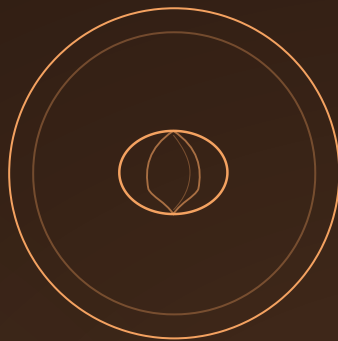




Une *maison*
pour les amateurs,
une *plateforme*
pour les marques

ALGER — OUVERTURE Q3 2026

LE MARCHÉ

Alger ne dispose pas encore d'un café de référence

Le segment premium du café à Alger est fragmenté : chaînes internationales sans identité locale, pâtisseries qui servent du café comme produit secondaire. Aucune adresse ne porte le grain, l'origine et la culture du café specialty de façon consistante.

La classe moyenne supérieure algéroise — 60 000 DZD/mois et plus — consomme déjà des contenus café sur Instagram, voyage à Dubai, Paris ou Istanbul pour retrouver cet univers. La demande précède l'offre. C'est la fenêtre.

50,4 M DZD

CHIFFRE D'AFFAIRES CIBLE — ANNÉE 1

Audited AUV (haircut 20% vs operator claim)

45%

REPEAT CUSTOMER SEMAINE 4

KPI de fidélité transmis aux sponsors

≥8%

TAUX DE TAG INSTAGRAM / TRANSACTION

Mesure à chaque ticket, anonymisé RGPD

Q3

OUVERTURE — JUILLET 2026

Soft-open invite-only 4 semaines avant presse

L'édition, pas la *chaîne*

Chaque élément — la sélection de grains, la playlist, la céramique, la lumière — est éditorial. Les Cafés du Monde ne vend pas du café. Il vend une opinion sur le café.

PALETTE VALIDÉE

#2C1B12 Foncé	#F4A261 Primaire	#E76F51 Intense	#A3B18A Accent	#F7F3EE Crème
------------------	---------------------	--------------------	-------------------	------------------

TYPOGRAPHIE

Fraunces — Display

Manrope — Corps de texte

Ton éditorial

PRÉCIS

"Arabica Yirgacheffe, altitude 1 900 m, profil fruité. Extraction 26 secondes."

CONFIANT

"Pas de logo sur la tasse. Votre marque mérite mieux que l'arrière-plan d'un selfie."

ALGÉRIEN

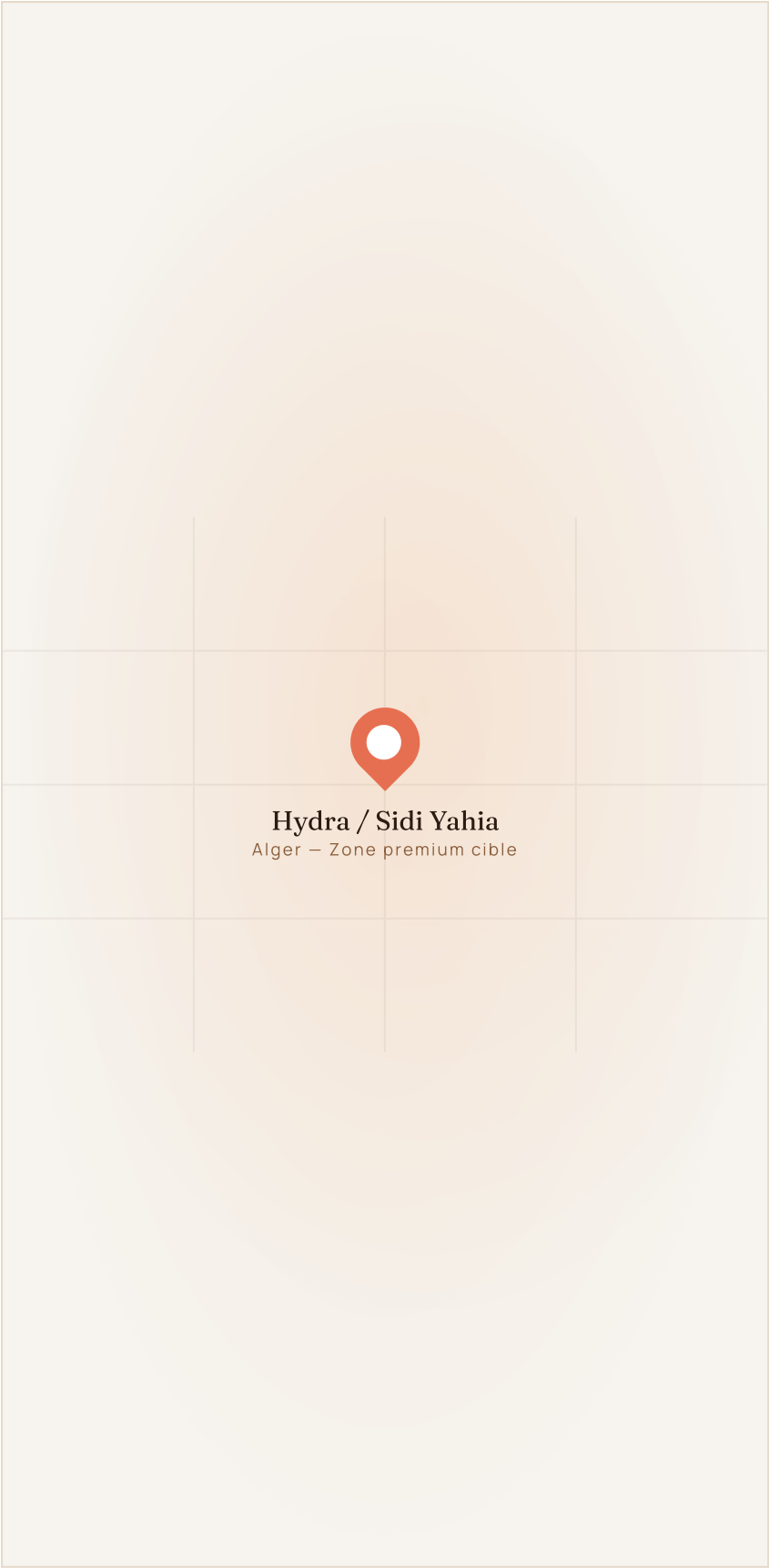
"Conçu à Alger, pour Alger — avec des grains choisis aux quatre coins du monde."

PRÉSENCE DIGITALE

lescafesdumonde.dz

Instagram @lescafesdumonde

Ouverture juillet 2026



SURFACE	90 – 130 m²
CAPEX FLAGSHIP	15,4 – 21 M DZD
OUVERTURE	Q3 2026
MACHINE PRINCIPALE	La Marzocco Linea Mini
MOULIN	Mahlkönig E80
BALANCE BARISTA	Acaia Pearl S
KIT MACHINE COMPLET	7 – 7,8 M DZD
AUV CIBLE Y1	50,4 – 61,6 M DZD
EBITDA 4-MURS	≥ 18 – 20%
PAYBACK CASH	≤ 20 – 24 mois

PHASE B – MOIS 7-12

Store 2 : Oran ou Sétif — capex 10,6 – 13,4 M DZD
Store 3 : Constantine / Alger-Est — mois 13-18
Franchise : départ mois 18 uniquement après AUV ≥ 50,4 M DZD



PERSONA PRINCIPALE

Lina

28 ans, Alger-Centre.
Chef de projet dans une
multinationale, revenu net ≥ 60 000
DZD/mois.
Voyage 2 fois/an (Paris, Dubaï).
Suit des comptes café sur
Instagram. Connaît la différence
entre un flat white et un cortado.
Cherche une adresse qui lui
ressemble.

NPS cible ≥ 70.
Probabilité de poster ≥ 60%.

1.2×

Référence par client — 30 jours

Chaque client Lina ramène en moyenne 1,2 nouvelle personne dans le premier mois suivant sa visite. Le bouche-à-oreille est le canal d'acquisition principal.

≥8%

Tag Instagram par transaction

KPI contractuel transmis au sponsor Title. Mesuré à chaque ticket via système de fidélité. Données RGPD-clean — aucun nom transmis.

≥45%

Repeat client — semaine 4

45% des premiers visiteurs reviennent dans les 30 jours. Standard international pour le specialty coffee. En dessous de 30% = signal d'alarme.

≥50

Score mystère — seuil de maintien

Mystery shop 6 critères (contact visuel, question ouverte, origine grain, poids tasse, BPM playlist ≤ 95, propreté). Score ≥ 50/60 — en dessous : coaching 30 jours.

Trois niveaux.
Un seul principe : *aucun logo en salle.*

18,8 – 30,8 M
DZD

CASH FLOOR — STRETCH / AN

06 / 12

TITLE SPONSOR · EXCLUSIF · 12 MOIS

Brew Sessions

1 slot — catégorie exclusive 9 800 000 – 14 000 000 DZD cash / an Secteur cible : Telecom (Djezzy / Ooredoo / Mobilis)

Série d'événements Brew Sessions

Données footfall anonymisées

Press kit co-brandé

Co-post social mensuel

Accès pré-presse à l'ouverture

CATEGORY SPONSORS · ×4 · STYLE CONTRAT SUPPLY

Partenaires Catégorie

4 slots 1 680 000 – 2 800 000 DZD cash chacun Banque · Lait · Sucre · Eau

CPA / BNA / SGA

Tchin-Lait (lait)

Cevital (sucre)

Eau plate partenaire

SUPPLIER PARTNERS · ×8 · EN NATURE

Partenaires Fournisseurs

8 slots — pas de cash Machines · Sirop · Cups · Musique Lavazza / illy / Tchin-Lait Bio / Mlekovita

Machines espresso

Sirop maison

Céramique cups

Playlist HQ-curated

● Règle absolue : les revenus sponsor ne dépassent pas 18% du P&L — au-delà, l'acquéreur les requalifie en revenus non récurrents. Aucun logo visible en salle, en tasse, ou sur le menu. La présence de marque se fait par l'expérience, pas par l'affichage.

Brew Sessions

Série d'événements mensuels en salle — dégustations guidées, présentations de grains, rencontres avec des Q-graders. Capacité 30–45 personnes. Réservation via liste d'attente. Le Title Sponsor nomme la série et co-signe chaque invitation — jamais en fond de salle.

CE QUE VOUS RECEVEZ

- **Exclusivité catégorie 12 mois** — aucun concurrent telecom dans le programme sponsor
- **Données footfall anonymisées** — compteur d'entrées hebdomadaire, profil horaire, taux de retour — RGPD-clean, aucun PII transmis
- **Press kit co-brandé** — kit presse lancement + revue presse locale livrée chaque trimestre
- **Co-post social mensuel** — contenu créé par l'équipe LCDM, validé avec le sponsor avant publication
- **Accès privatisé pré-presse** — 1 soir exclusif avant ouverture officielle, 40 invités au choix du sponsor

EXCLUSIF CATÉGORIE — 1 SEUL TITLE SPONSOR

KPIS LIVRÉS AU TITLE SPONSOR

≥8%

TAG IG PAR
TRANSACTION

45%

REPEAT CLIENT — SEM. 4

1.2×

RÉFÉRENCE / CLIENT /
30J

≥70

NPS CIBLE OUVERTURE

LIVRAISON DES DONNÉES

Rapport mensuel PDF envoyé avant le 5 du mois suivant.
Dashboard footfall en temps réel accessible via lien sécurisé.
Audit trimestriel disponible sur demande. Format: PDF + CSV anonymisé.

CE QUE NOUS REFUSONS

Logo en salle, logo sur tasse, mention sur menu, affichage vitrine. La valeur du partenariat est dans la rareté, pas dans la répétition visuelle.

BANQUE & FINANCE

Banque Nationale
d'Algérie / CPA / SGA

1,68 – 2,24 M DZD

Cash · 12 mois · Exclusif secteur bancaire

Programme fidélité co-brandé. Paiement sans contact mis en avant.
Intégration TPE prioritaire. Mention dans kit presse.

PRODUITS LAITIERS

Tchin-Lait

1,68 – 2,8 M DZD

Cash + remise -30% contrat supply · 12 mois

Lait Bio exclusif en salle. Mention dans menu comme "lait partenaire".
Contrat d'approvisionnement préférentiel sur toute l'expansion.

AGROALIMENTAIRE

Cevital Group

1,68 – 2,24 M DZD

Cash · Sucre + sirop exclusif · 12 mois

Sucre de canne Cevital en présentoir discret sur comptoir. Sirop
maison produit sous contrat. Accès aux réseaux de distribution food-
service.

EAU & BOISSONS

Partenaire Eau Plate

1,68 – 2,24 M DZD

Cash · Eau plate / pétillante · 12 mois

Eau servie systématiquement avec chaque café. Bouteille en verre
ou carafe de marque. Mention discrète sur menu boissons froides.

MACHINES Lavazza Algérie EN NATURE Machines espresso + maintenance annuelle. Présence discrète sur fiche technique de la machine — pas en salle.	MACHINES illy Caffè EN NATURE Machine batch brew + formation barista certifiante. Accès au réseau formation illy Università del Caffè.	LAIT SPÉCIALISÉ Tchin-Lait Bio EN NATURE Lait d'avoine + lait entier Bio. Livraison hebdomadaire. Contrat exclusif segment specialty coffee DZ.	LAIT IMPORT Mlekovita PL EN NATURE Lait UHT full-cream import. Backup supply chain. Cotation préférentielle sur volume réseau multi-stores.
SIROPS Sirop Maison EN NATURE Partenaire sirop premium (Monin / artisan local). Gamme 8 parfums saison. Recettes co-développées avec le barista en chef.	CÉRAMIQUE Cups CMF EN NATURE Tasses et sous-tasses design central. CMF (couleur/matière/finition) validé par LCDM. Aucun logo tiers sur la céramique.	MUSIQUE Playlist HQ EN NATURE Partenaire éditorial musique. Playlist curatée BPM ≤ 95. Mise à jour mensuelle. Critère mystery-shop évalué.	FORMATION SCA Foundation EN NATURE 2 baristas certifiés SCA Foundation avant ouverture (336 000 DZD chacun). Standard obligatoire de la charte qualité LCDM.

TAG INSTAGRAM / TRANSACTION

≥8%

Mesuré à chaque ticket via système de fidélité. Un client sur 12 publie une story ou un post taguant @lescafesdumonde. Fréquence mesurée hebdomadairement et livrée en rapport mensuel.

REPEAT CUSTOMER – SEMAINE 4

≥45%

45% des premiers visiteurs reviennent dans les 30 jours. Standard international specialty coffee. En dessous de 30% = signal d'alarme opérationnel – déclenche un audit immédiat.

FOOTFALL COUNTER

Live

Compteur d'entrées temps réel. Profil horaire hebdomadaire. Taux de conversion vitrine→achat. Pic heure / jour. Livré en CSV anonymisé au Title Sponsor chaque semaine.

NPS OUVERTURE

≥70

Net Promoter Score cible au soft-open. Collecté via SMS ou QR code post-visite. Score ≥ 70 = marché premium validé. En dessous de 60 = pivot opérationnel avant ouverture presse.

RÉFÉRENCEMENT CLIENT

1.2×

Chaque client ramène en moyenne 1,2 nouvelle personne par mois. Indicateur de croissance organique. Mesuré via code parrainage intégré au programme fidélité.

MYSTERY SHOP SCORE

≥50/60

6 critères évalués à l'aveugle chaque mois : contact visuel ≤ 4s, question ouverte, grain nommé verbalement, poids tasse, BPM playlist, état sanitaire. Score minimum maintenu en permanence.

S1 - S4

Préparation

- Deck sponsor finalisé — version Djizzy + version générique ready to send
- Adresse flagship confirmée — Hydra ou Sidi Yahia, bail signé, architecte briefé
- Playlist fondatrice — DJ sélectionné, BPM playlist HQ curatée
- Cup CMF validé — céramique commandée, fournisseur confirmé

S5 - S8

Réunions fondatrices

- Djizzy Partnerships — réunion présentée par Salima, deck 12 pages + sim financier
- BNA Marketing — Category Sponsor slot banque, contrat supply fidélité
- Cevital BU Alimentaire — sucre + sirop, accès distribution food-service
- Lavazza Algérie — machine + formation, contrat fournisseur en nature
- Sofitel Algiers F&B — benchmark marché premium, réseau prescripteurs
- 30 taste tests in-person — NPS cible ≥ 70, taux post-IG cible ≥ 60%

5 RÉUNIONS CIBLÉES

S9 - S12

Signature & Soft-Open

- 1 LOI Title Sponsor signé — 9 800 000 DZD minimum, Djizzy priorité 1 / Ooredoo fallback
- 1 contrat supply Tchiv-Lait — remise -30% sur lait, extension multi-stores
- Soft-open vendredi-dimanche — 4 semaines invite-only avant presse, données fidélité capturées
- CRM actif — premier segment 60 000+ DZD constitué, RGPD conforme

MILESTONE : LOI + SUPPLY SIGNÉS AVANT J-60 OUVERTURE

PRENONS RENDEZ-VOUS

La première tasse
appartient au
partenaire fondateur

Les Cafés du Monde

zaichaoui@gmail.com

WhatsApp : +213 (0) — sur demande

lescafesdumonde.dz

Alger — Hydra / Sidi Yahia

Ouverture prévue : Juillet 2026
