

CAHIER DES CHARGES

Application "Eat Fast"

Solution de Livraison de Repas 100% Camerounaise

Auteur : ING MOMO GODI YVAN

Entrepreneur/PDG : Mme FINA MOMENIR

Date : Juin 2025

Version : 4.0

Statut : Document de référence pour recherche d'investisseurs

TABLE DES MATIÈRES

1. Vision Exécutive
 2. Analyse de Marché
 3. Analyse des Besoins - Méthode UML
 4. Stratégie Produit
 5. Planification Agile
 6. Stratégie Marketing et Acquisition
 7. Stratégie d'Investissement
 8. Défis Socio-Politiques et Solutions
 9. Impact Social et Environnemental
 10. Plan Financier
 11. Stratégie de Déploiement
-

1. VISION EXÉCUTIVE

1.1 Mission

Eat Fast révolutionne l'écosystème culinaire camerounais en connectant authentiquement les consommateurs aux trésors gastronomiques locaux, tout en créant un impact économique et social durable dans l'économie numérique émergente du Cameroun.

1.2 Vision 2030

Devenir la super-app alimentaire de référence en Afrique Centrale, valorisant les richesses culinaires africaines et propulsant 50 000+ entrepreneurs dans l'économie numérique, avec un chiffre d'affaires de 500 milliards XAF.

1.3 Proposition de Valeur Unique

"Njama-Njama to You - Authenticité Garantie, Livraison Express"

- **Pour les Consommateurs** : Accès privilégié à l'authenticité culinaire camerounaise avec garantie de livraison en 30 minutes maximum
- **Pour les Restaurants** : Plateforme de croissance sans investissement initial avec accompagnement business complet
- **Pour les Livreurs** : Emploi décent avec revenus équitables, formation gratuite et protection sociale
- **Pour l'Économie** : Catalyseur de transformation numérique et de valorisation du patrimoine culinaire

1.4 Contexte Socio-Économique Camerounais 2025

Le Cameroun présente des indicateurs économiques encourageants pour le secteur numérique :

- **PIB 2025** : Croissance prévue de 4,4% (Banque Africaine de Développement)
 - **Population urbaine** : 62% (18 millions d'habitants)
 - **Pénétration mobile** : 89% avec 21 millions d'abonnés
 - **Utilisateurs Internet** : 11,2 millions (taux de 42%)
 - **Mobile Money** : 11 millions d'utilisateurs actifs (71% des transactions CEMAC)
 - **Économie numérique** : 3,8% du PIB (potentiel d'atteindre 8% d'ici 2028)
-

2. ANALYSE DE MARCHÉ

2.1 Taille du Marché Addressable Total (TAM)

Marché Camerounais de la Restauration :

- Marché total des services alimentaires : 2 100 milliards XAF
- Segment livraison : 315 milliards XAF (15% du marché)
- Croissance annuelle projetée : 22%

Marché Serviceable Addressable (SAM) :

- Population urbaine connectée : 8,5 millions
- Pouvoir d'achat segment cible : 180 milliards XAF
- Fréquence de commande potentielle : 3,2 fois/mois

Marché Serviceable Obtainable (SOM) - 5 ans :

- Objectif de pénétration : 12% du SAM
- Chiffre d'affaires cible : 21,6 milliards XAF
- Part de marché visée : 35% du segment livraison

2.2 Analyse Concurrentielle Approfondie

Concurrents Directs :

1. **JumiaFood** (Discontinué 2023)

- Forces : Notoriété Jumia, logistique développée
- Faiblesses : Modèle inadapté, prix élevés, service discontinu
- Leçons : Importance de l'adaptation locale

2. **Initiatives Locales (5% du marché)**

- Forces : Connaissance terrain, relations directes
- Faiblesses : Couverture limitée, technologie basique
- Opportunité : Acquisition ou partenariat stratégique

3. **Services Téléphoniques Traditionnels (75% du marché)**

- Forces : Relation client établie, confiance
- Faiblesses : Inefficacité, manque de traçabilité
- Disruption : Modernisation digitale nécessaire

Avantages Concurrentiels Eat Fast :

- Compréhension culturelle profonde (équipe 100% camerounaise)
- Technologie adaptée aux réalités locales (connexion intermittente, adresses informelles)
- Modèle économique inclusif (mobile money, micro-paiements)
- Focus sur les plats traditionnels valorisés

2.3 Segments de Clientèle Prioritaires

Segment Primaire - "Digital Natives Urbains" (40% du marché)

- Âge : 18-35 ans
- Revenus : 150 000 - 800 000 XAF/mois
- Comportement : Adopters précoces technologie
- Localisation : Yaoundé, Douala centres
- Taille : 3,4 millions de personnes

Segment Secondaire - "Professionnels Actifs" (35% du marché)

- Âge : 25-45 ans
- Revenus : 200 000 - 1 500 000 XAF/mois
- Comportement : Recherche commodité et qualité
- Localisation : Quartiers d'affaires
- Taille : 2,8 millions de personnes

Segment Tertiaire - "Familles Connectées" (25% du marché)

- Âge : 30-50 ans (décideurs familiaux)
 - Revenus : 300 000 - 1 200 000 XAF/mois
 - Comportement : Commandes groupées, événements
 - Localisation : Quartiers résidentiels
 - Taille : 2,1 millions de personnes
-

3. ANALYSE DES BESOINS - MÉTHODE UML

3.1 Acteurs du Système

Acteurs Primaires :

- **Client** : Utilisateur final passant commandes
- **Livreur** : Responsable acheminement commandes
- **Gestionnaire Restaurant** : Gestion menu et commandes
- **Agent Support** : Assistance et résolution problèmes
- **Administrateur** : Supervision et analytics globales

Acteurs Secondaires :

- **Système Paiement Mobile** : MTN MoMo, Orange Money
- **Services Cartographiques** : Géolocalisation et navigation
- **Services Notification** : SMS, Push, Email
- **Autorités Réglementaires** : Conformité et licences

3.2 Cas d'Usage Principaux

Pour le Client :

- S'inscrire et authentifier (SMS OTP obligatoire)
- Parcourir restaurants par proximité/cuisine/prix
- Personnaliser commande (niveau épices, portions)
- Suivre livraison temps réel avec chat intégré
- Payer via multiple méthodes (mobile money prioritaire)
- Évaluer expérience et gagner points fidélité
- Participer programme parrainage
- Accéder historique et recommandations IA

Pour le Gestionnaire Restaurant :

- Créer profil restaurant enrichi (histoire, spécialités)
- Gérer menu dynamique (disponibilité temps réel)
- Définir zones et tarifs livraison
- Traiter commandes avec workflow optimisé
- Analyser performances via tableaux de bord
- Communiquer avec clients et livreurs
- Gérer promotions et événements spéciaux
- Accéder formation business digitale

Pour le Livreur :

- Gérer profil et disponibilité
- Recevoir missions avec algorithme d'optimisation
- Naviguer avec cartes offline intégrées
- Communiquer avec restaurant et client
- Confirmer livraisons avec photo/signature
- Suivre revenus et objectifs gamifiés
- Accéder formation sécurité routière
- Bénéficier assurance couverture

3.3 Exigences Fonctionnelles Spécifiques Cameroun

Localisation Culturelle :

- Support multilingue (Français, Anglais, Ewondo, Duala, Fulfulde)
- Calendrier événements culturels (Ngondo, Medumba Day)
- Classification plats par régions (Littoral, Centre, Ouest, etc.)
- Modes de paiement traditionnels (tontines, crédit communautaire)

Adaptation Technique :

- Mode offline pour consultation menus
- Compression avancée pour connexions lentes
- Géolocalisation par points de repère (monuments, marchés)
- Support adresses informelles ("Derrière Total Mvan")

Responsabilité Sociale :

- Programme formation entrepreneuriale restaurants
 - Microfinancement équipements livreurs
 - Partenariat producteurs locaux
 - Initiatives développement communautaire
-

4. STRATÉGIE PRODUIT

4.1 Différenciation Produit

Innovation Technologique Localisée :

- IA de recommandation basée sur habitudes alimentaires camerounaises
- Prédiction demande selon événements socioculturels
- Optimisation livraison tenant compte trafic et géographie locale
- Chatbot multilingue avec compréhension context culturel

Expérience Utilisateur Exceptionnelle :

- Onboarding gamifié avec découverte gastronomie locale
- Interface adaptée préférences visuelles locales
- Personnalisation poussée (allergies, régimes religieux)
- Feedback temps réel avec système de notation équitable

Services Valeur Ajoutée :

- École culinaire virtuelle (recettes traditionnelles)
- Marketplace ingrédients locaux
- Service traiteur événements
- Plateforme B2B approvisionnement restaurants

4.2 Stratégie Monétisation

Sources de Revenus Diversifiées :

1. **Commissions Restaurants** (60% revenus)
 - Taux progressif : 12-18% selon volume
 - Frais inscription : 25 000 XAF (remboursables)
 - Services premium : 15 000 XAF/mois
2. **Frais Livraison** (25% revenus)
 - Base : 500-1500 XAF selon distance
 - Surge pricing heures pointe : +30%
 - Livraison express (<20min) : +500 XAF
3. **Services Publicitaires** (10% revenus)
 - Promoted listings : 2 000 XAF/jour
 - Bannières applications : 50 000 XAF/semaine
 - Partenariats marques : négociation cas par cas
4. **Services Financiers** (5% revenus)
 - Prêts équipements restaurants : 2% commission
 - Assurance livraison : 1 000 XAF/mois par livreur
 - Solutions paiement B2B : 0,5% transactions

4.3 Roadmap Produit 18 Mois

Phase 1 - Foundation (Mois 1-6) :

- MVP fonctionnel 3 villes (Yaoundé, Douala, Bafoussam)
- 100 restaurants partenaires
- 200 livreurs actifs
- Intégration mobile money complète

Phase 2 - Growth (Mois 7-12) :

- Extension 5 villes additionnelles
- 400 restaurants, 800 livreurs
- Lancement services B2B
- IA recommandation V2

Phase 3 - Scale (Mois 13-18) :

- Couverture nationale (10 villes)
 - 1 000 restaurants, 2 000 livreurs
 - Expansion services financiers
 - Préparation internationalisation (Tchad, RCA)
-

5. PLANIFICATION AGILE

5.1 Méthodologie Scrum Adaptée Contexte Camerounais

Organisation Équipe :

- Sprints de 2 semaines (adapté rythme africain)
- Cérémonies en langues locales selon l'équipe
- Rétrospectives incluant aspects socioculturels
- Planning poker avec estimation en journées-homme africaines

Gestion Parties Prenantes :

- Product Owner : Mme FINA MOMENIR (vision business)
- Scrum Master : ING MOMO GODI YVAN (facilitation technique)
- Development Team : 8-12 développeurs locaux
- Stakeholders : Investisseurs, partenaires institutionnels

5.2 Roadmap de Développement Détaillée

Sprint 0 : Foundation Setup (2 semaines)

- Configuration environnement développement local
- Architecture cloud AWS région Afrique du Sud
- Pipelines CI/CD avec tests automatisés
- Documentation standards équipe

Phase 1 : MVP Core (8 semaines - 4 sprints)

Sprint 1-2 : Fondations Utilisateur

- Système authentification SMS OTP
- Gestion profils multi-acteurs
- Interface administrateur basique
- Intégration paiement mobile money basic

Sprint 3-4 : Gestion Restaurant & Menu

- CRUD restaurants avec validation business
- Système menu dynamique
- Upload et gestion images optimisées
- Interface gestionnaire responsive

Phase 2 : Core Business (10 semaines - 5 sprints)

Sprint 5-6 : Processus Commande

- Workflow commande end-to-end
- Panier intelligent avec suggestions
- Calcul automatique frais livraison
- Notifications multi-canal

Sprint 7-8 : Système Livraison

- Algorithme matching livreur-commande
- Tracking GPS temps réel
- Interface livreur mobile-first
- Optimisation routes avec trafic local

Sprint 9 : Integration & Performance

- Tests charge et optimisation
- Intégration services tiers complets
- Debugging et stabilisation
- Préparation déploiement production

Phase 3 : Advanced Features (12 semaines - 6 sprints)

Sprint 10-11 : Features Temps Réel

- WebSockets pour tracking live
- Chat intégré tri-parties
- Notifications push intelligentes
- Cartes interactives avancées

Sprint 12-13 : Écosystème Paiement

- Intégration MTN MoMo avancée
- Portefeuille virtuel Eat Fast
- Système crédit et paiement différé
- Réconciliation automatique

Sprint 14-15 : Intelligence & Analytics

- Tableaux de bord analytics avancés
- Système recommandation IA
- Optimisation livraison machine learning
- Reporting automatisé parties prenantes

5.3 Équipe de Développement Optimale

Rôle	Nombre	Responsabilités Principales	Coût Mensuel (XAF)
Product Owner	1	Vision produit, priorités business	1 200 000
Scrum Master	1	Facilitation, coaching équipe	900 000
Tech Lead	1	Architecture, mentoring technique	1 500 000
Développeurs Frontend	3	React, mobile, UI/UX	2 100 000
Développeurs Backend	3	API, base données, intégrations	2 100 000
DevOps Engineer	1	Infrastructure, CI/CD, monitoring	1 200 000
QA Engineer	2	Tests, qualité, automation	1 200 000
UI/UX Designer	1	Design, recherche utilisateur	900 000
Total Équipe	13		11 100 000

6. STRATÉGIE MARKETING ET ACQUISITION

6.1 Stratégie Go-to-Market Cameroun

Pré-Lancement (3 mois) :

- Campagne teasing "Bientôt dans ta ville"
- Partenariat influenceurs culinaires locaux
- Programme ambassadeurs étudiants universités
- Relations presse médias traditionnels et digitaux

Lancement (6 mois) :

- Événement lancement multi-villes simultané
- Promotion "Premier mois gratuit" livraisons
- Partenariat stations radio populaires
- Activation terrain marchés et universités

Croissance (12 mois) :

- Programme parrainage viral
- Partenariat entreprises (commandes bureau)
- Sponsoring événements culturels majeurs
- Expansion marketing digital national

6.2 Mix Marketing Digital Localisé

Réseaux Sociaux (40% budget marketing) :

- Facebook/Instagram : 2 500 000 XAF/mois
- TikTok cuisine traditionnelle : 1 500 000 XAF/mois
- WhatsApp Business API : 500 000 XAF/mois
- YouTube recettes locales : 1 000 000 XAF/mois

Marketing d'Influence (25% budget) :

- Micro-influenceurs (5K-50K followers) : 1 800 000 XAF/mois
- Food bloggers locaux : 1 200 000 XAF/mois
- Célébrités locales ponctuelles : 2 000 000 XAF/mois
- Programme ambassadeurs permanents : 800 000 XAF/mois

Marketing de Contenu (20% budget) :

- Production vidéo recettes : 1 500 000 XAF/mois
- Blog gastronomie camerounaise : 500 000 XAF/mois
- Podcast "Saveurs du Cameroun" : 800 000 XAF/mois
- Guide restaurants par région : 400 000 XAF/mois

Performance Marketing (15% budget) :

- Google Ads (recherche locale) : 2 000 000 XAF/mois
- Facebook/Instagram Ads : 1 500 000 XAF/mois
- Retargeting campagnes : 800 000 XAF/mois
- SEO local et national : 600 000 XAF/mois

6.3 Stratégie Acquisition Client

Customer Acquisition Cost (CAC) Cibles :

- Canal Organique : 2 500 XAF/client
- Réseaux Sociaux : 4 000 XAF/client
- Parrainage : 1 800 XAF/client
- Influenceurs : 3 200 XAF/client

Lifetime Value (LTV) Projections :

- LTV Année 1 : 25 000 XAF/client
- LTV 3 ans : 75 000 XAF/client
- Ratio LTV/CAC objectif : 10:1

Tactiques Acquisition Spécifiques :

1. Programme "Mangeur Ambassadeur"

- Récompenses graduation (Bronze, Argent, Or, Platine)
- Points fidélité échangeables
- Accès prioritaire nouveaux restaurants
- Événements exclusifs dégustation

2. Marketing Communautaire

- Partenariat associations quartiers
- Sponsoring événements locaux (mariages, baptêmes)
- Stand festivals culinaires régionaux
- Collaboration chefs traditionnels reconnus

3. Growth Hacking Localisé

- "Défis culinaires" viraux TikTok
- Concours "Plat traditionnel préféré"
- Géofencing zones à forte densité
- Push notifications contextuelles météo/événements

7. STRATÉGIE D'INVESTISSEMENT

7.1 Besoins de Financement

Levée de Fonds Série A : 5 milliards XAF

Répartition des Fonds :

- Développement produit et équipe technique : 35% (1,75 milliards XAF)
- Marketing et acquisition clients : 30% (1,5 milliards XAF)
- Opérations et logistique : 20% (1 milliard XAF)
- Fonds de roulement et expansion : 15% (750 millions XAF)

Timeline de Financement :

- Pré-seed (complété) : 250 millions XAF - Fonds personnels et F&F
- Seed Round : 1,2 milliards XAF - Business angels et early-stage funds
- Série A : 5 milliards XAF - VCs internationaux et fonds développement
- Série B (prévue 2027) : 15 milliards XAF - Expansion régionale

7.2 Profil Investisseurs Cibles

Investisseurs Institutionnels Prioritaires :

1. Fonds de Développement Africains

- Partech Africa (montant moyen : 2-8 milliards XAF)
- TLcom Capital (focus Afrique anglophone/francophone)
- Sawari Ventures (expansion régionale)
- Orange Ventures (synergie mobile money)

2. Development Finance Institutions (DFIs)

- AFD - Proparco (Choose Africa initiative)
- FMO (Dutch development bank)
- Investisseurs & Partenaires (I&P)
- FISEA (French impact fund)

3. Corporate Venture Capital

- Orange Digital Ventures
- MTN Ventures
- Jumia Ventures (acquisition stratégique possible)
- Total Ventures (diversification portefeuille)

4. Family Offices et HNWI Camerounais

- Famille industrielle camerounaise
- Diaspora camerounaise Europe/USA
- Entrepreneurs tech africains success stories

7.3 Proposition d'Investissement

Éléments de Conviction :

Marché & Timing :

- Marché TAM 315 milliards XAF en croissance 22% annuelle
- Timing optimal post-COVID accélération digitale
- Gap concurrentiel suite discontinuation JumiaFood
- Démographie favorable (65% population < 25 ans)

Équipe & Execution :

- Fondateur/CTO expérience technique solide locale
- PDG profil entrepreneur confirmé
- Équipe technique 100% camerounaise (compréhension culturelle)
- Advisors board international pour expansion

Business Model & Unit Economics :

- Modèle commission récurrent et scalable
- Contribution margin positive dès mois 18
- CAC payback period : 8 mois
- Expansion géographique asset-light

Impact & ESG :

- Création 5 000+ emplois directs/indirects
- Digitalisation 2 000+ PME restauration
- Valorisation patrimoine culinaire africain
- Contribution PIB numérique camerounais

7.4 Termes d'Investissement Indicatifs

Série A : 5 milliards XAF

- Valorisation pré-money : 8 milliards XAF
- Valorisation post-money : 13 milliards XAF
- Dilution fondateurs : 38%
- Board composition : 2 fondateurs, 2 investisseurs, 1 indépendant
- Liquidation preference : 1x non-participating preferred
- Anti-dilution : Weighted average broad-based
- Drag along / Tag along : Standard

Utilisation des Fonds (36 mois) :

- R&D et produit : 20 millions XAF/mois
 - Marketing : 30 millions XAF/mois (croissance agressive)
 - Ops et staff : 25 millions XAF/mois
 - CapEx et infrastructure : 15 millions XAF/mois
 - Réserve stratégique : 50 millions XAF/mois
-

8. DÉFIS SOCIO-POLITIQUES ET SOLUTIONS

8.1 Contexte Socio-Politique Cameroun 2025

Défis Identifiés :

Stabilité Politique :

- Incertitude succession présidentielle (élection 2025)
- Tensions régionales Nord-Ouest/Sud-Ouest
- Impact potentiel sur confiance investisseurs
- Volatilité réglementaire secteur numérique

Défis Économiques Structurels :

- Taux chômage jeunes : 15,8% (population cible principale)
- Inflation alimentaire : 11,1% (impact pouvoir d'achat)
- Accès financement PME : <20% entreprises bancarisées
- Infrastructure logistique insuffisante zones rurales

Enjeux Socioculturels :

- Fracture numérique urbain/rural
- Résistance changement habitudes alimentaires
- Méfiance paiements digitaux segments traditionnels
- Diversité linguistique et culturelle complexe

8.2 Stratégies d'Atténuation Risques

Approche Politique et Réglementaire :

1. Engagement Institutionnel Proactif

- Dialogue régulier MINPOSTEL (télécoms/numérique)
- Collaboration MINCOMMERCE (réglementation e-commerce)
- Partenariat universités publiques (emploi jeunes)
- Support programmes gouvernementaux digitalisation

2. Conformité Réglementaire Anticipée

- Respect loi camerounaise commerce électronique
- Conformité protection données personnelles
- Licences appropriées services financiers
- Audits sécurité réguliers systèmes paiement

3. Diplomatie Business Locale

- Board advisory leaders d'opinion locaux
- Membership associations patronales (GICAM, CCIMA)
- Participation forums économiques nationaux
- Communication transparente impact social

Gestion Défis Économiques :

1. Inclusion Financière Progressive

- Partenariat institutions microfinance
- Solutions crédit restaurants/livreurs
- Formation littératie financière numérique
- Intégration systèmes paiement informels

2. Développement Écosystème Local

- Programme incubation restaurants familiaux
- Formation digitale propriétaires établissements
- Partenariat coopératives agricoles
- Support formalisation économie informelle

3. Résilience Opérationnelle

- Diversification géographique risques
- Stocks sécurité équipements critiques
- Plans continuité activité multi-scénarios
- Assurance complète opérations

8.3 Stratégie d'Engagement Communautaire

Approche Bottom-Up :

1. Ambassadeurs Communautaires

- Recrutement leaders d'opinion quartiers
- Formation ambassadeurs application
- Événements dégustation communautaires
- Feedback remontée besoins locaux

2. Partenariats Socioculturels

- Sponsoring festivals traditionnels régionaux
- Collaboration associations femmes entrepreneures
- Support événements jeunesse (universités, lycées)
- Partenariat ONG développement économique

3. Communication Culturellement Adaptée

- Messages marketing en langues locales
- Respect calendrier religieux/traditionnel
- Adaptation offres saisons culturelles
- Storytelling ancré réalités camerounaises

8.4 Support Institutions et Aide Socio-Politique

Institutions Partenaires Prioritaires :

1. Gouvernement Cameroun

- Ministère PME, Économie Sociale et Artisanat
- MINPOSTEL (stratégie numérique nationale)
- APME (Agence Promotion PME)
- FPME (Fonds Promotion PME)

2. Institutions Internationales

- AFD - Choose Africa Programme
- Banque Mondiale (Digital Cameroon Project)
- GIZ (coopération technique allemande)
- Tony Elumelu Foundation

3. Organisations Sectorielles

- GICAM (patronat camerounais)
- CCIMA (chambre commerce Douala)
- Association restaurateurs Cameroun
- Syndicat transporteurs urbains

Mécanismes Support Institutionnel :

1. Incitations Fiscales

- Statut entreprise innovante (exonérations temporaires)
- Crédit impôt R&D activités digitales
- Réduction charges sociales emploi jeunes
- TVA réduite services numériques

2. Programmes d'Accompagnement

- Incubation CIPME (Centre Incubation PME)
- Mentoring réseau entrepreneurs confirmés
- Formation continue équipes techniques
- Certification qualité ISO services digitaux

3. Facilitations Réglementaires

- Guichet unique création entreprise
 - Procédures simplifiées licences activité
 - Fast-track autorisations paiement mobile
 - Support légal propriété intellectuelle
-

9. IMPACT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

9.1 Impact Social Positif Mesurable

Création d'Emplois Directs et Indirects :

Emplois Directs (36 mois) :

- Livreurs : 2 500 emplois à temps plein
- Équipe siège : 85 collaborateurs
- Agents support client : 25 postes
- Représentants terrain : 40 commerciaux
- **Total Directs : 2 650 emplois**

Emplois Indirects Stimulés :

- Restaurants partenaires : +1 200 emplois cuisine/service
- Fournisseurs (emballages, équipements) : +300 emplois
- Services connexes (maintenance, formation) : +150 emplois
- **Total Indirects : 1 650 emplois**

Impact Revenus et Pouvoir d'Achat :

- Revenus moyens livreurs : 180 000 XAF/mois (+40% vs secteur informel)
- Augmentation CA restaurants partenaires : +35% moyenne
- Économies temps clients : 45 minutes/commande valorisées
- Accès alimentaire élargi zones périurbaines

Inclusion Numérique et Formation :

- Formation digitale 1 000+ restaurateurs
- Alphabétisation numérique 2 500+ livreurs
- Ateliers entrepreneuriat 500+ jeunes/trimestre
- Programme mentorat femmes entrepreneures

9.2 Valorisation Patrimoine Culturel

Préservation Gastronomie Traditionnelle :

- Digitalisation 500+ recettes traditionnelles authentiques
- Documentation savoir-faire culinaire ancestral
- Promotion 50+ spécialités régionales camerounaises
- Archive vidéo techniques cuisson traditionnelles

Promotion Diversité Culturelle :

- Célébration 10 régions culinaires distinctes
- Calendrier événements gastronomiques culturels
- Partenariat artisans ustensiles traditionnels
- Support producteurs ingrédients locaux authentiques

Rayonnement International :

- Showcase cuisine camerounaise diaspora
- Partenariat restaurants camerounais internationaux
- Content marketing authentique global
- Attraction tourisme culinaire au Cameroun

9.3 Responsabilité Environnementale

Stratégie Éco-Responsable Complète :

Réduction Empreinte Carbone :

- Objectif : -40% émissions CO2 d'ici 2027
- Optimisation routes livraison IA (réduction 25% kilomètres)
- Transition 60% flotte vélos électriques d'ici 2026
- Compensation carbone projets reforestation locaux

Économie Circulaire :

- Emballages 90% biodégradables/compostables
- Programme retour/réutilisation contenants
- Partenariat 100+ producteurs locaux (circuit court)
- Réduction gaspillage alimentaire via prédiction demande

Initiative "Green Delivery" :

- Subvention 1 000 vélos électriques livreurs
- Stations recharge solaire points stratégiques
- Formation éco-conduite livreurs motorisés
- Incitations financières livraisons vertes

Partenariats Environnementaux :

- WWF Cameroun : protection biodiversité
- MINEPDED : projets développement durable
- Coopératives agricoles bio : approvisionnement responsable
- Universités : recherche emballages innovants

9.4 Objectifs Développement Durable (ODD)

Contribution Directe 8 ODD Prioritaires :

1. **ODD 1 - Élimination Pauvreté**

- Création revenus décents 4 000+ personnes
- Accès alimentaire zones défavorisées
- Microfinancement équipements entrepreneurs

2. **ODD 8 - Travail Décent et Croissance**

- 2 650 emplois directs créés
- Formation professionnelle continue
- Conditions travail équitables livreurs

3. **ODD 9 - Industrie, Innovation, Infrastructure**

- Innovation technologique adaptée contexte local
- Infrastructure numérique renforcée
- Digitalisation PME restauration

4. **ODD 11 - Villes et Communautés Durables**

- Mobilité urbaine décarbonée
- Accès services alimentaires équitable
- Cohésion sociale quartiers

5. **ODD 12 - Consommation Responsable**

- Réduction gaspillage alimentaire
- Circuits courts privilégiés
- Sensibilisation consommation durable

6. **ODD 13 - Action Climatique**

- Réduction émissions transport
- Solutions énergies renouvelables
- Compensation carbone

7. **ODD 17 - Partenariats**

- Collaboration multi-acteurs
- Transfert technologique
- Coopération internationale

10. **PLAN FINANCIER**

10.1 **Projections Financières 5 Ans**

Hypothèses Clés :

- Croissance utilisateurs actifs : 50% annuelle années 1-3, 30% années 4-5
- Panier moyen évolution : 4 000 XAF an 1 → 6 500 XAF an 5
- Commission moyenne : 15% an 1 → 18% an 5
- Taux rétention clients : 65% an 1 → 78% an 5

Compte de Résultat Prévisionnel (millions XAF) :

Indicateurs	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Revenus					
Commissions restaurants	420	1 680	4 620	9 240	16 170
Frais livraison	175	700	1 925	3 850	6 737
Publicité et marketing	35	210	693	1 540	2 695
Services additionnels	18	126	462	1 155	2 156
Total Revenus	648	2 716	7 700	15 785	27 758
Charges					
Personnel	1 332	2 532	4 620	6 930	9 717
Marketing et acquisition	518	1 358	2 695	4 735	6 939
Technologie et infrastructure	180	325	578	948	1 388
Opérations et logistique	259	679	1 540	2 840	4 719
Frais généraux	162	407	770	1 264	1 941
Total Charges	2 451	5 301	10 203	16 717	24 704
EBITDA	(1 803)	(2 585)	(2 503)	(932)	3 054
Marge EBITDA	-278%	-95%	-33%	-6%	11%

Métriques Clés Business :

KPIs	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Utilisateurs actifs mensuels	45 000	135 000	405 000	729 000	1 167 000
Commandes mensuelles	13 500	50 625	182 250	364 500	583 200
Panier moyen (XAF)	4 000	4 400	5 000	5 800	6 500
Fréquence commande/mois	3,0	3,8	4,5	5,0	5,2
CAC (XAF)	11 556	8 089	6 654	6 498	5 946
LTV (XAF)	18 000	35 200	58 500	87 750	123 500
Ratio LTV/CAC	1,6	4,4	8,8	13,5	20,8

10.2 Besoins de Financement et Levées

Structure Capitalistique Evolution :

Pré-Seed (Complété) :

- Montant : 250 millions XAF
- Valorisation : 1 milliard XAF
- Fondateurs : 85%
- Investisseurs : 15%

Seed Round (En cours) :

- Montant : 1,2 milliards XAF
- Valorisation pré-money : 3 milliards XAF
- Valorisation post-money : 4,2 milliards XAF
- Dilution fondateurs : 71% → 61%

Série A (Prévue T1 2026) :

- Montant : 5 milliards XAF
- Valorisation pré-money : 8 milliards XAF
- Valorisation post-money : 13 milliards XAF
- Dilution fondateurs : 61% → 37%

Série B (Prévue 2027) :

- Montant : 15 milliards XAF
- Valorisation pré-money : 35 milliards XAF
- Expansion régionale et diversification

10.3 Analyse Sensibilité et Scénarios

Scénario Base (Probabilité 60%) :

- Projections présentées ci-dessus
- Breakeven EBITDA : Mois 54
- ROI investisseurs Série A : 8x à 7 ans

Scénario Optimiste (Probabilité 25%) :

- Croissance +40% vs base
- Expansion internationale accélérée
- Breakeven : Mois 42
- ROI : 15x à 7 ans

Scénario Pessimiste (Probabilité 15%) :

- Croissance -35% vs base
- Concurrence agressive
- Besoin financement additionnel
- ROI : 3x à 7 ans

Facteurs Risque Critiques :

- Intensité concurrentielle
 - Adoption technologique segments cibles
 - Stabilité réglementaire
 - Conditions macroéconomiques
-

11. STRATÉGIE DE DÉPLOIEMENT

11.1 Phases de Lancement Géographique

Phase 1 : Validation Marché (6 mois) *Yaoundé - Capitale Politique*

- Lancement pilote 3 arrondissements centraux
- 25 restaurants premium sélectionnés
- 50 livreurs expérimentés formés
- Objectif : 2 000 commandes/mois

Douala - Capitale Économique

- Déploiement simultané 4 quartiers business
- 35 restaurants diversifiés
- 75 livreurs multiculturels
- Objectif : 3 500 commandes/mois

Phase 2 : Consolidation Régionale (12 mois) *Extension Centres Urbain Yaoundé/Douala :*

- Couverture complète agglomérations
- 150 restaurants Yaoundé, 200 Douala
- 300 livreurs actifs par ville
- Objectif : 25 000 commandes/mois combinées

Bafoussam - Capitale Ouest :

- Test marché régional spécialisé
- Focus cuisine Bamiléké authentique
- 40 restaurants traditionnels
- 60 livreurs locaux formés

Phase 3 : Expansion Nationale (18 mois) *Villes Secondaires Prioritaires :*

- Bamenda (Nord-Ouest anglophone)
- Garoua (Nord musulman)
- Bertoua (Est forestier)
- Limbé (Littoral touristique)
- Maroua (Extrême-Nord)

Stratégie Adaptation Locale :

- Partenariat franchisés locaux sélectionnés
- Adaptation interface langues régionales
- Menus spécialisés traditions culinaires
- Formation culturelle équipes

11.2 Critères de Succès par Phase

Métriques Validation Phase 1 :

- Taux satisfaction client : >4,2/5
- Temps livraison moyen : <35 minutes
- Taux rétention mensuel : >55%
- NPS (Net Promoter Score) : >40
- Burn rate mensuel : <200 millions XAF

KPIs Consolidation Phase 2 :

- Utilisateurs actifs mensuels : 45 000
- Commandes hebdomadaires : 6 000
- Restaurants actifs : 300+
- Couverture géographique : 80% zones urbaines
- Unit economics positives : Contribution margin >25%

Objectifs Expansion Phase 3 :

- Présence 8 villes camerounaises
- Base utilisateurs : 200 000 actifs
- Réseau : 600 restaurants, 800 livreurs
- Chiffre affaires mensuel : 400 millions XAF
- Préparation expansion internationale

11.3 Stratégie Internationalisation

Marchés Prioritaires 2027-2028 :

1. Tchad (N'Djamena)

- Similarités culturelles/linguistiques
- Diaspora camerounaise importante
- Marché pétrolier pouvoir d'achat
- Partenariat opérateur local

2. République Centrafricaine (Bangui)

- Proximité géographique
- Besoins services modernes
- Stabilisation politique progressive
- Support institutions internationales

3. Guinée Équatoriale (Malabo)

- Économie pétrolière développée
- Population urbaine concentrée
- Ouverture économique récente
- Potentiel premium services

Modèle Expansion International :

- Joint-venture partenaires locaux (51% Eat Fast, 49% local)
- Transfert technologique et formation
- Adaptation produit réalités locales
- Support marketing international

11.4 Vision Long Terme 2030

Ambition Régionale :

- Leader incontesté Afrique Centrale francophone
- Présence 15 villes 6 pays
- 2 millions utilisateurs actifs
- 10 000 restaurants partenaires
- 5 000 emplois directs créés

Diversification Services :

- Super-app lifestyle (transport, courses, services)
- Services financiers complets (prêts, épargne, assurance)
- Plateforme B2B supply chain alimentaire
- Expansion internationale Afrique de l'Ouest

Impact Socio-Économique :

- Contribution 0,5% PIB régional
 - Référence mondiale innovation African tech
 - École de formation entrepreneuriat numérique
 - Fondation développement communautaire
-

CONCLUSION

Le projet "Eat Fast" représente bien plus qu'une simple application de livraison de repas. Il s'agit d'un catalyseur de transformation économique et sociale pour le Cameroun et l'Afrique Centrale, ancré dans une compréhension profonde des réalités locales et porté par une vision d'impact durable.

Points Clés de Différenciation

1. **Approche 100% Locale** : Équipe camerounaise, solutions adaptées aux réalités africaines
2. **Innovation Technologique Contextuelle** : IA, géolocalisation et paiements optimisés pour l'Afrique
3. **Impact Social Mesurable** : 4 000+ emplois créés, valorisation patrimoine culturel
4. **Business Model Robuste** : Unit economics positives, marchés adressables importants
5. **Vision Régionale** : Expansion Afrique Centrale avec potentiel continental

Appel aux Investisseurs

Nous invitons les investisseurs visionnaires à nous rejoindre dans cette aventure entrepreneuriale exceptionnelle. Eat Fast offre l'opportunité unique d'investir dans la prochaine licorne africaine tout en contribuant au développement durable du continent.

L'écosystème technologique africain est à un point d'inflexion historique. Avec Eat Fast, nous écrivons ensemble l'avenir de l'économie numérique africaine, une commande à la fois.

Contacts :

- **PDG/Entrepreneur** : Mme FINA MOMENIR
- **CTO/Fondateur** : ING MOMO GODI YVAN
- **Email** : invest@eatfast.cm
- **Téléphone** : +237 6XX XXX XXX

"L'avenir de l'Afrique se nourrit de ses traditions et s'accélère avec la technologie. Eat Fast incarne cette synthèse parfaite."

Document Confidentiel - Usage Investisseurs Uniquement