

StartUp Challenge

BY MOOV AFRICA - GABON TELECOM



Secteur de candidature

Health-Tech : solutions digitales pour la santé

Nom du projet : E-PHARMA GABON

En Face UOB, Libreville/GABON ; Tel : (+241) 0011734117/074607182/ 074607501 / 065181911

Email : info@tn-gabon.com site : www.tn-gabon.com

NIF : 311588E RCCM : RG LBV 2009A10534 UBA : 40025 05809 80901600225 25

BUSINESS PLAN

START-UP CHALLENGE

1- *PRESENTATION DU PROJET*

E-PHARMA GABON est un Logiciels de Gestion d'Officine (**LGO**). Pour comprendre quelles sont les principales fonctionnalités, considérons un patient qui vient de consulter son médecin et qui entre dans une pharmacie publique ou privée, avec l'ordonnance médicamenteuse rédigée par ce médecin. Les médicaments prescrits sont d'abord saisis par le pharmacien. Le logiciel doit signaler les éventuelles **interactions médicamenteuses potentiellement dangereuses pour le patient. Les contrindications relatives à l'âge, la grossesse, les allergies sont également signalées.** Et pour cela il faut un logiciel répondant aux attentes de la politique sanitaire locale.

E-PHARMA GABON va faciliter grandement la gestion des officines. Les structures médicales et les pharmacies gèrent des milliers de références. Sans un tel logiciel le temps mis pour la délivrance de médicaments serait très important sans compter le manque de suivis qui entrainerait des dégâts au niveau de la santé de la population.

Ce logiciel est très important pour des pharmaciens, ***pour les commandes de médicaments, la facturation, la gestion des patients, la gestion du stock, la gestion des assurances, la gestion des produits (médicament), la gestion des dates de péremption etc.*** Ils peuvent être interfacés au robot automate et à celui qui réalise la préparation des doses à administrer. Ils permettent au pharmacien d'être sûr qu'un médicament donné au comptoir ne nécessite pas une ordonnance spécifique par exemple.

Le programme va gérer les Ventes comme les Achats. Ceci implique donc une Gestion de la Caisse et des Stocks (Commandes Répartiteurs et Commandes Directes). Cette gestion quotidienne de la pharmacie nécessite la création et un suivi rigoureux des nombreux fichiers indispensables au programme. Voici quelques fichiers qui seront créés.

1. Vente

Chaque vendeur dans la pharmacie a son code vendeur qui lui permet de s'identifier avant chaque opération. Cette identification systématique permet de retrouver le vendeur qui a servi à Mme X le produit Y tel jour à telle heure. Cette recherche évite bien souvent des litiges avec les clients. Il n'est pas rare d'entendre " Mais si, c'est Mr X, le grand noir qui m'a servi " alors qu'en fait après recherche il s'agissait " de la petite clair ... ! ". Cette codification des vendeurs permet en outre de visualiser le Chiffre d'affaire par vendeur, et on peut même analyser les ventes de façon beaucoup plus fine en déterminant que telle personne vend plus tel type de produit plutôt qu'un autre.

2. Gestions des stocks

La gestion de stock désigne la capacité du logiciel à gérer les entrées de tous les produits présents à l'officine et leur sortie lors de la vente. Par conséquent, les LGO analysent les stocks:

- Lors de la commande avec les grossistes-répartiteurs ou les laboratoires : même si elle n'est pas encore reçue, le système en possède déjà la connaissance évitant ainsi des achats inutiles. Au moment de la réception, une saisie à l'aide d'un terminal scannant les produits reçus permet de détecter les erreurs de livraisons de manière semi-automatique.
- Lors de la vente, l'ordinateur retranche de sa base de données les produits vendus. Ainsi, la gestion de stock assistée par ordinateur permet au pharmacien d'avoir une représentation virtuelle de ce qu'il possède au sein de son officine. Cette représentation se doit d'être la plus proche possible de la réalité physique. Les différences peuvent s'expliquer par des erreurs lors de la manipulation du système informatique, des erreurs dans l'emplacement du lieu de stockage, des destructions involontaires non répercutées dans le système informatique ou encore des vols.

Lorsqu'un fournisseur lui livre les médicaments commandés, le propriétaire de la pharmacie (et non ses employés) doit implémenter la base de donnée du logiciel par le nombre de médicaments livrés, leur nom, leur type et leur date de péremption.

3. Gestion de la caisse

À la fin de chaque journée, le pharmacien réalise le bilan journalier comptable. Le logiciel ayant enregistré le moyen de paiement de chaque achat, affiche les montants ayant transités par le TPE (Terminal de Paiement Électronique), le nombre de chèques encaissés et le montant des recettes en espèces. Le pharmacien contrôle la réalité de ces informations et peut procéder à la correction des erreurs éventuelles

4. Télétravail

Le télétravail désigne la possibilité de travailler en dehors des lieux physiques habituels (dans notre cas, l'officine). Ainsi la présence physique du titulaire n'est pas requise pour certaines opérations (préparations de commande, compatibilité, ...). Nous proposons donc un accès à distance au LGO. Cette fonctionnalité exige une sécurisation du flux de connexion puisqu'elle est une porte sur l'extérieur et une possibilité de fuite d'informations confidentielles sur l'entreprise ou sur les données des patients.

5. SMS

Il arrive couramment que les pharmaciens ne puissent fournir tous les produits au comptoir. Cette fonctionnalité, couplée à une fiche client comprenant le numéro de mobile, permet d'alerter les personnes de la réception des produits. La gestion des articles promis est alors plus harmonieuse.

6. Gestion du matériel de location

Le patient peut se voir prescrire du matériel médical (lit, potence, béquilles, canne, nébuliseur...), délivrable en pharmacie. Le plus souvent, l'officine ne possède pas ce matériel et passe par un tiers. Toutefois, c'est elle qui s'occupe de la facturation à la Sécurité Sociale. Le LGO aide donc le pharmacien à bien remplir cet acte et lui facilite sa comptabilité avec son loueur de matériel.

7. Gestion des emplois du temps de l'équipe officinale

Cette fonctionnalité permet de gérer, de manière centralisée, les rendez-vous pris avec les représentants commerciaux des laboratoires, les formations ponctuelles proposées par les laboratoires, les journées obligatoires prévues par la formation continue, les gardes et bien sûr les plannings de chaque employé. Couplée aux informations sur la fréquentation de l'officine, elle peut être une aide intéressante dans la gestion de son équipe.

8. Gestion des droits de l'équipe officinale

Les alertes sanitaires diffusées par la voie du dossier pharmaceutique doivent être validées par le pharmacien présent à l'officine. Ainsi les LGO doivent différencier les membres de l'équipe officinale, notamment en fonction de leur profession (pharmacien, préparateurs, magasiniers). Les magasiniers, par exemple, ne peuvent pas délivrer de médicaments aux comptoirs. En pratique, les titulaires peuvent choisir de confier la responsabilité de certains postes à certains membres: par exemple le responsable du stock pourra être le seul (en plus du titulaire) à pouvoir modifier le stock dans le LGO.

9. Gestion des collectivités

Les officines sont amenées à travailler avec des collectivités (foyers logements, maison de retraites, EHPAD, personnes sous tutelles), chacune ayant des habitudes de facturation liées à leur organisation propre (facturation mensuelle globale ou par patients, double facture pour les tutelles, séparation de la part obligatoire et de la part complémentaire, ...).

10. Fichier Produit

C'est le plus important de tous. Il s'agit du fichier le plus volumineux et le plus consulté que l'ordinateur ait à gérer. Pour chaque produit vendu le programme y fait appel tant pour le stock, la posologie, le prix ... IL comprend de nombreux champs. Ces champs sont communs le plus souvent à l'ensemble des pharmacies équipées du même programme à l'exception du Code rayon, du prix d'achat et parfois aussi du prix de vente. IL comprend deux zones. L'une consacrée à la forme du produit, à son remboursement, et à son prix de vente. L'autre qui détermine la gestion du stock, son réapprovisionnement, son rangement dans l'officine :

- *Code CIP + Code EAN si le produit en dispose*
- *Libellé du produit (DOLIPRANE 500 MG BTE 15 CP EFF)*
- *Forme (comprimé, ampoules buvables, injectables ...)*
- *Famille (homéopathie, dermocosmétique, grand public ...)*
- *Liste (1, 2 ou stupéfiant) et Usage (adulte, enfant, nourrisson)*
- *Type (non remboursé, tips, ...)*
- *Taux de remboursement (65%, 35%, 100%, NR)*
- *Prix de vente public TTC*
- *Taux de TVA (18%)*
- *Taux de CSS (1%)*
- *Prix d'achat HT et Taux de marque*
- *Base de remboursement et Date de la dernière vente*
- *Code Rayon*
- *Code Répartiteur et type de réapprovisionnement*
- *Code Laboratoire pour les statistiques de ventes par laboratoire*
- *Stock réel et la quantité en commande*
- *Stock mini et maxi ainsi que la quantité en réserve*
- *Date de la dernière commande et quantité commandé...*

A partir de cette fiche, il est possible d'effectuer des recherches multicritères afin de visualiser la rotation du stock, les ventes sur 1 journée, 1 mois, 1 an ... en fonction de la saisonnalité par

exemple. De plus on peut lui associer des notes qui apparaîtront à chaque vente du produit sélectionné.

11. Fichier Contrats:

Pour chaque assuré bénéficiant du tiers payant, le fichier client associe un fichier complémentaire tenant compte des taux de remboursements et des dates de validité des caisses Primaire et Complémentaire auxquelles l'assuré est adhérent.

- *NOM Prénom de l'assuré*
- *Type de contrat (65/35%, 60/30% , 100/35 %...)*
- *Organisme (CNSS, CNAMGS, ASCOMA, ACR, GRAS SAVOGE ...)*
- *N° de Centre de Sécurité Sociale*
- *Date de Validité*
- *Type d'imprimé ...*

Dans le cas de dossier mutuelle, on peut ajouter le N° d'Adhérent en plus du N° de Sécurité Sociale, ainsi que le code préfectoral de la mutuelle pour une meilleur identification)

Il s'agira alors de faire des installations chez les clients dans le but de mettre en place une plateforme numérique afin de pré visualiser la disponibilité des articles présents dans ces différentes structures et de comparer les prix.

2- OBJECTIFS

Les objectifs à atteindre : à court terme, à moyen terme et à long terme.

Chaque pays a son système de santé et sa politique interne de santé. Il faut des outils informatiques qui répondent à un besoin local des officines et de tous ceux qui gèrent des références pharmaceutiques au Gabon. **Il faut que notre pays ait une réponse à cette problématique**, cela permettra aussi à notre ministère de la santé d'avoir des statistiques en temps réel de la consommation de chaque type de médicament.

Objectif principal :

L'objectif de ce logiciel sera de combler cette partie de **la E-santé de notre pays**. Il devra permettre aux structures publique et privée d'avoir une **gestion cohérente et fiable** des stocks de leurs produits pharmaceutiques, parapharmaceutiques, de faire une bonne gestion des dossiers patients. Il devra faciliter les échanges d'informations entre les assurances et les officines. Faciliter la collecte des informations entre le **ministère de la santé les applications E-santé et les officines. Et aussi donner la possibilité au professionnel du secteur d'avoir leur mot à dire sur le système de gestion qu'ils utilisent. Ce qui n'est pas le cas actuellement.**

Objectifs à atteindre à court-terme :

Désengorger l'attente au niveau des officines pour tout patient achetant des médicaments. L'objectif ici est de **diviser par 3** au moins le temps mis pour les clients **CNAMGS** par exemple dans les officines. Surtout de mettre sur pieds un progiciel made in Gabon fiable pour le secteur pharmaceutique.

Objectifs à atteindre à moyen terme :

Faciliter la recherche et l'achat des médicaments. Sur le moyen terme, on a pour objectif de se maintenir et de faire croître l'activité afin de pouvoir récupérer entre 40 et 50% du marché.

Objectifs à atteindre à long terme :

Dominer le marché et avoir sur une plateforme avec un maximum possible de structures enregistrées qui permettra de passer les commandes à distance et d'être livré.

De ce fait, notre objectif à long terme est d'obtenir la plus grande part du marché possible et de proposer nos services dans la sous-région. Se faire une représentation à l'extérieur dans le but d'établir une confiance avec nos clients. **L'installation de nos clients passera par l'accessibilité de nos services via les plateformes de téléchargement tel que App store, Windows store, Play Store.**

3- MISSION

Besoins que l'entreprise a l'intention de satisfaire

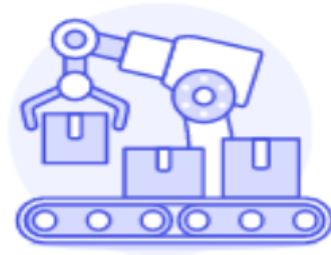
La digitalisation efficace et innovante des officines et de tous les secteurs qui gèrent un stock de produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques du Gabon est notre mission principale.

L'intérêt de la digitalisation, se fait de plus en plus ressentir. Dans le secteur de la pharmacie d'officines par exemple, le digital souvent négligé peut aider le pharmacien à accroître sa performance commerciale et opérationnelle, à prolonger son rôle de conseil au-delà du comptoir et donc d'avoir un contact permanent avec sa patientèle.

Voici quatre stratégies essentielles à mettre en place pour atteindre la digitalisation. Et le logiciel à mettre sur pieds devra y répondre.

BACK OFFICE & EQUIPES

- Meilleure gestion et optimisation du stock
- Automatiser les commandes et les réceptions de commandes
- Sécurisation du stock et en général des rayons par vidéosurveillance
- Formation continue de votre équipe



OPTIMISATION, MOTIVATION & FORMATION DES EQUIPES

PRÉSENCE DE L'OFFICINE

- Référencement dans les annuaires web
- Mise en avant des spécialités de l'officine
- Proposer de nouveaux services
- Identification claire de votre point de vente



PRESENCE SUR LE WEB, FACILITER LA VIE À VOS PATIENTS

E-PRESTATIONS

- Store Locator (vous identifier facilement)
- Click & Collect
- Envoi d'ordonnances par voie électronique
- Suivi des traitements maladies chroniques



AUGMENTER VOTRE ZONE DE CHALANDISE, ACCROÎTRE VOTRE CA, DÉVELOPPER DES MARCHÉS DE NICHE

DIGITALISER LE POINT DE VENTE

- Tablette numérique rendant le patient autonome sur la constitution de son panier
- Retrait rapide des e-réservations
- Multiplication des moyens de paiements
- Ecrans d'information sur certains produits et promotions



4- LE MARCHE CIBLE

Volume de votre marché potentiel

Ce logiciel est destiné à une communauté élargie et on peut noter que les acteurs concernés en e-santé sont nombreux, parfois même cachés. Mais voici l'échantillon principal uniquement sur le Gabon :

- ✓ Pharmacies privées
- ✓ Dépôts Pharmaceutiques
- ✓ Cliniques avec gestion de stock
- ✓ Hopitaux et pharmacies public
- ✓ Pharmacies CNSS
- ✓ Assurance:
- ✓ CNAMGS
- ✓ Ministère de la santé
- ✓ Editeurs de logiciels mobile
- ✓ Toute entité gérant un stock de produit pharmaceutique

5 - PRINCIPAUX CONCURRENTS

La pharmacie existe au Gabon depuis plus de 50, mais les logiciels pour gestion informatique des officines depuis presque 30 ans. Il y a actuellement sur le Gabon environ 4 logiciels de gestion de pharmacie qui sont exploités sur le Gabon. Ils proviennent de **France, du Maroc, du Mali.**

➤ WINPHARM

The screenshot displays the WinPharma 8.2.2 interface. At the top, there's a menu bar with options like Dossier, Edition, Listes, Vente, Etat, Gestion, Location, Commandes, Stock, Modules, MonGroupement, and Internet. Below the menu is a workflow diagram with steps: Lire carte vitale, Scan ordonnance, Facture automatique, Imprimer ordonnance, and Réglement Off-En-ligne. The main area is divided into three panels: Assuré, Malade, and Médecin. The Assuré panel contains fields for Nom (DURAND), Prénom (STEPHANE), No. \$\$, Adresse (PLACE DE L'INDUSTRIE), CP Ville (75000 PARIS), and Centre. The Malade panel contains fields for Nom (DURAND), Prénom (STEPHANE), Lien/lié(e) (ASSURÉ), Tél Mob, Code Rembt, and Contrat (Bleu, Blanc, NR, LPP Base, Orange). The Médecin panel contains fields for Nom, Prénom, No. ID, Spéc, Tél, Date/orig ordi (28/08/2013), Date fac (28/08/2013), and D. visite. At the bottom, there's a table with columns: N, Produit, Liste, Stock, Cmd, V, TVA, Base, PrixTTC en €, Remise, Qté, and Montant en €.

➤ EDPHARM

The screenshot displays the EDPHARM V6 interface. At the top, there's a menu bar with options like FICHIER, FACTURATION, COMMANDE, STOCK, EXPLOITATION, ANALYSES, PARAMETRES, SYSTEME, and FERMER. Below the menu is a large blue area with the text "EDPHARM V6" and a graphic of a pharmacy cross and a shopping cart. On the left, there's a sidebar with a "Clients" section containing buttons for "Mise à jour", "Produit par période", "Facture par client", and "Suivi règlement". Below these are buttons for "Factures", "Stock", "Exploitation", and "Analyse". On the right, there's a calendar for August 2020 and a "WWW" logo with the URL "www.edsite.net". At the bottom right, there's a user profile section with a photo and the text "Connectée : SUPERVISEUR".

SOBRUS PHARMA
Tableau de bord
Clients
Produits
Ventes
Achats
Fournisseurs
Confrères
Organismes
Stock
Rapports
Plus

Tout Numérique Depot Ogvin
ogvin@sobrus.com

Support : 05 30 500 500

Tableau de bord

Dr. Salim
2020-04-15 14:36:11

Information

Merci aux pharmaciens

شكراً للأطباء

Toute l'équipe Sobrus et tous les citoyens du monde éprouvent un profond respect et remerciement envers tous les pharmaciens, pour votre courage, votre humanité, votre combativité, votre aide et votre solidarité depuis que nous sommes en guerre contre le **Covid-19**.

Sachez que notre équipe sera toujours présente pour vous soutenir et répondre à toutes vos questions à travers les canaux habituels et aux mêmes horaires.

Dr. Salim
2019-03-07 18:53:35

Conseil

C'est parce que votre satisfaction est notre première priorité que nous veillons chaque jour à améliorer nos services.

Enquête de satisfaction

Contacter Sobrus

Aide
0

GESTOFI du 37 juillet 2017 - Centre Appels : 05.22.26.03.66/72 - 05.22.22.77.68 - Fax : 05.22.48.47.32 email : contact@softwin.ma - www.softwin.ma (Ne répond pas)

Stock
Items
Vente
Echanges
Commande
Caisse et BANQUE
Paramétrage
Utilitaires
Divers

Clients

Produits retournés de la veille et d'aujourd'hui

Palmarès des ventes par 10 (Unités et PPV)

2

2

4

0

1

3

PHARMACIE DEMONSTRATION

6- VALEUR AJOUTEE DE L'ACTIVITE

Qu'est-ce que notre produit apporte de plus à l'utilisateur

Voici quelques grandes lignes non exhaustives des domaines dans lesquelles nous allons nous différencier des logiciels existants.

- 1) Permettre le Click & Collet
- 2) Il s'adapte pour les petites, moyenne et grande structure
- 3) Le logiciel fera la lecture et la scénarisation des ordonnances ;
- 4) Il permettra de créer un dossier Pharmaceutique afin d'éviter les interactions médicamenteuses ;
- 5) Il permettra une gestion des stocks assistée par ordinateur pour avoir une vision immédiate des médicaments qui risquent d'être en rupture de stock ou des produits en trop grand stock à l'officine. Il alertera automatiquement lorsqu'un produit atteint le seuil de Réapprovisionnement.
- 6) La reconnaissance des codes-barres et Damatrix (Code CIP13 du médicament, le numéro de lot et sa date de péremption) ;
- 7) Un coffre-fort électronique (ou gestionnaire de document GED) pour gérer les dossiers Patients (similaire au CRM), obtenir une traçabilité des traitements, et archiver les documents électroniques liés aux praticiens ou salariés ;
- 8) Des modules de logiciel de comptabilité afin de réaliser les comptes (TVA-IMPOTS) de l'officine directement depuis le logiciel de pharmacie ;
- 9) L'accès à distance du logiciel de pharmacie pour réaliser une précommande ou Votre comptabilité sans être présent à la pharmacie et sans logiciel tier comme Anydesk ou TeamViewer.
- 10) L'envoi automatique de SMS au client lorsque le produit que vous leur avez commandé est arrivé ;
- 11) La gestion du matériel de location (entrée et retour des lits médicalisés, béquilles, Potences...) ;
- 12) La planification des emplois du temps de l'équipe officinale ainsi que les informations des employés;
- 13) La sauvegarde automatique vers un serveur à distance pour ne pas risquer de perdre Toutes les informations de vos solutions de gestion ;

- 14) Un comparateur de prix afin d'obtenir le meilleur tarif des produits chez les grossistes ;
- 15) Pouvons attribuer directement un fournisseur un produit selon le meilleur prix afin d'avoir le prix le moins cher au comptoir.
- 16) Pouvoir afficher le prix de vente des produits selon le lot du prix d'achat. Un produit pouvant avoir plusieurs prix de vente selon les achats.
- 17) Des fiches conseils à fournir aux clients pour optimiser l'utilisation d'un médicament où d'un produit de parapharmacie directement sur la facture ;
- 18) Des mises à jour transparente pour le système locale et cloud sans arrêt de l'activité.
- 19) Il permettra un échange d'informations entre les assurances et le logiciel.
- 20) Il permettra la récupération automatique des commandes chez les grossistes répartiteurs pour une mise en stock facile et rapide.
- 21) Il fait des inventaires avec code barre et par zone de rangement.
- 22) Il permettra la sortir des factures récapitulatives pour les assurances chaque mois selon le type fourni pas chaque assurance sans avoir à ressaisir les informations.
- 23) Il devra pouvoir recevoir les ordonnances directement des médecins après consultation.

7- LES FACTEURS CLES DE NOTRE SUCCES

Les éléments qui nous permettent de nous distinguer par rapports à la concurrence

Ce qui nous distingue par rapport à la concurrence est notre efficacité, rapidité et la disponibilité du personnel sur le plan local ainsi que la connaissance du marché et le besoin de ces structures. Ce qui permettra des mises à jour rapide quant au besoin des structures. Nous avons aussi une expérience de plus de 15 ans dans le domaine

Nous allons être proches et à l'écoute de la clientèle afin de mieux l'assister dans la résolution des problèmes liés aux numériques. Dans le but de devenir numéro 1 sur le marché, nous procéderons par une simplicité quant à l'utilisation de nos services.

Nous voulons inspirer chez notre clientèle une relation de confiance et de qualité et de professionnalisme. Notre service avant-vente aura un CRM pour une plus grande prise en compte des besoins de nos clients.

8- LA POLITIQUE MARKETING

Plan marketing qui nous permettra d'atteindre nos objectifs.

Notre politique commerciale sera basée sur la **taille de la structure**, sa **localisation**, le **nombre d'équipement** à installer et les besoins du client. Notre logiciel sera subdivisé **en module** afin de mettre à disposition uniquement le module indispensable a une rentabilité efficace du client.

POLITIQUE DU PRIX :

Les prix les plus bas sur le marché sont compris entre **850.000 et 1.500.000**. Les prix les plus élevés varient **entre 3.000.000 et 7.000.000** (ceux-ci comprennent la licence du logiciel et le matériel parfois). Avec un prix d'intervention de **40 000 /heure**.

Nous allons nous situer entre **500.000 et 3.000.000** pour les raisons suivantes : la plupart des logiciels sont importés. Autrement dit, ils sont conçus hors du Gabon. Cela nous permettra d'être concurrentiel et d'avoir même les plus petites structures.

Notre redevance mensuelle sera comprise entre **35 000 – 75 000**. Avec un prix d'intervention de **20 000** heures. (les prix sont HT)

PROMOTION :

Nous entrevoyons une bonne **cérémonie de lancement** avec invitation de tous les **grands acteurs et responsable du secteur**. Cette cérémonie de lancement sera en direct sur Facebook avec invitation des différents médias de la place (radio, télévision,).

Nous organiserons aussi des formations de présentation par vidéoconférence ou en présentiel avec :

- L'ordre des pharmaciens
- Le syndicat des pharmaciens
- Le syndicat des dépôts pharmaceutiques
- UBIPHARM GABON
- PHARMA GABON
- Le syndicat des assurances
- La CNAMGS

Nous mettrons aussi des **kakemonos** de présentation dans les endroits où les professionnels du secteur se rendent régulièrement (**chez les grossistes et la DMP**) .

Nous allons aussi faire des vidéos qui montrent de façon claire nos modules et comment faire un changement rapidement de logiciel.

Nous mettrons aussi sur pieds des news letters pour informer chaque fois nos clients sur nos avancées.

Nous allons aussi embaucher des technico-commerciaux qui vont sillonner tout le Gabon pour présenter notre logiciel.

9- PREVISIONS

Chiffre d'affaires envisagés avec les résultats programmés sur les 3 années à venir

Compte d'exploitation*

	2022	2022	2024
DISPONIBILITE DES FONDS	26.340.000	14.585.600	35.792.000
Recettes des ventes	59.040.000	118.080.000	177.120.00
Clients	36	48	72
TPS facturée	273.600	4.377.600	6.566.400
TVA	10.627.200	21.254.400	31.881.600
Autres recettes (contrat de maintenance)	34.560.000	46.080.000	69.120.000
Total des encaissements	99.208.000	189.792.000	284.688.000
Dépenses pour achat	43.200.000	86.400.000	129.600.000
Dépense pour le personnel	18.000.000	25.100.000	32.400.000
Dépenses pour charges diverses	12.000.000	18.000.000	24.000.000
Dépenses pour TVA	7.776.000	15.552.000	23.220.000
Total des Décaissements	80.976.000	145.052.000	209.220.000
Fonds disponible en fin d'année	18.232.000	44.740.000	75.468.000

*Détail voir annexe 1

COUT ET FINANCEMENT DU PROJET

Détail des investissements et coûts

Tableau du cout du projet (XAF)	
Composantes	Montant (XAF)
Pharma-ML	1.950.000
Frais hébergement	275.000
Equipements	1.650.000
Mobiliers et matériel de bureau	925.000
Matériel roulant	5.000.000
Divers et Imprévus	1.450.000
Fonds de roulement	4.550.000
Total	15 800 000

Annexe 1 (point 9)

Année 2022

Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Recette des ventes	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	108 000 000
Clients	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
TVA	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	885 600	10 627 200
Contrat de maintenance	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	2 700 000
TPS	21 375	21 375	21 375	21 375	21 375	21 375	21 375	21 375	21 375	21 375	21 375	22 800	256 500
CSS	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	590 400

Année 2023

Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Recette des ventes	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000	180 000 000
Clients	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
TVA	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	1 771 200	21 254 400
Contrat de maintenance	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000	4 500 000
TPS	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	35 625	427 500
CSS	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600	787 200

Pour l’année 2024 on appliquera le même principe en envisageant 7 installations par mois