

# RAPPORT DE PROJET CULTURE ENTREPRENEURIAT

FILIÈRE GÉNIE INFORMATIQUE



---

## PharmacieFinder - Votre .... -

---

Réalisé par :

EL ARGOUBI El Mehdi

Lahouir Mehdi

Bouachrine Ahmed Reda

OURRAD Nouhaila

Najam Hajar

Baali lina

Hamouche Imane

Bentabet Soumia

Encadré par :

Pr. GIROIRE Vincent

---

## Remerciements

Nous souhaitons exprimer nos sincères remerciements au **Pr. Giroire Vincent** pour sa précieuse guidance tout au long de notre projet "*Pharmacie Finder*". Son expertise, son dévouement et ses conseils éclairés ont considérablement enrichi notre expérience.

Son présence attentive et son soutien constant ont été des piliers essentiels de notre réussite. Nous sommes profondément reconnaissants d'avoir eu l'opportunité de bénéficier de son encadrement inspirant, qui a su nous motiver à donner le meilleur de nous-mêmes.

L'équipe *Pharmacie Finder*

# Table de matières

<b>Remerciements</b>	<b>2</b>
<b>Table de matières</b>	<b>4</b>
<b>Table de figures</b>	<b>5</b>
<b>Liste des tableaux</b>	<b>6</b>
<b>Introduction Générale</b>	<b>7</b>
<b>1 Présentation de l'idée</b>	<b>8</b>
1.1 Introduction . . . . .	8
1.2 Le constat . . . . .	8
1.3 Les opportunités . . . . .	8
1.4 L'idée . . . . .	8
1.5 Le concept . . . . .	8
1.6 Modèle économique . . . . .	9
1.7 Conclusion . . . . .	9
<b>2 Etude de Marché</b>	<b>10</b>
2.1 Introduction . . . . .	10
2.2 Analyse du marché . . . . .	10
2.3 Étude qualitative . . . . .	10
2.3.1 L'environnement . . . . .	10
2.3.1.1 Analyse PESTEL . . . . .	10
2.3.1.2 Analyse SWOT . . . . .	11
2.3.2 Les concurrents . . . . .	11
2.3.3 Les partenaires . . . . .	12
2.4 Conclusion . . . . .	12
<b>3 Étude marketing</b>	<b>13</b>
3.1 Introduction . . . . .	13
3.2 La cible . . . . .	13
3.3 Mix marketing . . . . .	13
3.3.1 Politique Prix . . . . .	13
3.3.2 Politique Produit . . . . .	14
3.3.3 Politique Place . . . . .	14
3.3.4 Politique Commerciale . . . . .	14
3.4 Chiffre d'affaire prévisionnel . . . . .	14
3.5 Conclusion . . . . .	16

<b>4</b>	<b>Étude technique</b>	<b>17</b>
4.1	Introduction . . . . .	17
4.2	Les locaux . . . . .	17
4.3	Les moyens matériels . . . . .	17
4.4	Les moyens immatériels . . . . .	18
4.5	Les moyens humains . . . . .	18
4.6	Conclusion . . . . .	21
<b>5</b>	<b>Estimation du coût du projet</b>	<b>22</b>
5.1	Introduction . . . . .	22
5.2	Charges sociales . . . . .	22
	5.2.1 charges patronales . . . . .	23
	5.2.2 charges salariales . . . . .	23
5.3	Coût du projet . . . . .	24
	5.3.1 Frais Préliminaires . . . . .	24
	5.3.2 Frais Supplémentaires . . . . .	25
	5.3.3 Coût total du projet . . . . .	25
5.4	Conclusion . . . . .	25
<b>6</b>	<b>Évaluation de la viabilité financière du projet</b>	<b>26</b>
6.1	Introduction . . . . .	26
6.2	Calcul des amortissements ( $TAUX = 20\%/1an$ ) . . . . .	26
6.3	Compte de produits et charges (CPC) . . . . .	27
6.4	Marge brute d'autofinancement (MBA) . . . . .	28
6.5	Bilan d'ouverture . . . . .	29
6.6	Conclusion . . . . .	29
<b>7</b>	<b>Choix du statut juridique de l'entreprise</b>	<b>30</b>
7.1	Introduction . . . . .	30
7.2	Raison sociale . . . . .	30
7.3	Forme juridique . . . . .	30
7.4	Caractéristiques de la forme SARL . . . . .	31
7.5	Conclusion . . . . .	31
	<b>Conclusion Générale</b>	<b>32</b>

# Table des figures

1.1	Modèle économique de DomiConfort. . . . .	9
2.1	Matrice SWOT . . . . .	11
6.1	Compte des Produits et Charges . . . . .	27
6.2	Tableau de calcul de la marge brute d'autofinancement . . . . .	28
6.3	Bilan d'ouverture . . . . .	29

# Liste des tableaux

3.1	CA gagné par les entreprises . . . . .	15
3.2	CA gagné par les particuliers . . . . .	15
3.3	CA annuel (1er année) . . . . .	16
3.4	CA prévisionnel (5 ans) . . . . .	16
4.1	Besoins matériels . . . . .	18
4.2	Rôle et descriptions des Moyens humains . . . . .	21
5.1	Charges sociales (CNSS) . . . . .	22
5.2	Charges sociales (AMO) . . . . .	22
5.3	Taux de Charges Patronales . . . . .	23
5.4	Charges Patronales . . . . .	23
5.5	Taux de Charges Salariales . . . . .	23
5.6	Charges Salariales . . . . .	24
5.7	Frais préliminaires . . . . .	24
5.8	Frais Supplémentaires . . . . .	25
5.9	Coût Total . . . . .	25
6.1	Calcul d'amortissement-1 . . . . .	26

# Introduction Générale

Plongeons dans l'univers innovant de "Pharmacie Finder", une réponse dynamique aux besoins croissants d'accès facile aux services pharmaceutiques en France. Ce projet vise à transformer l'expérience utilisateur en proposant une plateforme intuitive et interactive qui permet de localiser rapidement les pharmacies ouvertes, de consulter leurs horaires et de vérifier la disponibilité des médicaments.

L'objectif de ce rapport est d'explorer en profondeur cette initiative novatrice, qui cherche à répondre aux attentes des citoyens français en matière de santé. Nous mettrons en lumière l'importance croissante de l'accès en temps réel aux services de santé et les défis auxquels les utilisateurs sont confrontés dans leur recherche de pharmacies, surtout en urgence ou dans des zones moins desservies.

"Pharmacie Finder" se positionne comme un partenaire clé dans la facilitation de cette recherche, offrant aux utilisateurs une solution numérique axée sur la géolocalisation, l'expérience utilisateur et la précision des informations. En plus de l'accès immédiat aux informations pharmaceutiques, notre application propose une interface conviviale et adaptable, permettant aux utilisateurs de personnaliser leurs recherches et d'obtenir des résultats pertinents.

À travers les différentes sections de ce rapport, nous explorerons la conception de l'entreprise, l'étude de marché réalisée, la structure organisationnelle à travers l'organigramme, l'élaboration du Business Model Canvas, et l'analyse financière détaillée. Enfin, nous concluons en présentant les perspectives de ce projet prometteur et les opportunités qu'il offre pour l'avenir des services de santé en France.

# Chapitre 1

## Présentation de l'idée

### 1.1 Introduction

Le projet ***Pharmacie Finder*** répond à un besoin croissant d'optimisation du parcours de soins dans un monde de plus en plus digitalisé. Il s'agit d'une application qui facilite la connexion entre les patients, les plateformes de téléconsultation (comme Doctolib et Medadom), et les pharmacies de proximité. L'objectif est de proposer une solution innovante pour simplifier la gestion des ordonnances et améliorer l'accès aux médicaments après une consultation médicale à distance.

### 1.2 Le constat

Avec l'essor de la téléconsultation, de nombreux patients rencontrent des difficultés pour obtenir leurs médicaments rapidement. Actuellement, aucune solution intégrée ne facilite ce processus.

### 1.3 Les opportunités

Le projet tire parti de l'augmentation des consultations en ligne, de l'adoption croissante des technologies numériques et de la modernisation des pharmacies, créant des opportunités pour simplifier l'accès aux soins.

### 1.4 L'idée

L'application permet aux patients de recevoir leur ordonnance électronique, de trouver des pharmacies proches avec le médicament en stock, puis d'envoyer automatiquement l'ordonnance à la pharmacie sélectionnée.

### 1.5 Le concept

Le parcours utilisateur est simple : après une téléconsultation, le patient reçoit son ordonnance, trouve une pharmacie proche, sélectionne celle-ci, et récupère ses médicaments sans complications.



## 1.6 Modèle économique



FIGURE 1.1 – Modèle économique de DomiConfort.

## 1.7 Conclusion

En conclusion, l'idée de Pharmacie Finder est une réponse pertinente à un besoin actuel. En facilitant l'accès à des informations fiables et actualisées sur les pharmacies, ce projet propose une solution technologique qui se distingue par son utilité et son potentiel d'évolution sur le marché français des services de santé. Ce chapitre a permis de poser les bases du projet en présentant son concept et les opportunités qu'il vise à exploiter.

# Chapitre 2

## Etude de Marché

### 2.1 Introduction

Le projet *Pharmacie Finder*, désormais lié aux services de téléconsultation (Doctolib, Medadom), propose de faciliter l'accès aux médicaments après une consultation médicale en ligne. L'ordonnance sera automatiquement mise à disposition dans l'application et la plateforme suggérera les pharmacies proches disposant des médicaments prescrits.

### 2.2 Analyse du marché

Le marché des pharmacies et de la santé digitale en France est en croissance, avec une demande accrue pour des solutions intégrées reliant télémédecine et pharmacies. Le marché français comporte environ 21 000 pharmacies, avec un fort taux d'adoption des applications de santé numérique.

### 2.3 Étude qualitative

#### 2.3.1 L'environnement

L'environnement politique et réglementaire (prescriptions numériques), économique (dépenses de santé), et technologique (télémédecine) sont favorables à l'essor de ce type de service.

##### 2.3.1.1 Analyse PESTEL

L'analyse PESTEL permet d'examiner les facteurs politiques, économiques, socioculturels, technologiques, environnementaux et légaux qui peuvent influencer le projet.

- **Politique** : Le gouvernement français soutient l'usage des services de santé numériques avec des mesures facilitant la téléconsultation et la prescription électronique. Les pharmacies doivent respecter des réglementations strictes sur la gestion des ordonnances.
- **Économique** : Le système de santé français est subventionné par l'État, et les dépenses de santé sont une priorité. Le pouvoir d'achat pour les médicaments est largement couvert par la sécurité sociale, assurant un marché stable.

- **Socioculturel** : Les patients adoptent de plus en plus les solutions numériques pour leurs soins de santé, avec une demande croissante pour des services rapides et pratiques, comme la livraison de médicaments après une consultation en ligne.
- **Technologique** : L'essor de la téléconsultation et des prescriptions électroniques soutient directement l'application Pharmacie Finder, qui s'appuie sur des technologies comme la géolocalisation et les bases de données pharmaceutiques en temps réel.
- **Écologique** : Les pharmacies adoptent des pratiques écologiques, notamment pour la gestion des déchets. La digitalisation des prescriptions réduit l'usage du papier.
- **Légal** : Pharmacie Finder devra se conformer aux normes de confidentialité, notamment avec le RGPD, et garantir la sécurité des données de santé lors de la transmission des ordonnances.

### 2.3.1.2 Analyse SWOT

L'analyse SWOT permet de mettre en lumière les forces, faiblesses, opportunités et menaces du projet *Pharmacie Finder*.

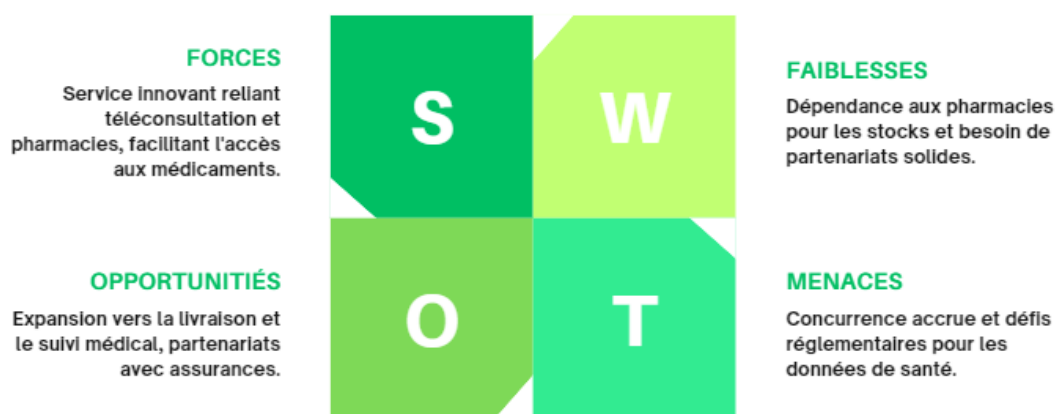


FIGURE 2.1 – Matrice SWOT

### 2.3.2 Les concurrents

Le marché des applications de santé et de géolocalisation de pharmacies est déjà occupé par plusieurs acteurs, notamment :

- **Pharmanity** : Application de géolocalisation de pharmacies.
- **MaPharmacie** : Application permettant de trouver des pharmacies ouvertes avec prise de rendez-vous.
- **Doctolib** : Leader des téléconsultations en France, mais qui n'intègre pas la gestion d'ordonnances de manière automatisée avec les pharmacies.

Cependant, Pharmacie Finder se distingue en proposant une gestion complète du parcours post-consultation, avec transmission directe de l'ordonnance à la pharmacie.

### 2.3.3 Les partenaires

Le succès de Pharmacie Finder dépendra en grande partie des partenariats stratégiques avec différents acteurs :

- **Groupements de pharmacies**

Collaborer avec des réseaux tels que Pharmabest, GIPHAR, ou Aprium Pharmacie permettra d'accéder à un large réseau d'officines.

- **Plateformes de téléconsultation**

Des partenariats avec Doctolib, Medadom, et d'autres plateformes permettront de lier les services de téléconsultation à l'application.

- **Fournisseurs de données médicales**

Collaborer avec des entreprises comme VIDAL ou Cegedim pour l'intégration des données sur les médicaments.

- **Fournisseurs technologiques**

Utilisation d'API de géolocalisation comme Google Maps et de services cloud comme AWS pour héberger l'application et assurer son bon fonctionnement.

## 2.4 Conclusion

L'étude de marché montre que Pharmacie Finder s'inscrit dans une tendance croissante de la digitalisation des services de santé en France. Avec une population de plus en plus tournée vers la télémédecine et des solutions numériques pour simplifier leur parcours de soin, Pharmacie Finder répond à un besoin clair. Le succès du projet dépendra principalement de la capacité à établir des partenariats solides avec les pharmacies et les plateformes de téléconsultation, tout en s'assurant que l'application offre une réelle valeur ajoutée aux patients.

# Chapitre 3

## Étude marketing

### 3.1 Introduction

L'étude marketing est essentielle pour comprendre le marché cible et développer des stratégies efficaces pour Pharmacie Finder. Ce chapitre présente l'analyse du marché, les caractéristiques de la cible, le mix marketing. L'objectif est d'aligner les actions de l'entreprise sur les attentes des clients et les tendances du marché.

### 3.2 La cible

La définition précise de nos cibles marketing est cruciale pour adapter notre stratégie aux besoins spécifiques de nos clients. Ainsi, nous consacrons le temps nécessaire à l'identification approfondie des profils de nos utilisateurs et partenaires :

- B2C (Business-to-Consumer) :

**PATIENTS** : Notre public principal se compose de particuliers cherchant à accéder facilement à leurs médicaments après des téléconsultations. Ils recherchent des solutions rapides et efficaces pour récupérer leurs prescriptions.

- B2B (Business-to-Business) : **Pharmacies** : En tant que partenaires essentiels, les pharmacies bénéficieront d'une augmentation de leur visibilité et de leurs ventes grâce à notre plateforme. Elles cherchent à intégrer des solutions numériques pour optimiser leur service client.

**Médecins et plateformes de téléconsultation** : Ces acteurs, tels que Doctolib et Medadom, constituent des cibles importantes. En les intégrant dans notre réseau, nous facilitons la liaison entre prescriptions médicales et pharmacies.

### 3.3 Mix marketing

Les 4P, représentant les piliers essentiels d'une stratégie marketing efficace pour Pharmacie Finder, se déclinent comme suit :

#### 3.3.1 Politique Prix

La politique de prix sera conçue pour attirer à la fois les pharmacies et les utilisateurs. Nous adopterons une approche flexible, où les pharmacies peuvent proposer leurs tarifs.

En revanche, des frais de service modiques pourront être appliqués aux pharmacies pour la mise en relation avec les patients, tout en offrant aux utilisateurs une transparence totale sur les coûts.

### 3.3.2 Politique Produit

Le produit principal est l'application Pharmacie Finder, qui offrira des fonctionnalités clés :

- **Géolocalisation** : pour trouver rapidement les pharmacies les plus proches.
- **Intégration avec les plateformes de téléconsultation** : pour recevoir les ordonnances directement dans l'application.
- **Notifications** : pour alerter les utilisateurs lorsque les médicaments sont disponibles.

### 3.3.3 Politique Place

"Pharmacie Finder" sera accessible via une application mobile et un site web, garantissant une commodité exceptionnelle pour les utilisateurs. La fonction de géolocalisation intégrée facilitera la recherche de pharmacies à proximité, optimisant ainsi l'expérience utilisateur.

### 3.3.4 Politique Commerciale

La politique commerciale se basera sur une communication efficace et des promotions attractives :

- **Campagnes de sensibilisation** ciblant les utilisateurs finaux et les pharmacies.
- **Offres de lancement** pour encourager l'inscription des pharmacies et des utilisateurs.
- **Partenariats avec des plateformes de téléconsultation** pour élargir notre réseau et renforcer notre crédibilité.

## 3.4 Chiffre d'affaire prévisionnel

L'analyse du chiffre d'affaires prévisionnel pour DomiConfort englobe l'ensemble des revenus générés par nos services de conciergerie et d'assistance, intégrés dans les divers forfaits proposés sur notre plateforme. Ce chiffre d'affaires projeté constitue une évaluation complète des ventes anticipées, englobant toutes les prestations de services offertes par l'entreprise. Il représente un indicateur essentiel de l'activité future de DomiConfort, permettant d'estimer le volume des ventes prévues sur une période définie. Cette prévision joue un rôle fondamental dans la planification des ressources nécessaires pour assurer la satisfaction des utilisateurs, garantir une offre de services fluide, et répondre efficacement à la demande croissante sur notre plateforme. En anticipant avec précision nos revenus, nous nous engageons à maintenir une performance opérationnelle optimale, alignée sur les besoins actuels et futurs de notre clientèle.

Le tableau suivant présente le chiffre d'affaires généré par les entreprises ou agences partenaires de DomiConfort. Il détaille les commissions, les salaires des prestataires de

services, ainsi que les profits mensuels et annuels pour chaque catégorie de service. Le total global révèle le chiffre d'affaires total gagné par ces entreprises sur une base mensuelle et annuelle.

Entreprise/Agence				
Service (commission=15%)	Salaire	Profit/mois (1 entreprise)	Profit/mois (10 entreprises)	Profit/an
Ménage	3000,00dh	450,00dh	4500,00dh	54000,00dh
Électricien	5500,00dh	825,00dh	8250,00dh	99000,00dh
Plombier	5000,00dh	750,00dh	7500,00dh	90000,00dh
Peintre	5500,00dh	825,00dh	8250,00dh	99000,00dh
Jardinage	4500,00dh	675,00dh	6750,00dh	81000,00dh
Babysitting	4800,00dh	720,00dh	7200,00dh	86400,00dh
Consultant décoration	22000,00dh	3300,00dh	33000,00dh	396000,00dh
<b>Total</b>	<b>50300,00dh</b>	<b>7545,00dh</b>	<b>75450,00dh</b>	<b>905400,00dh</b>

TABLE 3.1 – CA gagné par les entreprises

Ce tableau synthétise les revenus générés par les services destinés aux particuliers de DomiConfort, détaillant la commission, le salaire, et le profit mensuel et annuel pour chaque service, avec une vue d'ensemble des totaux pour l'ensemble des prestations.

Particulier					
Service (Commission=10%)	Salaire par prestation	Prestation par mois	Profit/mois	Prestations par an	Profit/an
Ménage	150,00dh	91	1365,00dh	1092	16 380,00dh
Electricien	300,00dh	76	2280,00dh	912	27 360,00dh
Plombier	280,00dh	76	2128,00dh	912	25 536,00dh
Peintre	250,00dh	58	1450,00dh	696	17 400,00dh
Jardinage	150,00dh	61	915,00dh	732	10 980,00dh
Babysitting	-	-	-	-	-
Consultant décoration	800,00dh	46	3680,00dh	552	44 160,00dh
<b>Total</b>	<b>1930,00dh</b>	<b>408</b>	<b>11818,00dh</b>	<b>4896</b>	<b>141816,00dh</b>

TABLE 3.2 – CA gagné par les particuliers

Ce tableau illustre les gains mensuels et annuels par service, distinguant les revenus générés par les entreprises et les particuliers, avec un récapitulatif total des gains mensuels et annuels de l'ensemble des services offerts par DomiConfort.

Service	Secteur	Gain Mensuel	Gain Annuel	Total
Ménage	Entreprise	4500,00dh	54000,00dh	70380,00dh
	Particulier	1365,00dh	16380,00dh	
Électricien	Entreprise	8250,00dh	99000,00dh	126360,00dh
	Particulier	2280,00dh	27360,00dh	
Plombier	Entreprise	7500,00dh	90000,00dh	115536,00dh
	Particulier	2128,00dh	25536,00dh	
Peintre	Entreprise	8250,00dh	99000,00dh	116400,00dh
	Particulier	1450,00dh	17400,00dh	

<b>Jardinage</b>	<i>Entreprise</i>	6750,00dh	81000,00dh	<b>91980,00dh</b>
	<i>Particulier</i>	915,00dh	10980,00dh	
<b>Babysitting</b>	<i>Entreprise</i>	7200,00dh	86400,00dh	<b>86400,00dh</b>
	<i>Particulier</i>	0	0	
<b>Consultant décoration</b>	<i>Entreprise</i>	33000,00dh	396000,00dh	<b>440160,00dh</b>
	<i>Particulier</i>	3680,00dh	44160,00dh	
<b>Total</b>		14312,00dh	1047216,00dh	<b>1047216,00dh</b>

TABLE 3.3 – CA annuel (1er année)

Ce tableau présente les prévisions du chiffre d'affaires pour les cinq premières années, détaillant les revenus attendus par service, avec une croissance progressive chaque année, reflétant le potentiel financier croissant de DomiConfort sur cette période.

<i>Service</i>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2 (+5%)</b>	<b>Année 3 (+5%)</b>	<b>Année 4 (+5%)</b>	<b>Année 5 (+5%)</b>
<b>Ménage</b>	70380,00dh	73899,00dh	77418,00dh	80937,00dh	84456,00dh
<b>Electricien</b>	126360,00dh	132678,00dh	138996,00dh	145314,00dh	151632,00dh
<b>Plombier</b>	115536,00dh	121312,80dh	127089,60dh	132866,40dh	138643,20dh
<b>Peintre</b>	116400,00dh	122220,00dh	128040,00dh	133860,00dh	139680,00dh
<b>Jardinage</b>	91980,00dh	96579,00dh	101178,00dh	105777,00dh	110376,00dh
<b>Babysitting</b>	86400,00dh	90720,00dh	95040,00dh	99360,00dh	103680,00dh
<b>Consultant décoration</b>	440160,00dh	462168,00dh	484176,00dh	506184,00dh	528192,00dh
<b>Somme</b>	<b>1047216,00dh</b>	<b>1173475,80dh</b>	<b>1151937,60dh</b>	<b>1204298,40dh</b>	<b>1256659,20dh</b>

TABLE 3.4 – CA prévisionnel (5 ans)

## 3.5 Conclusion

L'étude marketing de Pharmacie Finder met en avant une stratégie ciblée et adaptée aux besoins des utilisateurs et des pharmacies. En intégrant les médecins et les plateformes de téléconsultation dans notre réseau, nous renforçons notre proposition de valeur, facilitant l'accès aux soins et améliorant l'expérience client.



# Chapitre 4

## Étude technique

### 4.1 Introduction

Ce chapitre sera consacré à l'examen technique du projet. Nous procéderons à une évaluation des ressources humaines, matérielles et immatérielles nécessaires à la mise en œuvre de notre travail.

### 4.2 Les locaux

Nous avons opté pour un bureau virtuel à Rabat, offrant une présence numérique sans nécessité d'être physiquement sur place. Ce service complet gère efficacement notre courrier, assure le transfert des appels, et simplifie la réservation de salles de réunion ou de bureaux lors de déplacements. Notre choix stratégique de local virtuel, au tarif de **4000 DH** par an [1], répond à nos besoins opérationnels tout en éliminant les coûts supplémentaires associés à un bureau physique, tels que le mobilier, l'aménagement, et l'équipement.

### 4.3 Les moyens matériels

Nos besoins matériels se déclinent en deux catégories distinctes. La première concerne le matériel informatique, indispensable au bon fonctionnement de notre plateforme "DomConfort". Cette catégorie englobe en premier lieu les ordinateurs qui seront dédiés à l'analyse des données, à la création des interfaces utilisateur, ainsi qu'à la sécurisation de l'ensemble de notre système. Elle inclut également divers outils électroniques essentiels pour l'assemblage et la maintenance de notre infrastructure technologique.

La seconde catégorie se concentre principalement sur les équipements d'aménagement nécessaires à nos locaux de travail. Ces éléments contribuent à créer un environnement propice à la productivité et à la collaboration au sein de notre équipe.

Pour mieux illustrer ces besoins, nous les résumons dans le tableau suivant :

Matériel	Coût Unitaire(DH)	Quantité	Prix total(DH)
Serveur/Infrastructure Cloud	300 DH HT/mois	1	300 DH HT/mois
Ordinateur	10 000	4	40 000
Périphérique	5 000	4	20 000
Imprimante	8 000	1	8 000
Scanner	1 200	1	1 200

TABLE 4.1 – Besoins matériels

## 4.4 Les moyens immatériels

Les besoins immatériels de notre projet, DomiConfort, sont essentiels pour assurer son succès et sa pérennité sur le marché des services à domicile. Voici quelques-uns de ces besoins :

- **Plateforme Numérique Robuste** : Un besoin immatériel crucial est la conception, le développement et la maintenance d’une plateforme numérique robuste. Cela englobe une interface utilisateur conviviale, des fonctionnalités intuitives, une sécurité renforcée, et une capacité d’adaptation aux évolutions technologiques.
- **Logiciel de Gestion Performant** : Pour assurer une coordination efficace entre les clients et les prestataires, ainsi que pour gérer les transactions et les évaluations, un logiciel de gestion performant est indispensable. Cela inclut un système de suivi des services, de facturation, et de gestion des avis clients.
- **Stratégies Marketing et Communication** : Des besoins immatériels se situent également dans les stratégies de marketing et de communication. Cela implique la création d’une marque forte, des campagnes publicitaires impactantes, et une présence active sur les médias sociaux pour accroître la visibilité de DomiConfort.
- **Savoir-faire en Relation Client** : La satisfaction des clients est au cœur de notre projet. Un besoin immatériel essentiel réside dans le développement d’une expertise en relation client, incluant la gestion des plaintes, la résolution de problèmes et la création d’une expérience utilisateur exceptionnelle.
- **Partenariats et Réseaux** : Établir des partenariats stratégiques avec des prestataires de services locaux et développer un réseau solide au sein de la communauté sont des éléments immatériels qui contribueront à l’expansion réussie de DomiConfort.

## 4.5 Les moyens humains

La réalisation efficace du projet DomiConfort repose sur la mise en place d’une équipe multidisciplinaire hautement qualifiée, rassemblant des compétences clés nécessaires à chaque phase du développement et de la mise en œuvre. De la conception technique à la stratégie marketing, du support client à la sécurité des données, cette équipe diversifiée sera le pilier fondamental garantissant le succès du projet dans sa globalité.

Dans cette section, nous explorerons en détail les profils clés et les compétences variées nécessaires pour concrétiser la vision de DomiConfort.

- **Développeurs et Ingénieurs logiciels** : chargés de concevoir et maintenir l'infrastructure logicielle. Leur rôle inclut la création d'une interface conviviale, l'intégration de fonctionnalités avancées et l'assurance de la sécurité des données. Ils jouent un rôle clé dans l'innovation technologique et la garantie de l'expérience utilisateur optimale.
- **Professionnel des Ressources Humaines** : responsable du recrutement, de la gestion du personnel et du développement des compétences. Ils veillent à la cohésion de l'équipe, mettent en place des politiques de ressources humaines efficaces et favorisent un environnement de travail propice à la productivité et à l'épanouissement professionnel. Leur rôle stratégique contribue à l'optimisation des talents et au succès global du projet.
- **Spécialiste en Sécurité des Données** : assure la protection et l'intégrité des informations sensibles des utilisateurs. Ils mettent en place des mesures de sécurité robustes, surveillent les menaces potentielles, et garantissent la conformité aux normes de confidentialité. Leur expertise contribue à instaurer la confiance des utilisateurs en assurant la sécurité des données tout au long de l'expérience sur la plateforme.
- **Responsable Marketing et relations publiques** : orchestre les stratégies de promotion et de communication. Il identifie les opportunités du marché, développe des campagnes ciblées, et analyse les résultats pour ajuster les tactiques. Son rôle central contribue à accroître la visibilité de DomiConfort et à fidéliser une clientèle diversifiée, ainsi que d'établir des relations avec des nouveaux partenaires.
- **Gestionnaire Administratif et Financier** : supervise les aspects financiers, administratifs et comptables. Il élabore les budgets, gère les transactions, et assure la conformité aux réglementations. Son rôle essentiel contribue à maintenir une stabilité financière et à optimiser l'efficacité opérationnelle de DomiConfort.
- **Personnel de Support Client et Communication** : joue un rôle clé dans l'établissement d'une relation exceptionnelle avec les clients. En répondant aux préoccupations des utilisateurs, fournissant une assistance technique et assurant une communication claire et réactive, il vise à maintenir la satisfaction client, résoudre les problèmes et renforcer la réputation positive de DomiConfort.

Le tableau ci-dessous illustre les différentes fonctions avec les compétences qu'on aura besoin de recruter pour le lancement du projet DomiConfort :

Poste	Effectif	Niveau d'étude	Compétences	Rémunération
<b>Ingénieur logiciel</b>	1	Bac+5	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Développement et maintenance d'applications</li> <li>-Utilisation de langages de programmation à jour</li> <li>-Codage, débogage et tests automatisés</li> <li>-Esprit de collaboration</li> <li>-Assurer la compatibilité avec différentes versions des systèmes d'exploitation</li> </ul>	8000,00dh
<b>Spécialiste en Sécurité des Données</b>	1	Bac+5	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sécurisation des systèmes et données contre les menaces</li> <li>-Stratégies de sécurité contre les attaques informatiques</li> <li>-Tests de pénétration pour détecter et corriger les vulnérabilités</li> <li>-Assurer la conformité réglementaire en sécurité des données</li> </ul>	8000,00dh
<b>Professionnel des Ressources Humaines</b>	1	Bac+5	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Communication interpersonnelle</li> <li>-Gestion du recrutement et du personnel</li> <li>-Connaissance de la législation du travail</li> <li>-Compétences en négociation et en résolution de problèmes</li> <li>-Analyse des données RH</li> <li>-Compétences en négociation et gestion du temps</li> </ul>	7000,00dh
<b>Responsable Marketing et relations publiques</b>	1	Bac+3	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Connaissance approfondie du marché et du secteur d'activité</li> <li>-Maîtrise de la stratégie</li> <li>-Compétences en gestion et management</li> <li>-Large expertise en marketing et communication</li> <li>-Bonne communication et excellent relationnel</li> <li>-Esprit analytique et sens du détail</li> </ul>	6500,00dh
<b>Gestionnaire Administratif et Financier</b>	1	Bac+5	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gestion administrative</li> <li>-Finance</li> <li>-Excellente maîtrise des logiciels comptables</li> <li>-Expertise en contrôle de gestion, finance, informatique de gestion</li> <li>-Compétence en pack Office</li> <li>-Pluridisciplinaire, Pragmatisme, Négociation, Autonomie</li> </ul>	6000,00dh

<b>Personnel de Support Client et Communication</b>	1	Bac+2	-Organisation et rigueur et secrétariat -Réactivité et dynamisme -Excellentes relations professionnelles -Écoute et analyse forts	4000,00dh
---	---	-------	--	-----------

TABLE 4.2 – Rôle et descriptions des Moyens humains

## 4.6 Conclusion

En conclusion, l'évaluation approfondie des locaux, des besoins matériels et des moyens humains a permis de définir une stratégie solide pour la mise en œuvre du projet Domi-Confort, assurant ainsi des bases opérationnelles robustes et efficaces. Ce chapitre jette les fondements essentiels pour le déploiement réussi de l'entreprise.

# Chapitre 5

## Estimation du coût du projet

### 5.1 Introduction

Ce chapitre se penche sur les différents aspects financiers, notamment les charges sociales, les différents frais, et le coût total du projet. Une analyse approfondie de ces éléments permettra de déterminer les investissements nécessaires et de poser des bases solides pour une gestion budgétaire efficiente, pour le succès à long terme de projet.

### 5.2 Charges sociales

Les **charges sociales** [2, 3] sont des contributions financières obligatoires versées par les employeurs, les travailleurs indépendants ou les travailleurs eux-mêmes pour financer différents systèmes de protection sociale et d'assurance.

#### TAUX DE COTISATION À LA CNSS

Type de cotisation	Taux Part Salariale	Taux Part Patronale
Prestations Sociales court et long terme	4.48 %	8.98 %
Allocations Familiale	–	6.40 %
Taxe de formation professionnelle	–	1.6 %
Total	4.48 %	16.98 %

TABLE 5.1 – Charges sociales (CNSS)

#### Taux de cotisation à l'AMO

Type de cotisation	Taux Part Salariale	Taux Part Patronale
AMO (Assurance Maladie Obligatoire)	2.26 %	2.26 %
Participation AMO	–	1.85 %
Total	2.26 %	4.11 %

TABLE 5.2 – Charges sociales (AMO)

### 5.2.1 charges patronales

Les *charges patronales* [4] désignent les contributions financières que les employeurs doivent verser aux autorités publiques ou aux organismes de sécurité sociale pour financer diverses prestations sociales et avantages pour leurs employés.

CNSS	16.98 %
AMO	4.11 %
<b>Charges Patronales (Frais professionnels)</b>	<b>21,09 %</b>

TABLE 5.3 – Taux de Charges Patronales

Poste	Effectif	Salaire Brut	Charges professionnels	CNSS 16,98%	AMO 4,11%
Ingénieur logiciel	1	8000,00dh	1687,20dh	1358,40dh	328,80dh
Spécialiste en Sécurité	1	8000,00dh	1687,20dh	1358,40dh	328,80dh
Gestionnaire RH	1	7000,00dh	1476,30dh	1188,60dh	287,70dh
Responsable Marketing	1	6500,00dh	1370,85dh	1103,70dh	267,15dh
Gestionnaire Administratif	1	6000,00dh	1265,40dh	1018,80dh	246,60dh
Support Client	1	4000,00dh	843,60dh	679,20dh	164,40dh
<b>Somme</b>	<b>6</b>	<b>39500,00dh</b>	<b>8330,55dh</b>	<b>6707,10dh</b>	<b>1623,45dh</b>

TABLE 5.4 – Charges Patronales

Les cotisations patronales que les employeurs doivent verser aux autorités pour leurs employés s'élèvent à **8330,55 Dhs** mensuellement, représentant ainsi un montant annuel total de **99966,60dh**.

### 5.2.2 charges salariales

Les *charges salariales* [5] font référence aux contributions financières que les travailleurs ou employés doivent verser, souvent sous forme de retenues sur leur salaire, pour financer diverses prestations sociales.

CNSS	4.48 %
AMO	2.26 %
<b>Charges Salariales (Frais professionnels)</b>	<b>6,74 %</b>

TABLE 5.5 – Taux de Charges Salariales

Poste	Effectif	Salaire Brut	Charges Salariales	CNSS 4,48%	AMO 2,26%	Salaire Net
Ingénieur logiciel	1	8000,00dh	539,20dh	358,40dh	180,80dh	7460,80dh
Spécialiste en Sécurité	1	8000,00dh	539,20dh	358,40dh	180,80dh	7460,80dh
Gestionnaire RH	1	7000,00dh	471,80dh	313,60dh	158,20dh	6528,20dh
Responsable Marketing	1	6500,00dh	438,10dh	291,20dh	146,90dh	6061,90dh
Gestionnaire Administratif	1	6000,00dh	404,40dh	268,80dh	135,60dh	5595,60dh
Support Client	1	4000,00dh	269,60dh	179,20dh	90,40dh	3730,40dh
Somme	6	39500,00dh	2662,30dh	1769,60dh	892,70dh	36837,70dh

TABLE 5.6 – Charges Salariales

Les retenues salariales atteignent **2662,30 Dhs** par mois, ce qui équivaut à un total annuel de **31947,60 Dhs**.

## 5.3 Coût du projet

Le coût du projet représente l'estimation globale des dépenses nécessaires pour réaliser un projet spécifique. Il englobe tous les coûts associés à la planification, la mise en œuvre et la clôture du projet.

### 5.3.1 Frais Préliminaires

Les "**frais préliminaires**" font référence aux coûts initiaux associés à la mise en place d'une entreprise. Ces frais sont engagés avant même que l'entreprise ne commence ses activités opérationnelles. Ils comprennent généralement les coûts nécessaires pour accomplir les formalités administratives, légales et fiscales liées à la création d'une entité commerciale.

Les frais préliminaires [6, 7, 8] à tenir en compte sont représentés dans le tableau suivant :

Libellés	Montant
Certificat négatif	230,00dh
Immatriculation au RC	150,00dh
Dépôt de statut	200,00dh
Annonce au journal légal	300,00dh
Annonce au bulletin officiel	450,00dh
Contrat de domiciliation	320,00dh
Inscription à la taxe professionnelle	200,00dh
PV de nomination du gérant	200,00dh
Cachet de la société	120,00dh
<b>Somme</b>	<b>2170,00dh</b>

TABLE 5.7 – Frais préliminaires



### 5.3.2 Frais Supplémentaires

Libellés	Montant Annuel
Cout de location	4000,00dh
Besoins matériels	72800,00dh
Logiciels/Serveur	3600,00dh
Pack Office	990,00dh
Marketing digital	18000,00dh
Abonnement téléphonique	9600,00dh
Nom du domaine	300,00dh
Hébergement web	720,00dh
<b>Somme</b>	<b>110010,00dh</b>

TABLE 5.8 – Frais Supplémentaires

### 5.3.3 Coût total du projet

Libellés	Montant Annuel
Frais Préliminaires	2170,00dh
Frais Supplémentaire	110010,00dh
Charges salariales	474000,00dh
Charges patronales	99966,60dh
<b>Coût total</b>	<b>686146,60dh</b>

TABLE 5.9 – Coût Total

## 5.4 Conclusion

En conclusion, l'estimation du coût du projet, en prenant en compte les charges sociales et les divers frais, constitue une vision solide pour une planification budgétaire rigoureuse. Cette approche financière approfondie est cruciale pour assurer le succès durable de DomiConfort.

# Chapitre 6

## Évaluation de la viabilité financière du projet

### 6.1 Introduction

Avant de nous engager dans cette aventure, il est impératif de nous assurer de la viabilité et de la rentabilité de nos idées commerciales. La démarche optimale réside dans la réalisation d'une évaluation de faisabilité. L'objectif est d'examiner les actifs tangibles et intangibles de notre entreprise, en mettant particulièrement l'accent sur la mise en valeur de nos avantages concurrentiels. Il est également essentiel de comprendre les objectifs réels et de vérifier leur réalisabilité dans le contexte de notre expansion. Cette étude conduit à l'élaboration des éléments suivants :

- Un compte de produits et charges (CPC) prévisionnel ;
- Un calcul des amortissements ;
- Un tableau de la marge brute d'autofinancement ;
- Un bilan d'ouverture.

### 6.2 Calcul des amortissements (TAUX = 20%/1an)

L'amortissement représente également un instrument de gestion qui offre la possibilité d'appréhender la valeur nette des actifs de notre entreprise, de formuler une estimation de l'état d'usure global de son outil de travail, et de déterminer les coûts de revient associés.

Matériel et mobilier de bureau				
Année	Valeur de base	Annuité d'amortissement	Amortissement cumulé	Valeur nette comptable
2024	72 800dh	14 560dh	14 560dh	58 240dh

TABLE 6.1 – Calcul d'amortissement-1

### 6.3 Compte de produits et charges (CPC)

Le Compte de Produits et Charges (CPC) joue un rôle fondamental dans notre analyse en fournissant une perspective globale sur les résultats obtenus au cours des trois premières années.

	2023	2024	2025
<b>1.Produit d'exploitation</b>			
Chiffre d'affaires	1047216	1173475.8	1151937.6
<b>Total 1</b>	1047216	1173475.8	1151937.6
<b>2.Charges d'exploitation</b>			
<b>Location</b>	4000	4000	4000
Achat de marchandises	72800	0	0
Impôts et taxes	0	0	0
Charges personnelles	474000	474000	474000
Autres charges externes	99966.6	99966.6	99966.6
<b>Total 2</b>	650766.6	577966.6	577966.6
<b>3.Résultats d'exploitation</b>	396449.4	595509.2	573971
4.Produits financiers	0	0	0
5.Charges financières	0	0	0
<b>6.Résultat Financier(4-5)</b>	0	0	0
<b>7.Résultat Courant(3+6)</b>	396449.4	595509.2	577966.6
8.Produits non courants	0	0	0
9.Charges non courantes	0	0	0
<b>10.Résultat non courant(8-9)</b>	0	0	0
11.Résultat avant impôt(7+10)	396449.4	595509.2	577966.6
<b>Résultat net(11)</b>	396449.4	595509.2	577966.6

FIGURE 6.1 – Compte des Produits et Charges

## 6.4 Marge brute d'autofinancement (MBA)

			2023	2024	2025
	1	Ventes de marchandises	0	0	0
	2	Achat revendus de marchandises	0	0	0
I = 1-2		MARGE BRUTE SUR VENTES EN L'ETAT	0	0	0
II = 3+4+5		PRODUCTION DE L'EXERCICE	1047216	1173475,8	1151937,6
	3	Ventes de biens et services produits	1047216	1173475,8	1151937,6
	4	Variation de stocks de produits	0	0	0
	5	Immobilisations produites par l'entreprise pour elle meme	0	0	0
III = 6+7		CONSOMMATION DE L'EXERCICE	72800	0	0
	6	Achats consommés de matières et fournitures	72800	0	0
	7	Autres charges externes	0	0	0
IV = I+II-III		VALEUR AJOUTE	974416	1173475,8	1151937,6
	8	Subventions d'exploitation	0	0	0
	9	Impôts et taxes	0	0	0
	10	Charges de personnel	47830,55	47830,55	47830,55
V=IV-8-9-10		EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION (EBE)	926585,45	1125645,25	1104107,05
VI		RESULTAT D'EXPLOITATION	926585,45	1125645,25	1104107,05
	11	RESULTAT FINANCIER	0	0	0
VII = VI +11		RESULTAT COURANT	926585,45	1125645,25	1104107,05
	12	RESULTAT NON COURANT	0	0	0
VIII = VII + 12		RESULTAT NET DE L'EXERCICE	926585,45	1125645,25	1104107,05
	13	Dividendes distribues	0	0	0
VIII - 13		Marge brute d'autofinancement	926585,45	1125645,25	1104107,05

FIGURE 6.2 – Tableau de calcul de la marge brute d'autofinancement

## 6.5 Bilan d'ouverture

	Actif			Passif	
	Brut	Amortissement	Net		Montant
Actif Immobilisé				Frais Préliminaires	
Immobilisation en non-valeur				Capitaux Propres	352300
Frais Préliminaires	2170		2170	Financement Permanent	100000
Immobilisations corporelles					
Loyer			4000		
Matériel de bureau/informatique	72800	14560	58240		
Actif circulant					
Créances de l'actif circulant					
Trésorerie					
Banque			187890		
Caisse			200000		
<b>Total Actif</b>	<b>74970</b>	<b>14560</b>	<b>452300</b>	<b>Total Passif</b>	<b>452300</b>

FIGURE 6.3 – Bilan d'ouverture

## 6.6 Conclusion

À la suite de l'analyse financière de notre projet, impliquant l'estimation de son coût et l'évaluation de sa faisabilité financière, il devient impératif de sélectionner la forme juridique que nous adopterons.

# Chapitre 7

## Choix du statut juridique de l'entreprise

### 7.1 Introduction

La création de Pharmacie Finder en France implique des démarches juridiques essentielles pour établir une base solide pour l'entreprise. Ce chapitre se concentre sur le choix du statut juridique, une décision cruciale qui détermine les règles de fonctionnement, la responsabilité des associés et les obligations fiscales. Il est impératif de choisir un statut qui corresponde aux besoins de l'entreprise et à ses objectifs de croissance.

### 7.2 Raison sociale

La raison sociale de l'entreprise, *Pharmacie Finder*, est le nom légal sous lequel elle sera enregistrée. Ce nom reflète la mission de l'application : faciliter la recherche de pharmacies et l'accès aux médicaments pour les patients. Il évoque directement le service proposé, rendant la marque facilement identifiable et mémorable. Une raison sociale claire et pertinente est essentielle pour la communication avec le public et pour établir une présence sur le marché.

### 7.3 Forme juridique

La Société à Responsabilité Limitée (SARL) a été choisie comme forme juridique pour Pharmacie Finder en raison de plusieurs raisons. Tout d'abord, elle offre une protection des biens personnels des associés, qui ne sont responsables qu'à hauteur de leurs apports, ce qui protège leurs finances personnelles en cas de difficultés. De plus, la SARL permet une flexibilité de gestion, car le statut social du gérant peut être adapté selon les besoins de l'entreprise. L'absence de capital minimum requis constitue également un atout, facilitant ainsi le démarrage de l'entreprise en s'ajustant à sa structure financière. Enfin, les avantages fiscaux associés à la SARL, notamment le fait qu'elle soit soumise à l'impôt sur les sociétés, permettent des déductions fiscales sur les rémunérations des dirigeants.

## 7.4 Caractéristiques de la forme SARL

La Société à Responsabilité Limitée (**SARL**) présente les caractéristiques suivantes pour *Pharmacie Finder* :

- **Souplesse lors de la création** : La SARL se distingue par sa flexibilité lors de la création, permettant aux associés de définir librement leur investissement sans contrainte de capital minimum, tout en autorisant les apports en industrie, offrant ainsi un avantage concurrentiel par rapport aux SA et aux SAS.
- **Responsabilité Limitée des Associés Actifs** : Les associés actifs ne sont responsables qu'à concurrence de leurs apports, préservant ainsi leur responsabilité financière personnelle.
- **Limitation du Risque Financier** : Les associés ne sont responsables qu'à hauteur de leurs apports, protégeant ainsi leurs biens personnels en cas de difficultés financières.
- **Flexibilité du Statut Social du Gérant** : La SARL offre une souplesse dans la gestion de l'entreprise, permettant d'ajuster le statut social du gérant selon les besoins.
- **Sécurité Juridique des Statuts** : Les statuts de la SARL offrent une sécurité juridique, établissant les règles de fonctionnement de l'entreprise de manière claire et contraignante.
- **Pas de Capital Minimum Requis** : La constitution de la société ne demande pas de capital minimum, s'adaptant ainsi à la structure financière du projet Domi-Comfort.
- **Automatiquement Assujettie à l'Impôt sur les Sociétés (IS)** : La SARL bénéficie de déductions fiscales pour les rémunérations des dirigeants, favorisant une gestion fiscale optimale.
- **Possibilité d'Ajouter des Associés** : Avec la possibilité d'avoir jusqu'à 50 associés, la SARL permet d'ajouter de nouveaux membres au besoin.
- **Système de Prise de Décision** : La SARL permet la nomination d'un gérant pour les décisions courantes, tout en donnant aux associés le pouvoir de prendre des décisions importantes lors d'assemblées générales.

## 7.5 Conclusion

En conclusion, la SARL s'avère être le statut juridique le plus approprié pour Pharmacie Finder. Elle offre une combinaison de flexibilité, de protection financière et de sécurité juridique, essentielle pour le développement d'une start-up dans le secteur de la santé numérique. Ce choix garantit également une structure adaptée aux petites et moyennes entreprises, permettant à Pharmacie Finder d'évoluer et de croître efficacement sur le marché.

# Conclusion Générale

La création de DomiConfort représente une réponse dynamique et novatrice à la demande croissante de services à domicile au Maroc. À travers une exploration approfondie des besoins émergents de la clientèle et des opportunités du marché, ce projet a été façonné pour simplifier la vie quotidienne des individus et des familles, tout en offrant une gamme variée de services intégrés.

En analysant méticuleusement le marché, en définissant une stratégie marketing précise et en évaluant attentivement les aspects techniques, financiers et juridiques, DomiConfort a jeté les bases solides nécessaires à sa réussite. L'engagement envers la viabilité et la rentabilité, illustré par une évaluation de faisabilité approfondie, démontre l'approche réfléchie et proactive de l'équipe dirigeante.

Enfin, le choix judicieux du statut juridique et les démarches juridiques réalisées attestent de la préparation minutieuse de DomiConfort pour son entrée sur le marché. Dans un paysage entrepreneurial en évolution constante, DomiConfort se positionne comme un acteur majeur, prêt à transformer le secteur des services à domicile au Maroc et à répondre efficacement aux besoins changeants de sa clientèle diversifiée.



# Bibliographie

- [1] <https://www.regus.com/fr-fr/morocco/rabat/virtual-offices>
- [2] <https://www.cnss.ma/fr/content/paiement-de-vos-cotisations-sociales>
- [3] <https://blog.ojraweb.com/taux-cnss-maroc-2023/>
- [4] <https://minthr.com/ma/blog/taux-de-cotisations-sociales-et-patronales-au-maroc/>
- [5] <https://wintime.ma/calcul-des-cotisations-sociales-cnss-au-maroc/>
- [6] <http://www.guelmiminvest.ma/formalites-de-creation-d-entreprise.php>
- [7] <https://trefle.ma/les-etapes-de-creation-dentreprise-au-maroc/>
- [8] <https://flasheconomie.com/frais-de-creation-de-societe-au-maroc/>