

DOCUMENT INTERNE · DESTINÉ À INVESTISSEUR PRÉ-SEED

Ce qu'il faut voir en face avant de croire.

Une note honnête sur la concurrence mondiale, les vraies raisons pour lesquelles CTN peut réussir, et les vraies raisons pour lesquelles nous pouvons échouer.

CTN · LA VIE · COTONOU · JUILLET 2026 · THEBIGSPACE@PROTON.ME

Ce que nous voulons faire, **personne au monde ne le fait** — mais beaucoup ont essayé, et beaucoup sont morts.

CTN n'a aucun concurrent direct sur la combinaison *temps réel + éditorial neutre + zéro commission + 4 verbes + Afrique de l'Ouest francophone*. Ce qui existe, ce sont des acteurs qui couvrent chacun une facette — la plupart en difficulté ou morts.

Le cimetière des ambitions similaires

ACTEUR	ORIGINE	STATUT	CE QU'ILS ONT TENTÉ
Foursquare / Swarm	US · 390 M\$ levés	Zombie	Check-in universel · pivot B2B location data
Zenly	France · Snap 200 M\$	Tuée 2023	Social géo parfait · monétisation impossible
Culture Trip	UK · 120 M\$ levés	Éteinte	Voyage éditorial · rachetée avec dépréciation massive
Nightowl	UK	Morte 2019	Nightlife app · cold-start impossible
SpottedBy	UK	Morte 2018	Découverte lieux temps réel · même piège
Party With A Local	NL	Morte 2020	Nightlife social · même trajectoire

Les vivants — chacun sur une seule facette

ACTEUR	FACETTE	COMMENT ILS MONÉTISENT
Yelp, TripAdvisor	Reviews restaurants	Ads restaurants (biais éditorial)
OpenTable, TheFork, DICE	Booking / billetterie	Commission sur transaction (interdit chez nous)
GetYourGuide, Klook, Viator	Activités	Commission booking (interdit chez nous)
Fever	Événements curation	Commission billetterie
Le Fooding	Éditorial food indépendant	Guides papier + événements sponsorisés
Time Out	Ville éditoriale	Ads + événements
Michelin Guide	Évaluation experte	Subventionné par Michelin tires

Afrique francophone spécifiquement

- **Petit Futé Bénin** — guide papier + web statique, éditorial figé dans le temps
- **Cotonou Nightlife (IG)** — compte Instagram, canal unique, pas de temps réel
- **WhatsApp broadcasts** — notre vrai concurrent d'usage, mais fragmenté par nature
- **Google Maps + Popular Times** — quasi vide en Afrique de l'Ouest (peu de Location History activée)

Le pattern est net : quasiment toutes les apps nightlife/social géo pures sont mortes ou zombifiées. Nos concurrents directs ne sont pas des géants — ce sont des fantômes.

Six raisons **structurelles** de croire que CTN peut aller là où les géants ont échoué.

01

Nous jouons un jeu qu'ils n'ont pas joué

Foursquare, Zenly, Culture Trip ont échoué en marchés saturés. Nous jouons en Afrique de l'Ouest francophone, où **aucun concurrent direct n'existe** et où l'utilisateur n'a pas d'alternative crédible. La prime du first-mover a disparu chez eux depuis 2015, elle est pleine et entière pour nous.

02

Structure de coûts 1000× plus légère

Foursquare payait ~2 M\$/mois à AWS. Nous tournons à ~50 €/mois sur Cloudflare + D1 + Groq, coût quasi indépendant du nombre d'utilisateurs. Là où Foursquare avait besoin de 60 M d'utilisateurs pour survivre, nous survivons à 20 000.

03

Le fondateur est son propre client

Foursquare a été bâti par des devs new-yorkais qui devinaient. Zenly par des designers parisiens qui imaginaient. Culture Trip par des journalistes londoniens. **Charles est patron de bar à Cotonou.** Cette connaissance de terrain est impossible à acheter et impossible à répliquer depuis un bureau à San Francisco ou à Paris.

04

La doctrine "zéro commission" est protectrice

Le piège commun des morts : ils ont commencé purs, puis ont dû monétiser via ads ou booking, et chaque compromis a érodé la confiance user. Notre doctrine "*aucune commission jamais*" est une camisole que nous ne pouvons pas violer — elle nous protège de nous-mêmes en cas de pression cash.

05

Cinq lignes de revenus complémentaires, pas une seule

Zenly, Foursquare, Culture Trip ont tous eu **une seule ligne de revenu envisagée** et ont mis 3-5 ans à admettre qu'elle ne marchait pas. Nous avons pensé 5 lignes dès le BP : Premium user + Étoilé + Corporate B2B + Data + Grants + Tip Jar. Leur combinaison couvre déjà l'essentiel du burn Y2.

Scope plus large = engagement 8× supérieur

Foursquare = 1 verbe (sortir). Zenly = 1 fonction (localiser). Le Fooding = 1 verbe (manger).
CTN = **4 verbes + bascule Day/Night = 2 ouvertures/jour minimum**. C'est
mécaniquement 8-10× plus de points de contact quotidiens qu'aucun d'eux.

Six raisons **tout aussi structurelles** pour lesquelles ça peut ne pas marcher.

01

Solo founder — statistiquement défavorable

90 % des pré-seeds qui réussissent ont 2-3 co-founders. La capacité à tenir 12-24 mois seul sans burnout, sans doute qui paralyse, sans erreurs de décision liées à l'isolement, est **le risque numéro 1 du dossier**. Ce n'est pas un problème de motivation — c'est un problème d'endurance.

02

Le TAM absolu est petit

Même si nous dominons 100 % de Cotonou + Calavi + Akpakpa, nous sommes sur ~200 K adressables. À 5 % de conversion Premium à 2,5 €/mois = 300 K€/an. **C'est un lifestyle business honorable, pas une exit à 50 M€**. Le vrai upside dépend de Lomé + Abidjan, qui restent à prouver.

03

La doctrine plafonne le revenu ceiling

Chaque acteur qui a monétisé via booking commission a atteint 10-50x le CA d'un acteur pur (OpenTable, TheFork, DICE font des dizaines de millions). Notre doctrine nous en interdit. **C'est un choix qui plafonne à quelques millions annuels, pas à 100 M+.**

04

Google est un risque latent

Le jour où Google active sérieusement Popular Times en Afrique de l'Ouest (via SDK dans les apps VTC ou banques locales), **40 % de notre moat s'évapore d'un coup**. Nous ne pouvons pas empêcher ça. Notre seule défense : la vitesse et la spécialisation (activités, Étoilé) que Google ne fera jamais.

05

Écosystème pré-seed francophone Afrique mince

Lever 75 K€ est *techniquement* petit, mais *culturellement* difficile. Peu de business angels africains sur ce ticket. Les VC Africa focus sur Nigeria/Kenya/Egypte. Notre pool réel : diaspora + quelques bourses/grants. La chasse se fait individuellement, ronde par ronde.

06

Zenly-level UX est difficile en solo

Zenly avait 20 designers pour arriver à cette fluidité. Nous avons un fondateur + les outils IA modernes. Atteindre ce niveau de finition en 12 mois est un vrai défi. Le risque : produit fonctionnel mais moins fluide qu'attendu → **adoption lente**.

04 · ODDS HONNÊTES

La calibration probabiliste, **sans complaisance**.

Pour un investisseur pré-seed pré-lancement en marché émergent, voici les scénarios réels à 5 ans. Les probabilités sont indicatives — mais leur ordre de grandeur est robuste.

Échec / shutdown à 24 mois		~40 %
Slow burn — 2 000-5 000 MAU steady, breakeven léger		~35 %
Succès régional — Cotonou consolidé + Lomé démarré		~20 %
Break-out — acquisition hospitality tech régionale		~5 %
Licorne (>100 M€)		< 1 %

Retour pondéré espéré pour un ticket 20 K€ : ~2 à 3× sur 5 ans. Ni exceptionnel, ni décevant — cohérent avec les benchmarks pré-seed pré-lancement en marché émergent.

Nous ne perdrons pas parce que les géants ont perdu — nous jouons **un autre match**.

La distinction que personne ne fait mais qui compte : les fondateurs des apps mortes cherchaient tous à devenir une licorne. C'est ce qui les a tués — ils ont brûlé du cash pour croître trop vite, promis des trajectoires impossibles, et abandonné dès que la licorne s'est révélée illusoire.

CTN n'a pas besoin d'être une licorne pour gagner. À notre structure de coûts, 5-10 000 MAU steady = breakeven. 500 K€ de CA annuel à 36 mois = business viable. Notre chemin vers le succès est fondamentalement plus court et plus atteignable que le leur.

Ce n'est pas un discours de renoncement — c'est un discours de calibrage. Nous ne demandons pas à un investisseur de croire à une licorne. Nous lui demandons de croire à un **business réel qui compte pour Cotonou, avec une chance non nulle de devenir une référence régionale**. À ce prix, à ce stade, c'est un pari mathématiquement défendable.

Investissez dans CTN uniquement si :

Vous acceptez que le retour espéré est ~2-3x sur 5 ans, pas 20x.

Vous acceptez qu'il y a ~40 % de chances que ça ne marche pas du tout.

Vous acceptez que la doctrine plafonne les revenus mais protège la valeur.

Vous êtes à l'aise avec un solo founder qui refuse de tricher sur les 6 principes.

Si l'un de ces points vous gêne, ne signez pas. Nous préférons vous perdre maintenant que vous décevoir dans 18 mois.