



République Algérienne Démocratique et Populaire



Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université de AKLI MOHAND OULHADJ –Bouira-

Faculté des Sciences et des Sciences Appliquées

Département d'Informatique

Mémoire de Matser

en Informatique

Spécialité : GSI

Thème

Soin Chez Sois, Solution mobile pour les soins à domicile en Algérie

Encadré par

— DJOUABRI ABDERREZAK

Réalisé par

— OUSSADI Nassim

— ATMANE Khalil

2023/2024

Remerciements

En premier lieu, je remercie le bon Dieu, tout puissant, de nous avoir donné la santé , la volonté et la patience pour mener à terme notre projet .

Nous remercions nos chers parents qui ont toujours été là pour nous . Leur soutien inconditionnel, leurs encouragements, leur amour et leurs sacrifices ont été d'une grande aide.

Nous désirons à remercier Monisuer DJOUABRI Abderrezak pour son encadrement, sa disponibilité à notre égard et ses conseils tout au long de notre mémoire.

Nous désirons aussi remercier toute l'équipe de l'incubateur de l'université de Bouira pour leur conseils et leur soutiens durant toute la période de formation.

Nos remerciements les plus sincères à tous ceux et celles qui nous ont apporté leurs aides, leurs encouragements et leurs soutiens pour nous permettre de mener à bien ce projet.

Nous désirons aussi remercier tous nos enseignants de l'UAMOB qui nous ont fourni les outils nécessaires à la réussite de nos études universitaires.

Nous tenons aussi à exprimer l'honneur qui nous est fait par les membres du jury, en acceptant de juger notre travail.

Last but not least, I want to thank me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for being me at all times,

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

A mes très chers parents, qui ont été toujours là pour moi et qui m'ont encouragé durant toute ma vie, aucun dédicace ne pourrait exprimer mes sentiments envers vous. Merci beaucoup d'être là pour moi je vous aime, Que dieu vous protège Inchallah.

A mes grands frères (Zoheir et Ahmed), mes cousins et mes cousines et mes amis et tout le reste de la famille pour leurs amours, leurs conseils ainsi que leurs soutiens inconditionnelle, je vous souhaite une vie pleine de bonheur et de joie et de réussite Inchallah.

A ma petite nièce Louise, les mots ne suffisent pas pour exprimer l'attachement et l'amour que je porte pour toi.

A mon ami Khalil, merci d'être si courageux, je te souhaite un avenir plein de joie.

Nassim.

Dédicaces

اهدي هذا للعمل المتواضع الى من تشتاق
عائلتي لقيادة سفيتها فوق امواج الحياة
نحو افاق افضل، الى أبي رحمه الله.
الى امي التي طالما لمت شمل عائلتنا،
و حرصت علينا حتى بلغنا اشدنا زهرة بيتنا
و جنة دنيانا، الى التي علمتني ما معنى
ان تحبك امرأة من دون مقابل.
الى اصدقائي نسيم و خالد و وليد و امين
و عبد الحق في الغربية و هيثم،
الذين كلخوا معي طيلة السنين الماضية
و كل من كان له ذكرى معي.
و اهدي ايضا هذا العمل الى مجاهدي و شهداء غزة
في الصفوف الامامية مدافعين عن ما تبقى من شرف
امة حكمت من غرب الصين الى الاندلس
خلال اقل من ١٠٠ سنة ضد الافساد العالمي الثاني.

Khalil.

Table des matières

Table des matières	i
Table des figures	iv
1 Présentation du projet :	1
1.1 L'idée de Projet :	1
1.2 Les valeurs proposées :	2
1.3 Equipe de travail :	2
1.3.1 Etudiant 01 : OUSSADI Nassim	2
1.3.2 Etudiant 02 ATMANE Khalil	3
1.4 Objectif du projet :	3
1.4.1 Objectifs à court et moyen terme :	3
1.4.2 Objectifs à long terme :	4
1.5 Calendrier de réalisation du projet :	5
2 Aspects innovants	6
2.1 Nature des Innovations :	6
2.2 Domaines d'innovation :	7
2.2.1 Nouvelle expérience :	7
2.2.2 Nouvelles fonctionnalités :	7
2.2.3 Nouveaux modèles :	7
2.2.4 Application complète :	8
2.2.5 Vision future :	8

3	Analyse stratégique du marché	9
3.1	Le segment du marché :	9
3.1.1	Le Marché Potentiel :	9
3.1.2	Marché Cible :	9
3.2	Mesure de l'intensité de la concurrence :	10
3.2.1	Les concurrents :	10
3.3	analyse SWOT :	11
3.3.1	Objectif du l'analyse SWOT :	12
3.3.2	la matrice SWOT	13
3.3.3	-La Stratégie Marketing :	13
3.3.4	Mix Marketing :	15
4	Plan de production et d'organisation	16
4.1	Le processus d'obtention du Service :	16
4.1.1	Concernant le Patient :	16
4.1.2	Concernant le professionel de santé :	17
4.1.3	C) Les étapes concernant. l'entreprise :	17
4.2	L'approvisionnement :	18
4.3	Main d'oeuvre	19
4.4	les principaux partenaires :	20
5	Prototype expérimental	21
5.1	Interface de Démarrage de l'Application	21
5.2	Interface d'inscription	22
5.2.1	Inetrface de demande d'inscription pour le personnel médical	23
5.2.2	Inetrface d'authentification	24
5.2.3	Inetrface d'acceuil	25
5.2.4	une fois l'utilisateur à sélectionner l'un des services	26
5.2.5	Interface de filtrage	27
5.2.6	confirmer les besoins	28
5.2.7	Sélectionner l'un des personnel médical	29
5.2.8	demander un rendez-vous	30
5.2.9	Notification au professionnel de la santé	31

5.2.10	Modification du Profil Utilisateur	32
5.2.11	Section personel medical	33
5.2.12	sélectionner l'un des patients	34
5.2.13	Notification au Patient	35
5.2.14	au début les personnels médicaux sélectionne leur prix	36
5.2.15	planifiez vos journées de travail	37
5.2.16	Statistique,Facturation et Historique de professionnel de la santé . .	38
5.2.17	acheminement	39
6	Liste des annexes	40
6.1	BILANS DE STARTUP ACTIF	40
6.2	PASSIF	42
6.3	Comptes de résultats	43
6.4	Compte du Trésor	44
7	Modèle d'affaires	45

Table des figures

3.1	tableau des points forts et des points faibles de nos concurrents	11
3.2	La matrice SWOT	13
5.1	Interface de Démarrage de l'Application	21
5.2	Les Interfaces de Creation d'un Compte	22
5.3	Interface d'inscription pour le personnel médical	23
5.4	Interface d'authentification	24
5.5	Interface d'accueil	25
5.6	différents services médicaux offerts	26
5.7	My Figures	27
5.8	confirmer la demande	28
5.9	Sélectionner le médecin	29
5.10	Intreface résultat de recherche de professionnel de la santé	30
5.11	Interface de notification au professionnel de la santé	31
5.12	Editer le profil	32
5.13	Interface de Section personel medical	33
5.14	sélectionner une demande	34
5.15	Interface De Notifications au Patient	35
5.16	Les Tarifs Des Personel De Santé	36
5.18	Interface de Facturation Historique et Statistique	38
5.19	Interface acheminement entre le personnel médical et le patient	39
6.1	BILANS DE STARTUP 1er année	40
6.2	BILANS DE STARTUP 2 éme année	41

6.3	BILANS DE STARTUP 3 ^{ème} année	41
6.4	BILANS DE STARTUP 4 ^{ème} année	42
6.5	BILANS DE STARTUP 5 ^{ème} année	42
6.6	sélectionner une demande	43
6.7	Compte de résultats	43
6.8	Compte du Trésor	44
7.1	BMC	45
7.2	BMC	46

Présentation du projet :

1.1 L'idée de Projet :

Avec la croissance de la population et la forte demande de services de santé, les hôpitaux n'arrivent plus à accueillir et soigner correctement tous les patients, donc trouver une solution qui réduit le nombre de patients au niveau hospitalier devient une priorité!

Les patients atteints de maladies chroniques ou infectieuses, les femmes enceintes, les personnes âgées, etc. ne peuvent pas voyager pour se faire soigner !

Récemment également, à l'échelle mondiale, nous remarquons la popularité des services à domicile. Donc pour ceux et celles qui préfèrent un traitement à domicile. nous leur proposons cette solution.

La solution que nous proposons consiste de services de soins à domicile, permettant aux patients, qu'ils aient des maladies chroniques ou infectieuses ou qu'ils préfèrent une consultation à domicile, de recevoir des soins médicaux chez eux. Ce projet vise à intégrer la technologie moderne dans les services de santé.

La solution que nous allons proposer consiste en une application mobile compatible avec tous les smartphone (Android et Apple). Cette solution répondra aux besoins des patients pour des soins efficaces à domicile tout en gardant leur confidentialité. En utilisant la dernière technologie mobile, cette solution rendra les services de soins à domicile plus fluides et plus rapides et fournira des soins rapides et pratiques aux patients.

1.2 Les valeurs proposées :

- une solution moderne et technologique aux méthodes de soins de santé traditionnelles, introduisant une nouvelle façon de recevoir des soins médicaux à domicile.
- Garantir des soins de haute qualité et une grande satisfaction des patients, grâce à des services rapides et efficaces.
- L'application offre aux utilisateurs la possibilité de configurer les services médicaux en fonction de leurs préférences individuelles, comme la sélection d'un professionnel de santé en fonction du sexe, de l'expérience professionnelle, entre autres critères. Cela facilite également l'ajustement intuitif des requêtes.
- Facilite la vie des patients en prenant soin de tout ce qui touche à leur santé, réduisant ainsi leur stress et leur charge de travail.
- Le logiciel proposé à travers ce projet vise à être intuitif et simple à utiliser, avec une interface simple, des options de filtrage et des informations claires sur les services proposés.

1.3 Equipe de travail :

1.3.1 Etudiant 01 : OUSSADI Nassim

Né en 05/11/2001 à Bouira. A obtenu un baccalauréat en science expérimentales en 2019, et a obtenu une licence en systèmes informatique et actuellement étudiant en master 2 Informatique spécialité génie des systèmes informatiques, parmi les fondateurs de l'entreprise رعايتي a suivi des formations à l'incubateur de Bouira parmi ces formations sont : marketing, Comptabilité et Finance, BMC

L'une de ses tâches les plus importantes dans l'entreprise :

- Responsable du développement interne de l'application رعايتي
- Capacité à travailler de manière autonome et en équipe.

- Solides compétences en communication et en organisation
- Responsable de la direction, de la planification et de la coordination, en plus de superviser et de suivre les travaux de l'entreprise

1.3.2 Etudiant 02 ATMANE Khalil

ATMANE Khalil a suivi des formations à l'incubateur de Bouira parmi ces formations sont : marketing, Comptabilité et Finance, BMC

- Responsable du développement interne de l'application رعايتي
- Il possède de solides compétences en conception UX/UI.
- Capacité à travailler dans un environnement en évolution rapide

1.4 Objectif du projet :

À travers ce projet, nous visons à atteindre plusieurs objectifs :

1.4.1 Objectifs à court et moyen terme :

- Renforcer notre présence numérique : Améliorer notre visibilité et notre engagement en ligne grâce à une stratégie numérique efficace, comprenant la promotion de l'application sur les plateformes de médias sociaux, l'optimisation des moteurs de recherche et l'utilisation d'outils de marketing numérique pour atteindre et engager un plus grand nombre de clients.
- Répondre aux besoins du marché : Répondre à la demande croissante de services de soins de santé à domicile en proposant une solution pratique et accessible à un large éventail de patients.
- Prodiguier (fournir) un maximum de soins à domicile.
- Augmentez la part de marché : augmentez la visibilité et l'utilisation de l'application en touchant un public plus large grâce à des stratégies marketing ciblées et

des partenariats avec des professionnels de la santé.

- Attirer un maximum de clients et de partenaires dans divers domaines d'activité stratégiques.
- Améliorer l'accès aux soins : Nous travaillons à faciliter l'accès aux soins pour les patients ayant des problèmes de mobilité, comme ceux atteints de maladies chroniques ou infectieuses, ainsi que pour les femmes enceintes.

1.4.2 Objectifs à long terme :

- Expansion du marché : Nous visons à nous développer en couvrant de nouvelles régions et en élargissant notre réseau de professionnels de la santé pour répondre à une demande croissante de soins à domicile.
- Devenir l'entreprise leader dans le domaine des services de santé à domicile d'ici cinq ans.
- Soutien communautaire : Nous visons à alléger le fardeau des hôpitaux et à promouvoir un système de santé plus robuste et plus efficace.
- Éducation et sensibilisation : Nous voulons faire comprendre à tous l'importance des soins à domicile et comment l'utilisation des nouvelles technologies peut contribuer à améliorer la santé.
- Offrir d'excellents services : Nous nous engageons à offrir des services de soins à domicile de haute qualité, différents de ceux offerts par nos concurrents, grâce à leur variété, leur facilité d'accès et leurs prix compétitifs.
- Bâtir une solide réputation : Notre objectif est de bâtir une solide réputation sur le marché en fournissant des services fiables et de haute qualité tout en maintenant des normes élevées de professionnalisme et d'éthique.
- Nous nous engageons à assurer la satisfaction à long terme de nos clients en leur apportant des soins personnalisés, en écoutant leurs avis et en améliorant régulièrement nos services pour répondre à leurs attentes et besoins.
- Augmenter la part de marché : Notre objectif est d'augmenter notre part de marché en attirant de nouveaux clients avec des services innovants et en fidélisant nos clients actuels grâce à un service de qualité exceptionnelle.

1.5 Calendrier de réalisation du projet :

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1 Etude de faisabilité	✓												
2 Études préalables		✓	✓										
3 Prototypage De L'application				✓	✓								
4 Conception Et Modélisation						✓	✓						
5 Location d'un siège								✓					
6 Commande et Installation des équipements									✓				
7 Embauche de personnel										✓			
8 Lancement de l'activité											✓	✓	
9 <u>marketing</u>													✓
10 Feedback et ajustements													

Mois

Aspects innovants

2.1 Nature des Innovations :

Les "innovations" sont les nouvelles idées, produits, services, processus ou méthodes qui sont introduits avec succès dans le marché ou la société interviennent pour répondre à des besoins non comblés, résoudre des problèmes déjà présents ou améliorer les conditions de vie. Les innovations peuvent prendre différentes formes, allant des améliorations incrémentielles à des ruptures radicales, Ces entreprises se distinguent souvent par leur capacité à créer de la valeur, à stimuler la croissance économique et à contribuer au progrès dans différents domaines. En résumé, les innovations représentent des avancées significatives qui contribuent à transformer et à améliorer notre manière de vivre, de travailler et d'interagir avec le monde qui nous entoure.

les points innovants de ce projet sont :

- Rendre les services de santé plus accessibles aux personnes à mobilité réduite.
- Offre aux professionnels de la santé une nouvelle façon de trouver des clients pour profiter de leur temps.
- Réduisez les visites au cabinet en favorisant les soins à domicile.
- Inciter les patients et les professionnels de santé à adopter les technologies numériques pour la gestion des soins à domicile.
- Incorporer de nouvelles fonctionnalités en fonction des retours des utilisateurs, comme différentes options de paiement, des systèmes de notation pour les presta-

taires de services ou des améliorations de l'interface utilisateur.

- Mise en place d'un mécanisme de notification pour notifier ou alerter les professionnels de la santé des demandes de soins.
- Assurer la confidentialité et la sécurité des données des patients grâce aux techniques de cryptage.

2.2 Domaines d'innovation :

2.2.1 Nouvelle expérience :

- Expérience nouvelle pour les patients : facilite l'accès aux différents services de la santé (Soins infirmier, consultations médicales, Analyse médical etc.) de manière pratique à domicile.
- Expérience nouvelle pour les professionnels de santé : Permet aux professionnels de santé d'offrir leurs services à un plus grand nombre de patients, augmentant ainsi leurs revenus et leurs opportunités professionnelles.
- Application efficace : facilite l'accès aux services de santé à domicile, en proposant des prestations moins coûteuses et plus rapides.

2.2.2 Nouvelles fonctionnalités :

- Choix de professionnels de santé qualifiés : les patients peuvent sélectionner des professionnels de santé en se basant sur leur expérience et leurs évaluations, assurant ainsi la qualité du service et la satisfaction des clients.
- Utilisation de la technologie dans les soins de santé : L'application relie les patients et les professionnels de santé via un système électronique efficace, simplifiant la réservation, la confirmation et le déplacement.

2.2.3 Nouveaux modèles :

- Modèle d'affaires innovant : Combine les soins à domicile et la technologie pour offrir un système de santé complet.
- Marché cible : Cherche à offrir des services de soins de santé à domicile sur le marché local, pour améliorer la qualité des soins et faciliter l'accès des patients

aux services.

2.2.4 Application complète :

- Services variés : L'application offre une large gamme de services de santé, comme les soins infirmiers, les consultations médicales et les tests de laboratoire ...
- Informations complètes : Fournit des images réelles et des informations détaillées sur chaque service avec les prix, les caractéristiques, etc

2.2.5 Vision future :

- Élargissement de la portée des services : Vise à étendre ses services pour couvrir toutes les régions d'Algérie.
- Amélioration des soins de santé : L'application cherche à améliorer les soins de santé à domicile en Algérie, les rendant plus accessibles et efficaces pour les utilisateurs.

Analyse stratégique du marché

3.1 Le segment du marché :

3.1.1 Le Marché Potentiel :

Le marché potentiel comprend toutes les personnes susceptibles d’être intéressées par les services de soins à domicile. Ce marché inclut :

- Patients souffrant des maladies chroniques ou infectieuses.
- Les personnes âgées.
- Personnes nécessitant des soins réguliers.
- Patients nécessitant des soins postopératoires.
- Femmes enceintes ayant besoin de soins prénatals.
- Personnes à mobilité réduite.
- Familles avec de jeunes enfants ayant besoin de soins pédiatriques
- Personnes préférant les consultations à domicile pour des raisons de confort ou de confidentialité.

3.1.2 Marché Cible :

Le marché cible représente un segment plus spécifique et directement visé par notre solution. Pour notre solution de soins de santé à domicile, le marché cible inclut :

- Patients atteints de maladies chroniques qui ont besoin de soins réguliers à domicile.
- Personnes âgées vivant seules ou ayant des difficultés de mobilité.

- Femmes enceintes nécessitant des consultations prénatales.
- Patients post-opératoires ayant besoin de suivi médical intensif.
- Personnes à mobilité réduite nécessitant des soins.
- Familles avec des enfants en bas âge préférant éviter les déplacements fréquents aux cliniques.
- Personnes cherchant des consultations médicales à domicile pour des raisons de confidentialité ou de confort.

3.2 Mesure de l'intensité de la concurrence :

3.2.1 Les concurrents :

Concurrents Directs :

- Application Sihhatech Mobile : Cette application vise à proposer des services de santé avancés et se concentre principalement sur la prise de rendez-vous dans des cliniques privées. Récemment, elle a également introduit le service de soins de santé à domicile. Actuellement, ses services sont disponibles dans certaines régions d'Algérie. L'application principale a été créée fin 2022, et une application distincte destinée aux professionnels de la santé (prestataires de services) a été ajoutée en 2023.
- Assista Soins : L'application fournit un service de prise de rendez-vous à domicile, relie principalement le patient aux différents moyens et méthodes de traitement et de soins modernes requis par l'état de santé (examens médicaux, tests de laboratoire, changement de bandages, etc.) en parrainant l'utilisateur à l'intérieur de sa maison pour compléter tous les luxes de traitement sans avoir besoin de déménager dans des centres de traitement. les services d'application sont actuellement disponibles à Constantine uniquement.

Concurrents Indirects :

- Cliniques et établissements de soins à domicile traditionnels : Offrent des soins à domicile par appel téléphonique.

les points forts et faibles des concurrents :

les points forts des concurrents :	Les points faibles des concurrents :
<ul style="list-style-type: none"> • Confiance et réputation établies localement • Relation directe avec les patients. • L'expérience dans le marché • Large gamme de services médicaux. • Réputation établie sur le marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Les applications ne sont pas sécurisé. • Les applications ne sont pas compatible avec IOS et ANDROID. • Difficile a utiliser. • Moins pratiques pour les patients en termes de planification et de suivi. • Moins de choix pour personnaliser • Support client insuffisant. • Moins de variété dans les services offerts. • une équipe de travail limité • sont des cliniques en ligne

FIGURE 3.1 – tableau des points forts et des points faibles de nos concurrents

3.3 analyse SWOT :

L'analyse SWOT est un outil stratégique utilisé par les entreprises pour évaluer leur position sur le marché et leur compétitivité actuelle. Elle implique l'identification et l'examen des forces et des faiblesses internes de l'entreprise, ainsi que des opportunités et des menaces externes auxquelles elle est confrontée.

- Forces (Strengths) : Les aspects positifs internes de votre entreprise qui lui confèrent un avantage concurrentiel ou une capacité à réussir sur le marché. Cela peut inclure des ressources uniques, des compétences spécifiques, une réputation solide, ou tout autre avantage interne.
- Faiblesses (Weaknesses) : Les éléments internes défavorables de votre entreprise peuvent entraver sa réussite. Cela englobe les lacunes en compétences, les ressources limitées, les processus inefficaces ou toute autre faiblesse interne.

- Opportunités (Opportunities) : Les éléments extérieurs favorables qui pourraient profiter à votre entreprise si vous les utilisez correctement. Cela englobe les tendances du marché, les changements législatifs, les évolutions dans les préférences des consommateurs ou tout autre élément externe positif.
- Menaces (Threats) : Les éléments externes défavorables qui pourraient porter préjudice à votre entreprise si vous ne les gérez pas adéquatement. Cela comprend une concurrence accrue, des changements réglementaires, des risques économiques ou tout autre facteur externe nuisible.

Le modèle swot pour notre entreprise :

- Élaborez un plan marketing réussi avec des objectifs clairs et directs.
- Étude du comportement et des besoins des clients.
- Augmenter le nombre de clients attirés.
- Étudier les concurrents afin de saisir leurs points faibles et leurs points forts.
- Valoriser et renforcer le message de la marque..

3.3.1 Objectif de l'analyse SWOT :

- Appréhension des éléments internes et externes : L'analyse SWOT nous aide à repérer les atouts et les points faibles internes de notre projet, ainsi que les occasions et les menaces externes auxquelles il doit faire face.
- Identification des avantages concurrentiels : En examinant nos forces par rapport à celles de nos concurrents, nous pouvons déterminer nos avantages concurrentiels distinctifs. Cela nous permet de capitaliser sur nos points forts pour nous différencier sur le marché et attirer les clients.
- Gestion des risques : En identifiant les menaces potentielles pour notre projet, comme la concurrence accrue ou les changements réglementaires, nous pouvons prendre des mesures proactives pour atténuer ces risques.
- Stratégie de croissance : En repérant les opportunités sur le marché, nous pouvons élaborer des stratégies de croissance efficaces pour notre projet.

3.3.2 la matrice SWOT



FIGURE 3.2 – La matrice SWOT

3.3.3 -La Stratégie Marketing :

”La stratégie marketing est un plan à long terme visant à développer le mix marketing pour atteindre les objectifs de l’entreprise.

À partir de cette définition, nous comprenons que la stratégie marketing représente un plan à long terme lié à l’étude et au développement des facteurs internes que l’entreprise peut contrôler pour atteindre ses objectifs.

Stratégie Marketing : C'est le plan d'action global que Adoptée par les entreprises afin d'atteindre les consommateurs potentiels et de les transformer en clients pour leurs produits ou services. Elle offre à l'entreprise un avantage supplémentaire sur ses concurrents et aide à développer des biens et services avec la meilleure possibilité de réaliser un profit. Elle aide à établir un plan organisationnel pour répondre aux besoins des clients. Elle joue un rôle positif dans la détermination du prix adéquat pour les biens et services de l'entreprise.

La stratégie marketing pour notre entreprise :

- Analyse du marché et de la concurrence : Description : Examiner le marché des services de santé à domicile en Algérie, repérer les principaux concurrents directs et indirects, et cerner les besoins des patients qui ne sont pas comblés.
- Détermination du public cible : Description : Définir précisément le public cible en fonction de critères démographiques (personnes âgées, patients chroniques, femmes enceintes, etc.), d'intérêts (préférence pour les soins à domicile) et de comportements (utilisation des technologies mobiles).
- Identification des points uniques : Description : Identifier ce qui distingue l'application, comme sa rapidité des services, la qualité des professionnels de santé et la sécurité des données.
- Utilisation des réseaux sociaux : Description : Créer une forte présence sur les réseaux sociaux afin de diffuser du contenu éducatif sur la santé, des témoignages de patients et des informations sur les services proposés.
- Partenariats stratégiques : Description : Travailler en collaboration avec des professionnels de la santé, des associations de patients et des organisations médicales afin d'élargir l'impact et de créer des relations mutuellement bénéfiques.
- . Innovation continue : Description : Rester à l'écoute des retours des utilisateurs pour adapter l'application en fonction de leurs besoins, ajouter des nouvelles fonctionnalités et améliorer l'expérience utilisateur
- Publicité : Description : Recourir à des publicités en ligne ciblées pour toucher les segments de marché identifiés, en mettant en avant les bénéfices des soins de santé à domicile.

3.3.4 Mix Marketing :

Le mix marketing englobe toutes les décisions et actions marketing prises pour garantir le succès d'un produit, d'un service, d'une marque ou d'une enseigne sur le marché.

- 1- Produit : On présente une application mobile pour les patients pour faire des soins médicaux à domicile comme soins infirmier, analyse médicale...
- 2- Prix : l'application est gratuit pour l'utilisation normal
- 3- Place : Disponibilité sur les plateformes de téléchargement d'applications mobiles comme le Google Play Store et l'Apple App Store. Collaborations avec des hôpitaux, des cliniques et des pharmacies pour faire connaître l'application auprès des patients.
- 4- Promotion : Diffuser des annonces ciblées sur les réseaux sociaux pour toucher les individus en quête de solutions de santé à domicile. Tenir des événements de sensibilisation à la santé dans les communautés locales pour sensibiliser les gens aux bénéfices des soins à domicile.
- 5- Personnel : toute personne qui fait un service dans l'application comme les infirmiers, aide-soignant ...
- 6- Processus : Simplification du processus de réservation des services à travers une interface utilisateur conviviale et intuitive.
- 7- Preuve physique : Matériel informatique, les logiciels de développement, les outils de technologie...

Chapitre 4

Plan de production et d'organisation

Avant d'obtenir le service, l'établissement doit faire ce qui suit :

- Développer l'application en intégrant le contenu du projet.
- Rechercher sur les personnels médicaux dans les cliniques médicales dans différents Services.
- Faire entrer le personnel médical dans l'application en ajoutant ses informations personnelles.
- Lancer l'application dans le marché

4.1 Le processus d'obtention du Service :

4.1.1 Concernant le Patient :

- Téléchargement de l'application : Télécharger l'application mobile sur son smart-phone.
- Ouvrir un compte personnel dans l'application pour chaque utilisateur en entrant son email et mot de passe et ses informations personnelles.
- Accéder à l'accueil de l'application.
- Dans l'accueil, l'utilisateur trouvera plusieurs services disponibles dans l'application comme soins infirmiers, consultation médicale, analyse médicale, rééducation...etc
- Une fois que l'utilisateur a sélectionné l'un des services, l'application affiche d'autres services concernant celui qu'il a sélectionné.
- Choix d'un professionnel de la santé selon les critères du patient (âge, expérience. . .).

- Ensuite, l'utilisateur confirme ses besoins, et la page affiche les personnalités médicales selon les critères qu'il a entrés.
- L'utilisateur sélectionne l'un des personnels et l'interface affiche les informations personnelles de personnel médical et il demande un rendez-vous.
- L'utilisateur reçoit une notification une fois qu'il est accepté ou refusé.

4.1.2 Concernant le professionnel de santé :

- Demande de création d'un compte
- Il remplit un emploi du temps qui lui convient.
- Il Reçoit les demandes des patients.
- Accepter ou refuser les demandes.
- Prendre contact avec le patient.
- Déplacer vers le patient à travers une carte MAP.

4.1.3 C) Les étapes concernant. l'entreprise :

- 1) Vérifier les profils des professionnels de santé à la direction de la santé. .
- 2) Téléchargement de l'application : Mesurez le nombre de fois que l'application est téléchargée sur les plateformes et sa capacité à attirer les utilisateurs.
- 3) Taux de rétentions des utilisateurs : Mesurez le nombre d'utilisateur actifs et la durée de leur consultation ce qui aide à comprendre la valeur de l'application pour les utilisateurs et sa capacité à les retenir.
- 4) Revenus : Mesurer les revenus généraux par l'application, que ce soit par la vente directe ou la publicité.
- 5) évaluer le nombre de commentaires, de publications et de "j'aime" sur les réseaux sociaux afin de comprendre la popularité de l'application. interagir avec le publique.
- 6) Évaluations des utilisateurs : Suivre les avis des utilisateurs de l'application sur les boutiques Google Play et App Store. L'objectif est d'obtenir des retours sur les performances de l'application et la satisfaction des utilisateurs à son égard.
- 7) Nombre de nouveaux utilisateurs : Suivez le nombre de nouveaux utilisateurs qui ont créé des comptes dans l'application et ont commencé à l'utiliser.
- 8) Diffusion géographique : Connaître les zones de diffusion de l'application et mesurer la croissance dans chaque région, afin d'identifier de nouvelles opportunités d'expansion et

de commercialisation.

9) Interaction dans l'application : Surveiller les pages et les fonctionnalités avec lesquelles les utilisateurs interagissent plus que d'autres, afin d'améliorer l'expérience utilisateur et d'identifier les éléments qui doivent être améliorés.

10) Mesurer le nombre d'utilisateurs : Ceux qui ont effectué une action spécifique (Demander une consultation, s'inscrire ou s'abonner) par rapport au nombre de visiteurs Application globale.

4.2 L'approvisionnement :

L'approvisionnement désigne l'ensemble des activités et des processus par lesquels Une entreprise ou une organisation acquiert les biens, les services et les matières premières nécessaires à son fonctionnement. Cela implique la recherche et la sélection des fournisseurs, la négociation des contrats, l'achat, la gestion des stocks et la logistique de livraison. L'objectif est de garantir que les ressources nécessaires sont disponibles en quantité suffisante et au bon moment, et à un coût optimal, tout en maintenant la qualité requise. Notre projet est considéré comme une prestation de service et nous pouvons avoir besoin de :

Matière première : Il s'agit d'une application électronique, qui est la première chose qui doit être fournie, en plus de l'équipement nécessaire représenté en : (ordinateurs, Internet, imprimante, lieu de travail, bureaux, chaises.)

1. Ressources Humaines : Développement, Lancement.

2. Matériel Informatique : Ordinateurs, écran, Serveurs, Routeurs et Connexion Internet Haut Débit, Périphériques, Logiciels et Licences.

3. Outils et Technologies : Environnement de Développement Intégré (IDE) Services de Backend Bases de Données API et SDK.

4. Infrastructure :

4.1- Hébergement : Des serveurs sont nécessaires pour héberger le backend et les bases de données.

- 4.2- Stockage : Afin de stocker les données des utilisateurs et les contenus multimédias..
- 5. Lieu de Travail : Les Bureaux, les salles de réunion, équipement de bureau.
- 6. Marketing et Lancement : Stratégie Marketing, Matériel Promotionnel, App Store Optimization (ASO).

4.3 Main d'oeuvre

Notre entreprise vise à fournir des services de soins à domicile aux patients, main d'oeuvre :

- Un ingénieur concepteur : spécialiste en conception software.
- Développeurs software : des spécialistes en développement mobile iOS (Swift) et Android (2 ingénieurs iOS, 2 ingénieurs Android).
- Un ingénieur UI/UX designer : spécialiste en software designer.
- Experts en soins à domicile (consultats) : Fournissant des conseils pour améliorer les fonctionnalités nécessaires pour répondre aux besoins des utilisateurs. 1 personne (peut être à temps partiel)
- Responsable Marketing : Le Responsable Marketing ou Chef de Projet Marketing est en charge de la stratégie marketing globale pour le lancement et la promotion de l'application mobile. 1 personne
- Community Manager : Gestion des réseaux sociaux et de la communauté des utilisateurs. 1 personne
- technicien en support technique
- administrateur système

4.4 les principaux partenaires :

1. Cliniques médicales.
2. Les infirmiers.
3. Associations de santé et groupes de soutien.
4. La direction de la santé
5. Organisations de santé
6. Investisseuses (capital d'investissement)

Prototype expérimental

5.1 Interface de Démarrage de l'Application

La première interface, est cruciale pour donner une bonne impression et encourager l'utilisateur à continuer.

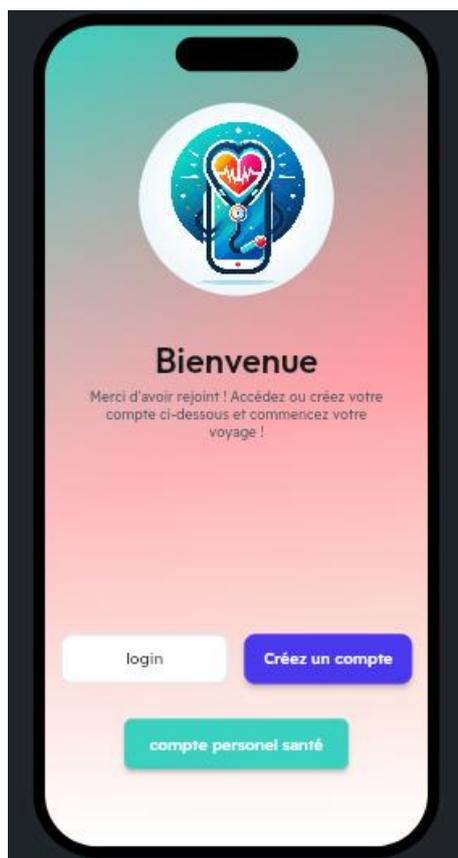
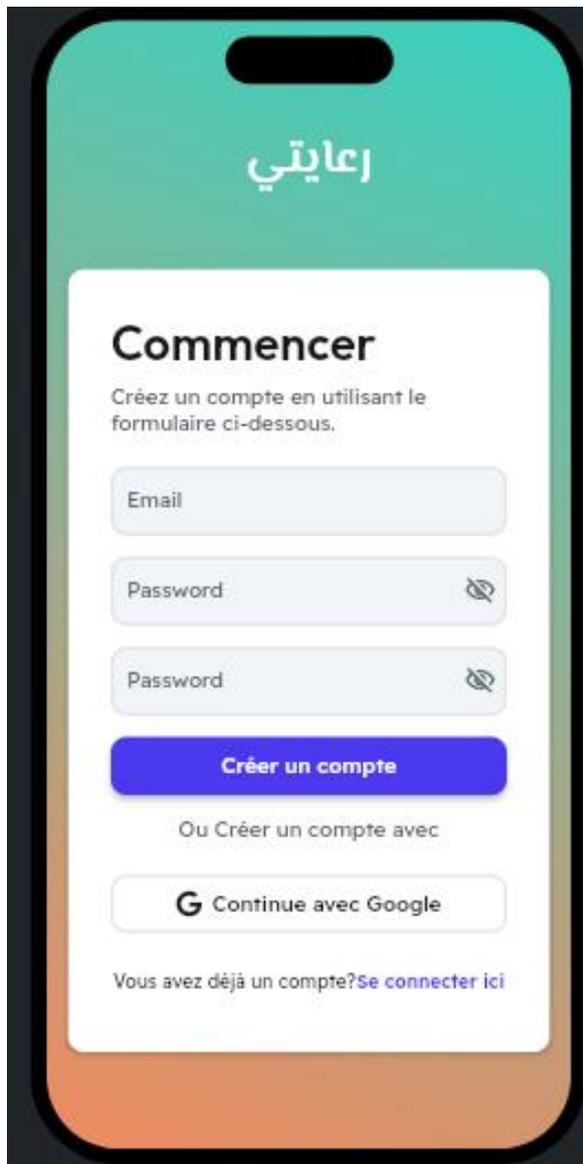


FIGURE 5.1 – Interface de Démarrage de l'Application

5.2 Interface d'inscription

Cette interface permet à l'utilisateur de créer un compte en suivant un processus simple et intuitif. Elle guide l'utilisateur à travers les étapes nécessaires pour entrer ses informations personnelles.



(a) Interface d'inscription 1



(b) Interface d'inscription 2

FIGURE 5.2 – Les Interfaces de Creation d'un Compte

5.2.1 Interface de demande d'inscription pour le personnel médical

L'interface de demande d'inscription pour le personnel médical permet aux professionnels de la santé de s'enregistrer facilement garantissant que seules des informations vérifiées et pertinentes sont collectées pour une gestion efficace des inscriptions.



The image shows a mobile application interface for medical staff registration. The title is "demandez un compte de personel medical" in blue. Below the title, there is a message: "votre demande peut prendre du temps car nous devons vérifier votre identité médicale pour protéger nos utilisateurs". The form contains several input fields: "Email", "nom complete", "année de debut de travail", "Password" (with an eye icon for visibility), "numero de telephone", "gender" (with a dropdown arrow), and "fonction" (with a dropdown arrow). At the bottom, there is a blue button labeled "demandez".

FIGURE 5.3 – Interface d'inscription pour le personnel médical

5.2.2 Interface d'authentification

L'interface d'authentification permet aux utilisateurs de se connecter de manière sécurisée à l'application. Elle demande généralement l'entrée d'un nom d'utilisateur ou d'une adresse e-mail, ainsi qu'un mot de passe. Des options supplémentaires peuvent inclure l'authentification avec google.

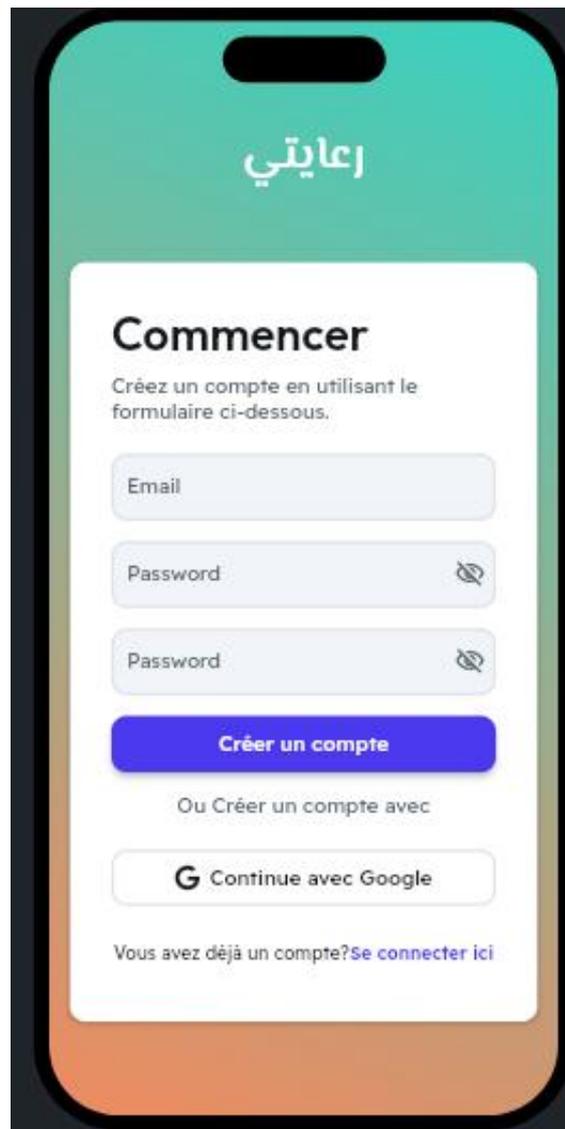


FIGURE 5.4 – Interface d'authentification

5.2.3 Interface d'accueil

L'interface d'accueil, qui apparaît après la connexion, est conçue pour accueillir les utilisateurs et leur fournir un accès rapide aux principales fonctionnalités de l'application.



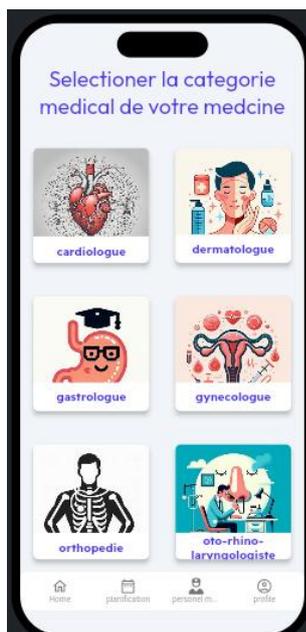
FIGURE 5.5 – Interface d'accueil

5.2.4 une fois l'utilisateur à sélectionner l'un des services

Interface des soins infirmiers : Cette interface offre aux utilisateurs des services de soins infirmiers à domicile.

Interface de consultation médicale : Cette interface offre aux utilisateurs la possibilité d'accéder à une variété de spécialités médicales disponibles.

Les analyses médicales : sont affichées dans cette interface, montrant la liste de vos analyses médicales ainsi que les laboratoires où elles ont été réalisées et par qui.



(a) catégories des spécialités médicales



(b) différents services infirmiers

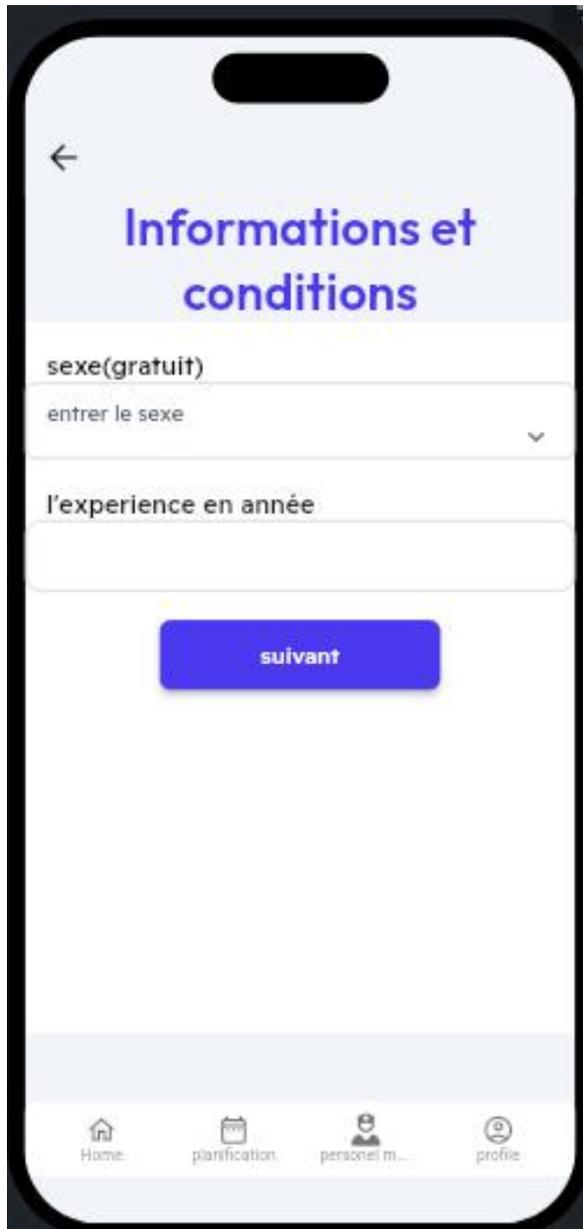


(c) interface d'analyse médicale

FIGURE 5.6 – différents services médicaux offerts

5.2.5 Interface de filtrage

Cette interface permet à l'utilisateur de filtrer les médecins selon ses besoins



(a) Interface de filtrage 1



(b) Interface de filtrage 2

FIGURE 5.7 – My Figures

5.2.6 confirmer les besoins



FIGURE 5.8 – confirmer la demande

5.2.7 Sélectionner l'un des personnel médical

Vous avez la possibilité de sélectionner un membre du personnel médical parmi ceux disponibles.

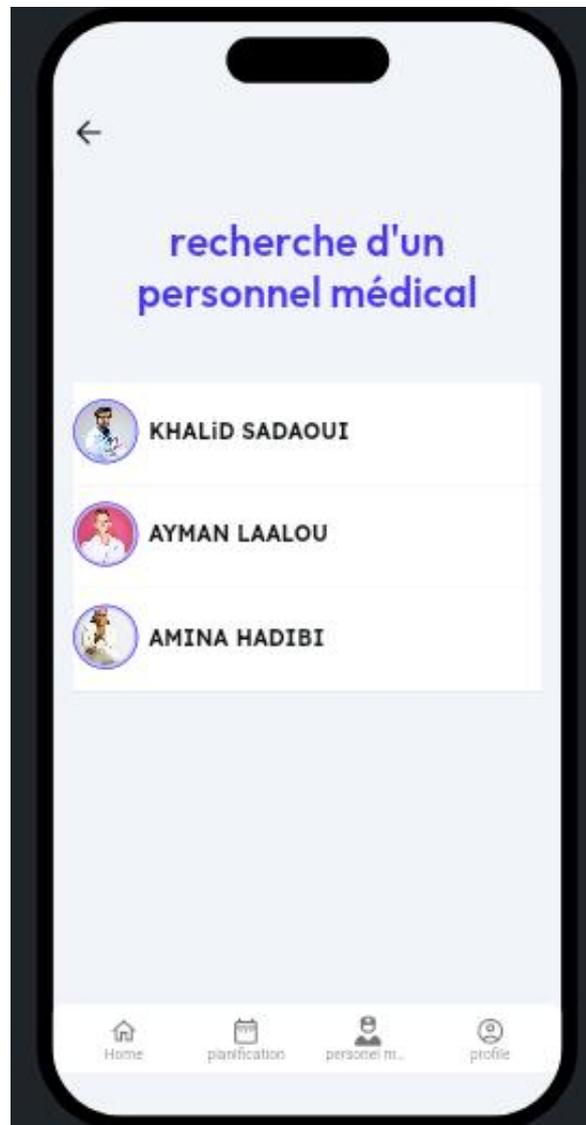


FIGURE 5.9 – Sélectionner le médecin

5.2.8 demander un rendez-vous

Vous pouvez demander à prendre rendez-vous pour consulter un professionnel de santé.



FIGURE 5.10 – Intreface résultat de recherche de professionnel de la santé

5.2.9 Notification au professionnel de la santé

Après avoir réservé sa prestation, une notification est envoyée au professionnel de la santé

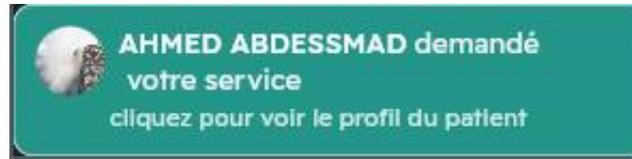
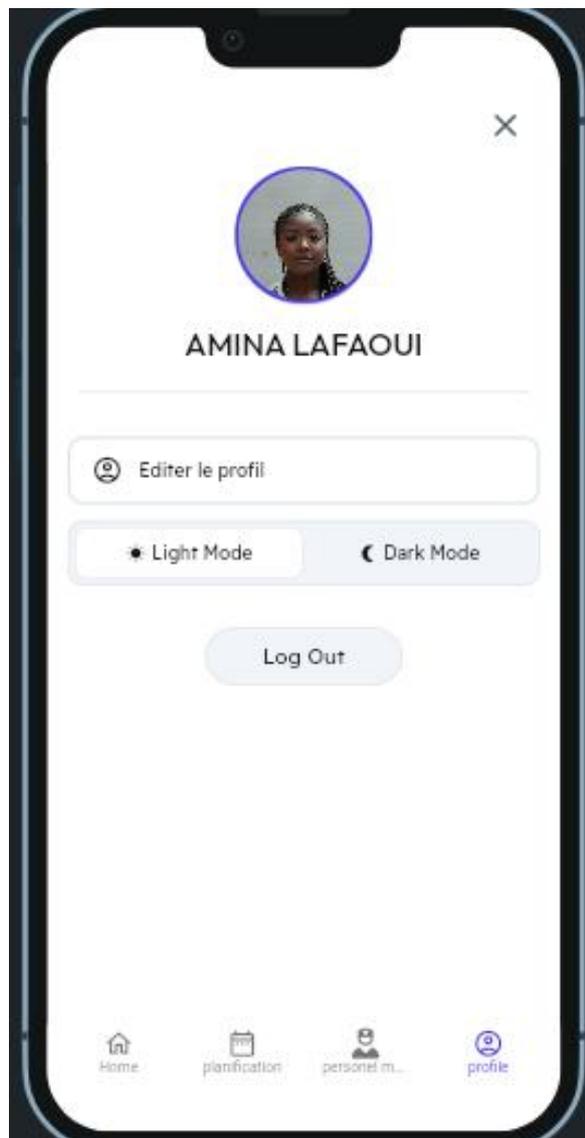
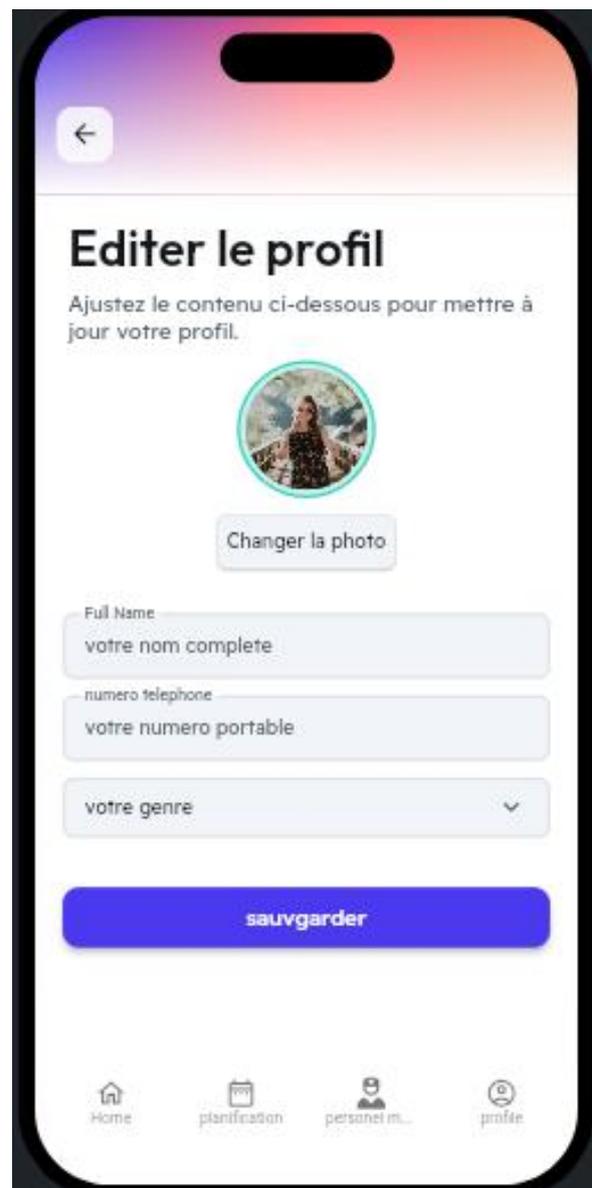


FIGURE 5.11 – Interface de notification au professionnel de la santé

5.2.10 Modification du Profil Utilisateur



(a) Interface de modifier le profile 1



(b) Interface de modifier le profile 2

FIGURE 5.12 – Editer le profil

5.2.11 Section personel medical

Cette interface affiche les notifications et propose différentes fonctionnalités associées à celles-ci.



FIGURE 5.13 – Interface de Section personel medical

5.2.12 sélectionner l'un des patients

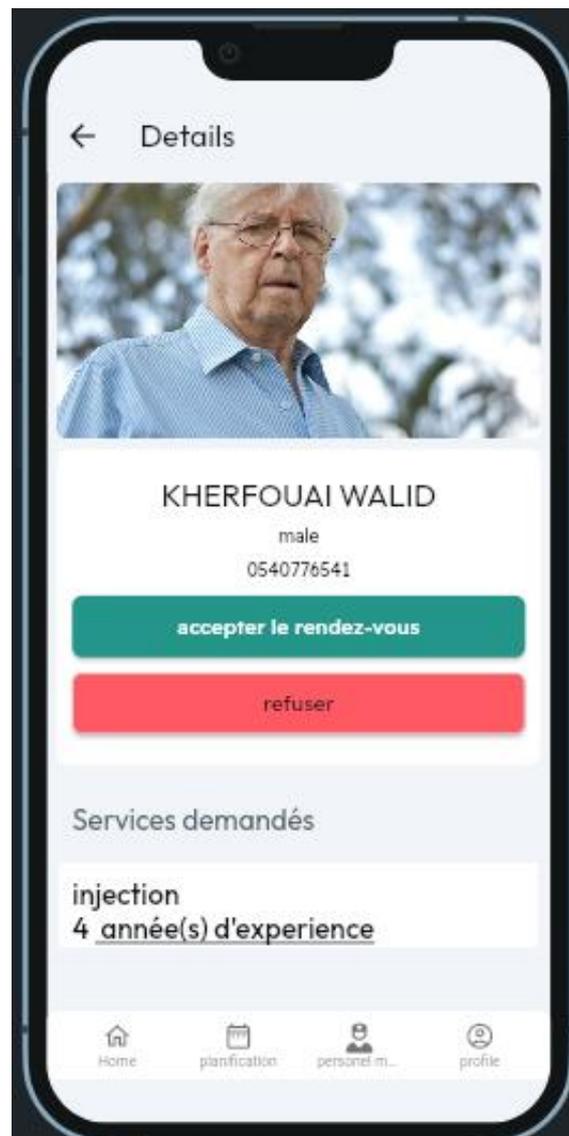


FIGURE 5.14 – sélectionner une demande

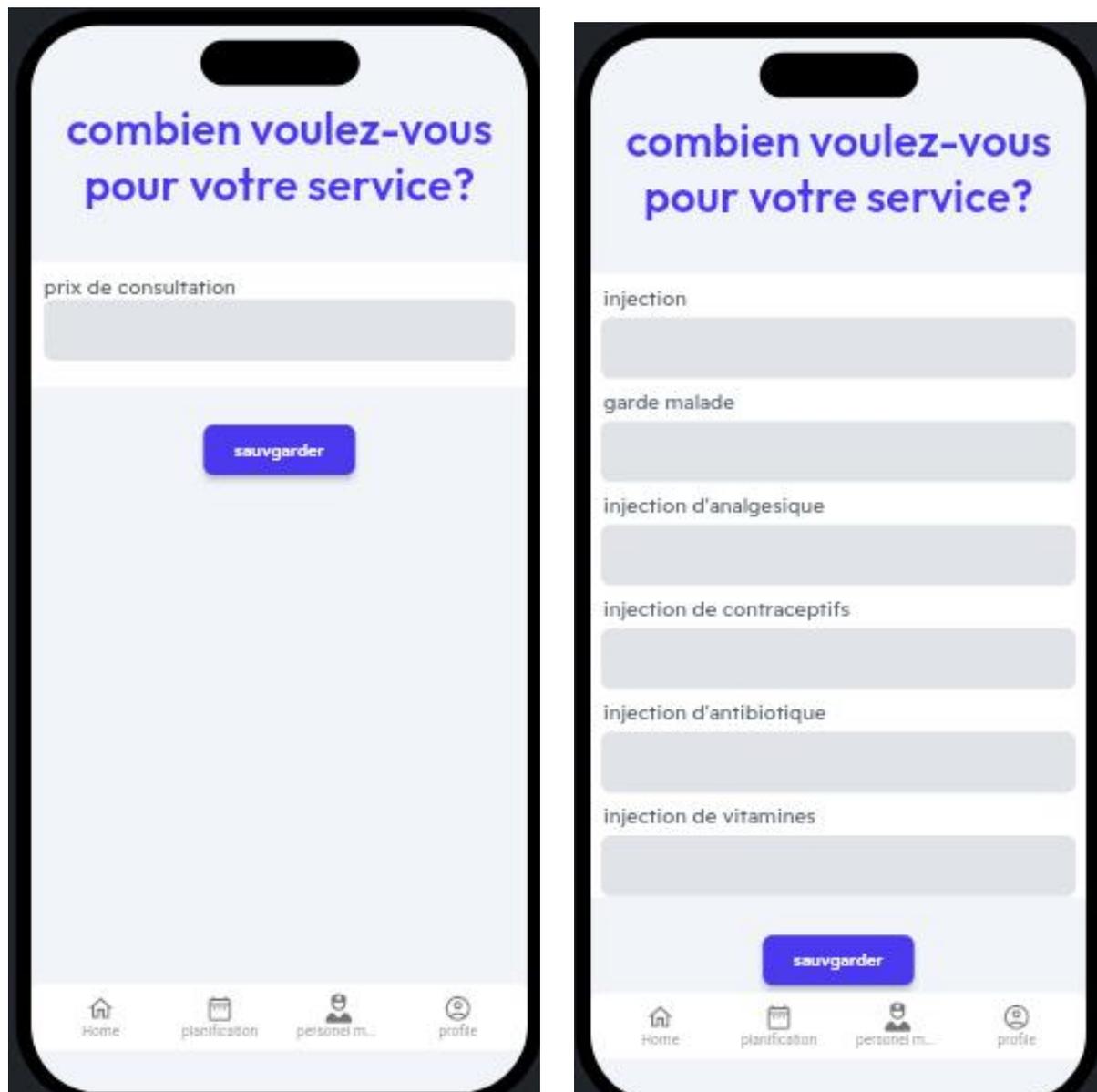
5.2.13 Notification au Patient

L'interface de notifications informera le patient de l'acceptation ou du refus de sa demande, lui fournissant ainsi des informations précieuses sur l'état de son processus ou de sa requête.



FIGURE 5.15 – Interface De Notifications au Patient

5.2.14 au début les personnels médicaux sélectionne leur prix

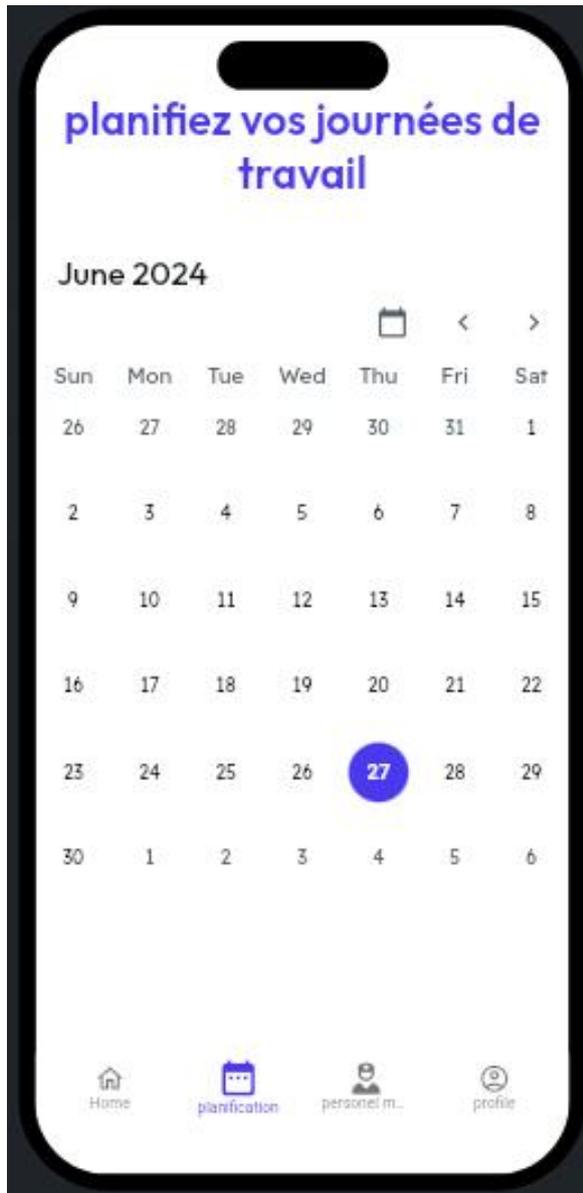


(a) prix pour les docteurs

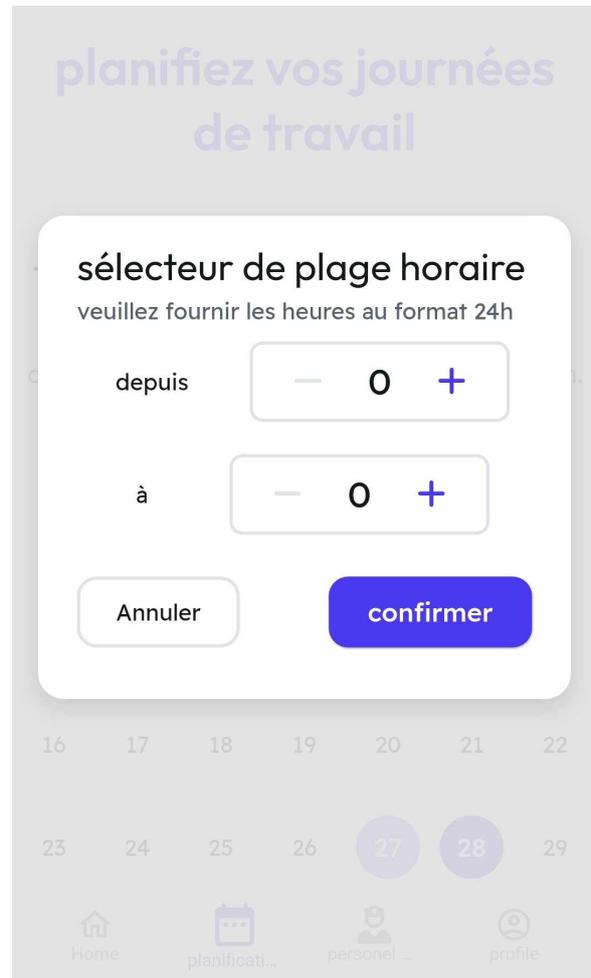
(b) prix pour les infirmiers

FIGURE 5.16 – Les Tarifs Des Personel De Santé

5.2.15 planifiez vos journées de travail



(a) sélectionnez une de vos dates programmées



(b) sélectionnez votre plage de temps libre pendant cette journée

5.2.16 Statistique, Facturation et Historique de professionnel de la santé

Les fonctionnalités de statistiques, de facturation et d'historique pour les professionnels de la santé constituent des outils essentiels pour optimiser la gestion et améliorer les soins.



FIGURE 5.18 – Interface de Facturation Historique et Statistique

5.2.17 acheminement

L'acheminement entre le personnel médical et le patient peut être grandement facilité par l'utilisation d'une carte interactive. Cette carte permet de visualiser en temps réel la position géographique des patients et des professionnels de santé.



FIGURE 5.19 – Interface acheminement entre le personnel médical et le patient

Chapitre 6

Liste des annexes

6.1 BILANS DE STARTUP ACTIF

BILAN (ACTIF)					
LIBELLE	NOTE	BRUT	AMO/PROV	NET	NET 2024
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou négatif					
Immobilisations incorporelles		2 054 300,00	384 160,00	1 670 140,00	
Immobilisations corporelles					
Terrainsx					
Bâtiments					
Autres immobilisations corporelles		1 920 800,00	205 430,00	1 715 370,00	
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours					
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants					
Impôts différés actif					
TOTAL ACTIF NON COURANT		3 975 100,00	589 590,00	3 385 510,00	
ACTIF COURANT					
Stocks et encours					
Créances et emplois assimilés					
Clients					
Autres débiteurs					
Impôts et assimilés					
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie		2 020 900,00		2 020 900,00	
TOTAL ACTIF COURANT		2 020 900,00		2 020 900,00	
TOTAL GENERAL ACTIF		5 996 000,00	589 590,00	5 406 410,00	

FIGURE 6.1 – BILANS DE STARTUP 1er année

BILAN (ACTIF)					
LIBELLE	NOTE	BRUT	AMO/PROV	NET	NET 2025
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou négatif					
Immobilisations incorporelles		2 054 300,00	768 320,00	1 285 980,00	1 670 140,00
Immobilisations corporelles					
Terrainsx					
Bâtiments					
Autres immobilisations corporelles		1 920 800,00	410 860,00	1 509 940,00	1 715 370,00
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours					
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants					
Impôts différés actif					
TOTAL ACTIF NON COURANT		3 975 100,00	1 179 180,00	2 795 920,00	3 385 510,00
ACTIF COURANT					
Stocks et encours					
Créances et emplois assimilés					
Clients					
Autres débiteurs					
Impôts et assimilés					
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie		6 242 900,00		6 242 900,00	2 020 900,00
TOTAL ACTIF COURANT		6 242 900,00		6 242 900,00	2 020 900,00
TOTAL GENERAL ACTIF		10 218 000,00	1 179 180,00	9 038 820,00	5 406 410,00

FIGURE 6.2 – BILANS DE STARTUP 2^{ème} année

BILAN (ACTIF)					
LIBELLE	NOTE	BRUT	AMO/PROV	NET	NET 2026
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou négatif					
Immobilisations incorporelles		2 054 300,00	1 152 480,00	901 820,00	1 285 980,00
Immobilisations corporelles					
Terrainsx					
Bâtiments					
Autres immobilisations corporelles		1 920 800,00	616 290,00	1 304 510,00	1 509 940,00
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours					
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants					
Impôts différés actif					
TOTAL ACTIF NON COURANT		3 975 100,00	1 768 770,00	2 206 330,00	2 795 920,00
ACTIF COURANT					
Stocks et encours					
Créances et emplois assimilés					
Clients					
Autres débiteurs					
Impôts et assimilés					
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie		14 258 770,00		14 258 770,00	6 242 900,00
TOTAL ACTIF COURANT		14 258 770,00		14 258 770,00	6 242 900,00
TOTAL GENERAL ACTIF		18 233 870,00	1 768 770,00	16 465 100,00	9 038 820,00

FIGURE 6.3 – BILANS DE STARTUP 3^{ème} année

BILAN (ACTIF)					
LIBELLE	NOTE	BRUT	AMO/PROV	NET	NET 2027
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou né					
Immobilisations incorporelles		2 054 300,00	1 536 640,00	517 660,00	901 820,00
Immobilisations corporelles					
Terrainsx					
Bâtiments					
Autres immobilisations corporelles		1 920 800,00	821 720,00	1 099 080,00	1 304 510,00
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours					
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants					
Impôts différés actif					
TOTAL ACTIF NON COURANT		3 975 100,00	2 358 360,00	1 616 740,00	2 206 330,00
ACTIF COURANT					
Stocks et encours					
Créances et emplois assimilés					
Clients					
Autres débiteurs					
Impôts et assimilés					
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie		30 314 770,00		30 314 770,00	14 258 770,00
TOTAL ACTIF COURANT		30 314 770,00		30 314 770,00	14 258 770,00
TOTAL GENERAL ACTIF		34 289 870,00	2 358 360,00	31 931 510,00	16 465 100,00

FIGURE 6.4 – BILANS DE STARTUP 4^{ème} année

BILAN (ACTIF)					
LIBELLE	NOTE	BRUT	AMO/PROV	NET	NET 2028
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou né					
Immobilisations incorporelles		2 054 300,00	1 920 800,00	133 500,00	517 660,00
Immobilisations corporelles					
Terrainsx					
Bâtiments					
Autres immobilisations corporelles		1 920 800,00	1 027 150,00	893 650,00	1 099 080,00
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours					
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants					
Impôts différés actif					
TOTAL ACTIF NON COURANT		3 975 100,00	2 947 950,00	1 027 150,00	1 616 740,00
ACTIF COURANT					
Stocks et encours					
Créances et emplois assimilés					
Clients					
Autres débiteurs					
Impôts et assimilés					
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie		50 074 770,00		50 074 770,00	30 314 770,00
TOTAL ACTIF COURANT		50 074 770,00		50 074 770,00	30 314 770,00
TOTAL GENERAL ACTIF		54 049 870,00	2 947 950,00	51 101 920,00	31 931 510,00

FIGURE 6.5 – BILANS DE STARTUP 5^{ème} année

6.2 PASSIF

BILAN (PASSIF)								
LIBELLE	N - 2	N - 1	N	N + 1	N + 2	N + 3	N + 4	N + 5
CAPITAUX PROPRES								
Capital émis				400 000,00	400 000,00	400 000,00	400 000,00	400 000,00
Capital non appelé								
Primes et réserves - Réserves consolidées (1)								
Ecart de réévaluationx								
Ecart d'équivalence (1)								
Résultat net - Résultat net part du groupe (1)				506 410,00	3 632 410,00	7 426 280,00	15 466 410,00	19 170 410,00
Autres capitaux propres - Report à nouveau					506 410,00	4 138 820,00	11 565 100,00	27 031 510,00
Part de la société consolidante (1)								
Part des minoritaires (1)								
TOTAL I				906 410,00	4 538 820,00	11 965 100,00	27 431 510,00	46 601 920,00
PASSIFS NON-COURANTS								
Emprunts et dettes financières				4 500 000,00	4 500 000,00	4 500 000,00	4 500 000,00	4 500 000,00
Impôts (différés et provisionnés)								
Autres dettes non courantes								
Provisions et produits constatés d'avance								
TOTAL II				4 500 000,00	4 500 000,00	4 500 000,00	4 500 000,00	4 500 000,00
PASSIFS COURANTS:								
Fournisseurs et comptes rattachés								
Impôts								
Autres dettes								
Trésorerie passif								
TOTAL III								
TOTAL GENERAL PASSIF (I+II+III)				5 406 410,00	9 038 820,00	16 465 100,00	31 931 510,00	51 101 920,00

FIGURE 6.6 – sélectionner une demande

6.3 Comptes de résultats

LIBELLE	N - 2	N - 1	N	N + 1	N + 2	N + 3	N + 4	N + 5
Ventes et produits annexes				3 259 000,00	6 205 000,00	11 140 870,00	19 896 000,00	24 580 000,00
Variation stocks produits finis et en cours								
Production immobilisée								
Subventions d'exploitation								
I-PRODUCTION DE L'EXERCICE				3 259 000,00	6 205 000,00	11 140 870,00	19 896 000,00	24 580 000,00
Achats consommés				-113 000,00	-133 000,00	-260 000,00	-325 000,00	-325 000,00
Services extérieurs et autres consommations				-950 000,00	-750 000,00	-1 165 000,00	-1 415 000,00	-1 995 000,00
II-CONSOMMATION DE L'EXERCICE				-1 063 000,00	-883 000,00	-1 425 000,00	-1 740 000,00	-2 320 000,00
III-VALEUR AJOUTÉE D'EXPLOITATION (I-II)				2 196 000,00	5 322 000,00	9 715 870,00	18 156 000,00	22 260 000,00
Charges de personnel				-1 100 000,00	-1 100 000,00	-1 700 000,00	-2 100 000,00	-2 500 000,00
Impôts, taxes et versements assimilés								
IV-EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION				1 096 000,00	4 222 000,00	8 015 870,00	16 056 000,00	19 760 000,00
Autres produits opérationnels								
Autres charges opérationnelles								
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeurs				-589 590,00	-589 590,00	-589 590,00	-589 590,00	-589 590,00
Reprise sur pertes de valeur et provisions								
V- RESULTAT OPERATIONNEL				506 410,00	3 632 410,00	7 426 280,00	15 466 410,00	19 170 410,00
Produits financiers								
Charges financières								
VI-RESULTAT FINANCIER								
VII-RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)				506 410,00	3 632 410,00	7 426 280,00	15 466 410,00	19 170 410,00
Impôts exigibles sur résultats ordinaires								
Impôts différés (Variations) sur résultats ordinaires								
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES				3 259 000,00	6 205 000,00	11 140 870,00	19 896 000,00	24 580 000,00
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES				-2 752 590,00	-2 572 590,00	-3 714 590,00	-4 429 590,00	-5 409 590,00
VIII-RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES				506 410,00	3 632 410,00	7 426 280,00	15 466 410,00	19 170 410,00
Éléments extraordinaires (produits)								
Éléments extraordinaires (charges)								
IX-RESULTAT EXTRAORDINAIRE								
X-RESULTAT NET DE L'EXERCICE				506 410,00	3 632 410,00	7 426 280,00	15 466 410,00	19 170 410,00

FIGURE 6.7 – Compte de résultats

6.4 Compte du Trésor

Comptes du Trésor								
LIBELLE	N - 2	N - 1	N	N + 1	N + 2	N + 3	N + 4	N + 5
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles								
Encaissements reçus des clients				3 259 000,00	6 205 000,00	11 140 870,00	19 896 000,00	24 580 000,00
Sommes versées aux fournisseurs et au personnel				-2 163 000,00	-1 983 000,00	-3 125 000,00	-3 840 000,00	-4 820 000,00
Intérêts et autres frais financiers payés								
Impôts sur les résultats payés								
Flux de trésorerie avant éléments extraordinaires				1 096 000,00	4 222 000,00	8 015 870,00	16 056 000,00	19 760 000,00
Flux de trésorerie lié à des éléments extraordinaires								
Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles (A)				1 096 000,00	4 222 000,00	8 015 870,00	16 056 000,00	19 760 000,00
Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissement								
Décassements sur acquisitions d'immobilisations corporelles ou incorporelles				-3 975 100,00				
Encaissements sur cessions d'immobilisations corporelles ou incorporelles								
Décassements sur acquisitions d'immobilisations financières								
Encaissements sur cessions d'immobilisations financières								
Intérêts encaissés sur placements financiers								
Dividendes et quote-part de résultats reçus								
Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissements (B)				-3 975 100,00				
Flux de trésorerie provenant des activités de financements								
Encaissements suite à l'émission d'actions								
Dividendes et autres distributions effectuées								
Encaissements provenant d'emprunts				4 900 000,00				
Remboursements d'emprunts ou d'autres dettes assimilées								
Flux de trésorerie net provenant des activités de financement (C)				4 900 000,00				
Incidences des variations des taux de change sur liquidités et quasi-liquidités								
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)				2 020 900,00	4 222 000,00	8 015 870,00	16 056 000,00	19 760 000,00
Trésorerie ou équivalent de trésorerie au début de la période				2 020 900,00	2 020 900,00	6 242 900,00	14 258 770,00	30 314 770,00
Trésorerie ou équivalent de trésorerie à la fin de la période				2 020 900,00	6 242 900,00	14 258 770,00	30 314 770,00	50 074 770,00
Variation de la trésorerie de la période				2 020 900,00	4 222 000,00	8 015 870,00	16 056 000,00	19 760 000,00
Rapprochement avec le résultat comptable				1 514 490,00	589 590,00	589 590,00	589 590,00	589 590,00

FIGURE 6.8 – Compte du Trésor

Modèle d'affaires

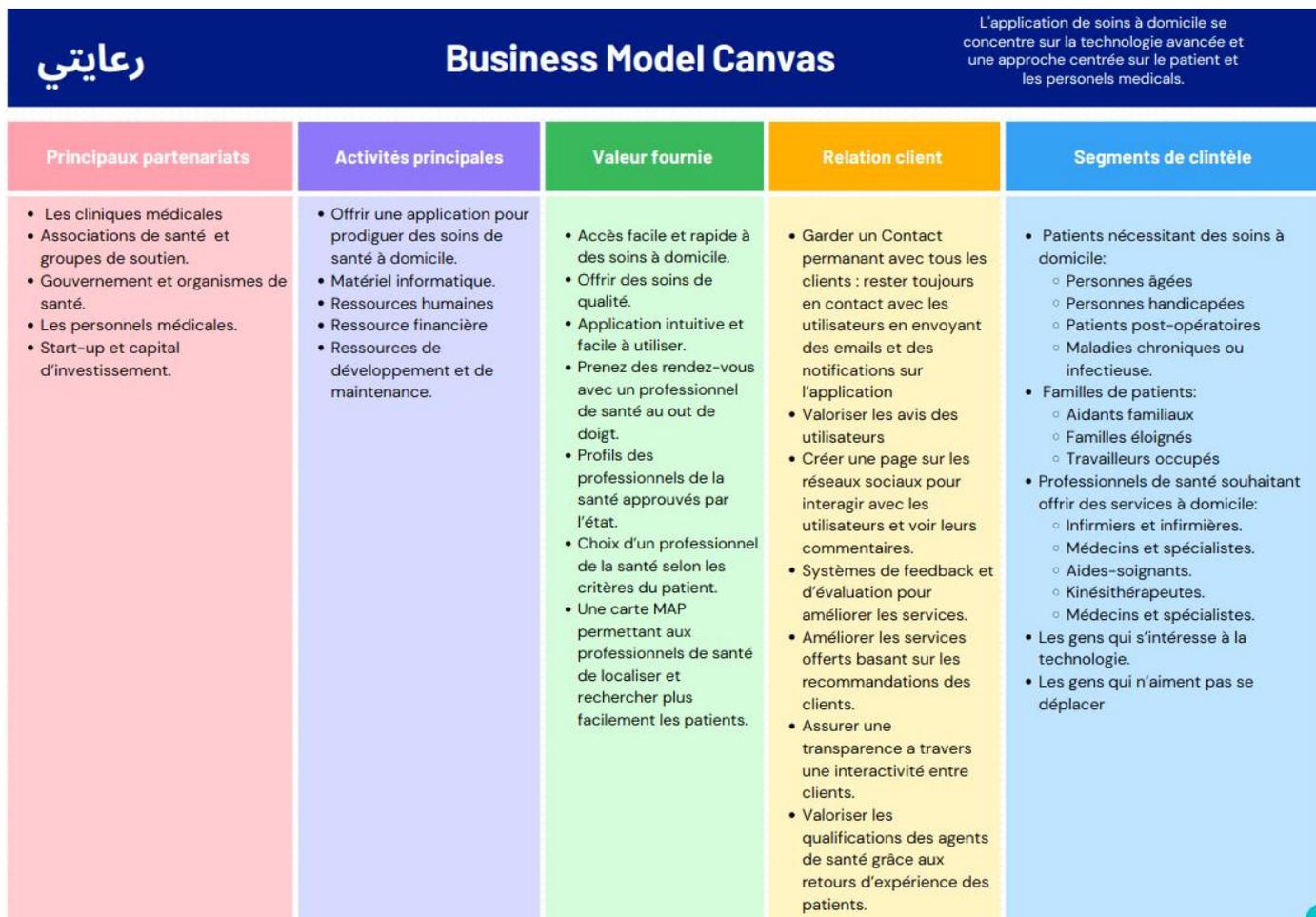


FIGURE 7.1 – BMC



FIGURE 7.2 – BMC