



BUSINESS PLAN

The Green Rooftop Parc

Une bulle de nature au coeur de la ville



Août 2025

Table des matières

Table des matières	3
1. Résumé exécutif	6
1.1. Vision & Proposition de valeur	6
1.2. Présentation du projet & de l'entreprise	8
1.3. Points clés techniques du projet	10
1.4. Synthèse financière (résultats temporaires)	11
1.5. Besoins d'investissement et offre partenaires	12
1.6. Impact social & environnemental résumé	13
2. Présentation détaillée du projet	15
2.1 Contexte & justification urbaine	15
2.2. Objectifs stratégiques	15
2.3. Description du site (localisation, bail)	18
2.4. Aménagements prévus (zones, matériaux)	20
2.5. Calendrier macro de réalisation	26
3. Étude de marché	28
3.1. Analyse de la demande locale	28
3.2. Taille de marché et potentiel de fréquentation	31
3.3. Segments cibles & personas	38
3.4. Analyse concurrentielle et positionnement	39
3.5. Tendances de consommation loisirs et bien-être	42
4. Modèle économique	44
4.1. Sources de revenus	44
4.2. Grille tarifaire & abonnements	45
4.3. Calcul des Chiffres d'affaire par activité	45
4.5 Montée en charge & répliquabilité	57
5. Plan d'exploitation	58
5.1 Organisation opérationnelle	58
5.2 Processus clés	59
5.3 Politique de maintenance & jardinage	60
5.4 Risques opérationnels & mesures d'atténuation	61
5.5 KPIs de performance exploitable	61
6. Plan de financement	62
6.1 CapEx détaillé par lot	62
6.2 Besoin en fonds de roulement	63

6.3 Structure de financement (fonds propres, investisseurs, dette, subventions).....	63
6.4 Modalité de l'offre investisseurs.....	65
6.5 Calendrier de décaissement.....	69
7.Prévisions financières.....	70
8.Stratégie de communication & partenariats.....	71
8.1 Objectifs de communication & messages clés.....	71
8.2 Cibles : publics, médias, influenceurs et partenaires.....	71
8.3 Outils et canaux de diffusion.....	71
8.4 Plan d'actions phasé.....	72
8.5 Budget & calendrier • Partenariats stratégiques & sponsors.....	72
9. Evaluation d'Impact.....	74
9.1 Indicateurs environnementaux (m ² végétalisés, CO ₂ évité).....	74
9.2 Indicateurs sociaux.....	77
9.3 Indicateurs économiques.....	77
9.4 Méthodes de collecte & fréquence reporting.....	79
9.5 Cadre de suivi (SDGs, normes ESG).....	80

1. Résumé exécutif

1.1. Vision & Proposition de valeur

Un souffle vert au cœur de la ville : le projet du premier parc de poche public-privé du Bénin.

À l'orée d'une ville en quête de respiration, s'esquisse une vision audacieuse : celle de créer le tout premier parc de poche public-privé du Bénin. Un espace minuscule sur le papier, 225 m² seulement, mais immense par son ambition. Ici, le béton s'efface au profit du vivant, et la ville se réconcilie avec elle-même. Ce projet pionnier entend offrir un modèle de verdissement urbain rentable, duplicable, et profondément ancré dans les réalités béninoises.

Une oasis urbaine née de la main d'architectes bâtisseurs : Sous les lignes sensibles du Cabinet Architecture du Soleil, ce terrain devient bien plus qu'un jardin : il se mue en oasis multifonctionnelle, pensée pour la détente, la culture et le bien-être. Un îlot de nature maîtrisé, à la fois éco-chic et accueillant, où le bois local, les briques de terre comprimée, et les murs végétalisés composent une architecture bioclimatique aux vertus rafraîchissantes. Ici, le confort thermique se passe de climatisation, et la beauté du lieu épouse l'intelligence de sa conception.

Un modèle économique aux racines multiples : Loin d'un simple projet ornemental, ce parc s'inscrit dans une logique économique durable. La billetterie, les ateliers thématiques, un kiosque healthy inspiré du slow food, le sponsoring local et les événements privés en feront un lieu vivant, générateur de revenus. L'équilibre entre attractivité et viabilité est soigneusement cultivé.

Avantages pour le client

Respirer et se détendre

Le visiteur y trouve un refuge. Un îlot de fraîcheur, savamment ombragé, où murmure une cascade produisant un bruit blanc apaisant. Loin des fumées et des verres, l'air y est pur : zéro alcool, zéro tabac.

Se divertir intelligemment

Chaque semaine, une programmation éclectique déploie yoga matinal, lectures à ciel

ouvert, jeux de société, théâtre d'ombre ou projections nocturnes. Un cadre récréatif et éducatif pensé pour petits et grands.

Tarifs accessibles et flexibles

La porte est grande ouverte. Pour 2 000 FCFA, chacun peut s'offrir une journée hors du temps. Des abonnements mensuels, et des formules pour familles ou entreprises, rendent l'accès aussi fluide que les feuilles qui frémissent.

Services pratiques

Pour ne pas choisir entre nature et connectivité, le lieu propose Wi-Fi fibre, conciergerie de quartier, et un kiosque F&B où tout est frais, bon et bon pour soi.

Différenciation

Pionnier des pocket parks au Bénin, ce projet pose une première pierre à une révolution verte urbaine. Son bail notarié sécurisé pour six ans garantit la stabilité d'une expérience novatrice. Sa conception bio-climatique, faite de matériaux locaux, allie esthétique, écologie et ingéniosité. Sa programmation culturelle continue, accessible et conviviale, attire un public familial fidèle et curieux.

Réponse aux besoins

Dans une ville souvent écrasée par le soleil et le stress, ce parc répond à des urgences concrètes : le manque criant d'espaces verts, les effets de l'îlot de chaleur urbain, et l'absence de lieux sûrs pour des activités saines. Il devient un espace sécurisé de socialisation, un lieu d'apprentissage informel, et une alternative aux bureaux pour le travail en plein air.

Impact émotionnel

Ce parc est bien plus qu'un jardin : c'est une promesse collective. Il offre à chaque visiteur un sentiment d'appartenance, une fierté citoyenne à participer à la re-végétalisation de Cotonou. Il propose une expérience de bien-être, une évasion intérieure sans franchir les limites de la ville. Surtout, il permet une coupure salutaire avec la cacophonie urbaine, une bulle de calme et de nature au cœur du tumulte.

Ainsi naît un espace rare, à la croisée de l'utopie verte et de la rigueur entrepreneuriale. Un parc de poche, mais un géant de sens.

1.2. Présentation du projet & de l'entreprise

The Green Rooftop Club : Semer la ville de demain

À l'heure où les métropoles africaines se densifient et s'échauffent, The Green Rooftop Club s'avance avec une conviction limpide : celle que même un petit parc peut tout changer. À la croisée de l'urbanisme, de l'écologie et de l'entrepreneuriat, l'initiative conçoit, développe et exploite de micro-parcs urbains verts, hybrides et payants, insérés au cœur de la ville pour réintroduire le vivant là où il s'était effacé.

Le projet pilote de la Haie Vive, à Cotonou, en sera la première éclosion concrète. Ce lieu-vitrine donnera à voir, à sentir et à vivre l'ambition du Club, avant que neufs autres parcs ne fleurissent sur le territoire, dans un horizon de deux à trois ans.

Vision & objectifs

L'ambition de The Green Rooftop Club est claire : devenir la référence béninoise, puis ouest-africaine, des solutions de verdissement urbain à la fois désirables et rentables. Mais au-delà des mots, il s'agit de prouver. Prouver qu'un micro-investissement, à échelle humaine, peut générer un triple retour :

- Économique, par une gestion rigoureuse et une offre attractive ;
- Environnemental, par la reconstitution d'îlots de biodiversité ;
- Social, par l'appropriation des lieux par la communauté.

Histoire & valeurs – Le Cabinet Architecture du Soleil

Ce rêve concret trouve sa forme grâce au Cabinet Architecture du Soleil, laboratoire vivant visionnaire avec plus de 40 ans d'expérience sur un large éventail de projets au Bénin. Depuis plus de dix ans, ce cabinet milite pour une architecture écologique, élégante et inclusive, où chaque projet est un geste citoyen. Ses bâtiments mêlent chantiers participatifs, engagement communautaire et sensibilisation des jeunes

générations aux enjeux d'un urbanisme durable. À travers eux, l'architecture n'est pas qu'un art de bâtir : c'est un acte d'espoir.

Objectifs du parc pilote

Le premier parc ne se contente pas d'être un espace vert : il devient un manifeste. Ses objectifs sont multiples, concrets, et ancrés dans le réel :

- Transformer un espace urbain délaissé en un lieu de détente, de biodiversité et d'inspiration.
- Réduire l'effet d'îlot de chaleur, et contribuer à l'amélioration de la qualité de l'air dans le quartier.
- Proposer une alternative saine, conviviale et familiale aux bars et boîtes de nuit : un lieu de calme, de culture et de lien social.
- Éveiller les consciences, petits et grands, sur les enjeux environnementaux, et encourager une transition vers une ville plus durable, humaine et résiliente.

1.3. Points clés techniques du projet

Élément	Détail
Site	Parcelle 9 m × 25 m (225 m ²), quartier dynamique Haie Vive • Bail notarié 6 ans (loyer 224 k FCFA/mois, taxe foncière incluse)
Capacité	50 personnes max simultanées

Équipements	Zone d'assises polyvalente, kiosque healthy, conciergerie, 2 WC, cascade, murs végétalisés, fibre optique
Calendrier	Étude + permis validés: Juillet 2025 • Travaux : Août – Nov. 2025 • Inauguration : Déc. 2025
Budget (CapEx)	60 M FCFA, dont : études + permis 4 M, construction & aménagement 50 M, communication 3M

1.4. Synthèse financière (résultats temporaires)

Indicateur	Valeur attendue	Origine / Nature des données
CapEx (Capital Expenditure)	60 M FCFA	Estimations détaillées du cabinet : études + permis 4 M, construction & aménagement 50 M, communication 3M
Opex annuel (Operating Expenditure)	53,2 M FCFA/an	Charges fixes: 19 137 000 Charges variables: 34 062 720

CA visé (Chiffre d'Affaires)	164,7 M FCFA/an	<p>Billetterie: 67 392 000</p> <p>Ateliers: 39 000</p> <p>Evénements culturels: 17 280 000</p> <p>Kiosque restauration: 41 030 400</p>
Pay-back (retour sur capital)	2,34	28 mois
TRI / ROI (Taux de Rendement Interne / Return on Investment)	rendement à la 3e année	<p>-72.69% année 1</p> <p>-38.47% année 2</p> <p>6.77% année 3</p> <p>64.16% année 4</p> <p>134.89% année 5</p> <p>220.31% année 6 → A la 6e année, les investissements de départ ont été remboursés plus de 2 fois.</p>

1.5. Besoins d'investissement et offre partenaires

- Les investisseurs souscrivent à des parts sociales dans la Société de Projet The Green Rooftop Parc. La levée cible est de 30 M FCFA pour couvrir 50 % du CapEx

- Rendement effectif sur les six ans: 160 % de la mise (dividendes),
- Flux de trésorerie régulier : l'investisseur touche la même somme chaque année, ce qui facilite la planification financière.
- Contreparties premium : nom gravé sur mur de marbre, accès illimité unique pour l'investisseur, priorité sur futurs parcs.

Investissement (FCFA)	Dividende annuel (26,7 %)	Dividendes cumulés sur 6 ans (FCFA)	Rendement total sur 6 ans
2 500 000	666 667	4 000 000	160 %
3 000 000	800 000	4 800 000	160 %
4 000 000	1 066 667	6 400 000	160 %
5 000 000	1 333 333	8 000 000	160 %
6 000 000	1 600 000	9 600 000	160 %
7 000 000	1 866 667	11 200 000	160 %
8 000 000	2 133 333	12 800 000	160 %
9 000 000	2 400 000	14 400 000	160 %

Investissement (FCFA)	Dividende annuel (26,7 %)	Dividendes cumulés sur 6 ans (FCFA)	Rendement total sur 6 ans
10 000 000	2 666 667	16 000 000	160 %

1.6. Impact social & environnemental résumé

Le projet contribue à **l'augmentation de la biodiversité urbaine** grâce à l'installation de murs végétalisés, à l'utilisation de plantations locales et à la création de refuges pour les pollinisateurs.

Il permet également une **réduction des îlots de chaleur**, en contribuant à la baisse des températures et à la captation du CO₂ en milieu urbain.

La mise en place du parc crée **un cadre de vie plus attractif**, en valorisant l'immobilier du quartier et en offrant un espace public accessible, accueillant et sécurisé.

Le projet joue un rôle important dans **l'éducation citoyenne**, à travers des ateliers à destination des scolaires et du grand public, axés sur l'écologie urbaine et le vivre-ensemble.

Il favorise **le bien-être et la cohésion sociale**, en luttant contre l'isolement et en proposant des activités intergénérationnelles.

En matière d'emploi, le projet prévoit la mobilisation d'au moins **14 équivalents temps plein (ETP)** pour des postes de gestionnaire, animateurs, agents de maintenance et personnel du kiosque.

Enfin, le projet s'inscrit dans une logique d'**alignement avec les Objectifs de Développement Durable (ODD)**, en particulier :

- ODD 11 – Villes et communautés durables
- ODD 3 – Bonne santé et bien-être
- ODD 17 – Partenariats pour la réalisation des objectifs.

2. Présentation détaillée du projet

2.1 Contexte & justification urbaine

La ville de **Cotonou connaît une urbanisation accélérée**, avec une croissance démographique estimée à environ 2,3 % par an. Dans la zone de la Haie Vive, la densité dépasse les 10 000 habitants par km², tandis que l'accès aux espaces verts publics reste très limité, inférieur à 1 m² par habitant, loin des 9 m² recommandés par l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

Les **îlots de chaleur urbains** constituent un enjeu critique : les relevés municipaux font état d'écart allant jusqu'à +4 °C entre le centre-ville et les quartiers côtiers, avec un impact direct sur la santé publique (stress thermique, pathologies cardio-respiratoires).

L'**offre de loisirs dans la ville est déséquilibrée**, la majorité des activités de sortie se concentrant autour des restaurants, boîtes de nuit, bars ou plages situées à distance. Il manque des options saines, abordables et sécurisées accessibles à pied.

Le projet s'inscrit pleinement dans **l'axe n° 3 du Plan de Développement Communal 2020-2025**, qui vise à faire de Cotonou une « ville résiliente et verte ». Le parc agit comme un démonstrateur de corridor écologique, sans nécessiter d'emprise foncière supplémentaire majeure.

Les **retombées socio-économiques locales** sont significatives : le quartier, qui abrite de nombreuses familles avec enfants ainsi que plusieurs établissements scolaires (Montaigne, CEG l'Océan, crèches), manifeste un réel besoin d'espaces culturels et d'événements de proximité. Le parc permet également de dynamiser l'économie créative en accueillant artistes, coachs et artisans bio, tout en créant des emplois verts.

Enfin, les **bénéfices environnementaux du projet sont mesurables**, avec la plantation d'au moins 9 arbres ou arbustes autochtones, 50 m² de murs végétalisés, et une captation estimée à environ 1 872 tonnes équivalent CO₂ sur 6 ans.

2.2. Objectifs stratégiques

La vocation du The Green Rooftop Parc est de devenir le démonstrateur emblématique des solutions urbaines durables portées par l'organisation : un lieu qui

conjugue nature, loisirs, innovation et rentabilité. Les objectifs ci-dessous traduisent cette vision en cibles SMART parfaitement alignées sur la feuille de route corporate (impact environnemental, croissance, inclusion et rayonnement).

Paramètres	Objectif stratégique (SMART)	Comment il sert la stratégie globale
Fréquentation & impact social	Atteindre ≥ 1800 visiteurs uniques par mois au plus tard 12 mois après l'ouverture commerciale (T4 2027), dont 20 % issus d'écoles/universités grâce à des abonnements.	Renforce la mission "bien-être & éducation" ; crée un flux récurrent de prospects pour les autres offres de l'organisation.
Rentabilité & diversification	Générer un bénéfice après impôts de 16 millions la 1 ^{re} année et un ROI de 100 % avant la 5 ^e année, avec ≥ 50 % du CA provenant de services : restauration healthy, événements, ateliers éco-design (dès l'exercice 2027).	Prouve la viabilité financière des modèles verts ; alimente le fonds d'innovation interne.
Performance environnementale	Réduire l'îlot de chaleur local de x °C et capter $\geq x$ t CO ₂ /an grâce à x m ² de végétalisation et à la récupération de x % des eaux pluviales avant fin 2027.	Positionne l'organisation comme acteur de la neutralité carbone et appuie son plan ESG 2030.

Création d'emplois inclusifs	Créer ≥ 14 emplois directs (≥ 100 % jeunes < 30 ans, ≥ 50 % femmes) d'ici l'ouverture (T2 2026) .	Concrétise l'engagement RSE et nourrit la base de talents des autres filiales.
Rayonnement & innovation	Héberger ≥ 2 pilotes de start-ups "cleantech/agritech" par an à partir de 2027 et obtenir une certification LEED au plus tard en 2028.	Fait du parc un "living lab" vitrines des solutions durables développées ou incubées par l'organisation.

Résultats attendus à 6 ans (2031)

- Un parc autofinancé, générant chaque année $> 60\,000\,000$ M FCFA de marge brute.
- $< 122\,400$ visiteurs cumulés, dont 40 % découvrent d'autres offres du groupe.
- **1872** t CO₂ captées, 10 projets pédagogiques accueillis, 14 emplois directs créés.

Ces objectifs matérialisent le positionnement de l'organisation comme leader béninois de la transition urbaine verte : le site devient à la fois une vitrine commerciale, un laboratoire d'innovation ouverte, un catalyseur d'impact social et environnemental. Chaque indicateur est suivi trimestriellement par la gestionnaire de parc garantissant cohérence, agilité et pilotage orienté sur les chiffres.

2.3. Description du site (localisation, bail)



Localisation cadastrale

Le projet s'implante sur la parcelle "d" du lot 2279 (parcelles "l" et "m" de l'îlot 2280 RFU) à Cadjèhoun, 12^e arrondissement de Cotonou, dans le quartier réputé de La Haie Vive. La superficie utile est de 225 m² (9m × 25 m), de forme régulière et plane.

Morphologie immédiate

- Limites : à l'est, à l'ouest et au sud : parcelles construites à usage résidentiel ; au nord : voie piétonne de 6 m de large offrant une façade entièrement ouverte sur l'espace public.
- Environnement urbain : secteur résidentiel haut de gamme mêlant villas, petits immeubles R+1/R+2 et commerces de proximité.
- Zonage : classé en zone mixte (habitat + services) par le Plan Local d'Urbanisme ; les aménagements légers à vocation récréative et paysagère y sont autorisés.

Atouts du quartier de La Haie Vive

- Pôle de loisirs historique : forte densité de restaurants, bars, clubs et boutiques (bijouterie, artisanat, mode).
- Proximité d'équipements structurants :
 - CEG L'Océan (≈ 350 m) et Lycée Français Montaigne (≈ 600 m) → apport continu de scolaires et de familles.
 - Siège de grandes entreprises (MTN Bénin) et ≈ 30 ambassades, ONG et agences de coopération → public international à haut pouvoir d'achat.
- Connectivité rapide :
 - 1 km de l'aéroport international Cardinal Bernardin Gantin.
 - 5 min en voiture des zones ministérielles et hôtelières.
 - Quartier parmi les plus piétonniers de Cotonou (trottoirs larges, trafic limité, sécurité renforcée).

Caractéristiques d'accès et de services

- Accès principal piéton depuis la rue nord ;
- Réseaux existants (eau, électricité) en façade, simplifiant les branchements.
- Topographie plane, sol sableux-drainant : excellent pour un aménagement paysager nécessitant peu de terrassement.

Conditions foncières et bail

- Type de contrat : bail commercial de droit béninois, enregistré.
- Durée : 6 ans fermes.
- Loyer : 224 000 FCFA par mois, réglé annuellement d'avance (2 688 000 FCFA / an).
- Clauses clés :
 - Autorisation expresse d'ériger des structures légères (pergolas, kiosques, platelages)
 - Gros-œuvre et aménagements réversibles à la charge du preneur.

Opportunités majeures pour le projet

1. Niché dans une rue très calme, en retrait de la circulation, idéal pour un pocket-park vitrine de la transition verte.
2. Flux cibles naturels : résidents expatriés, familles scolarisées, salariés des ONG et touristes.

- 3. Synergies commerciales : complémentarité avec les restaurants et boutiques alentour, possibilité de billetterie couplée ou d'événements after-work.
- 4. Cadre réglementaire favorable : zone où les initiatives commerciales sont encouragées.

En résumé, cette parcelle compacte mais stratégique offre un emplacement premium pour un pocket park à fort impact : visibilité, accessibilité douce, public solvable et bail sécurisé sur un horizon compatible avec l'amortissement des investissements prévus.

2.4. Aménagements prévus (zones, matériaux)



Séquence	Fonction surfaces	& Matériaux technologies	/ Valeur ajoutée business
----------	-------------------	--------------------------	---------------------------

<p>Parvis d'accueil (façade nord)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Deux pavillons encadrant l'entrée : <ul style="list-style-type: none"> — Pavillon A : Kiosque F&B (6,37) + stockage sec(2,28). — Pavillon B : Conciergerie billetterie(3,22) + WC PMR(1,71 / 1,62 x 2). • Bac végétalisé de bienvenue. • Escalier béton + rampe PMR ; portail acier gris et garde-corps assortis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Briques de terre comprimée (ton rouge-brun) : +40 % d'empreinte carbone en moins vs. agglomérat. • Toiture plate solaire : 18 m² de panneaux photovoltaïques couvrant ≈ 60 % des besoins électriques (éclairage LED & fontaine). • Menuiseries aluminium gris anthracite, vitrages basse émissivité. 	<ul style="list-style-type: none"> • Point de vente F&B = flux de revenus immédiats. • Conciergerie = service client premium & collecte data visiteurs. • Image "green tech" visible dès la rue piétonne.
<p>Terrasse couverte – "Canopée gourmande"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pergola bois lamellé-collé ombragée (25,77) entre les deux pavillons. • Aménagement plug-&-play pour restauration rapide, ateliers ou coworking plein air. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bois certifié FSC, toiture polycarbonate filtrant UV + lames mobiles pour ventilation naturelle. • Sous-structure acier galvanisé (longévité & recyclabilité). 	<ul style="list-style-type: none"> • Surface louable pour brunch, marchés créateurs, after-works etc.

Jardin central – "Agora minérale"	<ul style="list-style-type: none"> • Plateforme pavée en pierre naturelle locale (40,83). • Cheminements et placettes (77,16) connectant l'ensemble. • Végétation : arbres feuillage moyen + couvre-sols peu gourmands en eau. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dallage granit/grès + joints perméables (0 % ruissellement). • Bancs intégrés en gabions remplis de blocs recyclés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zone cœur d'expérience : repos, workshops plein air, expositions éphémères.
Pelouse & scène escamotable	<ul style="list-style-type: none"> • Lawn multifonction (env. 60) avec podium télescopique (spectacles, yoga, cinéma plein air). 	<ul style="list-style-type: none"> • Gazon Zoysia (tolérant chaleur & piétinement). • Scène aluminium pliable intégrée au sol, rangée hors-vue. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacité 50 pers. ; monétisation via billetterie & sponsoring "brand activation".
Fond de parc – "Oasis sonore"	<ul style="list-style-type: none"> • Fontaine murale + bassin miroir (10,20) générant un bruit blanc apaisant. • Deux locaux techniques & rangement (2,04 chacun) dissimulés dans la végétation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Circuit fermé alimenté par citerne EP(eaux pluviales). • Pompe basse conso alimentée PV. 	<ul style="list-style-type: none"> • Confort thermique & acoustique ↗ temps de séjour ↗ ventes kiosque.

“ The Green Rooftop Parc” est conçu comme un micro-îlot de nature rentable et autosuffisant, articulé autour de trois séquences : Accueil – Vie & Loisirs – Détente paysagère. Les surfaces indiquées sont données en mètres carrés (m²).

Infrastructure durable & résilience

Composant	Spécifications	Impact ESG / Exploitation
Toitures	<ul style="list-style-type: none"> • Dalle béton + étanchéité PVC recyclable ; • Chape hourdis (ingénieur structure) – zones plates et inclinées. 	Faible entretien, support PV.
Murs porteurs	<ul style="list-style-type: none"> • Briques BTC 20 cm + chaînage béton à 2,20 m. • Enduit terre/chanvre intérieur ; enduit terre stabilisée extérieur. 	Inertie thermique, esthétique vernaculaire.
Sols intérieurs	<ul style="list-style-type: none"> • Chape béton lissée, finition micro-chape pigmentée antidérapante. 	Robustesse pour trafic F&B.
Sols extérieurs	<ul style="list-style-type: none"> • Superposition géotextile / graviers / sable damé + dallage ou graviers stabilisés. 	Perméabilité totale ; zéro ruissellement hors site.

Gestion de l'eau	<ul style="list-style-type: none"> • 2 puisards + fosse septique sous la terrasse. • Citerne EP connectée au bassin ; trop-plein dirigé vers drains de dispersion. 	Autonomie irrigation & fontaine ; plan Zéro-Décharge Eaux Pluviales.
Énergie	<ul style="list-style-type: none"> • ≈ 3 kWc de panneaux solaires + onduleur hybride. • Éclairage LED dimmable, détection présence. 	Réduction facture électrique > 50 %.

Ce design est optimisé car les structures légères en BTC et bois FSC créé quatre centres de profit (kiosque de restauration, atelier sportifs ou créatifs, évènements culturels, accès libre). De plus, le cycle ESG est complet : briques de terre comprimée, solaire, récupération d'eau. Le projet coche les exigences des bailleurs verts et ouvre l'accès aux lignes de financement climat. Par ailleurs, même si les aménagements sont modulaires, il n'y a pas de nécessité de les démonter à la fin du bail; la valeur résiduelle est sécurisée. Enfin, le parc offre une combinaison "nature en ville + events culture + F&B sain" dans le quartier le plus piéton de Cotonou : barrière à l'entrée élevée, avantage concurrentiel durable.

Ce schéma d'aménagement garantit ainsi un retour sur investissement rapide (break-even opérationnel < 36 mois estimé) tout en positionnant le parc comme vitrine emblématique de la transition écologique urbaine au Bénin.





2.5. Calendrier macro de réalisation

Mois <i>(T0 = signature du bail)</i>	Étape clé	Durée	Livrables & jalons financiers
M-1 à M0	Pré-mobilisation	2 semaines	<ul style="list-style-type: none"> • Contrat d'architecte signé • Appel d'offres entreprises lot 1 (gros œuvre) lancé
M1	Études & conception	1 mois	<ul style="list-style-type: none"> • APS & APD validés • Budget final verrouillé

			<ul style="list-style-type: none"> • Dépôt dossier permis (si requis)
M2 → M4	Travaux & aménagement	3 mois	<ul style="list-style-type: none"> • Fondations & élévation pavillons • Pose charpente + pergola • Réseaux enterrés & citerne EP • Paysage phase 1 (plantation arbres)
M4 – Semaine 4	Tests & pré-réception	1 semaine	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en service des équipements (électricité, son, fontaine)
M5 – Sem. 1-4	Recrutement & communication	1 mois	<ul style="list-style-type: none"> • Équipe (5 FTE) onboardée • Campagne teasing digital + affichage quartier
M5 – Sem. 1	Inauguration & lancement	2 jours	<ul style="list-style-type: none"> • Soft-opening partenaires • Conférence presse & coupure ruban
≥ M5	Activités récurrentes	Permanent	<ul style="list-style-type: none"> • Programmation mensuelle validée 60 j à l'avance • Reporting impact trimestriel

3. Étude de marché

3.1. Analyse de la demande locale

Besoin manifeste : un déficit criant d'espaces verts de qualité

L'offre actuelle en espaces verts à Cotonou est nettement en retrait par rapport à la pression démographique et aux attentes des citoyens. La commune ne répertorie que 70 espaces verts publics pour près d'un million d'habitants ; 44 sont de simples bandes linéaires longeant la voirie et 26 seulement correspondent à de véritables jardins ou squares, pour une superficie totale d'à peine 11 ha, soit 0,15 % du territoire communal¹. Moins d'un espace vert sur six dispose de bancs ou d'un éclairage et moins de 10 % offrent des poubelles. Les toilettes, buvettes ou fontaines sont presque inexistantes. Plus de 55 % de ces sites sont jugés « insalubres ou non attrayants » : pelouses brûlées, stagnation d'eau, débris non collectés et sentiment d'insécurité la nuit, faute d'éclairage. La gestion repose quasi exclusivement sur la mairie, parfois épaulée par des associations ou des mécènes privés, mais les ressources humaines et financières demeurent insuffisantes pour assurer un entretien durable. En conséquence, la majorité des habitants, notamment les jeunes actifs et les familles, ne disposent aujourd'hui d'aucun lieu extérieur aménagé pour pratiquer un sport doux, se détendre ou participer à des activités socioculturelles sans obligation de consommer. Ce déficit structurel, combiné à une demande croissante pour des espaces verts sûrs, animés et bien équipés, crée une opportunité évidente : le futur The Green Rooftop Parc répond directement à ce besoin en proposant un parc accessible, entretenu et multifonctionnel au cœur de la ville.

Données démographiques de Cotonou et de la Haie-Vive

La ville de Cotonou, plus grande agglomération du Bénin, connaît une croissance démographique soutenue. En 2025, la population de Cotonou est estimée à 757 989 d'après World Population Prospect des Nations Unies², contre 679 000 lors du

¹https://www.researchgate.net/publication/350554830_Gestion_Des_Espaces_Verts_Dans_La_Ville_De_Cotonou_Au_Sud_Du_Benin_Etat_Des_Lieux_Et_Perspectives

² [World Population Prospects \(2024 Revision\)](#) - United Nations population estimates and projections.

recensement 2013, soit une hausse de 11,63 % en douze ans. Les projections nationales prévoient 15,8 millions d'habitants au Bénin en 2030 et un taux d'urbanisation supérieur à 57 % (\approx 49,7 % en 2020).³ En tant que pôle économique majeur, Cotonou devrait capter une part significative de cette population urbaine additionnelle, consolidant ainsi son statut de métropole et intensifiant la demande d'infrastructures récréatives de qualité.

Au sein de la ville, La Haie-Vive est un quartier résidentiel aisé et central. Le quartier comptait lors du dernier recensement de 2013, 1322 habitants. Depuis, la densification urbaine laisse supposer une légère augmentation de ces effectifs, sans changer d'ordre de grandeur. Si l'on trace un cercle de 3 km de rayon autour de son centre géographique (6° 21' 19 N ; 2° 23' 52 E), on couvre environ 28 km² soit un tiers de la superficie de Cotonou. En appliquant la densité moyenne observée (8 600 hab./km² en 2013 à près de 9 600 hab./km² aujourd'hui), la population située dans ce rayon se situe entre 240 000 et 270 000 personnes. Le cercle recoupe : la totalité du 12^e arrondissement ; le sud-est du 11^e et l'extrémité ouest du 13^e arrondissement ; l'aérogare et quelques emprises lagunaires dont la densité est quasi nulle.

La structure socio-démographique y est marquée par la présence d'actifs : dans un quartier urbain privilégié comme La Haie-Vive, 50 à 60 % des résidents sont des adultes ayant un emploi ou en recherche d'emploi.

Les collèges et lycées : un terreau naturel de clientèle

Le quartier accueille plusieurs établissements scolaires qui constituent une cible importante pour les loisirs de plein air :

³ INSAE

- CEG "Océan" : après rénovation en 2024, l'établissement dispose de 24 salles de classe. En appliquant un ratio de 35 à 50 élèves par classe, on déduit un effectif compris entre 800 et 1 000 collégiens et lycéens.
- École française Montaigne : établissement privé suivant un cursus français, regroupant environ 1 100 à 1 150 élèves (maternelle à terminale) à la rentrée 2023.

Ces deux pôles représentent un vivier de près de 2 000 élèves susceptibles de fréquenter le parc pour des activités extra-scolaires, des ateliers créatifs, des tournois sportifs ou des événements culturels.

Un parc au cœur d'un quartier de jeunes actifs : la cible idéale.

La tranche d'âge 18-45 ans représente une part essentielle de la population béninoise : environ un tiers des habitants, les moins de 25 ans constituant la majorité et les plus de 45 ans l'autre tiers. À La Haie-Vive, quartier relativement jeune et dynamique, cela signifie probablement un millier de jeunes actifs résidents. À l'échelle de la ville, le centre-ville concentre la majorité des emplois formels ; quotidiennement, des milliers de jeunes actifs issus de tous les quartiers et notamment de La Haie-Vive convergent vers ces zones d'affaires et recherchent des parenthèses de détente proches de leur lieu de travail.

Conclusion : un marché réel, en manque criant d'offre verte

- Capillarité très faible des espaces verts existants (0,15 % du territoire communal).
- Croissance démographique rapide : +11,63 % de résidents en douze ans, poursuite attendue.
- Concentration d'actifs solvables et de 2 000 élèves dans le rayon immédiat du site.

The Green Rooftop Parc arrive ainsi sur un marché où l'offre verte est rare, dégradée et sous-dimensionnée, tandis que la demande portée par la croissance démographique, la jeunesse de la population et la densité scolaire ne cesse de progresser. Cette convergence offre un contexte idéal pour assurer la fréquentation et la rentabilité du projet.

3.2. Taille de marché et potentiel de fréquentation

Taille du bassin de clientèle immédiat

En nous concentrant sur un rayon de trois kilomètres autour du futur parc (Haie-Vive, Fidjrossè, Cadjehoun...), nous estimons la population totale à environ 270 000 habitants. Les données de l'INSTAD montrent que 66,9 % de la population urbaine est active ([Afristat, 2021](#)), soit près de 181 000 personnes vivant et travaillant à proximité immédiate. S'y ajoutent quelque 2 000 élèves et accompagnateurs issus de deux grands établissements scolaires situés dans le périmètre, ainsi qu'un flux pendulaire d'environ 5 700 salariés provenant des 500 entreprises formelles enregistrées⁴ dans la zone d'affaires de Haie-Vive. Ces différentes cibles forment un bassin brut, non-redondant, d'environ **188 000 personnes** potentiellement concernées par notre offre.

Composante	Hypothèse de calcul	Volume
Habitants dans un rayon de 3 km (Haie-Vive, Fidjrossè, Cadjehoun...)	RGPH 5 + extrapolation densité → borne haute 270 000	270 000
Part de population active en milieu urbain (66,9 %) (Afristat)	$270\,000 \times 66,9\%$	≈ 181 000

⁴ Inscrites au RCCM et/ou détenant un IFU ([instad.bj](#))

Composante	Hypothèse de calcul	Volume
Élèves & accompagnateurs (2 grands établissements dans le périmètre)	Comptage terrain	2 000
Salariés des 500 entreprises formelles de Haïe-Vive ¹	~9 500, dont ±60 % viennent de l'extérieur	≈ 5 700 « commuters » supplémentaires

Potentiel brut non-redondant ≈ 188 000 personnes (habitants actifs + flux pendulaires + scolaires).

Taux de pénétration retenu

Les expériences internationales (IFACCA, CityLab) montrent qu'un équipement culturel ou récréatif de quartier atteint généralement un taux de pénétration résidentielle compris entre 5 % et 10 % durant sa première année d'exploitation. Compte tenu du caractère inédit du concept à Cotonou et de la campagne de lancement prévue, nous retenons prudemment l'hypothèse de 7 %. Appliqué à notre bassin de 188 000 personnes, cela représente environ 13 160 visiteurs uniques la première année. En supposant qu'un visiteur type revient 1,7 fois par an (effet de répétition grâce aux ateliers, à l'espace restauration et aux abonnements), nous obtenons une fréquentation totale prévisionnelle de près de 22 372 entrées dès la première année.

Indicateur	Valeur
Visiteurs uniques ciblés (7 % × 188 000)	≈ 13 160 pers.
Fréquence moyenne par visiteur (effet répétition ateliers/food-court)	1,7 visite/an
Entrées totales année 1	≈ 22 372

Modélisation de la fréquentation opérationnelle (année 1)

Type de visite	Base de calcul	Visiteurs / an	Moyenne / mois	Moyenne / jour (365 j)
Visites libres (billetterie)	4 jours × 50 pers. + 3 jours × 40 pers. = 320 visites / semaine	16 640	≈ 1 387	≈ 46

Type de visite	Base de calcul	Visiteurs / an	Moyenne / mois	Moyenne / jour (365 j)
Ateliers sportifs & créatifs	6 séances / sem. × 15 pers. = 90 pax / semaine	4 680	390	≈ 13
Concerts & évènements culturels	24 évts / an × 45 pax = 1 080	90	≈ 3	
Total toutes activités	—	22 400	≈ 1 867	≈ 61

1. Visites libres (billetterie) – le cœur du trafic

- Avec une ouverture 365 jours par an et une fréquentation hebdomadaire de 320 entrées, le parc enregistre **16 640 visites "classiques"**.
- Cela représente environ **46 personnes par jour**, soit près des trois quarts (74 %) de toutes les présences annuelles.
- C'est ce flux qui conditionne la plupart des coûts fixes : sécurité, entretien des espaces verts, billetterie, etc.

2. Ateliers sportifs & créatifs – le deuxième moteur

- Six sessions hebdomadaires remplies à 15 participants portent le total à **4 680 visiteurs ateliers**.
- **13 personnes par jour** en moyenne viennent spécifiquement pour une activité guidée ; elles génèrent à la fois des revenus élevés (39 M FCFA/an modélisés) et un besoin d'encadrement pédagogique.
- Ces ateliers ajoutent 21 % de trafic supplémentaire, sans encombrer les heures pleines de visite libre si vous les programmez tôt le matin ou en fin de journée.

3. Concerts & événements culturels – un pic mensuel ponctuel

- Deux événements par mois, remplis à 90 % (45 pax), totalisent **1 080 participants**.
- En moyenne, cela équivaut à **3 personnes par jour** lorsque l'on lisse sur l'année, mais la réalité est concentrée : **90 personnes** les soirs d'évènement et zéro les autres jours.
- Ces pics imposent une logistique spécifique (sonorisation, sécurité renforcée, stock F&B) mais rapportent 17 M FCFA/an de billetterie et +2,6 M FCFA de restauration.

4. Trafic global – 61 visiteurs par jour

- Additionnés, les trois pôles amènent **22 400 passages annuels**, soit environ **61 visiteurs quotidiens** en moyenne.

Projection à cinq ans

Année	Visites libres	Ateliers sportifs & créatifs (≤ 25 p./séance, 6 séances/se m.)	Concerts & évs culturels (≤ 50 p./évt, 24 évs/an)	Total visiteurs annuel	Moyenn e / mois	Moyenn e / jour
1	16 640	4 680	1 080	22 400	1 867	61
2	18 637	5 616	1 104	25 357	2 113	70
3	20 501	6 240	1 128	27 869	2 322	76
4	21 731	6 552	1 152	29 435	2 453	81
5	22 600	7 176	1 176	30 952	2 579	85
6	23 278	7 488	1 200	31 966	2 664	88

Hypothèses employées

Secteur	Capacité & cadence	Occupation moyenne retenue
Visites libres	Entrée simple du parc (aucune limite physique mentionnée)	Effet nouveauté → +12 % (A2), +10 % (A3), puis maturité → +6 % (A4), +4 % (A5), +3 % (A6).
Ateliers	6 séances/semaine × 25 places max = 312 séances/an	A1 : 15 p. (60 % de remplissage) A2 : 18 p. (70 %) A3 : 20 p. (80 %) A4 : 21 p. (85 %) A5 : 23 p. (90 %) A6 : 24 p. (95 %)
Concerts / évts	2 événements/mois × 50 places max = 24 évts/an	Occupation qui converge vers le plein : 90 % (A1) → 92 % (A2) → 94 % (A3) → 96 % (A4) → 98 % (A5) → 100 % (A6) (45 → 50 p./événement).

Lecture des résultats

- **Croissance maîtrisée** : le parc passe de **22 400 visites** la 1^{re} année à **≈ 32 000 visites** en année 6, soit un taux moyen de +7 %/an sans jamais dépasser les limites de capacité (25 p. en atelier, 50 p. en concert).
- **Répartition 6^e année** : visites libres 73 %, ateliers 23 %, concerts 4 % : un mix qui montre la montée en puissance des activités à forte valeur ajoutée sans saturer les soirées culturelles.
- **Moyenne quotidienne** : de **61 personnes/jour** la 1^{re} année à **≈ 88 personnes/jour**

Cette projection s'appuie sur des scénarios de remplissage réalistes pour Cotonou : montée rapide les 3 premières années (effet nouveauté + bouche-à-oreille), puis atterrissage vers des taux comparables aux parcs urbains matures.

3.3. Segments cibles & personas

The Green Rooftop Parc s'adresse à quatre grandes familles de publics, chacune représentant un gisement de fréquentation et de revenus distincts.

Jeunes actifs urbains (18-45 ans)

Cette population majoritaire dans Cotonou regroupe des cadres et créatifs qui vivent ou travaillent à Haie-Vive, Ganhi ou Akpakpa.

Adetola, 31ans, analyste financier, illustre ce segment : il sort deux soirs par semaine, apprécie les DJ-sets afro-house et recherche un cadre végétalisé pour poursuivre ses réunions informelles. Le parc devient pour lui un « third place » plus vert qu'un café, où il consomme boissons locales, petite restauration saine et expériences événementielles. Ce segment garantit un flux quotidien régulier et génère près de 40 % des ventes du kiosque Food & Beverage.

Familles résidentes et expatriées

La présence d'une trentaine d'ambassades, ONG et entreprises internationales fait de la Haie-Vive un quartier privilégié des familles expatriées. Emilia, cadre ONG de 40 ans et mère de deux enfants, cherche un lieu sécurisé et ombragé où ses enfants profitent d'ateliers nature pendant qu'elle rencontre d'autres parents. Les abonnements, donnant un accès illimité au parc, fidélisent ce public et stabilisent la fréquentation en matinée et en après-midi.

Étudiants et lycéens

Avec près de 800 élèves au CEG Océan et environ 1100 élèves à l'École française Montaigne, plus de 1900 jeunes traversent le quartier chaque jour. Kevin, 17 ans, utilise le parc comme espace de révision après les cours, mais participe aussi aux tournois de jeux de société et aux séances de théâtre d'improvisation. Leur panier moyen reste modeste, mais la visite fréquente dynamise les ventes de snacks et crée une animation permanente.

Entreprises et ONG

MTN, UNICEF ou Enabel (Agence de coopération Belge) recherchent des lieux différenciants pour du team-building ou des divertissements calm. Les privatisations partielles ou totales, l'affichage des indicateurs ESG (autoproduction d'énergie solaire, récupération d'eau), et des packages "clé en main" (traiteur, animation, scène escamotable) répondent pleinement à leurs attentes. L'enjeu est un chiffre d'affaires concentré sur certaines plages horaires et une notoriété institutionnelle.

3.4. Analyse concurrentielle et positionnement

Le marché des loisirs urbains à Cotonou reste fragmenté ; aucun acteur n'offre aujourd'hui une expérience intégrée mêlant nature, sport doux, culture et

restauration saine. Ci-dessous, un panorama détaillé des principaux lieux comparables analysés à partir de leurs sites, pages Facebook/Instagram et retours d'utilisateurs met en évidence les créneaux que couvrira The Green Rooftop Parc.

Institut français du Bénin, site de la Marina (centre-ville)

Pôle culturel historique financé par l'État français. Il programme chaque semaine des projections cinéma (tarif 1 000 à 3 000 FCFA), des expositions souvent gratuites, des concerts mensuels et des ateliers artistiques ponctuels. Des afterwork créatifs sont également organisés chaque semaine. L'espace extérieur se limite à une cour minérale d'environ 500 m² sans végétation et fermée généralement avant 20 h. Le café offre une carte abordable de type bistro, mais sans proposition directement liée au bien-être. L'Institut attire un public plutôt étranger et expatrié et sa visibilité médiatique reste circonscrite à certains cercles. Bien que sa scène principale soit en extérieur, ce n'est pas un endroit qui a été pensé pour accueillir un public venant se ressourcer en dehors des horaires de spectacle.

Ze Spot, Canal Olympia Wologuède.

Plateforme événementielle adossée au complexe Canal Olympia. C'est un petit espace au décor urbain et industriel qui propose des DJ-sets afro-house (vendredi, samedi), des barbecues "Grill & Chill" (environ 10 000 FCFA le menu), des sessions DIY et craft du style "paint & sip" (20 000 FCFA) et projection de match de foot. Des chill&chat et des soirées discussion et débat sur des thèmes de société sont organisés chaque semaine. La cible est jeune : 18-35 ans. Les avantages sont un parking vaste, une communication digitale efficace (+35 000 followers IG) et son ambiance branchée en fait un hotspot nocturne dans le paysage Cotonou. Les inconvénients par rapport au projet sont l'absence d'espaces ombragés ou végétalisés, la programmation est essentiellement nocturne, la musique est forte et la plupart des divertissements sont peu compatibles avec un public familial ou très jeune, aucune activité sportive n'y est encore programmée.

Le Jardin de CanelYa

Situé à Fidjrossè c'est à la fois une maison d'hôtes et un restaurant healthy, afrofusion et dont les menus sont made In Africa. Il est niché dans un jardin au thème bohème romantique (~400 m²). Les points forts sont le cadre très intimiste, la cuisine recherchée et originale (10k FCFA le menu, 7k FCFA les grillades à volonté le dimanche), l'aspect photogénique pour les réseaux sociaux. De nombreuses activités DIY et craft y sont organisées mais sans régularité ou programme défini. Des sessions yoga dans le jardin, karaoké et scènes live sont organisées chaque semaine. Des marchés de créateurs y sont également fréquemment hébergés. Les limites de l'endroit sont le manque de programmation pour les ateliers et capacité restreinte des ateliers (~15) , l'accès est excentré à 6 km du centre, les ateliers sont uniquement les weekend.

La Casa de Rose

Situé à Cadjèhoun, c'est un Jardin privé d'environ 250 m² loué pour des baby showers, mariages intimes, marchés créatifs (60–80 max). Des activités créatives et des sports comme le fitness ou le yoga y sont aussi organisés par des tiers. Les Atouts sont le décor cosy, un coût de location abordable et une localisation centrale. Pour les faiblesses : les équipements sont basiques (un seul WC, pas de cuisine), la nécessité d'amener ses propres prestataires, aucune programmation régulière, l'espace est minéralisé mais pas végétalisé.

Positionnement du The Green Rooftop Parc

Seul lieu à proposer un pocket-park véritablement végétalisé en cœur de ville avec des infrastructures durables (panneaux solaires, récupération d'eau). Programmation continue, du matin au soir : brunchs, ateliers DIY, yoga sunrise, tournois de pétanque, concerts acoustiques, cinéma plein air, marchés de créateurs. Mix d'usages (restauration saine, sport doux, culture, location corporate) qui capte les quatre segments identifiés et crée des flux toute la semaine. Label environnemental et storytelling "cool-urbain-responsable" absents de la concurrence.

The Green Rooftop Parc se différencie nettement des lieux existants, comble un manque structurel d'espaces verts et répond aux nouvelles attentes de loisirs sans obligation de sur-consommation, devenant ainsi la référence du loisir urbain durable à Cotonou.

3.5. Tendances de consommation loisirs et bien-être

La capitale économique du Bénin connaît un véritable engouement pour les loisirs en plein air. Le réaménagement de la plage de Fidjrossè avec ses pistes cyclables et kiosques en bois reflète la volonté municipale de promouvoir la promenade, le roller, la pétanque ou la trottinette dans un cadre structuré.

Parallèlement, les pratiques créatives type "paint & sip", vannerie ou confection de cosmétiques attirent un public prêt à dépenser 15 000 à 25 000 FCFA par session. L'offre existante est toutefois dispersée dans des restaurants ou hôtels qui imposent une consommation obligatoire et ne disposent pas toujours d'espaces verts adaptés.

Enfin, la dimension bien-être gagne du terrain : cours de yoga au lever du soleil, méditation guidée, brunchs végétariens... Ces nouvelles habitudes, portées par la communauté expatriée et une classe moyenne émergente, plaident pour un lieu dédié où l'on peut pratiquer sans contraintes et dans un environnement apaisant.

L'offre d'espaces verts de qualité reste embryonnaire à Cotonou, alors même que la ville se réchauffe et que sa démographie, très jeune, réclame des lieux de détente. En combinant pocket-park, programmation culturelle riche, sports doux et restauration saine, The Green Rooftop Parc vise plus de 75 000 visites la première année et un potentiel supérieur à 120 000 visites à cinq ans.

La concurrence est éclatée, aucun acteur ne rassemblant toutes les composantes de notre proposition de valeur. Le contexte réglementaire (initiatives vertes municipales) et sociétal (recherche de bien-être post-pandémie) crée une fenêtre d'opportunité idéale. Avec son emplacement premium, ses installations durables (solaire,

récupération des eaux) et son modèle économique diversifié (billetterie, ateliers, privatisations), The Green Rooftop Parc se positionne comme la référence incontournable du loisir urbain durable à Cotonou.

4. Modèle économique

The Green Rooftop Parc adopte un modèle de revenus diversifiés calqué sur les meilleures pratiques des pocket-parks new-yorkais (Bryant Park) et des tiers-lieux japonais (Shimokitazawa Cage), tout en l'adaptant au pouvoir d'achat cotoinois.

4.1. Sources de revenus

Le socle du chiffre d'affaires provient de:

- **La billetterie journalière**: chaque visiteur acquitte un ticket d'entrée fixé à **2 000 FCFA**.
- **Les ateliers thématiques**. Il existe des ateliers simples, majoritairement sportifs (yoga, fitness, méditation) organisés 4 fois par semaines et facturés à **5000 FCFA** en moyenne et des ateliers premium, majoritairement créatifs (DIY, peinture, poterie, craft, horticulture etc.) organisés 2 fois par semaines et facturés à **15 000 FCFA** en moyenne.
- **L'organisation bi mensuelle d'événements culturels** (concerts, projection à ciel ouvert, exposition d'art, théâtre, marchés nocturnes etc.).
- Le **kiosque de restauration** constitue la dernière source majeure. L'offre s'inspire des enseignes saines, elle privilégie les salades, bowls et sandwiches à base de produits frais et locaux :
 - **Formule Petit Dej** : « **Morning Fresh** »: smoothie ananas-moringa, tartine avocat-tomate sur pain au levain – **3 000 FCFA**.
 - **Formule Déjeuner 1** : « **Bowl Bissap** »: salade de fonio, mangue, concombres, menthe, fromage wagashi émietté, poulet effiloché – **5 000 FCFA**.
 - **Formule Déjeuner 2** : « **Wrap Veggie Zogbodomey** »: tortilla de mil garnie de houmous de niébé, crudités croquantes, sauce gingembre, poulet effiloché – **5 000 FCFA**.
 - **Goûter** : « **Sunset Snack** »: brochettes de fruits rôtis (ananas, papaye) nappées de sirop de datte, chips (taro, banane, fruit à pain) accompagnées d'une eau pétillante infusée à l'hibiscus/ glace – **3000 FCFA**.
 - **Les boissons naturelles** sont facturées à **1000 FCFA** et les **smoothies** à **2000 FCFA**

4.2. Grille tarifaire & abonnements

Pour ancrer la fréquentation, le parc propose un abonnement mensuel à **45 000 FCFA** offrant un accès illimité les jours d'ouverture. Les scolaires bénéficient d'un abonnement mensuel à **40 000 FCFA**. Tous les paiements se font via la carte cashless nominative.

4.3. Calcul des Chiffres d'affaire par activité

Concerts & activités culturelles nocturnes

Chiffre d'affaires concerts & activités culturelles nocturnes :

Paramètre	Valeur	Commentaire
Événements culturels	2 par mois (24 /an)	donné utilisateur
Capacité maximale	50 places	—
Taux de remplissage moyen	90 %	$50 \times 90 \% = 45$ participants par événement
Répartition tarifaire des 45 participants	70 % à 10 000 FCFA (31,5 pers.) 20 % à 20 000 FCFA (9 pers.)	pondération utilisée pour le calcul moyen

Paramètre	Valeur	Commentaire
	10 % à 50 000 FCFA (4,5 pers.)	
Prix moyen pondéré	$0,7 \times 10\ 000 + 0,2 \times 20\ 000 + 0,1 \times 50\ 000 = 16\ 000$ FCFA	

Recette par évènement

CA évènement=45 participants×16 000 FCFA = 720 000 FCFA TTC

Recette mensuelle moyenne

CA mensuel=2 évènements × 720 000 = 1 440 000 FCFA TTC

Recette annuelle moyenne

CA annuel=24 évènements × 720 000 = 1 728 0000 FCFA TTC

Synthèse:

Période	Chiffre d'affaires (FCFA)
Par évènement	720 000 TTC

Période	Chiffre d'affaires (FCFA)
Par mois (2 évènements)	1 440 000 TTC
Par an (24 évènements)	17 280 000 TTC

Ces montants modélisent la billetterie brute des concerts/activités culturelles, hors ventes F&B

Kiosque restauration

Chiffre d'affaires du kiosque

Hypothèse clé	Valeur retenue
Visiteurs (Lu-Ma-Je-Ve)	50 pers./jour
Visiteurs (Me-Sa-Di)	40 pers./jour
Total visiteurs / an	16 640
Taux d'acheteurs	70 %

Hypothèse clé	Valeur retenue
Répartition des achats (parmi les acheteurs)	14 % petit-déj (3 000) 17 % Lunch 1 (5 000) 17 % Lunch 2 (5 000) 21 % Snack (3 000) 31 % Boisson naturelle (1 000) 12 % Smoothie (2 000)
Événements culturels	2/mois (24/an) – 45 participants/événement (90 % de 50)
Consommation pendant les événements	90 % boisson nature (1 000) 50 % snack (3 000)

Ventes "journée normale"

Produit	Units / an*	Prix (FCFA)	CA annuel (FCFA)
Petit-déj « Morning Fresh »	1 631	3 000	4 893 000
Lunch « Bowl Bissap »	1 980	5 000	9 900 000
Lunch « Wrap Veggie »	1 980	5 000	9 900 000
Snack « Sunset Snack »	2 446	3 000	7 338 000
Boisson naturelle	3 611	1 000	3 611 000
Smoothie	1 398	2 000	2 796 000
Sous-total "quotidien"	—	—	38 438 000 TTC

* Units / an = 11 648 acheteurs × pourcentage correspondant, arrondi à l'unité.

Ventes pendant les 24 événements culturels

Article	Quantité / événement	Prix	CA / év.	CA annuel
Boisson naturelle	$45 \times 90 \% = 40,5 \approx 41$	1 000	41 000	984 000
Snack	$45 \times 50 \% = 22,5 \approx 23$	3 000	69 000	1 608 000
Sous-total "événements"	—	—	110 000	2 592 000

Chiffre d'affaires consolidé du kiosque

Période	CA (FCFA)
Par jour (moyenne année)	≈ 112 400 TTC
Par mois (moyenne)	≈ 3 419 000 TTC
Par an	≈ 41 030 000 TTC

41 M FCFA de recettes F&B l'année 1 : ~ 94 % proviennent de la vente quotidienne aux visiteurs, ~ 6 % des consommations durant les concerts/activités culturelles.

Ateliers sportifs et créatifs :

Hypothèses retenues

Variable	Valeur
Jours d'ateliers	Mercredi, Samedi, Dimanche
Nombre de sessions / jour	2
Total séances / semaine	6
Répartition	4 simples (sport doux, méditation) & 2 premium (poterie, peinture, DIY ...)
Prix / participant	Simple : 5 000 FCFA – Premium : 15 000 FCFA
Participants moyens / séance	15

Calcul du chiffre d'affaires

Type d'atelier	Séances / semaine	CA / séance	CA / semaine	CA / an (52 sem.)

Simple	4	$15 \times 5\,000 = 75\,000$	300 000 FCFA	15 600 000 FCFA
Premium	2	$15 \times 15\,000 = 225\,000$	450 000 FCFA	23 400 000 FCFA
Total	6	—	750 000 FCFA	39 000 000 FCFA TTC

Repères complémentaires :

- Par mois : ~ **3 250 000 FCFA**
- Par participant : $39\,000\,000 \div (15 \times 6 \times 52) \approx$ **8 330 FCFA** de revenu annuel moyen.

Billetterie des entrées

Avec 16 640 visites par an, un ticket unitaire à 2 000 FCFA, et 5 % de visiteurs qui optent pour l'abonnement (mix 60 % adultes / 40 % enfants), le parc engrange **≈ 67 391 000 FCFA** de chiffre d'affaires "entrées" la première année. Cela correspond en moyenne à **≈ 184 633 FCFA par jour** et **≈ 5 615 917 FCFA par mois**.

Données d'entrée

Paramètre	Valeur retenue
Visiteurs (Lu - Ma - Je - Ve)	50 pers./jour

Visiteurs (Me - Sa - Di)	40 pers./jour
Jours d'ouverture	365 j/an
Ticket journalier	2 000 FCFA
Part d'abonnés	5 % des visiteurs
Abonnement adulte	45 000 FCFA
Abonnement enfant	40 000 FCFA
Mix abonnés	60 % adultes / 40 % enfants

Calcul du chiffre d'affaire

Volume annuel de visiteurs

- **L-Ma-J-V** : 4 jours × 50 = **200 pers./sem.** → 200 × 52 sem. = **10 400 pers./an**
- **Me-Sa-Di** : 3 jours × 40 = **120 pers./sem.** → 120 × 52 sem. = **6 240 pers./an**
- **Total annuel** : **16 640 visiteurs**

Répartition abonnés vs. "tickets"

- Abonnés : $5 \% \times 16\,640 = 832$ abonnements
 - 60 % adultes : $0,60 \times 832 \approx 499$ abonnements
 - 40 % enfants : $0,40 \times 832 \approx 333$ abonnements
- Visiteurs au ticket : $95 \% \times 16\,640 = 15\,808$ entrées payantes

Chiffre d'affaires détaillé

Poste	Quantité	Prix unitaire (FCFA)	CA (FCFA)
Tickets journaliers	15 808	2 000	31 616 000
Abonnements adultes	499	45 000	22 455 000
Abonnements enfants	333	40 000	13 320 000
Total annuel	—	—	67 391 000 TTC

Moyennes normalisées

Échelle	Formule	Résultat
Journalier	$67\,391\,000 \div 365 \text{ j}$	$\approx 184\,633$ FCFA / jour

Mensuel	67 391 000 ÷ 12 mois	≈ 5 615 917 FCFA / mois
Annuel	—	≈ 67 391 000 FCFA

Totaux

Pôle d'activité	CA mensuel moyen	CA annuel
Ateliers sportifs & créatifs	3 250 000 FCFA	39 000 000 FCFA
Billetterie (entrées parc)	≈ 5 616 000 FCFA	67 391 000 FCFA
Concerts & évènements culturels	1 440 000 FCFA	17 280 000 FCFA
Kiosque de restauration	≈ 3 419 000 FCFA	41 030 000 FCFA
Total	≈ 13 725 000 FCFA	164 701 000 FCFA TTC

4.5 Montée en charge & répliquabilité

La montée en charge s'appuie sur trois leviers : l'augmentation progressive des visiteurs , la diversification des ateliers (ajout d'une "classe poterie" et d'un espace coworking plein air) et la programmation de festivals thématiques (Jazz vert, Semaine du Fonio).

Le format "pocket-park rooftop" est conçu pour être répliquable dans d'autres quartiers dépourvus d'espaces verts (Ganhi, Patte d'Oie,...)

5. Plan d'exploitation

L'exploitation du The Green Rooftop Parc repose sur une équipe légère, des processus numériques intuitifs et une maintenance horticole régulière qui préserve l'expérience visiteur.

5.1 Organisation opérationnelle

L'équipe permanente se compose de **quatorze salariés (chaque poste est doublé et se relaie)** placés sous l'autorité d'un Conseil de gérance (le GRC) :

Fonction	Rattachement	Missions clés	Indicateurs	Horaires
Gestionnaire de parc (2)	Direction	Pilotage budget, planning événements, reporting ESG, gestion RH	satisfaction visiteurs $\geq 4/5$	8 h-20 h (lun-dim)
Chef cuisinier kiosque (2)	Gestionnaire	Élaboration menus, commandes filière courte, HACCP	Coût $\leq 35\%$, matière marge $> 65\%$	9 h-20 h (lun-dim)
Cuisinier-préparateur (2)	Chef kiosque	Préparation snack, mise en place, contrôle qualité	0 non-conformité hygiène	9h-20h (lun-dim)

Serveur kiosque (2)	Chef kiosque	Accueil client, encaissement	Ticket moyen ≥ 3 500 FCFA	12 h-20 h (lun-dim)
Responsable des entrées (2)	Gestionnaire	Accueil des visiteurs du parc, encaissement du droit d'entrée	satisfaction visiteurs > 4/5	8h-20h
Agent de sécurité-accueil (2)	Gestionnaire	Contrôle accès,, premiers secours	0 incident, temps d'attente < 2 min	8 h-20 h (lun-dim)
Agent d'entretien (2)	Gestionnaire	Nettoyage espaces, arrosage, taille, check PV	Disponibilité équipements 99 %	7 h-20 h (lun-dim)

5.2 Processus clés

Accueil & billetterie : le visiteur achète sa première entrée en ligne (pour les abonnements) ou à la borne située auprès de l'agent d'accueil: il reçoit une **carte nominative réutilisable** créditée du montant de son choix (minimum 2 000 FCFA). À chaque venue, il scanne sa carte, le tarif d'entrée se débite automatiquement ; la même carte sert à régler boissons et ateliers. Aucun cash ne circule dans le parc, supprimant les écarts de caisse et accélérant le passage en caisse (objectif : < 30 s).

Maintenance & sécurité : chaque matin, l'agent d'entretien effectue une tournée de contrôle (fontaine, système PV, sanitaires). Les rondes de sécurité ont lieu toutes les

deux heures ; le plan d'évacuation trilingue est affiché à l'entrée, au kiosque et au fond du parc.

5.3 Politique de maintenance & jardinage

Le jardin suit un rythme **"3-2-1"** inspiré des micro-parcs de Brooklyn : trois passages d'arrosage-désherbage léger par semaine (lundi, mercredi, vendredi), deux tailles de structure végétale par mois et un audit d'écosystème par trimestre (analyse de sol, état sanitaire des arbres). L'agent d'entretien tient un carnet météo et adapte l'arrosage goutte-à-goutte pour réduire la consommation d'eau.

5.4 Risques opérationnels & mesures d'atténuation

Risque	Probabilité	Impact	Mesure préventive
Panne réseau cashless	Faible	Vente stoppée	Double connexion fibre : Celtis + 4G MTN ; terminal offline 24 h
Défaillance pompe fontaine	Moyen	Confort sonore	Pompe de secours + alarme IoT
Vandalisation murs végétalisés	Moyen	Coût remplacement	Caméra dôme, éclairage LED, patrouille soir
Accident alimentaire	Faible	Image kiosque	Procédure HACCP, registre température 4/j
Risque incendie cuisine	Faible	Sécurité	Extincteur CO ₂ + formation équipe

5.5 KPIs de performance exploitable

- **Disponibilité parc** 99 % (jours ouverts / locations possibles).
- **Temps moyen passage caisse** ≤ 30 s.
- **Marge brute kiosque** ≥ 65 %.
- **Indice fraîcheur végétale** ≥ 90 % (feuillage sain / surface totale).
- **Taux de recyclage déchets** ≥ 60 %.
- **Taux de revisite** ≥ 30 % à M+6.

Ces indicateurs, inspirés des benchmarks de Bryant Park et du Shibuya Miyashita Rooftop, sont suivis mensuellement ; tout écart de plus de dix points déclenche un plan d'action correctif présenté lors du comité opérationnel.

6. Plan de financement

6.1 CapEx détaillé par lot

Lot	Poste	Montant en M FCFA	% CapEx	Hypothèse de calcul
1	Études techniques & architecturales	2	3 %	Devis cabinet (forfait)
2	Permis, taxes, connexions	2	3 %	Droits municipaux + branchements
3	Construction gros œuvre & second œuvre	48	70 %	173 000 F/m ² × 225 m ² + VRD
4	Matériel	4	8%	étude du marché
5	Imprévus (≈ 8 %)	4	8 %	8 % de (1 → 4)

Total CapEx		60	100 %	—
--------------------	--	-----------	-------	---

6.2 Besoin en fonds de roulement

Poste	Montant (M FCFA)	Commentaire
Stock kiosque (2 semaines de coût matières)	0,5	marge brute cible : 60 %
Préfinancement activités	0,9	
BFR initial	1,4	Somme des postes ci-dessus

6.3 Structure de financement (fonds propres, investisseurs, dette, subventions)

Tableau de financement – montants arrondis à 30 M FCFA par source

Source	Montant (M FCFA)	% du total (60 M)	Modalité
Fonds propres GRC	30	50 %	Capital social + compte courant
Investisseurs participatifs	30	50 %	Dividendes annuels
Dette bancaire (option)	0	0 %	Ligne de crédit à activer si besoin
Total ressources	60	100 %	Couvrir CapEx 60 + BFR 1,4

6.4 Modalité de l'offre investisseurs

Élément clé	Disposition retenue
Forme juridique de l'apport	Convention d'investissement participatif (« Contrat de Contribution Financière ») conclue entre chaque financeur et The Green Rooftop Club . L'apport est assimilé à une avance rémunérée, sans création de parts sociales.
Montant cible de la collecte	30 000 000 FCFA (≈ 50 % du CapEx).
Montant minimum de l'investissement	2 500 000 FCFA
Durée d'engagement	6 ans, comptés à partir du 1 ^{er} janvier qui suit la première année pleine d'exploitation.
Rémunération	<p>Versement d'un dividende contractuel annuel fixe égal à 26,67 % du montant apporté.</p> <p>— Ce taux permet de restituer 160 % du capital (100 % principal + 60 % gain) en six versements égaux.</p>

Élément clé	Disposition retenue
	— Aucun versement supplémentaire ni remboursement in fine.
Calendrier de paiement	<ul style="list-style-type: none"> • 1^{er} versement : avant le 31 mars de l'année N+1 (N = 1^{re} année pleine). • Versements suivants : avant le 31 mars de chaque exercice jusqu'à N+6.
Source des paiements	Prioritairement prélevés sur le flux de trésorerie d'exploitation
Absence de droits de gouvernance	L'investisseur n'est pas associé ; il ne détient aucun droit de vote ni d'ingérence dans la gestion.
Clause de report	<p>Si le cash disponible à la date d'échéance est insuffisant pour couvrir le dividende :</p> <ul style="list-style-type: none"> — le solde est reporté à l'exercice suivant ; — il porte un intérêt simple de 3 % par an jusqu'à complet règlement.

Élément clé	Disposition retenue
Garanties complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> • Droit de regard semestriel sur un rapport d'activité & états financiers.
Contreparties "expérience"	<ul style="list-style-type: none"> • Nom gravé sur le mur des mécènes. • Accès illimité gratuit pour le financeur (visites libres). • Priorité d'investissement sur les futurs parcs du réseau.

Nouveau schéma de distribution : **tout** est versé sous forme de dividendes annuels identiques

- L'investisseur récupère **son capital + la plus-value** uniquement via six versements égaux.
- La rentabilité globale reste inchangée : **160 %** du montant investi (100 % capital + 60 % gain) mais sans restitution finale.
- Le dividende annuel représente donc : $160 \% \div 6 \approx \mathbf{26,7 \% \text{ du capital}}$.

Investissement (FCFA)	Dividende annuel (26,7 %)	Dividendes cumulés sur 6 ans (FCFA)	Rendement total sur 6 ans
2 500 000	666 667	4 000 000	160 %

Investissement (FCFA)	Dividende annuel (26,7 %)	Dividendes cumulés sur 6 ans (FCFA)	Rendement total sur 6 ans
3 000 000	800 000	4 800 000	160 %
4 000 000	1 066 667	6 400 000	160 %
5 000 000	1 333 333	8 000 000	160 %
6 000 000	1 600 000	9 600 000	160 %
7 000 000	1 866 667	11 200 000	160 %
8 000 000	2 133 333	12 800 000	160 %
9 000 000	2 400 000	14 400 000	160 %
10 000 000	2 666 667	16 000 000	160 %

Quel que soit le ticket, l'investisseur perçoit chaque année le même montant ($\approx 26,7\%$ de sa mise) ; au terme des six ans, il aura encaissé *exactement* 1,6 fois son investissement initial sans versement complémentaire.

6.5 Calendrier de décaissement

Période	% CapEx	Montant	Usage
T-3 (m-3 à m-2)	10 %	5,6	Études + acompte matériaux
T-2 (m-2 à m-1)	40 %	22,4	Gros œuvre, charpente
T-1 (m-1 à m0)	30 %	16,8	Second œuvre, équipements PV
T0 (ouverture)	10 %	5,6	Mobilier, tests, marketing
T+6 mois	10 %	5,6	BFR complémentaire

7.Prévisions financières

Cf Plan financier sur excel :

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/12-qUDsDPuyRqNrxVjGn8Y2t-RohUZYZDCed7EndoxAg/edit?usp=sharing>

8.Stratégie de communication & partenariats

8.1 Objectifs de communication & messages clés

La communication du The Green Rooftop Parc poursuit trois buts précis : d'abord annoncer l'arrivée d'un concept inédit à Cotonou et éveiller la curiosité ; ensuite créer un engouement médiatique capable d'attirer un flux initial de visiteurs ; enfin transformer cette notoriété en fréquentation régulière afin que le parc devienne pour chaque habitant un "jardin personnel" hors de chez lui. Les messages relayés s'articulent autour de cinq idées fortes : la nouveauté d'un rooftop-parc, le bien-être et la fraîcheur qu'il procure, l'impact positif (emploi, culture, captation de CO₂), la fierté d'un projet *made in Bénin* et l'appartenance à une communauté healthy et responsable.

8.2 Cibles : publics, médias, influenceurs et partenaires

Notre premier public est constitué des **jeunes travailleurs** de 25 à 40 ans qui fréquentent la Haie-Vive et Ganhi à l'heure du déjeuner ou après le bureau ; ils recherchent un troisième lieu où décompresser, se connecter au wifi et boire un jus local. Viennent ensuite les **étudiants et lycéens** – près de deux mille jeunes issus du CEG Océan et de l'École Montaigne – attirés par les ateliers "do-it-yourself", les concerts acoustiques et les tarifs réduits. Les **familles avec enfants**, notamment la communauté expatriée, constituent la troisième cible : elles accordent de la valeur à la sécurité, à l'ombre et aux animations pédagogiques. Côté relais, nous travaillons avec les médias urbains (*Bénin Bouge*, *Miwakpon*), la presse tourisme (*Bénin Tourisme*) et la chaîne publique RTB. Une trentaine d'influenceurs lifestyle et environnement, totalisant environ cinquante mille abonnés, reçoivent un accès privilégié pour générer du contenu authentique. Enfin, les **entreprises et ONG** installées dans le quartier (MTN, Plan International, l'Union européenne) sont approchées comme futurs partenaires événementiels et mécènes RSE.

8.3 Outils et canaux de diffusion

La stratégie s'appuie d'abord sur le **digital** : un compte Instagram rythmé par des vidéos courtes, une page Facebook destinée à la tranche 30-45 ans, ainsi qu'une newsletter hebdomadaire « Ton parc, ton souffle, ton moment ». Pour l'affichage

physique, trois **panneaux 4 × 3m** sont implantés sur des artères majeures : le premier dans le sens aéroport → Ganhi sur le **boulevard de la Marina**, le second à hauteur de la **Maison des Médias** sur l'**avenue Jean-Paul II**, et le troisième devant l'École Montaigne dans la **rue de la Haie-Vive**. La **presse écrite et les radios FM** relaient nos dossiers « bien-être et culture verte », tandis que les partenariats médias garantissent une chronique mensuelle. Enfin, le parc devient lui-même un canal : les visiteurs diffusent leurs photos sous le mot-dièse **#SouffleVert**, transformant chaque instant partagé en média organique.

8.4 Plan d'actions phasé

Deux mois avant l'ouverture, la campagne de teasing dévoile progressivement le logo et lance un compte à rebours quotidien ; les panneaux invitent les passants à scanner un QRcode pour rejoindre la liste d'attente. La semaine d'inauguration s'ouvre sur une soirée VIP ponctuée d'un **concert acoustique de l'artiste béninois Sagbohan Danialou** ; la diffusion en direct par *Bénin Bouge* et les stories des influenceurs visent deux cent mille impressions en quarante-huit heures et un minimum de deux mille abonnements souscrits le premier mois.

Au-delà de l'événement, la communication entre dans un rythme de croisière : chaque vendredi, la newsletter annonce la programmation du week-end ; chaque lundi, un post « Avant / Après – Stress urbain ► Oasis verte » rappelle le bénéfice santé d'une visite. Pour fidéliser, nous mettons en place un **abonnement mensuel de 45 000 FCFA (adulte) et 40 000 (enfant)** qui offre un accès illimité au parc, et des invitations prioritaires aux ateliers. L'objectif est d'atteindre un taux de souscription de trente pour cent des visiteurs réguliers au terme du sixième mois, installant durablement The Green Rooftop Parc dans le quotidien des Cotonnois.

8.5 Budget & calendrier • Partenariats stratégiques & sponsors

Le plan de communication du teasing initial à la fidélisation sur les six premiers mois d'exploitation se limite à un budget de **3 millions FCFA**. La répartition est désormais la suivante : **1million** pour la création de contenus (photos, vidéos, podcasts) et leur captation, **800 000 FCFA** d'achat média digital ciblé, **500 000 FCFA** pour l'impression et la location des trois panneaux 4 × 3, enfin **700 000 FCFA** dédiés aux

relations presse, aux mini-événements post-lancement et à l'animation des influenceurs.

Le rétro-planning reste centré sur une ouverture en **décembre** : l'identité visuelle se finalise en septembre ; le teasing digital démarre en octobre ; les panneaux s'installent début novembre et la campagne "early-bird" ouvre la billetterie du site web. La première semaine de décembre voit partir les invitations VIP avant le concert et le week-end portes ouvertes de mi-décembre. De janvier à juin, la newsletter «Ton parc, ton souffle, ton moment» et l'abonnement mensuel à 45 000 FCFA entretiennent la fréquentation.

Le budget resserré est rendu possible grâce à plusieurs **partenariats en nature**. L'opérateur **Celtis** fournit la fibre optique haut-débit gratuitement pour trois ans, garantissant le Wi-Fi illimité du parc et un streaming fluide des événements. Le studio créatif **Le Labo Jaune** conçoit le site internet marchand principal canal d'achat de billets et d'abonnements en échange d'une visibilité permanente dans la rubrique "Partenaires".

9. Evaluation d'Impact

9.1 Indicateurs environnementaux (m² végétalisés, CO₂ évité)

Justification environnementale du The Green Rooftop Parc

Dans la moiteur salée de l'Atlantique, Cotonou bruisse d'une énergie débordante : embouteillages de zemidjans, klaxons, effluves d'essence mêlées aux parfums d'attiéké grillé. Pourtant, derrière ce tumulte urbain se cache une réalité plus lourde : un air chaque jour plus difficile à respirer, des températures qui grimpent, une nature qui se fait rare. The Green Rooftop Parc est né de cette urgence, porté par l'idée qu'un îlot de verdure, même modeste peut changer la ville, la santé de ses habitants et, à long terme, le climat local.

Etat des lieux sanitaire et climatique

Selon les relevés universitaires menés entre 2022 et 2024 sur les deux premiers arrondissements, le niveau journalier de particules fines (PM_{2,5}) atteint 35 µg/m³, soit 40 % de plus que la limite fixée par l'OMS. Dans les ruelles de Ganhi, les motos-taxis, plus de 250 000 ! ronronnent sans relâche à côté des 100 000 voitures particulières recensées par le ministère du Cadre de vie. Ensemble, ils libèrent 60 % des CO₂ et NO_x de la capitale économique. Les façades chauffées reflètent cette pollution et transforment le quartier en fournaise : la température ressentie y grimpe souvent de 4 °C par rapport à la périphérie.

Les premières victimes : les poumons et le cœur

Cette soupe toxique n'est pas qu'un concept : les urgences pédiatriques du CHU-CNHU ont constaté une hausse de 35 % des consultations pour pathologies respiratoires chez les enfants de moins de 14 ans depuis 2015. De leur côté, les cardiologues de l'Université d'Abomey-Calavi font le lien, étude après étude, entre les pics de particules et la flambée des accidents cardiovasculaires.

Une ville presque dépourvue de verdure

Dans la capitale béninoise, l'espace vert est un luxe. Une enquête de 2021 recense 70 maigres "espaces verts publics", la plupart se résument à des ronds-points ou à

de maigres alignements d'arbres pour à peine 11 hectares. Rapporté à la population, cela représente 0,12 m² de nature par habitant, loin des 10 m² recommandés par l'OMS. Le taux de couverture végétale de Cotonou plafonne ainsi à 0,124 % de sa superficie totale. Les conséquences sont immédiates : peu d'ombre, peu de filtration de l'air, peu de lieux de détente accessibles.

Le thermomètre grimpe d'année en année

À cette rareté végétale s'ajoute la tendance lourde du climat : entre 1970 et 2019, les maximales annuelles ont pris +1°C et les minimales +2 °C. La température moyenne côtière oscille désormais autour de 27 °C, mais en ville les pics dépassent régulièrement 37 °C. Les nuits, autrefois plus fraîches, restent lourdes sous une humidité de 80–85 %, épuisant les organismes et alourdissant la facture énergétique des climatiseurs.

The Green Rooftop Parc : un remède vert au cœur de la Haie-Vive

Face à cette conjonction de défis, The Green Rooftop Parc s'avance comme un « poumon miniature » niché sur 225 m² de terrain. Sa force ? **Empiler** les solutions :

- **50 m² de murs végétalisés** – rideaux vivants qui piègent les poussières et rafraîchissent l'air.
- **40,83 m² de pelouse et massifs** – un sol qui respire, absorbe l'eau de pluie et offre un tapis doux aux promeneurs.
- **9 arbres au feuillage généreux** – véritables climatiseurs naturels, ils diluent les îlots de chaleur et abritent oiseaux et lézards.
- **7 bacs plantés** – ponctuations odorantes qui attirent pollinisateurs et regards curieux.
- **Une fontaine murale de 10,2 m²** – son murmure couvre les bruits de moteur et l'eau en mouvement rafraîchit tout autour.

Un chiffre tangible : 312 kg de CO₂ captés chaque année

En croisant les surfaces végétalisées avec les coefficients de séquestration recommandés par la FAO et le GIEC pour le climat tropical humide, le parc retiendra

environ 312 kg de CO₂ chaque année – sans compter le stockage unique dans les briques de terre comprimée et le bois employés pour les kiosques. Cela peut sembler modeste à l'échelle mondiale, mais dans un quartier dense, chaque gramme compte : cette captation équivaut aux émissions annuelles d'une voiture parcourant 2 000 km.

Bien plus que du carbone : fraîcheur, silence, apprentissage

- La combinaison d'ombre et d'évapotranspiration abaisse la température ressentie de 2 °C autour des pelouses.
- Les feuilles capturent jusqu'à 10% des PM₁₀ immédiatement environnantes, offrant un air plus sain aux promeneurs et aux enfants des écoles voisines.
- Le bruit blanc de la fontaine réduit de 3 à 5 dB le vacarme routier, créant une bulle apaisée au cœur de la ville.
- Les visiteurs découvrent, à travers des ateliers de jardinage et de sciences, comment chaque plante devient un allié contre la chaleur et la pollution.

Une solution alignée sur les priorités publiques et privées

- Programme "Cotonou Verte 2026" : la municipalité vise 5 hectares de nouveaux espaces verts. Le parc, modèle de pocket-park reproductible, sert de laboratoire grandeur nature.
- Objectifs de Développement Durable 11.6 et 13.1 : qualité de l'air urbaine et résilience climatique trouvent ici une traduction concrète.
- Entreprises & ONG : en quête d'espaces pour leurs événements RSE, elles disposeront d'un lieu cohérent avec leurs engagements environnementaux (≈ 0,3 t de CO₂ séquestrées par an).
- Investisseurs : un rendement financier de 10 %/an doublé d'un impact écologique mesurable – la « double dividende » que recherchent les fonds à impact.

Conclusion : un îlot de fraîcheur, un souffle pour demain

The Green Rooftop Parc n'est pas un simple décor instagrammable. C'est un outil d'adaptation climatique, un refuge respiratoire et un catalyseur pédagogique. Il transforme une parcelle minuscule en un laboratoire de santé publique : 312 kg de CO₂ absorbés, des particules filtrées, une température adoucie et des citoyens

sensibilisés. Dans une ville où l'air se charge de poussières et où la chaleur pèse toutes les nuits un peu plus, ce parc prouve qu'un projet à taille humaine peut redonner un souffle à tout un quartier.

9.2 Indicateurs sociaux

Derrière chaque mètre carré de verdure que The Green Rooftop Parc fait émerger, c'est un mètre carré de lien social qui se reconstitue. Accessible à pied ou à vélo depuis les boulevards de la Haie-Vive, le parc se donne d'abord pour mission d'accueillir : accueillir les résidents venus chercher un souffle plus frais, accueillir les enfants des écoles voisines qui n'ont d'autre cour que l'asphalte, accueillir les artistes en mal de scène et les artisans qui peinent à trouver un marché à taille humaine.

*Des créneaux programmés, négociés avec **L'Atelier des Griots (ONG œuvrant pour l'insertion des communautés vulnérables)**, permettent aux enfants et aux jeunes des quartiers moins favorisés de profiter de l'espace : pour les ateliers de maquette urbaine, pour le jardinage et les contes ou les représentations artistiques. La gratuité est totale ; le kiosque propose alors une collation à prix coûtant.*

9.3 Indicateurs économiques

Un gisement d'emplois stables et de compétences nouvelles

Le parc mobilise **14 emplois directs**, majoritairement des jeunes de moins de 35 ans et des femmes et plus de **40 emplois indirects** dans la chaîne artistique, événementielle et agro-écologique. Chaque collaborateur suit un parcours de formation (éco-gestes, premiers secours, médiation culturelle, régie son & lumière).

Domaine	Poste	Effectif	Impact social
Exploitation	Gestionnaire de parc	2	Leadership local, mentorat interne

Exploitation	Responsable des entrées	2	Formation sûreté & hospitalité
Accueil-sécurité	Agent polyvalent	2	Formation sûreté & hospitalité
Restauration	Chef cuisinier	2	insertion de jeunes
Restauration	cuisinier	2	insertion de jeunes
Restauration	Serveur	2	insertion de jeunes
Exploitation	Agent de nettoyage	2	insertion de jeunes

Le kiosque F&B, vitrine de la filière courte

Au-delà de l'emploi direct, le **kiosque de restauration** fonctionne comme une micro-coopérative d'agriculteurs et d'artisans locaux :

- **85 % des ingrédients** (jus de bissap, fruits tropicaux, fromages wagashi, viandes et poisson, pains...) proviennent de producteurs situés dans un rayon de **50 km**.
- Des partenariats d'achat garantis sont signés avec des coopératives maraîchères du littoral, assurant un revenu régulier à une dizaine d'**exploitants familiaux**.
- Les emballages en matériaux recyclés sont fournis par les PME locales
- Cette approche en filière courte réduit le transport, soutient l'économie rurale et permet au parc d'offrir des produits frais à prix juste.

Un tremplin pour l'économie créative béninoise

Le secteur artistique béninois, est vibrant mais fragile, il manque de lieux professionnels. The Green Rooftop Parc y remédie avec sa large programmation culturelle qui permet aux artistes de créer et de fidéliser un public. Au total, le parc comptabilisera 24 soirées "Acoustique sous les étoiles" par an qui garantiront des cachets justes aux musiciens. Par ailleurs, une dizaine de marchés dans l'année offriront une vitrine aux artisans (bijoux de bronze, tableaux, textiles batik, papeterie sérigraphiée...).

9.4 Méthodes de collecte & fréquence reporting

Des indicateurs de suivi seront mis en place :

- Calcul du nombre de visiteurs issus des publics fragiles.
- Bénéfices des spectacles opérés par l'Atelier des griots.
- Parité salariale
- Nombre d'exposants locaux et chiffre d'affaire des exposants locaux

Voici quelques méthodes de collectes qui seront utilisées:

Indicateur	Outil de collecte	Fréquence	Responsable
Qualité de l'air (PM _{2,5} – PM ₁₀ – NO _x)	Capteurs IoT calibrés (station fixe)	Mesure continue, rapport mensuel	Technicien maintenance
Température & humidité ambiante	Sonde météo connectée	Journalier, synthèse mensuelle	Technicien maintenance

CO ₂ séquestré (modèle)	Mise à jour de l'inventaire végétal + tableur facteur IPCC	Trimestriel	Responsable parc
Fréquentation & provenance visiteurs	Billetterie digitale	Consolidation mensuelle, rapport trimestriel	Responsable parc
Emplois directs/indirects & parité	Feuille de paie + contrats prestataires	Trimestriel	DRH Green rooftop parc
Programming social & créatif	Calendrier événementiel + grille cachets	Semestriel	Responsable parc

9.5 Cadre de suivi (SDGs, normes ESG)

Le suivi de l'impact du The Green Rooftop Parc s'appuie sur trois grands piliers – **Environnement, Social et Gouvernance (ESG)**, chacun connecté à des référentiels internationaux compréhensibles même pour un public non spécialiste.

Pilier Environnement

Notre action environnementale se mesure à l'aune :

- **SDG 11.6** – Objectif de Développement Durable relatif à la *qualité de l'air urbain*: nous visons une filtration **des particules PM₁₀** dans l'enceinte immédiate du parc.
- **SDG 13.1** – Objectif portant sur la *résilience climatique*: grâce à la végétalisation, nous captons environ **312 kg de CO₂ par an** et réduisons la température ressentie de 2 °C.
- **GRI 305** – Indicateur du *Global Reporting Initiative* concernant les *émissions de gaz à effet de serre*
- Notre capteur IoT évalue mensuellement les gains de CO₂.
- **AFNOR XP X30-901** – Ligne directrice française sur la *biodiversité urbaine*: l'inventaire des espèces végétales sera mis à jour chaque trimestre pour attester du maintien (ou de la progression) de la biodiversité locale.

Pilier Social

Le volet social répond notamment à :

- **SDG 4.7** – *Éducation environnementale*: près d'une centaine de **jeunes** issus de L'Atelier des Griots bénéficieront chaque année d'ateliers dédiés.
- **SDG 8.5** – *Emploi décent et productif*: nous créons **14 emplois directs**, avec priorité aux jeunes et à la parité femmes-hommes.

Comment ces référentiels se traduisent-ils concrètement ?

- **Mesure**: des capteurs et tableaux de bord collectent données environnementales et sociales.
- **Rapport**: un *reporting ESG* est compilé chaque trimestre et diffusé publiquement une fois par an.
- **Correctif**: dès que l'un des indicateurs s'écarte de plus de de son objectif, une action ciblée est décidée en comité d'entreprise (ex. replanter des pieds de lierre si le mur végétal dépérit).

En résumé, ces standards internationaux ne sont pas de simples labels : ils assurent la crédibilité et la comparabilité de nos résultats, tout en rendant compte au grand public même non expert de l'utilité concrète du The Green Rooftop Parc.

10. Conclusion

Le projet The Green Rooftop Parc incarne une opportunité rare d'allier rentabilité financière, innovation urbaine et impact environnemental positif. Porté par une vision pionnière et une expertise architecturale reconnue, il s'inscrit comme le premier parc de poche public-privé du Bénin, ouvrant la voie à un modèle duplicable dans tout le pays.

Les projections financières confirment la solidité du modèle : un chiffre d'affaires attendu de 135 M FCFA dès la première année, une marge brute supérieure à 65,6% et un excédent brut d'exploitation qui progresse de manière continue pour atteindre plus de 90 M FCFA en année 6. Le retour sur investissement est remarquable : pay-back en 28 mois et un rendement cumulé de 220 % sur six ans, soit plus de 2,2 fois le capital investi.

Au-delà des chiffres, l'attractivité repose sur un double moteur :

- Des revenus diversifiés (billetterie, ateliers, événements culturels, restauration healthy) qui sécurisent la trésorerie.
- Un fort impact sociétal et environnemental : création d'emplois locaux (14 ETP), contribution à la biodiversité urbaine, réduction des îlots de chaleur, éducation environnementale et dynamisation du quartier.

En rejoignant ce projet, les investisseurs bénéficient :

- D'une participation directe à l'investissement de départ avec versement de dividendes annuels réguliers. La rentabilité globale est de 160 % du montant investi (100 % capital + 60 % gain).
- D'une visibilité et d'avantages exclusifs (nom gravé sur mur, accès illimité, priorité sur les investissements des futurs parcs).
- De l'assurance d'investir dans un actif tangible, à forte valeur symbolique et aligné sur les Objectifs de Développement Durable (ODD 3, 11 et 17).

The Green Rooftop Parc est bien plus qu'un investissement : c'est la construction d'un héritage urbain, porteur de sens, de rentabilité et d'impact. Les bases sont solides, les perspectives sont prometteuses, et l'opportunité est à saisir dès aujourd'hui pour participer au lancement de la première pierre de cette révolution verte à Cotonou.

