



# BeCook!

**Succeed your food project**

**Le Guide de  
l'entrepreneur  
FOOD**



Par **BeCook!**

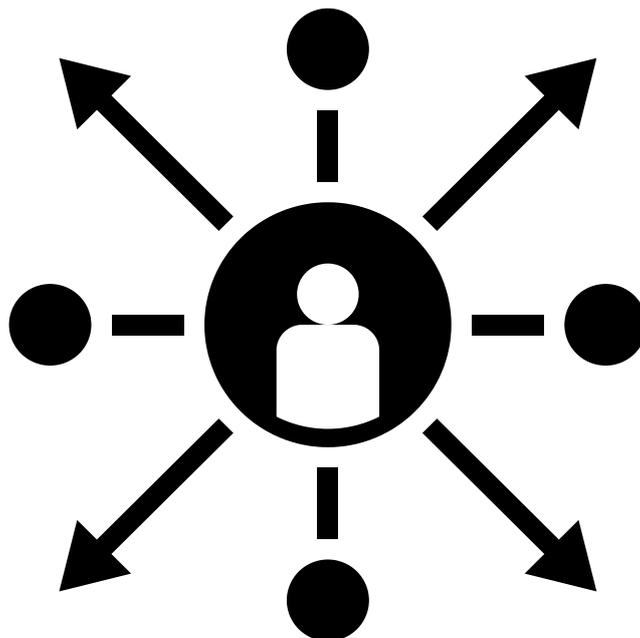


Faire de votre projet food un succès, c'est notre mission au quotidien, à travers les différents aspects du métier. Parce qu'un don ou une idée n'est rien sans la gestion des affaires, parce qu'un Marketing aux petits oignons se doit d'être accompagné des processus et du respect des règles en place, ce guide permet à l'entrepreneur food de trouver réponse aux questions indispensables à se poser avant de se lancer.

|  |    |
|--|----|
| 1. Vaut-il mieux être indépendant ou constituer une société ?.....                       | 1  |
| 2. Quelles formations sont nécessaires ?.....  | 3  |
| 3. Quelles autorisations sont à prévoir ?.....   | 5  |
| 4. Comment financer les investissements ?.....   | 6  |
| 5. Comment établir son Business Plan ?.....  | 8  |
| 6. Comment calculer sa rentabilité ?.....  | 9  |
| 7. Vers une enseigne physique ou virtuelle ?.....  | 10 |
| 8. Quelles réglementations sont applicables ?.....                                       | 11 |
| 9. HACCP, qu'est-ce donc ?.....  | 13 |
| 10. Vaut-il mieux louer ou acheter quand on se lance ?.....                              | 15 |
| 11. Dans sa propre infrastructure, quelles sont les règles d'hygiène à respecter ? ..... | 16 |
| 12. Et le co-kitchen ? .....   | 17 |
| 13. Est-il possible de produire à son domicile privé ? .....                             | 20 |
| 14. Produire soi-même ou sous-traiter ? .....  | 21 |
| 15. Comment gérer le transport vers ses clients ? .....                                  | 22 |
| 16. Comment faire du bio, du local, ou de l'économie circulaire ? ....                   | 23 |

# 1. Vaut-il mieux être indépendant ou constituer une société ?

C'est un débat lors du lancement de chaque nouveau projet : est-il utile de créer une société (personne morale) ou se lancer comme indépendant (personne physique) ? Il y a plusieurs paramètres à prendre en compte dont Partena nous livre le détail. Retenez simplement que plus le projet est complexe (partenariat, investissement, recrutement de personnel), plus il est utile de s'organiser en personne morale. Pour les projets qui ont une structure de départ simple (1 ou 2 associés, peu de matériel de départ, pas d'investisseurs externes), un démarrage en personne physique sera léger et rapide. L'évolution d'une personne physique vers une personne morale est le parcours habituel des projets qui grandissent et s'élargissent.



## PERSONNE PHYSIQUE

- Prise de décision plus rapide
- Aucun capital minimum requis
- Lancement assez simple et bon marché
- Comptabilité relativement simple

## PERSONNE MORALE

- Responsabilité personnelle limitée
- Statut fiscal personnel plus avantageux
- Risques financiers personnels plus limités

- Responsabilité personnelle illimitée
- Imposition de tous les revenus de l'entreprise dans l'impôt des personnes physiques
- Cession plus difficile que pour une société
- Risques financiers entièrement à votre charge

- Procédure de démarrage plus complexe et plus coûteuse
- Obligation pour la plupart des sociétés d'établir un acte authentique chez un notaire
- Obligations comptables et administratives plus importantes
- Mode de travail moins flexible en raison des procédures fixes régissant de nombreuses décisions

## 2. Quelles formations sont nécessaires ?

Au démarrage de votre activité, il est utile d'analyser 2 niveaux d'accès. L'accès à la gestion est exigé pour exercer une activité commerciale. Il vous est nécessaire de prouver vos connaissances de base de gestion pour être inscrit dans la Banque-Carrefour des Entreprises (BCE). La preuve est un diplôme ou une expérience pratique professionnelle suffisante. Pour plus d'informations, cliquez [ici](#).

Le second accès est lié à la profession que vous allez exercer. Si vous envisagez de produire de la nourriture pour une consommation immédiate (tel qu'un traiteur d'une dark kitchen) ou pour des événements (mariages, fêtes, etc.) le diplôme de Restaurateur ou Traiteur-organisateur de banquets est requis. Si vous visez la production de pains, un diplôme de Boulangerie-Pâtisserie sera demandé. Ces 2 diplômes peuvent être compensés par une expérience professionnelle suffisante. Pour plus d'informations, cliquez [ici](#).

Si vous-même ne disposez pas de ces diplômes, l'un de vos collaborateurs peut mettre son propre diplôme à disposition. Nous vous recommandons d'établir cette clause dans chaque convention de travail des membres de votre personnel.



Les productions de produits agro-alimentaires qui ne sont pas dans les 2 catégories précédentes ne nécessitent pas d'accès à la profession. Sont concernés par exemple les plats préparés ou les produits emballés destinés à une consommation non-immédiate. Renseignez-vous à propos de votre projet.



### 3. Quelles autorisations sont à prévoir ?

Avant de démarrer votre activité commerciale dans le Food, il vous est demandé de vous inscrire auprès de l'AFSCA en tant qu'opérateur dans la chaîne alimentaire (ex. traiteur, pâtissier, etc.). Il vous est cependant loisible de procéder à la recherche et développement et les tests de vos préparations sans cette autorisation, celle-ci n'étant nécessaire que lors de la commercialisation de votre production.



## 4. Comment financer les investissements ?

Petits ou grands, les projets entrepreneuriaux ont besoin d'un financement. Celui-ci va servir aux équipements, aux besoins de services de consultance, de communication ou au fonds de roulement de votre business. Plusieurs options, combinables, s'offrent à vous.

### FONDS PROPRES

Vos fonds propres, ou ceux de vos proches. C'est le premier cercle habituel. Ils peuvent servir de mise de fonds à un prêt bancaire. Les institutions bancaires sont friandes de soutenir les start-ups afin de fidéliser une clientèle qui constitue les futurs dirigeants d'entreprise. Faites cependant attention aux garanties que celles-ci peuvent exiger.

### INVESTISSEURS EXTERNES

Les investisseurs externes, tels que les business angels ou venture capital. Ne sous-estimez cependant pas la durée du processus de « due diligence » ainsi que le besoin pour ces investisseurs de se voir prouver la croissance et la rentabilité du projet. Le business angel vous accompagnera dès le lancement et sera souvent du métier alors que les sociétés de venture capital entrent plus tard quand la croissance a besoin d'argent frais pour être soutenue.



## CROWDFUNDING

Le crowdfunding permet à des particuliers de soutenir des projets en échange d'actions, de produits ou services fournis par le projet lui-même ou un taux d'intérêt accompagnant le remboursement de l'investissement. Ces particuliers sont souvent regroupés dans des plateformes qui vous mettent en relation. Cette solution est également une bonne opportunité de communiquer sur votre projet.

## SOUTIEN DU SECTEUR PUBLIC

Les subventions et les fonds d'investissement publics proviennent des structures de l'Etat, au niveau des 3 régions. Suivant l'endroit où se trouve l'activité de votre entreprise. L'activité s'entend par son siège d'exploitation, qui peut être différent du siège social. Les subventions vont vous aider à rembourser des investissements que vous avez consentis. Les fonds d'investissement interviennent souvent sous forme de prêt ou d'investissement en capital. Pour plus d'informations, cliquez [ici](#).



## 5. Comment établir son Business Plan ?

C'est l'autre grand débat, quelle forme doit avoir mon business plan ? Il y a tant de livres, cours, experts, que chacun peut se perdre à simplement décider quelle école suivre. Pour vous simplifier la tâche, retenez qu'un business plan doit être capable de répondre à toutes les questions essentielles d'une activité commerciale. Une représentation exhaustive de ces composants sont regroupés dans le Business Model Canvas, disponible librement. Si vous identifiez que certains domaines sont encore flous, cela signifie que vous devez insister sur leurs développements.

A côté des détails de votre activité, un plan financier vous sera particulièrement utile pour prévoir les coûts et revenus de votre activité future. Comme pour le business plan, il y a tant de modèles différents disponibles qu'il nous est impossible d'en faire la liste. Une bonne piste est de vous renseigner auprès des banques qui disposent de « kit de démarrage » contenant les fichiers à remplir pour que votre projet soit considéré sérieusement. Que vous travailliez avec une banque ou pas, ces documents sont créés par des experts du domaine.

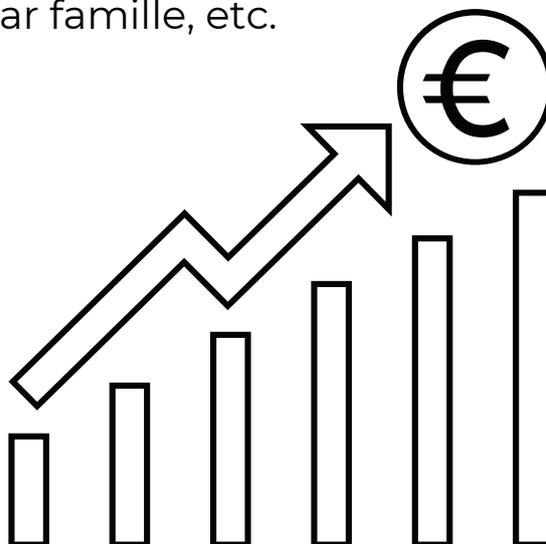
Pour ces 2 composants essentiels aux projections de votre projet, n'hésitez pas à vous faire aider, vous gagnerez du temps et de la qualité. Un comptable validera votre plan financier ainsi que les coûts que vous avez estimés. Pour estimer vos chiffres de ventes, testez les attentes de votre public-cible au travers d'une étude de marché. Les outils digitaux pullulent sur le net, et les médias sociaux sont votre meilleur vecteur de communication pour obtenir des réponses à vos questions. N'oubliez pas de rencontrer votre cible pour valider votre idée et vos tarifs. Vous serez surpris de découvrir que les gens adorent soutenir les entrepreneurs qui se lancent.

## 6. Comment calculer sa rentabilité ?

La maîtrise des coûts est indispensable dans un marché de volume où les marges par produit sont limitées. Les 4 grandes catégories de coûts sont les matières premières (emballages compris), les frais de personnel, le coût de l'infrastructure et la logistique. La répartition entre ces 4 domaines est variable selon les offres et les volumes. Vous y ajouterez les frais de publicité et de commercialisation. N'oubliez pas dans vos calculs que la TVA perçue sera à rembourser trimestriellement, les taux étant différents selon les catégories de produits alimentaires. Faites-vous aider par un comptable et en utilisant des plans financiers liés à votre type d'activité.

Finalement, le plan est utile pour n'oublier aucun frais et les évaluer de manière réaliste.

Certains pièges classiques connus des professionnels peuvent aisément être évités. Par exemple : une perte d'ingrédients de 10 % durant votre production, dus aux transferts de mix et à l'évaporation durant les cuissons est une valeur habituelle. Finalement, un plan est utile s'il est suivi et contrôlé. Confrontez donc vos prévisions à la réalité de manière régulière pour les adapter et garder vos finances sous contrôle. La digitalisation des métiers vous aidera grandement à l'appliquer tout en vous offrant des vues différentes sur la rentabilité par article, par famille, etc.

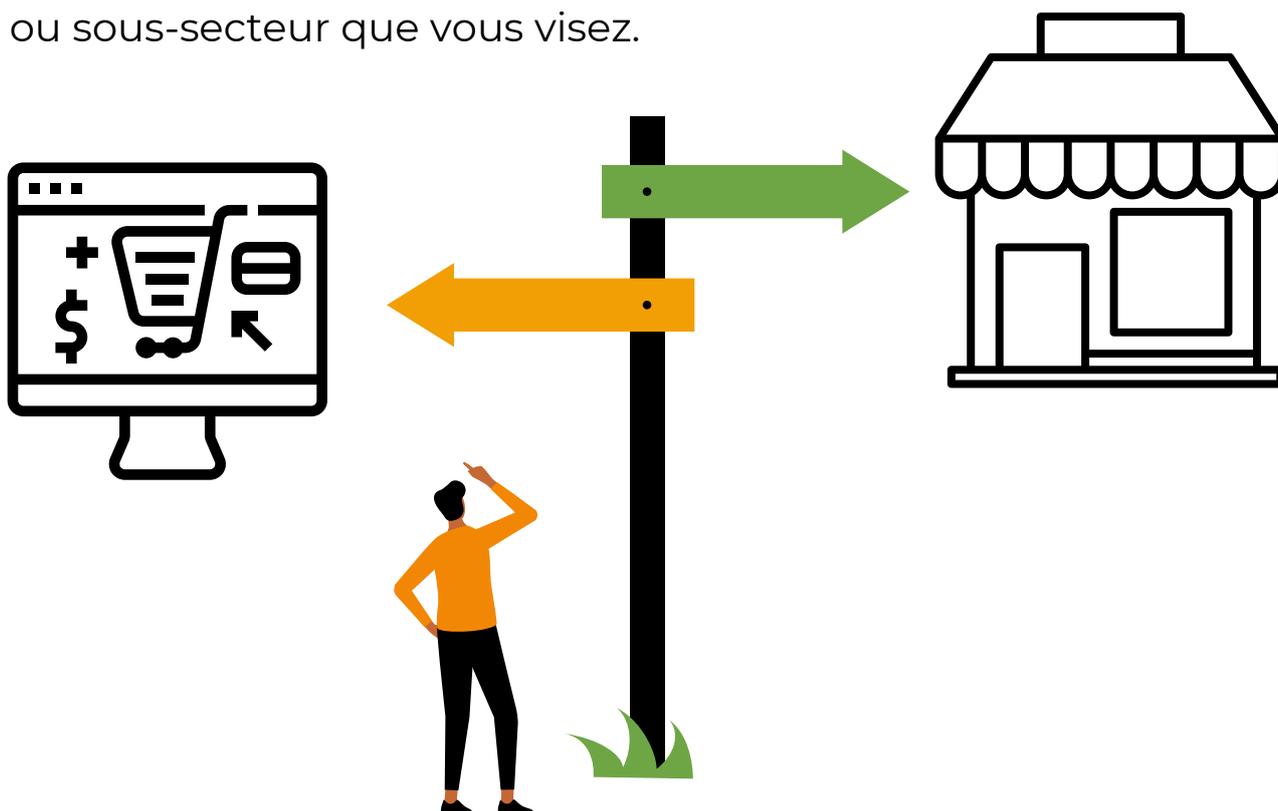


## 7. Vers une enseigne physique ou virtuelle ?

Cette question se pose de plus en plus à mesure que les magasins virtuels sont accessibles plus facilement que jamais à un utilisateur digital lambda. Cette question répond également à la question d'une approche directe du consommateur (Business-To-Consumer) ou indirecte (Business-To-Business).

Avant de prendre votre décision, évaluez tout d'abord vos options : température de conservation de vos produits, date limite de consommation, fragilité, sensibilité.

Regardez également ce qui se pratique dans le réseau des enseignes qui peuvent potentiellement vous intéresser. Des concurrents sont-ils déjà présents en nombre ? Leurs produits sont-ils disponibles chez toutes les enseignes ? Serez-vous le premier ou le douzième producteur sur ce marché ? Quelle zone de chalandise visez-vous ? Rapprochez-vous également d'experts et tâtez le terrain des personnes actrices du secteur ou sous-secteur que vous visez.



## 8. Quelles réglementations sont applicables ?

Le secteur Food est caractérisé par sa réglementation contrôlée au travers de l'AFSCA en Belgique. L'impact des règles et les contrôles appliqués sur votre activité dépendront du type de production que vous envisagez, ainsi que du type de vente (B2C versus B2B). L'usage de certains ingrédients est plus suivi que d'autres par les autorités. Ne vous découragez cependant pas, tout le secteur est organisé et habitué à travailler dans ces normes.

Sur base du risque lié à votre activité, un agrément, une autorisation ou un enregistrement sera requis. Les règlements et catégories sont disponibles auprès de l'AFSCA.

D'autres éléments doivent retenir votre attention au niveau de la réglementation : les règles HACCP, la DLC (date limite de consommation), et la traçabilité.



Agence fédérale  
pour la Sécurité  
de la Chaîne alimentaire



## 9. HACCP, qu'est-ce donc ?

### DEMARCHE HACCP

La démarche HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) est l'analyse des dangers et des points critiques en vue de leur maîtrise. C'est un processus en plusieurs étapes qui permet de contrôler l'hygiène. Cela ressemble concrètement à un dossier qui identifie les étapes risquées de votre production et les mesures de contrôle en place. Des outils ou des structures vous aideront à établir ce plan. Certaines bénéficient de subsides ce qui en réduit sérieusement le coût.

### DLC

La date limite de consommation (DLC) est à prévoir pour toutes les ventes de production alimentaire dont la consommation n'est pas immédiate. Son établissement est indispensable à l'information des consommateurs et elle doit être validée par un laboratoire agréé par l'AFSCA. Afin de limiter vos coûts de tests, il est cependant possible de procéder à de premiers tests vous-même sur différentes durées. N'oubliez pas que chaque modification de votre produit, de ses ingrédients ou de son processus de production entraînera une réaction différente. Veillez donc à procéder à ces tests lorsque votre recette est bien établie et de le faire dans l'endroit de production que vous envisagez.



## TRAÇABILITÉ

La traçabilité est une obligation et une mesure de protection du consommateur. Elle permet de remonter les chaînes de vente et de production des ingrédients utilisés pour identifier une éventuelle anomalie ou contamination, avant de redescendre vers tous les acheteurs professionnels de produits qui contiennent les ingrédients incriminés.

Dans votre quotidien de producteur, cela prendra la forme d'une liste de correspondance entre vos produits finis et les ingrédients utilisés, au travers des numéros de lots respectifs. Des outils digitaux vous faciliteront grandement la vie pour un budget réduit.

Ne vous découragez pas à la lecture de ces éléments, faites-vous simplement accompagner par des personnes déjà expérimentées dès le lancement de votre projet. Elles vous permettront de mettre en place ces différents composants aisément.



## 10. Vaut-il mieux louer ou acheter quand on se lance ?

Comme pour beaucoup de questions fermées, la réponse est « ça dépend ».

L'achat peut se révéler la meilleure solution si votre projet peut se baser sur une expérience déjà bien éprouvée, que vous pouvez déterminer clairement vos besoins et disposez des fonds pour investir.

Si vous faites partie des 90 % de projets qui se lancent mais ne savent déterminer où et comment les volumes de production vont évoluer, ne disposent pas des fonds de départ ou préfèrent essayer de se lancer en suivant l'adage « Fail fast and cheap » la location est l'option à suivre. Elle vous offrira une plus grande flexibilité et une confiance dans le démarrage de votre projet.



## 11. Dans sa propre infrastructure, quelles sont les règles d'hygiène à respecter ?

En tant que responsable de votre propre infrastructure, il vous sera demandé de suivre et d'appliquer la réglementation HACCP au moyen de l'autocontrôle. C'est-à-dire l'ensemble des mesures prises par les opérateurs pour faire en sorte que les produits répondent aux prescriptions réglementaires relatives à la sécurité alimentaire et relatives à la qualité des produits pour lesquelles l'AFSCA est compétente, ainsi qu'ils satisfassent aux prescriptions en matière de traçabilité et à la surveillance du respect effectif de ces prescriptions.

Il vous sera donc demandé d'établir le système d'autocontrôle adapté à votre infrastructure et à la production, un plan qui détaille le sens de la marche de votre production (flux circulaire), un plan de nettoyage de votre infrastructure ainsi que le suivi des températures de vos frigos et chambres froides, la traçabilité, l'analyse des eaux utilisées, les mesures appliquées contre les nuisibles, la gestion en ce qui concerne la réception des marchandises, du stockage, des déchets, l'entreposage des matières premières et des produits finis, l'emballage, le transport des denrées alimentaires, le plan d'échantillonnage interne et externe, l'analyse d'hygiène (hygiénogramme), l'étalonnage, l'entretien des équipements et le respect de la chaîne du froid et du chaud.



## 12. Et le co-kitchen ?

La tendance de la mutualisation connue dans les bureaux atteint également le monde du food, au bénéfice des entrepreneurs qui peuvent se lancer à moindre coût et à moindre risque. Les espaces de co-kitchen peuvent proposer de partager l'entièreté des espaces (une grande cuisine centrale où tous les entrepreneurs sont réunis) ou des espaces individuels entièrement équipés. Il y a autant de solutions que d'endroits qui offrent ce service.

Les règles de l'AFSCA restent applicables mais une grande partie de la gestion pourra être déléguée, vous disposerez donc de plus de temps pour vous consacrer à votre projet. Cette solution autorise également la variabilité de vos coûts au rythme de l'évolution de votre entreprise.

Les utilisateurs de cette solution expérimentent également des partenariats entre membres de la communauté d'un espace de co-kitchen, voire des co-crétions ou carrément des associations à plus long terme.



## PROPRE INFRASTRUCTURE

## CO-KITCHEN

- Autonomie
- Exploitation de tous les espaces
- Disponibilité à 100 %

- Coûts variables
- Communauté d'acteurs
- Partenariats
- Co-crédation

- Coûts récurrents de l'infrastructure
- Gestion en propre des responsabilités sur :
  1. système d'autocontrôle
  2. flux circulaire
  3. plan de nettoyage
  4. températures des frigos
  5. analyse des eaux nuisibles
  6. réception des marchandises
  7. entretiens
  - 8.

- Rangement de vos stocks et petits équipements entre chaque utilisation
- Planification de votre production



**Testez et validez  
votre projet avant  
de vous lancer**

## 13. Est-il possible de produire à son domicile privé ?

La question est récurrente chez les start-ups alimentaires. Pour autant que les règles de base de l'AFSCA soient respectées, dont l'isolation des viandes, poissons et laitage, la réponse est positive. Elle mérite cependant de s'intéresser à l'analyse économique de la solution.

En utilisant des équipements domestiques destinés à un usage familial, le volume de production est bridé par les dimensions et capacités de ces appareils destinés à nourrir un nombre restreint de personnes. Pensez-donc qu'un four domestique vous permettra typiquement d'enfourner 2 niveaux alors qu'un four professionnel moyen vous en proposera 10 sur une profondeur double. Chaque cuisson contiendra donc 20 fois plus de volume de vente qu'à domicile. Sachant que ces équipements sont capables de cuisson plus efficaces, donc plus rapides, faites vos calculs.

Il est fort probable que vos coûts salariaux dépassent largement vos gains en frais d'infrastructure. De plus, travailler à la maison peut conduire à des tensions au sein même de la famille qui devra se plier aux règles de l'AFSCA et perdre une partie de sa liberté privée.

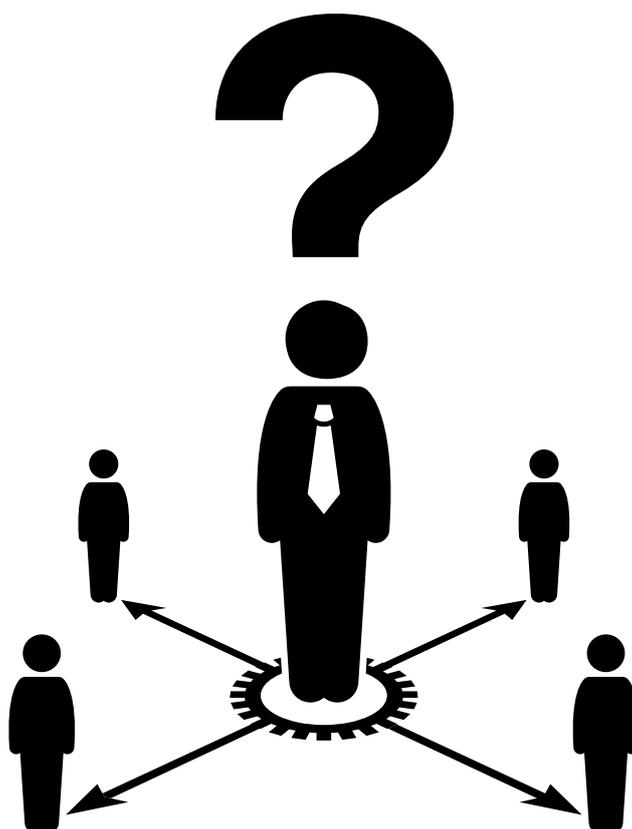


## 14. Produire soi-même ou sous-traiter ?

Tous les dirigeants d'entreprise ne sont pas des experts en cuisine, certains sont des maîtres en marketing, d'autres des vendeurs-nés. Il est tentant pour eux de rester dans leur domaine de prédilection et de ne pas s'aventurer dans une dimension qui leur est inconnue.

La sous-traitance, ou outsourcing, est une solution adéquate, si ce n'est courante dans le secteur. Tenez cependant compte de quelques paramètres de départ.

Un sous-traitant vous demandera de vous engager sur des volumes minimums garantis afin de rentabiliser son propre investissement de mise en place et d'ingrédients. Les exigences de vente dès le départ seront donc élevées. En cas de non-respect des volumes des pénalités peuvent être appliquées pour non-respect des accords.



## 15. Comment gérer le transport vers ses clients ?

La décision de vendre en direct ou via des partenaires impactera vos moyens de transport à prévoir, ainsi que votre zone de chalandise. Si vous vendez en direct dans une zone géographique restreinte, des partenaires en 2 roues sont envisageables tels Molenbike ou Dioxyde de Gambette. Pour ces trajets courts, l'usage de sacs isothermes conviendra pour les produits frais également.

Pour vos livraisons plus importantes ou plus éloignées, les transports en véhicules lourds seront à envisager. Selon les exigences du respect de la chaîne du froid de votre production, envisagez un transport à température ambiante, en camion frigo ou à température négative. Les coûts de transport au kilomètre sont d'autant plus élevés que la température des produits doit rester basse.

Enfin, évaluez également si vous investissez vous-même dans les véhicules, et donc les heures de travail des chauffeurs, ou si vous sous-traitez cette tâche. Selon le point de départ anticipé de vos affaires, différentes solutions sont envisageables. N'oubliez cependant pas que les chiffres d'affaires « en théorie » sont toujours plus faciles à réaliser qu'en réalité.



## 16. Comment faire du bio, du local ou de l'économie circulaire ?

Ces 3 notions sont complémentaires et peuvent s'envisager ensemble ou séparément, toutes les combinaisons sont possibles. L'important est que votre projet soit cohérent et convienne à votre philosophie.

La certification bio en Belgique est régie par 3 organismes dont le choix est laissé à votre discrétion : Certisys, Quality Partner ou Tüv Nord Integra. Chacun applique la réglementation nationale issue des directives européennes.

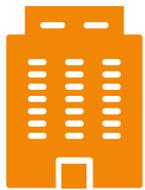
Au-delà des certifications officielles, la tendance récente des consommateurs est de privilégier les producteurs locaux, ce qui génère une augmentation de l'économie circulaire. Ces 2 dernières notions sont au bénéfice des nouveaux projets de dimension réduite ; un mouvement idéal pour lancer de nouvelles initiatives.





# BeCook!

**Succeed your food project**



Rue Dieudonné Lefèvre 27  
1020 Bruxelles



[becook.brussels@gmail.com](mailto:becook.brussels@gmail.com)



+32 495 14 63 29



[becook.be](http://becook.be)