels et d'échanger des idées, ce qui peut être très enrichissant sur le plan personnel et professionnel.

Maximisez la rentabilité et augmentez votre marge



Les formations peuvent également vous aider à optimiser vos coûts de production, notamment en vous apprenant comment gérer efficacement vos stocks ou utiliser certains ingrédients plus rentablement. Par exemple, des formations sur la gestion des matières premières ou la réduction des pertes peuvent directement impacter votre rentabilité. De même, en vous formant à des techniques de marketing spécifiques au secteur, vous pourrez mieux valoriser vos produits et attirer une clientèle plus large, augmentant ainsi vos ventes et votre marge.

● **Fl. de Thier**



Des choses fascinantes que vous ne saviez peut-être pas sur le cerveau

Protégé par la boîte crânienne, le cerveau fait office de chef d'orchestre pour l'ensemble du corps humain. Il centralise les informations et renvoie des messages aux différents membres, muscles, os, etc

Combien y a-t-il de neurones dans un cerveau?

Le cerveau compte environ 100 milliards de neurones. C'est beaucoup, mais il est important de garder à l'esprit qu'il est responsable de tous nos processus mentaux.

Il identifie la douleur mais ne la ressent pas

Le cerveau est l'organe qui identifie la douleur, mais ne la ressent pas. En réalité, en cas d'opération cérébrale, l'anesthésie est utilisée pour le cuir chevelu uniquement.

Quelle est la quantité d'eau dans le cerveau?

Plus précisément, près de 60 % du corps humain d'un homme adulte est constitué d'eau, tandis que le tissu cérébral représente 75 à 80 % de sa composition. Pour fonctionner de manière optimale, les cellules cérébrales ont besoin d'être hydratées.

Combien pèse-t-il?

Cela peut varier en fonction de l'âge, du genre de la personne et de la masse corporelle en général. Cependant, les études ont suggéré que le cerveau de l'homme adulte pèse, en moyenne, entre 1300 et 1500 g. Celui d'un bébé pèse environ 350 g et atteint 900 g à l'âge de deux ans. Bien entendu, la taille n'a pas d'importance, mais il faut savoir que le cerveau d'Albert Einstein pesait 1200 g!

Copie de sauvegarde?

Le cerveau stocke deux copies de chacun de nos souvenirs : la première se situe dans le cortex préfrontal (à long terme). Quant à l'autre, elle se trouve dans le subiculum, la partie basse de l'hippocampe. Il faut savoir que celle-ci s'efface avec le temps.

Et nos souvenirs dans tout ça?

Une Université aux États-Unis affirme que le cerveau parvient à nous leurrer sur certains souvenirs, l'hippocampe étant responsable d'éditer la mémoire en permanence. Il ne modifie pas les souvenirs, mais il les 'adapte' à chaque personne.

Reconnaissance faciale?

Il existe une partie du cerveau qui se consacre exclusivement au stockage des informations relatives aux visages familiers afin que nous puissions nous en souvenir chaque fois que nous les voyons.

L'hormone de l'amour?

L'université de Birmingham (Royaume-Uni) confirme que l'ocytocine a le même effet que l'alcool chez l'homme. Il s'agit de l'hormone qui contrôle les sentiments tels que l'amitié, le bonheur, l'empathie et même l'amour. Et elle se trouve dans l'hypothalamus!

Existe-t-il des différences entre les hommes et les femmes?

Selon l'Université Erasmus de Rotterdam, le cerveau des hommes est plus volumineux, soit une différence de 14 % en faveur de la gent masculine. En revanche, celui des femmes est mieux organisé et traite les informations plus efficacement.

Bâiller pour oxygéner notre cerveau?

De nombreux chercheurs affirment que la durée d'un bâillement est liée à la complexité de la structure du cerveau. Bien qu'il n'y ait pas d'explication jusqu'à ce jour, il s'agirait d'un excellent moyen pour l'oxygéner et améliorer notre vitesse de réaction.



Un générateur d'électricité?

Le cerveau génère de l'électricité en permanence, à tel point qu'il pourrait allumer une ampoule. Celle-ci serait produite par les signaux envoyés aux neurones.

Quelle est la fonction de l'hémisphère gauche?

Le cerveau est divisé en deux moitiés, chacune étant responsable de fonctions différentes. L'hémisphère gauche est lié au langage, au raisonnement logique, à la lecture, aux opérations mathématiques et aux capacités d'analyse.

Quelle est la fonction de l'hémisphère droit?

L'hémisphère droit est responsable des processus imaginatifs et créatifs du cerveau. Cependant, les deux moitiés sont connectées en permanence.

Le rire permet-il de détendre le cerveau?

Une étude d'une université en Californie affirme que le rire a le même effet sur le cerveau que la méditation, en nous aidant à penser clairement et positivement et en favorisant la prise de décision.

Processeur d'images?

Selon de nombreux experts, le cerveau est capable de traiter une image complète en 13 millisecondes.

10% seulement?

Nous avons tous entendu un jour ou l'autre que nous utilisons 10 % de notre cerveau, mais cela est, pour certains, totalement faux! En réalité, cet organe ne se repose, pour certains, jamais, et nous exploitons 100 % de ses capacités. Mais il y a de nombreux débats encore à ce sujet.

Quand atteint-il son volume maximal?

Le cerveau serait le plus volumineux à l'âge de 10 ans, mais il peut continuer à évoluer jusqu'à 30 ans.

À quelle vitesse envoie-t-il des signaux?

Les neurotransmetteurs du cerveau envoient des messages à travers le corps humain à 360 km/h afin que le corps puisse exécuter rapidement ce qu'il perçoit.

De quelle quantité d'énergie le cerveau a-t-il besoin?

Bien que le cerveau représente 2 % du poids du corps, il nécessite 20 % de l'énergie pour maintenir une corrélation constante entre les stimuli et les réponses. Au cours d'une journée, notre matière grise utilise environ 320 calories rien que pour réfléchir!

Des neurones perdus?

On a longtemps pensé que l'alcool tuait les neurones, mais ce n'est pas le cas. En revanche, il endommage le tissu conjonctif des neurones, les empêchant ainsi d'agir.

Sources : Emission Matière Grise, Passeport santé

Les problèmes de vision chez les boulangers-pâtisseries



Les boulangers-pâtisseries sont confrontés à un ensemble de risques professionnels variés. Nous en avons exploré quelques-uns, et nous abordons ici les troubles de la vision qui sont souvent négligés. Pourtant, l'exposition à certains éléments présents dans l'environnement de travail, comme la poussière de farine, les substances irritantes et un éclairage inadapté, peut entraîner des problèmes oculaires significatifs.

Les sources de problèmes oculaires dans les boulangeries-pâtisseries

Dans une boulangerie-pâtisserie, plusieurs facteurs peuvent affecter la santé oculaire des travailleurs :

❶ Exposition à la farine en suspension dans l'air :

La farine, en tant qu'ingrédient de base, est présente dans presque toutes les étapes de la fabrication du pain et des pâtisseries. Lorsqu'elle est manipulée, elle devient facilement volatile et se retrouve en suspension dans l'air. Cette poussière de farine peut s'infiltrer dans les yeux et provoquer des irritations, des démangeaisons, et, dans certains cas, des inflammations oculaires.

La présence prolongée de ces particules dans l'air peut entraîner une fatigue oculaire, en particulier lorsque les travailleurs doivent ajuster leur vision dans un environnement constamment chargé de fines particules.

L'exposition continue à la poussière de farine peut aussi augmenter le risque de conjonctivites ou d'allergies oculaires.

❷ Exposition à des additifs et produits chimiques :

En plus de la farine, les boulangers-pâtisseries sont exposés à d'autres produits tels que les agents levants, les conservateurs, et les colorants, qui peuvent également irriter les yeux s'ils sont inhalés ou entrent en contact avec les muqueuses oculaires. Certains additifs alimentaires sous forme de poudres peuvent avoir des effets irritants lorsqu'ils sont dispersés dans l'air.

L'utilisation de produits de nettoyage pour le matériel et les surfaces de travail peut également constituer une source de risque. Les vapeurs ou projections de détergents et autres agents chimiques peuvent provoquer des brûlures chimiques aux yeux ou des irritations importantes, surtout en cas de contact direct.





❸ Mauvais éclairage :

Un éclairage inadéquat est une cause fréquente de fatigue visuelle dans les boulangeries-pâtisseries. Travailler dans des zones faiblement éclairées, ou au contraire dans des environnements où la lumière est trop vive ou mal répartie, oblige les yeux à un effort constant pour s'adapter. Cela peut entraîner une fatigue visuelle, des maux de tête, et des problèmes de vision à long terme.

L'éblouissement causé par une lumière artificielle mal placée ou un éclairage direct trop intense peut forcer les travailleurs à plisser les yeux, réduisant ainsi la capacité de concentration et augmentant la tension oculaire. De même, les zones d'ombres ou les contrastes mal gérés entre les différents espaces de travail peuvent provoquer des tensions visuelles supplémentaires.

❹ Chaleur et sécheresse de l'environnement :

Les boulangers-pâtisseries travaillent souvent à proximité de sources de chaleur importantes, comme les fours, qui peuvent créer un environnement sec. La chaleur excessive autour des fours et des plaques de cuisson provoque une évaporation rapide des larmes, laissant les yeux secs et irrités.

La sécheresse oculaire causée par la chaleur est aggravée par la ventilation insuffisante dans certaines boulangeries. Le flux d'air chaud et sec rend difficile le maintien d'une bonne hydratation des yeux, ce qui peut entraîner des sensations de brûlure, de picotements et de fatigue oculaire. Dans les cas les plus graves, cela peut provoquer des kératites (inflammation de la cornée).

Les conséquences des troubles de la vision chez les boulangers-pâtisseries

Les problèmes de vision peuvent avoir des répercussions importantes sur la qualité de vie et l'efficacité des

boulangers-pâtisseries. Voici les principaux effets sur la santé et la performance au travail :

❶ Fatigue oculaire :

La fatigue oculaire est l'un des premiers signes de détérioration visuelle chez les travailleurs exposés à des environnements mal éclairés ou irritants. Elle se manifeste par des yeux fatigués, une vision floue, des difficultés à se concentrer sur des objets proches ou éloignés, et parfois des maux de tête fréquents. Cette fatigue peut affecter la productivité des travailleurs et augmenter le risque d'erreurs ou d'accidents sur le lieu de travail.

❷ Diminution de l'acuité visuelle :

Un stress visuel continu peut entraîner une réduction progressive de l'acuité visuelle, rendant difficile la précision dans certaines tâches comme la décoration des pâtisseries ou la manipulation d'équipements. Avec le temps, les travailleurs peuvent développer des problèmes de vision comme la myopie ou la presbytie, nécessitant l'utilisation de lunettes correctrices.

❸ Irritations et infections oculaires :

Les irritations fréquentes des yeux, causées par les poussières de farine ou les additifs, peuvent entraîner des inflammations chroniques comme des conjonctivites. Ces infections peuvent nécessiter des traitements médicamenteux ou entraîner des absences temporaires du lieu de travail.

❹ Sécheresse oculaire chronique :

La sécheresse oculaire chronique, causée par un environnement de travail sec ou mal ventilé, peut affecter durablement la qualité de vie des travailleurs. Elle se manifeste par des sensations constantes de brûlures, des yeux rouges et irrités, et des difficultés à maintenir une vision claire. Dans certains cas, cette condition peut nécessiter des traitements à long terme comme l'utilisation de gouttes ophtalmiques pour hydrater les yeux.





Prévention des troubles de la vision chez les boulangers-pâtisseries

La prévention des troubles oculaires dans les boulangeries-pâtisseries repose sur une série de mesures visant à réduire l'exposition aux irritants et à améliorer l'environnement de travail.

❶ Amélioration de l'éclairage :

Un éclairage adéquat est essentiel pour prévenir la fatigue visuelle. Il est important d'installer des luminaires qui diffusent une lumière uniforme dans les zones de travail, en évitant les sources de lumière trop vives ou l'éblouissement direct. L'utilisation d'un éclairage naturel, si possible, est également bénéfique pour réduire la fatigue oculaire.

❷ Contrôle des poussières :

La réduction de la quantité de poussières en suspension, en particulier celles de la farine, est cruciale pour protéger les yeux des boulangers-pâtisseries. L'installation de systèmes de ventilation efficaces, l'utilisation d'aspirateurs industriels et le nettoyage régulier des surfaces de travail peuvent contribuer à maintenir un environnement plus sain.

Il est également conseillé de manipuler les ingrédients de manière à limiter la dispersion des poudres dans l'air, par exemple en utilisant des sacs refermables et

des procédés de pesée automatisés pour éviter les manipulations excessives.

❸ Port de lunettes de protection :

Le port de lunettes de protection peut être un moyen efficace de protéger les yeux des poussières, additifs et produits chimiques présents dans les boulangeries-pâtisseries. Ces lunettes doivent être confortables et adaptées aux conditions de travail pour être portées régulièrement.

❹ Hydratation oculaire :

Pour prévenir la sécheresse oculaire due à l'exposition à la chaleur et à l'air sec, l'utilisation de gouttes oculaires hydratantes peut être recommandée. Ces gouttes aident à maintenir l'humidité des yeux et à prévenir les irritations causées par un environnement de travail sec.

❺ Pauses visuelles :

Comme pour les autres types de fatigue au travail, des pauses régulières sont essentielles pour préserver la santé oculaire. Il est conseillé aux boulangers-pâtisseries de prendre des pauses fréquentes et de détourner leur regard de l'écran ou des objets proches pendant quelques minutes, afin de permettre aux muscles oculaires de se détendre.

● Fl. de Thier



**VINERO
KAPSEL PREMIUM**

**15%
DE RÉDUCTION**
sur Exsensa Lux Butter et
sur Vinero poudre à biscuit
premium

Offre valable de septembre à novembre 2024.
Ne peut pas être combinée avec
d'autres actions.

AB | MAURI

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

A l'apparence parfaite ! Au fonctionnement parfait.

Elle ressemble à du matériel futuriste high-tech et, pour votre surprise, la **Multiwasher®** est futuriste. Ce n'est pas seulement une question d'apparence, c'est la solution ultime pour obtenir les meilleurs résultats de lavage. Parce que la perfection n'est pas seulement une question d'apparence, mais aussi d'efficacité, parce que perfection c'est concilier l'apparence avec l'efficacité.

Tous les petits détails de conception ont une raison d'être. La **Multiwasher®** a été développée pour être ergonomique et facile à utiliser, tout en offrant les meilleurs résultats. C'est ça la définition de perfection.

Bruggerre
FOOD MATERIALS & INGREDIENTS
SINCE 1909

**MULTI
WASHER**
unlimited efficiency



Le dessous des cartes du blé, plus de paix que de guerres?

En lisant les auteurs qui ont écrit les premiers traités sur le blé, on remarque que suivant le climat, les pratiques consistent très tôt dans l'histoire à semer des blés d'hiver dès le début de l'automne ou des blés de printemps vers le mois de mars suivant.

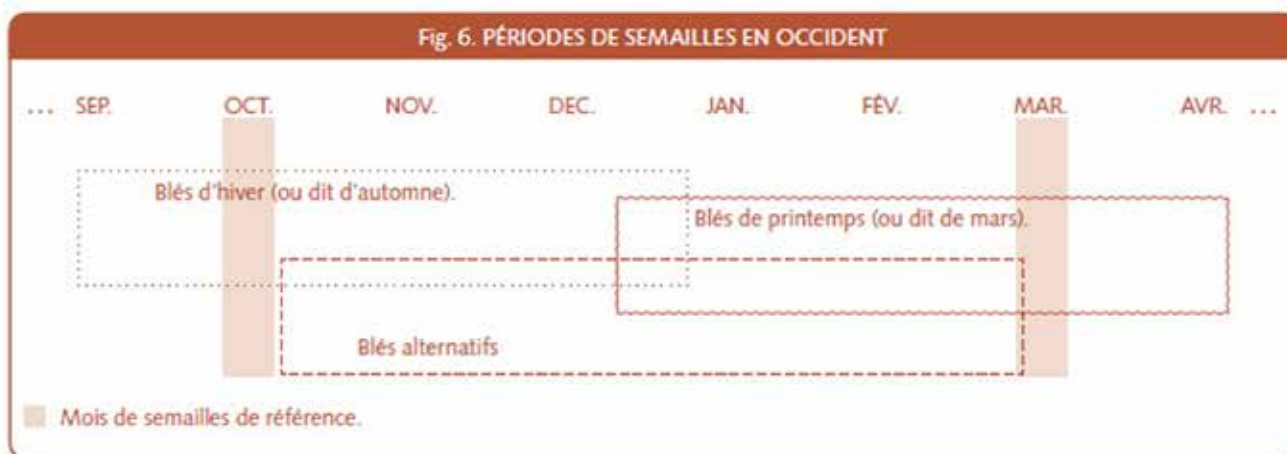
Avec leurs plus longs parcours en terme de durée, les semences d'hiver donnent nettement de meilleurs rendements et de plus gros grains, c'est plus que probablement pour cette raison qu'ils ont gagné la préférence des céréaliculteurs de manière générale¹. La courbe de diminution des semences de printemps est constante en France au cours des années 1970-1980 on passe sur dix ans de 250 000 hect. à 50 000 hect.². Le semis de printemps devient pratiquement le « rattrapage » des semences d'hiver lorsque celles-ci ont été brûlées par le gel (ce qui a été relevé en 1946-47 et 1955-56), soit aussi « déchaussées » (rupture du lien entre les racines et la plante du au gel et dégel) ou victimes de germinations ratées.

Le blé tendre d'hiver ne peut souvent donner un épi qu'après avoir été soumis au gel. S'il est semé au

printemps, il ne donnera feuilles et épi que l'année suivante. Les blés semés au printemps ont quant à eux une meilleure disposition à donner une qualité « panifiable ». Pour ces derniers, dans le Nord-Est de l'hémisphère Nord l'épiaison (stade de la plante blé où l'épi apparaît) dépend plus de l'allongement de la durée du jour, ce que l'on va appeler le photostade.

Il existe la possibilité d'utiliser un troisième type qui sera appelé semis alternatif pour cette raison, puisqu'il s'agit d'un blé d'hiver tardif ou blé de printemps hâtif³.

Le choix de semer l'hiver ou au printemps est une stratégie propre à l'agriculteur, mais qui est très souvent subordonnée aux conditions climatiques, de durée de clarté du jour et de pouvoir « entrer dans le champ » surtout avec les lourds outils mécaniques.



¹ J.-P. CHARVET, *Le blé*, éd. Economica, 1990, p. 12 ; A. MEZERHKO, *Wheat Pool of European Russia*, extrait du livre *World Wheat Book*, éd. Lavoisier 2001, p. 262 ; D. SOLTNER, *Les grandes productions végétales*, édition Sciences et techniques agricoles, 15^e édition, 1987, p. 112 ; G. BRANLARD, M. DARDEVET, I. GATEAU, C. MARCOZ, B. MARTINI, *Bases génétiques de la qualité des blés de demain* publié dans la revue *Industries des céréales*, n°114 de septembre 1999, p. 5.

² D. SOLTNER, 1987, déjà cite note 1, p.50-51.

³ D. SOLTNER, 1987, déjà cite note 1, p. 50-51 ; J.-P. CHARVET, *Le blé*, éd. Economica, 1990, p. 12.

⁴ Sigrid GROSSKOPF, *L'alliance ouvrière et paysanne en URSS (1921-1928)*, *Le problème du blé*, éd. Maspero, 1976, p. 65 ; J.-P. CHARVET, *Le blé*, éd. Economica, 1990, p. 49.



Pour comprendre, par l'exemple la culture du blé semée au printemps, celle qui ne passe pas l'hiver, allons voir les conditions de terrain. Dans les bonnes terres noires de Russie et d'Ukraine, le gel n'est absent que 130 à 160 jours l'an et fait chômer le travail de la terre pendant 7 à 8 mois⁴. Au Canada, « les montants des portes ou autres constructions en bois qu'on démolit en automne sont encore gelés à leur extrémité inférieure » dit-on en 1897⁵. Il n'est pas rare que les récoltes actuelles dans les régions les plus septentrionales du Canada se terminent sous la neige⁶ et que pour le coup l'on pratique la dessiccation du blé par le biais d'une « maturité chimique » en tuant le blé par un traitement à l'herbicide juste avant de récolter, ce qui inévitablement le séchera⁷.

Citons maintenant en résumé agronomique les handicaps que peut vivre le blé qui lui passe l'hiver : les très basses températures négatives, la couverture de neige trop mince avant la gelée, les vents secs de printemps, l'alternance du gel et du dégel au printemps qui parfois sépare (déchausse) la tige externe des racines⁸.

Dans les premiers temps de la sélection généalogique (celle qui au début du xx^e siècle sera réalisée par les premiers sélectionneurs professionnels) orientant les choix génétiques parentaux, on essaye surtout d'établir un choix dans des graines de ce froment qui soit résistant et précoce. Le premier souci est que la récolte arrive à bon terme, surtout dans les terres gagnées sur l'Arctique. Pour rester plus local et dans une aire française, ce sera vers le Nord de la France que l'on va trouver un grain-semence mieux rempli grâce à une plus longue durée du jour et surtout l'absence de sécheresse qui évitait l'échaudage (graines rapetissées par la sécheresse) potentiellement plus présent au Sud de la France⁹.

La sélection par le climat essaye de renforcer une rusticité, d'ailleurs, « l'on disait autrefois que les bonnes semences devaient descendre du Nord vers le Sud »¹⁰. En France la région d'Armentières, au nord de Lille a développé une bonne réputation de production de semences de blé. La petite région de Pévèle est dans



les Hauts de France également. Elle se trouve à l'est de Lille et elle a compté jusqu'à 81 multiplicateurs de graines de betteraves¹¹ puis beaucoup de ceux-ci devinrent des sélectionneurs-obtenteurs de semence de blé par après. Citons Simon-Legrand, Lemaire-Deffontaines, Blondeau, Cambier-Leleu, Lepeuple, Bataille, G. Laurent, Carbon, Verdavoir, Momont, intégré en 2014 dans le groupe allemand KWS, ce même groupe avait déjà repris Lochow-Petkus en 1968. La variété Cappelle, descendant du blé de Noé, crée en 1931 et agréée en 1946¹², fut pendant 18 années leader¹³ du marché français après la guerre 40-45. Cappelle est aussi le nom du village de la Pévèle où son obtenteur, la firme Florimond Desprez a ses champs de collection.

Dans les sélectionneurs spécialisés en blés en France, citons l'incontournable Vilmorin et son commerce qui de la Mégisserie à Paris, avec de 1815 à 1972 ses 100 hectares de champs de collections à Verrières-le Buisson dans l'Essonne. Au bout de son histoire la firme sera reprise par Limagrain en 1975, elle avait été créée par un jardinier du Roi de France et est quasi issue d'une « dynastie » où 9 générations se succéderont à sa tête de 1743 à 1972.

⁵ Heinrich E. JACOB, *Histoire du pain depuis 6000 ans*, ouvrage d'abord publié en anglais en 1944, traduit de l'allemand en français *Sechtausend Jahre Brot*, 1954 et édité au Seuil, 1958, p. 343.

⁶ J.-P. CHARVET, *Le blé*, édité. Economica, 1990, p. 49.

⁷ Émission *Investigation* : *Gluten, ennemi public*. Comment expliquer cette hausse d'intolérance ?, diffusée sur la chaîne de la RTBF, La Une, le 07-04-2021.

⁸ Stephan SYMCO, *Il n'aura fallu qu'une seule graine*. L'Odyssée heureuse du blé Marquis au Canada depuis ses origines en Ukraine, texte mis en ligne sur le site d'Agriculture et agroalimentaire Canada en 1999, chapitre *Le blé cultivé aux premières heures* ; D. SOLTNER, déjà cité note 1, 1987, p. 36.

⁹ Yoanne SCOTTEZ et Th. DEBAILLEUL, *Les blés tendres cultivés dans le Nord - Pas de Calais de 1800 à 1930*, ADEARN, 2014, p.23.

¹⁰ Ph. LEMAIRE et Bruno FOUROT, *150 ans d'histoire de la semence en Pévèle*, Brochure publiée à l'occasion de la fête de la semence organisée par l'OGEC-APEL de l'École du Sacré Cœur, en août 1995, p.2.

¹¹ Ph. LEMAIRE et Bruno FOUROT, cité note 10 précédente, p.16.

¹² P. JONARD, *Les blés tendres cultivés en France, Déterminations et caractéristiques culturales*, éd. Inra, 1951, p.198.

¹³ C. BONNEUIL et F. THOMAS, *Gènes, pouvoirs et profits*, éd. Quae, 2009, p.144 et 471.

Citons encore les firmes, C.C.Benoist dans les Yvelines, intégré dans Syngenta depuis 2001, Tézier frères à Valence dans la vallée du Rhône repris également dans le groupe Limagrain¹⁴.

On comprend mieux que pour obtenir cette amélioration de précocité, sur notre terre les semences les plus recherchées viennent du Nord, de Russie et d'Ukraine¹⁵. Même s'il est difficile d'avoir des preuves fondées sur les premiers signes de communautés agricoles organisées, on sait que le peuple scythe (originaire de Mésopotamie, il faut le dire) a joué un grand rôle sur les tchernozioms, les fertiles terres noires de Russie et d'Ukraine¹⁶.

Au début du xx^e siècle, un spécialiste russe de l'histoire du blé, M. Jakubziner (descendant des familles russo-germaniques), écrit que les blés russes et ukrainiens ont joué très tôt un rôle important à titre de semence. C'était un cadeau pour les paysans, en particulier en raison de sa grande qualité boulangère, sa rusticité, sa précocité et sa résistance au froid¹⁷. À la fin du xix^e siècle, une des premières banque de semences, celle du bureau de botanique appliquée de Saint-Petersbourg, fondée par Nikolai I. Vavilov, fait aussi figure de légende dans l'histoire et les fondements de l'amélioration génétique du blé¹⁸.

C'est pendant le consulat (1799-1804) qu'un petit temps de paix prend forme en France et grâce à l'argent qu'avait amassé la république, l'on importe des blés en quantité en provenance de l'Ukraine¹⁹.

Dès 1826 l'on sait que les blés dits « russes » sont importées régulièrement des riches terres noires d'Ukraine orientale via la Mer Noire et la Méditerranée jusqu'à Marseille²⁰ ou de la mer Baltique à Rouen via la ligue hanséatique²¹.

À cette époque, la Russie et l'Ukraine exportaient du blé de bonne qualité boulangère tandis qu'en France, il manquait de ce type de blé²². Le marquis de Noé, important meunier près de Nérac et propriétaire terrien dans le Sud-Ouest français, écrasait dans ses moulins du blé qu'il achetait directement à Odessa. Il l'ensemait



et en vendait en semence également pour renforcer la qualité de ses approvisionnements locaux, d'où le blé de Noé²³. Ce blé peut revendiquer une large part de paternité des premières variétés françaises réalisées par croisement et la sélection généalogique²⁴.

Pour cultiver la grande prairie de l'Amérique du Nord, il n'aura fallu qu'une graine.

En 1749, au Canada l'essai de variétés de froment et de seigle de printemps scandinaves ébauche déjà le choix des semences vers lesquels il faut se diriger²⁵. Ces premières expériences furent menée par le botaniste fino-suédois Pehr Kalm (disciple de J. Linné et qui eu des échanges avec B. Franklin).

Après les guerres anglo-françaises et la guerre d'indépendance en Amérique, sur les terres vierges du Nouveau-Monde, les semences russes et ukrainiennes vont confirmer leur bonne réputation. Elles sont si connues et recherchées qu'elles ne manqueront pas de « faire partie du bateau ». Nancy Green, racontant l'histoire des émigrants, parle de familles allemandes vivant en Russie²⁶. C'est que l'on compta jusqu'à deux millions de colons germaniques

¹⁴ F. FLANDRIN, *Les blés de semences*, Guy Le Prat éditeur, 1949, p.58-66 ; L. BRÉTIGNIÈRE, *La répartition des variétés de blés en France*, publié dans la *Revue de botanique appliquée et d'agriculture coloniale*, n°16, décembre 1922, p.785 -792.

¹⁵ E.N. HORSFORD, *Report on Vienna bread*, soit *Rapport sur le pain viennois* lors de l'exposition universelle de Vienne en 1873, édité par l'imprimerie gouvernementale de Washington, 1875, p. 15-16 ; L. AMMANN, *Meunerie et Boulangerie*, Encyclopédie agricole, Paris 1925, p. 70.

¹⁶ Moshe FELDMAN, *Origins of Cultivated wheat*, soit *Origine du blé cultivé* du livre *World Wheat Book*, éd. Lavoisier 2001, p. 17 ; IBN BATTÛTA, *Voyages* tome II, édition de la découverte, 1982, p. 202 ; Marie GAGARINE, *Blonds étaient les blés d'Ukraine*, éditions Robert Laffont, 1989, p. 17 ; Mikola LITVINENKO, Savely LYFENKO, Fedir POPERELYA, Lasar BABAJANTS et Anatoliy PALAMATCHUK, *Ukrainian Wheat Pool -le bassin du blé ukrainien-* extrait du livre *World Wheat Book* soit *Le livre mondial du blé*, éd. Lavoisier 2001, p. 353.

¹⁷ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, chapitre *Termes slaves dans la nomenclature du blé*.

¹⁸ Anatoly F. MEZERHKO, *Wheat Pool of European Russia*, extrait du livre *World Wheat Book*, éd. Lavoisier 2001, p. 269-270.

¹⁹ Heinrich-E. JACOB, *Histoire du pain depuis 6000 ans*, ouvrage d'abord publié en anglais en 1944, traduit de l'allemand en français *Sechtausend Jahre Brot*, 1954 et édité au Seuil, 1958, p. 266.

²⁰ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, chapitre *L'histoire du blé ukrainien*.

²¹ J. BOTTIN, *Négoces et crises frumentaires. Rouen et ses marchands dans le commerce international des blés, xvi^e-xvii^e siècle*, dans la *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 45-3, juillet-septembre 1998, p. 559, p. 562-563.

²² S. SYMKO, déjà cité note 8, chapitre *L'histoire du blé ukrainien* ; L. AMMANN, déjà cité note 15, 1925, p. 70.

²³ Alain BONJEAN et Renaud LEBLOND, *Les trésors du blé*, éd.lpm, 2000, p. 30-32 ; Henri de VILMORIN et ANDRIEUX, *Les meilleurs blés, Description et culture des principales variétés de froments d'hiver et de printemps*, Paris, Maison Vilmorin-Andrieux, 1880 mis en ligne par l'Inra-Agrotopolis Museum en 2006, p. 54.

²⁴ Alain BONJEAN, Gérard DOUSSINAULT et Jayme STRAGLATI, *French Wheat Pool*, du livre *World Wheat Book*, éd. Lavoisier 2001, p. 356.

²⁵ Coline ARNAUD et Denis SAILLARD, *Pain et Liberté, du moyen-âge au XXI^e siècle. Une histoire politique du pain*, Edition Textuel, 2023, p.51.

²⁶ Nancy GREEN, *L'odyssée des émigrants. Et ils peuplèrent l'Amérique*, éd.Gallimard 1994, p. 74.



en Russie, dont 600.000 dans l'éphémère (1924-1941) république germanique de la Volga²⁷. Autre concentration allemande en Ukraine, la colonie de Molotschna fondée dès 1804 sur le Dniepr²⁸. Dans ces familles, notamment des communautés mennonites, apparentées à l'église protestante, dont dérivent les Amish. Un peu dissemblant dans les émigrants vers l'Amérique des familles de molokans ou de doukhobors (groupes religieux dissidents eux de l'Église orthodoxe), qui transportèrent aussi leur bonne organisation agricole à travers l'Atlantique, ainsi que des boisseaux de blé de Crimée et d'Ukraine occidentale, résistant aux hivers les plus durs. Ils transformèrent les États du Dakota et le Minnesota en l'une des zones de culture de blé les plus connues au Monde²⁹ au point de trouver au bord du lac Michigan à Chicago dans l'Illinois, la plus grande bourse au Monde du marché à terme du blé (la Chicago Board Of Trade – C.B.O.T)³⁰ créée en 1848.

Entrons plus dans le détail. En 1842, au Canada, où se prolonge la grande prairie du nord des États-Unis, David Fife, un émigré écossais, avait demandé à un ami resté au pays de lui envoyer des semences de l'Europe du Nord. De celles qui résistent aux grands froids et aux courtes et fortes chaleurs du climat plus tranché du Canada. Il reçoit des semences de blé dites « de Pologne » débarquées à Glasgow et venant de Gdansk (ex- Danzig)³¹. Il faut aussi noter que la Pologne d'alors ne couvrait pas le même territoire qu'aujourd'hui. Il faut se représenter les frontières de ce pays à cette époque qui ont glissées d'environ 300 km. vers l'Ouest surtout en 1925 et 1945.

Quant aux Ukrainiens, ils étaient parfois inscrits comme immigrants russes, polonais ou autrichiens, trois nations qui occupaient l'espace ukrainien. L'Ukraine n'existera en tant que pays indépendant que de manière éphémère lors de la révolution russe en 1920-1921 et de façon plus constante depuis 1991³².

Revenons à David Fife qui ne savait pas si la variété reçue était un froment d'hiver ou de printemps. Comme il reçut ses semences au printemps, il les sema directement. Mais

le froment ne mûrit pas, sauf quelques épis, probablement d'une autre variété qui se serait retrouvée dans son mélange par hasard. Il ressema cette variété le printemps suivant, puis les multiplia. Alors que les récoltes avoisinantes souffrirent toutes des conditions climatiques défavorables, ce blé résista.

D'où le soin que l'on apporta à cette variété et l'éloge que les journaux agricoles canadiens en firent dès 1860³³. Ce type de grain de blé fut appelé *Red Fife*³⁴. Ilensemencera assez vite la « grande prairie », soit tout le sud de l'Ontario³⁵ puis l'ensemble du Canada pour ensuite gagner même le nord des États-Unis.

Un des premiers grands sélectionneurs du Commonwealth, le pharmacien canadien devenu sélectionneur, William Saunders, retrouvera l'identité du *Red Fife* en recevant en 1905, soit 63 ans après David Fife, des semences de blé (froment) d'un marchand de graines d'Allemagne. Cet échantillon provenait d'Halychina (soit « de Galicie » en ukrainien) quelque part en « Allemagne de l'Est ou en Russie occidentale ». Il était si ressemblant au *Red Fife* que William Saunders les compara en culture et panification, mettant en évidence leurs similitudes³⁶.

L'écossais Patrick Shirreff reprendra plus tard ce *Red Fife* ou *Halychanka*, dans ses blés géniteurs³⁷.

Vers 1873, des pionniers du Nouveau-Monde s'installent dans un autre climat, la « grande plaine » au centre des États-Unis d'Amérique. Dans cette contrée c'est le blé d'hiver qui s'implantera.

La même communauté religieuse allemande précitée (les mennonites) d'abord invitée en Ukraine fin du XVIII^e siècle par la Grande Catherine II, tsarine de Russie³⁸, pour repeupler la région récemment reconquise (de 1768 à 1774) à l'empire ottoman³⁹, voit aussi ses privilèges de liberté religieuse s'effondrer plus tard et prend le parti d'émigrer dans l'espoir de les retrouver ailleurs. Ces mennonites, suivis ensuite par les doukhobors (soutenu par Léon Tolstoï)⁴⁰, émigrent et

²⁷ Anton ZISCHKA, *Du pain pour deux milliards d'hommes*, trad. de l'allemand par Collin DELEVAUD, Paris, Flammarion, 1944, 356 pages

²⁸ Henri SMITH, *Smith's Story of the Mennonites d'hommes* : Revised and expanded by Cornelius Krahn, soit, *L'histoire de Smith, des mennonites*: révisée et développée par Cornelius Krahn, Newton, Kansas, Faith and Life Press, 1981, p.249-356.

²⁹ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, chapitres *Expansion de l'industrie meunière* et *L'apport du blé ukrainien à l'économie du Canada* ; Le site <http://www.molokane.org/>.

³⁰ Encyclopédie Wikipédia au mot Chicago Board Of Trade.

³¹ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, au chapitre *Histoire du blé ukrainien* ; A. A. PARMENTIER, *Le parfait boulanger ou traité complet sur la fabrication et le commerce du pain*, réédition chez Jeanne Laffitte en 1981 de l'édition de Paris en 1778, p. 116 ; Eugène M. PÉLIGOT, *La composition du blé*, Mémoires lu à l'Académie des sciences le 5 février 1849, extrait des *Annales de Chimie et de Physique*, 3^e série, Tome XXIX, 1849, p. 17, 30 ; H. de VILMORIN, p. 144 ; Michel CHAUVET, Catalogue *Les céréales en Egypte ancienne* de l'exposition de l'INRA-Agropolis Muséum, 2004.

³² Stephan SYMKO, déjà cité note 8, chapitre *Histoire du blé ukrainien* ; Andreas KAPPELER, *Russes et Ukrainiens, les frères inégaux du moyen-âge à nos jours*, édition originale de 2017, traduit de l'allemand par Denis ECKERT, CNRS éditions, 2022, p.15 -22 et 275-281.

³³ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, chapitre *Origine du Red Fife*, cite les journaux de l'époque ; *The Country Gentleman and Cultivator, Canadian Agriculturist, Manitoba Daily Free Press*.

³⁴ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, aux chapitres *Origine du Red Fife* et *La redécouverte du blé Halychanka (Red Fife)*.

³⁵ Janice MURRAY GILL, *Canadian bread book* soit *Le livre du pain canadien*, édition française, titre *Le pain*, Ed. de l'homme, 1980, p. 16, 19.

³⁶ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, chapitre *La redécouverte du blé Halychanka (Red Fife)*.

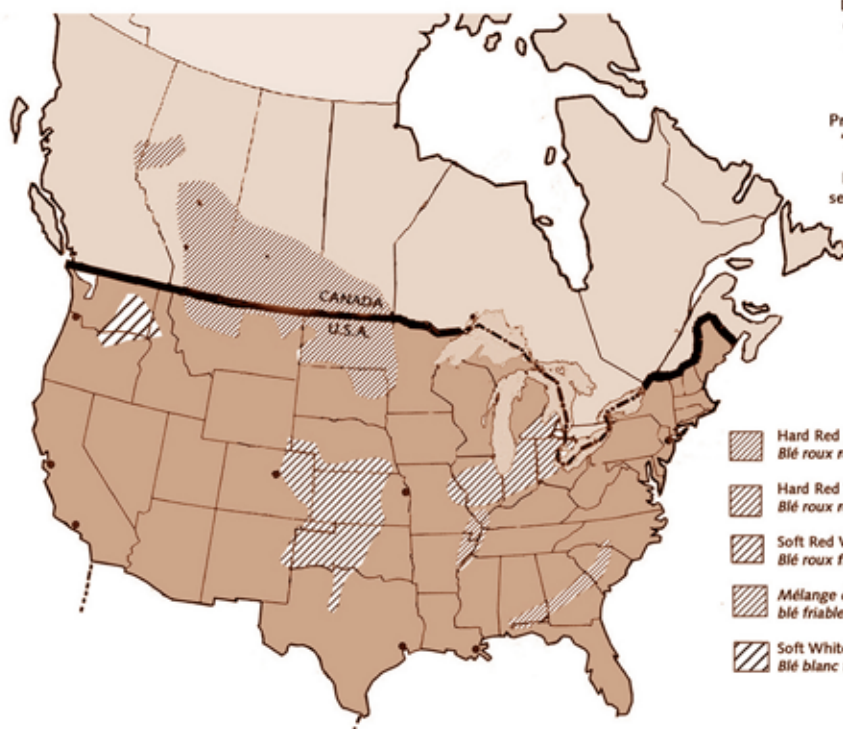
³⁷ William ANGUS, *United Kingdom Wheat Pool*, du livre *World Wheat Book*, éd. Lavoisier 2001, p. 113.

³⁸ Bernard VOGLER, -sous la direction de..., Georges BISCHOFF, François IGERSEIM, François PETRY et Charles ZUMSTEEG, *L'Alsace, une histoire*, édition Oberlin, 6^e éd. 1995, p. 37 ; Adalbert GOERTZ, *Land Acquisitions 1833-1866 by Mennonites in West Prussia – Acquisitions foncières 1833-1866 de Mennonites en Prusse occidentale* -, à l'adresse URL <http://www.mennonitegenealogy.com/prussia/land1833.htm>; Andreas KAPPELER, *Russes et Ukrainiens, les frères inégaux du moyen-âge à nos jours*, édition originale de 2017, traduit de l'allemand par Denis ECKERT, CNRS éditions, 2022, p.92.

³⁹ Andreas KAPPELER, déjà cité note 38 précédente, p.92.

⁴⁰ Pierre LAROUSSE, *Grand Dictionnaire Universel du XIX^e siècle* en XV volumes, vers 1870, au mot *doukhoborzes* ; John WOODSWORTH, *Russian roots and Canadian wings* soit *Des racines russes et des ailes canadiennes* préfacé par Vladimir Tolstoï, éd. Penumra Press, 1999.

Les régions de culture de blés des Etats-Unis et du Canada, sont spécifiques. D'hiver ou de printemps, les blés seront "hard" ou "soft"



Dans "les grandes prairies", à cheval entre les Etats-Unis et le Canada, ce sera des blés de printemps, "hard".
Au centre, des Etats-Unis, dans la "grande plaine", ce sera du blé qui passe l'hiver".
Près des grands lacs, ce sera un blé plus "soft" et au Sud-Est, un mélange de deux types de blé.
Près de la côte Est des Etats-Unis, ce sera de blés blancs pour la pastification.

- Hard Red Spring Wheat, soit ; Blé roux résistant de printemps
- Hard Red Winter Wheat, soit ; Blé roux résistant de printemps
- Soft Red Winter Wheat, soit ; Blé roux friable de printemps
- Mélange de blé résistant et de blé friable de printemps
- Soft White Wheat, soit, Blé blanc friable

emmènent avec eux des froments cultivés sur les tchernozioms, les bonnes terres noires russes et ukrainiennes. Il y eut 7.500 doukhobors qui émigrèrent de Transcaucasie au Saskatchewan en 1899⁴¹.

À Manhattan, ville du Kansas (le cœur géographique des États-Unis), un collaborateur scientifique de la station officielle d'essais, Marc Carleton, s'intéresse de près au froment des mennonites⁴². Pris par le virus de l'amélioration, il décide de parcourir par deux fois la Russie à ses frais, en 1898 et 1900⁴³. Il en ramène des centaines d'échantillons, notamment les variétés Ghirka⁴⁴, un blé tendre de printemps provenant des régions de la Volga, K[o]ubanka, un blé dur qui dans un premier temps fut refusé par les meuniers américains du fait de sa dureté et Karkova, un blé tendre d'hiver⁴⁵.

Il étudie et sélectionne ensuite pendant des années leurs comportements. Et finalement c'est la culture du Hard Red Winter, le blé rouge d'hiver résistant, qui s'imposera un peu grâce à lui dans la « grande plaine »

américaine qui deviendra ainsi un Wheat Belt, soit région du blé.

Le mennonite Bernhard Warkentin, né en Russie méridionale à l'époque (Ukraine orientale actuel), devient en 1847 un personnage important de la filière économique du blé aux États-Unis. Il importe de Russie en 1885 et 1900⁴⁶ vers le Kansas de grandes quantités de la variété dénommée Turkey (appellation un peu vestige de la domination ottomane en Ukraine orientale et sur les Balkans qui se termina fin du XVIII^e siècle).

Les américains du Nord ont conservé jusqu'à nos jours, l'épithète rouge, Red, pour désigner leur blé tendre de qualité, à haute teneur en protéines, dit hard en anglais. C'est un peu comme un « label rouge ». Le blé à l'enveloppe blanche sera lui associé à l'autre épithète, soft, à moindre teneur en protéines. Ce type de blé est plutôt réservé à la biscuiterie ou aux pâtes alimentaires⁴⁷.

À suivre...

● M. Dewalque

⁴¹ Ernest VOGT et Fritz CALMBACH, *Le boulanger-Pâtissier suisse, tome I, Le boulanger*, édition Ott, 1944, p. 51-53 ; Encyclopédie Wikipédia au mot Doukhobors.

⁴² Maggie GLEZER, *Artisan Baking across America, -Panification artisanale à travers les Etats-Unis d'Amérique-*, éd. Artisan 2.000, p. 45 ; Stephan SYMKO, déjà cité note 8, Chapitres, *Origine du blé Red Fife et Expansion de l'industrie meunière* ; Hans-Joachim BRAUN, Nusret ZENRICI, Fahri ALTAY, Ayhan ATLI, Muzzafer AVCI, Vehbi ESER, Mesut KAMBERTAY et Thomas S.PAYNE, *Turkish Wheat Pool*, du livre *World Wheat Book*, éd. Lavoisier 2001, p. 861 ; M. GAGARINE, déjà cité note 16, p. 85 ; CARVER BRETT.F., Athur R.KLATT & Eugene KRENZER, *U.S.Hard Winter Wheat Pool* du livre *World Wheat Book*, éd. Lavoisier 2001, p. 449.

⁴³ Ernest VOGT et Fritz CALMBACH, p. 52 ; Film *Forgotten Victory* de Fred ZINNEBACH, 1939 en hommage à M. CARLETON.

⁴⁴ Louis AMMANN, déjà cité note 15, p. 69 ; Joseph Marie Philippe de VILMORIN, *Supplément aux Meilleurs Blés*, Paris, Maison Vilmorin-Andrieux, 1909, mis en ligne par l'Inra-Agropolis Museum en 2006, p. 102 ; Trofim LYSSENKO, *Agrobiologie, génétique, sélection et production des semences*, Editions de l'Académie de l'URSS, éditions en langues étrangères, Moscou, 1953, p. 82-94.

⁴⁵ Thomas D. ISERN, *Wheat explorer the world over. Mark Carleton of Kansas*, Vol. 23 de Kansas History, été 2000, p. 12-25.

⁴⁶ Gary M. PAULSEN, M. et James P. SHROYER, *The Early History of Wheat Improvement in the Great Plains*, soit *Les prémices de l'histoire du blé dans la grande plaine*, A Supplement to Agronomy Journal Celebrate the Centennial, 2008, p. 74.

⁴⁷ Stephan SYMKO, déjà cité note 8, chapitre *Développement des variétés de blé au Canada*.



Un précompte professionnel sur les indemnités d'invalidité dès le 1^{er} janvier 2025

Un précompte professionnel sera retenu sur les indemnités des personnes en invalidité, dès le 1^{er} janvier 2025, ceci pour leur éviter de devoir payer un montant élevé au moment du calcul annuel des impôts, a annoncé l'Inami dans un communiqué. Il s'agit plus précisément des personnes reconnues en incapacité de travail depuis plus d'un an.

Un précompte professionnel de 11,11 % sera retenu sur les indemnités versées pendant une période d'invalidité. Cette retenue sera effectuée par la mutualité du travailleur, salarié ou indépendant.

« Le précompte professionnel est un paiement anticipé d'impôts. Cette nouvelle mesure fiscale vise à éviter que les personnes en invalidité ne se retrouvent face à un montant élevé à payer après la liquidation annuelle de l'impôt parce que leur mutualité ne retenait pas de précompte professionnel », explique l'Inami.

Pour éviter que les personnes en incapacité de travail ne perçoivent des indemnités trop faibles, cette retenue ne pourra pas diminuer l'indemnité d'invalidité sous un certain montant journalier minimal. Ce montant minimal diffère selon la situation familiale : de 66,97 euros pour une personne avec charge de famille à 49,56 euros pour une personne sans charge de famille.

Par ailleurs, un précompte professionnel de 11,11 % est toujours retenu sur la prime annuelle de rattrapage.

Sources : Belga





DISTRIB

Distributeur automatique - Vending Machine

info@ledistrib.be - www.ledistrib.be







Mais pourquoi aime-t-on tellement le chocolat ?



Le chocolat est l'une des gourmandises les plus appréciées dans le monde, et son succès s'explique par une combinaison complexe de facteurs sensoriels, chimiques, culturels et psychologiques. Cet aliment, issu du cacao, est bien plus qu'une simple friandise ; il est associé à des moments de plaisir intense, des souvenirs d'enfance et même des rituels sociaux qui enrichissent nos vies de multiples façons.

Un plaisir sensoriel unique

La première raison pour laquelle le chocolat est tant aimé réside dans ses caractéristiques sensorielles. Le goût du chocolat, riche et sucré, est unique grâce aux fèves de cacao qui contiennent plus de 600 composés aromatiques, ce qui en fait l'un des aliments les plus complexes du point de vue gustatif. Sa texture fondante est également une source de plaisir, car le chocolat se transforme en une substance veloutée et homogène lorsqu'il fond dans la bouche, à la température du corps humain. Ce processus, appelé enrobage oral, stimule les papilles et déclenche une expérience sensorielle enveloppante.

Quelques-uns des composés actifs du chocolat

Le cacao serait l'un des aliments les plus riches en flavonoïdes, surtout la catéchine et l'épicatéchine, ce qui lui confère, selon plusieurs études, une grande capacité anti-oxydante. Les flavonoïdes comptent pour 10% des composantes de la poudre de cacao. Ils seraient responsables de certains effets cardioprotecteurs attribués au cacao. Il est important de noter que selon la quantité de cacao qu'ils contiennent, les chocolats n'ont pas tous la même quantité de flavonoïdes. La poudre de cacao arrive en tête de liste pour la teneur la plus élevée en flavonoïdes, suivie par le chocolat noir. Le chocolat au lait a une concentration moindre en flavonoïdes que le chocolat noir. Cette différence serait le résultat de l'effet de dilution causé par l'ajout de produits laitiers. De plus, le pouvoir antioxydant des flavonoïdes est probablement plus important dans le chocolat noir que dans le chocolat au lait, car il a été démontré que le lait pouvait inhiber l'absorption des flavonoïdes dans l'intestin. Le chocolat blanc, quant à lui, ne contient pas de

flavonoïdes puisqu'il est fabriqué seulement à partir de beurre de cacao.

De façon générale, les recherches indiquent que la consommation de flavonoïdes dans les aliments et les boissons peut diminuer le risque d'athérosclérose, un processus menant à l'apparition des maladies cardiovasculaires. De plus, les flavonoïdes empêcheraient l'oxydation des LDL (« mauvais » cholestérol) de même que l'agrégation des plaquettes sanguines, deux autres facteurs de risque des maladies cardiovasculaires. Finalement, certains types de flavonoïdes améliorent l'élasticité (capacité à se dilater et à se contracter) de la paroi des vaisseaux sanguins, un point critique dans la prévention des maladies coronariennes. Plusieurs études ont évalué l'effet spécifique de la consommation de cacao et de chocolat noir sur différents marqueurs du risque cardiovasculaire.

De plus, le chocolat contient des substances qui affectent le cerveau. Il est riche en théobromine,





contient un peu de caféine: ce qui stimule le système nerveux central et procure une légère sensation d'euphorie et de vigilance. Le chocolat contient également de la phényléthylamine qui est un léger antidépresseur et un stimulant similaire à la dopamine et à l'adrénaline de l'organisme. De plus, la consommation de chocolat entraîne la libération d'endorphines et de sérotonine, des neurotransmetteurs qui jouent un rôle clé dans la régulation de l'humeur et dans la gestion du stress.

Pour beaucoup, manger du chocolat est une réponse naturelle au stress ou à des émotions négatives. C'est en partie pour cela qu'on le qualifie souvent de « réconfort alimentaire » (comfort food). Ce comportement s'explique par la capacité du chocolat à stimuler la libération de dopamine dans le cerveau, une hormone associée au plaisir et à la récompense. En période de stress, le chocolat procure ainsi une

sensation immédiate de réconfort, en réduisant la perception de l'anxiété et en induisant une relaxation momentanée.

Un héritage culturel et historique

L'attrait du chocolat dépasse de loin ses effets chimiques et sensoriels : il est profondément ancré dans notre culture et nos traditions. Les Mayas et les Aztèques, parmi les premières civilisations à découvrir le cacao, le considéraient comme un aliment sacré, et il était consommé lors de rituels religieux. Avec la colonisation, le chocolat a été introduit en Europe, où il est devenu un symbole de luxe et de raffinement. Aujourd'hui, il accompagne presque toutes les grandes fêtes et célébrations dans de nombreuses cultures, de Pâques à la Saint-Valentin, et il est souvent offert en cadeau, incarnant des sentiments d'affection et de gratitude.

Une industrie et un marketing puissants

Le succès du chocolat est aussi renforcé par une industrie mondiale qui s'emploie à perfectionner son image. Les marques de chocolat investissent massivement dans le marketing pour séduire les consommateurs avec des messages qui associent leurs produits à la sensualité, à la détente et au bonheur. Des images de paysages exotiques où pousse le cacao aux publicités mettant en scène des moments de partage et d'amour, le chocolat est présenté comme un produit incontournable pour enrichir la vie quotidienne. Cette construction de l'image du chocolat amplifie son attrait, en renforçant l'idée que le chocolat est plus qu'une gourmandise : c'est une expérience sensorielle et émotionnelle qui mérite d'être partagée.





La science de l'addiction au chocolat

Il est intéressant de noter que le chocolat, bien que non addictif au sens médical strict, peut provoquer une forme d'addiction comportementale. La combinaison de sucres et de graisses présente dans le chocolat active les circuits de récompense du cerveau de manière similaire aux drogues douces, entraînant des envies compulsives. Cela explique pourquoi beaucoup de gens ont du mal à s'arrêter après une seule bouchée, et pourquoi il est souvent associé à des habitudes de consommation excessives.

La diversité des produits et des usages

Enfin, le chocolat est apprécié pour sa polyvalence. Il existe dans une gamme infinie de variétés, allant du chocolat noir intense au chocolat blanc crémeux, sans oublier les multiples arômes et fourrages possibles. On le retrouve dans une multitude de recettes, des tablettes aux pâtisseries en passant par les boissons chaudes et les crèmes glacées. Cette diversité permet à chacun de trouver son type de chocolat préféré et d'en explorer de nouvelles formes et saveurs, ce qui contribue à renforcer son attrait et sa popularité.



J'ai interrogé 20 enfants entre 6 et 12 ans pour savoir pourquoi ils aimaient le chocolat. Voici leurs réponses.



"J'adore le chocolat, c'est trop bon !"

"Le chocolat, ça fond dans la bouche, j'aime trop."

"C'est sucré et ça me rend heureux !"

"J'aime le chocolat parce que ça me fait sourire."

"C'est le meilleur goûter du monde !"

"Quand je mange du chocolat, je me sens bien."

"Le chocolat, c'est ma friandise préférée."

"Je pourrais en manger tous les jours."

"Le chocolat, c'est parfait pour les desserts !"

"C'est doux et super bon."

"J'aime bien le chocolat parce qu'il y a plein de goûts différents."

"Ça me fait penser à mon anniversaire !"

"Le chocolat, c'est trop cool, surtout avec du lait."

"Il y a des noisettes dans le chocolat, c'est encore meilleur."

"Ça fait plaisir quand on en mange."

"Le chocolat, c'est parfait quand j'ai un coup de barre après l'école."

"J'aime le chocolat noir, c'est plus intense, ça a du goût."

"Le chocolat, ça me réconforte quand je suis fatigué ou triste."

"Je préfère le chocolat au lait, c'est doux et pas trop fort."

"Le chocolat blanc, c'est hyper sucré, mais j'adore ça avec des cookies !"

● Fl. de Thier



PFAS : surveillance accrue du TFA

L'acide trifluoroacétique (TFA) est un composé perfluoré qui, bien que moins toxique que d'autres PFAS, reste persistant dans l'environnement. Sa présence a été détectée dans l'eau de la majeure partie des zones de distribution. L'eau de distribution reste toutefois potable.



Le TFA est un sous-produit de la dégradation de certains produits chimiques, notamment les fluides réfrigérants (HFC) et d'autres composés fluorés. Ces substances peuvent se retrouver dans l'environnement à travers l'air, l'eau ou les sols.

Dans le cadre de la stratégie régionale de lutte contre les PFAS dans l'environnement, la Société wallonne des eaux (SWDE) a procédé à un large monitoring visant à surveiller la qualité de l'eau de distribution et à évaluer la présence du TFA dans les différentes zones de Wallonie.

Les **résultats préliminaires des analyses** montrent que ce composé a été détecté dans l'eau de la majeure partie des zones de distribution (598 des 642 zones de distribution). Dans 13 zones de distribution, des concentrations supérieures à la valeur-guide de 2,2 µg/L (microgrammes par litre) ont été mesurées.

Le Conseil Scientifique Indépendant a proposé à l'unanimité d'utiliser comme valeur-guide à ne pas dépasser la concentration de 2.200 ng/L de TFA (2,2 µg/L) dans le réseau d'eau potable wallon si seul le TFA est présent dans l'échantillon d'eau en question. La limite maximale pour la somme des 20 PFAS à 100 ng/L reste d'application en parallèle à cette recommandation pour le TFA.

Un dépassement de cette valeur-guide ne remet pas en cause la potabilité de l'eau mais nécessite un plan de surveillance accru afin d'identifier la source de contamination au TFA et de l'éliminer.

Actions de surveillance

Face aux résultats des premières analyses, un plan d'action coordonné par le Service public de Wallonie a été défini :



- 1 **Confirmer les résultats :** des contrôles supplémentaires sont effectués dans les zones de distribution où la concentration en TFA dépasse 1,5 µg/L. Cela concerne 36 zones de distribution, dont les 13 déjà mentionnées avec un dépassement de la valeur-guide de 2,2 µg/L.
- 2 **Surveiller les eaux brutes :** toutes les eaux brutes exploitées pour l'alimentation en eau potable des zones concernées feront l'objet d'une surveillance accrue. Un total de 100 contrôles supplémentaires seront réalisés pour mieux comprendre l'origine de ces concentrations élevées.
- 3 **Améliorer la transparence et la communication :** les résultats des analyses sont partagés avec les communes concernées, et une communication claire est faite à la population via le site environnement.wallonie.be. Les distributeurs d'eau sont chargés de transmettre l'information aux autorités locales afin de garantir la transparence tout au long du processus.
- 4 **Suivi des travaux règlementaires :** le SPW est chargé de communiquer une réévaluation de la situation en fonction de l'issue des travaux en cours de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) sur lesquels la Commission européenne s'appuiera pour réévaluer l'opportunité de légiférer en matière de TFA.

● Wallonie.be

Lancement du pacte en faveur de la simplification administrative

Le 3 octobre, le Gouvernement wallon a présenté ses objectifs prioritaires en termes de simplification administrative. Il s'agit de l'un des chantiers majeurs de la Déclaration de politique régionale qui vise à faciliter la vie des citoyens et des entreprises.

Tout au long de la législature, le Gouvernement et l'administration régionale vont œuvrer pour simplifier les procédures, améliorer la lisibilité de ses dispositifs et soulager les agents administratifs de toute surcharge administrative.

Les travaux vont être structurés à travers un Pacte pour un choc de simplification administrative. Il s'agit d'un engagement collectif et réciproque qui responsabilise à la fois les ministres, les administrations et les usagers.

Plus concrètement, une task force a été mise en place en octobre 2024. Elle est chargée d'élaborer le Pacte pour le premier trimestre 2025.

Une démarche similaire sera rapidement proposée au Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles afin de garantir une totale cohérence pour les usagers et les citoyens.



4 principes directeurs et un monitoring continu

Quatre principes directeurs seront au cœur du Pacte et guideront les travaux :

- 1 l'expérience usager comme fondement
- 2 la digitalisation des procédures (tout en maintenant des guichets physiques)
- 3 la généralisation du principe de confiance (l'administration fait confiance à l'utilisateur dans ses déclarations et démarches et évite le contrôle automatique)
- 4 la généralisation du «Only Once» (transmission unique des données par les usagers)

Un monitoring public et indépendant sera effectué au minimum deux fois par an.

Plusieurs projets de simplification ont été identifiés parmi les diverses compétences régionales :

Au niveau des démarches en général

- Mise en place de la politique «Data centric» de partage des données entre administrations, pour permettre le principe du Only once
- Finalisation du guichet unique et personnalisé ma.wallonie.be, commun à tous les usagers et tous les dispositifs
- Développement d'une plateforme transversale et moderne pour la gestion de toutes les aides financières

Fiscalité

- Automatisation des réductions pour le précompte immobilier



Aménagement et urbanisme

- Dématérialisation du permis d'urbanisme

Économie et emploi

- Simplification des aides à l'emploi, des aides à la formation et du paysage
- Meilleure lisibilité du paysage Recherche/Innovation
- Suppression des compétences de gestion jusqu'ici sollicitées pour l'accès à la profession.

Action sociale et santé

- Simplification des procédures de subsides par la forfaitarisation en faveur des structures bénéficiaires
- Simplification des aides individuelles pour les personnes handicapées

Petite enfance

- Simplification des procédures pour les porteurs de projets de crèches

Environnement

- Dématérialisation du permis d'environnement
- Simplification des procédures relatives aux ventes de bois des forêts publique
- Rationalisation et simplification de la procédure d'agrément pour la création de réserves naturelles agréées.

Énergie et logement

- Rationalisation et amélioration de la gestion des primes à la rénovation au sein de l'administration, au profit du citoyen
- Mise en place de l'Agence de l'Habitation et des guichets uniques.

Mobilité

- Simplification du décret voirie (suppression de l'échelon provincial, simplification du schéma de voirie...)
- Facilitation pour l'installation d'un câble de recharge de voiture électrique sur le trottoir

Agriculture

- Simplification des démarches administratives pour les agriculteurs : développement d'un encodage unique et mise en place du droit à l'erreur dans les démarches administratives agricoles

Bien-être animal

- Simplification de la procédure pour le permis de détention pour les animaux

Patrimoine et tourisme

- Facilitation des démarches patrimoniales tant pour les citoyens que pour l'associatif et les pouvoirs locaux
- Création d'un guichet unique où l'ensemble des données et aides disponibles relatives au tourisme seront rassemblées

Calamités publiques

- Simplification des procédures pour les calamités naturelles publiques

Poursuite de la campagne «Simplifions.be»

Lancée au cours de l'été, la campagne «Simplifions.be» a permis de recueillir plus de 5000 propositions de citoyens, preuve que la simplification est un enjeu majeur pour les Wallonnes et les Wallons.

La campagne va être pérennisée afin d'en faire un vrai outil de mesure de satisfaction des usagers et d'amélioration continue.

● [Wallonie.be](https://www.wallonie.be)

Inspiration, vous avez dit inspiration?

L'inspiration est un processus par lequel une personne est stimulée à penser ou à agir de manière créative, souvent en réponse à une idée, une expérience ou une observation. C'est un élan intérieur qui pousse à créer, innover ou résoudre des problèmes d'une façon nouvelle et unique. Dans le monde professionnel et créatif, l'inspiration se manifeste comme une source d'énergie et de motivation, qui permet de concevoir des idées originales, de relever des défis et de trouver de nouvelles perspectives. Elle peut provenir de diverses sources, comme les interactions avec les autres, la nature, l'art, ou les expériences personnelles, et elle joue un rôle crucial dans l'épanouissement et la réalisation de projets novateurs.



La créativité et l'inspiration sont deux concepts étroitement liés, mais ils ne signifient pas la même chose.

L'inspiration est le déclencheur initial, une sorte d'impulsion ou d'élan qui motive une personne à créer ou à réfléchir de manière innovante.

La créativité, quant à elle, est l'application active et consciente de cette inspiration. Elle est le processus par lequel une personne transforme une idée inspirante en quelque chose de concret, comme un projet, un produit, ou une solution.

En résumé, l'inspiration est la source qui allume l'étincelle, tandis que la créativité est le moyen par lequel on transforme cette étincelle en réalité.

L'inspiration joue un rôle essentiel dans le monde professionnel, et particulièrement dans le domaine de la boulangerie-pâtisserie, où la créativité est un véritable moteur de réussite. Dans ce secteur, il est crucial pour les boulangers-pâtisseries de nourrir leur créativité pour rester compétitifs et attractifs.

L'inspiration permet de créer de nouvelles recettes, de réinventer des classiques et de surprendre la clientèle avec des produits inédits.

Dans un marché de plus en plus concurrentiel, l'inspiration est un atout clé pour se différencier. Pour les boulangers-pâtisseries, se démarquer ne passe pas uniquement par la qualité des produits, mais aussi par la singularité de leurs créations. Les artisans inspirés peuvent développer une signature unique, une sorte de marque de fabrique, qui les rend immédiatement reconnaissables et appréciés de leur clientèle.

L'inspiration ne naît pas dans un vase clos. Elle se nourrit de rencontres, d'échanges et d'apprentissages continus. En participant à des formations, à des salons professionnels, ou en suivant des démonstrations de chefs reconnus, les boulangers-pâtisseries découvrent de nouvelles techniques, s'ouvrent à d'autres cultures culinaires et trouvent de nouvelles idées. C'est ainsi qu'ils peuvent rester au fait des dernières innovations tout en cultivant leur propre style. Je parle de l'importance de la formation continue dans ce numéro.

Les sources d'inspiration peuvent être multiples et variées : la nature, l'art, la musique, les voyages, les animaux, etc. Bien entendu, créer et innover est important mais seulement si vous gagnez votre vie et que vos créations sont rentables !

● Fl. de Thier



TARIF : **3 € la ligne + 21 % TVA** • Supplément pour encadrement de l'annonce : 50 % • Pour petites annonces plus importantes, prix à convenir.

- ☐ A VENDRE
- ☐ DESIRE ACHETER
- ☐ A REMETTRE
- ☐ DESIRE REPRENDRE
- ☐ OFFRE D'EMPLOI
- ☐ DEMANDE D'EMPLOI
- ☐ A LOUER
- ☐ AUTRE

Remplir lisiblement,
un seul caractère
par case.

Les annonces doivent nous parvenir au plus tard le 15 du mois qui précède celui de l'insertion.

Nom.....
Adresse.....
Localité.....
Tél.....

Nom.....

Adresse.....

Localité.....

TVA.....

Nombre de parutions désirées.....

ATTENTION ! Commande prise en compte dès réception
du paiement sur le compte BE02 1270 7132 3240
mention « petite annonce ».

[illegible]

A VENDRE
Boulangerie-pâtisserie bien établie avec
habitation - cause retraite.
Région de Comines.
0473/86.83.86

A VENDRE
Boulangerie-pâtisserie à vendre (mur et fond).
Situation exceptionnelle sur une route
nationale autour de 5 villages
Dans la région Hannut-Huy-Waremme.
Contact : juan-carlos@juan-carlos.com

Boulangerie-Pâtisserie spécialisée sur les
marchés, 3 camions magasin.
Atelier super équipé - Plusieurs dépôts ainsi
qu'un magasin sur place
Région Hainaut 0477/25.31.72



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. : 0479/53.46.58
Mail : henri.leonard@longdoz.be

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

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

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

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