



# OUFTI

**NR 3**

OCTOBRE 2021

# MAGAZINE



# EDITORIAL



Amis proches d'Oufiticoop, personnes qui découvrez notre magasin, ou son existence au sein d'une manifestation... bienvenue et bon voyage à la découverte de ce 3e numéro, certes plus "light" d'un point de vue graphique, mais réalisé dans un esprit de co-création et de collaboration d'un nombre important d'entre nous, coopérateur.trice.s.

Ce numéro de 16 pages ira à la rencontre d'une cellule vitale, comme toutes, la Cellule Com. Nous partirons aussi découvrir le rayon boulangerie, et pousserons le voyage jusqu'à nos amis de Wandercoop à Bruxelles-Anderlecht.

Nous découvrirons le secret bien gardé des bières en cannettes, depuis peu disponibles dans nos rayons. La rubrique Do It Yourself (faites-le vous-même) s'intéressera au produit vaisselle.

Nous repartirons ensuite en voyage pour prendre conscience du parcours quasi planétaire des jeans qui nous habillent.

Nous reviendrons à nos rayons, via les croquettes pour chiens, Belgitude, Moa Bretzel et chèvre Pepiluz, sans oublier Nao.

Les dernières permettront à chacun d'entre nous de prendre connaissance des séances de Communication Bienveillante offertes au sein de la Coop, mais aussi des séances d'accueil et d'information mensuelles pour les nouveaux coopérateurs, et de liens divers relatifs aux cellules composant notre belle initiative.

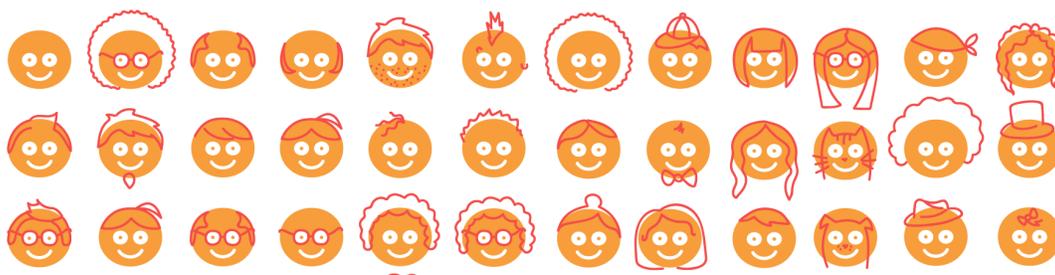
Plus que jamais, Oufiticoop ose et réussit l'aventure d'être un îlot propice à une autre consommation, un rapport revisité à notre alimentation, dans un esprit propice à l'échange, multigénérationnel, le plus inclusive possible (ouverture à tous, ou au plus grand nombre), convivial !!!

Nous nous réjouissons d'accueillir vos retours, remarques, avis constructifs autour de ce 3e numéro.

Bon appétit ! Vous pouvez même commencer par le dessert...

Jea Stas, entouré d'une équipe qui a coordonné le tout: relectures, graphisme, etc.: Alissa Neyens, Pierre Exsteen, Mathias Martin, Magdalena Keil

***Tu trouves que la qualité graphique de cet ouvrage pourrait être meilleure, et tu sais comment le faire? Dénonce-toi en écrivant à [magazine@oufticoop.be](mailto:magazine@oufticoop.be) et travaillons ensemble pour la prochaine édition !***



## TABLE DES MATIÈRES

p.3: Une cellule sous la loupe - cellule com & événements

p. 4: Le rayon boulangerie

p. 5: Wandercoop

p. 6: Nouveau produit - Qu'elle est belle ta canette !

p. 7: Do It Yourself - Pastilles lave-vaisselle

p. 8: Le tour du monde d'un jean !

p. 10: Colonel Gustave - De délicieuses croquettes pour nos chiens

p. 11: Fruitstock / Les fruits du Soleil

p. 12: Jus de légumes - laits végétaux (souchet..) - smoothies au magasin !

p. 13: Belgitude / MOA Bretzel

p. 14: Chèvererie Pepyluz

p. 15: NAO - Organic Chocolate made in Belgium

p. 16: Oufiti'CNV / Contacts / Séances d'information et accueil



# UNE CELLULE SOUS LA LOUPE

La cellule Communication & Evénements

## Histoire

Depuis ses débuts et même avant (en 1897... ah non pardon, en 2017), Oufitcoop contient le groupe de travail "Communication", qui avait évidemment pour objectif de faire connaître le concept au monde entier (de Liège), qui organisait des événements, des réunions, et qui se demandait bien quels outils utiliser pour communiquer entre personnes bien motivées pour monter ce projet. Le groupe s'est ensuite divisé, pour laisser à la cellule COMIC d'aujourd'hui le soin de s'occuper du fonctionnement interne de la coopérative et des coopérateurs.trices.

## Alors keskonfé nous ?

On COMMUNIQUE ENCORE bien sûr! L'objectif de la cellule est de se concentrer sur les non-coopérateurs.trices, leur expliquer ce qu'est un magasin participatif et ce que cela implique, leur montrer ce que nous vendons, et pourquoi c'est important pour le citoyen de reprendre en main son alimentation via un système participatif et inclusif.

Pour expliquer ça correctement, un groupuscule de notre cellule a d'ailleurs créé un "kit de l'ambassadeur", afin de répondre aux questions les plus fréquentes. Ce kit est évolutif et disponible sur le drive, et bientôt en version papier !

## La com externe, ça passe par où ?

- Par le bouche à oreille bien entendu: chaque coopérateur.trice est ambassadeur.drice de son investissement, mais pas que.
- Nous nous assurons d'être présents sur des événements extérieurs pour se faire connaître auprès du grand public (ex: Nourrir Liège, Bio en Liège, fête de quartier, etc.).
- Nous organisons des événements FUN et UTILES comme la présence de producteurs au magasin pour certaines occasions, des projections, des mises en lumière des coopérateurs.trices, etc.
- Nous communiquons sur les réseaux sociaux la sortie de nouveaux produits, les événements des deux points précédents, et toute info qui peut être utile pour donner envie aux personnes de s'impliquer.
- Nous avons un site web ([www.oufticoop.be](http://www.oufticoop.be)) qu'il faut mettre en page et entretenir
- Nous communiquons dans le quartier, dans les écoles, et dans le jardin de votre grand-maman via des séances d'info FUN et UTILES pour donner envie.
- On organise des séances d'infos publiques.
- On fait des vidéos aussi, parfois. Pour des trucs ou des machins utiles. Ou pas.

Le Covid a effacé bon nombre de ces tâches importantes, en emportant avec lui les rencontres physiques, et les sourires sous les masques.

**Notre cellule est déterminée à rendre Oufitcoop plus visible que jamais ! Mais pour cela, nous avons cruellement besoin de nouvelles recrues pour nous y aider !**

Alors, si tu es motivé.e, si tu as envie de t'investir un poil plus que tes 3h de shift, si tu aimes parler de notre coopérative à tous tes amis, si tu aimes faire des vidéos, si tu chipotes un peu en graphisme, si tu es un.e pro des sites web, si tu as simplement du temps à consacrer pour concrétiser des idées de communication, on t'attend avec impatience!

(Waw on dirait une offre d'emploi du tonnerre! Plus sérieusement, pas besoin de compétences spécifiques, juste être présent.e et prêt.e à mettre la main à la pâte :))

Florine, 1er lien de la cellule.

**Envie de t'investir? Envoie un p'tit mail à l'adresse [com@oufticoop.be](mailto:com@oufticoop.be)**

# LE RAYON BOULANGERIE

Aliment de base par excellence, le pain est riche en glucides et en fibres. Il est aussi une source de protéines, de minéraux et de vitamines. Chez Oufitcoop, ce ne sont pas moins de trois artisans boulangers qui s'emploient, semaine après semaine, à garnir notre toute nouvelle armoire à boulangerie de somptueux pains et viennoiseries en tous genres.

Commençons les présentations avec **Kevon**, un boulanger passionné qui exerce au sein de son atelier « Au Four et au Jardin ». Kevon est le pionnier des boulangers chez Oufitcoop. Sa boulangerie est située au cœur du quartier Saint-Léonard et se caractérise par une production artisanale de pains montés au levain à base de farine d'épeautre et de froment. Pour la fabrication de son pain, Kevon utilise de la farine bio et locale, du sel, de l'eau et du levain (un ferment naturel de la farine). Ça paraît simple, mais c'est loin de l'être. Obtenir un pain délicieux, à la fois léger et consistant, est tout un art que cultive Kevon depuis plus ou moins trois ans maintenant.

Ses spécialités sont les pains au froments, complets ou multi céréales, le pain d'épeautre, le pain au blé paysan, les miches dont les goûts varient selon ses envies mais aussi un formidable pain au cacao amer et au chocolat noir. Côté gourmand, citons notamment ses gosettes, ses brownies ainsi que ses cramiques qui devraient très bientôt rejoindre les rayons d'Oufitcoop pour le plus grand plaisir de vos papilles. **Les produits de Kevon sont disponibles au magasin tous les jeudis et vendredis.**



Un autre habitué du rayon boulangerie de votre magasin participatif est **Fred Bodeux de « Natuurbrood »**. Fred se concentre avant tout sur la qualité du pain et non sur la quantité de la gamme de produits disponibles. Ses farines sont toutes locales et ses pains sont tous réalisés à base d'un levain qui est 100% naturel, permettant un produit digeste et à longue conservation. Certaines farines sont bio. Celles qui ne le sont pas sont cultivées en agriculture raisonnée sous le label « Épis de Hesbaye ».

Petit-fils de boulanger, Fred a d'abord travaillé dans le monde du vélo avant de changer de cap en 2018 pour se consacrer à sa passion du pain. Fred cuit ses pains chez Kevon mais possède un point de vente à Heers près de Wareme. Ses spécialités sont les pains de froment (auxquels est ajoutée une variété ancienne de « grands blés ») et d'épeautre (son pain au petit épeautre, une variété ancienne de blé, est notamment réputé pour être particulièrement pauvre en gluten). Fred nous gâte aussi avec ses miches au lait, ses délicieuses focaccias et ses roulés à la cannelle. **Vous pouvez retrouver ses produits tous les samedis.**

Enfin, place au petit dernier qui a rejoint notre coopérative il y a quelques mois: **Yano**. Accompagné de Sophie, il nous propose **ses succulents produits le mardi**. Sa boulangerie artisanale est située à Fraipont, mais Yano vient cuire ses pains dans un atelier partagé à Liège (Un Pain C'est Tout - Boulangerie Sans Patron) : une vraie chance pour notre magasin participatif ! Sophie & Yano proposent un pain artisanal au levain naturel, de longue fermentation, fait avec des farines de qualité issues de l'agriculture biologique et moulues sur pierre. Leur philosophie est d'être toujours en recherche de nouveautés tout en favorisant les circuits courts. Ainsi, ils continuent d'expérimenter différents procédés de fabrication et de nouvelles matières premières afin de perfectionner leurs pains. Un perpétuel apprentissage pour notre plus grand plaisir.

En plus de ses nombreux pains au levain à base de froment (aux noix, aux graines de courges...) et d'épeautre, Yano propose aussi un pain multi-grains de froment à la levure. Il est également difficile de passer à côté de son pain de la semaine, au goût souvent étonnant, mais toujours délicieux. Au niveau des pâtisseries, il n'est pas en reste et on ne peut que vous conseiller d'essayer ses ficelles seigle - noix & raisins, ses frangipanes ou ses éclairs au chocolat. Inutile d'en dire plus, ces gourmandises parlent d'elles-mêmes et convaincront les plus sceptiques d'entre-vous.

Xavier

# WANDERCOOP



En mars 2019, 5 amis échangent sur un projet. Six mois plus tard, 200 personnes se réunissent autour de ce projet naissant. Les statuts seront déposés moins d'un an plus tard. Ensuite le magasin s'ouvre avec 270 coopérateurs dès le départ.

Chaque coopérateur prend une part de 100 €. Les shifts/services, comme chez nous, sont de 3h prestées toutes les 4 semaines. Là-bas, leurs Supercoop's s'appellent **coopérateurs référents**.

Les **langues parlées** dans ce magasin vont du français au néerlandais en passant par l'anglais, sachant que d'autres langues sont bien sûr utilisées, vu le positionnement de capitale européenne.

Les **groupes de travail** sont : l'aménagement, le juridique, les producteurs, l'administration et finances, la communication, et la gouvernance.

Aujourd'hui, la coopérative compte plus de 300 membres actifs. Elle est ouverte 4 jours par semaine.

Comme chez Oufitcoop, Wandercoop souhaite œuvrer pour une alimentation durable, à savoir **saine et respectueuse de l'environnement et des hommes**.

Pour votre petite information, Wandercoop vient de wander qui signifie "déambuler" en anglais, de Ander pour Anderlecht, et de coop pour Coopérative bien sûr.

Nous souhaitons à nos "jeunes frères" un excellent déploiement, nous y avons reçu un accueil génial et très ouvert. N'hésitez pas, lorsque vous êtes à Bruxelles, à venir prendre contact avec ces énergies créatives de la capitale.

**info@wandercoop**

**Site : [wandercoop.be](http://wandercoop.be)**

# NOUVEAU PRODUIT

## Qu'elle est belle ta canette !



Impossible de l'outrepasser sans la remarquer, avec son air de canaille et ses coloris carnavalesques...une canette de bière s'est immiscée dans notre rayon le plus festif.

Son nom ne va pas me rendre la tâche aisée : Fugushima !

Pour faire simple, c'est une New England Indian Pale Ale avec un dry hop de citra, simcoe et cryo citra. C'est une bombe houblonnée aux arômes de mangue mûre, papaye et agrumes. Une rondeur est amenée en bouche par l'apport massif d'avoine lors du brassage, le tout équilibré par une subtile acidité.

Ça tape à 6,2 % et j'ajouterai : « c'est crever bon ct' affaire ! »

Mais cette œuvre d'art brassicole est aussi là pour ouvrir un débat qui hante mes nuits, prolonge mes jours et me taraude l'os pariétal : **pour ou contre la canette dans ce rayon que tout le Grand Liège nous envie ?**

Les contenants actuellement en rayon :

- La **bouteille consignée** : très bien, forcément réutilisable (30x max), elle demande un coût énergétique considérable à cause de la manutention, du transport et une quantité importante d'eau et de détergents est nécessaire à son nettoyage.
- La **bouteille non-consignée** : coût énergétique lors de sa conception, usage unique, mais facilement recyclable pour autant qu'elle soit bien triée auparavant.
- La **canette** : c'est certes de l'aluminium qui demande moins d'énergie que le verre lors de sa fabrication. Son recyclage est aisé et son poids moyen de 14g permet de diminuer le coût de transport (250g pour une bouteille vide de la même contenance). Sa forme compacte optimise le stockage, et sachez qu'elle sera fraîche 28x plus vite qu'une bouteille grâce à sa faible épaisseur !

Pierre-André me dira : « c'est dégueux, ça goûte le métal ! »

Je répondrai : « c'est le contact de tes lèvres avec le bord de la canette qui te donne cette impression mon bon P-A, verse-la dans un verre, tu pourras ainsi apprécier sa robe et éviter ce désagrément. »

Jean-Robert d'ajouter : « ça traîne dans les fossés les canettes ! »

« Tu as raison J-R, mais la pauvre n'est pas responsable des incivilités de barakis mal appris, pas capables d'attendre de rentrer chez eux pour vider leur bagnole. »

- Le **fût** (pas encore en rayon, c'est vrai...) : c'est vraiment le top à tous les niveaux, mais ça implique qu'il faut s'enfiler 20 litres en une semaine, car le divin breuvage s'oxyde au contact de l'air. Pas facile...

Voilà mon avis éclairé sur la question, certes discutable, l'important restant évidemment la qualité du contenu. Et sur ce point, Samuel et moi promettons de nous donner corps, âme et foie pour vous débusquer le meilleur.

Santé et longue vie à Oufiti !

*Benjamin*

## Pastilles lave-vaisselle

### Ingrédients et ustensiles

- Bicarbonate de soude
- Cristaux de soude
- Acide citrique
- Gros sel alimentaire
- Eau gazeuse
- Bac à glaçons
- Spatule
- Saladier

### Recette

Prenez une dose équivalente de chaque ingrédient. Le plus simple est de peser ou de mesurer à l'aide du même récipient.

- 1 dose de bicarbonate de soude en poudre.
- 1 dose de cristaux de soude.
- 1 dose d'acide citrique en poudre.
- 1 dose de gros sel.

Mélangez toutes les poudres ensemble. Insistez jusqu'à ce que l'ensemble soit bien homogène.

Mouillez légèrement l'ensemble avec un peu d'eau gazeuse. Attention, allez-y doucement et petit à petit, sinon vous n'arriverez pas à avoir des pastilles bien compactes (elles s'effriteront et redeviendront poudre). Le liquide sert à unifier toutes les poudres, mais si vous en mettez trop, le mélange va se mettre à mousser. L'idéal est d'avoir un spray d'eau et d'en pulvériser à peine. On humidifie, on ne mouille pas.

Remplissez ensuite tous les compartiments de votre bac à glaçons. Insistez bien afin que les pastilles ne se décomposent pas, en pressant le mélange à l'aide de votre pouce. Ces produits sont inoffensifs, vous pouvez les toucher à mains nues.

Il ne reste plus qu'à laisser votre mélange de poudre sécher et durcir. En 24 heures, le tour est joué.

*Magdalena*





# Le tour du monde d'un jean !

Bleu, brut, délavé, unisexe... Aussi confortable qu'indémoudable, le jean, le vrai, a traversé les époques. Porté successivement par les mineurs, les cow-boys, les rebelles, les hippies, les rockeurs et même adopté par la haute couture, le jean est le vêtement le plus porté au monde. Il s'en vend un toutes les... 73 secondes ! Ce qui fait 2,3 milliards vendus par an.

Un jean standard, c'est environ 600 grammes de coton avec quelques rivets et boutons en métal.

Cependant, sa fabrication et son entretien sont très largement responsables de son impact sur l'environnement.

Lorsque le jean arrive dans votre armoire, il a consommé entre 7 000 et 11 000 litres d'eau (l'équivalent de 285 douches !) et peut avoir parcouru 65 000 kilomètres.

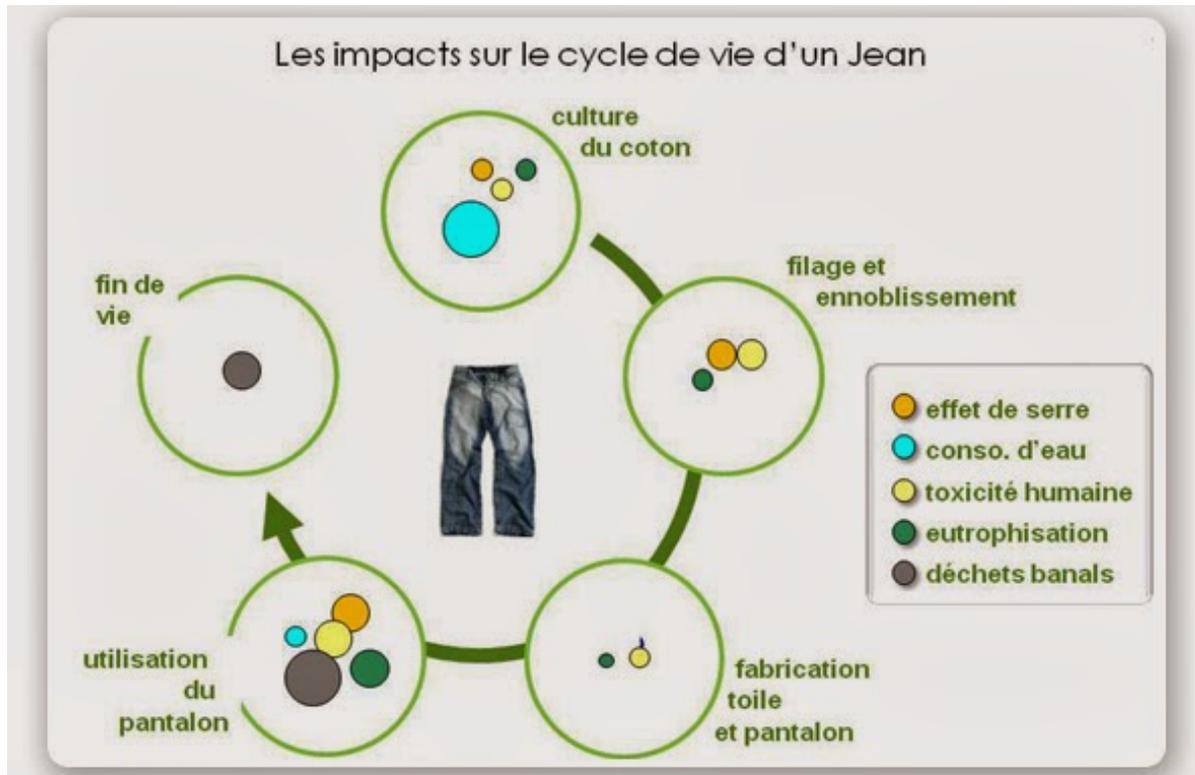
En effet, la fabrication d'un jean en coton comporte des étapes de production de

matières premières, de mise en forme et de distribution, fortement émettrices en carbone. (En réalité, c'est le cas pour une grande majorité des vêtements). La fabrication d'un jean commence souvent en Inde, pays du coton, puis ce coton est envoyé au Pakistan, afin d'être filé et tissé.

Ensuite il part à des milliers de kilomètres en Chine, là est produite une quantité de toile DENIM correspondant à 800 000 jeans par jour.



## Les impacts sur le cycle de vie d'un Jean



Pour prendre cette couleur Indigo typique, il faudra une centaine de kilos de pétrole, des solvants et 1 000 litres d'eau. La toile est ensuite envoyée en Tunisie, afin d'être complétée par quelques détails (fermeture éclair, boutons, rivets, arrivés d'Australie et du Japon) puis passage en Turquie pour le sablage afin d'obtenir les effets délavés...

Environ la moitié de la pollution associée à un jean serait liée à son usage (entretien) et sa fin de vie. La responsabilité de l'impact d'un jean est donc partagée entre fabricant et consommateur.

Mais comment aller plus loin dans l'éco-conception, anticiper toutes les étapes de la vie d'un jean afin que son empreinte carbone soit minimale sans grever le plaisir de son usage ?

C'est le défi relevé par la circularité : un jean propre dont le cycle de vie se répète indéfiniment sans détruire les écosystèmes.

Une fois cette pièce créée, quels sont alors les indicateurs à suivre pour les consommateur-rices, avides d'informations tangibles sur l'impact de leurs vêtements et impliqués au même titre que les marques ?

Dans l'économie circulaire, chaque représentant de la biodiversité est un acteur.

Intéressé par le sujet ? Scannez le code ci-après ou suivez le lien

<https://www.thegoodgoods.fr/mode/le-jean-eco-responsable-mode-demploi/>



Magdalena

**COLONEL  
GUSTAVE**

## DE DÉLICIEUSES CROQUETTES POUR NOS CHIENS

# FOCUS PRODUITS

Nourrir votre chien de la meilleure des manières tout en préservant la planète sur laquelle il gambade, c'est ça notre projet !

### En partenariat avec l'agriculture locale

Parce qu'on trouve important de favoriser les ingrédients que l'on trouve localement, nous avons sillonné la Belgique afin de trouver un maximum d'ingrédients le plus près possible. C'est par exemple le cas du poulet frais, des pois, des orties, des graines de lin, ou encore des chicorées utilisées dans notre délicieuse recette. Un projet qui s'inscrit donc dans la qualité et non la quantité !

### 100% naturel : NAFNAC - No artificial flavors, no artificial colour

Pour une nourriture de qualité maximum, nous n'avons choisi que le meilleur. Nos recettes sont 100% naturelles. Il n'y a ni OGM, ni conservateurs ni additifs, on n'a gardé que le bon !

### Sans Céréales : pour un chien en pleine santé sans allergies

Pour garantir une alimentation qui respecte la physiologie de votre chien, nous avons créé une recette sans céréales. Cela permet de lui garantir à la fois une bonne croissance et une bonne santé. Une alimentation sans céréales est nécessaire pour les chiens aux intestins fragiles et les intolérants au gluten. Par ailleurs, cela représente un taux de glucides plus bas. Il est important de remplacer les céréales par une valeur nutritive qualitative. C'est pourquoi nous les avons remplacées par des aliments soigneusement sélectionnés comme des pois belges en conversion BIO utilisés en permaculture.

### Responsable

Uniquement disponible en vrac ou dans un emballage en carton recyclé pour une planète plus propre !

### Viande fraîche

Les recettes sont faites avec, en partie, de la viande fraîche pour un apport nutritionnel complet.

### 100% approuvé

Elaboré par des nutritionnistes, validé par des vétérinaires et surtout, par nos CHIENS !



## FRUITSTOCK / LES FRUITS DU SOLEIL : PRODUITS D'EXCEPTION !

J'avais déjà présenté Alexandre Fraize dans un premier article, mais un paragraphe essentiel avait été omis. Celui où je parlais de [Rufino, producteur / grossiste à la source des Fruits Du Soleil](#).

Crudivore passionné depuis 25 ans, formé à la permaculture, il recherche avant tout le goût, et a un grand respect du sol vivant. Il laisse le plus possible les fruits mûrir sur l'arbre, pour leur transmettre leurs nutriments et goût si uniques grâce à l'énergie du soleil. Il possède maintenant quelques fermes en Andalousie, au sud de l'Espagne, bien loin du modèle d'Almeria et ses tristes serres.

Ce paradis tropical incomparable permet la culture de fruits ordinairement réputés des quatre coins du monde mais ici réunis en un seul endroit accessible par la route ! Super Fabio, « broth » connu par ces fruits, puis coopérateur chez nous, a eu la possibilité d'y vivre dernièrement quelques semaines. De quoi constater la richesse et beauté des cultures quasiment sauvages de Rufino, qu'il soigne pourtant régulièrement à la main au cours de ses journées au rythme effréné (de 7h à 2h du matin !)

Il prend le temps, chaque dimanche, son seul jour de repos, de créer le catalogue de la semaine avec Fabio, selon les demandes et possibilités de récolte. Ils ont dernièrement fait une vidéo « live » avec questions / réponses, disponible sur la page Facebook « Fruitstock Communauté », qui regorge d'informations santé, recommandations et photos des cultures (notamment un reportage d'un autre séjour de Fabio). Rufino connaît très bien les petits producteurs du coin et leur commande en fonction du goût et du caractère naturel de leurs récoltes, bio ou non.

Les produits frais que je choisis pour Oufitcoop sont systématiquement de lui ou ces producteurs d'Espagne.

Les spécialités de ce passionné sont les mangues (de retour en quantité et variétés, profitez-en !), les avocats, mûris jusqu'à 17 mois sur l'arbre (la saison recommence ici, 6 mois avec les "bacons" déjà particuliers), et les bananes mûries sans gaz (contrairement à toutes les autres), donc beaucoup plus lentement, mais avec un goût en conséquence pour les plus écologiques. Il faut juste encore apprendre à apprécier des produits, parfois d'aspect moins séduisants, mais dont le goût est incroyable !

C'est alors qu'intervient la communauté "Fruitstock", nouveau nom des "Fruits du Soleil" initialement créé par Alexandre Fraize. Il s'agit, pour rappel, d'un système de GAC (Groupement d'Achat en Commun) répandu dans toute la France, jusqu'à chez nous. Oufitcoop est en fait le principal membre du GAC de Liège, et ce n'est pas un GAC !

Rien n'est parfait ; il reste à améliorer le transport, par exemple, mais ils y travaillent, rien à voir avec la gestion des débuts ! Et maintenant, un système de Service Après-Vente fonctionne pour au moins récupérer les pertes éventuelles. Je trie chaque fois au mieux, mais je compte sur les coopérateurs pour aider régulièrement en « shifts » au maintien de la fraîcheur de ces précieux fruits, tout comme des légumes locaux. Tout cela représente du travail, mais quelle récompense ensuite de pouvoir aussi facilement allier goût, rmandise et santé !

Actuellement on peut se faire plaisir avec les divines mangues, pêches plates, nectarines, prunes rouges, citrons mûris sur l'arbre (aussi pour des citronnades naturelles sans sucre !), et j'en passe !

**Des remarques ou envies? J'y répondrai avec plaisir à la nouvelle adresse créée : [fruitstock@oufticoop.be](mailto:fruitstock@oufticoop.be) !**

Patrice



## JUS DE LÉGUMES - LAITS VÉGÉTAUX (SOUCHET..) - SMOOTHIES AU MAGASIN



A l'heure de ces lignes, je peux annoncer que la boucle de cette santé si chère à mes yeux (surtout en ces moments troublés/troublants !)... est enfin bouclée ! Nous disposons depuis peu d'une large gamme de jus de légumes artisanaux Livup ! Des jus de légumes/fruits aux thés ou cafés, brassés pour en enlever l'acidité, en passant par les délicieux laits de cajou ou « shots », et maintenant les jus de légumes purs ! Tout est là pour augmenter notre capital santé, sans oublier le goût ! Sébastien de Rosières a pensé à tout, même aux bouteilles de plastique végétal, issues de déchets de betteraves et canne à sucre.

Tout ceci à un coût : la méthode artisanale à laquelle j'ai pu participer, quelquefois bénévolement (pour attester de la qualité), le choix des légumes bio les plus locaux possibles, les bouteilles végétales qui coûtent trois fois plus cher que le verre (pas toujours si bien recyclé et incapable de monter en si haute pression) ... Et pourtant Sébastien n'en répercute qu'une partie dans le prix, son souci étant de laisser au maximum cet accès à la santé. A soutenir donc !

**N'hésitez pas à me donner vos préférences ou retours pour les commandes, sur base du catalogue au-dessus des jus au frigo, afin de gérer au mieux, à [livup@oufticoop.be](mailto:livup@oufticoop.be) ou directement à moi.**

Maintenant, c'est malheureux, mais on ne peut pas tous tout le temps s'offrir ces délices pourtant importants ! Il me tenait donc à cœur, depuis le départ, que nous ayons la possibilité de faire nos jus de légumes au magasin ! C'est chose faite : un **extracteur de jus horizontal est maintenant accessible à tous les coopérateurs**, qui peuvent désormais faire leur jus en magasin après leurs courses, moyennant bien sûr maîtrise de l'outil et nettoyage parfait :) Je fais déjà régulièrement des démonstrations sur place, et d'autres coopérateurs initiés pourront également aider ceux qui en ont besoin.

**Là est la force de notre coopérative, cette entraide, intelligence collective, qui fait de Oufticoop bien plus qu'un simple supermarché alternatif !**

Ayant par ailleurs découvert les laits de souchet, ou leur dégustation nature et surtout trempés, il fallait que je les fasse connaître. Tubercules riches en fibres, équilibrés en protéides, lipides et glucides, aux propriétés de santé reconnues, les **noix de souchet (tiger nuts en anglais, chufa en espagnol)** se dégusteront comme des bonbons coupe faim au délicieux goût naturel de noisette sucrée, ou alors en lait végétal. Et tout ça pour un prix modique (environ 7€/kg). Suivant leur concentration, leur lait aura un goût naturellement sucré, prononcé ou non, suivant la volonté de déguster pur (le plus digeste !) ou avec des dattes, bananes, voire miel, mais en tout cas qui ne vous laissera pas indifférents !

Après avoir quelque temps apporté mon blender personnel (Pro de Vidya Ayurveda, coopérative bruxelloise à la base de sa conception, comme de notre extracteur qu'ils nous ont laissé à prix coûtant !), le NOTRE est enfin arrivé... 1800 W et 35000 T/m, de quoi faire un lait de souchet, même non trempé, en quelques secondes avec les sacs à laits végétaux disponibles au magasin (dont 1 disponible au bar). Chaque coopérateur pourra donc faire son lait au magasin (avec, j'insiste, tous les soins d'usage).

Pas le temps ni l'envie au magasin ? N'oubliez pas Livup !

Vous voudriez en faire tous les jours à prix modique, bien mieux que les briques ? Je peux commander à la carte un de ces appareils pour les coopérateurs, à prix intéressant, comme certains en ont déjà profité.

Cela n'a l'air de rien, mais ce sont ces petites choses qui peuvent faire la différence dans notre merveilleuse coopérative ! Oui il y a des manquements parfois, on doit tous les jours apprendre et mieux communiquer, mais le « **potes en ciel** » est **ENORME** ! Avec, par exemple, encore une plus belle cuisine, une trancheuse à pain, un appareil pour mouliner le café, y ai-je beaucoup entendu. On pourrait chacun s'y sentir davantage chez soi, en plus de la convivialité du bar !

Tellement de choses à construire encore, mais c'est déjà tellement beau !

*Patrice*





# BELGITUDE,

c'est le petit plaisir gourmet à mettre sur toutes les tables. Nous proposons une savoureuse cuisine belge à Éghezée, présentée dans des bocaux stérilisés. Il suffit de réchauffer, servir et déguster. Notre assortiment se compose de plats préparés ainsi que de sauces, de terrines de viandes et de verrines de foie gras.

Un savoir-faire artisanal pour un régal sans faille

Nos préparations se veulent 100% artisanales et sont élaborées à base de produits frais. Nous avons choisi de vous régaler avec les grands classiques de la cuisine belge qui se conservent à température ambiante (jusqu'à un an). Nos bocaux sont stérilisés dans le respect strict des règles d'hygiène et peuvent être réchauffés tels quels avant de passer à table. Ils existent en conditionnement de 100 g, 300 ml, 500 g ou 1 kg selon les recettes. Facile, pratique, esthétique et écologique !



## MOA BRETZEL

MOA Bretzel, fondé par Stéphane et situé en plein cœur de Liège, propose des bretzels en tous genres, tant sucrés que salés. Ils sont fabriqués et cuits sur place avec passion par Daniel et Alison (aidés d'Anastasia à la vente) tout au long de la journée afin d'offrir les produits les plus frais à un prix très accessible. Leur offre se compose pour l'instant de pas moins de 12 variétés de bretzels différentes, dont 9 sont vegan.

### L'origine

Les citoyens de pays européens comme la France ou l'Allemagne connaissent bien les bretzels traditionnels au sel. Ce n'était pas le cas en Belgique. Stéphane et son frère, ayant hérité de la recette de leur grand-père datant de plusieurs siècles, se sont lancés pour le rendre plus populaire à Liège. Aidé par Daniel, son ami hongrois, Stéphane fournit depuis deux mois maintenant des produits de qualité selon des recettes authentiques et à l'ancienne. Il vient également de recevoir la certification d'artisan.

Version sel de mer, miel et noix, chocolat, pavot, cerise, mélange de graines, fromage, ... Il sera difficile de choisir !



# FOCUS PRODUCTEURS

## CHÈVRERIE PEPLYLUZ



La chèvrerie Pepyluz est une petite ferme familiale située à Geer, au cœur de la Hesbaye. Nous élevons avec passion une vingtaine de chèvres alpines et fabriquons différents produits fermiers à base de lait cru. Nous travaillons dans le respect de nos animaux et de la nature, pas de pesticide ni d'engrais chimique, des emballages réutilisables ou biodégradables et un maximum de vente en circuit court.

Chez Pepyluz, notre philosophie se résume en un mot: **"RESPECT"**.

### Respect des Animaux

Nous élevons des chèvres pour pouvoir transformer leur lait mais aussi car nous aimons cet animal curieux, têtue et attachant. Nos chèvres font partie de notre famille, elles ont un prénom (choisi par leur parrain/marraine), leur caractère, leurs particularités, leur histoire. Nous les élevons avec passion et le bien-être de nos animaux est notre priorité. Les chevreaux et chevrettes sont élevés sous la mère jusqu'au sevrage, vers 2 mois.

### Respect de la terre et de l'humain

Nous sommes très préoccupés par l'avenir de notre planète et convaincus qu'il faut changer nos modes de vie maintenant si nous voulons donner à nos enfants une chance de vivre sereinement. Nous n'avons pas encore la certification bio car nous ne possédons pas assez de pâtures. C'est par conviction que nous respectons tous les autres critères des cahiers des charges de ce label.

### Aucun intrant chimique !

Nos biquettes sont nourries avec du foin, de l'herbe, des concentrés de céréales et de la paille, le tout de qualité et surtout cultivés sans pesticide ni engrais chimique.

### Le rythme des saisons

On essaye d'être le plus en accord possible avec la nature et donc on travaille en respectant le rythme des saisons. Le printemps, c'est le renouveau ! Les naissances arrivent entre la mi-février et la mi-mars et la production recommence. L'été, on travaille et les biques profitent du soleil. L'automne, c'est la fin de la saison et la période de reproduction, nos 2 boucs viennent rejoindre les filles pour quelques mois. L'hiver, c'est le temps du repos pour tous. Les chèvres sont tarées et la production s'arrête pendant 2 mois et demi minimum histoire de reprendre des forces avant les mises bas et la nouvelle saison.

### "Le meilleur déchet est celui qui n'existe pas"

La majorité de nos emballages est biodégradable et dès que nous aurons un petit magasin pour vous accueillir, vos contenants seront évidemment les bienvenus !

### Circuit court et économie circulaire

On achète et on vend local au maximum. Ainsi, on évite les trajets polluants inutiles, on diminue les intermédiaires gourmands et on favorise l'économie locale.



# NAO ORGANIC CHOCOLATE MADE IN BELGIUM



Noir, au lait, en tablette ou à tartiner... Quelle que soit sa forme, sa couleur ou sa texture, le chocolat est avant tout un pur moment de gourmandise. Du fait de son goût riche en bouche et de sa douceur qui éveille nos sens, il ne laisse personne indifférent. Pour bon nombre d'entre nous, il est un petit plaisir coupable auquel nous cédon avec joie.

## L'histoire de Nao

Cette passion pour le chocolat est à l'origine de l'aventure Nao. Fondé en 2015, Nao représente une volonté bien particulière, celle de créer un chocolat belge bio de tous les jours, vendu en vrac, sans emballage et certifié bio. Fort de ce nouveau concept, Nao choisit de travailler en collaboration avec un chocolatier belge spécialisé dans ce métier depuis près de 20 ans. Ensemble, ils ont mis au point une gamme de chocolats simples, aux saveurs authentiques, qu'ils décident de vendre en vrac dans un meuble en bois spécialement conçu pour proposer une expérience de distribution différente. Aujourd'hui, Nao regroupe une équipe dynamique, fiable et très réactive, dont le souci premier est d'être toujours disponible pour le revendeur et le consommateur. Animé par une volonté d'innovation constante, Nao favorise la mise à l'emploi de personnes moins qualifiées, ainsi que les partenariats avec les entreprises de travaux adaptés.

Le manque de traçabilité, le flou dans la chaîne de transformation, ou concernant les informations disponibles quant aux origines, nous ont également amenés à réfléchir à notre approvisionnement. Ceci nous a mené à développer notre propre filière directe en 2020. Pour cela, nous avons sollicité et obtenu l'autorisation d'importer en direct et sans intermédiaire des produits d'origine hors Union Européenne. La filière directe, c'est un gage de qualité et de transparence. Cela facilite la communication avec les acteurs de la production de cacao, et nous permet de comprendre les réalités socio-économiques concrètes auxquelles ils sont confrontés. C'est à l'occasion de discussions préliminaires autour d'un nouveau chocolat fondant 85% que nous avons pris conscience des enjeux pour les producteurs de cacao bio au Pérou, et que nous avons décidé d'agir de la manière la plus efficace possible à notre échelle.

***Nous sommes depuis nos débuts sensibles à l'éthique et aux questions qui entourent la production du chocolat : traçabilité, rémunération, bien-être des producteurs... Ces questions sont en permanence au cœur de nos réflexions, ce qui nous a poussé une fois encore à nous engager dans un projet de soutien direct auprès de nos producteurs au Pérou.***





## OUF TI'CNV ATELIERS de COMMUNICATION NON VIOLENTE



Bienvenue à toi!  
16 séances programmées sur un an, le mercredi entre 19 et 21h

Voici quelques-uns des futurs thèmes de nos séances de Communication Bienveillante, au sein d'Oufticoop, programmées d'ici fin février 2022:

- **Le langage chacal est le langage de ceux qui veulent avoir raison** (10/11)
- **Traduire 'je dois' en 'je choisis'** (1/12)
- **La gratitude est un ingrédient indispensable au changement social** (22/12)
- **Les excuses font partie du langage aliénant** (11/01/22)

- \* Chaque 3 semaines, le mercredi, **Rue Surllet 49 (salle "Du Monde à la Maison")** chez Patrick Dessart, coopérateur également ;
- \* Entre 18h45 (accueil) et 21h00 ;
- \* 10 places à chaque séance ;
- \* C'est gratuit, et cela aborde le vaste champ de la CNV (Communication Non Violente, Communication Naturelle et Vivante), sous une forme la plus pratique possible.

Plus d'informations et inscriptions: 0499 366 145 (Jea)  
Programme complet sur [wiki.oufticoop.be](http://wiki.oufticoop.be).

Au plaisir de nous rencontrer, avec l'élan qui me pousse à partager et à rencontrer...

Jea.

## CONTACTS

Un rappel des e-mails de contact où adresser vos questions éventuelles :

- > La boîte à suggestions : [idees@oufticoop.be](mailto:idees@oufticoop.be)
- > Les produits : [produits@oufticoop.be](mailto:produits@oufticoop.be)
- > Le fonctionnement interne :  
[cooperateurs@oufticoop.be](mailto:cooperateurs@oufticoop.be)
- > L'inscription aux shifts : [shift@oufticoop.be](mailto:shift@oufticoop.be)
- > L'aménagement : [magasin@oufticoop.be](mailto:magasin@oufticoop.be)
- > Le Comité Sociétal : [comite.societal@oufticoop.be](mailto:comite.societal@oufticoop.be)
- > Le magazine : [magazine@oufticoop.be](mailto:magazine@oufticoop.be)
- > La communication externe et événements :  
[com@oufticoop.be](mailto:com@oufticoop.be)
- > Autre chose : [coordination@oufticoop.be](mailto:coordination@oufticoop.be)

## INFORMATIONS ET ACCUEIL

Les séances d'informations et d'accueil font partie du parcours d'intégration du nouveau coopérateur et nous les recommandons à tou.te.s



- Une fois par mois
- Mardi 18h00-19h30 ou samedi 10h00-11h00
- Salle Du Monde à la Maison, 49 Rue Surllet
- 10 places par séance
- Inscriptions en ligne via [wiki.oufticoop.be](http://wiki.oufticoop.be)
- A destination des nouveaux venus sans encore aucune présence (shift) au magasin, comme pour les déjà rodés, un peu ou déjà davantage

Avec la participation par binôme de : Pierre Exsteen, François Gilbert, Alissa Neyens, Antoine Meert, David Beckers, Jea Stas

### Les prochaines dates :

**Mardi 2 novembre**  
**Samedi 11 décembre**  
**Mardi 11 janvier**  
**Samedi 5 février**  
**Mardi 1 mars**

