



CTN · LA VIE · COTONOU

BUSINESS PLAN V2 · JUILLET 2026 · CONFIDENTIEL

Le Bénin n'attendait pas **un business.** Il attendait **un outil.**

Une infrastructure numérique civique de la vie sociale, gastronomique et récréative à Cotonou — construite localement, avec une doctrine qui refuse tout compromis commercial avec les lieux qu'elle sert.

RONDE PRÉ-SEED RECHERCHÉE

49,2 M FCFA

Pre-money 98,4 M FCFA · post-money 147,6 M FCFA · dilution ~33,3 % · 3 tranches sur 12 mois

Résumé exécutif

CTN (« la vie · Cotonou ») est une application mobile et web progressive (PWA) qui répond à une question universelle mais aujourd'hui sans réponse crédible en Afrique de l'Ouest francophone : *où est-ce que je peux manger, boire, sortir ou faire quelque chose maintenant ?* L'app bascule automatiquement en mode **Day de 6h à 18h** (cafés, coworking, brunch, plages, activités, culture, famille) et en mode **Night de 18h à 6h** (bars, lounges, concerts, DJs, restaurants du soir).

Le vrai coup d'audace est **l'ouverture aux activités** : karting, bowling, escalade, jet-ski, kayak, laser tag, tir à l'arc. Personne à Cotonou ne sert aujourd'hui la question « *où faire quelque chose ce weekend* » alors que l'offre existe réellement. C'est un océan bleu qui élargit massivement le marché adressable.

Le produit se déploie en deux temps qui portent un seul récit. **V0 — le programme honnête + la FRIENDZONE** est la rampe d'accès. **V1 — la carte vivante publique** fait apparaître les halos de vitalité agrégée en temps réel. À moyen terme, **CTN Étoilé** introduit une couche d'évaluation éditoriale par expert.

Le modèle économique est d'une **pureté radicale** : CTN ne prend aucune commission de personne. Pas de booking, pas d'affiliation, pas d'intermédiation transactionnelle. Le revenu vient uniquement des utilisateurs (Premium + Étoilé), des employeurs (Corporate B2B), des institutions publiques (rapports de données, grants) et de la communauté (tip jar). Aucun lieu ne paie CTN, jamais.

État actuel : la PWA est déployée en beta sur Cloudflare Pages + D1 + Workers. **37 lieux physiquement identifiés** couvrent la nuit, le jour et les activités à Cotonou. Un wrap natif Capacitor est prévu avant le lancement public pour une distribution sur App Store et Google Play.

Ronde recherchée : **49,2 M FCFA** pour 12 mois. Valorisation **pre-money 98,4 M FCFA**, **post-money 147,6 M FCFA**, dilution investisseur **~33,3 %**. Le salaire du fondateur est autofinancé.

Ambition : devenir en 3 ans l'infrastructure de découverte de la vie sociale, gastronomique et récréative de l'aire francophone d'Afrique de l'Ouest. La trajectoire d'expansion est explicitement séquencée : **consolidation intra-Bénin d'abord** (Cotonou cœur → **Calavi** → **Akpakpa**), **passage régional ensuite** (Lomé → Abidjan). Ce séquençement est délibéré : il double approximativement le marché adressable sur des zones péri-cotonaises à très forte densité de vie sociale, tout en restant sous le même cadre juridique, la même équipe et la même infrastructure — ce qui produit une consolidation « *CTN = référence nationale au Bénin* » avant tout franchissement de frontière.

1. Le problème

À Cotonou, la question *où est-ce que je peux manger, boire, sortir ou faire quelque chose maintenant ?* n'a pas de bonne réponse. Les guides imprimés sont figés dans le temps et ignorent ce qui se passe *aujourd'hui*. Google Maps affiche des notes historiques. Les réseaux sociaux montrent ce qui est photogénique, pas ce qui est vivant. WhatsApp fragmente l'info dans des groupes fermés.

Le problème est particulièrement flagrant **sur les activités** : à Cotonou on peut faire du karting (Eka World), du jet-ski et du kayak (Hydrokeke, Adunko Bay), de l'escalade, du bowling, du laser tag — mais qui le sait vraiment ?

Ce vide touche particulièrement plusieurs profils : le touriste francophone qui débarque, l'expat récent en poste, le jeune actif nouvellement installé à Cotonou, la famille qui cherche une activité pour le dimanche, et le groupe qui essaie de se rejoindre en soirée.

Le problème n'est pas un manque de vie — Cotonou en déborde. Le problème est que cette vie est **invisible** à ceux qui la cherchent.

2. La solution — le produit CTN

CTN répond à cette question par une architecture qui bascule automatiquement selon le moment de la journée, couvre les quatre dimensions de la vie sociale, et respecte une doctrine d'honnêteté radicale.

Quatre verbes, un seul produit

CTN sert la question **manger · boire · sortir · faire**. L'ouverture aux activités (karting, escalade, jet-ski, bowling, laser tag) élargit massivement le champ par rapport à toute app existante dans la région.

L'app qui vit avec la journée — bascule automatique Day / Night

De **6h à 18h** l'app est en mode **Day** (palette claire). De **18h à 6h** en mode **Night** (palette navy). La bascule est automatique. Bouton « *aperçu du soir* » à partir de 15h. Toggle manuel dans les réglages.

Chaque utilisateur ouvre CTN au moins **deux fois par jour**, ce qui améliore mécaniquement l'engagement et double la surface d'usage vs. une app nightlife pure.

V0 — Le programme honnête et la FRIENDZONE (*la rampe d'accès, en beta*)

La couche publique — le programme. L'utilisateur ouvre l'app, appuie sur **GO**, et voit la liste des lieux et leur programme du moment. Carte en pastilles bleues neutres. L'information est fournie par les lieux eux-mêmes ou par les contributeurs.

La couche privée — la FRIENDZONE. Chaque utilisateur peut activer un cercle de confiance opt-in. Liste sobre des check-ins des potes actifs. **Mode discret** (2h glissantes) pour contribuer sans apparaître.

V1 — La carte vivante publique (*la destination, le moat*)

V1 fait apparaître les **halos de vitalité** sur une route dédiée **/results**. La règle produit est stricte : *V1 ajoute, ne modifie pas*. Les halos n'apparaissent que sur **/results**, jamais sur les autres routes de V0.

Cette carte de présence publique est le **moat défendable**. Un concurrent devrait rebâtir la base d'utilisateurs — c'est le pari.

CTN Étoilé — l'évaluation éditoriale par expert, à moyen terme

Un troisième palier, **CTN Étoilé**, introduit une couche d'évaluation éditoriale par expert. Des **inspecteurs CTN** visitent physiquement des lieux, à leur insu, selon une méthodologie **publique et documentée**.

Aucun guide annuel — les étoiles vivent en direct dans l'app. **Aucun lieu ne peut acheter d'étoile.** Un **Top 50 annuel** généré automatiquement est publié sur le site officiel en fin d'année.

Le récit unique, en une phrase

CTN, c'est la seule app qui te dit où manger, boire, sortir ou faire quelque chose maintenant à Cotonou. On amorce avec V0, on active le moat avec les halos publics de vitalité (V1), on couronne à moyen terme avec l'évaluation experte transparente (CTN Étoilé).

Le principe de captation : *on ne pêche pas, on organise*

Un principe fondateur non négociable : **le robot ne part pas à la chasse à l'information, on la lui fournit et il la range.** L'IA est un traducteur et un structureur, pas un découvreur.

Le moteur suit un escalier de sources : ce que les lieux fournissent volontairement, ce que les contributeurs partagent, et la **récurrence** — un lieu déclare son rythme une seule fois.

La modération centralisée : rien n'est publié sans validation humaine CTN

Corollaire non négociable de la doctrine d'honnêteté : **aucune information éditoriale saisie par un utilisateur n'apparaît directement dans l'app.** Les utilisateurs *soumettent* — l'équipe CTN *valide et publie*. Trois flux de contribution utilisateur :

1. **Check-in "JE SUIS LÀ"** — la seule action à validation automatique, encadrée par quatre garde-fous techniques (voir §13). C'est la seule donnée user qui entre en direct dans l'algo de vitalité.
2. **Soumission d'un tip ou d'un à-savoir** — passe par une file de review CTN, publié ou refusé sous 48h.
3. **Soumission d'un nouveau lieu / d'une affiche / d'un événement** — vérification terrain par les community managers, intégré à la base seulement si les critères éditoriaux sont respectés.

Cette architecture protège le moat éditorial : un user ne peut pas "casser CTN" en publiant du spam, une fausse info ou un contenu douteux. Elle rend aussi la promesse « *on ne montre que ce qui est prouvé* » littérale — toute chaîne texte visible dans l'app a été relue par un humain de l'équipe.

Le système de reconnaissance — badges, journal, accès Étoilé Community

CTN récompense l'engagement des contributeurs par un système **non-monétaire, non-compétitif, cumulatif**. Aucun badge n'ouvre à un discount, un cash-back ou un avantage commercial (ce qui violerait la doctrine "*aucun intermédiaire commercial*"). Aucun leaderboard public n'existe (ce qui créerait pression et gaming). Le reward est intrinsèque : *ce que ta contribution te donne, c'est ta contribution accumulée elle-même*.

Journal souvenirs. Chaque check-in enrichit un journal personnel — carte des lieux fréquentés, chronologie, fréquence, ambiances vécues, potes croisés. Visible uniquement par le user lui-même. C'est un cadeau de mémoire offert par CTN, qui n'existe que pour ceux qui contribuent.

Badges — neuf familles. Volume de check-ins, diversité géographique (par quartier + Tour de Cotonou + Tour du Bénin), diversité de moment (matinal, weekend, insomniaque), diversité de vibes (chill, party, live, étoilé), diversité d'usage sur les 4 verbes (mangeur, buveur, sortant, faiseur), contribution éditoriale (tips validés, lieux découverts), FRIENDZONE (potes ajoutés, ninja discret), fidélité (30/90/180/365 jours actifs sans pression de streak journalier), et badges événementiels attribués manuellement lors d'événements CTN. Les badges sont visibles dans le profil et par les potes FRIENDZONE, jamais publiquement.

Accès Étoilé Community. Au-delà d'un certain seuil de contribution cumulée, l'utilisateur débloquent un espace **Étoilé Community** distinct du tier Étoilé payant : droit de voter pour les prochains lieux à inspecter, proposition de lieux candidats à l'inspection, accès anticipé au Top 50 annuel. C'est le pendant participatif de CTN Étoilé — les gros contributeurs deviennent co-curateurs éditoriaux.

3. La doctrine — un cadre qui protège la valeur

Six principes non négociables structurent CTN. Ils contraignent activement ce que le modèle économique a le droit de faire.

Neutralité éditoriale absolue. Aucun deal commercial ne lie CTN aux lieux listés ou aux opérateurs d'activités.

Aucun intermédiaire commercial. CTN ne prend aucune commission de personne — pas de booking, pas d'affiliation, pas d'intermédiation transactionnelle.

Honnêteté et preuve. « *On ne montre que ce qui est prouvé.* » Chaque information affichée porte un **point-source** indiquant sa provenance (confirmé par le lieu / détecté par l'agent / saisi par un contributeur). **Corollaire opérationnel** : toute information éditoriale (tip, à-savoir, nouveau lieu, affiche) est validée par un humain de l'équipe CTN avant publication — les utilisateurs *soumettent*, jamais publient directement. Seule exception : le check-in "JE SUIS LÀ", auto-validé par des garde-fous techniques (geofence + séjour minimum + cooldowns).

Aucune UI décorative. Tout élément qui a l'air cliquable fonctionne vraiment, sinon il est retiré.

Non-dépendance. Le produit doit marcher même si aucun lieu ne collabore.

Identifiant minimum, opt-in gradué. Aucun compte à l'ouverture, aucun email demandé, aucun tracking en fond. Un UUID généré localement sur l'appareil suffit pour naviguer, consulter la carte, voir les halos et faire des check-ins anonymes. La donnée personnelle n'est demandée qu'au moment où l'utilisateur active une fonctionnalité qui l'exige explicitement : phone pour ajouter des potes en FRIENDZONE, email et phone via le provider de paiement pour s'abonner, selfie pour la vérification légère opt-in. Ce modèle de consentement gradué évite le mur d'inscription forcé et cadre par avance les revenus data : uniquement de l'agréé, jamais de l'individuel.

4. Le marché

Les chiffres qui suivent sont des estimations dérivées de sources publiques et des travaux de cadrage internes.

MARCHÉ	TAILLE
Cotonou — population	~700 000 habitants
Cœur de cible 15-45 ans, urbains, connectés	~200 000 personnes
Fréquentent bars/restaurants $\geq 1 \times$ /mois	~50 000 à 100 000
Extension intra-Bénin — Calavi + Akpakpa (activation ronde 1)	~1 000 000 habitants additionnels
Adressable régional (Cotonou + Lomé + Abidjan)	~5 millions

L'extension au Day et aux activités élargit fortement la base : chaque utilisateur ouvre CTN **au moins deux fois par jour**, et le public s'ouvre aux familles, aux touristes en journée, aux amateurs d'activités récréatives.

Extension intra-Bénin : Calavi et Akpakpa — le chaînon avant la frontière

Le cœur cotoinois est adossé à deux zones péri-urbaines à très forte densité de vie sociale, qui constituent le **marché adressable intra-Bénin** activé en priorité après le lancement Cotonou et **avant tout franchissement de frontière**.

Abomey-Calavi, ville universitaire au nord de Cotonou (~700 000 habitants, forte concentration étudiante liée à l'UAC), a une vie de sortie nourrie et une population jeune particulièrement adaptée au produit.

Akpakpa, secteur est de l'agglomération cotoinoise, est un tissu dense de maquis, bars et restaurants populaires que le cœur cotoinois central ne couvre pas.

Ces deux zones combinées ajoutent approximativement **1 million d'habitants** au marché adressable et **une centaine de lieux actifs** à cartographier, dans le même cadre juridique, avec la même équipe et la même infrastructure. Elles constituent également le **second point de calibrage** nécessaire à la robustesse de l'algorithme de vitalité : une seule ville est un cas particulier, deux zones aux profils socio-économiques distincts valident la portabilité du modèle avant d'engager une capitale étrangère.

Un signal fort de démonstration de méthode : à Cotonou, **37 lieux** ont d'ores et déjà été physiquement identifiés et intégrés à la base sur la seule initiative du fondateur, sans campagne.

Flux touristique international — chiffres officiels et catalyseur 2026

Au-delà du marché résident, CTN se positionne pour capter le flux touristique international qui converge vers Cotonou, aujourd'hui en croissance officielle et structurellement soutenu par la politique publique.

INDICATEUR	VALEUR	SOURCE
Touristes internationaux au Bénin	~ 120 000/an	Chiffre officiel 2023 (Banque Mondiale / ministère du Tourisme)
Croissance visiteurs annoncée	+22 %	Projection officielle 2025
Concentration géographique	La majorité passe par Cotonou	Aéroport international Cardinal Bernardin Gantin
Ouverture Club Med Cotonou	2026	Premier resort international du pays, accélérateur du flux
Ambition étatique	2 millions de touristes à horizon 2030	Programme <i>Bénin Révélé</i> (×14 vs. aujourd'hui)

Ces chiffres sont importants à deux titres. Premièrement, ils indiquent un **cœur de cible additionnel qualifié** (touristes francophones qui débarquent sans réseau local — profil exact identifié en §2 comme sous-servi par toute infrastructure existante). Deuxièmement, ils inscrivent CTN dans un **alignement direct avec la politique publique** du pays — c'est un dossier crédible pour les grants et pour d'éventuels contrats data avec l'office du tourisme ou la mairie de Cotonou.

5. La concurrence

Aucun acteur ne domine aujourd'hui le segment « *temps réel + Afrique de l'Ouest francophone + vie sociale, gastronomique et récréative* ».

Les **guides imprimés** (Petit Futé, Lonely Planet) proposent une information de qualité mais figée dans le temps.

Les **réseaux sociaux** montrent ce qui est photogénique, pas ce qui est vivant.

Google Maps propose des notes historiques. *Popular Times* est presque toujours vide en Afrique de l'Ouest faute d'assez d'utilisateurs avec Location History activé.

Sur le **segment activités**, la concurrence est encore plus faible : ces lieux existent mais ne sont référencés nulle part.

CTN se positionne en **first-mover**.

6. Comment CTN gagne de l'argent

Le modèle en une phrase

CTN vend uniquement à ceux qui bénéficient de l'information (utilisateurs, employeurs, institutions publiques). CTN ne prend aucune commission, jamais, de quiconque apparaît dans l'app.

La structure d'abonnements

Trois tiers propres, avec un paywall qui protège la valeur pratique.

FONCTION	FREE (0 FCFA)	PREMIUM (2 000 FCFA/MOIS)	ÉTOILÉ (3 500 FCFA/MOIS)
Voir la carte + pastilles	✓	✓	✓
Voir les halos publics de vitalité	✓	✓	✓
FRIENDZONE (voir les potes présents)	2 potes max	20 potes max	30 potes max + demande admin
Cliquer sur la fiche d'un établissement	✗	✓	✓
Voir la vitalité chiffrée (nb présents, +X en 1H)	✗	✓	✓
Voir les tips, le programme détaillé, les à-savoir	✗	✓	✓
Filtres avancés (chill, live, brunch, activité...)	✗	✓	✓
Historique perso + alertes potes	✗	✓	✓
Accès aux fiches étoilées + rapports d'inspection	✗	✗	✓
Alertes nouvelles étoiles décernées	✗	✗	✓

Le **Free voit où ça bouge (carte + halos) mais pas quoi s'y passe**. La promesse produit est visible dès l'ouverture — une ville qui pulse en direct — mais l'utilité pratique est réservée aux abonnés.

Le second axe de valeur pour l'utilisateur : la reconnaissance, pas l'argent

En parallèle du paywall payant, CTN offre à ses utilisateurs un système de **reconnaissance non-monétaire** — badges, journal souvenirs, accès Étoilé Community — détaillé au §2. Ce système ne rapporte aucun revenu direct, mais il joue un rôle central dans l'économie du produit : il **sustaine l'engagement des contributeurs sur la durée** sans jamais créer de reward externe qui corromprait la donnée (leçon Foursquare : tout badge attaché à un discount ou un cash-back tue le signal en 6 mois).

Étoilé Community — à distinguer clairement du tier Étoilé payant — est débloqué par accumulation de contribution (check-ins validés + tips soumis et validés + lieux découverts). C'est le pendant participatif de CTN Étoilé : les gros contributeurs deviennent co-curateurs éditoriaux, ils votent sur les prochains lieux à inspecter, ils accèdent au Top 50 en avant-première. Cette double porte d'accès (par le paiement OU par la contribution) protège la doctrine d'égalité — n'importe qui peut devenir Étoilé Community sans payer un centime, à condition d'y avoir mis du sien.

Le plafond FRIENDZONE et la vérification légère

Les abonnés Étoilé peuvent, au-delà des 30 potes standard, **demandeur à l'équipe admin un plafond supplémentaire**. Cette demande est gratuite pour les utilisateurs vérifiés — c'est-à-dire ceux qui ont opté pour une vérification légère (téléphone confirmé par SMS + selfie soumis à l'admin pour review manuelle rapide). La vérification reste totalement opt-in.

Un modèle d'identification progressif — pas de mur d'inscription

CTN n'impose aucun signup à l'ouverture. L'utilisateur télécharge l'app, l'ouvre, et l'utilise immédiatement — **aucune barrière d'entrée**. La donnée personnelle est demandée progressivement, uniquement au moment où l'utilisateur active une fonctionnalité qui l'exige : un numéro de téléphone pour ajouter des potes en FRIENDZONE, un email et un phone (fournis au provider de paiement Paystack) pour s'abonner Premium ou Étoilé, un selfie pour la vérification légère opt-in.

Ce modèle assume un trade-off explicite : moins de signups formels au départ, mais une **base active bien plus large** et une **conversion payante mieux qualifiée**. Sans mur d'inscription, on estime que **60-80 % des installs deviennent utilisateurs actifs** (au moins un check-in ou une consultation régulière), contre 20-30 % dans un modèle à signup forcé. Les utilisateurs anonymes ne sont pas du trafic mort : ils contribuent aux check-ins, ils alimentent la data de vitalité qui est le moat.

Cette approche est particulièrement adaptée à Cotonou et à l'écosystème francophone d'Afrique de l'Ouest, où la méfiance envers les formulaires de signup et le partage de données personnelles est élevée. Elle correspond à la culture du « *je teste avant de m'engager* ». Les métriques rapportées aux investisseurs distinguent trois niveaux : **installations, utilisateurs actifs mensuels** (au moins une action / mois), et **utilisateurs identifiés** (ayant lié un phone ou un email). C'est la conversion « *identifié → payant* » qui compte pour la traction — la base MAU anonyme est un signal complémentaire de vitalité.

Les cinq sources de revenu — toutes doctrine-safe

SOURCE	PAYEUR	ESTIMATION ANNÉE 2
Premium segmenté (Premium + Étoilé)	L'utilisateur final	~14,4 M FCFA
CTN Corporate B2B (licences employeur, dégressif volumique)	Employeurs (ONG, banques, ambassades)	~9,2 M FCFA
Rapports de données agrégées et anonymisées	Mairie, office tourisme	~6,6 M FCFA
Grants et subventions	Institutions publiques / fondations	~19,7 M FCFA
Tip jar (signal PMF communautaire)	Les utilisateurs qui aiment le produit	~2 M FCFA
Total année 2		~51,8 M FCFA

Détail des estimations

Premium segmenté (~14,4 M FCFA/an) — sur une base cible de 2 000 à 3 000 MAU à horizon 24 mois : ~15 % de conversion Premium à **2 000 FCFA/mois** + ~5 % de conversion Étoilé à **3 500 FCFA/mois**. Paiement via Paystack ou Flutterwave, qui supportent MTN Money et Moov Money dès le premier jour.

CTN Corporate B2B (~9,2 M FCFA/an) — entreprises qui accueillent expats et diaspora (Ecobank, ONG, ambassades, hôteliers). Licence CTN Corporate offerte par l'employeur, **tarif dégressif volumique** : ~4 000 FCFA/licence pour 1-10 licences, ~3 500 pour 11-50, ~3 000 pour 51-200, sur devis au-delà. Plus une entreprise prend de licences, moins cher par licence — logique volumique qui incite les gros comptes.

Rapports de données (~6,6 M FCFA/an) — vendus à la mairie, à l'office du tourisme, à des ONG culturelles. **Jamais de donnée individuelle.**

Grants (~19,7 M FCFA/an) — Digital Africa (AFD), French Tech Bourse, Etrilabs, Bloolab, MEST Africa.

Tip jar (~2 M FCFA/an) — bouton « *merci !* » dans les réglages. Signal de product-market fit plus qu'un vrai revenu.

Ce que ces chiffres racontent

Le total année 2 (~51,8 M FCFA) est composé de **~32 M FCFA de récurrent** et de **~19,7 M FCFA de grants**. Le burn planifié est de **~3,9 M FCFA/mois soit ~46,6 M FCFA/an**. Le récurrent seul couvre l'essentiel du burn opérationnel à horizon 24 mois. Les grants deviennent une marge stratégique.

C'est un argument d'efficacité capitalistique très fort : **49,2 M FCFA levés amènent CTN près du breakeven opérationnel à 24 mois**, dans un modèle où aucune source de revenu ne peut être remise en cause pour compromission éditoriale.

7. Go-to-market

Le lancement suit un ordre méthodique conçu pour valider chaque étape avant d'engager du budget sur la suivante. Il est explicitement structuré en **trois tranches financières séparées** (voir §11).

Phase 1 — Sortie de beta et lancement V0 à Cotonou (mois 1-4). Enrichissement du programme des 37 lieux, wrap natif iOS + Android via Capacitor pour distribution sur App Store et Google Play, et lancement public officiel de V0. Le tier Premium est ouvert dès ce lancement via Paystack (MTN Money + Moov Money dès jour 1). Objectif : **800 à 1 500 utilisateurs actifs mensuels** à fin de phase.

Phase 2 — Déploiement V1 à Cotonou (mois 4-10). Activation des halos publics, recrutement d'un second community manager et de l'équipe field. **Mois 8-10** : publication de la méthodologie CTN Étoilé + premières étoiles décernées.

Phase 3 — Extension intra-Bénin (Calavi + Akpakpa) + traction B2B + moment PR annuel (mois 10-12). Activation du déploiement sur les deux zones péri-cotonaises : recensement physique des ~100 lieux actifs, onboarding via WhatsApp, extension organique de la FRIENDZONE aux réseaux étudiants UAC (Calavi) et populaires (Akpakpa), campagne marketing locale ciblée (radio locale, KOL UAC, présence maquis). En parallèle : signature des premiers contrats **Corporate B2B**, premier contrat data mairie / tourisme, publication du **Top 50 CTN de fin d'année**.

Phase 4 — Préparation expansion régionale (post-mois 12, seconde ronde). Une fois la couverture intra-Bénin établie et la position « *CTN = référence nationale au Bénin* » actée, ouverture opérationnelle et financière de **Lomé** (visée M+15 à M+18) puis **Abidjan**. Cette phase relève d'une seconde ronde, calibrée sur la traction accumulée pendant les phases 1 à 3.

8. État actuel et pile technique

La PWA est **déployée en beta** et installable sur iOS et Android en « *Add to Home Screen* » depuis le navigateur. Elle est buildée sur **Next.js 14** et déployée sur **Cloudflare Pages + Cloudflare D1 + Cloudflare Workers** avec **Groq** pour l'IA de structuration.

Passage à une distribution native avant le lancement public

Pour le lancement public officiel, la PWA sera doublée d'un **wrap natif via Capacitor** — une coque native iOS et Android qui embarque le codebase Next.js existant. Cela permet une distribution sur **App Store et Google Play**, un accès aux notifications push natives, et un accès aux features natives (GPS haute précision, contacts, caméra pour vérification). *Un seul codebase, deux surfaces de distribution.*

Contenu — 37 lieux physiquement identifiés

La base actuelle couvre **37 lieux physiquement identifiés** à Cotonou, répartis sur les trois axes du produit : **la nuit, le jour, et les activités** (Eka World, Hydrokeke, Adunko Bay, Bab's Dock, bowling & arcade).

La base éditoriale est en cours d'enrichissement continu via les community managers et les **Plus Codes Google** pour la géolocalisation exacte. Cible d'extension : ~60 lieux à fin de Phase 1, puis ~100 lieux supplémentaires en Phase 3 avec l'activation Calavi + Akpakpa.

Le moteur de contenu

Un **back-office admin opérationnel** permet d'ajouter/éditer les lieux, leur attribut moment, leur programmation et les tips.

La stratégie de contenu suit un escalier de sources : soumission volontaire par les lieux (OAuth Meta, WhatsApp), scraping et IA en amorçage discret.

Infrastructure : un choix stratégique

Le coût mensuel réel se situe entre **0 et 33 000 FCFA, quasi indépendant du nombre d'utilisateurs**. Ce choix fait sauter le principal poste variable habituel d'une app de ce type et étend mécaniquement le runway.

Pages légales publiées, incluant un **droit de retrait des lieux** (traité sous 48h).
Conformité : **RGD européen + APDP béninois**.

9. L'équipe

Le projet est porté par un fondateur unique à ce stade. **Charles Darboux** cumule une double compétence rare : il est **patron de bar à Cotonou** et **capable de piloter techniquement le produit** (beta fonctionnelle aboutie sans levée préalable).

Structure prévue sur 12 mois post-ronde

- Le fondateur reste opérationnel à temps plein (produit, direction, développement commercial).
- Un **pool dev freelance** intervient sur les gros chantiers V1 et sur le wrap natif Capacitor.
- **Deux community managers locaux** à Cotonou (CM #1 phase 1, CM #2 phase 2).
- Une **équipe field de 6 testeurs** rémunérés pendant les 6 premiers mois du déploiement V1.
- Une **équipe d'inspecteurs CTN Étoilé** (1-2 personnes à temps partiel, mobilisées à partir du mois 6).
- Un **renfort field ponctuel** pour l'activation Calavi + Akpakpa en Phase 3.

Cette structure est délibérément lean. Le pari est qu'une **seconde ronde (12-18 mois après celle-ci)** financera l'expansion régionale.

10. Où va l'argent — plan de financement

En un coup d'œil

RONDE RECHERCHÉE : 49,2 M FCFA

12 mois — sortie beta V0 (Day + Night + activités + wrap natif) puis V1 (halos + Étoilé) puis activation intra-Bénin (Calavi + Akpakpa)

La ronde couvre l'intégralité des **trois tranches**.

TRANCHE	MONTANT
Tranche 1 — V0 (sortie beta + enrichissement + Day/Night + wrap natif iOS/Android)	16,2 M FCFA
Tranche 2 — V1 (halos publics + CTN Étoilé)	25,3 M FCFA
Tranche 3 — Extension intra-Bénin (activation Calavi + Akpakpa)	4,6 M FCFA
Marge stratégique / sécurité	~3,0 M FCFA
Ronde totale	~49,2 M FCFA

Salaire fondateur (4,7 M FCFA/an, soit ~394 K FCFA/mois) **autofinancé, hors ronde** — signal d'alignement fort avec les investisseurs.

Deux principes qui expliquent ces chiffres

Le **salaire du fondateur (~394 K FCFA/mois)** est sorti du montant levé. Chaque franc investi finance l'opérationnel, aucun ne finance le fondateur.

L'**infrastructure technique** tient sur **~330 K FCFA annuels** grâce à Cloudflare + Groq (free tier).

10.1 Tranche 1 — Sortie de beta et lancement V0

Cette tranche finance : sortie de beta et lancement public de V0, animation communautaire 4 mois, enrichissement de la base éditoriale, campagne mass Cotonou, création juridique et conformité, **wrap natif iOS + Android via Capacitor** pour distribution sur App Store et Google Play.

POSTE	MONTANT	DÉTAIL
Community manager Cotonou #1 (4 mois prorata)	3,15 M FCFA	~262 K FCFA/mois × 12
Marketing lancement Cotonou (mass + radio)	3,9 M FCFA	soirées, KOL, stickers, ads, radio
Vérification lieux terrain + enrichissement contenu	790 K FCFA	refresh trimestriel base 37
Infrastructure technique	330 K FCFA	Cloudflare + Groq + domaines
Legal + comptabilité (SARL, RGPD, RC pro base)	2,3 M FCFA	création + conformité initiale
Extension Day (dev bascule + design 2e palette)	1,5 M FCFA	auto-switch heure + tokens Day
Identification lieux Day + activités complémentaires	1 M FCFA	field terrain, cible ~60 lieux total
Wrap natif Capacitor + comptes stores	1,77 M FCFA	dev iOS/Android + Apple + Google Play
Contingence phase 1 (10 %)	1,5 M FCFA	
Sous-total V0	16,2 M FCFA	

10.2 Tranche 2 — Déploiement V1 (halos publics + CTN Étoilé)

Cette tranche finance le delta pour passer de V0 à V1 : présences temps réel via halos publics, montée en charge de l'équipe, calibrage qualité sur 6 mois, préparation et lancement de CTN Étoilé.

POSTE	MONTANT	DÉTAIL
Pool dev freelance (features V1)	7,9 M FCFA	~656 K FCFA/mois ad-hoc
Community manager Cotonou #2	3,15 M FCFA	~262 K FCFA/mois × 12
Équipe field (6 testeurs × 6 mois)	4,7 M FCFA	vérification + calibrage vitalité
Vérification complémentaire + curation continue	850 K FCFA	rafraîchissement approfondi
Marketing V1 (tourisme + boost Cotonou)	3,9 M FCFA	aéroport, chauffeurs, lieux neutres
Legal complémentaire	1,18 M FCFA	RC pro + mises à jour CGU
Méthodologie CTN Étoilé + première tournée	1,3 M FCFA	protocole publié + inspecteurs mois 6-10
Contingence phase 2 (10 %)	2,3 M FCFA	
Sous-total V1 additionnel	25,3 M FCFA	

10.3 Tranche 3 — Extension intra-Bénin (Calavi + Akpakpa)

Cette tranche finance l'**activation en mois 10-12** des deux zones péri-cotonnoises à haute densité de vie sociale — Abomey-Calavi (ville universitaire, ~700 000 habitants) et Akpakpa (tissu dense de maquis / bars / restos populaires). Recensement terrain, marketing local ciblé, transport et missions. Cette tranche **double approximativement le marché adressable pour un incrément budgétaire marginal**.

POSTE	MONTANT	DÉTAIL
Field extra (recensement ~100 lieux, 2 zones)	1,64 M FCFA	4-6 testeurs, 3-4 semaines, terrain Calavi + Akpakpa
Marketing local Calavi + Akpakpa	2,3 M FCFA	radio locale, KOL étudiants UAC, présence maquis, ads géo-ciblées
Transport / missions CM #2 sur zones	525 K FCFA	déplacements récurrents, logistique
Contingence phase 3 (~3 %)	130 K FCFA	
Sous-total Extension intra-Bénin	4,6 M FCFA	

10.4 Récapitulatif — d'où viennent les 49,2 M FCFA

LIGNE	MONTANT
Tranche 1 — Sortie beta + V0 + wrap natif	16,2 M FCFA
Tranche 2 — Déploiement V1 (halos publics + CTN Étoilé)	25,3 M FCFA
Tranche 3 — Extension intra-Bénin (Calavi + Akpakpa)	4,6 M FCFA
Budget déployé total (12 mois)	46,2 M FCFA
Marge stratégique / sécurité	~3,0 M FCFA
Ronde recherchée	49,2 M FCFA
Salaire fondateur (hors ronde — co-invest fondateur)	4,7 M FCFA/an

Où va chaque franc (répartition macro du budget déployé)

- **Équipe et talents** (pool dev + community managers × 2) : ~31 %
- **Marketing et acquisition** (Cotonou mass + tourisme + Calavi/Akpakpa local) : ~22 %
- **Field et vérification qualité** (équipe testeurs + refresh base + extension zones) : ~17 %
- **Extension Day + Étoilé + wrap natif** (produit + distribution) : ~13 %
- **Ops** (infra + legal + contingences + transport) : ~17 %

10.5 Combien de temps ça tient — le runway

Avec **49,2 M FCFA levés** et un burn moyen de **~3,9 M FCFA/mois**, CTN dispose d'un **runway de 12 à 13 mois**. La seconde ronde est visée en **mois 12-15**, calibrée sur la traction Cotonou + Calavi + Akpakpa (utilisateurs actifs, revenus Premium récurrents, contrats Corporate B2B et data, couverture nationale béninoise établie) et sur au moins un grant obtenu.

11. Combien on lève, à quel prix

Termes de la ronde

ÉLÉMENT	VALEUR
Ronde recherchée	49,2 M FCFA
Valorisation pre-money	98,4 M FCFA
Valorisation post-money	147,6 M FCFA
Dilution investisseur	~33,3 %
Structure	SARL béninoise (APE)
Véhicule	SAFE / convertible / actions (à trancher)

11.1 Justification de la valorisation

Le **pré-money 98,4 M FCFA** est calibré au stade réel du projet — beta live, fondateur unique, marché émergent.

Les éléments qui soutiennent la valorisation sont concrets. La **beta est déployée** sur Cloudflare Pages + D1 + Workers, avec **37 lieux physiquement identifiés** en base. La PWA existe et fonctionne, ce qui représente **l'équivalent de 33 à 52 M FCFA de développement déjà accompli** sans levée préalable — un travail que l'investisseur récupère « *offert* » dans son ticket. La doctrine éditoriale est claire, défendable et structurellement renforcée par le modèle « *show-only* » sans commission. Le fondateur cumule une **double compétence rare** : légitimité terrain et capacité produit / technique.

À 98,4 M FCFA de pre-money, un investisseur pré-seed obtient une part substantielle (~33,3 %) d'un produit **déjà en beta**, dans un marché où CTN est first-mover, avec une trajectoire d'expansion structurée en trois paliers de risque décroissant : Cotonou cœur, extension intra-Bénin (Calavi + Akpakpa) sous même juridiction, puis régional.

L'incrément de dilution vs. un scénario Cotonou seul (~31,2 % → ~33,3 %, soit **+2,1 points**) est **structurellement compensé** par le doublement approximatif du marché adressable qu'apporte l'extension intra-Bénin. Le ratio *dilution additionnelle / marché adressable additionnel* est favorable au retour investisseur : chaque point de dilution supplémentaire achète approximativement **475 000 habitants adressables** en plus, dans le même cadre juridique, avec la même équipe et la même infrastructure.

11.2 Projection de retour investisseur

SCÉNARIO	VALORISATION Y3-5	MULTIPLE TICKET 49,2 M FCFA
Échec — pivot ou shutdown	0 FCFA	< 0,5×
Slow burn — 5 000 MAU steady	~200 - 330 M FCFA	~1×
Base — 20 000 MAU Cotonou + Calavi/ Akpakpa + Lomé + Abidjan	~1,3 - 2,6 Mds FCFA	6×
Break-out — acquisition hospitality tech	~5,2 - 9,8 Mds FCFA	22×

Multiple pondéré espéré sur horizon 3-5 ans : **~3 à 4×**.

Comparables régionaux

- **SnappCard** (Nigeria, hospitalité) — pré-seed 250 K\$ à 800 K\$ pre-money en 2022
- **Yassir** (Algérie, VTC/lifestyle) — pré-seed 2018 → Series A 30 M\$
- **Culture Trip** (voyage vertical) — acquis 30 M\$

11.3 Scénario dégradé

Un **scénario dégradé à 44,6 M FCFA** (Cotonou seul, sans Calavi/Akpakpa) reste envisageable si le lead préfère une position plus prudente, avec l'extension intra-Bénin reportée en ronde 2. Dans ce scénario : post-money 143 M FCFA, dilution ~31,2 %.

12. Jalons clés — roadmap 12 mois

FENÊTRE	OBJECTIFS
Mois 0-2	Bouclage ronde · création SARL + APE · recrutement CM #1 · sortie de beta · enrichissement contenu · dev bascule Day/Night · démarrage wrap Capacitor
Mois 2-4	Finalisation wrap natif · publication App Store + Google Play · lancement public V0 · ouverture du tier Premium (Paystack, MTN/Moov Money dès jour 1) · campagne mass + radio · 800-1 500 MAU · premiers revenus Premium
Mois 4-6	Activation V1 (halos publics) · recrutement CM #2 + équipe field · marketing axe tourisme · calibrage vitalité · démarrage prospection Corporate B2B
Mois 6-8	Constitution équipe inspecteurs · rédaction méthodologie CTN Étoilé · premières visites d'inspection
Mois 8-10	Publication méthodologie CTN Étoilé · premières étoiles décernées · ouverture tier Étoilé à l'abonnement
Mois 10-12	Activation extension intra-Bénin : Calavi (réseaux étudiants UAC) et Akpakpa (réseaux maquis / lieux populaires) · signature premiers contrats Corporate B2B · premier contrat data mairie / tourisme · dépôt dossiers grants · préparation seconde ronde + Lomé · publication Top 50 CTN 2027

13. Risques et mitigations

Un plan crédible dit lucidement ses risques. Les cinq risques principaux, avec leur mitigation.

Cold-start sur les halos publics V1

Une carte publique de présence est vide au démarrage. Ce risque est doublement atténué par la V0. D'une part, la couche publique programme donne de la valeur dès le jour 1. D'autre part, la **FRIENDZONE est immédiatement utile dès qu'on est deux amis inscrits**. Le seuil critique est estimé à **~500 MAU** à Cotonou, atteignable dans les 90 jours après lancement V0.

Rendement modeste de l'IA d'amorçage

Instagram bloque l'accès anonyme, et une part significative des bars et opérateurs d'activités n'a pas de présence numérique structurée. L'agent AI a un rendement **volontairement modeste**. Le moteur principal reste la contribution volontaire.

Véracité des données de présence — architecture de signal multi-couches et anti-triche

Un piège majeur des apps de ce type est de faire reposer la vitalité sur un signal unique (le check-in volontaire) — signal qui décroît fatalement à mesure que la nouveauté s'efface (leçon Foursquare / Swarm). CTN mitige ce risque par une **architecture à cinq signaux combinés** et un **barème doctrinalement protecteur**.

Les cinq couches de signal — de moins en moins dépendantes du clic

#	SIGNAL	EFFORT UTILISATEUR	RÔLE
1	Programme déclaré (DJ, live, événement annoncé par le lieu)	0 (le lieu déclare)	Vitalité attendue
2	Field observers rémunérés (équipe de 6 testeurs)	0 (rémunérés)	Vérité terrain périodique
3	Présence passive opt-in (GPS ambiant quand l'app est ouverte près d'un lieu)	1 fois (opt-in)	Signal continu à faible friction
4	Social OCR (stories IG, captions)	0 (agents en tâche de fond)	Signal complémentaire faible
5	Check-in FRIENDZONE "JE SUIS LÀ"	1 clic actif	Signal social + input badges

Ce qui protège la validité du check-in — quatre garde-fous techniques cumulatifs :

- **Geofence serré** : rayon ~50 m autour du centroïde du lieu, aucun check-in valide en dehors
- **Séjour minimum** : 6 minutes dans le geofence avant validation (empêche le drive-by)
- **Cooldown même lieu** : pas de re-check-in valide avant 3 heures (empêche l'inflate du compteur perso)
- **Cooldown inter-lieux** : 15 minutes minimum entre deux check-ins de lieux différents (empêche la tournée fantôme par spoof GPS)

À cela s'ajoutent la **détection de patterns GPS impossibles** (vitesse de déplacement supérieure à la marche/voiture), la **durabilité append-only** (les données historiques ne peuvent pas être manipulées), et le principe fondateur *un click = un click* : **aucun user n'a un poids algorithmique supérieur à un autre**, y compris les gros contributeurs — la reconnaissance passe uniquement par les badges et l'accès Étoilé Community, jamais par un pouvoir accru dans la donnée. C'est un choix doctrinal explicite.

Le barème 5 tiers — filet doctrinal

PRÉSENTS DÉTECTÉS	ÉTAT AFFICHÉ	RENDU VISUEL
< 5	Calme	Pastille bleue discrète, aucun halo
5 - 9	Ça bouge	Halo léger
10 - 19	Ça frémit	Halo moyen
20 - 39	Animé	Halo marqué
40 et +	Ça chauffe	Halo pulsé

Le seuil bas de 5 est structurellement protecteur : *un lieu vide reste visiblement vide*, un lieu sans données ressemble à un lieu sans vie, et l'app ne peut pas mentir dans le sens le plus coûteux (dire "*ça chauffe*" alors qu'il n'y a personne).

Perception éditoriale des étoiles CTN

Introduire un système d'étoiles pourrait être perçu comme une contradiction de la doctrine « *sans notes* ». Cette perception est neutralisée par la **transparence radicale du dispositif** : méthodologie publique dès le lancement, visites anonymes documentées, aucune possibilité d'achat.

Risque réglementaire + review App Store

L'APDP béninois est encore en construction. Stratégie : alignement volontaire sur le **RGPD européen**, anonymat par défaut, droit de retrait explicite des lieux. Le modèle « *show-only pur* » évite tout statut d'intermédiaire de paiement. Pour la review App Store : le paiement passe par un **provider externe (Paystack) via redirect navigateur**, ce qui est un flow accepté par Apple tant que CTN est présenté comme un service d'information par abonnement.

14. Vision à 3 ans

À horizon 3 ans, CTN vise à devenir **l'infrastructure de découverte de la vie sociale, gastronomique et récréative** de l'aire francophone d'Afrique de l'Ouest.

Une **couverture nationale au Bénin** consolidée (Cotonou cœur, Calavi, Akpakpa) puis une **présence produit dans 2 capitales régionales supplémentaires** (Lomé, Abidjan) — soit un déploiement effectif dans **au moins trois pôles urbains béninois et deux capitales régionales**, avec dans chaque zone une base de lieux vérifiés supérieure à 150 et une communauté active supérieure à 15 000 utilisateurs mensuels dans les deux capitales régionales et environ le double sur l'ensemble béninois consolidé.

Un **actif de données de présence et d'évaluation experte unique**, valorisable auprès d'acteurs publics et privés dans le respect strict de la doctrine d'anonymat.

Une **réputation éditoriale** installée comme la référence neutre de la vie sociale francophone régionale.

Cette vision demande une exécution disciplinée et probablement une **seconde ronde à 12-18 mois**. Elle est atteignable.

Contact

Pour toute discussion, complément d'information, accès à la démo produit ou term sheet :

thebigspace@proton.me

Document confidentiel — ne pas diffuser sans autorisation du fondateur.