



RÉSUMÉ ANALYTIQUE DU PROJET
CONTRÔLE & AUTHENTIFICATION DES
LETTRES DE VOITURES SÉCURISÉES

I - L'OPPORTUNITÉ COMMERCIALE (DU MARCHÉ)	03
II - LE PROJET : FONCTIONNEMENT ET VALEUR	03
III - L'ÉQUIPE OU LES ACTEURS / ORGANISATION	04
IV - LE MARCHÉ ET LA CONCURRENCE	05
V - LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT	07
VI - L'ANALYSE FINANCIÈRE	07



I L'OPPORTUNITÉ COMMERCIALE

1. Enjeu / Aperçu général / Finalité

L'État du Cameroun, dans sa quête d'optimisation (élargissement et sécurisation) de son assiette fiscale, vu le contexte du déficit de :

- Maîtrise du fonctionnement de certaines filières ;
 - Personnels qualitativement et quantitativement adaptés et formés à certaines formes de fraudes ;
 - Moyens opérationnels (technologie, logistique) ;
 - Méthodes managériales et moyens organisationnels pour contenir la corruption de son personnel,
- s'est résolu à user des nouvelles technologies de l'information et de la communication et des méthodes du nouveau management public dont le leitmotiv est : la gestion axée sur les résultats telles que les impartitions en partenariat public-privé. Surtout que pour le cas des lettres de voitures sécurisées, les points de collecte sont éloignés des villes et de la civilisation (réseaux téléphonique et internet, routes praticables en l'occurrence).

2. Finalité / Problème / Opportunité

Le point invariant de l'ensemble de ces actions est :

l'accroissement optimal de la productivité marginale de la collecte des recettes des taxes non fiscales en général, et des lettres de voitures sécurisées spécifiquement dans cette proposition, par la mise en place de moyens de contrôle du flux des carrières et de la collecte des recettes.

3. Objectifs / Solution / Livrable

L'Agence Kwali Intelligence SAS a mis sur pied une technologie (complémentaire à celle du ministère des finances, mais qui peut aussi excellemment s'y substituer pour des besoins d'économie, d'efficacité et de pertinence) de sécurisation et de gestion (contrôle et authentification) des lettres de voitures sécurisées et implicitement de régulation de la filière. Elle est entièrement dématérialisée, opérationnelle (fonctionnelle) en local (hors réseau).

Le plan de management (production de la solution et exploitation de l'organisation) a été pensé dans l'optique de la disponibilité permanente du service, quelles que soient les contraintes climatiques, géographiques ou sociologiques (le problème de transport par tricycles et par pickups spécifiques aux régions de l'Extrême-Nord et du Littoral par exemple). La solution est donc amovible et fongible dans plusieurs systèmes ou méthodes antérieurs.

II LE PROJET : VALEUR ET FONCTIONNEMENT

1. Présentation sommaire de l'activité

L'activité consistera à :

- Disposer un point (appelé fournisseur) attaché au service administratif compétent. Il est chargé d'émettre un ticket (TICKET1) de validation de l'achat de la LVS et de le greffer à cette dernière. Le TICKET1 donne droit au produit équivalent.
- Disposer un second point (appelé

authentificateur) attaché à une carrière. Il est chargé de contrôler le TICKET1, afin d'avoir la certitude de l'authenticité de sa LVS associée. C'est après cette opération que l'utilisateur a accès au chargement. Puis, après le chargement du véhicule, un second ticket de confirmation est émis (TICKET2). Ce dernier marque la clôture du processus d'achat du produit. conformité.

C'est après cette opération que l'utilisateur a accès à la carrière.

- Disposer des check-points ou des dispositifs aux check-points traditionnels des forces de défense et de sécurité pour le contrôle de la conformité des chargements. C'est la dernière étape de la phase opérationnelle.

- Produire des compte-rendus à fréquences régulières (quotidienne, hebdomadaire, mensuelle et trimestrielle) après la gestion, l'analyse et la modélisation des données.

- Assurer les maintenances hardware et software de la solution et des équipements technologiques.

- Encadrer et d'accompagner les ingénieurs et les agents opérationnels et gérer les affaires courantes de l'entreprise.

2. Résumé du modèle économique

Les principaux éléments de singularité positive de notre service sont :

La solution informatique est sous-tendue par un logiciel (Web et Android) qui intègre toutes les contraintes actuelles et futures de notre environnement économique : fonctionnement en local (hors réseau) et actualisation sous faible débit grâce à l'allègement du système ; simplicité d'utilisation et rapidité de réaction aux requêtes ; utilisation d'un appareil spécial (POS) pour obtenir un environnement clos, afin de limiter les possibilités de piratage, les intrusions malveillantes ou les usurpations d'habilitation ou de fonctions ; une création locale (par des ingénieurs locaux) pour éviter l'accès aux données par des entités étrangères, d'où notre réticence à opter pour la solution de connexion par satellite pour un départ ; la dématérialisation des procédures et la présence des moyens de lecture des supports physiques tels que les tickets grâce aux codes QR, ce qui permet de garder la primeur sur la numérisation,

afin de plomber littéralement les influences exogènes telles que la corruption et la concussion.

Le fonctionnement de l'organisation est porté par un management ultra professionnalisé et de pointe, joint à des analyses organisationnelle et commerciale (des données) qui permettront à la tutelle d'avoir une vue holistique sur l'activité, sa viabilité, sa productivité marginale annuelle ou trimestrielle, sa rentabilité économique, sa pertinence et son efficacité.

Une mutuelle des acteurs de l'interprofession leur permettant de couvrir certains effets pervers de leurs activités respectives a été pensée et modélisée. Elle sera définie et configurée en plusieurs paliers dont le bénéfice sera proportionnel à la performance individuelle et à la coopération, dont la contribution patriotique au bon fonctionnement du service public lié à leur filière.

3. Résumé de la stratégie commerciale

i. Définition des objectifs :

Réussir à inculquer à tous les acteurs de la filière transport, principalement ceux des produits de carrières : promoteurs des transports (propriétaires de camions ou d'entreprise de transport) et conducteurs au réflexes d'établir ou de faire établir la LVS avant toute décision de se rendre dans une carrière.

ii. Identification des usagers et des zones cibles :

Les zones idéales de fixation de nos services et par conséquent de nos agents sont :

- Le lieu couvert par le réseau internet le plus proche des routes qui mènent aux carrières pour l'émission des tickets joints à chaque **LVS** aux fins de contrôle et d'authentification en local (hors réseau internet) dans les carrières, en supplément du point implanté dans la délégation

départementale compétente ;

- Les différentes entrées des carrières pour authentification du ticket joint à la **LVS**.

iii. **Axe de communication et positionnement :**

- La disponibilité et la simplification du service.

- L'information est disponible en tout temps et en tout lieu par n'importe quel usager habilité.

- Toutes parties prenantes bénéficient des récompenses de leur contribution coopérative.

iv. **Définition de la tarification :**

C'est un arrêté du **MINFI** qui définit le tarif du service public que **IBEN SAS** rendra, en fonction des charges induites par son activité de contrôle et d'authentification des **LVS**.

v. **Les outils et tactiques de promotion :**

- Les affichages extérieurs des centres urbains ; les commandites et placements de produits ; les événements, les salons tels que le Salon de l'Action Gouvernementale (SAGO) et les foires ; les imprimés (journaux et magazines) ; les radios et télévisions ; les infolettres sont les outils et tactiques traditionnels choisis.

- Les bannières web ; le référencement naturel par achat de mots-clés (Google, Bing, Internet explorer, Yahoo, etc...) ; le remarketing ; le Marketing numérique et mobile ; les infolettres au contenu

dynamique ; publicité sur les médias sociaux ; la publicité native ; le marketing par les influenceurs sont les outils et tactiques numériques choisis.

vi. **Budgétisation des actions :**

- Campagnes de sensibilisation et d'éducation des acteurs de l'interprofession

- Espaces pub dans les médias classiques (presse, télé, radio) :

- Communication web et pages associées :

vii. **Définition des indicateurs clés et leurs métriques :**

- Les métriques :

- Nombre de **LVS** émises par jour en fonction de la moyenne avant le projet dans chaque carrière, à la même période ;

- Nombre d'adhérents à la mutuelle cahier de solidarité ;

- Nombre de cas de fraudes détectés.

- Les indicateurs clés de performance (KPI) :

- Taux de croissance différentiel de l'activité après la mise en place du projet ;

- Taux de décroissance des cas de fraudes, indépendamment de la croissance de l'activité des carrières ;

- Taux de croissance de la cagnotte de la mutuelle en fonction de l'activité des carrières et du nombre d'adhérents

- Niveau de satisfaction des usagers au sujet de la technologie ;

- Niveau de satisfaction des tutelles ministérielles (**MINMIDT et MINFI**).

III L'ÉQUIPE OU LES ACTEURS

1. Équipe centrale (Core Team)

- **TARÀ OYIÉ NDONG,**

expert en cadrage et gestion des projets économiques, mathématicien, associé-gérant de l'**Agence Kwali Intelligence SAS** et associé-directeur de la division Management des projets et analyse des organisations.

- **NTI BERTIN NKOULOU,**

expert en management des organisations, Data analyst Power BI, associé-directeur de la division Management de l'**Agence Kwali Intelligence SAS**.

• **NTI MEKONGO**,
expert informaticien (Graphic designer), Google data analyst, associé-directeur de la division IT de **l'Agence Kwali Intelligence SAS** ;

• **BÉRANGER NGUEMA**,
expert informaticien (ingénieur logiciel), développeur web sénior chef du département software engineering de **l'Agence Kwali Intelligence SAS** ;

2. Profils des partenaires, experts et consultants

Agence Kwali Intelligence SAS | Axa assurance Cameroun, Beneficial Life Insurance Cameroon & Chanas assurance | Ecobank, BGF I & UBA | Cabinet d'avocats & cabinet notaire | Cabinet médical | Concessionnaire automobile & concessionnaire motos | Fournisseur d'équipements informatiques | Fournisseur d'équipements électroniques.

3. Résumé de l'analyse (du rôle) des parties prenantes

- **L'AKI SAS** établit la structure **IBEN SAS** ;
- Le **MINMIDT** octroie l'agrément d'exercice du contrôle et de l'authentification des **LVS** à **IBEN SAS** ;
- Le **MINMIDT** et le **MINFI** homologuent la tarification ;
- Le **MINFI** définit les quotités ;
- **L'AKI SAS** produit le document-projet intégral (cadrage et planification du projet) ; réalise le projet dans son intégralité ; développe les logiciels et applications opérationnels (front

end & back end) ; conçoit les manuels de procédures, les organigramme et organisation de **IBEN SAS** ;

- **IBEN SAS** manage l'entreprise ; assure la gestion quotidienne du service technologique et ses maintenances (hardware et software) ;
- **L'AKI SAS** assure et met à disposition des ingénieurs pour accompagner **IBEN SAS** dans le fonctionnement des applications et logiciels et dans leur maintenance ; fournit les équipements technologiques pour l'activité (POS) ;
- **L'AKI SAS** effectue l'analyse organisationnelle et l'analyse des données de **IBEN SAS**.

4. Plan d'acquisition et d'exploitation des ressources humaines

L'AKI SAS assure le recrutement, la formation et la planification des tâches de tout le personnel du projet et de l'activité de **IBEN SAS** ;

IBEN SAS assure la disponibilité des agents opérationnels au sein des carrières.

IV LE MARCHÉ ET LA CONCURRENCE

1. Description (de l'environnement) du marché

Le marché est quasi monopolistique par région car la délivrance des agréments est réticulaire et sélective ;

IBEN SAS et **AKI SAS** viennent avec une proposition préalable de modélisation sur 4 régions qui sont : le Centre, l'Extrême-Nord, le Littoral et le Sud, car les études actuelles ont été menées pour ces territoires. Mais l'ambition est non seulement d'étendre le service à toute

l'étendue du territoire national, mais aussi à toutes les activités minières à moyen terme.

2. Analyse SWOT de l'environnement concurrentiel

i. Avantages (Forces) :

- **L'AKI SAS** est la propriétaire exclusive de la technologie proposée et elle maîtrise toutes les contraintes auxquelles le projet a été confronté ;
- La dématérialisation de l'activité est effective et la solution n'est pas expérimentale, mais déjà

maturée ;

- Disponibilité du service 24h/24, 7jr/7 et partout, même hors réseau.

ii. Inconvénients (Faiblesses) :

- Le tarif est défini par l'État ;
- Gros besoins en investissement au départ.

iii. Opportunités (Occasions) :

- Écrémage par l'optimisation de la technologie;
- Économie d'échelle avec l'extension du service;
- Intégrabilité d'autres activités ou d'autres marchés dans la solution

iv. Risques (Menaces) :

- Piratage informatique ;
- Cambriolage du siège ;

V PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Projections (plan) de développement sur 05 ans

Période 0 : création de l'entreprise IBEN SAS, levée des fonds, acquisition des équipements technologiques, début de réalisation du projet;

Période 1 : clôture du projet, signature des contrats d'approvisionnements et des partenariats techniques ;

Période 2 : démarrage de l'activité (des opérations) dans certains

départements et début de la communication et du marketing ;

Période 3 : intensification et élargissement total de l'activité à tous les territoires de compétence dans les deux régions ;

Période 4 : extension de l'activité à d'autres régions acquises éventuellement après actualisation des études.

VI ANALYSE FINANCIÈRE

1. Description des besoins + plan des emplois/utilisations

	ANNÉE 0	ANNÉE 1	ANNÉE 2	ANNÉE 3
	MONTANT	MONTANT	MONTANT	MONTANT
BESOINS FINANCIERS				
INVESTISSEMENTS				
TOTAL PRÉPRODUCTION	373 000 000,00	-	-	-
TOTAL CAPITAL FIXE	1 870 385 000,00	5 160 000,00	5 160 000,00	15 160 000,00
TOTAL PROVISIONS POUR IMPRÉVUS	187 038 500,00	-	-	-
TOTAL ACTUALISÉ DES INVESTISSEMENTS	2 430 423 500,00	5 160 000,00	5 160 000,00	15 160 000,00
CONSOMMATIONS (FONCTIONNEMENT)				
TOTAL CHARGES DE PRODUCTION	134 520 000,00	136 275 000,00	138 030 000,00	138 030 000,00
TOTAL CHARGES D'EXPLOITATION	3 219 397 500,00	3 290 597 500,00	3 360 797 500,00	3 360 797 500,00
TOTAL CHARGES FINANCIÈRES	1 400 000 000,00	1 328 000 000,00	1 264 640 000,00	1 208 883 200,00
TOTAL CONSOMMATIONS	4 753 917 500,00	4 754 872 500,00	4 763 467 500,00	4 707 710 700,00
TOTAL DES BESOINS FINANCIERS	5 907 803 500,00			

2. Prévisions chiffre d'affaire et seuil de rentabilité

	ANNÉE 0	ANNÉE 1	ANNÉE 2	ANNÉE 3
	MONTANT	MONTANT	MONTANT	MONTANT
CHIFFRE D'AFFAIRES (CA)	9 984 000 000,00	11 232 000 000,00	12 480 000 000,00	12 480 000 000,00
CHARGES VARIABLES (CV)	1 111 340 000,00	1 184 295 000,00	1 256 250 000,00	1 256 250 000,00
CHARGES FIXES (CF)	3 642 577 500,00	3 570 577 500,00	3 570 577 500,00	3 570 577 500,00
TOTAL DES CHARGES	4 753 917 500,00	4 754 872 500,00	4 826 827 500,00	4 826 827 500,00
MARGE SUR COUT VARIABLE (MCV = CA-CV)	8 872 660 000,00	10 047 705 000,00	11 223 750 000,00	11 223 750 000,00
TAUX DE MCV (T = MCV + CA)	0,89	0,89	0,90	0,90
SEUIL DE RENTABILITE OU POINT MORT (S = CF + T)	4 098 826 480,45	3 991 431 523,92	3 970 224 497,16	3 970 224 497,16
QUANTITÉ RENTABLE SEUIL	16,42	15,99	15,91	15,91



AGENCE KWALI INTELLIGENCE SAS
PARTENAIRE TECHNIQUE ET MANAGÉRIAL

