

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
المدرسة العليا لإدارة الأعمال - تلمسان
Ecole Supérieure de Management Tlemcen

قسم الطور الثاني
Département du second cycle



مذكرة تخرج ماستر
في إطار القرار الوزاري رقم 008 المعدل و المتمم للقرار 1275
الذي يحدد كيفية إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على
« شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة »

شعبة: علوم التسيير
تخصص: إدارة المؤسسات السياحية



المشروع

AGRONEUX

تاريخ المناقشة:

2025 /07 /03

من إعداد:

1/قاسمي وائل

أمام لجنة المناقشة المتكونة من:

الاسم و اللقب	المؤسسة	الدرجة	الصفة
سالم عبد الجبار	م.ع.إ.أ. تلمسان	أستاذ تعليم عالي	رئيس
موساوي رفيقة	م.ع.إ.أ. تلمسان	أستاذة محاضرة أ	ممتحن
عمار أسماء	م.ع.إ.أ. تلمسان	أستاذة محاضرة ب	مشرف 1
حايد زهية	م.ع.إ.أ. تلمسان	أستاذة محاضرة أ	مساعد
نعيم الهام	م.ع.إ.أ. تلمسان	أستاذة محاضرة أ	مثل الحاضرة
زريوح محمد	مديرية المصالح الفلاحية	-	الشريك الاقتصادي

السنة الجامعية 2025/2024

شكر وعرفان

في ختام هذا العمل الذي تطلب منا جهدا كبيرا ومرافقة مستمرة، لا يسعنا إلا أن نعبر عن بالغ امتناننا لكل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا المشروع، وندين لهم بجزيل الشكر والعرفان.

نتقدم بداية بالشكر والامتنان لاساتذتنا الكرام الذين لم يخلوا علينا بالنصح والتوجيه، والذين كانت ملاحظاتهم وتوجيهاتهم النبراس الذي اثار لنا طريق البحث والتطوير، وعلى رأسهم الاستاذ المشرف الذي كان معنا علميا ومعنويا، ورافقنا خبرته وصبره منذ بداية المشروع حتى نهايته.

كما ندعى بالشكر كل اعضاء الهيئة البيداغوجية والادارية للمؤسسة، على ما قدموه لنا من دعم وتسميات طيلة مشوارنا الجامعي، الذي شكل القاعدة التي انطلقنا منها لتأسيس هذا العمل.

ولا يغوتنا أن نعبر عن تقديرنا العميق لكل الخبراء والفلاحين والمربين والمصنيين الذين شاركوا آراءهم وملاحظاتهم القيمة خلال مراحل الدراسة الميدانية، وساهموا بصدق في إثراء رؤيتنا للمشروع، وادراكنا لحقيقة التحديات والفرص في الميدان.

كما نعرب عن امتناننا لعائلاتنا، الذين كانوا دائما مصدر التشجيع والدعم النفسي والمعنوي، وتحملوا معنا ضغوطات هذه المرحلة بتفهم وصبر ومحبة لا توصف.

والى كل زملائنا واصدقائنا الذين لم يخلوا علينا بالمساعدة والدعم والمشاركة الفعالة في هذا المشوار، نقدم اصدق عبارات الشكر والعرفان.

هذا العمل هو ثمرة مجهود جماعي وتعاون مثمر، ونأمل أن يكون لبنة تضاف الى مسار الابتكار والتنمية في الجزائر

5.....المحور الأول : عرض فكرة المشروع

- 5.....1.فكرة المشروع
- 7.....2.القيمة المضافة
- 14.....3.فريق العمل
- 21.....4.الأهداف الأساسية للمشروع
- 31.....5.جدول زمني لتحقيق المشروع :

36.....المحور الثاني : الجوانب الابتكارية

- 36.....1.طبيعة الابتكار
- 37.....2.مجالات الابتكار

44.....المحور الثالث : التحليل الاستراتيجي للسوق

- 44.....1 خطة مشروع
- 71.....2.عرض القطاع السوقي

80.....3قياس شدة المنافسة

- 83.....4 الاستراتيجية التسويقية

91.....المحور الرابع : خطة الإنتاج والتنظيم

- 91.....1عملية تقديم الخدمة في مشروع AGRONEUX
- 94.....2.التمويل
- 96.....3الموارد البشرية

101.....المحور الخامس : الخطة المالية

- 101.....1.الأعباء والتكاليف
- 104.....2.رقم الاعمال
- 104.....3.جدول حساب النتائج
- 106.....4.الخطة الخزينة

108.....المحور السادس : النموذج الاولي

121.....المراجع

قائمة الجداول

25.....	جدول يبين منهجية SMART على مشروع AGRONEUX
29.....	جدول يبين استراتيجية hoshin kanri المطبقة على AGRONEUX
30.....	جدول يوضح اهداف AGRONEUX على المستويات : القريب، المتوسط، البعيد
69.....	جدول يبين تحليل SWOT لمشروع AGRO NEUX
72.....	جدول مقارنة بين السوق المحتمل والمتسهدف
75.....	احصائيات عدد البياطرة لسنة 2025
80.....	جدول يبين المنافسين للتطبيق
81.....	جدول يبين دراسة SWOT للمنافسين
102.....	جدول يبين تكاليف التي يحتاجها المشروع للانطلاق
103.....	جدول الالعباء الثابتة
104.....	جدول يبين رقم اعمال الشركة على مدار خمس سنوات
104.....	جدول يبين حساب النتائج
106.....	جدول يمثل خطة الخزينة الشهرية

قائمة الاشكال

- الشكل 01 : مخطط توضيحي لفكرة المشروع.....7
- الشكل 02 : صورة بطاقة المشاركة في اكبر معرض فلاحي في الجزائر.....21
- شكل 03 يوضح خطة مشروع AGRONEUX وفق مخطط GANTT.....34
- الشكل 04 : اللوغو الخاص بتطبيق AGRONEUX.....41
- شكل 05 : شعار المشروع ضمن ائسراتيجية الجزائر الخضراء.....42
- الشكل 06 : شعار التطبيق في لافتة إعلانية.....42
- الشكل 07 : صورة تبين استراتيجية المحافظة السامية للرقمنة.....65
- الشكل 08 : احصائيات حول الزراعة في الجزائر.....73
- الشكل 09: ماهي المشاكل التي تواجهك في عملك الفلاحي.....76
- الشكل 10 ان كانت اكثر المشكلات في الحصول على الدعم والمعلومات.....77
- الشكل 11: إجابة الاستبيان حول هل تستعمل الهاتف في عملك الفلاحي خلال البيع والشراء.....78
- الشكل 12 : استبيان هل وجود تطبيق فلاحي مهم في هاتفك.....79
- الشكل 12 : مخطط اليد العاملة في المشروع.....99
- شكل 14 الخطة المالية للمشروع في مخطط.....101
-108
- شكل 15 : واجهة الدخول عند التطبيق لأول مرة.....108
- شكل 16 واجهة الدخول لتطبيق.....108
- الشكل 17 : واجهة الاستقبال في التطبيق.....109
- الشكل 18 : واجهة الشراء وكراء المعدات.....110
- شكل 19 : الملف الشخصي.....110
- الشكل 21 واجهة الاتصال بنا.....111
- الشكل 22 : واجهة الاخبار.....112
- شكل 23 : المنتدى الفلاحي داخل التطبيق.....113



- الشكل 24 فلاح الاسبوع 113
- الشكل 24: مواقع التواصل للتطبيق 113
- الشكل 25: واجهة طلب الدعم البيطري والاستشارات 114
- الشكل 26: واجهة المديرية ومراكز البحث والمعاهد 115

الملاحق

- 1..... الملاحق
- 122..... الملحق 01 : الميزانية الخاصة بالمشروع
- 124..... الملحق 02 : مخطط العمل التجاري
- 124..... الملحق 03 : الاستبيان الموجه للفلاحين
- 127..... الملحق 04 : شهادة توظيف
- 128..... الملحق 05 : رقم اعمال السجل التجاري مقدمة من طرف المركز الوطني للسجل التجاري

مقدمة عامة

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت ريادة الأعمال خيارا استراتيجيا يمكن الأفراد، خاصة فئة الشباب، من المساهمة الفاعلة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. لقد تحولت روح المبادرة من مجرد توجه اختياري إلى ضرورة ملحة، خصوصاً في السياقات التي تعرف فيها معدلات البطالة ارتفاعاً ملحوظاً، والاقتصادات المحلية تحديات هيكلية كبيرة. وفي هذا السياق، يبرز دور الطالب الجامعي كمحرك أساسي في بناء اقتصاد قائم على المعرفة والابتكار.

وفي الجزائر، شهدت ريادة الأعمال دفعا جديدا بفضل السياسات الحكومية المشجعة، لاسيما بعد صدور القرار الوزاري رقم 1275 الصادر عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، والذي أدرج ما يُعرف بـ "شهادة مشروع مبتكر" ضمن المسارات الممكنة لنيل شهادة التخرج. هذا التوجه يهدف إلى تمكين الطلبة من الانتقال من مقاعد الدراسة إلى عالم المشاريع الناشئة، عبر تحويل أفكارهم إلى حلول عملية، ذات تأثير اقتصادي واجتماعي ملموس.

من هذا المنطلق، وحرصا منا على المساهمة في حل مشكلات حقيقية يعيشها المجتمع الجزائري، توجهنا نحو قطاع الفلاحة باعتباره أحد أعمدة الاقتصاد الوطني، والذي يشكل مصدر رزق لجزء كبير من سكان الجزائر، خاصة في المناطق الداخلية والريفية. فرغم أهميته الاستراتيجية، لا يزال هذا القطاع يعاني من عدة اختلالات، من أبرزها: ضعف التواصل بين الفلاحين والجهات الداعمة، صعوبة الوصول إلى المعلومة الزراعية الدقيقة، غياب التنسيق بين المتدخلين في سلسلة القيمة الفلاحية، ونقص الحلول الرقمية التي تواكب متطلبات العصر.

إن هذه التحديات شكلت منطلقا لفكرة مشروعنا المبتكر "AGRONEUX"، وهو تطبيق ذكي يهدف إلى ربط الفلاحين بكافة الفاعلين في المنظومة الزراعية، من خبراء ومهندسين فلاحيين، بباطرة، موردين، مؤسسات تمويل، وحتى أسواق الاستهلاك. يجمع التطبيق بين الجانب التقني والبعد الاجتماعي، من خلال منصة موحدة تسهل التفاعل، وتوفر خدمات رقمية فعالة، وتدعم اتخاذ القرار لدى الفلاحين، مما ينعكس إيجابا على مردودية الإنتاج الزراعي، واستدامة النشاط الفلاحي في الجزائر.

وبناء على دراسة معمّقة للسوق والبيئة الريادية، وبلاستناد إلى المنهجيات العلمية المعتمدة في تصميم المشاريع الابتكارية، جاءت هذه المذكرة لتعرض كافة مراحل تطوير مشروع "AGRONEUX"، من تشخيص الإشكالية إلى اقتراح الحل، مروراً بتحليل السوق، النموذج

الاقتصادي، خطة التمويل، وآفاق التطوير. نأمل أن يشكل هذا العمل لبنة أولى نحو تجسيد تطبيق فعلي يسهم في رقمنة الفلاحة الجزائرية وتعزيز قدراتها التنافسية.

يُعد "AGRONEUX" استجابة ملموسة للتحديات التي يواجهها القطاع الفلاحي الجزائري، الذي يشهد في السنوات الأخيرة حركية متزايدة في ظل التوجهات الوطنية نحو الأمن الغذائي والتنمية الريفية. إذ يُعاني الفلاح الجزائري من عدة عراقيل مزمنة، لعل من أبرزها صعوبة الوصول إلى المعلومة الزراعية الدقيقة، ضعف التشبيك مع الخبراء والبيطريين، تعقيدات التمويل، ونقص قنوات الاتصال مع الموردين والأسواق.

هذه التحديات قد تُؤثر سلبًا على مردودية الفلاحين، وتضعف من ثقتهم في المنظومة الداعمة.

يقترح "AGRONEUX" :

"حلا رقميا مبتكرا ومبسّطا يهدف إلى ربط الفلاحين بكافة الفاعلين في السلسلة الفلاحية من خلال منصة موحدة، مما يسهم في تسريع التفاعل، وتسهيل تبادل المعلومات والخدمات، وتقديم الدعم التقني والمالي المناسب في الوقت المناسب.

نحن مقتنعون بأن التزامنا الريادي، وحلنا الرقمي المبتكر في مجال ربط الفاعلين الفلاحين، سيساهمان في تحديث الفلاحة الجزائرية، واحترافية الخدمات المقدمة للفلاحين، مما يعزز الإنتاج الوطني ويقوي النسيج الاقتصادي في المناطق الريفية. كما يندرج تطبيق "AGRONEUX" في إطار مقارنة تنمية مستدامة، عبر ترشيد الموارد، وتحسين الإنتاجية، وتحقيق شراكات محلية مسؤولة، وبالتالي الإسهام في تحقيق فلاحة ذكية، رقمية وشاملة في الجزائر.

الفصل الأول

عرض فكرة المشروع

في هذا الفصل، سنتناول الجوانب الأساسية المتعلقة بفكرة المشروع، والتي تتمثل في:

1. حول فكرة المشروع
2. القيم المقترحة
3. فريق المشروع
4. أهداف المشروع
5. مخطط تنفيذ المشروع

المحور الأول : عرض فكرة المشروع

1. فكرة المشروع

تعد الجزائر دولة فلاحية بامتياز، حيث يمتلك القطاع الفلاحي إمكانات هائلة بفضل التنوع الجغرافي، والتربة الخصبة، والتقاليد الزراعية العريقة التي يمتد تاريخها لقرون. ومع ذلك، يواجه الفلاح الجزائري تحديات متعددة تعرقل استغلال هذا الإمكان الطبيعي والبشري، من أبرزها: ضعف الوصول إلى المعلومة، نقص التأطير البيطري والتقني، صعوبة ربط علاقات موثوقة مع الموردين والبنوك، إضافة إلى غياب منظومات رقمية فعالة تُسهّل سير العمل اليومي للفلاح.

في هذا السياق، جاءت فكرة مشروع "AGRONEUX" كاستجابة رقمية مبتكرة لهذه التحديات. يتمثل التطبيق في منصة ذكية تهدف إلى ربط الفلاحين بالخبراء البيطريين، المهندسين الزراعيين، الموردين، البنوك، والجهات الداعمة، في بيئة رقمية واحدة آمنة، تتيح تبادل المعلومات والخدمات بشكل سريع وفعال.

الفكرة انطلقت من ملاحظة ميدانية دقيقة، تمثلت في فقدان الفلاحين للوقت والموارد، بسبب اعتمادهم على الطرق التقليدية في التسيير والتواصل، كالدفاتر الورقية والزيارات العشوائية. هذه الوضعية كثيرًا ما تُفضي إلى خسائر في المحاصيل، تأخر في العلاج البيطري، أو سوء تقدير احتياجات التزود بالمدخلات الزراعية، مما يُقلّل من إنتاجيتهم ويدفعهم إلى الهشاشة الاقتصادية.

التحدي الأول: عزلة الفلاح المعلوماتية

الفلاح في الجزائر يعاني من نقص المعلومة، سواء تلك المتعلقة بالتغيرات المناخية، الآفات، طرق الزراعة، أسعار السوق، أو الدعم الموجه له. هذا النقص يجعله يتخذ قرارات عشوائية، ويزيد من خسائره.

الحل في AGRONEUX:

تقديم إشعارات فورية ونشرات فلاحية رقمية مخصصة حسب المنطقة والمنتج.

التحدي الثاني: ضعف الارتباط بين الفلاح والبيطري

الكثير من الفلاحين، خصوصًا في تربية المواشي والدواجن، لا يجدون بيطريًا في الوقت المناسب، ويعتمدون على "التجربة والتقليد" أو "الدواء الشعبي"، ما يؤدي إلى هلاك الثروة الحيوانية.

الحل في AGRONEUX:

حجز مباشر لمواعيد بيطرية، تشخيص أولي، وطلب التدخل المستعجل عبر التطبيق.

التحدي الثالث: تشتت الموردين وغياب السوق الرقمي

يواجه الفلاح صعوبات في الوصول إلى الأسمدة، الأدوية، البذور، العتاد الفلاحي... حيث يضطر للانتقال لمسافات طويلة أو الشراء من تجار غير موثوقين.

الحل في AGRONEUX:

واجهة سوق إلكتروني فلاحى بها موردون موثوقون، عروض دائمة، تقييمات، وخدمة توصيل مستقبلية.

التحدي الرابع: نقص التكوين والتوجيه

الفلاح لا يتلقى عادة تكوينًا مستمرًا، ولا يعرف أغلبه كيفية تحسين الإنتاج أو تخزين المنتج أو إدارة التكاليف.

الحل في AGRONEUX:

مكتبة تكوينية مرئية (فيديوهات، صوتيات، صور، كتيبات)، في مواضيع الزراعة، البيطرة، التسويق. التحدي الخامس: صعوبة الحصول على التمويل
الإجراءات المعقدة، وغياب الخبرة في ملء الملفات، والبيروقراطية البنكية كلها تعيق الفلاح عن الحصول على الدعم.

الحل في AGRONEUX

نموذج طلب دعم أو قرض مدمج بالتطبيق، إرشادات خطوة بخطوة، وربط مباشر مع البنوك المشاركة.

التحدي السادس: غياب ملف رقمي للفلاح

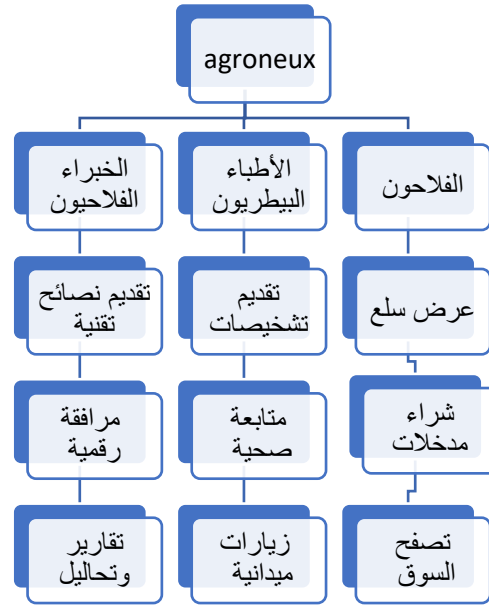
الفلاح لا يمتلك عادة سجلًا إلكترونيًا لحالته الإنتاجية، الحيوانية، الصحية أو المالية، ما يجعله غير مرئي في منظومة اتخاذ القرار.

الحل في AGRONEUX:

ملف فلاحى رقمي متجدد، يستخدمه البيطري والمورد والخبير، ويعتمد عليه البنك .
إن فقدان المعلومة أو ضياع الوقت في المجال الفلاحي يُعتبر عاملاً قاتلاً لنجاح الموسم الفلاحي. لهذا، يمثل "AGRONEUX" ليس مجرد تطبيق، بل تحولًا حقيقيًا نحو فلاحية أكثر احترافية، مبنية على الثقة، السرعة، والتكامل بين مختلف الفاعلين.

إن الرؤية التي يحملها المشروع تنسجم مع الطموحات الوطنية لتحقيق الأمن الغذائي وتعزيز الاقتصاد الأخضر. فالتحول الرقمي في الفلاحية لم يعد خيارًا، بل ضرورة لمواجهة التغيرات المناخية، تحسين الإنتاج، وضمان استدامة الموارد

الشكل 01 : مخطط توضيحي لفكرة المشروع



المصدر: اعداد مخطط فريق العمل

هو مشروع فلاحى مبتكر (تطبيق) يعنى بدمج التكنولوجيا، الرقمنة والابتكار في القطاع الزراعي، بهدف إحداث تحول نوعي في كيفية ممارسة الفلاحة في الجزائر، لاسيما في المناطق الريفية والنائية.

2. القيمة المضافة

1.2 الرقمنة الذكية للقطاع الفلاحي

لقد ظل القطاع الفلاحي في الجزائر وللسنوات طويلة يعتمد على أساليب تقليدية في تسيير النشاطات اليومية، سواء في ما يخص التواصل مع الخبراء، شراء المعدات، الحصول على التمويل أو حتى تسويق المنتجات. هذه الطرق، وإن كانت مألوقة، إلا أنها أصبحت غير مجدية في عصر الرقمنة، حيث باتت التكنولوجيا أداة مركزية لرفع المردودية وتسهيل المهام. ومن هنا، تأتي أولى القيم المضافة التي يقترحها تطبيق "AGRONEUX"، المتمثلة في رقمنة العمليات الفلاحية بشكل ذكي وسلس، دون تعقيد. يرتكز هذا التوجه على تصميم منصة رقمية سهلة الاستخدام موجهة خصيصاً للفلاح الجزائري، تتوفر فيها واجهات بسيطة وسلسة باللغة العربية، أو حتى بالدارجة المحلية، لتتناسب مع مستوى الثقافة الرقمية عند مختلف فئات الفلاحين. وتُمكن الرقمنة الذكية من تجميع المعطيات الحيوية للفلاح (موقع الأرض، نوع الزراعة،

الأمراض، الطقس، التكاليف...) بشكل تلقائي أو يدوي، من أجل إنشاء ملف فلاحي رقمي يرافقه مدى الحياة. إن القيمة الحقيقية هنا لا تكمن فقط في إدخال التقنية، بل في تكييفها لتخدم الواقع الميداني للفلاح الجزائري. هذا التحول الرقمي يساهم في القضاء على العشوائية في التسيير، ويُسهل على الفلاح اتخاذ قرارات مبنية على بيانات آنية ودقيقة، مما ينعكس مباشرة على جودة الإنتاج، وتقليل التكاليف، وزيادة فرص النجاح في مشاريعهم الزراعية.

2.2 الربط المتكامل بين الفلاح وجميع الفاعلين

من أبرز المشاكل التي يعاني منها الفلاح الجزائري اليوم هي التشتت، وغياب حلقة وصل مباشرة وفعالة مع مختلف الجهات التي يتعامل معها، سواء كانت بنوكًا، خبراء، بياطرة، أو موردين. هذا الانفصال يُضعف من قدرته على التخطيط، ويجبره أحيانًا على اللجوء إلى وسطاء أو طرق عشوائية قد تكلفه خسائر كبيرة. انطلاقًا من هذه الإشكالية، يقدم "AGRONEUX" قيمة مضافة أساسية من خلال الربط الذكي والمتكامل بين الفلاح وكل المتدخلين في سلاسل القيمة الفلاحية. تقوم المنصة بدور "الجسر الرقمي" الذي يربط الفلاح بخبير فلاحي معتمد في منطقته، أو ببيطري يمكنه تقديم استشارة فورية لحالة مستعجلة، أو بمورد يقدم أدوات أو بذور بأسعار تنافسية. كما تربطه بالمؤسسات المالية لطلب قرض، وحتى بالمصالح الإدارية كالدواوين الفلاحية أو مصالح الدعم والتكوين. هذه الربطية تُمكن الفلاح من العمل في بيئة شفافة ومتكاملة، حيث يتم تقليص عدد الوسطاء، وتسريع سير الإجراءات، مع تقليل هامش الخطأ. علاوة على ذلك، تُعتبر هذه القيمة عنصرًا حاسمًا في بناء الثقة بين مختلف الأطراف، وتحفيز التعاون المتعدد التخصصات داخل المجال الفلاحي.

3.2 التشخيص الفوري والمرافقة الميدانية

من بين العراقيل اليومية التي يواجهها الفلاح هي صعوبة الوصول إلى رأي خبير أو تشخيص دقيق لمشكلة معينة، سواء تعلق الأمر بمرض نباتي، إصابة حيوانية، أو خلل في الإنتاج. وفي ظل غياب نظام توجيهي دائم ومتاح، يلجأ الكثير من الفلاحين إلى حلول تقليدية أو غير مضمونة، مما يؤدي إلى تفاقم الوضع وإلى خسائر فادحة. وهنا تتجلى القيمة المضافة الثالثة التي يقدمها "AGRONEUX"، والمتمثلة في تشخيص فوري لحالات الطوارئ ومرافقة دائمة عن بُعد أو ميدانيًا. من خلال واجهات سهلة الاستخدام، يمكن للفلاح أن يرسل صورة أو مقطع فيديو لمشكلته، لتصل مباشرة إلى شبكة من الخبراء المعتمدين. بعد تحليل الحالة، يتم إرسال التوصيات التقنية الفورية أو

يتم توجيه الفلاح إلى بيطري/خبير في منطقته، حسب نوع الإشكال. هذا النظام لا يحل فقط مشكلة التشخيص، بل يُشكل نقلة نوعية في طريقة تقديم الخدمة الفلاحية، حيث يجعلها أكثر سرعة، أكثر دقة، وأكثر إنسانية. ومن خلال خاصية الموقع الموجودة في الهاتف، يمكن إرسال فرق بيطرية أو تقنية إلى الميدان إن لزم الأمر، مما يرفع من مصداقية الخدمة ويعزز الإحساس بالدعم والمتابعة المستمرة. هذه المرافقة تؤسس لعلاقة مستدامة بين الفلاح والمنصة، وتساهم في تقليص الخسائر الناتجة عن التأخر في التدخل أو سوء التقدير.

4.2 التمويل السهل والأمن

يُعدّ الحصول على تمويل فلاح في الجزائر أحد أكثر التحديات التي تُقيد تطور النشاط الفلاحي، خصوصاً لدى صغار الفلاحين. البيروقراطية، غياب المعلومات الدقيقة حول الشروط والضمانات، صعوبة إعداد ملفات القرض، وقلة التوجيه في التعامل مع المؤسسات البنكية، كلها عوامل تعيق وصول الفلاح إلى الدعم المالي الضروري. أمام هذا الواقع، جاء "AGRONEUX" بقيمة مضافة جوهرية تتمثل في تيسير عملية التمويل وتحويلها إلى مسار رقمي مؤمن وبسيط يساعد جميع الفلاحين والموالين في مهامهم خاصة في الظروف الصعبة، تعتمد المنصة على نظام ذكي لتكوين ملف قرض فلاح بشكل آلي، بالاعتماد على المعطيات التي يدخلها الفلاح حول نشاطه، مساحته، نوع إنتاجه، وتقديرات دخله وتكاليفه. يتم بعد ذلك تصدير هذا الملف إلكترونياً بصيغة معتمدة ليرسل مباشرة إلى البنك الشريك أو إلى صندوق دعم الفلاحة. كما تقدم المنصة نماذج جاهزة وبمبسطة لتعبئة الملفات، بالإضافة إلى دعم تقني من خلال مرشدين لمرافقة الفلاح خطوة بخطوة. هذا التمكين المالي يفتح للفلاحين أبواب التوسعة، شراء المعدات، تحديث وسائل الري، أو حتى الاستثمار في مشاريع جديدة. علاوة على ذلك، فإن الرقمنة تقلل من فرص التلاعب أو التأخير، وتوفر سجلاً موحداً للفلاح، يسهل تتبعه من قبل البنوك، مما يسهل عملية الموافقة على القروض ويُحسن العلاقة بين القطاع البنكي والقطاع الفلاحي.

5.2 السوق الذكية

تسويق المنتوجات أو شراء المدخلات الفلاحية غالباً ما يتم في بيئة يغلب عليها الطابع الفوضوي، سواء من حيث الأسعار، الجودة، أو قنوات التوزيع. كثير من الفلاحين يجدون أنفسهم تحت رحمة المضاربين، أو غير قادرين على بيع منتوجهم في الوقت المناسب أو بالسعر المناسب، مما يؤدي إلى خسائر مادية كبيرة. انطلاقاً من هذا المشكل، يقدم "AGRONEUX" سوقاً فلاحية رقمية ذكية ومفتوحة، تُعد من أبرز القيم المضافة التي من شأنها أن تُحدث قطيعة مع الفوضى التسويقية. من خلال هذه السوق، يمكن للفلاح أن يعرض منتوجه للبيع مباشرة إلى المشتريين أو المتعاملين، كما

يمكنه طلب أسعار عروض من الموردين (أسمدة، بذور، معدات...) ومقارنتها بشكل مباشر. تحتوي المنصة على نظام تقييم الموردين والبائعين، مما يعزز من الشفافية، ويُمكن الفلاح من الاختيار الجيد بالإضافة إلى ذلك، تقدم السوق الذكية واجهات توصية تعتمد على الذكاء الاصطناعي، لتقترح على الفلاح شركاء مناسبين، أو حتى تُرشده إلى الأسواق المناسبة حسب نوع المنتج، توقيت الجني، أو الموقع الجغرافي. هذه الآلية تفتح آفاق التسويق أمام الفلاحين، خصوصًا في المناطق النائية، وتُقلص من اعتمادهم على وسطاء السوق التقليديين.

6.2 المعلومة الفلاحية في الوقت الحقيقي

غياب المعلومات الدقيقة وفي وقتها الحقيقي هو أحد العوامل الخفية وراء تدهور أداء العديد من المشاريع الفلاحية. الطقس، تغيرات السوق، الأمراض النباتية والحيوانية، كلها عوامل تحتاج إلى مراقبة دائمة واتصال فوري. في هذا السياق، يطرح "AGRONEUX" قيمة مضافة متميزة تتمثل في نظام معلوماتي لحظي موجه للفلاح، يُوفر له تغذية راجعة يومية مبنية على مصادر رسمية يُوفر التطبيق نشرات جوية مخصصة حسب موقع الحقل، تنبيهات فورية حول الأمراض أو الآفات المنتشرة في المنطقة، أخبار الدعم الحكومي أو التكوينات المتوفرة، بالإضافة إلى أسعار السوق المحلية والوطنية لمختلف المحاصيل. هذه المعلومات يتم تنسيقها من خلال لوحات عرض مبسطة وسهلة الفهم، وتدعم اتخاذ القرار الزراعي بشكل مبني على معطيات واضحة. الأثر هنا يتمثل في الحد من الخسائر المفاجئة، وتعزيز الاستجابة السريعة لأي تغير أو خطر محتمل، كما تُشجع هذه الخاصية على التعامل الاستباقي بدل العشوائي، ما يُحسن مردودية الفلاح وجودة تدبيره اليومي.

7.2 التكوين المستمر والتثقيف الفلاحي

العديد من الفلاحين، رغم امتلاكهم للأرض والرغبة في العمل، يفتقرون للمعرفة التقنية الكافية التي تؤهلهم لمواجهة تحديات العصر، كالتغير المناخي، تقنيات الري الحديثة، أو سبل التسميد المستدام. لهذا، يقدم "AGRONEUX" قيمة مضافة استراتيجية تتمثل في التكوين المستمر والرقمي للفلاح، ضمن منهجية تعليمية مبنية على تقنيات التعليم المصغر والتوجيه المباشر. المنصة توفر مكتبة فلاحية مرئية، تحتوي على فيديوهات توضيحية، كتيبات إلكترونية، أسئلة وأجوبة، وحتى دورات قصيرة مصممة خصيصًا للفلاح الجزائري. يتم تقديم المحتوى بالدرجة، أو اللغة العربية المبسطة، مع اعتماد الرسوم البيانية والصور التوضيحية لتسهيل الفهم. كما تُمكن

خاصية البث المباشر من تنظيم ندوات دورية مع مختصين وخبراء، للإجابة على أسئلة الفلاحين هذه القيمة تضمن تحسين كفاءة الفلاحين، تقليل التبعية، وزيادة القدرة على الابتكار والتجديد، ما يساهم بشكل مباشر في رفع جودة الإنتاج وتحقيق استقلالية معرفية لدى المستخدمين.

8.2 التتبع والتقييم الذكي للأنشطة الفلاحية

واحدة من أضعف حلقات النشاط الفلاحي التقليدي في الجزائر هي غياب التتبع المنتظم والتقييم المنهجي لمختلف العمليات التي يقوم بها الفلاح. في غياب سجلات دقيقة، يصعب على الفلاح معرفة مدى تقدمه، أو التعرف على أسباب تراجع مردوديته، أو حتى تقييم نجاعة الاستثمارات التي يقوم بها. ولهذا السبب، يقدم "AGRONEUX" قيمة مضافة أساسية تتمثل في نظام رقمي متكامل لتتبع وتقييم النشاط الفلاحي بطريقة آلية ومستمرة. من خلال التطبيق، يتمكن الفلاح من تسجيل عمليات الزرع، الري، التسميد، المعالجة، والجني يوميًا بيوم، مع إمكانية إرفاق صور أو ملاحظات، كما يمكنه تتبع الحالة الصحية للحيوانات إذا كان يمارس نشاطًا حيوانيًا. كل هذه البيانات تُخزن تلقائيًا في ملف خاص بالفلاح، تُنتج بعد ذلك تقارير دورية حول الأداء، التكاليف، العائدات، وحتى مؤشرات الإنذار المبكر في حال وجود خلل معين. وبالإضافة إلى التقييم الذاتي، تُمكن هذه المعطيات الخبير أو البنك أو الممول من متابعة تقدم الفلاح وتحليل مدى التزامه بخطة العمل أو الجدوى المالية للمشروع. هذا التتبع الذكي يحول التسيير الفلاحي من نشاط عشوائي إلى عملية منظمة مبنية على بيانات فعلية، ويُساعد على تحسين التخطيط الموسمي، الحد من التكرار في الأخطاء، وتعزيز ثقافة التحليل والتطوير المستمر لدى الفلاحين.

9.2 العدالة الرقمية والإدماج الاجتماعي

رغم التقدم التكنولوجي، لا يزال جزء كبير من الفلاحين في الجزائر يعانون من التهميش الرقمي، خصوصًا في المناطق الريفية أو الجبلية. النساء الريفيات، صغار الفلاحين، والمزارعون التقليديون، غالبًا ما يُقصون من المنظومات الرقمية لغياب التكوين أو البنية التحتية، مما يعمق الهوة الاجتماعية بينهم وبين المزارعين الكبار أو المناطق الحضرية. ولهذا، يعتبر "AGRONEUX" الإدماج الرقمي والاجتماعي أحد أعمده الأساسية، ويقدمه كقيمة مضافة راسخة في كل خدماته. تهدف المنصة إلى دمج التكنولوجيا في القطاع الفلاحي، عبر واجهات بسيطة، بلغات ولهجات محلية، وباستخدام رسومات وأيقونات مفهومة حتى لغير المتعلمين. كما أنها تعمل على توفير نسخة

خفيفة من التطبيق تعمل بدون أنترنت دائم، مع إمكانية الوصول عبر الرسائل النصية القصيرة. على مستوى النوع الاجتماعي، يشجع "AGRONEUX" على إدماج النساء الريفيات عبر إنشاء مساحات رقمية خاصة بهن، والتعاون مع الجمعيات النسوية لتكوينهن، وربطهن بالأسواق، والتشجيع على المبادرات النسائية خاصة في إطار برنامج الدولة الجزائرية المرأة الريفية. هذا التوجه يقلص الفجوة الرقمية والاجتماعية، ويمنح فرصًا متكافئة لكل فئات الفلاحين مهما كان مستواهم أو موقعهم، مما يجعل المنصة أداة للعدالة وليس فقط للأداء التقني.

10.2 دعم الفلاحة الذكية والمستدامة

في ظل التغيرات المناخية والتحديات البيئية المتزايدة، لم يعد بالإمكان الاعتماد على أساليب الإنتاج التقليدية وحدها. هناك حاجة ملحة لدمج الاستدامة في قلب السياسات الفلاحية، من حيث الاقتصاد في الموارد، حماية التربة، وترشيد استخدام المدخلات الكيميائية. وهنا تتجلى القيمة المضافة العاشرة لمشروع "AGRONEUX"، والتي تتمثل في تشجيع واعتماد نموذج الفلاحة الذكية والمستدامة، ليس كشعار فقط، بل كممارسة فعلية خاصة مع توجهات الدولة الجزائرية. يقدم "AGRONEUX" توصيات ذكية موجهة للفلاحين، حول تقنيات الزراعة العضوية، الري بالتنقيط، التسميد الطبيعي، تدوير المخلفات، واستعمال البذور المحلية المقاومة. كما يُتيح للفلاحين تتبع بصمتهم البيئية من خلال مؤشرات خاصة، تقيس مدى استهلاك الماء، الأسمدة، أو الانبعاثات الناتجة عن النشاط الزراعي خاصة في ظل الالتزامات والكوارث الطبيعية. فضلاً عن ذلك، تدعم المنصة المشاريع الفلاحية الجماعية والممارسات التي تحفظ التنوع البيولوجي، وتربط الفلاحين المهتمين بالاستدامة ببرامج دعم محلية أو دولية. هذا التوجه يُعزز من قدرة الفلاح على الاستمرار في الإنتاج مع الحفاظ على الموارد للأجيال القادمة، ويضع "AGRONEUX" كفاعل حقيقي في التحول نحو فلاحة جزائرية أكثر وعيًا، أكثر خضرة، وأكثر اقتصادًا.

11.2 إدماج القطاع الفلاحي في الاقتصاد الرقمي

يُعتبر الاقتصاد الرقمي من أهم محاور النمو الاقتصادي العالمي في القرن الحادي والعشرين، حيث أصبحت الرقمنة أداة حتمية لرفع الأداء والشفافية وتسهيل التداول. وفي الجزائر، يُعدّ القطاع الفلاحي من القطاعات التي لم تستفد بعد بشكل كامل من هذه الثورة الرقمية. من هنا تأتي القيمة الاقتصادية الأولى التي

يقدمها "AGRONEUX"، والمتمثلة في إدماج الفلاحة الجزائرية في منظومة الاقتصاد الرقمي. يُحول "AGRONEUX" الفلاح من عنصر تقليدي معزول إلى فاعل رقمي يمتلك هوية رقمية، يتفاعل مع أسواق إلكترونية، يتلقى استشارات عبر الإنترنت، ويحصل على تمويل رقمي. هذا الإدماج يُساعد على خلق معطيات رقمية (Big Data) حول الإنتاج الفلاحي الوطني، تُفيد الدولة في التخطيط، وتُفيد المستثمرين في تحليل السوق. كما يسمح بإدراج القطاع في الإحصائيات الرسمية وتحسين الرقابة على الدعم والتمويل، مما يعزز من فعالية السياسات العمومية.

12.2 خلق مناصب شغل جديدة مباشرة وغير مباشرة

يمثل مشروع "AGRONEUX" فرصة حقيقية للمساهمة في خفض معدلات البطالة، من خلال خلق وظائف مباشرة مثل: مطوري التطبيق، مديري المحتوى، فريق الدعم التقني، المسوقين الرقميين، وفرق المرافقة الميدانية. كما يُساهم في خلق وظائف غير مباشرة في الوسط الفلاحي مثل:

- ❖ خبراء ومستشارون فلاحيون
- ❖ بياطرة متنقلون
- ❖ مؤسسات نقل وتوزيع
- ❖ متعاونون في التسويق الإلكتروني
- ❖ حرفيون يقدمون خدمات للمزارع (ميكانيك، شبكات)

هذا التأثير متعدد الأوجه يجعل من "AGRONEUX" ليس مجرد تطبيق، بل رافعة اقتصادية محلية تدفع نحو نشاط اقتصادي حقيقي ومولد للدخل في الأرياف والمناطق الفلاحية.

12.2 تحسين مناخ الأعمال في الفلاحة وجذب الاستثمار

تُواجه الفلاحة الجزائرية عدة صعوبات في جذب المستثمرين الخواص بسبب غياب البيانات، ضعف الشفافية، وصعوبة الوصول إلى المعلومات الدقيقة حول السوق والمخاطر. غير أن "AGRONEUX"، من خلال ما يجمعه من بيانات حقيقية، وتقاريره الدورية، وقدرته على تحليل سلاسل التوريد، يُوفر أرضية خصبة للمستثمرين المحليين والأجانب لفهم ديناميكيات السوق الفلاحية الجزائرية. كما أن تسهيل التمويل والربط بين الفلاحين والفاعلين الاقتصاديين يجعل مناخ الأعمال في القطاع أكثر استقراراً

ووضوحًا. وبذلك، يصبح "AGRONEUX" عاملاً مساعدًا على استقطاب الاستثمار المحلي والخارجي، خاصة في مجالات الصناعات الغذائية، التكنولوجيا الزراعية، والخدمات المرتبطة بالقطاع.

13.2 دعم الأمن الغذائي الوطني

في سياق الأزمات العالمية (مثل جائحة كوفيد-19 والحروب الجيوسياسية)، أصبح الأمن الغذائي مسألة استراتيجية وطنية. أحد الحلول طويلة المدى لتحقيق هذا الأمن هو الاعتماد على الإنتاج المحلي وتحديث القطاع الفلاحي ليصبح أكثر كفاءة واستدامة. وهنا يبرز "AGRONEUX" كمشروع له قيمة اقتصادية عالية لأنه يعالج المشكلة من الجذور، بدءًا من رفع وعي الفلاح، تحسين التنظيم، تسهيل التمويين، وتمكينه من تسويق منتوجه وتطوير معارفه. كل هذه العوامل تؤدي إلى ارتفاع نسبة الاكتفاء الذاتي الوطني في عدد من المواد، وتقليل الهدر، وتحسين التسيير، ما يدعم توجه الدولة نحو اقتصاد غذائي وطني قوي ومستقل.

من خلال هذه القيم المتكاملة، يسعى مشروع "AGRONEUX" إلى تقديم أكثر من مجرد تطبيق تقني، بل رؤية شاملة نحو فلاحية ذكية، مستدامة، عادلة ومتطورة، تستجيب لتحديات الواقع وتستثمر في إمكانيات الفلاح الجزائري الذي يظل في قلب هذا التحول.

3. فريق العمل

1.3 قاسمي وائل – المدير التنفيذي للمشروع

قاسمي وائل المولود في 10.08.2002 ببلدية مسكيانة ، طالب في المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان، تخصص إدارة المؤسسات السياحية، يشغل منصب مدير التنسيق في القافلة الوطنية "شباب فكرة" التي تحظى بعدة رعايات حكومية على رأسها وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة، وزارة البيئة وجودة الحياة، وزارة الشباب، وزارة التعليم والتكوين المهنيين، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، وزارة الثقافة والفنون، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، قام بحضور عدة لقاءات عن المقاولاتية وريادة الأعمال بالإضافة الى عدة دورات تكوينية في المجال .

يتولى قاسمي وائل مهمة القيادة التنفيذية لمشروع "AGRONEUX"، وهو المسؤول الأول عن تحويل الرؤية العامة للمشروع إلى واقع عملي من خلال تخطيط، تنظيم، وتوجيه مختلف جوانب العمل الميداني والتقني. بصفته المدير التنفيذي (CEO) ، يُشرف وائل على جميع مراحل تطوير

المشروع، بداية من صياغة الفكرة الأولية، تحليل الإشكالات التي يعاني منها القطاع الفلاحي الجزائري، إلى وضع الاستراتيجية الرقمية المناسبة التي من شأنها أن تربط الفلاحين بالخبراء والممولين. من بين أبرز مهامه، التنسيق بين مختلف أعضاء الفريق وضمان تكامل الأدوار، والتواصل مع الشركاء الخارجيين من مؤسسات مالية، خبراء فلاحيين، موردين، وحتى ممثلي الإدارة العمومية. كما يسهر على ضبط المخطط الزمني لإنجاز المراحل، مراقبة جودة التنفيذ، وتسيير الموارد البشرية والتقنية قاسمي وائل يُشرف كذلك على الجانب الإداري والترويجي للمشروع، من خلال تمثيله في الفعاليات، إعداد العروض التقديمية، السهر على صياغة الوثائق الرسمية والمالية، وقيادة الاجتماعات مع المتدخلين الرئيسيين. كما يواكب عن كثب تطوير النموذج الأولي للتطبيق، ويشارك في تقييم قابلية استخدامه ميدانياً، بناءً على تغذية راجعة من الفلاحين والمستخدمين المحتملين. بفضل روح القيادة والانضباط الذي يتميز به، يشكل وائل حجر الأساس في تنفيذ رؤية "AGRONEUX"، ويضمن توازناً فعالاً بين الطموح الابتكاري والصرامة التنظيمية، مما يعزز فرص المشروع في النجاح على المدى القريب والبعيد.

2.3 الأستاذة حaid زهية – المؤطرة الأكاديمية والمستشارة البيداغوجية

تلعب الأستاذة حaid زهية دوراً جوهرياً في الإشراف الأكاديمي على مشروع "AGRONEUX"، إذ تُعتبر المرجعية البيداغوجية التي تضمن توافق المشروع مع المعايير الجامعية، ومقتضيات قرار 1275 المتعلق بمشاريع التخرج المبتكرة لديها العديد من النقاط خاصة في الحصول على : لا بال. تتمثل مهامها في تقديم التوجيه المنهجي اللازم لصياغة مذكرة التخرج، التأكد من احترام البنية الأكاديمية، جودة المحتوى، وتناسق الفصول مع دليل مشروع المؤسسة الناشئة. كما تساهم في متابعة التقدم البيداغوجي للمشروع عبر تقييم المستندات، طرح الملاحظات النقدية، وضمان التحسين المستمر للمذكرة، خصوصاً على مستوى الجانب التحليلي، العمق النظري بالإضافة إلى ذلك، تلعب الأستاذة زهية دوراً فعالاً في تسهيل التواصل مع الإدارة الجامعية، وتقديم المشورة في ما يخص التقديم أمام لجنة المناقشة، صياغة العرض الشفهي، وتجهيز الوثائق الإدارية. كما تقدم دعماً معنوياً وعملياً متواصلاً لفريق المشروع، سواء من حيث التنظيم، ضبط التواريخ، أو تقييم الاستحقاقات المرحلية بالإضافة إلى اعتماد استراتيجيات في الإدارة لتطبيق AGRONEUX بفضل خبرتها الأكاديمية وحسها النقدي العالي، تُعتبر الأستاذة زهية حجر الأساس في ضمان جودة المشروع علمياً، وتوجيهه نحو تحقيق معايير الابتكار المطلوبة لنيل وسم "مشروع مبتكر".

3.3 الأستاذة عمار أسماء – المستشارة العلمية والتقنية

تُعد الأستاذة عمار أسماء إحدى الركائز الأساسية في دعم مشروع "AGRONEUX" من الجانب العلمي والتقني، حيث تقوم بدور المستشارة التقنية التي تواكب التطوير المنهجي للتطبيق من حيث الهندسة التكنولوجية ومحتواه الرقمي المرتبط بالفلاحة. تتمثل مهامها في التأكد من أن الحلول التي يقدمها التطبيق تستند إلى معلومات علمية دقيقة ومعتمدة، سواء في ما يتعلق بالتوصيات التقنية للفلاح، الطرق الزراعية المستعملة، أو الأدوات الرقمية المدمجة في النظام. كما تشرف على مراجعة النموذج الأولي للتطبيق، واقتراح تحسينات من حيث الوظائف، البنية، إلى جانب ذلك، تساهم الأستاذة أسماء في التأطير العلمي للوثائق المتعلقة بالحلول الفلاحية، خصوصاً تلك المتعلقة بالتشخيص النباتي، الصحة الحيوانية، والتوجيه الإنتاجي. وتلعب دوراً حاسماً في ضمان جودة المحتوى العلمي للتطبيق، إضافة إلى مشاركتها في صياغة الفرضيات، تحليل المعطيات، والمقارنة مع تجارب دولية مماثلة. تُعد الأستاذة عمار همزة وصل بين الجوانب التكنولوجية والعلمية للمشروع، وتُمثل صوت المصادقية الأكاديمية والعلمية داخل الفريق، مما يجعل مساهمتها أساسية في ضمان أن الحلول المقترحة من "AGRONEUX" قابلة للتطبيق، وذات أثر ملموس على أرض الواقع.

4.3 علاء موطاس – مطور التطبيقات

يُعد علاء موطاس العنصر التقني المحوري داخل فريق "AGRONEUX"، حيث يشغل منصب مطور التطبيقات والمسؤول عن الجانب البرمجي والتكنولوجي للمشروع. تتمثل مهمته الأساسية في ترجمة الأفكار والرؤية العامة للتطبيق إلى منتج رقمي عملي وفعال، يلبي احتياجات الفلاح الجزائري من حيث البساطة، السرعة، يتكفل علاء بتصميم وتطوير واجهات المستخدم (UI/UX)، وضمان تجربة سلسة وسهلة الاستعمال حتى من طرف الفلاحين ذوي المستوى التكنولوجي البسيط. كما يقوم ببرمجة مختلف الوظائف الأساسية للتطبيق، مثل إرسال الطلبات، تشخيص المشاكل، نظام الرسائل، الربط بين الفلاح والخبراء أو البنوك، وتحديث البيانات بالإضافة إلى تطوير التطبيق نفسه، يشرف علاء على اختبار الأداء (Testing) لضمان خلو النسخة من الثغرات، وتصحيح الأخطاء التقنية، مع العمل على التحسين المستمر للخصائص حسب التغذية الراجعة من الفلاحين والمستخدمين التجريبيين. كما يضمن التوافق بين التطبيق وأنظمة التشغيل المختلفة (أندرويد، iOS)، ويتعاون مع بقية أعضاء الفريق لتطوير لوحات الإدارة الخلفية (back-office)، وربط التطبيق بقاعدة بيانات موحدة. بفضل مهاراته في البرمجة وحسّه التطبيقي العالي، يُشكل علاء الدعامة الرقمية للمشروع، ومسؤولاً عن نقل "AGRONEUX" من مجرد تصور نظري إلى منتج ملموس، قادر على التأثير في الواقع الفلاحي وتحقيق التحول الرقمي المنشود.

وبما أن التطبيق في فترة التجريب ، فعند الإعلان عنه سيتم إضافة :

5.3 فريق التسويق

مع اقتراب مرحلة الإطلاق الرسمي للتطبيق، تبرز الحاجة إلى فريق تسويق متخصص يتولى مسؤولية الترويج لمشروع "AGRONEUX" والتعريف به في الأوساط الفلاحية والاقتصادية. سيتكفل فريق التسويق بإعداد خطة ترويجية شاملة، تستهدف الفلاحين، الخبراء، الموردين، والمؤسسات الحكومية والخاصة المهتمة بالقطاع الفلاحي تشمل مهام الفريق إعداد حملات رقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إنتاج محتوى تثقيفي وترويجي (فيديوهات، مطويات، مقالات)، تنظيم ندوات ولقاءات ميدانية في المناطق الريفية، والمشاركة في المعارض. كما يعمل الفريق على تحليل سلوك المستخدمين الأوائل، دراسة تجاوب السوق مع التطبيق، واقتراح تعديلات تسويقية مستمرة لزيادة نسبة الاعتماد والتثبيت. هذه الديناميكية التسويقية تُعدّ ضرورية لتوسيع قاعدة المستخدمين وتحقيق الانتشار الوطني للتطبيق.

6.3 فريق التنسيق والتواصل

باعتبار أن "AGRONEUX" يعتمد على ربط الفلاحين بعدة فاعلين (خبراء، بياطرة، موردين، ممولين...)، فإن إنشاء فريق تنسيق سيكون عنصرًا أساسيًا في المرحلة المقبلة من المشروع. تتمثل مهمة هذا الفريق في ضمان سلاسة العلاقة بين الأطراف، والتدخل عند حدوث خلل في التواصل أو تأخير في تقديم الخدمة. كما يشرف الفريق على إدارة جدول مواعيد الخبراء، تنظيم الدعم الفني للمستخدمين، ومتابعة جودة الخدمات المقدمة عبر التطبيق. يتولى أعضاء هذا الفريق أيضًا تحليل المعطيات الميدانية وإعداد تقارير عن أداء الفاعلين، لضمان التزامهم بمعايير المنصة، إلى جانب العمل مع الإدارة العامة لتحديث السياسات الداخلية ورفع المقترحات التطويرية.

7.3 المدير المساعد

سيعمل المدير المساعد إلى جانب المدير التنفيذي قاسمي وائل، ويُعتبر الذراع الأيمن له في تنفيذ المهام اليومية والتنسيق بين مختلف الفرق فهو أساس التطبيق بعد المدير التنفيذي للتطبيق. من أبرز مسؤولياته:

❖ متابعة تقدم المشروع حسب الجدول الزمني.

❖ ضمان انسجام العمل بين الفرق التقنية، التسويقية، والتنسيقية.

- ❖ إعداد تقارير الأداء الداخلي ورفعها إلى المدير التنفيذي.
- ❖ تعويض المدير التنفيذي في الاجتماعات أو المهمات عند الحاجة.
- ❖ الإشراف المباشر على تطبيق التعليمات وتوزيع المهام.

يُعتبر هذا المنصب محوريًا لضمان استمرارية سير المشروع بفعالية وكفاءة عالية.

8.3 المحاسب

وجود محاسب في الفريق يُعد خطوة حيوية خصوصًا مع دخول المشروع في مرحلة التوسع والتعامل المالي مع الشركاء، البنوك والموردين كما ان المحاسب موجود في الفريق قبل الانطلاق مهامه الرئيسية:

- ❖ إدارة الميزانية العامة للمشروع (مصاريف، مداخيل، استثمارات).
- ❖ إعداد التقارير المالية الدورية وتحليل التكاليف.
- ❖ مراقبة صرف الأموال والامتثال للقوانين المحاسبية.
- ❖ مساعدة الفريق في إعداد ملفات التمويل والدعم.
- ❖ العمل على تقديم البيانات المالية المطلوبة للحصول على وسم "مشروع مبتكر".

يُساعد وجود المحاسب في بناء ثقة المؤسسات المانحة وضمان الشفافية في تسيير الموارد المالية للمشروع.

9.3 مدير العلاقات الخارجية

يشغل مدير العلاقات الخارجية في مشروع "AGRONEUX" منصبًا استراتيجيًا يهدف إلى توسيع شبكة الشركاء، وتحقيق الاندماج الفعلي للتطبيق داخل البيئة الاقتصادية، الفلاحية والمؤسسية الوطنية تتمثل مهمته الأساسية في تمثيل المشروع لدى الجهات الخارجية، سواء كانت بنوكًا، وزارات، منظمات دعم، تعاونيات، مستثمرين أو شركات دولية. يعمل على بناء علاقات قوية ومستدامة تعزز من مصداقية المشروع وتُسهّل الوصول إلى التمويل، الدعم، أو التكوين. كما يتولى هذا المنصب صياغة اتفاقيات الشراكة، التفاوض حول التعاونات، وحضور التظاهرات الرسمية والمؤتمرات، بهدف تسويق صورة المشروع والترويج له كمنصة مبتكرة. يقوم أيضًا بمتابعة ملفات التعاون مع المؤسسات العامة والهيئات الفلاحية لضمان التكامل مع السياسات

الوطنية، ويُعدّ تقارير دورية عن الفرص الجديدة المتاحة في السوق أو المبادرات التي يمكن أن يستفيد منها المشروع.

هذا الدور يجمع بين الحس الدبلوماسي، المهارات التفاوضية، والقدرة على نقل رؤية "AGRONEUX" إلى الشركاء الخارجيين بطريقة احترافية ومستدامة.

10.3 خبير الجودة الرقمية

يُعد خبير الجودة الرقمية أحد العناصر الحيوية لضمان جاهزية التطبيق واستقراره عند استخدامه من طرف مختلف الفئات المستهدفة، لا سيما الفلاحين الذين قد تكون تجربتهم التقنية محدودة. تتمثل مهامه في متابعة وضمان جودة جميع جوانب تطبيق "AGRONEUX"، بدءًا من الأداء التقني، وصولًا إلى سهولة الاستخدام، وتناسق الواجهة، وتوافق التطبيق مع مختلف الأجهزة والأنظمة. يقوم الخبير بعمليات اختبار دورية (tests fonctionnels et utilisateurs)، ويعمل على كشف الأخطاء البرمجية أو التباينات في التصميم وتجربة المستخدم، ثم يرفع تقارير دقيقة لفريق التطوير (المطور والمصمم) لتصحيحها قبل الإطلاق الرسمي.

كما يشرف على مراقبة الامتثال لمعايير الجودة الدولية الخاصة بالتطبيقات الرقمية، ويضع دليلًا داخليًا لمراقبة الجودة يمكن

الرجوع إليه أثناء التحديثات المستقبلية. وتشمل مسؤولياته أيضًا تتبع تغذية راجعة (feedback) من المستخدمين الأوائل، وتحليل بيانات الاستخدام للكشف عن نقاط.

الضعف التي قد تُعيق فعالية التطبيق أو شعبيته، مما يُعزز ثقة المستخدمين ويقلل من معدل التخلي عن التطبيق بعد التثبيت.

التحضير لمشروع "AGRONEUX" وبناء الأسس الميدانية

في أي مشروع مبتكر، لا يكون التفاعل بين أعضاء الفريق ولا الاستعداد له مجرد مرحلة تمهيدية، بل هو جوهر النجاح وأساس الانطلاقة الفعلية. ومن هذا المنطلق، لم تكن فكرة "AGRONEUX" وليدة الصدفة أو نتيجة جلسة نظرية، بل كانت حصيلة مسار طويل من العمل الميداني، والبحث المستمر، وبناء شبكة علاقات واسعة في مجال الفلاحة عبر كامل التراب الوطني.

منذ المراحل الأولى، انطلقت رحلة التحضير للمشروع من خلال المشاركة النشطة في كل فعالية فلاحية ممكنة، سواء كانت ملتقيات، معارض، أو أيام دراسية. ما من حدث متعلق بالفلاحة في الجنوب أو الشمال الجزائري، إلا وكنت من بين الحاضرين، بدافع استكشاف التحديات الحقيقية التي تواجه الفلاحين، فهم آليات السوق، وتوسيع قاعدة المعارف والخبراء في هذا المجال الحساس. هذه المشاركة المتواصلة لم تكن فقط للتعلم، بل كانت بمثابة منصة لبناء علاقات استراتيجية مع:

- ❖ فلاحين من مختلف ولايات الوطن،
- ❖ بياطرة ومهندسين زراعيين،
- ❖ مسؤولي التعاونيات الزراعية،
- ❖ ممثلي البنوك والصناديق الداعمة للاستثمار الفلاحي،
- ❖ وكذا مبتكرين ومطوري حلول رقمية تهتم بالقطاع.

كل تفاعل، وكل سؤال طُرح، وكل جلسة نقاش على هامش هذه الفعاليات، شكلت لبنة من لبنات بناء المشروع.

وبمرور الوقت، تبلورت قناعة راسخة بأن هناك فجوة كبيرة في الربط بين مختلف الفاعلين في المجال الفلاحي، وأن الحل الأمثل يتمثل في منصة رقمية مرنة وذكية تجمع بين الفلاح، الخبير، المورد، والممول في مكان واحد.

ومن هنا وُلدت فكرة "AGRONEUX".

لقد سمحت لي هذه التجربة الميدانية الغنية ليس فقط بفهم الواقع الزراعي، بل أيضاً بـ:

- ❖ صياغة رؤية واضحة للمشروع من منظور الفاعلين الحقيقيين،
- ❖ تحديد نقاط الألم والاحتياج بدقة،
- ❖ واختيار الأدوات والآليات الأنسب لتصميم حل عملي وفعال.

وفي خضم هذه الرحلة، بدأت جلسات العمل مع أعضاء الفريق، حيث كنا نعتمد على أدوات مثل العصف الذهني والخرائط الذهنية لرسم ملامح المشروع، ثم تطوير نموذج العمل التجاري ، الذي أسسنا من خلاله الرؤية الاستراتيجية لمشروع "AGRONEUX".

الشكل 02 : صورة بطاقة المشاركة في اكبر معرض فلاحي في الجزائر



المصدر : معرض SIPSA

4. الأهداف الأساسية للمشروع

1.4 الأهداف التقنية والرقمية

إنشاء منصة رقمية متكاملة للفلاح يسعى المشروع إلى تطوير نظام رقمي مرن وذكي يربط جميع الفاعلين في المنظومة الفلاحية (الفلاح، الخبير، البيطري، المورد، البنك، الدولة) من خلال واجهات . يُمكن هذا النظام من تبادل البيانات، تقديم خدمات مخصصة، وتسهيل التواصل في بيئة رقمية موحدة. رقمنة الملف الفلاحي لكل مستغل يهدف AGRONEUX إلى توفير بطاقة رقمية للفلاح تحتوي على كل المعطيات المتعلقة بنشاطه الزراعي أو الحيواني، بحيث تُستخدم كمرجع في الاستشارة، التمويل، التأمين، والتأطير، وحتى الدعم الحكومي. هذه الرقمنة تسمح بتتبع دقيق للنشاط وتحليل تطوره على مدى الفصول.

إنشاء سوق إلكتروني للمستلزمات الفلاحية يسعى المشروع إلى رقمنة سلسلة التوريد عبر واجهة سوق افتراضية، أين يستطيع الفلاح شراء البذور، الأسمدة، الأدوية، والعتاد من موردين معتمدين، مع تقييم الخدمة، المقارنة بين الأسعار، وضمان التوصيل الآمن.

توفير أدوات رقمية لتسيير المشاتل والتعاونيات يهدف النظام إلى تزويد المشاتل والمؤسسات الفلاحية الكبيرة بأدوات احترافية تساعد على التخطيط، ضبط المصاريف، الجرد، إصدار الفواتير، وتنظيم فرق العمل بشكل ممنهج وذكي.

إدماج الذكاء الاصطناعي لتحسين القرارات يسعى AGRONEUX إلى إدماج تقنيات تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي لتقديم توصيات تقنية آنية، كأفضل موعد للزراعة، خطر الأمراض، جدوى البيع، وغيرها، مما يرفع من كفاءة القرار الفلاحي.

2.4 الأهداف الخدمية والاجتماعية

تقريب الخدمات البيطرية والفلاحية يهدف المشروع إلى إزالة الحواجز الجغرافية عبر تقديم خدمات طبية زراعية واستشارية رقمية للفلاحين، خاصةً في مناطق الظل، مما يساهم في تعزيز وقاية المواشي والمحاصيل وتقليل الخسائر.

دعم التكوين الفلاحي المستمر يسعى AGRONEUX إلى تمكين الفلاحين من مواكبة التطورات العلمية من خلال مكتبة تكوينية مرئية تحتوي على فيديوهات، إرشادات، نصائح علمية، وإجابات عن المشاكل اليومية.

تسهيل الولوج إلى التمويل والدعم يهدف إلى توفير بيئة مبسطة للفلاح لطلب القروض أو الدعم، عبر نماذج رقمية، وتوجيهات خطوة بخطوة، ومتابعة فورية لحالة الطلب، بما يعزز الشفافية والثقة.

إرساء مبدأ العدالة الفلاحية الرقمية يسعى المشروع إلى ضمان تكافؤ الفرص بين الفلاحين من مختلف المناطق، بغض النظر عن حجم ضيعتهم أو موقعهم، وجعل الخدمات متاحة للجميع على قدم المساواة.

تسهيل تواصل الفلاح مع المؤسسات يهدف AGRONEUX إلى كسر الحواجز بين الفلاح والمؤسسات العمومية والخاصة من خلال قنوات رقمية مباشرة، مما يقلل من البيروقراطية ويزيد من فاعلية الخدمة

3.4 الأهداف الاقتصادية والتنموية

تحديث الفلاحة الجزائرية ودعم الاقتصاد الوطني يسعى المشروع إلى رفع فعالية سلسلة الإنتاج الزراعي، مما يزيد من الناتج الفلاحي الخام، ويوفر فرص استثمار جديدة، مما ينعكس إيجاباً على الاقتصاد الوطني.

تقليل الاعتماد على الاستيراد بهدف إلى تحسين الإنتاج المحلي من حيث الكمية والجودة، عبر التخطيط والإرشاد، ما يُعزز الاستقلال الغذائي ويقلل من فاتورة الاستيراد.

خلق مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة يسعى المشروع إلى تحريك نشاطات جديدة في مجال الدعم التقني، التسويق، النقل الفلاحي، المحتوى التكويني... مما ينعش المناطق الريفية اقتصادياً واجتماعياً.

دمج الفلاحين غير المهيكلين بهدف AGRONEUX إلى منح هوية رقمية للفلاحين الذين لم يُدمجوا في الاقتصاد الرسمي، وبالتالي السماح لهم بالحصول على قروض، تأمين، وتكوين معتمد.

تنشيط السوق الفلاحية المحلية يسعى المشروع إلى توفير فرص أفضل للموردين الجزائريين والموزعين المحليين، مما يدعم الإنتاج المحلي ويُشجع على الاستهلاك الداخلي.

4.4 الأهداف الشبابية والتحفيزية

تشجيع الشباب الجامعي على ولوج القطاع الفلاحي بهدف المشروع إلى تقديم صورة تقنية وذكية عن الفلاحة، تجعلها جاذبة لخريجي الجامعات، خصوصاً في مجالات التكنولوجيا، الاقتصاد، والبيولوجيا.

تحديث صورة الفلاح الجزائري يسعى AGRONEUX إلى إبراز الفلاح كفاعل رقمي يستخدم البيانات، التطبيقات، والذكاء الاصطناعي، وليس مجرد عامل تقليدي.

توفير بيئة رقمية لتسيير مشاريع الشباب بهدف إلى تقديم أدوات عملية ومنصة تفاعلية تساعد الشباب على إطلاق مشاريعهم وتسييرها بسهولة، مما يعزز روح المقاولة الفلاحية.

5.4 الأهداف الوطنية والسيادية

دعم الأمن الغذائي الوطني يسعى المشروع إلى تعزيز التحكم في سلاسل الإنتاج الزراعي والحيواني، وبالتالي ضمان توافر المواد الأساسية دون تقلبات.

بناء قاعدة بيانات وطنية للفلاحين يهدف إلى تزويد الدولة بمعطيات دقيقة تساعد على اتخاذ قرارات سياسية ومالية مبنية على الواقع الميداني.

رقمنة الحوكمة الفلاحية يسعى المشروع إلى دعم التحول الرقمي في سياسات القطاع، ومتابعة الدعم والإنتاج والمشاكل عبر منصة ذكية.

تشجيع الاستقرار في الريف يهدف AGRONEUX إلى تحسين ظروف العيش والعمل، مما يُخفف من النزوح إلى المدن، ويُحقق توازنًا ديموغرافيًا واجتماعيًا.

6.4 الأهداف البيئية والتنموية المستدامة

تشجيع الممارسات الفلاحية المستدامة يسعى المشروع إلى توجيه الفلاح نحو أساليب الزراعة البيولوجية، تقليل التبخير المائي، التسميد العقلاني، والتعامل الواعي مع البيئة.

تقديم نصائح للوقاية من التلوث الزراعي يهدف إلى توعية الفلاح بمخاطر المبيدات والأسمدة الكيميائية، عبر إشعارات وتنبيهات تعليمية لحماية الأرض والمياه.

تتبع الأمراض والمخاطر البيئية يسعى AGRONEUX إلى المساهمة في مراقبة انتشار الأمراض الحيوانية والنباتية، والتدخل المبكر لتقليل أثرها البيئي.

تقليل البصمة الكربونية للفلاحين يهدف المشروع إلى تحسين تسيير الموارد، تقليل التنقلات غير الضرورية، واعتماد حلول رقمية تخفف من الأثر البيئي العام للنشاط الفلاحي.

4.5 منهجية SMART

نجاح أي مشروع لا يُقاس فقط بجودة فكرته، بل بمدى وضوح أهدافه ودقتها. ومن هنا تبرز أهمية اعتماد منهجية SMART كأداة استراتيجية لتحديد أهداف المشروع بشكل محدد، قابل للقياس، واقعي، ذو صلة، ومؤطر زمنياً

جدول يبين منهجية SMART على مشروع AGRONEUX

(T) محدد زمنياً	(R) واقعي	(A) قابل للتحقيق	(M) قابل للقياس	(S) محدد	الهدف
الإصدار الأول أشهر 3 خلال	يستجيب لحاجة فعالية لدى الفلاحين	ممكن بفضل الدعم التقني المتاح	عدد الفلاحين 6 المستخدمين بعد أشهر	تصميم تطبيق يوفر محتوى إرشادي تفاعلي	رقمنة خدمات الدعم الفلاحي
عند الإطلاق الرسمي	يُحسن التوجيه الميداني	بسيط تقنياً من خلال تطوير داخلي	عدد الاستشارات المنجزة داخل التطبيق	إدراج خاصية التواصل الفوري مع المستشارين	ربط الفلاحين بالخبراء
في أول شهر بعد الإطلاق	يخدم التخطيط الزراعي الدقيق	يتم من خلال الربط بواجهات طقس	عدد الرسائل المُرسلَة شهرياً	توفير نشرات تلقائية تعتمد على الموقع الجغرافي	إرسال نشرات حسب المناطق
خلال السنة الأولى	يعزز الإدماج المهني	عبر شراكات تكوينية محلية	عدد المكونين في السنة الأولى	تكوين شباب من الريف كمرافقين تقنيين	دمج الشباب في سوق العمل
المرحلة الثانية من التطوير	يدعم المساواة الرقمية	بالشراكة مع منظمات نسوية	عدد النساء المستفيدات من الخدمات	توفير فضاء خاص بالمستخدمات في المنصة	تمكين المرأة في الزراعة
أشهر 6 في أول	أساسي لدعم الإنتاج المحلي	ممكن عبر الذكاء الاصطناعي	نسبة التحسن في الإنتاج وفق بيانات المستخدم	اقتراح حلول رقمية لتحسين المردود	رفع المردودية وتقليل الخسائر

من اعداد فريق العمل

6.4 أهداف مشروع "AGRONEUX" وفق نموذج okr

تعريف OKR تُعدّ منهجية (Objectives and Key Results) إطارًا استراتيجيًا يُستخدم لتحديد الأهداف وتتبع نتائجها بشكل قابل للقياس، وهي تُساعد الفرق والمشاريع على تركيز الجهود وتحقيق نتائج زمنية ملموسة في وقت قصير. تم تطوير هذا النموذج لأول مرة في شركة Intel في سبعينات القرن الماضي، ثم عمّم استخدامه لاحقًا من طرف شركات كبرى مثل Google¹، ويُعتمد الآن في المؤسسات والمشاريع الناشئة والحكومية لتنظيم الأداء ويعد من أهم الأدوات لنجاح مشروع AGRONEUX ولذلك تم الاعتماد عليه وهماهي أهم الأهداف:

1.6.4 ضمان انطلاقة فعّالة للمنصة من خلال بناء قاعدة أولية من المستخدمين

الفاعلين.

النتائج الرئيسية:

- ❖ استقطاب ما لا يقل عن 1000 مستخدم فعّال خلال الأشهر الثلاثة الأولى.
- ❖ بلوغ معدل تسجيل يومي لا يقل عن 20 مستخدم جديد في أول شهرين.
- ❖ تحقيق نسبة تفاعل أسبوعي بـ +30% من إجمالي المستخدمين في المرحلة الأولى.

2.6.4 تسهيل حصول الفلاح على الخدمات التقنية والاستشارية عبر نظام حجز رقمي

متكامل.

النتائج الرئيسية:

- ❖ إنشاء وحدة حجز ذكية داخل التطبيق في أقل من 45 يومًا.
- ❖ تسجيل 500 جلسة استشارية رقمية ناجحة خلال أول 6 أشهر.
- ❖ الحصول على تقييم رضا يفوق 85% من المستخدمين الذين استفادوا من هذه الخدمة

3.6.4 تحسين تجربة التزود بالمواد الفلاحية عبر حلول رقمية فعّالة وآمنة.

دوير، جون. (2018). *قيس ما يهم: كيف غيّرت Google وبنو ومؤسسة غيتس العالم باستخدام OKRs* (ترجمة دار بنغوين). دار بنغوين.

النتائج الرئيسية:

- ❖ إدراج ما لا يقل عن 50 مموئًا للمدخلات الزراعية خلال أول 90 يومًا.
- ❖ تنفيذ 150 عملية توريد إلكترونية داخل المنصة خلال النصف الأول من السنة.
- ❖ تقليص معدل التأخر في التسليم إلى أقل من 3 أيام.

4.6.4 دعم توجيه الفلاح عبر محتوى معرفي رقمي مخصص ومتاح دون انقطاع.

النتائج الرئيسية:

- ❖ نشر سلسلة من 12 فيديو توعوي شهري خلال السنة الأولى.
- ❖ تحقيق معدل مشاهدة يبلغ 500 مشاهدة لكل فيديو على الأقل.
- ❖ إنشاء مكتبة مصغرة تضم 100 سؤال وجواب من استفسارات الفلاحين المتكررة.

5.6.4 تعزيز انخراط الفلاحين في المنظومة الرقمية، خاصة في المناطق الريفية والمعزولة.

النتائج الرئيسية:

- ❖ تنظيم 6 ورشات افتراضية/حضورية لفائدة الفلاحين في ولايات مختلفة.
- ❖ تطوير نسخة خفيفة من التطبيق مخصصة للمناطق ذات الاتصال الضعيف بالإنترنت.
- ❖ توزيع 500 دليل استعمال مطبوع ومبسّط خلال الحملات الميدانية.

6.6.4 تحسين العلاقة بين الفلاح ومؤسسات التمويل، وتقليص فجوة الوصول إلى

الدعم المالي.

النتائج الرئيسية:

- ❖ توقيع اتفاقيات شراكة مع 3 مؤسسات تمويلية فلاحية خلال الأشهر الأولى.
- ❖ توفير نموذج رقمي مبسط لطلب التمويل داخل التطبيق.
- ❖ تسجيل 100 طلب تمويل فعلي تم عبر المنصة خلال السنة الأولى.

7.6.4 ضمان جودة رقمية عالية وتجربة مستخدم متميزة داخل التطبيق.

النتائج الرئيسية:

- ❖ تحقيق نسبة رضا عام تتجاوز 90% في استبيانات المستخدمين.
- ❖ تقليص نسبة الأعطال التقنية المسجلة شهريًا إلى أقل من 2%.
- ❖ إصدار 3 تحديثات تطويرية كل 4 أشهر تتماشى مع اقتراحات المستخدمين.

8.6.4 خلق أثر اجتماعي و اقتصادي ملموس لدى الفلاحين والمربين ومستخدمي

المنصة.

النتائج الرئيسية:

- ❖ رفع دخل 300 فلاح بنسبة 15% على الأقل من خلال ربطهم المباشر بالأسواق.

- ❖ تمكين 100 امرأة ريفية من بيع منتجاتها الفلاحية عبر المنصة.
- ❖ دعم 200 مربٍ للماشية أو النحل عبر خدمات تشخيص افتراضية سريعة.

9.6.4 بناء علاقات مؤسسية وشراكات استراتيجية لضمان استدامة وتوسع المشروع.

النتائج الرئيسية:

- ❖ توقيع 5 اتفاقيات تعاون مع فاعلين في المجال الفلاحي والمؤسسات الرسمية.
- ❖ دمج المشروع في برنامج دعم وطني أو دولي واحد على الأقل في ظرف عام.
- ❖ تقديم عرض شامل للمشروع أمام هيئة رسمية أو تمويلية كل 3 أشهر.

10.6.4 تطوير بنية تحليلية لعرض بيانات وإحصائيات حيوية للقطاع الفلاحي

الجزائري.

النتائج الرئيسية:

- ❖ إنشاء وحدة مرئية للبيانات داخل التطبيق خلال الستة أشهر الأولى.
- ❖ عرض بيانات حية عن الإنتاج حسب المنطقة، النوع، وتاريخ الحصاد.
- ❖ ضمان تحديث قاعدة البيانات كل أسبوعين على الأقل.

تعد نظرية Hoshin Kanri ، والتي تعني باليابانية "البوصلة والسيطرة" ، إطارًا إداريًا استراتيجيًا يُستخدم لمواءمة أهداف المؤسسة العليا مع الأنشطة اليومية على جميع مستويات التنظيم. تهدف هذه المنهجية إلى ضمان أن كل فرد في المؤسسة يسير نحو نفس الرؤية من خلال التخطيط التشاركي تُستخدم Hoshin Kanri بكثرة في الشركات اليابانية الصناعية الكبرى مثل Toyota و Honda ، وبدأت مؤخرًا تُعتمد في المشاريع التكنولوجية والتنموية².

في إطار سعي مشروع "AGRONEUX" لتجسيد رؤيته الاستراتيجية المتمثلة في رقمنة القطاع الفلاحي الجزائري وتعزيز شمولية الخدمات الزراعية الرقمية، تم اعتماد منهجية Hoshin Kanri لتوحيد التوجهات العامة وضمان التناغم بين رؤية المشروع والمهام التشغيلية الميدانية للفريق.

يُسهّم تطبيق Hoshin Kanri داخل "AGRONEUX" في ما يلي:

- ❖ ترجمة الرؤية إلى أهداف استراتيجية دقيقة مثل: تحسين الربط بين الفلاح والخبير، رقمنة العمليات الزراعية، وتحقيق التمكين الاقتصادي لصغار الفلاحين.
- ❖ إسقاط الأهداف الاستراتيجية إلى مهام تنفيذية موزعة على الأقسام المختلفة (البرمجة، الدعم، الشراكات، التكوين...).
- ❖ متابعة مدى تقدم كل نشاط من خلال مؤشرات دورية تضمن التناسق بين الرؤية العليا وما يتم تنفيذه فعليًا.

جدول يبين استراتيجية hoshin kanri المطبقة على AGRONEUX

العدد	المدة	(التكتيكي) النشاط التنفيذي	الدور	الرؤية العامة
1	يومًا 45	تطوير واجهة استخدام سهلة للفلاحين	إنشاء المنصة متعددة الفوائد	رقمنة الخدمات
12	شهريًا	إعداد ونشر فيديوهات تعليمية مبسطة	تفعيل محتوى تعليمي دوري	تحسين الوعي الرقمي
3	شهران	اتفاقيات مع شركاء 3 إبرام تمويل	ربط المشروع بمؤسسات دعم مالي	تعزيز التمويل
1	شهران	تصميم نسخة خفيفة من التطبيق	ضمان شمولية التغطية	الوصول للمناطق المعزولة
12	شهريًا	اعداد تقارير دورية	تقييم دوري للجودة	تحسين الأداء

² Akao, Y. (2004). *Hoshin Kanri: Policy Deployment for Successful TQM*. Productivity Press.

من اعداد فريق العمل

على المستوى البعيد بعد العامين	على المستوى المتوسط من 6 اشهر الى عامين	على المستوى القريب 6 اشهر
تحقيق تغطية شاملة لكافة ولايات الوطن، مع تكييف الخدمات حسب خصوصية كل منطقة زراعية. دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أوسع لتحليل الأوبئة الفلاحية والتنبؤ بالمواسم الحرجة. إرساء نظام "الملف الفلاحي الوطني" كمصدر رسمي للمعطيات الفلاحية المعتمدة من الدولة. المساهمة الفعلية في رفع مؤشرات الأمن الغذائي من خلال تحسين الإنتاج الوطني وتوجيهه. تسهيل التصدير الفلاحي عبر تقديم خدمة توثيق المنتجات وملاءمتها للمعايير الدولية. المشاركة في مبادرات إفريقية أو متوسطة لنقل تجربة AGRONEUX كحل ذكي محلي الصنع.	توسيع نطاق الاستخدام ليشمل 20 ولاية على الأقل، مع توزيع الفرق المحلية للمرافقة والتكوين. إدماج واجهات متقدمة مثل "ملف الدعم الرقمي"، "خدمة الإنذار البيطري المبكر"، و"توصيات الإنتاج حسب المنطقة". إنشاء نظام تصنيف وتقييم آلي للخدمات والموردين والخبراء لضمان الجودة والثقة. ربط النظام بمنصات رسمية (بنك الفلاحة، مديريات الفلاحة...) لتبسيط الإجراءات. نشر مكتبة تكوينية فلاحية متعددة الوسائط في مواضيع الإنتاج، الوقاية، والتسويق. جمع بيانات قطاعية ميدانية لصياغة تقارير دورية تفيد الجهات الرسمية والباحثين	تهيئة النموذج الأولي للمنصة الرقمية وتشغيله تجريبياً في بعض الولايات ذات الطابع الفلاحي النشط. استقطاب أول دفعة من المستخدمين النشطين (الفلاحين، البياطرة، الموردين، الخبراء) لضمان دورة تفاعلية أولية. عقد شراكات محلية مع موردين ومكاتب بيطرية لتوفير خدمات حقيقية داخل النظام. إطلاق حملات توعية ميدانية ورقمية لتعريف الفلاحين بطريقة الاستخدام وفوائد النظام. تحسين تجربة الاستخدام بناءً على التغذية الراجعة من المستخدمين الأوائل. إعداد محتوى تكويني مرئي موجه لفئة الفلاحين الأقل إلماماً بالتكنولوجيا.

جدول يوضح اهداف AGRONEUX على المستويات : القريب، المتوسط، البعيد

5. جدول زمني لتحقيق المشروع :

1.5 المرحلة الأولى: دراسة السوق

تُعد هذه المرحلة حجر الزاوية في تأسيس مشروع "AGRONEUX"، وتُنَفَّذ خلال الشهر الأول. تهدف إلى فهم عميق للواقع الفلاحي في الجزائر من خلال دراسة دقيقة للبيئة الاقتصادية والاجتماعية التي تحيط بالمستخدمين المستهدفين، وهم الفلاحون، الموالون، ومقدمو الخدمات الزراعية والبيطرية. يتم خلال هذه المرحلة جمع بيانات كمية ونوعية من خلال استبيانات ميدانية، مقابلات مباشرة، ومراجعة تقارير رسمية وإحصائيات وطنية حول النشاط الفلاحي. وتشمل هذه الدراسة تحديد المشكلات المتكررة التي يعاني منها الفلاحون، مثل ضعف الوصول إلى الاستشارة التقنية، صعوبة تمويل المشاريع الزراعية، وغياب الشفافية في سلاسل التوريد. كما يتم خلالها تحليل مستوى الجاهزية الرقمية لدى الفئة المستهدفة. تهدف هذه المعطيات إلى توجيه المشروع نحو حلول واقعية ومبنية على احتياجات فعلية، لا على افتراضات نظرية.

2.5 المرحلة الثانية: تحليل المنافسين

تأتي مباشرة بعد الدراسة السوقية، وتُنَفَّذ خلال الشهر الأول وتمتد إلى بداية الشهر الثاني. في هذه المرحلة، يتم تحديد التطبيقات والمنصات التي تُقدم خدمات مشابهة أو قريبة من فكرة "AGRONEUX"، سواء داخل السوق الجزائرية أو في بلدان ذات واقع زراعي مقارب. يشمل التحليل دراسة نماذج أعمالهم، طرق تقديم القيمة، الجمهور المستهدف، ومدى فعاليتهم في حل مشاكل المستخدمين. كما يتم تحليل نقاط قوتهم، مثل وفرة الميزات، وسهولة الاستخدام، ونقاط ضعفهم، مثل عدم ملائمة اللغة أو ضعف التغطية الجغرافية. الهدف من هذه المرحلة ليس تقليد المنافسين، بل استلهام الدروس الاستراتيجية وتمييز المشروع من خلال تقديم ميزات جديدة، على غرار الربط بين الفلاح والممول أو توفير استشارة بيطرية فورية.

3.5 المرحلة الثالثة: إعداد نموذج العمل التجاري (CANVA)

خلال الشهر الثاني، يقوم الفريق بوضع إطار منهجي شامل لنموذج العمل، بالاعتماد على أداة "Business Model Canvas"، وهي أداة مرنة تتيح تقسيم المشروع إلى تسعة محاور رئيسية مترابطة: شرائح الزبائن، القيمة المقترحة، قنوات التوزيع، علاقات العملاء، مصادر الدخل، الأنشطة الرئيسية، الموارد الأساسية، الشراكات، وهيكل التكاليف. في "AGRONEUX"، تم تحديد الفلاحين وصغار الموالين كزبائن رئيسيين، والقيمة المقترحة هي توفير منصة موثوقة تربطهم بالخبراء والتمويل والخدمات. يتم رسم هذا النموذج بشكل تفاعلي، مع مراعاة الملاحظات المستخلصة من الدراسة السوقية والتحليل التنافسي. الهدف من هذه المرحلة هو توجيه المشروع نحو مسار مستدام وقابل للتوسع.

4.5 المرحلة الرابعة: تصميم تجربة المستخدم (UI/UX)

انطلاقاً من الشهر الثالث، يتم البدء بتصميم الواجهات الرسومية وتجربة المستخدم. يتمحور العمل في هذه المرحلة حول إنشاء واجهة استخدام سهلة، بديهية، وفعالة، تراعي مستوى الثقافة الرقمية الضعيف نسبياً لدى الفلاحين، وتضمن وصولاً سريعاً إلى الخدمات الأساسية. يتطلب الأمر رسم مخططات أولية (Wireframes)، وتنفيذ نماذج تفاعلية (Prototypes) لتجربة التسلسل المنطقي للمهام، مثل طلب استشارة أو التواصل مع المورد. يتم كذلك اختيار الألوان والأيقونات والخطوط بما يعزز الفهم البصري للمستخدم. يتم عرض هذه النماذج على عينة من المستخدمين الفعليين لأخذ التغذية الراجعة وإجراء التحسينات قبل الانتقال إلى التطوير الفعلي.

5.5 المرحلة الخامسة: تطوير التطبيق

تبدأ هذه المرحلة في النصف الثاني من الشهر الثالث وتستمر حتى نهاية الشهر الرابع. هي المرحلة التقنية التي يتم فيها تحويل التصميم والنماذج إلى تطبيق رقمي قابل للتنزيل والاستخدام. يُستخدم فيها إطار عمل برمجي "Flutter" لتسهيل التوافق مع مختلف أنظمة التشغيل. يتم التركيز على تطوير نسخة MVP تحتوي على الوظائف الأساسية: تسجيل الدخول، ملف المستخدم، قائمة الخدمات، الطلبات، وواجهة تواصل بين الفلاح والخبير. يحرص فريق البرمجة على كتابة كود نظيف

وآمن، مع اعتماد منهجيات حديثة في إدارة المشروع البرمجي مثل Agile أو Scrum لضمان التطوير السلس والمُراقب.

6.5 المرحلة السادسة: اختبار الجودة

في بداية تهدف هذه المرحلة إلى التأكد من أن كل خاصية تعمل كما ينبغي، وأن التطبيق لا يحتوي على أعطال قد تعيق الاستخدام. تشمل هذه الاختبارات: اختبار الأداء (سرعة التطبيق)، اختبار التوافق (مع مختلف أنواع الهواتف)، اختبار الاستخدام (سهولة التنقل)، واختبار الأمان (حماية بيانات المستخدم). يتم استخدام أدوات آلية لاكتشاف الأخطاء، إضافة إلى التجربة اليدوية من قبل مختبرين ميدانيين. أي خطأ يتم رصده يُسجل ويُعاد توجيهه لفريق البرمجة لإصلاحه.

7.5 المرحلة السابعة: الإطلاق التجريبي

بمجرد التأكد من الجاهزية التقنية، يتم في الشهر الرابع تنفيذ إطلاق تجريبي للتطبيق، موجّه إلى مجموعة مختارة من الفلاحين والمربين في مناطق مختلفة (ريفية، شبه حضرية). الهدف من هذا الإطلاق هو مراقبة التفاعل الفعلي مع المنصة، جمع الملاحظات حول مدى فعالية الميزات، تحديد المشاكل غير المتوقعة، وتحليل سلوك المستخدمين. تُسجل هذه الملاحظات بدقة وتُستخدم كقاعدة لتحسين النسخة النهائية. من هنا، يتم اختبار قدرة التطبيق على تقديم قيمة حقيقية وتحديد استعداد السوق لتبنيه.

8.5 المرحلة الثامنة: الإطلاق الرسمي والإعلان

تُختتم مراحل المشروع في نهاية الشهر الرابع بإطلاق رسمي للتطبيق. يتزامن ذلك مع حملة إعلامية وترويجية واسعة تشمل وسائل التواصل الاجتماعي، نشرات إخبارية رقمية، وعقد شراكات مع جمعيات فلاحية ومراكز تمويل. يتم رفع التطبيق على المتاجر الإلكترونية، وتوفير دعم تقني مباشر للفلاحين في مراحلهم الأولى من الاستخدام. كما تُرسل نسخ رسمية من المشروع إلى الهيئات

الداعمة مثل وزارة الفلاحة والابتكار. الهدف النهائي هو تعميم "AGRONEUX" كحل رقمي مبتكر، فعال، وذو جدوى اقتصادية على المستوى الوطني.

شكل 03 يوضح خطة مشروع AGRONEUX وفق مخطط GANTT



من اعداد فريق العمل

المحور الثاني

الجوانب الابتكارية

1. طبيعة الابتكار

2. الجوانب الابتكارية

المحور الثاني : الجوانب الابتكارية

1. طبيعة الابتكار

1.1 تعريف الابتكار

القدرة على إدخال توليفات جديدة من الموارد بهدف إحداث تغيير في السوق، سواء من خلال منتج جديد، طريقة إنتاج جديدة، سوق جديدة، أو شكل جديد من التنظيم³ الصناعي".

يمثل مشروع AGRONEUX تجسيدا حقيقيا لفكرة مبتكرة نابعة من الواقع الفلاحي الجزائري، فهو لم يولد من فراغ نظري او من محاكاة لافكار اجنبية جاهزة، بل جاء نتيجة تراكمات ميدانية وتجارب فعلية مع الفلاحين والمربين ومختلف الفاعلين في القطاع الزراعي. ما يميز هذا المشروع هو مقارنته الشمولية التي تهدف الى تنظيم العلاقات داخل المنظومة الفلاحية بطريقة ذكية، من خلال منصة رقمية تجمع بين الاستشارة والتوجيه والخدمات البيطرية والتجارية والتمويلية، مما يمنح المستخدم فضاء متكامل يتجاوز الحلول التقليدية المجزأة.

تكمن خصوصية الابتكار في AGRONEUX في كونه استجاب لحاجات حقيقية تم رصدتها مباشرة عبر المعاشية والمشاركة في عدة تظاهرات فلاحية على المستوى الوطني، حيث عمل الفريق المؤسس على التواجد في الفعاليات الزراعية سواء في الجنوب او في الشمال، بغرض فهم التحديات اليومية التي يعيشها الفلاح، وليس فقط من اجل بناء فكرة نظرية. كما ان المشروع لم يعتمد على التكنولوجيا كغاية، بل استخدمها كوسيلة لخلق تغيير ملموس في طريقة تقديم الخدمة والتفاعل بين الاطراف.

الابتكار في AGRONEUX ليس فقط في المضمون التقني، بل في الفلسفة التي يحملها، اذ يسعى الى بناء منظومة رقمية مرنة وقابلة للتوسع، تكون اقرب الى المستخدم وتتكيف مع خصوصياته. ولهذا، يمكن اعتبار AGRONEUX نموذجا جديدا في الابتكار المحلي، يجمع بين بساطة الاستخدام وعمق الفكرة، ويعكس تطورا تدريجيا في التفكير الريادي الذي يربط التكنولوجيا بالتنمية الزراعية الفعلية.

شومبيتر، جوزيف أ. (1934). نظرية التنمية الاقتصادية: بحث في الأرباح، ورأس المال، والائتمان، والفائدة، والدورة الاقتصادية. جامعة هارفارد.

2. مجالات الابتكار

2.1 الابتكار التقني لفائدة الفلاحين

يمثل الفلاح نواة مشروع AGRONEUX، وقد تم ابتكار خدمات رقمية موجهة خصيصاً له اعتماداً على بساطة الاستخدام وسرعة الوصول إلى المعلومة والخدمة. يوفر المشروع واجهة تطبيق تسمح للفلاح بالحصول على استشارات فلاحية، الاطلاع على تنبيهات مناخية، تشخيص المشاكل التي تصيب محاصيله بالصور، وطلب منتجات من موردين موثوقين. هذا الابتكار لا يتمثل فقط في إدخال التكنولوجيا، بل في كيفية تبسيطها لتلائم قدرات الفلاح، خصوصاً في المناطق ذات التغطية الضعيفة أو الثقافة الرقمية المحدودة.

2.2 الابتكار في سلاسل القيمة والتسويق الزراعي

يساعد AGRONEUX الفلاحين على تسويق منتجاتهم مباشرة عبر المنصة، دون وسطاء مكلفين. كما يُمكن الموردين من عرض معداتهم وخدماتهم ضمن واجهة موحدة. بهذه الطريقة، يتحول التطبيق إلى سوق رقمية متكاملة، توفر للفلاح فرصة تسويق مباشر، وتفتح له أبواب الشراكة والتوزيع بطريقة منظمة. هذا الابتكار في سلاسل القيمة يجعل من AGRONEUX أداة لتحرير الفلاح من ضغط السوق التقليدية، ومنح قيمة مضافة لإنتاجه.

2.3 الابتكار الصحي لفائدة الموالين

يعاني مربو المواشي من تأخر تدخلات البيطرة، ومن نقص في الوقاية الحيوانية بسبب التكاليف أو بُعد المراكز. AGRONEUX يبتكر في هذا السياق من خلال إتاحة خدمة الاستشارة البيطرية عن بعد، حيث يستطيع المربي إرسال وصف دقيق للحالة أو صور مباشرة للقطيع، والحصول على تشخيص أو توجيه فوري من بيطري معتمد. هذا النوع من الابتكار الصحي يختصر المسافة والوقت، ويجعل المعلومة الطبية الحيوانية متاحة في كل وقت، مع إمكانية تتبع حالة القطيع مستقبلاً، مما يرفع الإنتاجية ويقلل الخسائر.

2.4 الابتكار في النماذج الاقتصادية والبيطرة

AGRONEUX لا يبتكر فقط من أجل المستفيد، بل أيضاً من أجل مقدم الخدمة، أي الطبيب البيطري. يخلق المشروع نموذجاً اقتصادياً جديداً للبيطرة من خلال تمكينهم من تقديم خدمات رقمية، بناء سمعة إلكترونية، وجني دخل مستمر عن بعد دون الحاجة للانتقال الميداني الدائم. كما يسمح لهم بإدارة مواعيدهم وتنظيم تدخلاتهم بفعالية عبر المنصة. هذا الابتكار في نمط

العمل يحول الممارسة البيطرية من شكل تقليدي ميداني إلى شكل مرن وحديث يعتمد على الأدوات الرقمية.

5.2 الابتكار في شفافية التوزيع للمستهلكين

يتعامل المستهلك الجزائري مع سوق لا توفر له عادة معلومات كافية حول جودة المنتجات ومصدرها، مما يضعف ثقته ويؤثر على استهلاكه. يأتي AGRONEUX ليقتراح حلاً ابتكارياً يتمثل في تتبع مسار المنتجات الفلاحية من الفلاح إلى المستهلك، عبر رموز رقمية مرفقة، ونظام يسمح للمستهلك بالوصول إلى بيانات الإنتاج. كما يعمل المشروع على دعم المنتجات المحلية ذات الجودة المعتمدة، مما يعزز الشفافية ويقوي العلاقة بين الفلاح والمواطن. هذا المجال من الابتكار يعيد تعريف العلاقة بين المنتج والمستهلك بطريقة مبنية على الثقة والوضوح.

6.2 الابتكار في إدارة المعرفة والبيانات

بفضل استخدام الذكاء الاصطناعي والتحليل الرقمي، يقوم المشروع بجمع البيانات المتعلقة بأنماط الزراعة والتربية، حالات الأمراض، الفترات الحرجة، والأنشطة الاقتصادية. يتم استخدام هذه البيانات لاحقاً لتوجيه الفلاحين وإصدار تنبيهات مخصصة حسب المنطقة والموسم. هذا يشكل ابتكاراً حقيقياً في إدارة المعرفة الزراعية، حيث تصبح المعلومة الميدانية أداة استراتيجية لتوجيه العمل وتحسين المردود.

7.2 الابتكار البيئي والتحسيس بالتنمية المستدامة

يرافق AGRONEUX الفلاح ليس فقط بالخدمة، بل بالتحسيس نحو الزراعة النظيفة، المحافظة على التربة، وترشيد استخدام الموارد. يقترح التطبيق توصيات بيئية ذكية مثل جدولة الري، الاستخدام الآمن للمبيدات، وإعادة تدوير بعض النفايات العضوية. كما يُعزز المشروع الممارسات الزراعية المستدامة بالتعاون مع الخبراء. هذا الابتكار البيئي يجعل المشروع داعماً لأجندة التنمية المستدامة الوطنية والعالمية.

2.2 الهوية البصرية

1.2.2 الدلالة الاسمية

إن اختيار اسم المشروع ليس قراراً عشوائياً، بل هو جزء استراتيجي من الهوية البصرية واللفظية لأي مبادرة مبتكرة. ويُعدّ الاسم حجر الأساس في بناء صورة المشروع، سواء لدى

المستخدمين المستهدفين أو لدى المستثمرين والشركاء المحتملين. في هذا السياق، تم اختيار اسم "AGRONEUX" لمشروعنا الفلاحي الرقمي، لما يحمله من دلالات لغوية وتقنية تعبر بعمق عن أهداف المشروع وفلسفته.

الكلمة الأولى AGRO :

الأصل : مشتقة من الكلمة اللاتينية *agro*، وهي جذر يُستخدم عالميًا في اللغات الأوروبية (الفرنسية، الإنجليزية، الإسبانية...) للإشارة إلى الزراعة.

المعنى :يشير إلى كل ما يتعلق بالأنشطة الفلاحية مثل:

زراعة الحبوب والخضروات، تربية المواشي والدواجن، إنتاج العسل، الحليب، اللحوم، وغيرها، تسيير المشاتل والمزارع

بهذا، فإن "AGRO" ترمز إلى القطاع المستهدف للمشروع، وهو القطاع الزراعي والريفي بمختلف فروعه وممارسيه، وخاصة الفلاحين والموالين في الجزائر.

الكلمة الثانية NEUX :

الأصل :مستوحاة من كلمتين فرنسيتين هما:

nœud والتي تعني "عقدة" أو "نقطة التقاء"؛ وتُستخدم في علوم الشبكات لتمثيل نقطة اتصال أو تفرع.

"connexion" أي "اتصال" أو "ربط".

التصميم اللفظي :تم دمج هذه الإيحاءات في تركيب لغوي مبتكر "neux"، يمنح الكلمة طابعا حديثا وعصريا. "NEUX" تمثل فكرة الربط الذكي والتواصل بين مختلف الفاعلين، أي أنها تعكس الهدف الأساسي من المشروع وهو إنشاء شبكة فلاحية رقمية موحدة.

2.2.2 المعنى الكامن وراء التسمية

AGRONEUX AGRONEUX = هي كلمة تعني الربط الفلاحي الذي

أي :نظام ذكي لربط جميع الفاعلين في القطاع الفلاحي في فضاء واحد تفاعلي وعملي.

يعكس الاسم في حد ذاته حلاً لمشكلة معقدة يواجهها القطاع الفلاحي الجزائري، وهي تفكك المعلومات، صعوبة الوصول إلى الخبرة، غياب منصة موحدة، وعدم وجود قنوات تواصل مباشرة بين: الفلاحين، الموالين، الوكالات، الموردين، البياطرة، الخبراء المؤسسات البنكية، المستهلكين الجزائريين.

3.2.2 التسمية كوسيلة تسويقية وبصرية

اختيار اسم مثل "AGRONEUX" يُعد أداة قوية لبناء هوية مؤسسية متينة لأنه:

فريد وسهل التمييز عن بقية الأسماء في السوق.

يجمع بين الطابع المحلي (AGRO) والانفتاح العصري والدولي (NEUX).

سهل التذكر، ويثير الفضول والاهتمام، مما يدفع الزبون المحتمل إلى البحث عن معناه.

قابل للترجمة البصرية بسهولة في شعار احترافي، يُبرز الاتصال والنشاط الفلاحي.

4.2.2 البعد الرمزي والابتكاري

❖ يمثل الاسم تحولاً رقمياً حقيقياً في القطاع الفلاحي الجزائري، الذي لطالما كان يعتمد على الطرق التقليدية.

❖ يدفع الاسم نحو فلسفة التشارك والاندماج، أي أن كل فاعل في النظام يملك دوراً مهماً، من أصغر فلاح إلى أكبر بنك ممول.

❖ يكرس مفهوم "الزراعة الذكية المتصلة (Smart Agriculture Connected)" وهو التوجه المستقبلي في العالم بأسره⁴

5.2.2 سبب اختيار اسم التطبيق بالفرنسية

❖ الأسماء العربية التقليدية مثل "FALAH DZ", "FILIAHTECH"... قد لا تثير الانتباه ولا تعكس الابتكار.

❖ الاسم "AGRONEUX" يمنح المشروع طابعاً عصرياً-رقمياً وقابلاً للتدويل.

❖ يمكن استخدام الاسم نفسه لاحقاً إذا توسع المشروع في إفريقيا أو أوروبا، دون الحاجة إلى ترجمات أو تغييرات.

مميزات الاسم

❖ سريع الحفظ

❖ مميز

❖ يدل على التطور

6.2.2 الشعار الترويجي

الزراعة الذكية: مقارنة نحو تحسين إدارة الأنشطة الفلاحية⁴
مجلة: الحواسيب والإلكترونيات في الزراعة، إيسيفير 2017

كل خطوة ذكية اليوم... هي حصاد وفير غدا

الشكل 04 : اللوغو الخاص بتطبيق AGRONEUX



- ❖ يرمز إلى الفلاحة التقليدية والعمل الزراعي الميداني.
- ❖ يوضح أن التطبيق يخاطب الفلاحين والمزارعين والموالين مباشرة.
- ❖ يعكس الجانب العملي والزراعي من التطبيق.

الأوراق والنمو:

- ❖ تشير إلى الزراعة، الطبيعة، والاستدامة.
- ❖ تعطي إحساسا بالحياة والنمو والتطور.
- ❖ تبعث رسالة بيئية إيجابية، وهي مهمة خاصة مع تطور الفلاحة الذكية.

حركة الدائرية (الخط المنحني):

توحي بالاحتضان أو الدعم، وكأن التطبيق يحتضن الفلاح ويوفر له الأدوات.

ألوان (درجات الأخضر):

الأخضر هو اللون الأساسي للزراعة والاستدامة.
يوحي بالثقة، النمو، والصداقة مع الطبيعة.

شكل 05 : شعار المشروع ضمن استراتيجية الجزائر الخضراء



الشكل 06 : شعار التطبيق في لافتة إعلانية



المصدر : اعداد فريق العمل

المحور الثالث :

التحليل الاستراتيجي للسوق

1. خطة المشروع
2. عرض القطاع السوق
3. قياس شدة السوق
4. الاستراتيجية التسويقية

المحور الثالث : التحليل الاستراتيجي للسوق

1 خطة مشروع

في ظل التحولات المتسارعة التي يعرفها القطاع الفلاحي على المستويين المحلي والدولي، لم يعد من الممكن الاعتماد على المقاربات التقليدية في تسيير المشاريع، خاصة في بيئة تتسم بعدم الاستقرار، وتعدد الفاعلين، وتداخل المصالح. ومن هنا تبرز أهمية تبني نماذج تحليلية حديثة تساعد على هيكلة الافكار وبلورة الرؤية الاستراتيجية للمشاريع الناشئة. من بين هذه الادوات، يبرز نموذج الاعمال التجاري المعروف باسم Business Model Canvas كاداة فعالة لفهم وتخطيط مكونات المشروع بصفة شاملة ومتكاملة.

مشروع "AGRONEUX" لا يقتصر على كونه تطبيقا رقميا موجه للفلاح فقط، بل يمثل منظومة متكاملة تهدف الى اعادة هيكلة العلاقة بين مختلف الفاعلين في القطاع الفلاحي من خلال منصة ذكية تربط الفلاحين بالبيطرة والموردين والخبراء والبنوك وحتى المستهلكين. هذا التنوع في المتدخلين وتعدد الحاجيات يستدعي تحليلا دقيقا للابعاد الاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي يقوم عليها المشروع، وهو ما يوفره نموذج BMC بشكل مرن وعملي.

لقد سمح هذا النموذج لفريق "AGRONEUX" برسم خريطة واضحة لكيفية خلق القيمة وتوصيلها الى الزبائن المستهدفين، وتحديد القنوات المثلى للتوزيع، الى جانب ضبط الموارد والانشطة الاساسية، وبناء علاقات مستدامة مع الزبائن، مع ضمان مداخل مالية كافية لتأمين استمرارية المشروع ونموه. كما مكن من فهم التكاليف المرتبطة بالتطوير والتسويق والدعم التقني، مع تحديد الشركاء الاستراتيجيين القادرين على دعم المشروع على المدى المتوسط والبعيد.

باختصار، يشكل نموذج الاعمال BMC في مشروع "AGRONEUX" الاطار النظري والتطبيقي الذي تتم عبره ترجمة الفكرة الابتكارية الى واقع قابل للتنفيذ، وقابل للتطور، ومتكيف مع طبيعة السوق الفلاحية الجزائرية وتحدياتها البنيوية.

1.1 شرائح الزبائن

في صميم نموذج "AGRONEUX" توجد مجموعة متنوعة من شرائح الزبائن، تم تحديدها بعد دراسة معمقة للسوق الفلاحية الجزائرية واحتياجات الفاعلين داخلها. تم تصنيف هذه الشرائح كما يلي:

1.1.1 الفلاحون الصغار والمتوسطون:

هم القلب النابض للمشروع، وهم يمثلون الأغلبية الساحقة من المنتجين الزراعيين في الجزائر. يعانون من قلة التكوين، ضعف التنظيم، صعوبة الوصول إلى المعلومة والخبرة، وغياب الربط مع البنوك والموردين. AGRONEUX يقدم لهم فضاء رقميًا شاملاً يُيسر التواصل والتوجيه والتمويل. وهي أكبر فئة تشغيلية في الجزائر: يعتبر قطاع الفلاحة قطاعاً رئيسياً في الجزائر وعموداً أساسياً في الاقتصاد الوطني بسبب مساهمته في التوظيف والناتج المحلي الإجمالي.

فهو يوظف حوالي 2.6 مليون شخص كعمال زراعيين، و الذين يمثلون أكثر من 74% من اليد العاملة الريفية و 24% من القوى العاملة الوطنية. و علاوة على ذلك، يضمن الأمن الغذائي للبلاد من خلال تغطية أكثر من 74% من الاحتياجات الوطنية من المنتجات الفلاحية⁵.

2.1.1 الموالون ومربو الماشية والنحل والدواجن:

يمثلون شريحة ثانية حساسة، يتعرضون لتحديات مثل نفوق الحيوانات، الأمراض، غلاء الأعلاف، وضعف التغطية البيطرية. AGRONEUX يربطهم بالأطباء البيطريين، ويرشدهم حول الرعاية، التحصين، والتغذية.

3.1.1 الأطباء البيطريون:

فئة مهنية تقدم خدمات طبية للمربين، لكنها تفتقر إلى وسيلة لعرض خدماتها وتوسيع شبكتها. توفر لهم المنصة وسيلة لجدولة المواعيد، مشاركة المقالات، وتقديم استشارات مدفوعة أو مجانية.

4.1.1 المهندسون الزراعيون والخبراء:

يتوفر في الجزائر عدد مهم من المختصين في المجالات الزراعية لكن غالبيتهم غير متصلين ميدانياً بالمنتجين. المنصة تمكنهم من تقديم الإرشاد عن بعد، الدروس، ومتابعة المشاريع الفلاحية مقابل أجر أو كتطوع.

5.1.1 الموردون والتجار:

مثل بائعي البذور، الأسمدة، المعدات، العتاد، العلف... يعانون من صعوبة الوصول إلى الفلاحين الموثوقين، وتشنت الأسواق. AGRONEUX يفتح لهم قناة رقمية مباشرة لعرض منتجاتهم، تلقي الطلبات، وتحسين استهداف الزبائن.

6.1.1 البنوك والمؤسسات التمويلية:

⁵ <https://aapi.dz/ar/secteur-de-lagriculture-ar/> تم الولوج له في 2025/03/17 PM 2.00

مثل البنك الوطني للفلاحة، صندوق التنمية الريفية، ووكالات الدعم، تحتاج إلى قاعدة بيانات موثوقة عن الفلاحين الراغبين في القروض. من خلال المنصة يمكن تسهيل جمع الوثائق، تحليل الجدارة، وتوجيه القروض لمشاريع منتجة.

7.1.1 المستهلكون النهائيون:

في المراحل المتقدمة من المشروع، سيكون بإمكان المستهلكين المهتمين بالمنتجات المحلية البيولوجية التفاعل مع المنتجين وشراء سلع فلاحية مباشرة عبر السوق الرقمي في AGRONEUX.

2.1 القيمة المقترحة

AGRONEUX ""لا يقدم منجا ماديا، بل خدمة ذكية متعددة الأبعاد، تعالج سلسلة طويلة من الإشكالات وتخلق قيمة حقيقية لعدة فئات. من بين القيم المقترحة:

- ❖ منصة موحدة للخدمات الفلاحية :تجمع الفاعلين وتختصر مسافات الوصول إلى الخبرة، المنتجات، التمويل، والمعرفة.
- ❖ رقمنة العمليات التقليدية :من التشخيص البيطري، إلى طلب العتاد، وتسجيل المشاريع التعاونية.
- ❖ التمكين الذكي للفلاح :عبر نصائح مخصصة حسب المنطقة، التربة، الطقس، نوع الزراعة أو التربية.
- ❖ ربط فوري وآمن بين العرض والطلب في كل مراحل النشاط الفلاحي.
- ❖ تقليل الوسطاء واستنزاف الموارد :عبر الشفافية، توجيه السوق، وكسر الاحتكار المحلي للمعلومات.
- ❖ نقل المعرفة الميدانية للفلاحين بأسلوب مبسط بلغتهم الجغرافية أو المحلية.
- ❖ تسهيل التمويل الذكي ومرافقة إنشاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

القيمة الأهم تكمن في أن AGRONEUX لا يحل مشكلا واحدا، بل ينشئ نظاما بيئيا متكاملا يعالج سلسلة كاملة من التحديات الفلاحية الجزائرية.

3.1 قنوات التوزيع

في نموذج الأعمال التجاري، تعتبر قنوات التوزيع عنصرا محوريا يسمح بتوصيل القيمة المقترحة الى الزبائن المستهدفين بطريقة فعالة ومنظمة. ويمكن تصنيف هذه القنوات الى قنوات مباشرة وقنوات غير مباشرة، حسب مدى تحكم المشروع في العلاقة مع الزبون، وطبيعة التفاعل بين الطرفين. في مشروع "AGRONEUX"، تم الاعتماد على مزيج من القنوات لتحقيق اقصى درجة من الوصول والتأثير، خاصة بالنظر الى تنوع الشرائح المستهدفة وتفاوت مستويات الرقمنة في الوسط الفلاحي.

1.3.1 القنوات المباشرة (Canaux directs)

القنوات المباشرة هي تلك التي يتم من خلالها التواصل والتفاعل مع الزبون دون وسيط، مما يسمح بتحكم اكبر في الرسالة، وتحسين تجربة المستخدم، وتوفير ردود فورية.

تطبيق الهاتف الذكي "AGRONEUX"

- ❖ يعتبر القناة الرئيسية والمباشرة للتفاعل مع الزبائن.
- ❖ يتيح للمستخدمين تصفح الخدمات، حجز مواعيد، ارسال استفسارات، طلب تمويل، تقييم الموردين.
- ❖ يوفر واجهة سهلة قابلة للتخصيص حسب نوع المستخدم (فلاح، بيطري، ممون...).
- ❖ يسمح بجمع بيانات دقيقة لتحسين الخدمات بشكل مستمر.

الموقع الالكتروني الرسمي

- ❖ يوفر مساحة لعرض المشروع، تحميل التطبيق، تقديم الطلبات، وقراءة المقالات التوجيهية.
- ❖ يمثل واجهة تواصل مباشر مع الزوار وخاصة من الفئات المتعلمة والحضرية.

التواصل الفوري والدعم التقني داخل التطبيق

- ❖ من خلال خاصية الدردشة الفورية، يمكن للفلاحين طلب المساعدة او الاستفسار مباشرة من الفريق.

يوفر تفاعلا لحظيا وسريعا دون الحاجة الى الرجوع الى مراكز ميدانية.

الاشعارات والتنبيهات الذكية

ترسل مباشرة للمستخدمين حسب الموقع الجغرافي او نوع النشاط.

تساهم في تحسين التواصل الوقي، خاصة في الحالات الطارئة كالتقلبات المناخية او انتشار الامراض الحيوانية.

2.3.1 القنوات غير المباشرة (Canaux indirects)

القنوات غير المباشرة تعتمد على وسطاء، مؤسسات، او منصات اخرى لنقل الخدمة او الترويج لها. ورغم ان التحكم فيها اقل، الا انها تسمح بالوصول الى فئات لا يمكن الوصول اليها عبر القنوات الرقمية فقط، خاصة في البيئات الريفية.

الشراكات مع البلديات والجمعيات الفلاحية

- ❖ يتم عبرها تنظيم لقاءات ميدانية، ورشات توعية، توزيع مطويات.
- ❖ تلعب دور الوسيط بين المشروع والفلاحين غير المتصلين رقميا.

2. الورشات التحسيسية والقوافل الفلاحية

- ❖ تساهم في تقديم شروحات ميدانية حول كيفية استعمال التطبيق وفوائده.
- ❖ تنظم بالتنسيق مع المعاهد الفلاحية، دواوين التنمية، والغرف الفلاحية.

3. المحتوى الرقمي على وسائل التواصل الاجتماعي

- ❖ رغم انه يبدو كقناة مباشرة، الا ان تفاعل الجمهور فيها يظل غير مخصص وغير فردي.
- ❖ يستخدم للترويج العام، مشاركة الشهادات، رفع الوعي، نشر ثقافة الرقمنة الفلاحية.

4. الحملات الاشهارية عبر الاذاعة المحلية والقنوات التلفزيونية

- ❖ تستهدف جمهور الفلاحين في المناطق النائية الذين لا يستخدمون الانترنت بانتظام.
- ❖ تقدم معلومات اساسية حول التطبيق وطرق تحميله.

5. التعاون مع الموردين والموزعين المحليين

- ❖ يتم عبر ادراج التطبيق ضمن شبكات التوزيع التقليدية (مثلا عند شراء سماد او معدات).
- ❖ يساعد على ادماج المنصة في الحياة اليومية للفلاح دون الحاجة الى مبادرة رقمية منه.

4.1 علاقات مع الزبائن

تعد علاقات الزبائن من أهم أركان نموذج الأعمال التجاري، إذ تعكس الطريقة التي يعتمد عليها المشروع لبناء الروابط مع فئاته المستهدفة، والحفاظ عليها، وتنميتها مع مرور الوقت. في مشروع "AGRONEUX"، حيث تنوع المستخدمين (فلاحون، بياطرة، موردون، بنوك...) وتفاوت مستوياتهم المعرفية والتقنية، يصبح من الضروري تطوير علاقات زبائن متعددة الأبعاد تجمع بين القرب الشخصي، التوجيه المستمر، والدعم التقني، مع الاعتماد على وسائل رقمية وميدانية لضمان استمرارية التواصل ورضا العملاء.

1.4.1 أهداف علاقات الزبائن في "AGRONEUX"

- ❖ تم تصميم استراتيجية العلاقات في "AGRONEUX" لتحقيق الأهداف التالية:
- ❖ كسب ثقة الزبائن خاصة الفلاحين الذين غالبا ما يتحفظون على الحلول الرقمية.
- ❖ ضمان ولاء المستخدمين واستمرارهم في استعمال المنصة بشكل منتظم.
- ❖ تحسين تجربة الاستخدام من خلال التفاعل السريع والمساعدة المستمرة.
- ❖ تشجيع التوصية بالمنصة عبر الفلاحين أنفسهم (شبكة الزبائن الاوفياء).
- ❖ تحويل الزبائن الى شركاء في تطوير المنصة من خلال اقتراحاتهم وملاحظاتهم.

اشكال العلاقات المعتمدة

اعتمد مشروع "AGRONEUX" على مزيج من الانماط المختلفة في بناء علاقاته مع الزبائن، وذلك حسب طبيعة كل فئة واحتياجاتها:

1.4.2 المرافقة الشخصية (Accompagnement personnalisé)

يتم تقديم دعم مباشر ومخصص للفلاحين خاصة في المراحل الاولى من استخدام المنصة.

يشمل التوجيه خطوة بخطوة حول كيفية استعمال التطبيق، طريقة فتح ملف، طلب استشارة او تمويل.

يتم عبر فرق ميدانية، او عن طريق مستشار افتراضي داخل التطبيق.

1.4.3 الدعم التقني متعدد القنوات (Support multicanal)

يشمل توفير خدمة عملاء عبر عدة وسائط مثل:

❖ الدردشة الفورية داخل التطبيق

❖ رقم هاتفي مخصص

❖ بريد الكتروني موجه للاستفسارات

يهدف هذا النمط الى الاستجابة السريعة للمشاكل التقنية او الطلبات العاجلة.

4.4.1 العلاقات الذاتية (Self-service)

بالنسبة للمستخدمين المتقدمين، توفر المنصة واجهة مرنة تمكّنهم من ادارة خدماتهم بأنفسهم (مثل حجز مواعيد، تصفح الاسعار، تحميل الوثائق).

هذه الطريقة تخفف الضغط على الفريق التقني وتزيد من كفاءة التشغيل.

5.4.1 المجتمعات الرقمية (Communautés d'utilisateurs)

يسعى المشروع الى بناء مجتمع رقمي للفلاحين والمربين والموردين عبر:

❖ منتديات مفتوحة داخل التطبيق

❖ مجموعات نقاش على وسائل التواصل

❖ مسابقات دورية وافكار تشاركية

هذا النوع من العلاقات يعزز التفاعل بين المستخدمين انفسهم دون تدخل مباشر من

الادارة.

6.4.1 التكوين المستمر (Relation éducative)

من خلال تقديم مقاطع فيديو، نشرات تعليمية، وندوات حية حول مواضيع فلاحية

وتقنية.

تقوي العلاقة بين المستخدم والمنصة عبر نقل المعرفة وخلق قيمة تعليمية.

7.4.1 اساليب الحفاظ على الزبائن

بعد استقطاب المستخدمين، يركز "AGRONEUX" على الحفاظ عليهم عبر عدة وسائل:

❖ نظام التنبيهات الذكي الذي يبقي المستخدم على اطلاع دائم حسب النشاط الفلاحي الذي يمارسه.

❖ مكافآت رقمية للفلاحين الاوفياء (نقاط، تخفيضات، ظهور اولوية...).

❖ استطلاعات رأي دورية تهدف الى قياس رضا المستخدم واقتراح التحسينات.

❖ استجابة فورية للاقتراحات والشكاوى بما يشعر الزبون بان له صوتا مؤثرا في المشروع.

8.4.1 التحديات المرتبطة بعلاقات الزبائن

رغم الجهود المبذولة، تواجه علاقات الزبائن في "AGRONEUX" عدة تحديات:

- ❖ الامة الرقمية لدى نسبة من الفلاحين، مما يتطلب جهودا ميدانية لتكوينهم.
- ❖ ضعف البنية التحتية في بعض المناطق غياب الانترنت او الشبكة.
- ❖ اختلاف اللهجات واللغات المحلية مما يتطلب تخصيص المحتوى.
- ❖ عدم الثقة في الحلول الرقمية الجديدة لدى بعض المستخدمين التقليديين.
- ❖ ولمواجهة هذه التحديات، يعتمد المشروع على مقارنة تدريجية تبدأ بالتكوين والتأسيس، ثم التفاعل والدعم، وصولا الى التمكين الرقمي.

5.1 الشركاء الاساسيون

في بيئة ريادية ديناميكية تتطلب تنسيقا متعدد الابعاد، يعتبر عنصر "الشركاء الرئيسيون" من المكونات الاساسية في نموذج الاعمال التجاري. اذ لا يمكن لاي مشروع، مهما كانت قوة فكرته او تميز خدمته، ان يشتغل بمعزل عن شبكة من الفاعلين الاستراتيجيين الذين يساهمون في تعزيز قدراته، تقليص مخاطره، وتوسيع دائرة تأثيره. ويكتسي هذا الركن اهمية خاصة في مشروع "AGRONEUX"، نظرا لطبيعة الفئة المستهدفة (فلاحين، بياطرة، ممولين...) والحاجة الى دعم مؤسساتي وتقني وميداني لضمان نجاح المشروع وانتشاره واستمراره.

1.5.1 اهمية الشركاء في مشروع "AGRONEUX"

يستمد المشروع حاجته الى الشركاء من عدة اعتبارات، اهمها:

- ❖ تعزيز المصادقية الميدانية للمنصة في اوساط الفلاحين والمربين.
- ❖ الولوج الى موارد يصعب امتلاكها داخليا مثل قنوات التوزيع الريفية، قواعد البيانات، التكوين الميداني.
- ❖ تأمين الدعم التقني او المالي لبعض الوظائف او الخدمات.
- ❖ ضمان تغطية قانونية وتنظيمية في حالة التعامل مع البنوك او الوزارات.

❖ تقاسم المخاطر والتكاليف المتعلقة بالانتشار والتكوين والتحسيس.

2.5.1 تصنيف الشركاء الرئيسيين

يمكن تصنيف الشركاء في "AGRONEUX" الى عدة مجموعات حسب دورهم ووظيفتهم ضمن المنظومة:

1.2.5.1 الشركاء المؤسساتيون

أ. وزارة الفلاحة والتنمية الريفية

- ❖ توفر الاطار القانوني للمنصة.
- ❖ تساهم في نشر التطبيق ضمن شبكاتها المحلية.
- ❖ تدعم المشروع عبر ربطه بالمراكز الفلاحية الجهوية.

ب. وزارة الرقمنة والاحصائيات

- ❖ شريك محوري في تعزيز البنية التحتية الرقمية.
- ❖ تساهم في ترخيص التطبيق وتحديثه تقنيا.
- ❖ قد تدعم في حملات التكوين الرقمي للفلاحين.

ج. وزارة البيئة والطاقات المتجددة

❖ تساهم في توجيه المنصة نحو ممارسات فلاحية مستدامة.

❖ تقدم محتوى ارشادي متعلق بالزراعة الايكولوجية.

د. الوكالات الوطنية الداعمة للمشاريع

- ❖ مثل ANSEI ، ANGEM ، CNAC وغيرها.
- ❖ تساعد في تمويل بعض الانشطة، تكوين الفرق، او دعم الفلاحين عبر برامجهم.

2.2.5.1 الشركاء الماليون

أ. البنوك والمؤسسات التمويلية

- ❖ مثل البنك الوطني للفلاحة، القرض الشعبي الجزائري، بنوك التمويل الاسلامي.
- ❖ تمكن من ربط الفلاحين بالتمويل، وتسهيل التقييم الرقمي للملفات.
- ❖ تعتبر طرفا فاعلا في تشغيل ميزة التقييم المالي داخل التطبيق.

ب. صناديق الدعم المحلية او الدولية

- ❖ مثل برامج الاتحاد الاوروبي، البنك الافريقي للتنمية،
- ❖ تدعم المشروع تقنيا وماديا وتساهم في توسعة النطاق.

3.2.5.1 الشركاء التقنيون

أ. شركات الاتصالات والانترنت

- ❖ مثل موبيليس، اوريدو، جازي.
- ❖ تساهم في تقديم عروض انترنت مخفضة او مجانية لولوج المنصة في المناطق الريفية.
- ❖ تساعد في تحسين تغطية الشبكة.

❖ ب. شركات التطوير التكنولوجي

- ❖ تتولى تطوير وصيانة المنصة والواجهة الرقمية.
- ❖ توفر التحديثات الدورية والحماية السيبرانية.
- ج. الجامعات ومراكز البحث
- ❖ تقدم دعما علميا واكاديميا لتحسين المحتوى الفلاحي والبيطري.
- ❖ تسهم في اختبار بعض الافكار النموذجية قبل اطلاقها.

4.2.5.1 الشركاء الميدانيون

أ. الجمعيات الفلاحية

- ❖ تُمكن من الوصول المباشر الى الفلاحين والمربين في القرى والمداشر.
- ❖ تساعد في تنظيم ورشات تحسيسية حول كيفية استعمال التطبيق.

ب. الموردون المحليون

- ❖ يقدمون محتوى حول المنتجات والاسعار والخدمات.
- ❖ يشكلون شريكا تجاريا لضمان وجود عروض حقيقية داخل المنصة.

ج. الخبراء الزراعيون والبيطريون

- ❖ يقدمون محتوى علميا وخدمات استشارية مباشرة للفلاحين.
- ❖ يشكلون الركيزة العلمية للمنصة.

3.5.1 آليات التعاون مع الشركاء

- ❖ من اجل ضمان علاقة فعالة ومستدامة، تم وضع آليات واضحة لتنظيم التعاون مع الشركاء:
- ❖ اتفاقيات شراكة موثقة تحدد المهام والمسؤوليات بوضوح.
- ❖ تبادل البيانات والمعلومات بما يخدم مصلحة المستخدم النهائي.

- ❖ ورشات تنسيق مشتركة لتقييم التقدم ومشاركة الافكار.
- ❖ مذكرات تفاهم دولية او وطنية في حال الشراكة مع مؤسسات اجنبية.
- ❖ انظمة تحفيز وتشجيع لبعض الشركاء مقابل الخدمات المقدمة.

4.5.1 القيمة المضافة التي يوفرها الشركاء

وجود شركاء موثوقين وفعالين يمكن "AGRONEUX" من:

- ❖ توسيع قاعدة الانتشار الميداني باقل التكاليف.
- ❖ تسهيل الولوج الى الموارد والمعطيات الفلاحية الرسمية.
- ❖ ضمان مطابقة المشروع للسياسات العمومية في القطاع الفلاحي.
- ❖ الارتقاء بمستوى الخدمات التقنية والعلمية للمنصة.
- ❖ زيادة ثقة المستخدمين بالمنصة كونها مدعومة من مؤسسات موثوقة.

5.5.1 التحديات المحتملة في ادارة الشركاء

رغم اهمية الشراكات، الا ان "AGRONEUX" قد يواجه بعض الصعوبات، منها:

- ❖ تباين الاهداف بين المشروع والشركاء مما قد يخلق تضارباً في الاولويات.
- ❖ البيروقراطية الادارية خاصة مع المؤسسات العمومية.
- ❖ بطء في تنفيذ الالتزامات من بعض الشركاء.
- ❖ صعوبة التنسيق الميداني في بعض المناطق بسبب ضعف البنية التحتية.

ولذلك، تم اعتماد منهجية مرنة وقابلة للتعديل في ادارة الشراكات، مع تركيز على الحوار

المستمر والمتابعة الدقيقة.

6.1 الانشطة الرئيسية

يمثل ركن "الانشطة الرئيسية" احد اهم عناصر نموذج الاعمال التجاري، اذ يحدد ما يجب على المشروع القيام به بصفة دائمة ومنظمة من اجل تقديم القيمة المقترحة، خدمة شرائح الزبائن، وضمان استمرارية المشروع. تختلف طبيعة هذه الانشطة حسب نوع المشروع، مجال تدخله، والجمهور المستهدف. وبالنسبة لمشروع "AGRONEUX"، فان تنوع الخدمات التي يقدمها، وتعدد الفاعلين المنخرطين فيه، يتطلب تنفيذ مجموعة من الانشطة الحيوية التي تمثل العمود الفقري لتشغيل المنصة وتحقيق اهدافها.

1.6.1 تطوير المنصة الرقمية وصيانتها

أ. تصميم وتحديث واجهة الاستخدام

- ❖ يتم تطوير واجهة سهلة، مرنة، ومتكيفة مع خصوصيات الفلاحين والمربين والموردين.
- ❖ تشمل الواجهة اقساماً مختلفة حسب الفئة: فلاح، بيطري، مورد، خبير، بنك...

ب. برمجة الخوارزميات الذكية

- ❖ تم تضمين خوارزميات لتقديم توصيات مخصصة لكل مستخدم حسب منطقته ونوع نشاطه الفلاحي.

- ❖ تشمل ايضاً انظمة تقييم ومطابقة بين الطلب والعرض.

ج. الصيانة التقنية والحماية السيبرانية

- ❖ يتم مراقبة المنصة بشكل دوري لتفادي الاعطال وتحسين سرعة الاداء.
- ❖ تشمل ايضاً حماية بيانات المستخدمين وتشفير المعاملات.

2.6.1 انتاج وتحديث المحتوى الفلاحي

أ. كتابة مقالات ارشادية وتوجيهية

- ❖ حول مواضيع مثل امراض النباتات، تغذية المواشي، تقنيات الغرس والحصاد...
- ❖ بلغة مبسطة وقابلة للفهم من طرف المستخدم العادي.

ب. تسجيل فيديوهات تعليمية

- ❖ تشرح كيفية استخدام التطبيق، وتقدم نصائح ميدانية يقدمها خبراء وفنيون.
- ❖ يتم نشرها داخل التطبيق وعلى صفحات التواصل الاجتماعي.

ج. توفير ادلة رقمية مصورة

- ❖ كأدلة لزراعة موسمية، او دلائل حول التحصين البيطري، يتم تحميلها بسهولة من المنصة.

3.6.1 الربط بين الفلاحين والخدمات

أ. تنسيق عمليات الحجز والتوصيل

- ❖ بين الفلاح والمورد او بين المربي والبيطري.
- ❖ عبر واجهات مبسطة تمكن من حجز المواعيد وتتبع الخدمة.

ب. تفعيل سوق رقمية داخلية

- ❖ لتمكين الفلاحين من بيع منتجاتهم مباشرة للمستهلكين او لتجار الجملة.
- ❖ تسهم في تقليص الوسطاء وتعزيز الدخل الفلاحي.

ج. تقديم ملفات القروض والتوجيه المالي

- ❖ عبر استمارات مبسطة للفلاحين الراغبين في التمويل.

❖ يتم توجيههم نحو البنوك والمؤسسات المناسبة مع دعم تقني في ملء الملفات.

4.6.1 التكوين والمرافقة الميدانية

أ. تنظيم ورشات ميدانية

❖ لفائدة الفلاحين في المناطق الريفية، بالشراكة مع الجمعيات المحلية.

❖ تشرح كيفية استخدام التطبيق وفهم مزاياه.

ب. متابعة رقمية للمستخدمين

❖ عبر ارسال تنبيهات مخصصة بخصوص مراحل الزراعة او التربية.

❖ تقدم لهم ارشادات في الوقت المناسب.

ج. الاستماع الى اقتراحات الزبائن

❖ من خلال نظام تعليقات داخل المنصة.

❖ يتم تحليل الملاحظات وادراج الافكار المناسبة في التحديثات المستقبلية.

5.6.1 التسويق والترويج

أ. الحملات الاشهارية الرقمية

❖ عبر منصات التواصل الاجتماعي والفيديوهات القصيرة.

❖ تبرز اهمية المنصة وتحفز على تحميلها.

ب. الحملات الميدانية

❖ في الاسواق الفلاحية، البلديات، المناسبات الوطنية.

❖ تهدف الى كسر حاجز الامة الرقمية وبناء ثقة الزبائن.

ج. الترويج بالشراكة مع الموردين

ادماج اسم "AGRONEUX" في عبوات المنتوجات، الفواتير، النشرات التي يقدمها الممونون

6.6.1 ادارة الشراكات والعلاقات

أ. التنسيق مع المؤسسات الرسمية

وزارة الفلاحة، وكالات التمويل، المعاهد التقنية...

ب. تسيير العلاقات مع البنوك

لتسهيل التمويل ودمج الخدمات البنكية الذكية في التطبيق.

ج. تنظيم الاجتماعات الدورية مع الشركاء

لتقييم الاداء وتحديد مجالات التحسين.

7.6.1 تحليل البيانات واتخاذ القرارات

أ. جمع البيانات من الاستخدامات اليومية

مثل المناطق الأكثر نشاطا، الخدمات الأكثر طلبا...

ب. استخراج مؤشرات تقييم الاداء

تساعد في معرفة مدى فعالية المنصة ورضا المستخدمين.

ج. اتخاذ قرارات تطويرية مبنية على المعطيات

مثل اطلاق خدمات جديدة، تعديل الواجهة، تعديل الاسعار.

7.1 مصادر الإيرادات

تعد مصادر الإيرادات من أهم مكونات نموذج الأعمال التجاري، إذ تحدد كيف يحقق المشروع دخلا ماليا مستداما مقابل القيمة التي يقدمها. فمهما كانت الفكرة مبتكرة والخدمة فعالة، لا يمكن للمشروع الاستمرار دون نموذج ربحي واضح يضمن تغطية التكاليف وتحقيق فائض يسمح بالتوسع. في مشروع "AGRONEUX"، الذي يجمع بين التمكين الرقمي للفلاحين وتقديم خدمات متعددة الأطراف، تم تصور نظام إيرادات مرن ومتعدد القنوات يأخذ بعين الاعتبار تنوع الزبائن واختلاف قدرتهم الشرائية، مع احترام البعد الاجتماعي والابتكاري للمبادرة.

1.7.1 اشتراكات المستخدمين

أ. اشتراك شهري أو سنوي للفلاحين

❖ يتضمن الاستفادة من جميع خدمات المنصة مثل الاستشارات، السوق

الرقمية، التنبيهات، حجز البيطري...

❖ يتم تحديد السعر حسب حجم النشاط الفلاحي أو عدد الاستشارات

المطلوبة.

❖ اشتراك رمزي ومناسب لقدرة الفلاحين المحدودة.

ب. اشتراكات خاصة بالموردين والبيطرة

❖ تمنحهم ظهورا مميزا على المنصة، وإعلانا لمنتجاتهم وخدماتهم.

❖ إمكانية الوصول إلى تحليلات السوق والطلب حسب المناطق.

❖ اشتراك أعلى من الفلاحين لكونهم يستفيدون تجاريا.

2.7.1 عمولة على المعاملات

أ. عمولة على الصفقات بين المورد والفلاح

- ❖ عندما يتم شراء منتج او خدمة عبر المنصة، تقتطع نسبة صغيرة كعمولة.
- ❖ هذا النموذج شائع في المنصات التجارية ويضمن دخلا تلقائيا ومتكررا.

ب. عمولة على الربط مع البنوك

- ❖ عند توجيه الفلاح الى مؤسسة تمويلية ويتم قبوله، تحصل "AGRONEUX" على نسبة متفق عليها.
- ❖ يشجع هذا النموذج على تقديم ملفات ذات جودة وتحقيق نتائج فعلية.

3.7.1 عرض خدمات استشارية مدفوعة

أ. استشارة خاصة مع خبير زراعي

- ❖ يقدم الخبير ارشادات دقيقة حول مرض معين، نوع التربة، المحصول المناسب.
- ❖ الخدمة مدفوعة بشكل منفصل عن الاشتراك.

ب. تكوينات رقمية متخصصة

- كورسات صغيرة في مواضيع مثل تربية النحل، تقنيات التسميد، تقنيات التسويق الفلاحي...
- يتم تسويقها داخل التطبيق بأسعار رمزية.

4.7.1 خدمات اعلان وترويج

أ. مساحة اشهارية داخل التطبيق

- تعرض فيها شركات الاسمدة، المعدات، الاعلاف، منتجاتها مقابل مبلغ شهري.
- الاعلان يكون موجها حسب نشاط الفلاح والمنطقة.

ب. محتوى ترويجي ممول

يتم انتاج فيديوهات او مقالات مدفوعة من طرف علامات تجارية فلاحية يتم نشرها ضمن المحتوى العادي.

5.7.1 منح ودعم مؤسساتي

أ. تمويل من مؤسسات وطنية

مثل برامج الابتكار، الوكالة الوطنية لدعم المقاولاتية، او صندوق الرقمنة.

ب. دعم من منظمات دولية

يتم تخصيص هذا التمويل لتوسيع المنصة او تغطية الفئات الهشة بدون مقابل.

6.7.1 خدمات موجهة للمؤسسات

أ. ربط "AGRONEUX" مع المؤسسات الفلاحية الكبرى

- تقدم لهم نسخا مخصصة من التطبيق لتسيير شبكات الفلاحين المتعاملين معهم.
- خدمات اضافية مثل تحليل بيانات الزبائن، مراقبة الطلبات، خدمات الدعم الفني.

ب. عقود شراكة طويلة الاجل

تبرم مع شركات المعدات، البنوك، او التعاونيات التي ترغب في الترويج الدائم عبر

المنصة

8.1 التكاليف

يشكل هيكل التكاليف ركيزة أساسية في بناء نموذج أعمال متوازن ومستدام. فهو يحدد مختلف المصاريف التي يتحملها المشروع من أجل تصميم وتقديم القيمة المقترحة، تشغيل القنوات، إدارة علاقات الزبائن، وتنفيذ الأنشطة الأساسية. في مشروع "AGRONEUX"، والذي يزاوج بين التطوير الرقمي، التمكين الفلاحي، والخدمة الميدانية، تتوزع التكاليف بين أعباء تقنية، بشرية، تشغيلية، وترويجية، مما يتطلب إدارة ذكية للنفقات لتحقيق أقصى مردودية بأقل تكلفة ممكنة.

1.8.1 التكاليف التقنية

أ. تطوير المنصة

- تشمل تكاليف تصميم التطبيق (واجهة المستخدم، قاعدة البيانات، الخوارزميات).

- أجور فريق التطوير (مبرمجون، مصمم واجهات، مهندسو بيانات).

ب. الصيانة والدعم الفني

- مصاريف استضافة السيرفرات وخدمات التخزين السحابي.

- تحديثات دورية وتحسينات حسب اقتراحات المستخدمين.

- الحماية من الاختراقات وتأمين البيانات.

ج. الاشتراكات التقنية

اشتراكات في أدوات تحليل البيانات، إدارة المستخدمين، المراسلات الداخلية.

هذه التكاليف غالبا ما تكون ثابتة أو نصف متغيرة، وتشكل نسبة معتبرة في المراحل الأولى

من المشروع.

2.8.1 التكاليف البشرية

أ. الأجور الشهرية للفريق

المدير التنفيذي، مدير العمليات، المطور الرئيسي، مسؤول التسويق الرقمي، مسؤول

العلاقات الخارجية، المحاسب، مساعد إداري خبير جودة رقمية

ب. تكاليف التكوين والتطوير المهني

- تدريب داخلي للفريق حول أحدث أدوات الإدارة الرقمية والفلاحية.

- ورشات مع خبراء محليين ودوليين.

ج. الحوافز والمكافآت

مرتبطة بتحقيق الأهداف الشهرية أو الفصلية.

3.8.1 التكاليف التشغيلية

أ. الحملات الميدانية

- تنقل الفريق إلى المناطق الفلاحية.
- كراء قاعات، معدات عرض، تجهيزات توعوية.
- تعويضات تنقل وإقامة.

ب. الطباعة واللوجستيك

- مطويات، دلائل إرشادية، لافتات إرشادية.
- أدوات مرافقة المستخدمين في الميدان (لوحات، كتيبات تعليمية...).

ج. تكلفة الخدمات اللوجستية

نقل البضائع النموذجية في الحملات (معدات فلاحية، عينات...).

4.8.1 التكاليف التسويقية والإعلانية

أ. الحملات الرقمية

- ترويج عبر فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب، غوغل.
- إنتاج فيديوهات دعائية ومحتوى مرئي موجه للفلاحين.

ب. الحملات الكلاسيكية

- إعلانات إذاعية وتلفزيونية محلية.
- ملصقات في الأسواق الأسبوعية والمراكز الفلاحية.

ج. التسويق عبر الشراكة

- ❖ مساهمات في أحداث فلاحية مقابل ظهور العلامة.
- ❖ دعم مادي لتنظيم لقاءات بالتعاون مع شركاء محليين.

5.8.1 التكاليف القانونية والإدارية

أ. تسجيل المشروع والحماية القانونية

❖ رسوم تسجيل الشركة الناشئة.

❖ حماية الملكية الفكرية للمنصة.

ب. تكاليف المحاسبة والمراجعة

❖ إعداد التقارير المالية.

❖ التدقيق القانوني في حال وجود ممولين أو شركاء دوليين.

ج. مصاريف الاتصالات

❖ خط هاتفي مخصص للدعم.

❖ اشتراكات الإنترنت، البريد المني، منصة إدارة الزبائن.

6.8.1 التكاليف غير المتكررة

أ. إطلاق المنصة

❖ مصاريف الإطلاق الأولي (حدث رسمي، عروض توضيحية، تحفيز المستخدمين الأوائل).

❖ مكافآت خاصة للموردين أو البياطرة المتعاملين في المرحلة التجريبية.

ب. التجهيزات الأولية

❖ حواسيب، هواتف ذكية، طابعات، أجهزة العرض.

❖ أثاث المقر وبيئة العمل.

7.8.1 التكاليف المستقبلية المتوقعة

❖ توسعة المنصة لتشمل مزايا جديدة مثل الذكاء الاصطناعي أو التوصيات التلقائية.

❖ توظيف فرق ميدانية إضافية حسب توسع نطاق المشروع.

❖ إعداد نسخة خاصة للتصدير نحو أسواق دولية مجاورة.

9.1 الموارد الرئيسية

أولاً: الموارد البشرية

العنصر البشري هو المحرك الحيوي الذي يجعل المشروع يتنفس، يتطور، ويستجيب

للتحديات. وقد تم بناء فريق مشروع AGRONEUX على أساس التنوع في الكفاءات وتوزيع المهام بذكاء.

من بين أهم الموارد البشرية:

- ❖ مطورو التطبيقات والمهندسون المختصون في البرمجيات، المسؤولون عن بناء وصيانة المنصة الرقمية
- ❖ المستشارون الفلاحيون والبيطريون الذين يضمنون جودة المحتوى الارشادي والاستشارات
- ❖ فريق الدعم الفني وخدمة المستخدمين الذي يعالج الطلبات والمشاكل في الوقت الحقيقي
- ❖ المسؤولون عن التسويق الرقمي وبناء الهوية التواصلية للمشروع
- ❖ الطاقم الاداري، المالي، خوادم الاستضافة السحابية التي تضمن استمرارية عمل التطبيق دون انقطاع
- ❖ قاعدة البيانات المركزية التي تحتوي على معلومات المستخدمين، الطلبات، الخدمات، والموردين
- ❖ البنية البرمجية للتطبيق، بما يشمل الواجهة الامامية، الخلفية، نظم الذكاء الاصطناعي، وخوارزميات التوصية
- ❖ نظم الحماية والامن المعلوماتي، لحماية بيانات المستخدمين وضمان الخصوصية
- ❖ ادوات والمحاسبي المكلف بادارة المشروع من حيث التشغيل والتخطيط
- هذا المورد يمثل الاساس البشري الذي يسمح بتحقيق رؤية المشروع بطريقة مهنية وواقعية، مع امكانيات للتكوين والتوسع مستقبلا حسب الحاجة.

2.9.1 الموارد التقنية

- تتطلب المنصة الرقمية نظاما تقنيا مستقرا وفعالا يشكل القاعدة التي يتم عبرها تقديم الخدمة للفلاح والمورد. من بين اهم هذه الموارد:
- ❖ الاتصال الداخلي بين الفرق، ومنصات العمل التشاركي
 - لضمان التنسيق الفوري
 - هذه الموارد التقنية تعد بمثابة البنية التحتية الرقمية التي تسمح بتحقيق جودة الخدمة وسلاسة الاستخدام، وهي تخضع باستمرار للتطوير والتحديث.

3.9.1 المعرفة والملكية الفكرية

- المعرفة هي احد الاصول اللامادية الاكثر اهمية في AGRONEUX، وتشمل:
- ❖ المحتوى الارشادي الفلاحي والبيطري المصمم خصيصا للفلاح الجزائري
 - ❖ نماذج الاستشارات الرقمية المطورة داخل المشروع

- ❖ التحليلات التي يتم انتاجها انطلاقا من البيانات الضخمة الخاصة بسلوك المستخدمين
- ❖ المنهجيات التعليمية الرقمية التي تسهل على المستخدمين فهم الخدمات التقنية
- ❖ الهوية البصرية والعلامة التجارية، باعتبارها عنصرا يحمي المشروع قانونيا ويعزز من صورته امام الشركاء والمستخدمين
- هذا المورد يمنح المشروع عمقا معرفيا، ويجعل منه مرجعا موثوقا للفلاح والمستثمر.

4.9.1 الموارد المالية

رغم ان المشروع لا يركز على استثمار ضخم في بداياته، الا ان الموارد المالية تبقى ضرورية لتغطية:

- ❖ اجور الفريق الاساسي
- ❖ تكاليف التطوير والصيانة التقنية
- ❖ حملات الترويج والتسويق
- ❖ مصاريف التعاقدات والتشغيل اليومي
- ❖ الاستثمارات المستقبلية في التوسع او تطوير خدمات جديدة

وتتوزع هذه الموارد بين تمويل ذاتي، دعم من برامج ريادة الاعمال، او شراكات استراتيجية مستقبلية مع مؤسسات عمومية او خاصة.

5.9.1 الموارد التنظيمية والشبكية

هي الموارد التي تكتسب من خلال العلاقات والشراكات، مثل:

- ❖ الشراكات مع جمعيات فلاحية لتسهيل الوصول الى المستفيدين
- ❖ اتفاقيات مع الموردين لدمج منتجاتهم في المنصة
- ❖ تعاون مع مؤسسات حكومية لتبادل المعطيات او توفير تراخيص
- ❖ شبكة علاقات اعلامية وداعمين رقميين لتوسيع مدى الوصول
- ❖ علاقات مع مراكز بحث او جامعات لتقوية البعد العلمي في المشروع

هذه الموارد غير الملموسة لكنها قوية، تفتح امام المشروع ابوابا عديدة للنمو والتوسع.

10.1 تحليل PESTEL

يساعد تحليل PESTEL في دراسة العوامل الكلية التي تؤثر في بيئة المشروع، ويعد أداة استراتيجية لفهم التهديدات والفرص في المحيط الخارجي. ونظرًا لأن "AGRONEUX" مشروع يدمج الرقمنة بالزراعة، ويتعامل مع فئات مجتمعية متعددة، فإن محيطه يتأثر بتداخل عوامل سياسية، اقتصادية، اجتماعية، تكنولوجية، بيئية، وقانونية. هذا التحليل يقدم رؤية عميقة عن البيئة التي سينشط فيها المشروع، ويساعد على بناء قرارات واقعية واستباقية.

1.10.1 العوامل السياسية (Politique)

العوامل السياسية تؤثر بشكل مباشر على مشروعية المشروع، إمكانيات الشراكة، ودعمه المؤسسي.

أ. السياسات الوطنية للتحويل الرقمي

تبنّت الدولة الجزائرية استراتيجيات متقدمة لرقمنة القطاعات، ومنها قطاع الفلاحة، عبر وزارة الرقمنة والإحصائيات.

الشكل 07 : صورة تبين استراتيجية المحافظة السامية

للرقمنة



الرؤية الاستراتيجية

تلتزم الجزائر بكل حزم بعملية التحول الرقمي في أفق 2030، ويرتكز هذا التحول على رؤية طموحة وواقعية، تتمحور حول الأنظمة الوطنية وتتوافق مع قيم ومبادئ الدولة الجزائرية، حيث يعكس هذا الالتزام الذي ترجمه هذه الرؤية فهماً عميقاً للتحديات والفرص في السياق الوطني والدولي الراهن.

تصريح

تتجلى رؤية الجزائر الرقمية على النحو التالي:

الجزائر الرقمية 2030

"رأى قاري في مجال التحول الرقمي من خلال اتصال رقمي عالي الجودة للخدمات عمومية مرقمنة بالكامل واقتصاد رقمي وطني خالق للأثروة مع الحفاظ على البعد الاجتماعي."

ب. الاستقرار المؤسسي

الجزائر تعيش استقراراً نسبياً في المؤسسات، ما يتيح بيئة مشجعة للمشاريع الناشئة، خاصة تلك التي تتماشى مع أولويات الدولة (الأمن الغذائي، التمكين الرقمي).

ج. المركزية وبطء القرار الإداري

يبقى بطء المعاملات الإدارية وعقلية البيروقراطية من أبرز العوائق أمام إبرام الشراكات مع الهيئات الرسمية أو تنفيذ البرامج الميدانية.

د. الحوافز السياسية للمشاريع الريفية

بعض البرامج الحكومية تدعم المبادرات الريفية، خصوصًا تلك التي تخلق مناصب عمل أو تسهم في تقليص التفاوت بين المناطق، ما يعزز أهلية "AGRONEUX" للاستفادة من هذه الحوافز.

2.10.1 العوامل الاقتصادية (Économique)

العوامل الاقتصادية تبرز قدرة المشروع على التوسع وربحيته واستدامته.

أ. دور الفلاحة في الاقتصاد الوطني

الفلاحة تمثل أكثر من 10% من الناتج المحلي الخام، وتوظف شريحة كبيرة من اليد العاملة، ما يجعل رقيمتها أولوية اقتصادية وطنية.

ب. ضعف القدرة الشرائية للفلاحين

خاصة في المناطق الداخلية والجنوبية، ما يتطلب تبني نموذج أعمال منخفض التكلفة (freemium) مع إمكانية استفادة مجانية في بعض الحالات.

ج. محدودية الوصول إلى التمويل

لا تزال المؤسسات الناشئة تعاني من صعوبات في الوصول إلى التمويل البنكي أو الاستثماري، مما يحتم على المشروع البحث عن منح أو شراكات مع مؤسسات دولية.

د. التضخم وتقلب الأسعار

تؤثر هذه العوامل على ميزانيات الفلاحين، وبالتالي على قدرتهم على الاشتراك أو شراء الخدمات من المنصة.

هـ. الفرص في التمويل الأخضر

وجود اهتمام متزايد من الممولين الدوليين بتمويل المشاريع المستدامة، يمكن استغلاله لجذب دعم مخصص لمكون "الاستدامة البيئية" في "AGRONEUX".

3.10.1 العوامل الاجتماعية (Socioculturel)

هذه العوامل توضح مدى تقبل المشروع من طرف المجتمع، ومدى انسجامه مع الثقافة المحلية.

أ. الأمية الرقمية

نسبة كبيرة من الفلاحين لا تتقن استخدام الهواتف الذكية، مما يفرض على المشروع اعتماد واجهة مبسطة، واستخدام الصور، والصوت، واللهجات المحلية.

ب. غياب الثقة في الحلول الرقمية

خاصة لدى كبار السن في المناطق الريفية، مما يجعل العلاقة المباشرة والتحسيس الميداني أساسيا في بناء قاعدة مستخدمين.

ج. الجيل الشاب في الوسط الفلاحي

الشباب الفلاحون أكثر انفتاحا على التكنولوجيا، ويمكن اعتبارهم نقطة انطلاق لتوسيع المنصة وتدريب باقي المجتمع.

د. دور الجمعيات الفلاحية

وجود عدد معتبر من التعاونيات والجمعيات الفلاحية، خاصة في المناطق الجنوبية، يمثل فرصة لتوزيع التطبيق والتكوين الجماعي.

هـ. الفروقات الجهوية والثقافية

تفرض تنوع اللغة والمحتوى حسب خصوصية كل منطقة (مثلا: النطق المحلي، العادات الزراعية، فترات المواسم...).

4.10.1 العوامل التكنولوجية (Technologique)

العوامل التكنولوجية ترتبط بجاهزية البنية الرقمية، وتوفر الأدوات الداعمة للمشروع.

أ. انتشار الهواتف الذكية

رغم ضعف الاستخدام المتقدم، فإن معظم الفلاحين اليوم يمتلكون هواتف ذكية، وهو شرط أساسي لنجاح المنصة.

ب. تغطية الإنترنت

تحسنت نسبيا في السنوات الأخيرة، خاصة مع توسع الجيل الرابع، لكن لا تزال بعض المناطق تعاني ضعفا أو انعداما في الاتصال.

ج. التكلفة العالية للاتصال

أسعار الإنترنت لا تزال مرتفعة نسبيا، خاصة في المناطق النائية، ما يتطلب البحث عن شركات مع شركات الاتصالات لتوفير عروض مخفضة.

د. فرص التكامل مع الذكاء الاصطناعي

يمكن مستقبلا إدماج أدوات تحليل ذكي للتوصيات الزراعية والبيطرية، ما يرفع من جودة القيمة المقترحة للمستخدم.

5.10.1 العوامل البيئية (Environnemental)

تغطي العوامل البيئية مدى ارتباط المشروع بالاستدامة والظروف المناخية.

أ. التغيرات المناخية

تواجه الجزائر تحديات مثل الجفاف وارتفاع درجات الحرارة، مما يزيد من أهمية الأدوات الرقمية التي تساعد الفلاح على اتخاذ قرارات زراعية ذكية.

ب. ندرة المياه

تستدعي تقديم نصائح زراعية قائمة على الاقتصاد في الماء، وتوجيه الفلاحين نحو تقنيات أكثر استدامة.

ج. القوانين البيئية

بدأت الدولة في فرض شروط بيئية جديدة في القطاع الفلاحي، ما يمنح "AGRONEUX" فرصة لمرافقة الفلاحين في الامتثال لهذه المعايير.

د. الفرص في الزراعة الايكولوجية

الاتجاه نحو الزراعة العضوية والمستدامة يمثل سوقا جديدة يمكن للمنصة خدمتها بمحتوى خاص.

6.10.1 العوامل القانونية (Légal)

تؤثر على شرعية المشروع، حمايته القانونية، والتزامه بالقوانين الوطنية.

أ. القوانين التنظيمية للمؤسسات الناشئة

رغم وجود نصوص داعمة، فإن تنفيذها على أرض الواقع لا يزال بطيئا، مما يخلق غموضا حول الإطار القانوني لبعض الأنشطة الرقمية.

ب. غياب إطار قانوني موحد للفلاحة الرقمية

لا يوجد إلى الآن نص صريح ينظم علاقة المنصات الرقمية بالموردين، البياطرة، أو الفلاحين، مما يتطلب اجتهادا قانونيا داخليا لتحديد المسؤوليات.

ج. قوانين حماية البيانات

تفرض على "AGRONEUX" احترام سرية البيانات والمعلومات الشخصية للمستخدمين، خاصة ما يتعلق بالمعاملات المالية أو التشخيصات البيطرية.

د. إمكانية تسجيل المنصة كحل وطني

في حال تطويره بإشراف رسمي، يمكن إدراجه ضمن المنصات المعتمدة من طرف الوزارة، ما يمنحه حماية وامتيازات إضافية.

يبرز تحليل PESTEL أن مشروع "AGRONEUX" يعمل ضمن بيئة معقدة ولكن واعدة. فهو يواجه تحديات حقيقية مثل الأمية الرقمية، محدودية التمويل، وضعف التغطية الشبكية، لكنه في المقابل، يستفيد من دعم سياسي للرقمنة، فرص تمويل أخضر، وجود سوق فلاحية ضخمة، وطلب

اجتماعي متزايد على حلول ذكية. إن استغلال الفرص وتجاوز التهديدات يتطلب من المشروع أن يكون مرناً، تفاعلياً، ومنفتحاً على الشراكة والابتكار المستمر.

11.1 تحليل SWOT

جدول يبين تحليل SWOT لمشروع AGRO NEUX

نقاط القوة	نقاط الضعف
حل رقمي مبتكر وغير موجود في السوق المحلي خدمة متعددة الأطراف (فلاح، بيطري، مورد، بنك، خبير) سهولة استخدام المنصة وتصميمها الملائم للمستخدمين ضعيفي المعرفة التقنية تنوع القنوات: تطبيق، محتوى مرئي، دعم ميداني، استشارات رقمية تركيز واضح على القيمة المضافة الاجتماعية والبيئية فريق شاب متعدد التخصصات يمتلك مهارات تقنية، اتصالية وميدانية إمكانية الاشتغال بعدة لغات ولهجات محلية توافق المشروع مع الأولويات الوطنية (الأمن الغذائي، الرقمنة، التمكين الريفي) إمكانية التوسع التدريجي حسب المناطق والفئات توفر خطة تطوير مستقبلية بإدماج الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات، الدعم بالصوت	نقص التمويل الذاتي في المرحلة الأولى غياب شريك مالي أو استثماري ثابت ارتفاع تكاليف إطلاق الحملات التحسيسية الميدانية اعتماد أولي على التمويل العمومي أو المانحين الخارجيين نقص قاعدة بيانات دقيقة للمستخدمين في بعض المناطق احتمال صعوبة إقناع بعض البيطرة والموردين بالمشاركة في البداية ضعف حضور المشروع على الإنترنت مقارنة بشركات كبرى خطر الاعتماد على عدد قليل من الشركاء التقنيين أو الإداريين الافتقار إلى تجربة عملية طويلة في الميدان الريفي الجزائري احتمال تعطل الخدمات التقنية أو مواجهة صعوبات في صيانة التطبيق عند التوسع المفاجئ

التحديات	الفرص
بطء البيروقراطية في توقيع الشراكات أو الحصول على الاعتمادات وانا في انتظار اعتماد وزارة الرقمنة ضعف التغطية الشبكية في بعض القرى والمزارع منافسة مستقبلية من مشاريع ممولة بقوة من طرف خواص أو أجنب تغير السياسات العمومية نحو رقمنة بديلة لا تشمل تطبيقات خاصة احتمال فقدان ثقة المستخدم في حال حدوث أعطال أو تأخير في الدعم الفني انتشار الأخبار المغلوطة التي قد تخلق تخوفا من مشاركة البيانات عدم استقرار بعض القطاعات كالبنوك أو التمويل الريفي الاعتماد المتزايد على الطاقة (الهاتف، الشبكة) قد يعيق الاستخدام في مناطق معزولة محدودية قابلية بعض الفئات العمرية أو الثقافية لتبني التكنولوجيا الضغوطات الاجتماعية (احتكار التجار، شبكات غير رسمية) قد تقاوم شفافية السوق الرقمية	سوق فلاحى جزائري ضخم غير مستغل رقميا غياب منافسة مباشرة في نفس نموذج العمل تزايد استخدام الهواتف الذكية في الأوساط الريفية استعداد المؤسسات الوطنية والدولية لدعم الرقمنة الفلاحية إمكانية توسيع المشروع نحو دول مجاورة (تونس، ليبيا، موريتانيا) توفر منصات ترويج رقمي مجانية (فيسبوك، يوتيوب...) للوصول إلى الزبائن بسرعة رغبة البنوك الجزائرية في رقمنة تمويل الفلاحين انتشار برامج تكوين وتدريب مجانية يمكن الاستفادة منها) مثل (ANAD, ANSEJ...) إمكانية شراكات مع الجامعات والمعاهد الفلاحية التغير المناخي يدفع الفلاح للبحث عن حلول ذكية وعلمية

هذا التحليل الموسع يوضح بجلاء أن "AGRONEUX" مشروع واعد يتمتع بأسس قوية وأفق استراتيجي واسع، لكنه في المقابل، مطالب بالحذر من التهديدات التقنية والمؤسسية والاجتماعية، وأن يتبنى استراتيجية هجينة تجمع بين الرقمنة والمرافقة الميدانية المستمرة لضمان ترسيخ ثقافة الثقة والتبني الحقيقي من طرف الفلاحين والموردين.

2. عرض القطاع السوق

1.2 السوق المحتمل ل AGRONEUX

مثل السوق المحتمل لمشروع "AGRONEUX" كل الأفراد والهيئات التي يمكن أن تستفيد من خدمات المنصة الرقمية في المجال الفلاحي سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، حتى وإن لم يكونوا حاليًا على استعداد فعلي لاستخدام التطبيق أو لم يعبروا عن نية مسبقة لذلك. هذا السوق يشمل قاعدة واسعة جدا من الفاعلين في القطاع الفلاحي على المستوى الوطني، ويضم فلاحين من جميع الأصناف (صغار، متوسطين، كبار مستثمرين)، بالإضافة إلى الموالين (مربو الأغنام، الدواجن، الأبقار، النحل)، والبيطرة، والموردين، وتجار التجهيزات والبذور، والجمعيات الفلاحية، والوكالات الحكومية ذات العلاقة، والمؤسسات المالية والبنكية، ومراكز الإرشاد، ومراكز التكوين، وكذا المستهلكين المهتمين بشراء المنتجات الفلاحية مباشرة من المنتج.

إن السوق المحتمل يتوزع جغرافيا عبر كامل التراب الوطني، ويشمل مناطق الشمال، الهضاب العليا، الجنوب، والمناطق الجبلية، مع اختلافات كبيرة في الخصائص السياسية، والقدرة الشرائية، ومستوى التكوين، والاحتكاك بالتكنولوجيا. كما أن السوق المحتمل يحتوي على فئات لم تُستهدف بعد بسبب عدم جاهزيتها أو ضعف قابليتها لتبني الرقمنة، لكنه يمثل فرصًا مستقبلية للنمو في حال تم توفير التحسيس، التكوين، والبنية الداعمة. من هذا المنطلق، يُعتبر السوق المحتمل الإطار الأشمل الذي يمكن ل AGRONEUX التوسع فيه تدريجيًا حسب تطور المشروع ونجاحه في اكتساب ثقة الفاعلين.

2.2 السوق المستهدف لمشروع AGRONEUX

السوق المستهدف، يمثل الشريحة الأكثر قابلية واستعدادًا لاستخدام منصة "AGRONEUX" في المرحلة الحالية من المشروع، وهي الفئة التي ستوجه إليها جهود التطوير، التسويق، والدعم الفني مباشرة. وتم تحديد هذا السوق بناءً على معايير واقعية تشمل الحاجة

الملحة، سهولة التفاعل، والاستعداد الرقمي المبدي. ويتكون السوق المستهدف أساساً من الفلاحين الصغار والمتوسطين، المنتشرين في ولايات ذات نشاط فلاحى كثيف مثل بسكرة، سطيف، المدية، الجلفة، وتيبازة، والذين يعانون من مشاكل مزمنة في الوصول إلى المعلومة التقنية، الأسواق، التمويل، والربط مع الخبراء والموردين.

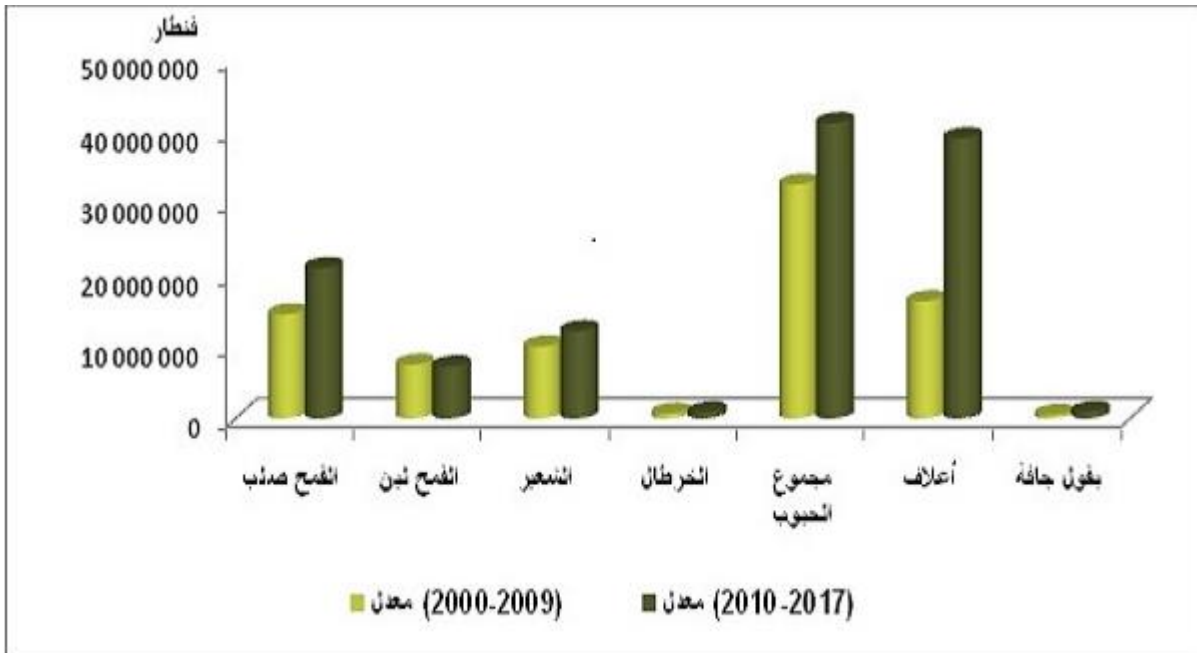
كما يشمل هذا السوق فئة الشباب الفلاحى، وهم مستخدمون للتقنيات الحديثة مثل الهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعى، ما يجعلهم أكثر تجاوباً مع الحلول الرقمية. وتضاف إلى هذه الشريحة فئة البيطرة المستقلين الراغبين في توسيع مجال عملهم إلكترونياً، والموردين المحليين الباحثين عن أسواق جديدة خارج أساليب التوزيع التقليدية. هذا السوق المحدد بدقة يسمح للمشروع بالتركيز على خدمات مصممة خصيصاً لحاجيات فعلىة ولموسة، مما يعزز من فرص التبنى السريع، ويحسن من جودة العلاقة بين المستخدم والمنصة، ويمهد لاحقاً للتوسع نحو الشرائح الأخرى ضمن السوق المحتمل.

جدول مقارنة بين السوق المحتمل والمستهدف

المعيار	السوق المحتمل	السوق المستهدف
التعريف	كل من يمكن أن يستخدم المنصة في المستقبل	من سيتم استهدافه فعلىاً في المرحلة الأولى
الحجم	3 ملايين	الاف المستخدمين
الجاهزية الرقمية	متفاوتة، تشمل فئات غير معتادة على التكنولوجيا	جاهزون نسبياً أو لديهم القابلية للتعلم
الأنشطة	جميع الأنشطة الفلاحية	البيع والشراء والاستشارات والبيطرة

الانتشار الجغرافي	جميع الولايات	العاصمة، تلمسان، قسنطينة، وهران البلدية الجلفة
درجة الحاح الخدمة	موجودة لكنها غير معبر عنها دائما	عالية وملحة، مصحوبة بطلب فعلي للحلول
طريقة التفاعل مع المنصة	ير واضحة بعد، تحتاج إلى تحسيس وتكوين	محددة، تعتمد على التطبيق والمرافقة والدعم
الأهداف التسويقية	التوعية والتحسيس والتكوين التدريجي	اكتساب المستخدمين، بناء الثقة، وتوسيع الاستخدام

الشكل 08 : احصائيات حول الزراعة في الجزائر



المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري

يمثل الرسم البياني المعروض مقارنة دقيقة لإنتاجية عدد من المحاصيل الزراعية الأساسية في الجزائر عبر فترتين زمنييتين هما: من 2000 إلى 2009، ومن 2010 إلى 2017، وهو ما يتيح قراءة

استشرافية دقيقة لتطور السوق الزراعي الوطني خلال ما يقارب عقدين من الزمن. يظهر الرسم أن إنتاج القمح الصلب والقمح اللين والشعير قد شهد تطورا ملحوظا بين الفترتين، حيث عرفت هذه السلع الأساسية نموا واضحا من حيث الكمية المنتجة، ما يعكس توجهها استراتيجيا للدولة الجزائرية نحو تدعيم الأمن الغذائي وتقليص التبعية للاستيراد الخارجي. ويعد هذا التوجه فرصة هامة لمشروع "AGRONEUX"، إذ يفتح آفاقا واسعة أمام الفلاحين المنتجين للحبوب، الذين باتوا يشكلون شريحة رئيسية ضمن النسيج الزراعي الوطني، ويحتاجون أكثر من أي وقت مضى إلى وسائل رقمية حديثة تساعد على اتخاذ قرارات زراعية ذكية وفعالة، سواء فيما يخص مواعيد الزرع والحصاد، نوعية الاسمدة، التوقعات المناخية، أو حتى التسويق.

من جهة أخرى، يبرز الرسم زيادة استثنائية في إنتاج الأعلاف خلال نفس الفترة، الأمر الذي يعكس تطورا موازيا في قطاع تربية المواشي والدواجن، والذي يعتمد بشكل مباشر على الأعلاف كمصدر غذائي. هذا المعطى الاقتصادي الحيوي يتيح لمشروع "AGRONEUX" استهداف فئة جديدة ومهمة، وهي الموالين (مربي الأبقار والأغنام والدواجن)، الذين يحتاجون إلى الربط المباشر مع الأطباء البيطريين، مزودي الأعلاف، وخبراء التغذية الحيوانية. فبفضل المنصة الذكية التي يقترحها التطبيق، يمكن تسهيل عمليات التشخيص البيطري عن بعد، طلب الأدوية والأعلاف، والحصول على إرشادات علمية للوقاية من الأمراض، وهو ما يعزز مناعة القطيع ويحسن المردودية.

أما بالنسبة لفئة الفواكه، وخاصة البرتقال، فيلاحظ أن إنتاجه بقي شبه ثابت خلال الفترتين، وهو ما قد يعزى إلى محدودية الدعم التقني، غياب التكوين الميداني المتخصص، أو ضعف التقنيات الحديثة المستعملة في زراعة الأشجار المثمرة. وهنا يتجلى دور "AGRONEUX" كمنصة توجيهية يمكن أن تسد هذه الفجوة، من خلال توفير محتوى تعليمي تفاعلي، وربط الفلاحين بخبراء الأشجار المثمرة، وتقديم حلول ري حديثة ومستدامة.

في المقابل، يوضح الرسم أن الحقول الجافة بقيت على حالها تقريبا، دون تسجيل تطور يذكر، ما يعكس وجود فجوات هيكلية في استغلال هذا النوع من الأراضي. ومن خلال استقراء هذا الوضع، يمكن القول إن هذه الفئة تمثل تحديا وفرصة في الوقت نفسه: تحديا من حيث صعوبة استغلالها بالطرق التقليدية، وفرصة لأنها قد تتحول إلى مصدر إنتاج فعال إذا ما تم إدماجها في منظومات ذكية تعتمد على التقنيات المناسبة (كالاستشعار عن بعد، المراقبة المناخية الدقيقة، الري بالتقطير). وبالتالي، فإن تطبيق "AGRONEUX" يمكنه أن يقدم حولا ميدانية مرنة تساعد هذه الفئة من الفلاحين على الاندماج في دورة الإنتاج الحديثة.

إن القراءة التحليلية لهذا الرسم البياني تمكن مشروع "AGRONEUX" من توجيه استراتيجيته بدقة نحو الفئات التي تعاني من نقص في الخدمات والدعم، عبر تقديم قيمة مضافة تتمثل في الربط الذكي بين الفاعلين، المرافقة التقنية المستمرة، والولوج السهل إلى المعلومة والخبرة والسوق، وهو ما يجعل من المنصة عاملا حاسما في تطوير الفلاحة الجزائرية على المدى القريب والمتوسط. كما أن هذه المعطيات الرقمية تعزز من مصداقية المشروع وتبرر وجوده، خاصة وأنه يتماشى مع ديناميكيات الإنتاج الحالية، ويتفاعل مع تحولات السوق الفلاحي بشكل مباشر، مبتكر وفعال.

احصائيات عدد البطاطرة لسنة 2025

عدد البطاطرة الخاص والبطالة	عدد البطاطرة العاملين	عدد البطاطرة
50000	5000	25000

المصدر اعداد فريق العمل

تشير المعطيات المتوفرة الى ان الجزائر تضم حوالي 25000 طبيب بيطري، منهم ما يقارب 5000 طبيب فقط ينشطون في القطاع الخاص، بينما يبقى 20000 طبيب بيطري في حالة بطالة او غير مدمجين فعليا في الدورة الاقتصادية. تعكس هذه الارقام وجود خلل هيكلي واضح في سوق الشغل البيطري، اذ لا تتجاوز نسبة الاطباء البيطريين النشطين فعليا نسبة 20 بالمئة من المجموع العام، في حين ان 80 بالمئة من الكفاءات البيطرية لا يتم استغلالها بالشكل المناسب، اما بسبب غياب فرص عمل ميدانية، او لانعدام قنوات الربط الفعالة بين العرض (البيطريين) والطلب (الموالين والفلاحين ومربي الدواجن والماشية).

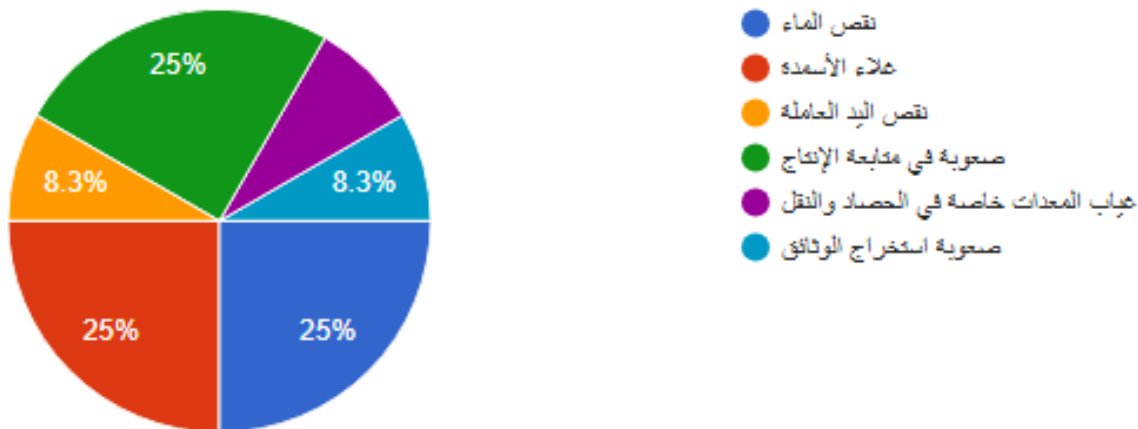
ويمثل هذا الواقع تحديا كبيرا للمنظومة البيطرية، لكنه في الوقت ذاته فرصة استراتيجية ثمينة لمشروع "AGRONEUX"، الذي يطمح الى الربط الذكي بين مختلف الفاعلين في المجال الفلاحي، وعلى راسهم الاطباء البيطريون. ان البطالة المرتفعة وسط هذه الفئة تشكل احتياطيا بشريا مؤهلا يمكن تعبئته بسهولة ضمن شبكة رقمية متكاملة، توفر للموالين والمربين والفلاحين خدمات بيطرية عن بعد او ميدانية حسب الحاجة، وتعيد دمج هذه الكفاءات المعطلة ضمن منظومة انتاجية قائمة على القيمة المضافة.

علاوة على ذلك، فإن إدراج أطباء بيطريين في تطبيق "AGRONEUX" يسمح بخلق نموذج عمل ثنائي المنفعة: فمن جهة، يستفيد الموالون من خدمات بيطرية موجهة وسريعة وأمنة، ومن جهة ثانية، يحصل الأطباء البيطريون على فرص شغل حقيقية ومستمرة، دون الحاجة إلى إنشاء عيادات مادية مكلفة أو البحث عن زبائن بوسائل تقليدية محدودة. كما يمكن للنظام أن يتضمن نظام تقييم، وجدولة للمواعيد، ومتابعة للحالة الصحية للقطيع، مما يحول العلاقة من تدخل عابر إلى خدمة صحية مستدامة.

وبالاستناد إلى هذه المعطيات، يمكن القول أن القطاع البيطري الجزائري يعاني من اقضاء وظيفي لا يرتبط بندرة الكفاءات، بل بنقص الهياكل والوسائط التي تنظم وتفعّل هذه القدرات، وهو ما يجعل من "AGRONEUX" حلاً رقمياً ناجعاً، قادراً على تحويل الإزمة إلى فرصة، والركود إلى حركة منتجة، من خلال ربط 20000 طبيب بيطري عاطل بمنظومة رقمية تخدم الاقتصاد الفلاحي الوطني وترتقي بجودة الانتاج الحيواني والزراعي على حد سواء.

دراسة سوق حسب استبيان الفلاحين والمهتمين بالقطاع الفلاحي

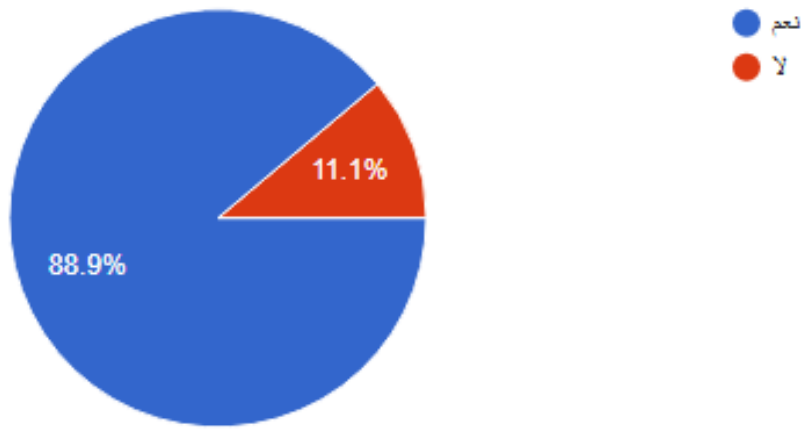
الشكل 09: ماهي المشاكل التي تواجهك في عملك الفلاحي



المصدر: اعداد فريق العمل

أسفر استبيان ميداني شمل 250 فلاحا، تم عبر لقاءات شفوية واستمارات كتابية، عن مجموعة من التحديات التي يواجهها الفلاح الجزائري في الميدان. أبرزها تمثل في نقص الماء وغلاء الاسمدة وصعوبة متابعة الانتاج، حيث سجل كل منها نسبة 25 بالمئة من مجموع المجيبين، وهو ما يعكس اختلالات هيكلية في تسيير الموارد، وغياب المرافقة التقنية الذكية. كما أشار البعض إلى مشاكل تتعلق بنقص اليد العاملة، وغياب المعدات الخاصة بالحصاد والنقل، وصعوبة استخراج الوثائق الادارية، بنسبة 8.3 بالمئة لكل منها. هذه النتائج تؤكد وجود حاجات واضحة يمكن لمشروع "AGRONEUX" تلبيتها بفعالية، من خلال تقديم حلول رقمية تتعلق بتدبير الموارد المائية، متابعة مراحل الزراعة، ربط الفلاحين بالموردين والخبراء، وتسهيل الاجراءات عبر واجهة موحدة. وعليه، تشكل هذه المعطيات دليلا ميدانيا على أهمية المشروع وارتباطه المباشر بواقع الفلاح الجزائري.

الشكل 10 ان كانت اكثر المشكلات في الحصول على الدعم والمعلومات



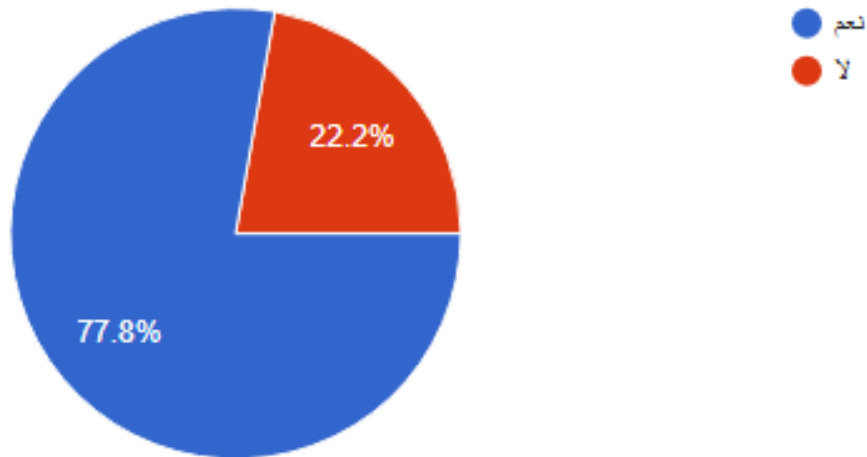
المصدر: اعداد فريق العمل

في هذا الاستبيان اجاب اكثر من 80 % من الفلاحين خاصة من ولاية تلمسان والجزائر العاصمة

هذه النسبة المرتفعة من التأييد وجود مشكلة حقيقية ومشتركة لدى معظم الفلاحين تتعلق بصعوبة الوصول إلى المعلومة التقنية الدقيقة والحديثة، سواء ما يخص اختيار البذور، تقنيات الري، أنواع الأسمدة، أو أساليب الحماية النباتية.

وتؤكد هذه المعطيات أهمية مشروع "AGRONEUX" كمنصة تقنية مبتكرة تهدف إلى سد فجوة المعرفة من خلال تقديم محتوى زراعي موثوق ومبسط، معزز بإرشادات مرئية وتوجيهات ميدانية من طرف خبراء ومهنيين. كما تعزز النتيجة مشروعية الهدف الرئيسي للتطبيق، والمتمثل في تمكين الفلاح الجزائري من المعلومة في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة، مما يساهم في رفع مستوى التكوين الذاتي ويقلل من الأخطاء المكلفة في الميدان.

الشكل 11: إجابة الاستبيان حول هل تستعمل الهاتف في عملك الفلاحي خلال البيع والشراء

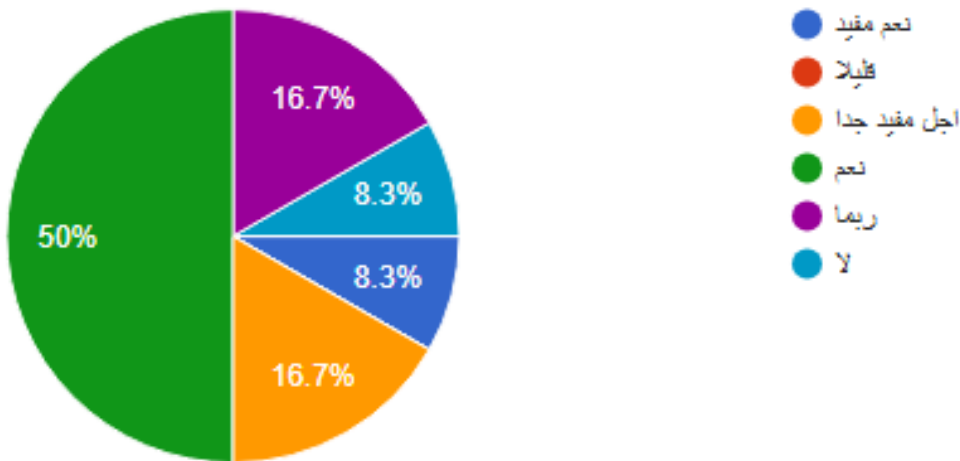


المصدر: اعداد فريق العمل

أظهرت نتائج الاستبيان الميداني أن 77.8% من الفلاحين يستعملون الهاتف المحمول أثناء نشاطهم الفلاحي من أجل البيع والشراء، مما يدل على انفتاح واسع على استخدام التكنولوجيا في التعاملات التجارية اليومية. هذه المعطيات تعكس وجود سوق جاهز تقنيا ومهيأ لتبني حلول رقمية مثل تلك التي يقدمها تطبيق AGRONEUX، خصوصا فيما يتعلق بتسويق المنتجات، كراء المعدات، وشراء المستلزمات الفلاحية عبر الهاتف.

في المقابل، فإن 22.2% من الفلاحين لا يستعملون الهاتف في هذا السياق، ما يمثل فرصة استراتيجية للتوعية الرقمية وتوسيع الشريحة المستهدفة من خلال أدوات سهلة الاستخدام وتكوينات مبسطة. بالتالي، فإن AGRONEUX لا يقتصر فقط على خدمة فئة من الفلاحين المتصلين تقنيا، بل يمكنه أن يحدث تحولا حقيقيا في سلوك التعامل التجاري لدى الفئة الأقل اندماجا رقميا.

الشكل 12 : استبيان هل وجود تطبيق فلاحي مهم في هاتفك



المصدر : اعداد فريق العمل

أثبتت نتائج الاستبيان الميداني أن 50% من الفلاحين يعتبرون وجود تطبيق فلاحي على الهاتف امرا مفيدا، بينما يرى 16.7% انه مفيد جدا. هذه الارقام تدعم بقوة مشروع AGRONEUX الذي يهدف الى رقمنة النشاط الفلاحي وتقديم خدمات متكاملة عبر الهاتف الذكي. كما ان 16.7% من الفلاحين عبروا عن تردددهم وربما، وهي فئة يمكن استقطابها من خلال حملات تعريفية وتجريبية. في المقابل، فان نسبة الرفض المباشر للفكرة لا تتعدى 8.3%، مما يؤكد ان السوق الفلاحي مستعد بدرجة كبيرة لتبني الحلول الرقمية مثل AGRONEUX، خاصة اذا كانت مصممة وفق احتياجاتهم الحقيقية وبواجهة بسيطة وسلسة.

3 قياس شدة المنافسة

رغم التوسع المستمر في القطاع الفلاحي بالجزائر وظهور بعض المبادرات الرقمية، تبقى المنافسة في هذا المجال محدودة من حيث النوعية والتخصص. معظم الحلول المتوفرة تركز على تقديم محتوى عام أو خدمات تقليدية لا تستجيب بالشكل الكافي لاحتياجات الفلاح الجزائري. كما أن ضعف الرقمنة في المناطق الريفية، وغياب منصات متكاملة تجمع بين الفلاحين، البيطرة، الموردين، والبنوك، يجعل من المنافسة غير قوية بعد، وهو ما يتيح لمشروع "AGRONEUX" فرصة واعدة للتموقع كمشروع رائد يقدم حلا شاملا وفعالا في وقت يشهد فيه القطاع تحولات متسارعة وحاجة ملحة للتحديث.

1.3 المنافسين المباشرين

جدول يبين المنافسين للتطبيق

المنافس	الشعار	تاريخ الظهور
FILAHATECH		03.03.2025
AGRITECH		15.06.2022

1.1.3 المنافس الأول : FILAHATECH

يعد "فلاحة تك" منصة رقمية جزائرية تهدف الى مرافقة الفلاحين من خلال تقديم محتوى تعليمي ومعلومات تقنية تتعلق بالممارسات الزراعية الحديثة. يوفر الموقع مقالات وتوجيهات في مجالات متعددة مثل السقي، التسميد، ادارة الافات، والزراعة الذكية، ويعمل على نشر ثقافة التحول الرقمي في القطاع الفلاحي، مع التركيز على الجانب التوعوي

والتكويين. تعتمد المنصة اساسا على اللغة الفرنسية وتخاطب جمهورا واسعا من المهتمين بالزراعة، غير انها لا توفر بعد خدمات تفاعلية مباشرة او حلول رقمية متكاملة.

المنافس الثاني مؤسسة AGRITECH

1.1.3

هي مؤسسة خدماتية تهتم ببيع الأسمدة العضوية وبيع الأسمدة بالإضافة الى ذلك تهتم بالخدمات الاستشارية في المجال الفلاحي ظهرت في 2022 الا انها لا تمل فئة كبيرة مستهدفة خاصة مع بداية 2025

2.3 المنافسين غير المباشرين

وهم جميع الفاعلين في القطاع الفلاحي من موردين وفلاحين وخبراء ومواقع تواصل الاجتماعي وبيطرة وبنوك وتعاونيات فلاحية وصناديق لتعين افلاحين

2.3 تحليل قوة المنافسين

تحليل SWOT للمنافسين

جدول يبين دراسة SWOT للمنافسين

نقاط الضعف	القوى
غياب التكامل بين الفلاح، البيطري، المورد والجهات التمويلية افتقار المنصات إلى التحديث الدوري للمحتوى والمعلومات انعدام التوجيه المخصص حسب نوع الزراعة أو الجهة الجغرافية عدم توفر خدمات رقمية فعلية لحل المشاكل اليومية للفلاح	وجود منصات رقمية قائمة تُظهر بداية وعي رقمي في القطاع الفلاحي تقديم محتوى نظري مجاني للفلاحين والمهتمين سهولة الوصول إلى المعلومات من خلال المتصفح أو الهاتف مبادرات فردية أو جماعية بدأت تكسر العزلة التقنية في المناطق الفلاحية

غياب أنظمة المتابعة والتحليل الذكي تركيز مفرط على الجانب الإعلامي إهمال الجانب العملي ضعف التفاعل المباشر مع المستخدمين وغياب الدعم الفوري ندرة المحتوى باللغتين العربية والأمازيغية، ما يحد من الوصول للفئات الريفية	توفر بعض الأدوات الرقمية لحساب الكميات أو مواعيد الزرع استعمال شبكات التواصل الاجتماعي لتبادل التجارب والممارسات اعتماد واجهات بسيطة يسهل استخدامها من طرف غير المتمكنين تقنيًا
التهديدات	الفرص
احتمال ظهور منصات دولية أو إقليمية بدعم مالي وتقني كبير نقص التمويل المستدام لدى المشاريع الناشئة عدم تقبل بعض الفلاحين للتكنولوجيا بسبب ضعف التكوين فقدان ثقة المستخدم في حال تقديم معلومات خاطئة أو غير دقيقة المنافسة غير المتوازنة مع مبادرات تابعة لمؤسسات رسمية ضعف البنية التحتية في بعض المناطق (الأنترنت، الكهرباء) غياب أطر قانونية تنظم العلاقة الرقمية بين الفاعلين في القطاع	إمكانية التحول من المحتوى النظري إلى خدمات رقمية واقعية وجود شريحة واسعة من الفلاحين يبحثون عن حلول حديثة تسارع اعتماد الهواتف الذكية حتى في المناطق القروية استعداد الشباب الريفي للتفاعل مع تطبيقات عملية توسع البرامج الحكومية في الرقمنة ودعم الابتكار الزراعي فرص الشراكة مع مؤسسات تكوين مهني أو جمعيات فلاحية إمكانية دمج حلول الذكاء الاصطناعي والتحليل التنبؤي وجود فجوة واضحة بين حاجات السوق وما هو متوفر فعليًا

تسرب المستخدمين إلى تطبيقات أجنبية أكثر جاذبية في التصميم	
--	--

المصدر: من اعداد فريق العمل

4 الاستراتيجية التسويقية

1.4 الاستراتيجية

تم بناء الاستراتيجية التسويقية لمشروع AGRONEUX على تصور شامل يهدف الى وضع المشروع في موقع ريادي داخل السوق الفلاحية الجزائرية، من خلال الاعتماد على مجموعة من الادوات والوسائل التي تجمع بين المقاربات الحديثة والاساليب الميدانية الكلاسيكية، مع مراعاة خصوصيات الفلاح الجزائري والبيئة التي ينشط فيها. وتقوم هذه الاستراتيجية على فهم دقيق لمتطلبات مختلف الفاعلين في القطاع الفلاحي، من فلاحين وموالين وبياطرة وموردين، وصولا الى المستهلك النهائي الذي يبحث عن منتجات ذات جودة وبأسعار مناسبة.

في البداية، ركز المشروع على بناء صورة قوية واحترافية من خلال تصميم هوية بصرية واضحة تمثل القيم التي يحملها AGRONEUX، مثل الابتكار، الشفافية، القرب من الميدان، والدعم التقني المستمر. وتم اختيار اللون متوازنة وشعار بسيط ومعبّر يسهل تذكره ويعزز ثقة الجمهور في العلامة.

من جهة أخرى، اعتمد المشروع بشكل كبير على القنوات الرقمية، نظرا لتوسع استعمال الانترنت في الجزائر، خاصة عبر الهواتف الذكية. وتم انشاء صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي يتم من خلالها نشر محتوى مفيد وواقعي يستهدف الفلاحين والمهنيين. يشمل هذا المحتوى فيديوهات توجيهية، ارشادات موسمية، مقابلات مع خبراء، واعلان عن خدمات التطبيق. كما تم العمل على تطوير موقع الكتروني شامل يحتوي على معلومات دقيقة حول خدمات المنصة وكيفية الاستفادة منها.

ومع ذلك، تم ادراك ان عددا كبيرا من الفلاحين لا يزالون يفضلون الاتصال المباشر ولايتعاملون كثيرا مع الوسائط الرقمية، لذلك تم دمج وسائل تسويقية تقليدية ضمن الخطة، مثل

تنظيم قوافل فلاحية نحو المناطق الريفية، والمشاركة في المعارض المحلية، وتوزيع مطويات توعوية داخل نقاط البيع والمصالح الفلاحية. كما يسعى فريق المشروع الى بناء شراكات محلية مع تعاونيات وجمعيات فلاحية لتسهيل الوصول الى اوسع شريحة ممكنة من المستخدمين.

في ما يخص سياسة الاسعار، تم تبني نموذج تدريجي حيث يتم في البداية تقديم خدمات مجانية كاملة في النسخة التجريبية، بهدف جذب الفلاحين وجعلهم يكتشفون المنصة دون حواجز مادية. ثم في مرحلة لاحقة، يمكن ادراج اشتراكات رمزية او خدمات مدفوعة بشكل محدود حسب احتياجات كل مستخدم، مما يسمح بتمويل ذاتي جزئي دون التأثير على قدرة الفلاح على الاستفادة.

ايضا، يركز المشروع على استراتيجية التفاعل المستمر مع المستخدمين من خلال فتح باب الاقتراحات والشكاوى والتقييمات، من اجل تحسين التطبيق باستمرار وجعله اكثر توافقا مع الظروف الفعلية. وهذا التفاعل المباشر يعزز من ولاء المستخدمين للمشروع ويجعلهم يشعرون بانهم جزء منه.

واخيرا، تعتمد الاستراتيجية التسويقية على مرونة كبيرة، حيث يتم مراقبة النتائج وتحليل سلوك المستخدمين بانتظام، من اجل تعديل الخطط حسب المعطيات الميدانية. كما ان المشروع يولي اهتماما كبيرا للشراكات مع الفاعلين الاقتصاديين مثل البنوك وشركات التأمين ومزودي الخدمات، لتوسيع دائرة التأثير وتسهيل الوصول الى شرائح جديدة.

2.4 المزيج التسويقي

يعتمد مشروع AGRONEUX على مزيج تسويقي متكامل يهدف الى تعزيز تموقعه داخل السوق الفلاحية الجزائرية، من خلال تكييف كل عنصر من عناصره الاربعة الاساسية مع واقع الفلاح المحلي، وتطلعات باقي الفاعلين في القطاع، مثل البيطرة والموردين والممولين والمستهلكين. وقد تم تصميم هذا المزيج بعد دراسة دقيقة للبيئة السوقية، مستوى الرقمنة، والعادات الاستهلاكية لدى الفلاحين، مع الحرص على تقديم قيمة حقيقية تساهم في تحسين المردودية والربط بين مختلف الاطراف.

1.2.4 المنتج

يتمثل المنتج الرئيسي الذي يقدمه مشروع AGRONEUX في منصة رقمية مبتكرة تتكون من تطبيق على الهواتف الذكية وموقع إلكتروني تفاعلي، يهدفان إلى إحداث نقلة نوعية في الطريقة التي يتعامل بها الفلاحون مع مختلف الخدمات الفلاحية. هذا المنتج لا يقتصر على وظيفة إعلامية أو وساطة سطحية، بل يمثل منظومة متكاملة تضع الفلاح في قلب التحول الرقمي الزراعي. فهو يمكن

المستخدم من التفاعل المباشر مع شبكة موسعة من الخبراء الزراعيين، البياطرة، الموردين، ممثلي شركات التمويل، والجهات المرافقة. ويتميز بتوفير خدمات حيوية تشمل الارشاد التقني، توصيات مخصصة حسب الموسم والمحصول، وصول فوري إلى بيانات المنتجات الفلاحية، إضافة إلى دليل مفصل لشركات التأمين والتمويل.

تم تصميم هذا المنتج بناءً على دراسات ميدانية واقعية كشفت عن ثغرات كبيرة في الاتصال بين الفلاحين وبقية الشركاء في سلسلة القيمة الزراعية، حيث غالبا ما يعاني الفلاح البسيط من نقص المعلومات، صعوبة في الوصول إلى خدمات نوعية، أو الوقوع ضحية لاستغلال غير مبرر من قبل بعض الوسطاء. من هنا، جاءت AGRONEUX كاستجابة مباشرة لهذه التحديات، فتم تطوير منتج يجمع بين البساطة في الاستخدام والعمق في المحتوى، حيث يمكن لأي مستخدم أن يحمل التطبيق، وينشئ حسابا خلال دقائق، ثم يشرع في الاستفادة من خدمات مخصصة حسب نوع نشاطه الزراعي أو الحيواني.

كما يتيح المنتج للمستخدمين التفاعل مع محتوى تعليمي وإرشادي متجدد، يُبنى بالتعاون مع خبراء من الميدان، ويُقدّم في شكل فيديوهات مبسطة، مقالات، ودورات صغيرة. إضافة إلى ذلك، يعمل المنتج على توفير آليات تقييم شفافة، تمكن الفلاح من الاطلاع على تجارب نظرائه مع الموردين أو الممولين، وهو ما يعزز من شفافية السوق ويمنح المستخدم قدرة أكبر على اتخاذ قرارات مبنية على بيانات موثوقة.

بالتالي، لا يمكن النظر إلى منتج AGRONEUX باعتباره مجرد تطبيق إلكتروني، بل هو حل شامل ومتكامل يهدف إلى بناء جسور ثقة رقمية بين الفلاح والمجتمع الزراعي الأوسع، ما يجعل من المنتج قيمة مضافة حقيقية تساهم في إعادة رسم العلاقة بين المعرفة الزراعية، التكنولوجيا، والعدالة الاقتصادية في الريف الجزائري.

2.2.4 السعر

انطلاقاً من وعي مشروع AGRONEUX بالوضعية الاقتصادية الهشة التي يعيشها الكثير من الفلاحين الجزائريين، خاصة في المناطق الداخلية والمعزولة، فقد تم تطوير استراتيجية تسعير تأخذ بعين الاعتبار هذه الخصوصية، وتبني منطقاً يعتمد على التدرج، الشمول، والتحفيز. تقوم السياسة السعرية على تقديم حزمة خدمات أساسية بشكل مجاني تماماً، دون أي التزامات مالية من جانب الفلاح، وهي تشمل الولوج إلى البيانات العامة، المحتوى التوعوي، وأدلة الموردين. هذا المستوى الأول يهدف إلى كسر حاجز الخوف من التكنولوجيا، وتحقيق الانتشار الواسع في وقت قصير، خاصة في أوساط الفلاحين ذوي الدخل المحدود.

أما المستوى الثاني من التسعير، فيستهدف المستخدمين الذين يحتاجون إلى خدمات متقدمة وذات طابع تخصصي، مثل الاستشارات الشخصية، التحاليل التقنية، أو الولوج إلى العروض الحصرية. في هذا السياق، يتم اقتراح اشتراكات رمزية تتناسب مع نوع وحجم الخدمة، دون أن تشكل عبئا ماليا حقيقيا على الفلاح. كما يسمح النظام بإمكانية الدفع الجزئي أو الجماعي من خلال التعاونيات، الجمعيات المحلية، أو حتى دعم من البلديات، وهو ما يعكس بعدا تضامنيا في استراتيجية التسعير.

وفي ما يتعلق بالموردين والمؤسسات التجارية التي ترغب في الترويج لمنتجاتها أو خدماتها داخل المنصة، فقد تم اعتماد نظام تسعير مبني على الأداء، حيث تدفع هذه الأطراف مقابل الظهور أو التسويق فقط عند تحقيق نتائج حقيقية، مثل عمليات بيع أو تعاقدات مباشرة، وهو ما يجعل من المنصة قناة تسويق عادلة وفعالة.

تهدف هذه السياسة السعرية المركبة إلى بناء علاقة مبنية على الثقة والتقدير المتبادل بين AGRONEUX والمستخدمين، وتؤكد في الوقت نفسه التزام المشروع بمبادئ الشمول الرقمي والعدالة الاجتماعية، دون المساس بأهداف الاستدامة الاقتصادية على المدى البعيد.

3.2.4 التوزيع

تقوم استراتيجية التوزيع في مشروع AGRONEUX على مبدأ الوصول الذكي، أي توصيل الخدمات إلى المستخدمين عبر قنوات تتماشى مع ظروفهم، قدراتهم التقنية، وواقعهم الجغرافي. ولهذا، فقد تم اعتماد توزيع رقمي كلي في الواجهة، مدعوم بقنوات دعم ميداني في الخلفية. على المستوى الرقمي، تتجسد آلية التوزيع في تطوير تطبيق متوفر عبر مختلف المنصات، يعمل على الهواتف الذكية، ويتميز بخفة وسرعة التصفح، ما يضمن سهولة استعماله حتى في المناطق ضعيفة التغطية. يرافق ذلك موقع إلكتروني شامل، يسمح للمستخدمين بتصفح الخدمات، طرح الاستفسارات، وحتى التفاعل مع محتوى المنصة من خلال الكمبيوتر أو الأجهزة اللوحية.

لكن AGRONEUX يدرك أن عددا كبيرا من الفلاحين لا يزالون خارج النطاق الرقمي الفعال، لذلك تم تعزيز آلية التوزيع بشبكة من الشراكات المحلية مع البلديات، غرف الفلاحة، التعاونيات، وبعض نقاط البيع الزراعية، حيث يتم عرض المنصة وتقديم شروحات مباشرة من قبل أعوان ميدانيين. كما تشمل الاستراتيجية تنظيم ورشات متنقلة وقوافل تحسيسية تنقل بين المناطق الريفية لتقديم شروحات حية، تحميل التطبيق للفلاحين، ومساعدتهم على فتح حسابات خاصة بهم.

يُضاف إلى ذلك توزيع مطبوعات وأدلة استخدام مبسطة، مصحوبة برمز QR تسهل الدخول السريع إلى التطبيق، خاصة في المعارض والصالونات الفلاحية. وهذا الدمج بين القنوات الرقمية والميدانية يجعل من توزيع خدمات AGRONEUX عملية شاملة لا تترك أي فئة خارج التغطية.

بالتالي، فإن توزيع AGRONEUX لا يقوم على فكرة المركزية، بل على نشر الوصول والتكافؤ في الاستفادة، مما يجعله مثالا في التوزيع العادل والمبني على فهم واقعي لحاجيات الفلاحين.

4.24 الترويج

الاستراتيجية الترويجية لمشروع AGRONEUX تركز على خلق علاقة تواصل مستمرة وموثوقة مع الفلاح والمحيط الفلاحي من خلال وسائل متعددة ومتكاملة. في الفضاء الرقمي، يتم الاعتماد على حملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فايسبوك ويوتيوب، لعرض فيديوهات تعليمية، قصص نجاح، وتفاعلات حقيقية مع مستخدمين حاليين. كما يتم إنتاج محتوى مرئي بسيط وملئم للثقافة المحلية، من أجل تسهيل فهم الخدمات وتحفيز الاستخدام. ميدانيا، يشارك فريق المشروع في المعارض الفلاحية، الايام التحسيسية، والقوافل الوطنية، لتقديم المنصة مباشرة للفلاحين. كما يتم توزيع منشورات ورقية ومطويات في نقاط البيع والبلديات، مصحوبة برمز QR لتسهيل تحميل التطبيق. تعتمد الخطة ايضا على الترويج عبر الاذاعة المحلية والتلفزيون في البرامج الفلاحية، اضافة الى نظام مكافآت لمن يدعو مستخدمين جدد. الهدف من هذا الترويج ليس فقط زيادة عدد المستخدمين، بل بناء مجتمع متفاعل ومؤمن بالفكرة ومشارك في تطويرها.

5.2.4 الأشخاص

يلعب الأشخاص دورا محوريا في نجاح مشروع AGRONEUX، ليس فقط باعتبارهم مستفيدين من المنصة، بل ايضا كمحركين لمنظومتها، ومساهمين في تطوير محتواها وتجربتها. وتبدأ هذه الديناميكية من داخل فريق العمل المؤسس، الذي تم اختياره بعناية ليجمع بين الكفاءة التقنية، المعرفة الميدانية، والحس الاجتماعي. يضم الفريق مطورين متخصصين في البرمجيات، خبراء في التسويق الرقمي، مستشارين في المجال الفلاحي، ومسؤولين عن الدعم والتواصل مع الفلاحين. هذا التنوع البشري يمنح المشروع قدرة على فهم احتياجات المستخدمين من مختلف الزوايا، والاستجابة لها بطريقة مرنة ومبتكرة.

كما يعمل المشروع على تدريب فريق دعم فني وتوجيهي مختص في مرافقة الفلاحين، سواء عبر المكالمات الهاتفية، الدردشة داخل التطبيق، او التواجد الميداني خلال الفعاليات. وتم التركيز على

اختيار افراد يفهمون اللهجات المحلية ويتحدثون بلغة بسيطة لتسهيل الفهم والتفاعل. وتحرص الادارة على تطوير قدرات هذا الفريق بشكل مستمر عبر دورات تكوينية في خدمة الزبائن، المهارات الرقمية، والتواصل الانساني، مما يجعل كل تدخل بشري من طرف AGRONEUX تجربة غنية تعكس صورة احترافية و انسانية للمشروع.

على الجانب الاخر، يعامل AGRONEUX مستخدميه كمشاركين وليس فقط زبائن. فالمنصة تفتح المجال للفلاحين والبيطرة والموردين لاقتراح افكار، تقييم الخدمات، وتقديم ملاحظات حول الاداء. كما يتم عرض قصص النجاح في شكل شهادات تنشر على وسائل التواصل، مما يمنح المستخدم شعورا بالفخر والانتماء. ويتم تطوير محتوى مخصص حسب نوع الجمهور، حيث تختلف الرسائل الموجهة للبيطرة عن تلك الموجهة للفلاحين او الممولين، وهو ما يعكس وعيا عميقا بتعدد الشخصيات المستفيدة من المنصة.

في المجمل، يعتبر البعد البشري من اهم اسرار تميز AGRONEUX، حيث يتم التعامل مع كل طرف بمرونة، احترام، وتقدير لدوره، مما يخلق مناخا من الثقة المتبادلة، ويحول المنصة من مجرد وسيلة تقنية الى مجتمع تفاعلي نشيط.

6.2.4 العمليات

تتجلى اهمية العمليات في مشروع AGRONEUX في كونها الرابط الاساسي بين الخدمات الرقمية المعروضة وتجربة المستخدم اليومية. وقد تم تصميم العمليات الداخلية والخارجية للمنصة وفق مقارنة تضع البساطة والفعالية في قلب كل مرحلة، من لحظة التسجيل الى لحظة تلقي الخدمة. فالمنصة تتيح للمستخدم التسجيل بسرعة من خلال ادخال معلومات اساسية فقط، ثم تقترح عليه واجهة تفاعلية مخصصة حسب نوع نشاطه، سواء كان فلاحا، بيطرا، او موردا. ويتم توجيهه المستخدم تلقائيا نحو الخدمات الاكثر ارتباطا بمجاله، مما يقلل من وقت البحث والارتباك.

تعتمد العمليات ايضا على تقنيات الذكاء التفاعلي، حيث يتم جمع بعض البيانات البسيطة مثل نوع المحصول، الموقع الجغرافي، وتاريخ الزراعة، لاقتراح محتوى ارشادي مناسب وتوصيات محدثة. كما تشمل العمليات امكانية حجز موعد مع خبير، طرح سؤال على بيطري، البحث في دليل الموردين، او حتى طلب عرض تمويلي، وكل ذلك عبر بضع نقرات فقط.

ومن جانب اخر، تضمن العمليات الداخلية للمنصة التحديث المستمر للبيانات، التحقق من هوية الموردين، مراقبة التقييمات، وضمان جودة المحتوى المقدم. ويقوم فريق متخصص بمراجعة الارشادات والنصوص بانتظام، اعتمادا على مصادر علمية وتجريبية، لضمان تقديم

معلومات دقيقة ومواكبة للتطورات الموسمية. كما تتوفر آليات للإبلاغ عن المشاكل التقنية أو الأخطاء، ويتم التعامل معها ضمن آجال محددة مسبقا حسب نوعية الطلب.

تهدف هذه العمليات الى خلق تجربة استخدام مريحة، خالية من التعقيد، ومبنية على منطق الخدمة الذكية القريبة من المستخدم. فكل خطوة داخل المنصة تم التفكير فيها من زاوية انسانية وتقنية في الوقت ذاته، لضمان اقصى قدر من السلاسة والكفاءة.

7.2.4 الدليل المادي

رغم ان AGRONEUX مشروع رقمي في جوهره، الا ان الدليل المادي يلعب دورا بالغ الاهمية في تعزيز مصداقيته وترسيخ وجوده في ذهن المستخدم. والدليل المادي يشمل كل العناصر المرئية والمحسوسة التي تمثل هوية المشروع وتدل على احترافيته، مثل التصميم، الوثائق المطبوعة، الصور، وحتى اسلوب التواصل. وقد حرص فريق AGRONEUX منذ البداية على تطوير هوية بصرية متميزة تتجلى في الشعار، الالوان، والرموز المستعملة داخل التطبيق والموقع الالكتروني. فتم اختيار لوحة لونية تجمع بين الاخضر والبرتقالي لتعكس النشاط الفلاحي والابتكار، كما تم اعتماد خط كتابة واضح ومريح للعين يسهل قراءته حتى على الشاشات الصغيرة.

الى جانب ذلك، تنتج المنصة ادلة استخدام مطبوعة، لافتات، كتيبات، وملصقات يتم توزيعها في الميدان خلال الفعاليات والمعارض. وتحمل هذه المواد نفس التصميم المعتمد في التطبيق، مما يمنح شعورا بالتناسق والجدية. وتتوفر داخل التطبيق صور حقيقية لفرق العمل، لقطات من القوافل، وشهادات مصورة من فلاحين حقيقيين، ما يمنح بعدا واقعيا ودليلا على الوجود الميداني للمشروع.

كما تعتمد المنصة على واجهة استخدام مريحة، تتضمن ايقونات واضحة، رسومات توضيحية، وتنظيم منطقي للمحتوى، ما يسهل على المستخدم فهم الوظائف والتنقل بسلاسة. يضاف الى ذلك، الوجود الدائم للدعم البشري سواء عبر الهاتف او الايميل، ما يعزز شعور المستخدم بان المنصة ليست مجرد برنامج الكتروني، بل مؤسسة حقيقية قريبة منه.

ان هذه التفاصيل المادية، على بساطتها، تلعب دورا محوريا في بناء صورة ذهنية قوية لدى المستخدم، وتعزز من الثقة في جودة الخدمة، خاصة في بيئة يغلب عليها الحذر اتجاه الحلول الرقمية الجديدة.

المحور الرابع :

خطة الإنتاج والتنظيم

1. عملية الإنتاج
2. التمويل
3. اليد العاملة
4. الشراكات الرئيسية

المحور الرابع : خطة الإنتاج والتنظيم

1 عملية تقديم الخدمة في مشروع AGRONEUX

1.1 عملية الخدمة بالنسبة للفلاح

1.1.1 التسجيل وبناء الملف الذكي

يبدأ الفلاح باستخدام المنصة عبر التسجيل السريع، بإدخال رقم الهاتف وبعض المعلومات الأساسية (الولاية، نوع النشاط الزراعي، المساحة، مصدر المياه). بعدها، يتم توجيهه مباشرة إلى ملف شخصي ذكي، حيث تمكنه المنصة من تحديد أهدافه (الإنتاج، التسميد، تسويق المحصول، مواجهة الأمراض...)، مما يسمح ببناء توصيات موجهة آليا من طرف النظام.

2.1.1 التوجيه إلى المستشارين الزراعيين

بعد تفعيل الحساب، يُعرض على الفلاح الانضمام إلى جلسات إرشادية رقمية يقدمها مستشارون زراعيون ذوو خبرة، سواء بشكل مباشر عبر الدردشة أو من خلال فيديوهات تفاعلية حسب اهتماماته. هذه الجلسات تتنوع بين استشارات فردية وجماعية، وتهدف إلى رفع مستوى الوعي التقني حول إدارة المحاصيل، الاستخدام الرشيد للمدخلات، وتحليل المشاكل الميدانية.

3.1.1 اختيار الخدمة والربط مع الخبراء

تُعرض للفلاح قائمة من الخدمات تشمل:

- ❖ طلب توصيات زراعية موسمية
- ❖ حجز جلسة مع مهندس فلاحي
- ❖ طلب تشخيص مشكل ميداني (صورة، وصف، موقع)
- ❖ البحث عن مومنين حسب المنتج أو الولاية
- ❖ طلب عرض تمويلي

عند اختيار أي خدمة، تقوم المنصة بربطه مع خبير أو مستشار معتمد في المنطقة، أو توجيهه إلى وحدة استشارة افتراضية يشرف عليها مهندسون زراعيون ومختصون في التنمية الفلاحية.

4.1.1 تنفيذ الخدمة والدفع الإلكتروني

في حالة الخدمات المتقدمة (جلسة متعمقة مع مهندس، مخطط زراعي مفصل، أو تحليل تربة رقمي)، يمكن للفلاح أن يستفيد منها مجانا ضمن الباقة المجانية أو يتم تحصيل رسم بسيط يتم دفعه عبر وسيلة دفع إلكترونية (بطاقة ذهبية، بريدي موب، محفظة الكترونية). يُرسل له وصل رقمي ويُفعل تلقائيا رابط الخدمة.

في حال شراء منتج من ممول أو مورد، يمكن تنفيذ الطلب ودفع عربونه إلكترونيا قبل التوصيل، مما يعزز الثقة ويقلل من خطر الاحتيال، خاصة في المناطق الريفية.

5.1.1 التقييم والمتابعة الذكية

بعد تنفيذ الخدمة أو التوصية، يُطلب من الفلاح تقييم التجربة (دقة المعلومات، احترافية المستشار، جودة المورد). هذه التقييمات تُسجل في سجل التفاعل وتُستخدم لتحسين التوصيات المستقبلية. كما تقوم المنصة بإرسال إشعارات دورية لتذكيره بمواعيد الزراعة، التسميد، التلقيح أو الحصاد حسب نشاطه.

2.1 عملية الخدمة بالنسبة للموال

1.2.1 بناء الملف البيطري للقطيع

يسجل الموال عبر خطوات مشابهة، مع تحديد نوع التربية (أبقار، أغنام، دواجن، نحل). يُطلب منه تسجيل عدد الرؤوس، نوع التغذية، برنامج التلقيح الحالي، المشاكل التي يواجهها، وطبيعة الأسواق التي يبيع لها. يتم بذلك بناء ملف بيطري رقمي خاص بقطيعه.

2.2.1 الربط مع المستشار البيطري

فور التسجيل، تُعرض عليه خدمة "اسأل بيطريك"، التي تتيح له إرسال سؤال كتابي أو صور وفيديوهات لخبير بيطري. المستشار يرد عبر تشخيص أولي أو يقترح لقاء مباشر. وتُقدم نصائح حول التطعيم، مقاومة الأمراض الموسمية، تحسين التناسل، وبرامج التغذية المتوازنة.

3.2.1 طلب التدخل أو المنتج

إذا أظهرت الاستشارة حاجة إلى تدخل فعلي، يمكن للموال طلب زيارة بيطرية ميدانية عبر المنصة، أو اقتراح منتج بيطري علاجي. يتم في هذه الحالة التواصل مع المورد الأقرب، وطلب الكمية اللازمة.

4.2.1 الدفع الإلكتروني وتنفيذ الخدمة

توفر المنصة خاصية الدفع الإلكتروني لشراء الأدوية البيطرية أو الأعلاف من ممولين موثوقين. يمكن للموال دفع المبلغ كاملاً أو عربوناً فقط. كما يمكنه الاشتراك في "خدمة المتابعة البيطرية الشهرية" مقابل اشتراك بسيط يتم دفعه رقمياً، ما يمنحه استشارات دورية دون الحاجة لطلبها في كل مرة.

5.2.1 التقييم وتحليل حالة القطيع

بعد تنفيذ الخدمة، يمكن للموال إدخال تطورات الحالة الصحية لقطيعه، مما يسمح للمنصة ببناء مخطط صحي زمني خاص به، يقترح تلقائيا مواعيد التلقيح أو التدخلات المقبلة. كما يتم تقييم أداء البيطري والمورد لتغذية نظام التصنيف العام.

3.1 عملية الخدمة بالنسبة للمستهلك الجزائري

1.3.1 التسجيل واختيار الاهتمامات

يقوم المستهلك بفتح حساب وتحديد نوع اهتمامه: شراء خضر وفواكه، لحوم طبيعية، عسل حر، خرفان العيد، منتجات عضوية، أو دعم مباشر للفلاحين عبر الشراء المحلي. بعد ذلك، يتم توجيهه إلى سوق تفاعلي حسب منطقته.

2.3.1 تصفح العروض والتواصل

تُعرض على المستهلك عروض حقيقية من فلاحين ومربين داخل السوق الرقمي، مع صور المنتجات، طرق الإنتاج، وسيرة موجزة عن المنتج. يمكن للمستهلك التواصل مباشرة مع الفلاح أو الموال عبر الدردشة، الاتفاق على السعر، الكمية، وطريقة التوصيل.

3.3.1 الدفع الإلكتروني وتأكيده الطلب

يوفر AGRONEUX للمستهلك إمكانية الدفع الإلكتروني عند توفر الخدمة من طرف الفلاح. يتم تحصيل ثمن الطلب، ثم يُرسل إشعار للطرفين لتأكيد المعاملة. كما يُحتفظ بالمبلغ لدى المنصة إلى غاية تأكيد الاستلام لضمان سلامة التوصيل، مما يعزز الثقة ويشجع على المزيد من التعاملات.

4.3.1 التوصيل أو الاستلام

حسب الاتفاق، يتم تسليم المنتج للمستهلك إما في نقطة تسليم محلية (سوق بلدي، نقطة تجميع)، أو يتم التوصيل المباشر من قبل الفلاح أو عبر ناقل متعاون. تُرفق بعض المنتجات بشهادة رقمية تؤكد مصدرها.

5.3.1 تقييم الفلاح وتأكيده الثقة

بعد التسليم، يقوم المستهلك بتقييم جودة المنتج وسرعة التوصيل، مما يُضاف إلى سجل المنتج ويُستخدم لتصنيفه في نتائج البحث، مما يرفع من مكانته لدى الزبائن المستقبليين.

4.1 عملية الخدمة بالنسبة للموردين

1.4.1 التسجيل والتحقق

يسجل المورد عبر بوابة الموردين، ويقدم وثائق إثبات النشاط (سجل تجاري، صور المحل، رقم ضريبي، قائمة المنتجات). يُراجع الطلب من قبل إدارة AGRONEUX ويتم تفعيل الحساب بعد التحقق من المصادقية.

2.4.1 بناء كتالوج المنتجات

بمجرد تفعيل الحساب، يتمكن المورد من إدخال منتجاته (أسمدة، بذور، أدوية، تجهيزات...) مع تحديد الأسعار، الصور، والموقع الجغرافي. كما يمكنه تحديد فئات الفلاحين التي يخدمها، ونطاق التوصيل.

3.4.1 استقبال الطلبات والردود

عند بحث فلاح عن منتج معين، تظهر له قائمة الموردين المناسبين، ويمكنه إرسال طلب مباشر. يتلقى المورد إشعاراً فورياً، ويرد بعرض سعر، وقت التسليم، وأي معلومات تكميلية.

4.4.1 استلام الدفع الإلكتروني والتوصيل

إذا اختار الفلاح الدفع الإلكتروني، يتم حجز المبلغ مؤقتاً في النظام. يُرسل إشعار تأكيد للمورد، ويبدأ تجهيز الطلب. يتم التوصيل إما عبر ناقل خاص بالمورد أو شراكة مع ناقلي AGRONEUX في المناطق البعيدة. بعد استلام المنتج وتأكيده من طرف الفلاح، يُحول المبلغ إلى حساب المورد.

4.5.1 التقييم وبناء السمعة التجارية

بعد إتمام العملية، يتم دعوة الفلاح لتقييم المورد. هذا التقييم يؤثر على ترتيب المورد في الواجهة، ويسمح له بكسب شارات ثقة، ما يزيد من فرص ظهوره للزوار المستقبليين.

2. التمويل

يعتمد مشروع AGRONEUX على سياسة تمويل ذكية ومرنة، تم تصميمها لضمان استمرارية العمليات التقنية والخدماتية في بيئة رقمية متغيرة، مع الحرص على تحقيق أعلى مستويات الجودة بأقل التكاليف الممكنة. تقوم هذه السياسة على مبدأ الشراكة مع موردين ذوي كفاءة ومصداقية عالية، في مجالات متعددة مثل تطوير البرمجيات، البنية التحتية السحابية، الأمن السيبراني، وتوريد المعدات الرقمية الداعمة للمنصة. تُمنح الأولوية للموردين المحليين كلما توفرت فيهم شروط الجودة والمطابقة للمعايير التقنية المطلوبة، وذلك في إطار دعم الاقتصاد الوطني وتعزيز سلاسل الإمداد الداخلية.

تعتمد هذه السياسة على نهج الشراء التدريجي المرتبط بمراحل تنفيذ المشروع، حيث يتم اقتناء الحلول والموارد التقنية حسب وتيرة تقدم التطوير، ما يسمح بالتحكم المالي وتوزيع النفقات بشكل متوازن عبر مختلف المراحل. كما تنتهج المنصة صيغ دفع متنوعة تتماشى مع طبيعة الخدمة، كالدفع حسب الاشتراك الشهري للخدمات السحابية، أو التعاقد السنوي مع مزودي البرمجيات والدعم التقني، مما يمنح المشروع مرونة مالية وتنظيمية أكبر.

٢. جدول الموردين لمشروع اقرونوكس

الفئة	العنصر	سياسة الشراء	الموردين	سياسة الدفع
التقني	تطوير	تطوير داخلي	شركات تطوير	دفعات حسب مراحل الانجاز
	البيانات الالكترونية	تطوير داخلي	شركات تطوير	دفعات حسب مراحل الانجاز
	التطبيق	تطوير داخلي	شركات تطوير	دفعات حسب مراحل الانجاز
التجهيزات المكتبية	استضافة الويب	تطوير داخلي	شركات تطوير	دفعات حسب مراحل الانجاز
	أجهزة الاعلام الالي	شراء مباشر مرة واحد	موردون محليون	دفعات واحدة
	الأثاث المكثي	شراء مباشر مرة واحدة	محلات التجهيز	دفعات واحدة

الخدمات التقنية	وسيط الدفع الالكتروني	التعاقد مع منصات الدفع	بريد الجزائر	عمولة على المعليات
الاشتراكات البرمجية	اشتراكات	اشتراك حسب الحاجة	flutter	سنوي
الصيانة التقنية	الصيانة التقنية	دعم داخلي وخارجي	شركات التقنية	حسب الطلب
التسويق الرقمي	الحمالات	حمالات حسب الفترات التسويقية	Tiktok instagram	حسب الحملة

المصدر: اعداد فرق العمل

3الموارد البشرية

تصنيف اليد العاملة حسب المجالات الوظيفية

1.3 المجال التقني

يشمل هذا المجال مطوري البرمجيات، خبراء قواعد البيانات، مهندسي الواجهة وتجربة المستخدم، مختصي الأمن السيبراني، والمختصين في الحوسبة السحابية. هؤلاء يتكفلون بتصميم، تطوير، وصيانة المنصة الرقمية. كما يعملون على تحسين قابلية الاستخدام، سرعة الأداء، وتأمين البيانات الحساسة للفلاحين والمستخدمين.

2.3 المجال الاستشاري والفلاحي

يضم مهندسين زراعيين، بياطرة، خبراء في سلاسل القيمة، مستشارين في جودة الإنتاج، ومرافقين ميدانيين. دورهم تقديم الدعم التقني والإرشادي للمستخدمين عبر المنصة، سواء من خلال محتوى مكتوب، فيديوهات، أو استشارات مباشرة، مع القدرة على تحويل المشاكل إلى حلول رقمية مبسطة وفعالة.

3.3 المجال الإداري والتنظيمي

يشمل المدير التنفيذي، المدير المساعد، المحاسب، مدير العلاقات الخارجية، وطاقم التنسيق الداخلي. مهمتهم ضمان انسيابية العمليات اليومية، العلاقات التعاقدية، المتابعة مع الشركاء، إدارة الموارد المالية، وضمان الالتزام بالخطط التشغيلية.

4.3 المجال التسويقي والدعائي

ويتكون من مسؤولي التواصل الرقمي، صانعي المحتوى، مصممي الحملات الإعلانية، ومسؤولي الترويج المحلي. هذا الفريق مكلف بإيصال المشروع إلى الفئات المستهدفة، إنتاج محتوى بصري ونصي، تعزيز التفاعل على الشبكات الاجتماعية، وتنظيم حملات توعية ميدانية.

5.3 مجال الجودة وخدمة الزبائن

يشمل مسؤولي متابعة الأداء، مراقبي جودة الخدمة، وفريق دعم المستخدمين. وظيفتهم ضمان رضا الفلاحين والموردين، معالجة الشكاوى والاستفسارات، تحليل نقاط الضعف في النظام وتحسينها بناءً على تقييمات واقعية.

6.3 مراحل التوظيف وتطور اليد العاملة حسب دورة حياة المشروع

اعتمد مشروع AGRONEUX خطة تدريبية لتوظيف اليد العاملة وفق المراحل الآتية:

المرحلة التحضيرية :فريق مصغر يشمل مطورًا رئيسيًا، خبيرًا فلاحيًا، ومسؤول تنظيم، لوضع التصور الأولي وبناء النموذج الأولي للتطبيق

مرحلة تجريبية :توسيع الفريق ليشمل 6 إلى 8 أفراد، مع إدماج مختصين في تجربة المستخدم، التسويق الرقمي، ومهندس زراعي للإرشاد الفوري

مرحلة الإطلاق الرسمي :توظيف فرق متعددة حسب الأقاليم الجغرافية، بما في ذلك مستشارين محليين، وممثلي الدعم الفني في الولايات

مرحلة التوسع :فتح فرص توظيف مستمرة، مع إنشاء وحدة موارد بشرية مستقلة تعنى بتسيير التكوين، التحفيز، والتوظيف

7.3 استراتيجية التحفيز والتكوين المستمر

حرص المشروع على بناء ثقافة تنظيمية تشجع العمل التعاوني والروح الابتكارية، من خلال منظومة تحفيز متعددة الأبعاد:

- ❖ أجور محترمة تتماشى مع المسؤوليات
 - ❖ مكافآت فصلية بناء على الأداء والنتائج
 - ❖ تكوينات داخلية وخارجية في المواضيع التقنية والإرشادية
 - ❖ منح فرص المشاركة في الفعاليات الفلاحية والتكنولوجية
 - ❖ تطوير مسارات مهنية داخل المشروع تتيح الترقية والتنوع
- كما يتم تنظيم ورشات تقييم دوري للفريق، من أجل تعزيز الانضباط الذاتي وتشجيع المبادرات الداخلية.

8.3 التوزيع الجغرافي لليد العاملة

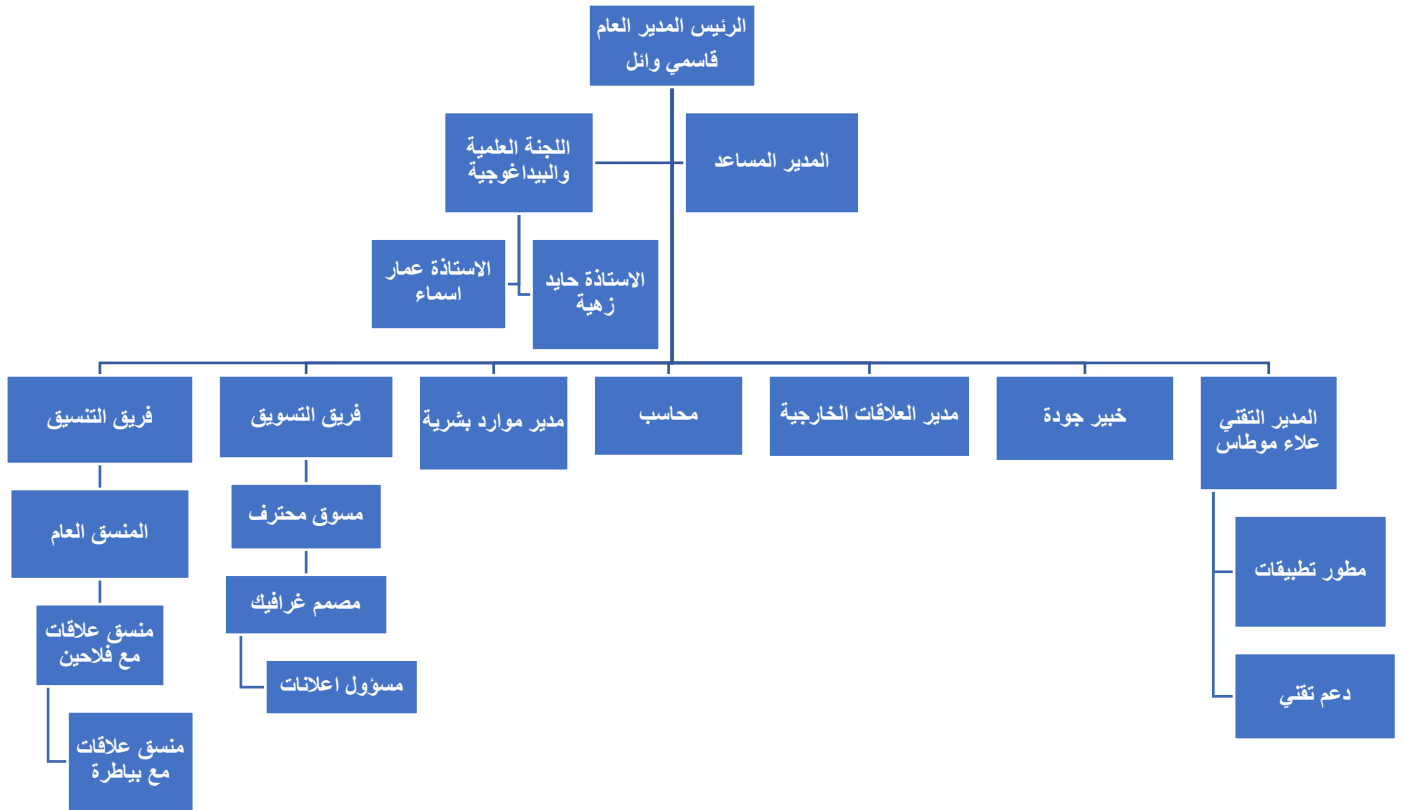
نظرا لطبيعة المستهدفين من ولايات مختلفة، تم تصميم توزيع لامركزي للفريق عبر:

- ❖ مقر مركزي للتنسيق والإدارة
 - ❖ وحدات جهوية حسب المناطق الزراعية الكبرى (غرب، وسط، شرق، جنوب)
 - ❖ مستشارين محليين حسب الولايات، يعملون عن بعد عبر المنصة، مع تنقل موسمي عند الحاجة
 - ❖ شركاء جمعويين أو مؤسساتيين يساعدون في تنفيذ حملات ميدانية
- هذا التوزيع يسمح للمنصة بتغطية واسعة، مع تقليل تكاليف التنقل والمرافقة.

9.3 التوازن بين اليد العاملة والأدوات الرقمية

بالرغم من أن AGRONEUX يصنف ضمن المشاريع الرقمية، إلا أن إدارته تدرك أن التقنيات وحدها غير كافية لإنجاح المشروع. لذلك، تم تحديد ما يمكن أتمتته (مثل توصيات آلية، ربط ذكي بين الموردين والفلاحين)، وما لا يمكن الاستغناء فيه عن العنصر البشري، مثل الاستشارات الميدانية، حل النزاعات، أو تصميم المحتوى التفاعلي. هذا التوازن يعكس رؤية إنسانية تحترم الفاعلين في القطاع، وتضمن احتكاكا حقيقيا بالميدان.

الشكل 12 : مخطط اليد العاملة في المشروع



المصدر اعداد فريق العمل

المحور الخامس

1. التكاليف والاعباء

2. رقم الاعمال

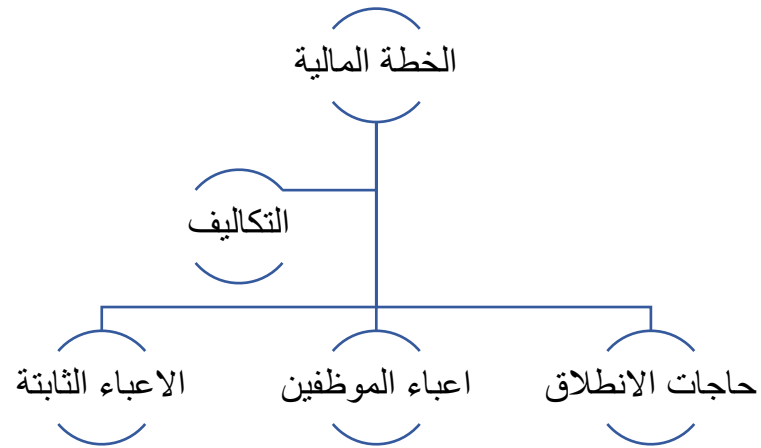
3. جدول النتائج

4. خطة الخزينة

المحور الخامس : الخطة المالية

1. الأعباء والتكاليف

شكل 14 الخطة المالية للمشروع في مخطط



1.1 حاجات الانطلاق

جدول يبين تكاليف التي يحتاجها المشروع للانطلاق

Libellé	Montant (DA)
<i>Frais d'ouverture de compteurs</i>	15000
<i>Logiciels, formations</i>	100000
<i>Dépôt marque, brevet, modèle</i>	0
<i>Droits d'entrée</i>	20000
<i>Achat fonds de commerce ou parts</i>	0
<i>Droit au bail</i>	50000
<i>Caution ou dépôt de garantie</i>	30000
<i>Frais de dossier</i>	20000
<i>Frais de notaire ou d'avocat</i>	15000
<i>Enseigne et éléments de communication</i>	40000
<i>Installations générales, agencements, aménagements divers</i>	60000
<i>Développement de réseau</i>	500000
<i>Matériel de bureau</i>	0
<i>Matériel informatique</i>	0
<i>Stock de matières et produits</i>	0
<i>Trésorerie de départ</i>	1000000
TOTAL	1850000

من اعداد : فريق العمل

التعليق :

الانطلاق الاولي للمشروع لايحتاج مكتبا لذلك فان جميع التكاليف تركزت على التكنولوجيا

تمويل المشروع يضمن استمرارية المشروع

أعباء الموظفين

الشكل : جدول يبين أعباء الشخصية في مشروع AGRONEUX

				Salaires	Salaires
	Intitulé du poste	Salaire net	Nombre	mensuels	Annuels
Employé 1	CEO	300 000	2	600 000	7 200 000
Employé 2	GROUP AGRONEUX	150 000	5	750 000	9 000 000
Employé 3	Programateur	200 000	4	800 000	9 600 000
Total salaires annuels				2 150 000	25 800 000
Charges sociales				752 500	9 030 000
Charges du personnel				2 902 500	34 830 000

المصدر: اعداد فريق العمل

التعليق :

ينطلق المشروع بعدد عاملين مقدر 13 عامل في بداية أولى سنواته حيث تشكل الإدارة

المركزية

جدول الابعاء الثابتة

Mapping	Charges	Montant	Fréquence	Montant annuel
Charges locatives	Frais de location externe			
Charges locatives	Autres locations (ex : Véhicule)			
Energie, Eau	Gaz		Trimestriel	
Télécommunication	Téléphonie mobile	22 000	Mensuel	264 000
Télécommunication	Internet	5 000	Mensuel	60 000
Télécommunication	Téléphone fixe		Trimestriel	
Abonnements	Cloud + Hébergement site	12 000	Annuel	12 000
Abonnements	Antivirus	20 000	Annuel	20 000
Abonnements	Logiciels		Trimestriel	
Marketing	Publicité (FB, Instagram)		Trimestriel	
Marketing	Evenements		Trimestriel	
Marketing	Influenceurs			
Autres charges	Equipement informatique	110 000		1 210 000
Autres charges	Assurance	500 000	Annuel	500 000
Autres charges	[Changer le titre...]			
				2 066 000

التعليق :

كل هاته التكاليف ثابتة على مدار اول العام

سيتم تغطية هاته التكاليف بالاستثمارات بالإضافة الى مصادر دعم

2. رقم الاعمال

جدول يبين رقم اعمال الشركة على مدار خمس سنوات

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
C.A Total	6 325 000	12 450 000	31 390 000	41 350 000	62 600 000
Abonnement des agricukeurs mode VIP	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Prix	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Quantité	300	450	800	1 250	2 000
C.A	600 000	900 000	1 600 000	2 500 000	4 000 000
location des matériel agricole	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Prix	2 000	2 000	2 000	1 000	1 000
Quantité	1 000	2 000	4 500	7 000	9 000
C.A	2 000 000	4 000 000	9 000 000	7 000 000	9 000 000
commision sur le vente des produit dans l'app	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Prix	200	200	200	200	200
Quantité	2 000	6 000	11 000	20 000	30 000
C.A	400 000	1 200 000	2 200 000	4 000 000	6 000 000
services veterinaires et consultations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Prix	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500
Quantité	750	1 000	4 500	7 000	10 000
C.A	1 875 000	2 500 000	11 250 000	17 500 000	25 000 000
abonnement des Vétérinaires	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Prix	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Quantité	150	450	780	950	1 200
C.A	450 000	1 350 000	2 340 000	2 850 000	3 600 000
Publicités intégrées dans l'application	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Prix	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Quantité	20	50	100	150	300
C.A	1 000 000	2 500 000	5 000 000	7 500 000	15 000 000

المصدر: اعداد الفريق

التعليق :

رقم الاعمال يكون جيدا عند الانطلاق وهاته اشرة جيدة لانطلاق المشروع

يتكون رقم الاعمال السنوي من الاشتراكات السنوية

العمولات تكون نسبية قد ترتفع حسب نسبة الشرا في التطبيق

اشتراكات الموردين والفلاحين والبيطرة مختلف حسب كل فئة

3. جدول حساب النتائج

جدول يبين حساب النتائج

TCR					
intitulé (Année)	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
chiffre d'affaire	6 325 000,00	12 450 000,00	31 390 000,00	41 350 000,00	62 600 000,00
personnel	3 483 000,00	3 483 000,00	3 483 000,00	3 483 000,00	3 483 000,00
marge sur personnel					
developpement du site	100 000,00	100 000,00	100 000,00	100 000,00	100 000,00
autres charge	500 000,00	500 000,00	500 000,00	500 000,00	500 000,00
marketing	240 000,00	240 000,00	120 000,00	120 000,00	60 000,00
designer					
taxe sur l'activité professionnelle (1,5%)	30 030,00	121 905,00	407 805,00	557 205,00	876 855,00
exedent brut d'exploitation	1 971 970,00	8 005 095,00	26 779 195,00	36 589 795,00	57 580 145,00
dotation aux amortissements					
résultat avant impots	1 971 970,00	8 005 095,00	26 779 195,00	36 589 795,00	57 580 145,00
impot sur le bénéfice des sociétés (IBS-26%)					14 970 837,70
Résultat net	1 971 970,00	8 005 095,00	26 779 195,00	36 589 795,00	42 609 307,30

المصدر: اعداد فريق العمل

النتائج الصافية إيجابية وهذا مؤشر جيد للانطلاق السليم

تم عرض النتائج على خبراء في وزارة التجارة وزارة الداخلية وكانت مرضية

4. الخطة الخزينة

تم احتساب الرصيد الشهري للخزينة وفق المعادلة التالية:

الرصيد الشهري للخزينة = الرصيد الافتتاحي + المداخل الشهرية - المصاريف الشهرية

- ❖ الرصيد الافتتاحي: هو المبلغ المتاح في بداية الشهر
- ❖ المداخل الشهرية: تشمل الإيرادات الناتجة عن الاشتراكات، الإعلانات، التمويلات
- ❖ المصاريف الشهرية: تشمل الأجور، الاستضافة، التسويق، التنقل، وغيرها

جدول يمثل خطة الخزينة الشهرية

الشهر	الرصيد الافتتاحي	المداخل	المصاريف	الإجمالي الشهري
1	500000	0	2500000	500000-
2	500000	0	1200000	200000-
3	500000	50000	700000	150000-
4	500000	150000	700000	50000-
5	500000	200000	500000	200000
6	500000	400000	500000	400000
7	500000	600000	500000	600000
8	500000	900000	500000	900000
9	500000	1200000	500000	1200000
10	500000	1500000	500000	1500000
11	500000	1800000	500000	1800000
12	500000	2100000	500000	2100000
الإجمالي السنوي	6000000	8900000	9100000	5800000



AGRONEUX



المحور السادس

النموذج الاول

تطبيق AGRONEUX

المحور السادس : النموذج الاول

مثل النموذج الاول لتطبيق AGRONEUX خطوة اولى عملية في تجسيد فكرة المشروع وتحويلها من مجرد تصور نظري الى منتج رقمي ملموس. يهدف هذا النموذج الى اختبار الوظائف الاساسية للتطبيق، وتقييم تجربة المستخدم بشكل اولي، من خلال واجهات بسيطة تمكن الفلاح او الموال او المورد من التفاعل المبدئي مع النظام. تم تصميم هذا النموذج ليشمل الصفحات الجوهرية مثل التسجيل، تصفح الخدمات، الاتصال بالمستشارين، واستعراض بعض بيانات السوق. ورغم بساطته، الا انه يقدم صورة واضحة عن كيفية عمل المنصة مستقبلا، ويسمح بجمع ملاحظات واقعية من المستخدمين لتوجيه عملية التطوير الفعلي لاحقا.



شكل 15 :واجهة الدخول عند التطبيق لأول مرة

شكل 16 واجهة الدخول لتطبيق



الشكل 17: واجهة الاستقبال في التطبيق



المصدر: اعداد فريق العمل



الشكل 18 : واجهة الشراء وكراء المعدات

تعديل الملف الشخصي →



اسم المستخدم
waill

البريد الإلكتروني
waill312018@gmail.com

رقم الهاتف
0655303223

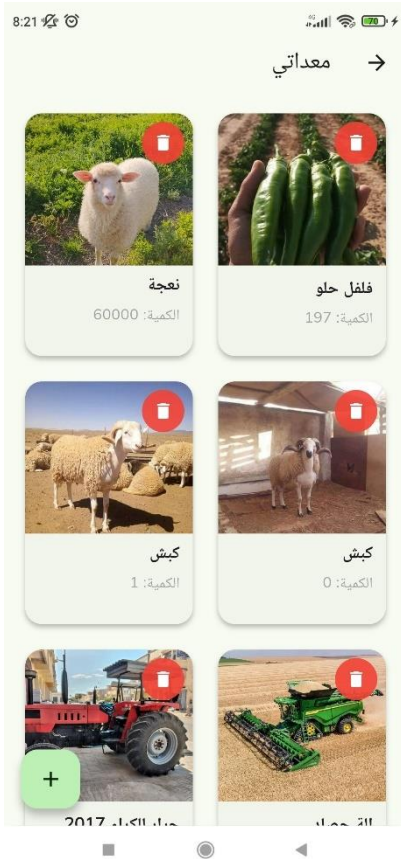
تاريخ الميلاد
2000-02-11

الولاية
Adrar (1)

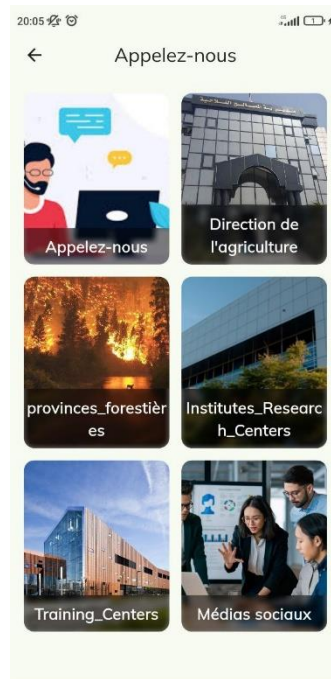
حفظ التغييرات

شكل 19 : الملف الشخصي

المصدر: اعداد فريق العمل



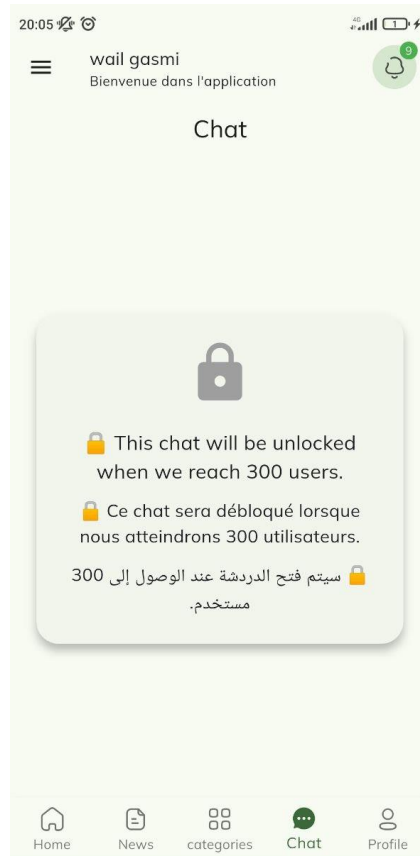
الشكل 20 : واجهة إضافة المنتجات



الشكل 21 واجهة الاتصال بنا

المصدر: اعداد فريق العمل

الشكل 22 : واجهة الاخبار



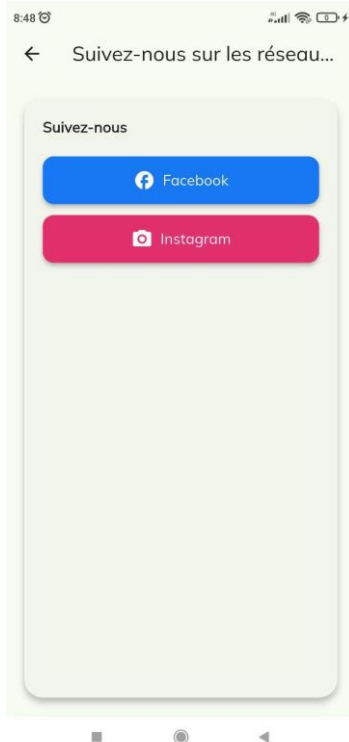
شكل 23 : المنتدى الفلاحي داخل التطبيق

المصدر اعداد فريق العمل



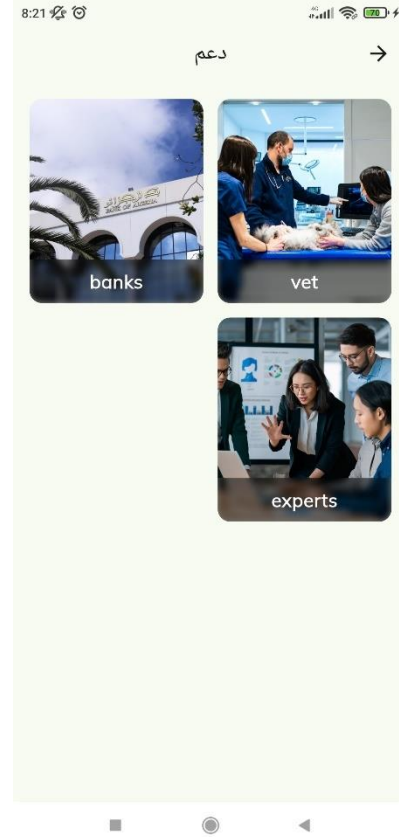
الشكل 24 فلاح الاسبوع

المصدر: اعداد فريق العمل



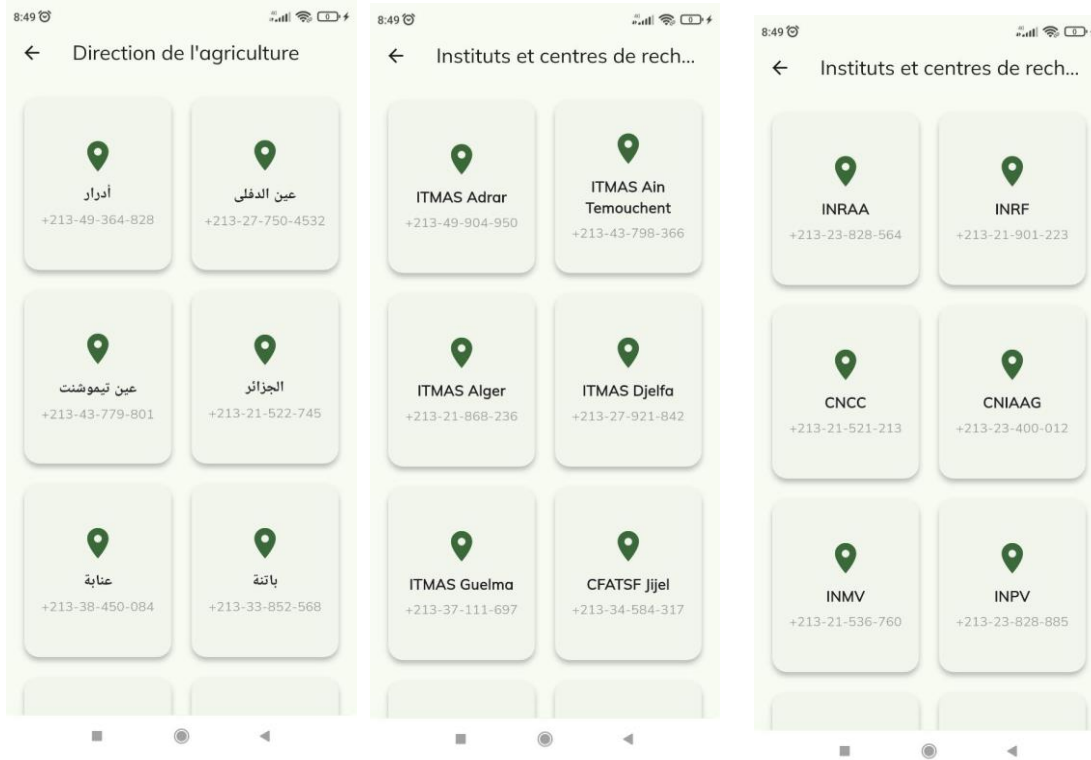
الشكل 24 : مواقع التواصل للتطبيق

الشكل 25: واجهة طلب الدعم البيطري والاستشارات



المصدر: اعداد فريق العمل

الشكل 26: واجهة المديرية ومراكز البحث والمعاهد



المصدر: اعداد فريق العمل

خاتمة

في ظل التحديات المتزايدة التي يعيشها القطاع الفلاحي في الجزائر، من تقلبات مناخية، ونقص التكوين، وضعف الولوج الى الخدمات، ظهرت الحاجة الماسة الى حلول مبتكرة ومستدامة قادرة على اعادة بناء الثقة وتعزيز الانتاجية ورفع جودة الخدمات المقدمة للفلاحين والموالين وكل الفاعلين في هذا المجال. ومن هذا المنطلق، جاء مشروع AGRONEUX كاستجابة حقيقية وعملية لمجمل تلك التحديات، جامعا بين الرؤية الريادية، والابتكار الرقمي، والبعد الاجتماعي والاقتصادي في خدمة التنمية المستدامة للقطاع الزراعي.

لقد حاول هذا المشروع طيلة مراحل دراسته وتطويره ان يجمع بين الجانب النظري والاكاديمي وبين التطبيق الواقعي والملموس، معتمدا على تحليل دقيق للسوق، واستيعاب عميق لحاجيات مختلف الفاعلين، واعتماد نماذج معاصرة مثل BMC و SMART والـ SWOT لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات. كما تم التركيز على تقديم عرض قيمة متكامل يجمع بين المنصة الرقمية والخدمة البشرية المواكبة، ويؤسس لنظام ذكي يربط بين الفلاحين والخبراء، الموردين، البياطرة، البنوك، والمستهلكين، في منظومة تشاركية تنبني على الثقة، الشفافية، والمعلومة الدقيقة.

AGRONEUX لا يقدم مجرد تطبيق رقمي، بل هو رؤية متكاملة لمنظومة فلاحية حديثة، قائمة على التحول الرقمي الموجه لخدمة الانسان اولا، مع الحرص على ادماج الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة دون اقضاء الدور المحوري للعامل البشري. فالفلاح هنا ليس مستهلكا سلبيا للتكنولوجيا، بل هو طرف فاعل ومساهم في تطويرها، يتلقى الارشاد، ويتفاعل مع المستشارين، ويشارك في تطوير سلاسل القيمة الزراعية من خلال بيانات دقيقة وتوصيات علمية ومرافقة مهنية.

ومن خلال ما تم عرضه من عناصر المشروع، يتبين ان نجاح AGRONEUX لا يعتمد فقط على قوة الفكرة او التصميم التقني، بل يرتكز اساسا على قدرة الفريق المؤسس على تنفيذ المشروع ميدانيا، من خلال خطة مالية واضحة، واستراتيجية تسويقية مرنة، وهيكل تنظيمي فعال، وتصور زمني عقلاني يراعي ظروف السوق والواقع الجزائري.

ان مشروع AGRONEUX يطمح لان يتحول في المستقبل الى مرجع وطني، وربما اقليمي، في ميدان رقمنة الخدمات الفلاحية وتحديث أنظمة الدعم والارشاد. وهو نموذج قابل للتوسع والتطوير المستمر، شرط الحفاظ على فلسفته الاساسية القائمة على الابتكار، الشمول، والتمكين الاقتصادي للفلاح.

وفي الختام، يمكن القول ان AGRONEUX ليس فقط مشروع تخرج اكااديمي، بل هو نواة طموحة لمبادرة وطنية بامكانها ان تسهم في احداث تحول نوعي في احد اهم القطاعات الاستراتيجية للبلاد. ومع الدعم المؤسسي المناسب، والتبني من قبل الجهات المعنية، والعمل الجاد من طرف الفريق، يمكن لهذا المشروع ان يكون اداة حقيقية لبناء فلاحة ذكية، مزدهرة، ومستدامة في الجزائر.

جدول المحتويات

5.....	المحور الأول : عرض فكرة المشروع.....
5.....	1.فكرة المشروع.....
7.....	2.القيمة المضافة.....
7	1.2الرقمنة الذكية للقطاع الفلاحي.....
8	2.2الربط المتكامل بين الفلاح وجميع الفاعلين.....
8	3.2التشخيص الفوري والمرافقة الميدانية.....
9	4.2 التمويل السهل والآمن.....
9	5.2 السوق الذكية.....
10.....	6.2 المعلومة الفلاحية في الوقت الحقيقي.....
10.....	7.2التكوين المستمر والتثقيف الفلاحي.....
11.....	8.2 التتبع والتقييم الذكي للأنشطة الفلاحية.....
11.....	9.2العدالة الرقمية والإدماج الاجتماعي.....
12.....	10.2دعم الفلاحة الذكية والمستدامة.....
12.....	11.2 إدماج القطاع الفلاحي في الاقتصاد الرقمي.....
13.....	12.2خلق مناصب شغل جديدة مباشرة وغير مباشرة.....
13.....	12.2 تحسين مناخ الأعمال في الفلاحة وجذب الاستثمار.....
14.....	13.2دعم الأمن الغذائي الوطني.....
14.....	3.فريق العمل.....
14.....	1.3قاسمي وائل – المدير التنفيذي للمشروع.....
15.....	2.3الأستاذة حديد زهية – المؤطرة الأكاديمية والمستشارة البيداغوجية.....
16.....	3.3الأستاذة عمار أسماء – المستشارة العلمية والتقنية.....
16.....	4.3علاء موطاس – مطور التطبيقات.....
17.....	5.3فريق التسويق.....
17.....	6.3فريق التنسيق والتواصل.....
17.....	7.3المدير المساعد.....

18.....	8.3 المحاسب
18.....	9.3 مدير العلاقات الخارجية
19.....	10.3 خبير الجودة الرقمية
19.....	التحضير لمشروع "AGRONEUX" وبناء الأسس الميدانية
21.....	4. الأهداف الأساسية للمشروع
21.....	1.4 الأهداف التقنية والرقمية
22.....	2.4 الأهداف الخدمية والاجتماعية
23.....	3.4 الأهداف الاقتصادية والتنموية
20.....	4.4 الأهداف الشبابية
24.....	5.4 الأهداف الوطنية والسيادية
24.....	6.4 الأهداف البيئية والتنموية المستدامة
24.....	4.5 منهجية SMART
30.....	جدول يوضح اهداف AGRONEUX على المستويات : القريب، المتوسط، البعيد
31.....	5. جدول زمني لتحقيق المشروع :
31.....	1.5 المرحلة الأولى: دراسة السوق
31.....	2.5 المرحلة الثانية تحليل المنافسين
32.....	3.5 المرحلة الثالثة: إعداد نموذج العمل التجاري (CANVA)
32.....	4.5 المرحلة الرابعة: تصميم تجربة المستخدم (UI/UX)
32.....	5.5 المرحلة الخامسة: تطوير التطبيق
33.....	6.5 المرحلة السادسة: اختبار الجودة
33.....	7.5 المرحلة السابعة: الإطلاق التجريبي
33.....	8.5 المرحلة الثامنة: الإطلاق الرسمي والإعلان
36.....	المحور الثاني : الجوانب الابتكارية
36.....	1. طبيعة الابتكار
36.....	1.1 تعريف الابتكار
37.....	2. مجالات الابتكار
44.....	المحور الثالث : التحليل الاستراتيجي للسوق
44.....	1 خطة مشروع

44.....	1.1 شرائح الزبائن.....
46.....	2.1 القيمة المقترحة.....
47.....	3.1 قنوات التوزيع.....
49.....	4.1 علاقات مع الزبائن.....
51.....	5.1 الشركاء الاساسيون.....
54.....	6.1 الانشطة الرئيسية.....
57.....	7.1 مصادر الايرادات.....
59.....	8.1 التكاليف.....
62.....	9.1 الموارد الرئيسية.....
71.....	2. عرض القطاع السوق.....
71.....	1.2 السوق المحتمل ل AGRONEUX.....
71.....	2.2 السوق المستهدف لمشروع AGRONEUX.....
80.....	3 قياس شدة المنافسة.....
80.....	1.3 المنافسين المباشرين.....
81.....	2.3 تحليل قوة المنافسين.....
83.....	4 الاستراتيجية التسويقية.....
83.....	1.4 الاستراتيجية.....
84.....	2.4 المزيج التسويقي.....
91.....	المحور الرابع : خطة الإنتاج والتنظيم.....
91.....	1 عملية تقديم الخدمة في مشروع AGRONEUX.....
91.....	1.1 عملية الخدمة بالنسبة للفلاح.....
92.....	2.1 عملية الخدمة بالنسبة للموال.....
93.....	3.1 عملية الخدمة بالنسبة للمستهلك الجزائري.....
93.....	4.1 عملية الخدمة بالنسبة للموردين.....
94.....	2. التموين.....
96.....	3 الموارد البشرية.....
96.....	1.3 المجال التقني.....
96.....	2.3 المجال الاستشاري والفلاحي.....

97.....	3.3 المجال الإداري والتنظيمي
97.....	4.3 المجال التسويقي والدعائي
101.....	المحور الخامس : الخطة المالية
101.....	1. الأعباء والتكاليف
104.....	2. رقم الأعمال
104.....	3. جدول حساب النتائج
106.....	4. الخطة الخزينة
108.....	المحور السادس : النموذج الأولي
121.....	المراجع
1.....	الملاحق
122.....	الملحق 01 : الميزانية الخاصة بالمشروع
124.....	الملحق 02 : مخطط العمل التجاري
124.....	الملحق 03 : الاستبيان الموجه للفلاحين
127.....	الملحق 04 : شهادة توطين
128.....	الملحق 05 : رقم أعمال السجل التجاري مقدمة من طرف المركز الوطني للسجل التجاري

المراجع

شومبيتر، جوزيف أ. (1934). نظرية التنمية الاقتصادية: بحث في الأرباح، ورأس المال، والائتمان، والفائدة، والدورة الاقتصادية. جامعة هارفارد.

دوير، جون. (2018) *قِس ما يهم: كيف غيّرت Google وبونو ومؤسسة غيتس العالم باستخدام OKRs*. دار بنغوين

AT 2025/03/17 <https://aapi.dz/ar/secteur-de-lagriculture-ar/>

2.00 PM

الزراعة الذكية: مقاربة نحسب تحسين إدارة الأنشطة الفلاحية.
مجلة: الحواسيب والإلكترونيات في الزراعة، إيسيفير 2017

الملحق 01 : الميزانية الخاصة بالمشروع

ACTIF	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
ACTIF NON COURANT					
Immobilisations incorporelles					
frais de developpement immobilisables					
logiciels informatiques et assimilés	1 600 000,00 DZD				
Mise a jour Annuel		100 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD
autres immobilisations incorporelles	1 210 000,00 DZD				
Amortissements incorporels					
Immobilisations corporelles					
terrain					
Constuction					
autres immobilisations corporelles	1 100 000,00 DZD				
Amortissements corporels					
Immobilisations financières					
Total des immobilisations					
Total des amortissements					
total actif non courant	3 910 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD
total actif non courant	3 910 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD	100 000,00 DZD
ACTIF COURANT					
Stocks et en-cours					
créances et emplois assimilés					
clients					
autres débiteurs					
impots et assimilés					
Trésorerie Active	17 928 190,00 DZD	41 635 190,00 DZD	86 979 882,40 DZD	104 376 890,00 DZD	76 511 712,60 DZD
Total l'actif couant	17 928 190,00 DZD	41 635 190,00 DZD	86 979 882,40 DZD	104 376 890,00 DZD	76 511 712,60 DZD
TOTAL ACTIF	21 838 190,00 DZD	41 735 190,00 DZD	87 079 882,40 DZD	104 476 890,00 DZD	76 611 712,60 DZD

PASSIF	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
CAPITAUX PROPRES					
Capital	600 000,00 DZD	600 000,00 DZD	1 000 000,00 DZD	1 000 000,00 DZD	1 000 000,00 DZD
Financement ASF	270 000,00 DZD	270 000,00 DZD	270 000,00 DZD		
Comptes courants d'associés	2 716 000,00 DZD	2 716 000,00 DZD	1 358 000,00 DZD	1 358 000,00 DZD	
Résultat de l'exercice	13 252 190,00 DZD	33 149 190,00 DZD	60 650 390,00 DZD	102 118 890,00 DZD	75 611 712,60 DZD
Réserves et report à nouveau	5 000 000,00 DZD	5 000 000,00 DZD			
Total des capitaux propres	DZD 21 838 190,00	DZD 41 735 190,00	DZD 63 278 390,00	DZD 104 476 890,00	DZD 76 611 712,60

<i>Total des capitaux propres</i>	DZD 21 838 190,00	DZD 41 735 190,00	DZD 63 278 390,00	DZD 104 476 890,00	DZD 76 611 712,60
<i>Total des capitaux propres</i>					
PASSIF NON COURANT					
Emprunts et dettes fournisseurs					
impôts différé passif					
autres dettes non courantes					
provisions et produits constatés d'avance					
<i>total passif non courant</i>					
PASSIF COURANT					
fournisseurs et comptes rattachés					
dividendes distribués			23 801 492,40 DZD		
impôts					
trésorerie passif					
<i>total passif courant</i>					
TOTAL PASSIF	21 838 190,00 DZD	41 735 190,00 DZD	87 079 882,40 DZD	104 476 890,00 DZD	76 611 712,60 DZD

الملحق 02 : مخطط العمل التجاري

AGRO NEUX

Business Model Canvas



الملحق 03 : الاستبيان الموجه للفلاحين

ما هي أكبر التحديات التي تواجهك في نشاطك الفلاحي؟

نقص الماء ☐

غلاء الأسمدة ☐

نقص اليد العاملة ☐

صعوبة في متابعة الإنتاج ☐

أخرى: ☐

هل تواجه صعوبات في الحصول على المعلومات التقنية حول الزراعة

نعم ☐

لا ☐

هل تستعمل الهاتف الذكي في عملك الفلاحي؟

نعم ☐

لا ☐

ما الذي تتمنى أن يوفره لك تطبيق فلاحي لمساعدتك في عملك؟

إجابتهك

هل تواجه مشاكل في التواصل مع
المهندسين ، البياطرة ، البنوك

نعم ☐

لا ☐

في رأيك، هل يمكن لتطبيق فلاحي أن يساعد في تطوير الفلاحة وتحسين الإنتاج؟

نعم ☐

لا ☐

أخرى: ☐

هل ترغب في تجريب هذا التطبيق إن توفر؟

نعم ☐

لا ☐

ربما ☐

هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تحسن من مردودية عملك الفلاحي؟

نعم ☐



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان
حاضنة الأعمال



الرقم: 024/م.ع.ا.ح.ا. 2025

شهادة توظيف المشروع

تشهد مديرة حاضنة الأعمال للمدرسة العليا لإدارة الأعمال - تلمسان أن المشروع:

AGRONEUX

للطلبة التالية أسمائهم:

الاسم واللقب	السنة	التخصص	المؤسسة
قاسمي وائل	الثالثة من الطور الثاني	إدارة المؤسسات السياحية	المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان
/	/	/	/
/	/	/	/

تحت اشراف الأساتذة التالية أسمائهم:

الاسم واللقب	الرتبة	التخصص	الصفة
عمار اسماء	أستاذ محاضر أ	محاسبة و مالية	مشرف رئيسي 1
/	/	/	مشرف رئيسي 2
حايد زهية	أستاذ محاضر أ	مالية دولية	مشرف مساعد

مستجّل ومؤظّن على مستوى حاضنة الاعمال للمدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان للسنة الجامعية: 2024/2025، في إطار
القرار الوزاري 1275 المؤرخ بتاريخ 27 سبتمبر 2022.

سلمت هذه الشهادة بطلب من المعني لإدلاء بها في حدود ما يسمح به القانون.

التاريخ: 2025/06/25



مديرة الحاضنة
د. زناسني سمية
مديرة حاضنة الأعمال

B.P. : 1085 Bouhannak - Tlemcen

Fax : 043 21 16 45 / 47

E. Mail : incubateuresmt@gmail.com

الملحق 04: شهادة توظيف



Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations
Centre National du Registre du Commerce



Nomenclature des Activités Economiques Soumises a Inscription au Registre du Commerce

Code : 607074

Libelle : commerce electronique (e-commerce)

Contenu :

-Activité par laquelle un e-fournisseur propose ou assure, à un e-consommateur, à distance et par voie de communications électroniques la fourniture de biens et de services (à l'exception des produits interdits aux transactions par voie de communications électroniques, conformément aux articles 3 et 5 de la loi n° 18-05 du 10 mai 2018 relative au commerce électronique, cités ci-après :

- les jeux de hasard, paris et loteries ;
- les boissons alcoolisées et tabac ;
- les produits pharmaceutiques ;
- les produits portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, industrielle ou commerciale ;
- tout bien ou service prohibé par la législation en vigueur ;
- tout bien ou service qui requiert un acte authentique ;
- les matériels, équipements et produits sensibles définis par la réglementation en vigueur ainsi que tout autre produit et/ou services pouvant porter atteinte aux intérêts de la défense nationale, à l'ordre et à la sécurité publics).

الملحق 05 : رقم اعمال السجل التجاري مقدمة من طرف المركز الوطني للسجل

التجاري

ملخص المشروع:

يُعد مشروع أقرونوكس مبادرة مبتكرة تهدف إلى رقمنة القطاع الفلاحي في الجزائر، من خلال تطوير تطبيق ذكي مخصص للفلاحين، يُسهم في تحسين ظروف العمل الفلاحي، وتسهيل الوصول إلى الخدمات، وتبسيط المعاملات اليومية ذات الصلة بالإنتاج الحيواني والنباتي.

جاءت فكرة المشروع استجابةً لحاجة ملحة في الوسط الفلاحي، حيث يعاني الفلاح الجزائري من غياب آليات رقمية فعالة، ومن صعوبات في الحصول على المعلومات، كراء المعدات، تسويق المنتجات، أو حتى استخراج الرخص بطريقة سليمة. وفي ظل توجه الدولة نحو التحول الرقمي، يُمثل أقرونوكس لبنة أساسية نحو فلاحية ذكية ومستدامة.

أهداف المشروع:

- رقمنة الخدمات الفلاحية اليومية وتسهيل الولوج إليها.
- تحسين الإنتاجية وجودة العمل في المجالين النباتي والحيواني.
- خلق جسر تواصل فعال بين الفلاحين، الإدارات، مزوّدي المعدات، والمستهلكين.
- دعم جهود الدولة في تحقيق الأمن الغذائي والتنمية الريفية.

مكونات التطبيق الرئيسية:

- وحدة تربية المواشي: تتيح للفلاح متابعة صحة القطيع، التسجيلات البيطرية، والتذكير بالتلقيح والعلاجات.
- وحدة مراقبة المحاصيل: توفر أدوات لتسجيل مراحل نمو المحصول، ومراقبة الآفات، وتحليل التربة بشكل مبدئي.
- خدمة استخراج الوثائق الإدارية: رقمنة الإجراءات كطلبات الدعم، شهادات النشاط، والرخص الفلاحية.

- كراء الأدوات والمعدات: منصة تربط الفلاحين بمزودي خدمات الكراء الفلاحي بسهولة وفعالية.

- فضاء البيع والتسويق: لعرض وبيع المنتجات الفلاحية مثل العسل، الخضر، الفواكه والمواد الطبيعية محلياً ووطنياً.

- فضاء التكوين والإرشاد: دروس ومقالات وتوجيهات في مجالات الزراعة وتربية الحيوانات والتسويق.

الفئة المستهدفة:

- الفلاحون الصغار والمتوسطون.
- المربين، النحالين، أصحاب الضيعات.
- التعاونيات الفلاحية والمستثمرون في المجال.
- الإدارات العمومية والشركات المرتبطة بالقطاع الفلاحي.

القيمة المضافة للمشروع:

- تقديم حل رقمي شامل وغير مسبوق محلياً.
- دعم التحول الرقمي في المناطق الريفية.
- تعزيز الشفافية والتواصل داخل المنظومة الفلاحية.
- توفير قاعدة بيانات تساعد في اتخاذ القرار على مستوى السياسات الفلاحية.

الرؤية المستقبلية:

يتطلع مشروع أقرونوكس ليصبح المرجع الوطني في الخدمات الرقمية الفلاحية، ومنصة موحدة للفلاح الجزائري، مع إمكانية التوسع نحو أسواق مغربية وإفريقية مستقبلاً، في إطار مقاربة تنموية مستدامة وشاملة.