

PROTRAIT

Prénom | Marine
Nom | Meunier
Âge | 24 ans
Commune | Châtelet



J'ai 24 ans. Je suis originaire de Châtelet, c'est là-bas que j'ai commencé à rêver au journalisme et à l'investigation. Aujourd'hui, je viens d'être diplômée d'un master en journalisme européen à l'IHECS. Je suis fascinée par les sujets humains, et souhaite donner une voix à chacun. Je suis avide d'actualité mais pas seulement, j'aime aussi le football, le cinéma et les thèmes internationaux.



La stagiaire, cuisinière, Niota s'active dans la cuisine pour préparer les tubes de grillons séchés.

Manger des insectes pour plus de protéines

Little Food a fait du commerce et de la consommation d'insectes, sa spécialité. Les employés réalisent un travail de fourmis pour bannir la crainte du public.

MARINE | MEUNIER

C'est dans une ambiance presque exotique que se trouve la start-up. Palmiers à l'entrée, une chaleur de 30° et 70 % d'humidité dans l'antre des grillons.

Située à Laeken, Little Food est le premier élevage urbain de grillons d'Europe. Il se répartit en deux pièces contenant chacune plusieurs box alignés, où grandissent des milliers de grillons. L'idée de créer cette start-up est venue d'un Belge, Raphaël Dupriez, et d'une Française Maité Mercier, tous deux diplômés en bio ingénierie en 2013.

C'est dans leur petit appartement que l'élevage a commencé. Séduit, Nikolaas Viaene quitte la communauté flamande pour les rejoindre en 2015.

UNE START-UP BELGE AVANT TOUT

Cette entreprise tâche de relier les deux communautés belges, elle organise des visites de ses locaux tant en français qu'en néerlandais. Les curieux peuvent accéder à l'agriculture, comprendre le lien entre l'homme et l'insecte mais aussi en déguster. Ce qui reste parfois un défi pour certains. « Je ferai d'abord goûter avant de dire ce que c'est, s'exclame une possible future cliente, parce qu'on va faire des grimaces », plaisante-t-elle.

PETIT INSECTE, GRANDE PROTÉINE

Le grillon fait partie des dix espèces d'insectes

comestibles pour l'Afsc. Actuellement, Little Food en produit jusqu'à 200 kg par mois.

L'objectif : atteindre les 500 kg pour 2018. Mais surtout continuer à sensibiliser le public à leurs bienfaits. « Si on compare les grillons, par rapport au poulet, par exemple, on se rend compte que le grillon va avoir la même quantité de protéines que le poulet, défend Alexis De Hemptinne, diététicien, des protéines de bonne qualité et de bonnes valeurs biologiques qui contiennent les acides aminés essentiels. [...] Des graisses de bonne qualité, des acides gras saturés, sauf pour le grillon sous forme larvaire. » « Il suffit de manger un grillon tous les 4 jours pour avoir ces trois microgrammes de vitamines B12 comme il est recommandé d'en manger », rappelle Raphaël Dupriez. (NDLR : cette vitamine sert, entre autres, à la formation des globules rouges et au bon fonctionnement des neurones). Le grillon contient également des fibres.

Pour le diététicien, si toutes les règles d'hygiène et de traitement de l'insecte sont respectées, il n'y a aucun risque à le consommer.

UN COÛT NON NÉGLIGABLE

Néanmoins, le prix des insectes fait bondir au vu de la rareté de l'aliment. Les produits varient de 4,90 à 5,50 €. Little Food les vend déjà dans une soixantaine de magasins en Belgique.

Avec ce prix, il n'est pas sûr que les clients se ruent sur les insectes pour remplacer la viande.

Little Food a sorti différents produits, entre autres des grillons séchés et des crackers de grillons ;



Un insecte bio

La start-up Little Food aspire à un but écologique et économique. Par exemple, leur agriculture est en position verticale, les employés y ont installé des échangeurs de chaleur.

L'espèce d'insecte n'a pas non plus été choisie au hasard : il est cavernicole, donc il n'a pas besoin de lumière vu qu'il ne la supporte pas, ce qui permet d'économiser l'électricité. De plus, il peut se développer dans un espace réduit, « il nous faut 300 fois moins d'eau (NDLR : que pour un boeuf), il produit 60 fois moins de gaz à effet de serre et il faut moins d'aliments, c'est plus rentable », déclare Maité Mercier. Le cycle de cet insecte à 6 pattes est assez simple, il grandit dans cet environnement très chaud, se reproduit, se nourrit de coproduits (de reste d'huile de lin, de tournesol). Après 35 jours, les œufs sont récupérés pour remplir une nouvelle box. Dix jours plus tard, a lieu l'éclosion. Une fois adultes, ils sont tués par échaudage, pour ensuite être cuisinés.

La publicité ne s'affiche plus, elle se piétine

Depuis un peu plus d'un an, deux jeunes entrepreneurs de la région de Charleroi transforment les trottoirs du pays en affiches publicitaires.

SÉBASTIEN | BAILLET

Regardez où vous marchez. Cette phrase s'applique souvent aux piétons tentant d'éviter les cadeaux canins intempestifs. Elle est aussi devenue le leitmotiv de la jeune start-up carolo Eco'Street Communication. Depuis un an et demi, les deux jeunes entrepreneurs François Wartel, 28 ans et Géry Bochenski, 30 ans, sillonnent les rues belges afin de proposer une autre forme de publicité.

Ces deux systèmes nécessitent une préparation assez minutieuse, comme l'explique François Wartel : « Avec l'aide de différentes ASBL, nous nous sommes créés une base de données des centres-villes wallons et flamands. Nous avons ainsi établi un top 10 des rues les plus fréquentées par centre-ville et nous avons également répertorié tous les arrêts de bus, les gares et bouches de métro du pays. »

DES TROTTOIRS PUBLICITAIRES

Une ville propre c'est tellement plus agréable à vivre, mais moins pour gagner sa vie. En effet, le service que propose la jeune start-up nécessite des trottoirs sales. Concrètement, à l'aide d'un nettoyeur haute pression et d'une sorte de pochoir, les deux hommes vont venir « imprimer » le message publicitaire grâce à deux techniques assez similaires : le « Clean Ad » et le « Clay Tag ».

Pour la première, on utilise simplement de l'eau impropre à la consommation. Le contraste entre la saleté et la propreté devient une affiche temporaire à même le sol. En moyenne, la publicité met une quinzaine de jours avant de s'effacer en se salissant de nouveau.

Pour ce qui est du « Clay Tag », on utilise une peinture à base de craie. Puisqu'il s'agit d'un affichage plus conventionnel, une autorisation communale est requise. Lorsque la période octroyée par la commune est terminée, les deux hommes viennent nettoyer la surface.

GÉOLOGUES DES TEMPS MODERNES

Au volant de leur camionnette, les deux hommes ont déjà parcouru une bonne partie du pays malgré l'existence assez courte de leur start-up. Si les villes sont bien différentes, une chose reste systématique pour François Wartel : l'observation du sol. « Je suis un peu devenu un géologue des temps modernes car je dois connaître les revêtements sur lesquels je veux travailler. Par exemple, les pierres bleues ou les vieux pavés ne sont pas bons. »

Aujourd'hui, ce système d'expression est assez novateur en Belgique et encore assez peu exploité par d'autres sociétés. Si Eco'Street Communication a vu le jour à Gilly, son activité s'étend de plus en plus dans tout le pays, au nord comme au sud. Le but premier est de proposer quelque chose de différent aux gens rompus aux codes publicitaires traditionnels. Cependant, grâce à leur start-up, François et Géry veulent également apporter leur pierre à l'édifice écologique. « Ce n'est peut-être pas LA réponse, mais il s'agit en tout cas d'une bonne réponse écologique au gaspillage de papiers, d'encre, etc. »



Le marquage publicitaire apparaît grâce au contraste entre saleté et propreté.

Une activité basée (en partie) sur un vide juridique

François Wartel et Géry Bochenski exploitent une faille existante dans leur secteur d'activité. « La loi stipule qu'il est interdit d'apposer des publicités sur le domaine public. Or avec notre système Clean Ad, nous ne faisons que retirer de la crasse sans rien apposer. Et il n'est pas interdit de nettoyer le domaine public... », explique François Wartel.

Dans le futur, la jeune start-up aimerait trouver un accord avec les communes pour être encadrées par ces dernières. Si ce système d'affichage n'est pas inégal à l'heure actuelle, le vide juridique sera peut-être un jour comblé. De ce fait, les deux jeunes entrepreneurs aimeraient anticiper un tel cas de figure : « Grâce à ce vide juridique, nous ne demandons jamais d'autorisation, sauf pour le Clay Tag. Cependant, notre but n'est pas de se fâcher avec les communes, même si nous sommes dans notre droit. Si l'une d'entre elles n'accepte pas ce que nous faisons, nous n'allons pas insister, mais plutôt essayer de trouver un terrain d'entente. »

PROTRAIT

Prénom | Sébastien
Nom | Baillet
Âge | 31 ans
Commune | Nivelles



Né le 4 août 1986, je me suis mis sur mon 31 pour cette année.

Ouvrier en reprise d'études à l'IHECS, je suis en Master 2. Nivellois pure souche, je suis tombé dans les folklores locaux quand j'étais petit. Passionné par la langue de Molière et le monde qui m'entoure depuis mon plus jeune âge, c'est tout naturellement que je me suis dirigé vers le journalisme. Je suis également un grand amateur de jeux de mots en toutes circonstances et amoureux inconditionnel de sport.



Au volant de sa camionnette, François sillonne la Belgique.