



Verviers - Ville en route vers le « zéro plastique »

Le Collège communal et le service de l'Economat se sont fixé comme objectif de faire disparaître les déchets plastiques de l'administration communale.

Nos jeunes et tous ceux qui les ont rejoints aspirent à des changements de comportements pour préserver la planète.

La Ville de Verviers entend initier le mouvement et inciter ses citoyens et entreprises à réduire drastiquement leur production de déchets plastiques.

Pour concrétiser cette ambition, la Ville a lancé 10 actions claires qui sont en cours de réalisation.

Toutes les bouteilles en plastique ont été remplacées par des bouteilles en verre au sein des services de la Ville.

Les gobelets réutilisables se généralisent tant au Grand

Jogging qu'à Verviers Plage.

Nous avons acheté 280 gourdes métalliques et 400 bouteilles en verre pour fournir de l'eau à nos ouvriers et employés sans devoir acheter des palettes de bouteilles en plastique.

Enfin, la Ville a adhéré à la Charte pour des achats publics responsables au sein des pouvoirs locaux et s'inscrit ainsi dans le plan wallon de transition écologique.

Les prochaines étapes sont la généralisation des fontaines à eau au sein des bâtiments communaux et le renforcement du tri sélectif.

La Commune est le niveau de pouvoir le plus proche du citoyen et le plus réactif. Il doit être moteur du changement, c'est l'ambition du Collège qui est mise en pratique

au quotidien par des actes concrets.

Alexandre LOFFET
Echevin du Budget, du Personnel,
de l'Etat civil et des Evénements



RAEREN - SUCCESS-STORY

La moutarderie grandit à toute vapeur

La Conserverie et moutarderie belge, de Raeren, met les bouchées doubles et ne cesse d'avaler des parts de marché.

La Conserverie et moutarderie belge, basée à Raeren, de la famille Renson, a le vent en poupe. Surtout avec sa marque vegan « La vache qui regarde passer les trains » et les tartinades qu'elle propose. À un point tel que d'ici deux ans, l'entreprise familiale devrait s'implanter dans le zoning de Raeren, délaissant ses installations actuelles de la rue d'Eynatten.

Ici, elle voulait s'agrandir. Mais les prescriptions du plan de secteur ne l'autorisaient qu'à croître de moitié. Trop peu, vu l'engouement pour sa gamme. Du coup, il a fallu se résoudre à migrer dans le zoning local, pour doubler sa su-

perficie. Avec un effectif qui devrait à terme lui aussi faire fois deux, passant d'une vingtaine de personnes aujourd'hui à une quarantaine d'ici quelques années.

Celle qui est en bonne partie responsable de cette croissance rapide porte pour nom « La vache qui regarde passer les trains ». Un bovin qui affiche son joli museau sur des pots de tartinade depuis deux ans à peine. Au départ, l'entreprise ne tablait que sur quatre goûts

(carotte-gingembre, mangue-curry, poivron-chili et aubergine). Mais depuis mai, la gamme s'est considérablement enrichie. Avec désormais du tomate-basilic, de l'houmous, du potiron, de l'ananas-coco, et, derniers venus, les versions betterave, olives, lentilles-curry et basilic. Bref, quasi tous les goûts sont permis.

« La base, ce sont des graines de tournesol mélangées avec des légumes », explique Rachel Renson, administratrice et responsable du marketing. On peut étaler ça sur une tartine, tremper des bâtonnets de légumes dans un pot à

l'apéro...

L'engouement est tel que, explique Rachel Renson, « on a commencé avec des bacs de 200 kilos par sauce et maintenant, on est à 500 kilos ».

La Conserverie moutarderie ne se limite pas à cela : on y produit aussi des moutardes, des sauces froides, des sauces chaudes et des plats préparés (boulettes sauce chasseur ou provençale, vol-au-vent, bolognaise, blanquette de veau, carbonnades, coq au vin...) Certains de ces plats étant déclinés en version bio.

Outre La vache qui regarde passer les trains, à Raeren, on fabrique aussi les produits « Jefke, the belgian chef » (vendus par le groupe Carrefour, dans les Delhaize...), ceux de la marque Filou (distribuée uniquement en Communauté germanophone) et La délicieuse (marque pour l'épicerie fine, en haut de gamme).

L'entreprise n'est pas seulement une affaire qui croît, mais aussi une belle histoire de famille, qui en est à la troisième génération. Ce



Les produits cartonnent. © CMB

sont Franz et Maria Schumacher qui s'étaient lancés les premiers, dans la moutarde uniquement, alors. Puis la sauce prenant, les deux générations suivantes ont consolidé et développé. Avec désormais Laurent (à la production), Raphael (au commercial) et Rachel à la barre. •