

**Brendi**  
**BABYFOOD**



## Pitch Deck Démarrage

1<sup>ère</sup> marque infantile Gabonaise de repas cuisinés pour enfants à base de produits locaux

**” Grandir en santé ”**

Novembre 2020



# Brendi

## Babyfood

DES INGREDIENTS

SAINS ET BIEN DOSES

*Sans sels ajoutés →*



*- Sans sucres ajoutés*

CONSOMMONS LOCAL ET GRANDISSONS EN SANTÉ

# Sommaire

Slide 1 – PAGE DE GARDE

Slide 2 - LA VISION

Slide 3- LE PROBLEME

Slide 4 - LA SOLUTION

Slide 5 - LES ALTERNATIVES/LES CONCURRENTS

Slide 6 - LE PRODUIT

Slide 7 - L'EQUIPE

Slide 8 - COÛT DU PROJET

Slide 9 - OKR (Objectives and Key Results)

Slide 10 - COMMENT COMPTEZ-VOUS UTILISEZ LES FONDS,

Slide 11- COMMENT VOTRE ACTIVITE REpond T-ELLE AUX ODD?

Slide 12- COMMENT PEUT-ON VOUS ACCOMPAGNER DANS LA DIGITALISATION DE VOTRE ACTIVITE?



# Vision

*Pionnier des repas frais pour enfants à base de produits locaux depuis 2022, Brendi Baby Food veut contribuer à changer les modes de consommation chez les tous petits au Gabon et en Afrique en particulier par une alimentation de qualité, pleine de goût et qui donne l'importance au contenu local et naturel des recettes à travers des aliments d'origine africaine.*

*La vision de Brendi Baby Food est de rester dans un premier temps un leader de premier ordre sur le plan national dans la distribution d'une large gamme de produits infantiles à base de produits locaux, de qualité et pleins de goût, en satisfaisant durablement les besoins des consommateurs, nos clients.*

*Dans un second temps, Brendi souhaite conquérir le marché sous-régional et à terme, exporter ses produits vers le marché américain et européen.*

# Problématiques

Notre enquête sur le marché auprès des parents a révélé 2 contraintes majeures :

- Le manque de repas cuisinés infantiles à base de produits d'origine locale/africaine ;
- La formulation des repas cuisinés infantiles proposés avec des additifs alimentaires de conservation qui étalent les produits sur une longue durée au détriment des qualités organoleptiques notamment le goût naturel des aliments utilisés.

Comme solution, Brendi Baby Food Brendi Babyfood propose sur le marché une gamme de repas cuisinés infantiles diversifiés (déjeuners, diners, gouters) et cuisinés essentiellement à base de produits locaux.

Cette gamme de produits est prête à l'emploi, formulée sans additifs alimentaires de conservation et livrée à la demande instantanée du client (livraison journalière et hebdomadaire).

# Les alternatives/Les concurrents

Majoritairement vendus en grandes surfaces et moyennes surfaces, le marché national est dominé par les grandes multinationales Danone et Nestlé qui totalisent environ 80% des parts de marché. Les deux groupes sont présents dans toutes les catégories et sous différentes marques.



# La solution

Face à de jeunes parents qui cherchent une alternative aux petits pots industriels proposés sur le marché et de plus en plus orientés vers une alimentation saine pour leurs enfants, Brendi Baby Food propose aux familles :

- Une gamme variée de plats cuisinés infantiles à base de produits tropicaux d'origine africaine;
- Des produits frais prêt à consommer ou DLC courte (2 semaines au frais pour l'instant)
- La possibilité d'offre de plats cuisinés infantiles à la carte;
- La possibilité de paiement échelonnés des commandes sur abonnement.
- Une livraison à domicile

# Le produit

*Brendi propose des purées qui se déclinent sous 4 gammes :*

- *Diversification alimentaire*
- *Déjeuners*
- *Goûter*
- *Diners*

*Les textures des purées varient selon l'âge du bébé pour une meilleure dégustation et facilité d'ingestion.*



# L'équipe

L'équipe est composée actuellement de

- TSIBA DJOUASSA Brenda, chargée de la préparation des purées
- ONDOUA ZEH Mehdi, chargé de la gestion de Brendi
- Une équipe de la recherche scientifique du Gabon coordonnée par le DGA Dyana N'Diaye.



# Modèle économique

Notre modèle économique repose pour l'instant sur des formules « abonnement mensuel » :

- D'une part, une formule reconductible chaque semaine et résiliable à tout moment comprise entre 10.000 Fcfa et 12.000 Fcfa par semaine pour 6 à 9 pots;
- D'autre part, un engagement d'un mois compris entre 34.000 Fcfa et 65.000 Fcfa par semaine pour 5 à 10 pots.

Les pots sont disponibles uniquement sur livraison à domicile ou au lieu indiqué par le client. Elles sont facturées.

Nous souhaitons atteindre une production minimale de 5000-8000 pots/mois d'ici fin 2024. Pour cela, nous envisageons aussi la vente dans les grandes surfaces, les pharmacies/hopitaux, restaurants hospitaliers, les cantines scolaires

**BABYFOOD**

# Coût du projet

**Tableau 1. Implantation de l'unité de transformation : Bâti, installations et frais connexes**

Eléments de coûts	Estimation CFA
Acquisition du terrain et Construction du bâtiment	5 000 000 10 000 000
Acquisition des installations en ressources énergétiques (Adduction Eau, groupe électrogène, compteurs SEEG)	3 500 000
Coûts d'installations du site (Plans, frais juridiques, etc.)	1 300 000
Frais quitus Environnemental (NIE)DGPN	3 500 000
Frais agréments technique AGASA/AGANOR	2 150 000
<b>Sous-total 1</b>	<b>25 450 000</b>
Equipements (Machines et accessoires process)	14 000 000
Frais importations matériels (Douanes, transit, transport)	4 250 000
Matériel de bureautique (ordinateurs, imprimantes)	1 200 000
Moyens mobiles (courses, livraisons)	10 750 000
Ameublement bureaux	1 180 000
Ameublements usines (plans de travail, accessoires SST)	3 770 000
<b>Sous-total 2</b>	<b>35 150 000</b>
Honoraires consultant Food Process (Process, équipement, installations)	3 750 000 CFA
Autres frais de démarrage (Plan de communication, marketing)	1 950 000cfa
<b>Sous-total 3</b>	<b>5 700 000</b>
<b>Total</b>	

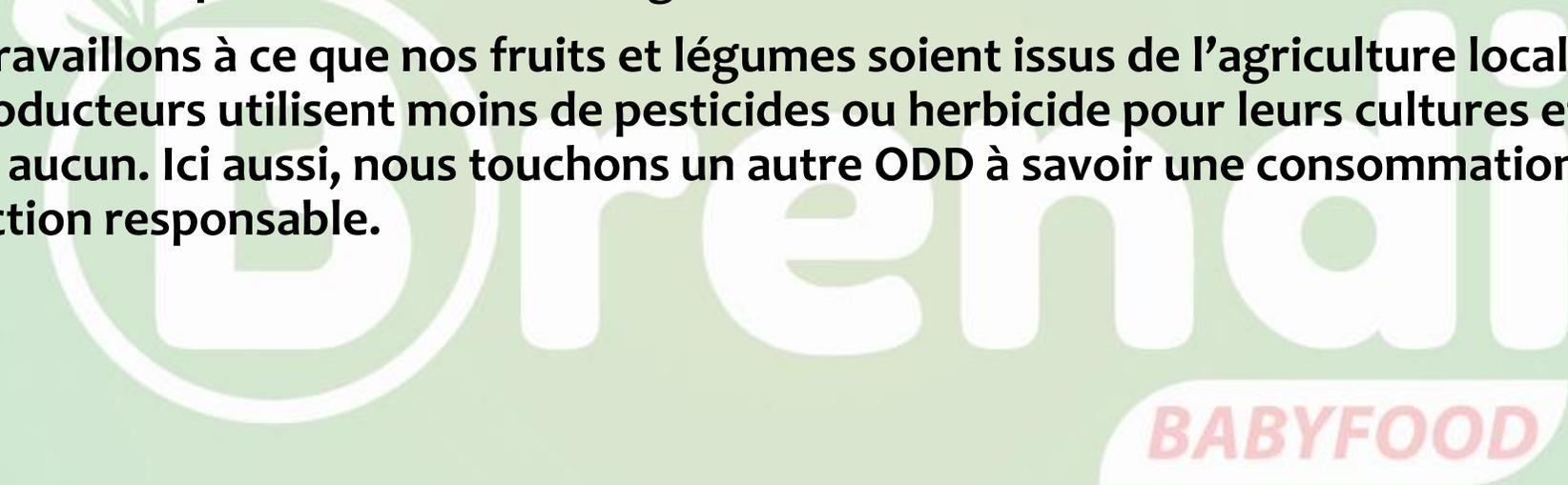
**Tableau 2. Fonctionnement et développement du process**

Eléments de coûts	Estimation CFA
<b>Charges salariales</b>	
Salaires (Direction, commercial, Entretien, gardiennage et staff technique)	1 650 000 x 12 = 19 800 000
Frais imposables : Patente, cotisation, (impôts, CNSS, etc.)	1 000 000
Charges analyses (Contrôle continu Microbiologie/physico-chimie)	<b>1250 000 x 12 = 15 000 000</b>
Consultations (Suivi régulier Process : Consultant Food process/QHSE)	350 000 x 12 = 4 200 000
<b>Sous total 1</b>	<b>39 000 000</b>
<b>Consommables Process</b>	
Matières premières, ingrédients, liants	1 600 000 x 12 = 19 200 000
Consommables divers (emballages, étiquettes)	1 500 000
<b>Sous total 2</b>	<b>20 700 000</b>
<b>Recherche et développement 6 lignes Process/Gréférences</b>	
Analyses microbiologiques (11), biochimiques, Physicochimiques, Test DLC/DLUO	1 800 000
Formulation	2 200 000
Test de durée de vie produit	2 025 000
Standardisation du process	4 500 000
Enquêtes statistique pédo-nutritionnelle (CHU, PMI)	450 000
<b>Sous-total 3</b>	<b>10 975 000</b>
<b>Démarche Qualité et Sécurité alimentaire (Food Safety)</b>	
Documents qualité (Procédures SST, Procédures AGASA, Procédures AGANOR)	1 000 000
Document HACCP	1 250 000
<b>Sous total 4</b>	<b>2 250 000</b>
<b>Sous-total</b>	<b>131 275 000</b>



# Comment votre activité répond-elle aux ODD?

- 1) L'autonomie nous paraît être un objectif prépondérant surtout dans un projet qui donne l'importance aux femmes et qui touche un des objectifs de développement durable (ODD) identifié et fixé par l'ONU à savoir l'égalité des sexes.
- 2) Nous travaillons à ce que nos fruits et légumes soient issus de l'agriculture locale et que nos producteurs utilisent moins de pesticides ou herbicide pour leurs cultures et à long terme, aucun. Ici aussi, nous touchons un autre ODD à savoir une consommation et production responsable.



# ***Comment peut-on vous accompagner dans la digitalisation de votre projet?***

---

Nous pensons que la SING peut nous aider en nous accompagnant dans notre stratégie de communication digitale à travers la création d'un site e-commerce.



# Brendi







# ***Merci pour votre lecture***

---

**« Le médecin du futur ne donnera pas de médicaments. Il formera ses patients à prendre soin de leur corps, à la nutrition et aux causes et à la prévention des maladies. »**

**- Thomas Edison**

